

„Sprechender Einkaufswagen“ als Wundermittel? – Dr. Kaapke über die Effektivität von PoS-Werbung

Beim mittlerweile dritten Heidenheimer Medien-Forum referierte Dr. Andreas Kaapke, Geschäftsführer des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln, über neue Werbemöglichkeiten am Point of Sale – vom Instore Radio über das Duftterminal bis hin zum „sprechenden Einkaufswagen“. Mehr als 100 Gäste konnten wir bei dieser Veranstaltung an der BA begrüßen.



Beim Medien-Forum: Prof. Dr. Froböse und Dr. Kaapke

„Werbewirkungsmessung am Point of Sale – zwischen wissenschaftlicher Präzision und Lesen im Kaffeesatz“, so lautete das genaue Vortragsthema von Dr. Kaapke, der die Zuhörer mit seiner unnachahmlich unterhaltsamen Art in den Bann zog. Anknüpfungspunkt für den Vortrag war ein altbekanntes Problem: Die Hälfte aller Werbeausgaben ist unnötig – nur welche Hälfte? Diese Frage lässt sich bei den PoS-Medien eher beantworten als bei klassischen Massenmedien. Anhand von Beispielen wurden konkrete Werbewirkungsmessungen gezeigt und deren Ergebnisse diskutiert.

Die Wirkung von Werbung am Point of Sale ist wissenschaftlich belegbar, so das Fazit von Dr. Kaapke. Wichtig ist dabei allerdings das Zusammenspiel mit klassischen Werbeträgern. Welche „neuen“ PoS-Medien mit welchen klassischen Medien zu kombinieren sind, muss allerdings zum Teil noch erforscht werden – eine Aufgabe, der sich das Institut für Handelsforschung seit einiger Zeit widmet.

Im Anschluss an den Vortrag von Dr. Kaapke ergab sich eine interessante Diskussion, an der sich auch Praktiker aus den Heidenheimer Handelsniederlassungen beteiligten.

Außerdem ließen sich viele Gäste die Vorführung unseres neuen Eye-Trackers nicht entgehen. Dabei demonstrierte Online-Marketing-Experte und Werbepsychologe Prof. Walter konkret, wie das Gerät zur Erhöhung der Benutzerfreundlichkeit von Internetauftritten genutzt werden kann.



Führte den Eye-Tracker vor: Prof. Dr. Walter

Neuer Dozent: Dr. Michael Schmid



Dr. Schmid übernimmt im kommenden 3. Bachelor-Semester die umfangreiche Lehrveranstaltung „operatives Dienstleistungsmarketing“ (52 Stunden). Unser neuer Dozent ist außerordentlich vielseitig. Als Unternehmensberater unterstützt er Industrie- und Dienstleistungsunternehmen, vor allem in der Professionalisierung kundenbezogener

Wertschöpfungsprozesse. Als Dozent und Lehrgangsführer ist er u.a. an der Verwaltungs- und Wirtschaftsakademie (VWA), der Technischen Akademie Esslingen, der Steinbeis-Hochschule Berlin (SHB) sowie im DaimlerChrysler Bildungswesen tätig. Er ist außerdem Autor zahlreicher Fachbücher, u.a. zu Marketing-, Dienstleistungs-, Personalentwicklungs- und Wissensmanagement-Themen. Aus seiner Feder stammen beispielsweise die Bücher „Service Engineering“ (Kohlhammer-Verlag) sowie die im Vahlen-Verlag erschienenen Werke „B2B-Markenmanagement“ (mit Waldemar Pförtisch) und „Praxis des Wissensmanagements“ (mit Klaus Götz), in die aktuelle empirische Branchenerkenntnisse aus seiner Tätigkeit als Berater, Coach und Trainer eingeflossen sind.

Auf Abschlussfahrt in Stockholm

Einen festen Platz im Angebot unseres Studiengangs hat seit jeher die beliebte Studien-Abschlussfahrt, die im letzten Semester immer von Donnerstag bis Sonntag stattfindet. Ging es in den vergangenen Jahren dabei zumeist an den Gardasee, so stand diesmal die schwedische Hauptstadt auf dem Programm. Untergebracht waren wir in einem ausrangierten Krabbenkutter, der zu einer urigen Herberge umfunktioniert wurde. Die ereignisreichen vier Tage waren gespickt mit kulturellen Highlights, Museumsbesuchen und einer Bootstour durch die Stockholmer Schären, die zu den sehenswertesten Naturschönheiten Skandinaviens zählen.



