

»Je mehr Konversation abseits der gewohnten Kanäle im Internet passiert, desto geringer wird die Macht des Unternehmens, das Image seines Produkts zu beeinflussen.«

US-Ökonom Philip Kotler auf die Frage nach Opfer und Schuldigen der Wirtschaftskrise im „Die Presse“-Interview November 2009.



MarketingIT Solution Forum bietet Software zum Anfassen



Software-Lösungen im Marketing sind heute eine Selbstverständlichkeit, aber auch eine Notwendigkeit. Immer weniger Menschen müssen immer mehr Kampagnen und Aktivitäten im Marketing überwachen. Hinzu kommt, dass für den gleichen Umsatz immer mehr Aktionen

gestartet werden müssen. Der Leistungsdruck auf das Marketing wächst also immens. Das Feld an IT-Lösungen für Vertrieb, Marketing und Marktforschung ist allerdings groß und unübersichtlich. Daher veranstaltet das Fachportal MarketingIT, ein Spin-off der absatzwirtschaft, erstmalig am 28. Januar von 10 bis 18 Uhr eine Hausmesse. Bei diesem Forum kommen rund acht Aussteller in die Räume der Verlagsgruppe Handelsblatt. Die Aussteller präsentieren Software-Lösungen aus den Bereichen CRM, Vertrieb, Kundenservice, Online Panels, Online-Befragungen

und Marketing Resource Management. In Fachforen werden die Aussteller dabei im Detail auf das Thema Marketing-Effizienz durch IT eingehen. Teilnehmer können sowohl Vorträge besuchen als auch IT-Lösungen für das Marketing prüfen und ausführliche Gespräche direkt vor Ort mit den Lösungsanbietern führen. Die Räumlichkeiten der Verlagsgruppe Handelsblatt bieten dazu den Rahmen im altehrwürdigen Walzstahlhaus in der Kasernenstraße 36 unweit der Kö im Herzen der Medienmetropole Düsseldorf. ← www.marketingit.de/solution-forum

Werbekblock: Mache Deinen Brotkasten selbst

Werbung kann manchmal zu intellektuellen Streuverlusten führen. Die Kölner Marketingberatung Endmark zeigt in ihren Studien immer wieder, dass deutsche Konsumenten oft nicht in der Lage sind, englische Werbesprüche richtig zu übersetzen. 2003 machte die Handelskette Douglas die unerfreuliche Erfahrung, dass ein großer Teil der Kunden die Aufforderung „Come in and find out“ falsch interpretierte: „Komm rein – und finde wieder raus.“ Nun hat Endmark nachgelegt und aktuelle Werbekreationen untersucht. Prominentes Beispiel ist das Videportal Youtube mit dem Spruch „Broadcast yourself“, was sinngemäß bedeutet „Sende (Dich) selbst“. 30 Prozent der Probanden in deutschen Großstädten verstanden das auch so. Der Rest kam zu kuriosen Übersetzungen wie „Füttere Dich selbst“, „Entdecke Dich selbst“, oder „Mache Deinen Brotkasten selbst“. Nicht bewiesen ist, ob diese Testpersonen den Namen „Youtube“ mit „Du Tube“ übersetzen: „Mache Deinen Brotkasten selbst, Du Tube“ oder „Mache aus Deiner Tube einen

Brotkasten“. Da sage mal einer, die Deutschen seien nicht empfänglich für kreative Werbesprache ←

Prof. Dr. Christoph Moss leitet den Studiengang „Communications & Marketing“ an der International School of Management. Er ist Autor des Buchs „Deutsch für Manager“ und Gründer der Kommunikationsberatung „mediamoss“. Für absatzwirtschaft wird der Kommunikationsexperte ab sofort jeden Monat an gleicher Stelle die Sprache der Werber augenzwinkernd unter die Lupe nehmen. Erreichbar ist der Autor unter info@christoph-moss.de.

