

Link: <https://www.computerwoche.de/a/grossunternehmen-zu-oft-im-blindflug,1890407>

Marketing-Kampagnen

Großunternehmen zu oft im Blindflug

Datum: 23.03.2009
Autor(en): Diego Wyllie

Marketer in deutschen Großunternehmen tun sich damit schwer, den Erfolg integrierter Marketing-Kampagnen zu messen. Das Hauptproblem dabei ist die gleichzeitige Erfassung und Bewertung von On- und Offline-Initiativen, so eine europäische Studie.

Demnach streben viele deutsche Großunternehmen zwar eine bessere Direktkommunikation mit ihren Kunden an. Doch bei der Messung der Aktivitäten kommen zwei Drittel der interviewten Firmen ins Straucheln. Manche Online-Marketing-Aktivitäten wie etwa **Website-Optimierung**¹ und **Web-Analysen**² würden stark in die übergreifenden Kommunikationsaktivitäten des Unternehmens einwirken. Was jedoch bislang fehlt, sei ein ganzheitliches Bild aller integrierten **Marketing-Kampagnen**³.

Die Untersuchung belegt zudem, dass für 62 Prozent der deutschen Chief Marketing Officers (CMO) ein Mangel an Verständnis digitaler Medien einem größeren Investment der Unternehmen in digitales Marketing entgegenstehen, unzureichende Online-Mess-Systeme hinderten für weitere 45 Prozent der großen Firmen neue **Marketing-Investitionen**.⁴

Digitale Medien bislang kaum verstanden

Wenn Unternehmen einen Marketing-Ansatz kreieren könnten, der **On- und Offline-Maßnahmen**⁵ berücksichtigt, sagen laut Umfrage 71 Prozent der deutschen CMOs, sie hätten insgesamt mehr Kontrolle über die Marketing-Aktivitäten. Weitere 72 Prozent glauben dabei, sie würden ihre Kunden besser kennen lernen, während 78 Prozent der Meinung sind, die Kunden würden schneller antworten. Zudem geben 75 Prozent der Interviewten an, sie könnten die Wirksamkeit der Marketing-Initiativen besser messen.

Das britische Marktforschungsunternehmen **Coleman Parkes Research**⁶ befragte im Auftrag des Druckerherstellers **Xerox**⁷ 167 Chief Financial Officer (CFOs) sowie 460 CMOs aus Großunternehmen mit mehr als 1.000 Mitarbeitern in Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien, den Niederlanden und Großbritannien.

Links im Artikel:

¹ https://www.computerwoche.de/knowledge_center/mittelstands_it/1869212/

² https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/1881454/

³ https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/1887516/

⁴ https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/1887517/

⁵ https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/1884078/

⁶ <http://www.coleman-parkes.co.uk/>

⁷ <http://www.xerox.de/>

IDG Tech Media GmbH

Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung oder Weiterverbreitung in jedem Medium in Teilen oder als Ganzes bedarf der schriftlichen Zustimmung der IDG Tech Media GmbH. dpa-Texte und Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dürfen weder reproduziert noch wiederverwendet oder für gewerbliche Zwecke verwendet werden. Für den Fall, dass auf dieser Webseite unzutreffende Informationen veröffentlicht oder in Programmen oder Datenbanken Fehler enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit des Verlages oder seiner Mitarbeiter in Betracht. Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Für Inhalte externer Seiten, auf die von dieser Webseite aus gelinkt wird, übernimmt die IDG Tech Media GmbH keine Verantwortung.