Vor der Schären-Tour: Unser Jahrgang 2004

Derzeit befinden sich die Studenten in der letzten Praxisphase, an deren Ende noch die letzte, mündliche Abschlussprüfung ansteht. Einen festen Arbeitsvertrag haben fast alle Studenten dieses kleinen, aber feinen Absolventen-Jahrgangs allerdings schon jetzt in der Tasche.

Münchener BA-Dozentinnen sorgen mit Uni-Spin-off in der Fachwelt für Aufsehen

Dass sie über hervorragende fachliche und didaktische Fähigkeiten verfügen, haben Sina Fichtel und Nina Specht als unsere Dozentinnen für Dienstleistungs- bzw. Servicemanagement bereits mehrfach bewiesen. Vor Kurzem nun haben beide in recht jungen Jahren den Dokortitel erworben, und beide beschäftigten sich am Marketing-Institut von Prof. Dr. Anton Meyer an der Uni München in ihren Doktorarbeiten mit der Interaktion zwischen Kunden und Mitarbeitern in Dienstleistungs-Prozessen. Ihre Forschungsarbeiten wurden bereits mehrfach ausgezeichnet.

Statt die wissenschaftliche Karriere weiter zu verfolgen oder eine gut dotierte Festanstellung anzutreten, wie in dieser Situation üblich, wagten sie den Sprung ins kalte Wasser. Basierend auf ihren Forschungsergebnissen wurde ein so genannter „Servicelust-Creator“ entwickelt, der das Kernprodukt des gemeinsamen Uni-Spin-off-Unternehmens „Servicelust GmbH“ darstellt. Der methodisch innovative Forschungs- und Managementansatz konzentriert

sich gezielt auf die Optimierung des Mitarbeiter-Verhaltens im persönlichen Kundenkontakt. Basierend auf einer ganzheitlichen Analyse von Kundenerlebnissen wird ermittelt, wie sich das Mitarbeiterverhalten am Point of Sale auf die Kundenzufriedenheit und die Markenwahrnehmung auswirkt – und welche Stellhebel das Unternehmen nutzen sollte, um das Interaktionsverhalten der Mitarbeiter kundengerecht zu gestalten.



Geschäftsführerinnen der Servicelust GmbH:
Dr. Nina Specht und Dr. Sina Fichtel

Die Juli-Ausgabe der Absatzwirtschaft (S. 94 ff.) berichtet ausführlich über das entwickelte Marktforschungs-Tool.

Umzug gegen Jahresende geplant

Für Ende November/Anfang Dezember ist vorgesehen, dass unser Studiengang in ein Bürogebäude an der Bergstraße 4 umzieht – keine 100 Meter von dem bisherigen Standort, dem BA-Hauptgebäude, entfernt. Der Arbeitsbeginn weiterer neuer Professoren und Mitarbeiter noch im Laufe dieses Jahres erfordert eine Erweiterung der Raumkapazitäten. In unserem neuen Refugium werden uns mehr Räume zur Verfügung stehen, die u.a. genutzt werden für die Einrichtung eines Eye-Tracking-Labors und eines studentischen Aufenthaltsraumes.

Die BA Heidenheim wird nach dem Umzug auf mittlerweile fünf Standorte verteilt sein. Der „richtige“ Umzug wird aller Voraussicht nach Mitte 2010 stattfinden – dann werden alle Studiengänge in einem ganz neuen Gebäude unter einem Dach vereint sein, in unmittelbarer Nähe des Heidenheimer Bahnhofs und des Landesgartenschau-Geländes.

Impressum

Redaktion:
Prof. Dr. Michael Froböse
Studiengangsleiter
Tel. 07321/381966
Mobil 0172/4059176
frobiose@ba-heidenheim.de

Herausgeber (V.i.s.d.P.):
Berufsakademie Heidenheim
Studiengang Dienstleistungs-
management/-marketing, Vertie-
fung Medien & Kommunikation
Postfach 11 30
89501 Heidenheim