

TU Dresden



Marketing-Verein

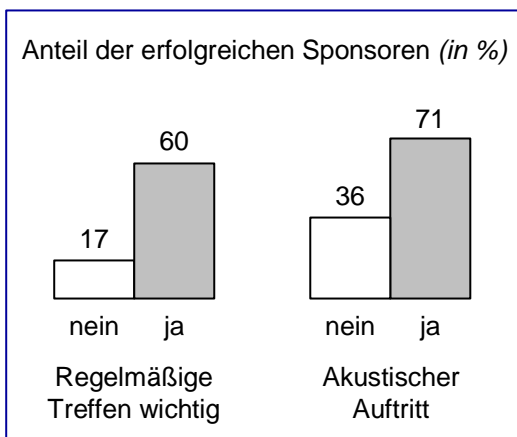
## Der Marketing-Verein informiert (2004)

Heute möchten wir Ihnen von unseren Aktivitäten im Jahr 2004 berichten. Wir konnten einige Publikationen abschließen. Insbesondere freuen wir uns über das erfolgreiche Forschungsprojekt „Gemeinsam zum Sponsoring-Erfolg“ zusammen mit der *Sächsischen Landesanstalt für Landwirtschaft* und der *CMA*. Zudem haben wir uns intensiv mit dem Kompetenzfeld „Online-Marketing“ beschäftigt: Mit einer eigens entwickelten Methode können wir nun den Erfolg von Webseiten bewerten.

### Marketing & Forschung:

- Unsere Studienergebnisse zeigen, wie Unternehmen von Sponsoring profitieren können**

Gerade kleine und mittelständische Unternehmen sind kaum in der Lage, durch klassische Werbung einen konkurrenzfähigen Werbedruck zu entfalten. Ob ihnen Sponsoring helfen kann, die Zielgruppe zu erreichen und das Image ihrer Produkte zu verbessern, ist umstritten. Daher führte der Lehrstuhl für Marketing der TU Dresden, unterstützt durch die *Sächsische Landesanstalt für Landwirtschaft*, das *Sächsische Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft* und die *CMA Centrale Marketing-Gesellschaft* der deutschen Agrarwirtschaft mbH, ein umfangreiches Forschungsprojekt durch. Insgesamt wurden 23 Sponsoring-Engagements bewertet und über 4.000 Vertreter der Zielgruppe der jeweiligen Unternehmen befragt.



Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass der Erfolg von Sponsoring nicht nur vom Budget beeinflusst wird. Vielmehr kristallisieren sich eine Reihe von Erfolgsfaktoren heraus, die auch für kleinere Unternehmen bezahlbar sind. Beispielsweise erreichen Sponsoren ihre Ziele insbesondere dann, wenn sie Wert auf regelmäßige Treffen mit dem Sponsor-Nehmer legen. Erfolgreich sind auch Firmen, die Besucher der Veranstaltung nicht nur bildlich (z.B. auf Banden und Fahnen), sondern auch akustisch ansprechen (z.B. Werbespot in der Spielpause). Diese und zahlreiche andere Befunde präsentierten die Projektleiter Anja Leuteritz, Uta Johne und Stefan Wünschmann den Projektteilnehmern auf einer Veranstaltung im Mai 2004.

Außerdem haben wir die Befunde ausführlich dokumentiert. Informationen über die Publikation finden Sie unter [www.marketingverein.de](http://www.marketingverein.de). Freudig überrascht hat uns, dass zahlreiche Wissenschaftler anderer Universitäten und bereits mehr als 50 Unternehmen diesen Bericht angefordert haben. Aufgrund des großen Interesses haben wir beschlossen, das Forschungsprojekt fortzusetzen. Wir werden also weitere Sponsoring-Maßnahmen evaluieren. Falls Sie oder Ihr Unternehmen sich für eine Erfolgskontrolle von Sponsoring interessieren, informiert Sie Frau Johne gern (Tel. 0351/463-32355).

- Markenvertrauen:**

Unter Schlagworten wie „Aldisierung“ oder „Volk der Schnäppchenjäger“ wird Discountern gehuldigt und werden gleichzeitig Marken verspottet. Sollte den Verbrauchern angesichts der wirtschaftlichen Lage und der vielfältigen Sonderangebote wirklich die Lust auf Qualität und die anderen häufig gerühmten Vorteile großer Marken vergangen sein? Mit welchen Maßnahmen können Unternehmen das Vertrauen ihrer Kunden zurückgewinnen? Antworten auf diese Fragen zum Thema „Markenvertrauen“ gibt ein weiteres Arbeitspapier des Lehrstuhls:

Müller, S.; Wünschmann, S.: Markenvertrauen: Aktueller Stand der Forschung und empirische Untersuchung am Beispiel der Automobilbranche“ (Informationen unter [www.marketingverein.de](http://www.marketingverein.de)).



## Marketing & Lehre:

Viele große Marken entstanden bereits zu Beginn des 20. Jahrhunderts. Daher feiert mancher Hersteller heute schon den 100. Geburtstag des Produktnamens. Daher führten wir gemeinsam mit Studenten und der *fit GmbH* (Hirschfelde) ein **Projektseminar „Jubiläums-Marketing“** durch. Die Teilnehmer recherchierten Stärken und Schwächen bisheriger Marken-Geburtstage. Daraus entwickelten sie einen eigenen Vorschlag, den sie in Konkurrenz zu anderen Teams präsentierten.

## Marketing & Praxis:

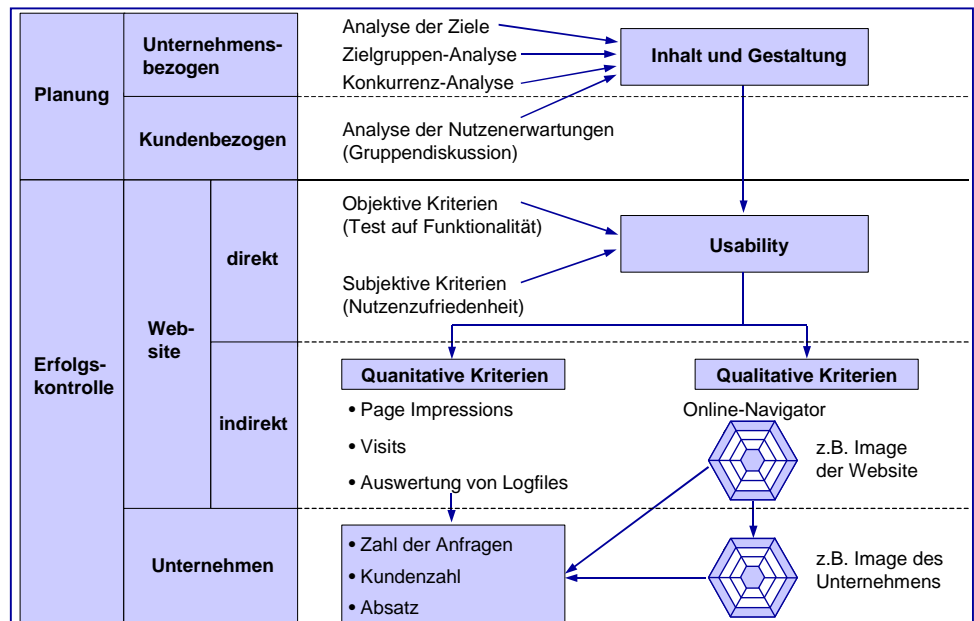
- Am 26.10.2004 leitet Frau Johne den Workshop **"Neuen Wegen folgen: Online-Marketing"** auf dem 1. Dienstleistungsforum Sachsen der *IHK Südwestsachsen Chemnitz-Plauen-Zwickau*. Im Rahmen des Workshops wird Sie außerdem unsere Forschungsergebnisse zu den Erfolgsfaktoren von Webseiten vorstellen. Gegenstand des Vortrages zum Thema „Webseiten erfolgreich gestalten“ sind unter anderem folgende Erkenntnisse:

**Wirkung:** Online-Werbung kann laut einer umfassenden Untersuchung zum Erfolg einer Marke beitragen. Während sich vor dem Start der Online-Kampagne 69% der Befragten an die Marke erinnern konnten, waren es nachher 73%. Die Werbe-Erinnerung stieg sogar um 45%.

**Farben:** Zahlreiche Studien zeigen, dass Internet-Nutzer blaue, grüne und gelbe Webseiten als sympathisch empfinden. Schlecht schneiden die Farben Rot und Orange ab. Grau gestaltete Webseiten gelten als besonders seriös.

**Erfolgskontrolle:** Bereits 85% des Mittelstandes sind im Internet präsent. Den Erfolg ihrer Webseite kontrollieren aber nur wenige. Gerade wenn ein Unternehmen einen neuen Auftritt gestaltet oder einen bisherigen verändert, sollte es die Wirkung dieser Maßnahmen im Auge behalten. Hierzu entwickelten wir ein geeignetes Instrument. Mit dem so genannten **Online-Monitor** (siehe Abbildung) lässt sich der Internetauftritt vorab erfolgs- und kundenorientiert planen (Ziel- und Wettbewerbsanalyse sowie Gruppendiskussion mit Kunden). Vor der Veröffentlichung kann man damit weiterhin kontrollieren, ob Inhalt und Gestaltung

das erfüllen, was die Zielgruppe vom Unternehmen erwartet. Hierzu ist keine große Stichprobe nötig. Vielmehr testet eine kleine Gruppe von repräsentativen Kunden, ob sich Informationen in angemessener Zeit auf der Homepage finden lassen. Außerdem geben sie an, wie zufrieden sie mit der Webseite sind. Online-Marketing kann aber weit mehr erreichen; nämlich zum Erfolg des Unternehmens beitragen (z.B. Image verbessern und Absatz erhöhen). Auch dies kann der Online-Monitor prüfen.



Tipps für das Online-Marketing sowie detaillierte Informationen zum Online-Monitor können Sie dem **kommentierten Folienband** zu dem Vortrag von Frau Johne entnehmen (Informationen unter [www.marketingverein.de](http://www.marketingverein.de)).

- Außerdem spricht Frau Johne auf der 2. *crossmedia - Fachmesse* in Dresden am 6. November 10.15 Uhr zum Thema „Erfolg von Sponsoring kontrollieren - Präsentation des Sponsoring-Navigators“ und um 12.15 Uhr über die Ergebnisse unseres Forschungsprojektes zum Sponsoring-Erfolg („Sponsoring erfolgreich gestalten“). Außerdem präsentieren wir unseren Verein auf dem Stand 3 - E5. Über Ihren Besuch würden wir uns ausgesprochen freuen.