



## Zitat des Monats

»Wir sehen Content Marketing grundsätzlich kritisch. Wir sind überzeugt, dass Inhalte von Redaktionen, die unabhängig von Vermarktungsinteressen agieren, erstellt werden sollten.«

Peter Würtenberger, Chief Marketing Officer der Axel Springer SE zum Thema Native Advertising in Meedia

## Opel deklassiert die Konkurrenz

### TOP 10 DER WAHrgENOMMENEN MARKEN IM VERGLEICH

MARKE	AUGUST 2014 IN PROZENT	AUGUST 2014 IN MILLIONEN EURO
Opel	6,1	7,2
Mercedes-Benz	2,7	2,0
Coca-Cola	2,4	6,2
Nivea	2,4	11,6
Vodafone/Arcor	2,1	12,9
BMW	2,1	3,5
Audi	1,8	3,2
Volkswagen	1,8	6,2
Deutsche Telekom	1,6	28,7
Haribo	1,4	6,2

Quelle: Das Marktforschungsinstitut Innofact erfragt im Auftrag von absatzwirtschaft die ungestützte Wahrnehmung von Markenwerbung (2 113 Befragte für August 2014). Ebiquty und die Marktforschung Research Tools berechnen die Werbevolumen in wichtigen Medien.

Beim Absatz läuft es für die Rüsselsheimer Autobauer derzeit ganz gut. Außerordentlich positiv entwickelte sich im Ferienmonat August auch die Werbeerinnerung. Hier erreichte Opel nach zwei rückläufigen Monaten einen Jahreshöchstwert und deklassiert die Konkurrenten – bei einem um 930 000 Euro erhöhten Werbebudget. Kräftig investierte dagegen die Deutsche Telekom, die Anfang September auf der IFA ihr neues Portfolio Magenta Eins präsentierte. Gegenüber dem Vormonat wurde das Budget mit einem Plus von rund 14 Millionen Euro auf 28,7 Millionen Euro nahezu verdoppelt. Das Investment reicht erst einmal nur für Platz neun, dürfte aber in den nächsten Monaten seine Wirkung zeigen, da die Kampagne für Magenta Eins auf allen Kanälen noch weiter läuft.

Parallel zum Anstieg der Wahrnehmung der Marke Opel entwickelte sich die Erinnerung an das Opel-Testimonial Jürgen Klopp. An den Dortmunder Fußballtrainer konnten sich 12,4 Prozent der Befragten erinnern. Mit seinem Jahreshöchstwert verteidigt er souverän Platz eins. Wie kurzlebig Ruhm sein kann, müssen die WM-Helden Schweinsteiger und Müller erleben, deren Werte klar rückläufig sind. Im Gedächtnis haften geblieben sind anscheinend die Libero-Einlagen von Manuel Neuer. Das Testimonial der Coca-Cola-Kampagne erreicht mit 4,1 Prozent seinen Jahreshöchstwert. ←

[www.absatzwirtschaft.de/markenwahrnehmung](http://www.absatzwirtschaft.de/markenwahrnehmung)

## Eldorado für Marktforscher

Die Marktforschungsmesse **Research & Results 2014** kann in diesem Jahr einen neuen Ausstellerrekord verbuchen: Über 150 Aussteller aus 25 Ländern versammeln sich am 22. und 23. Oktober 2014 im Münchner MOC auf der führenden internationalen Messe für Marktforschung. Zu den Ausstellern gehören die großen Namen der Branche, aber auch viele kleine und mittlere Unternehmen. 34 Prozent der Aussteller kommen mittlerweile aus dem Ausland, wobei die USA und Großbritannien Spitzenreiter sind. Auf der Messe wird es 91 Workshops geben zu klassischen Themen wie Kundenbindung und Markenführung, aber auch die Trendthemen Mobile, Big Data und Social Media. Zudem wird Google sein Befragungstool vorstellen. „Auf der Research & Results findet sich die ganze Bandbreite zeitgemäßer Marktforschung an einem Ort. Die Messe ist national und international der Hotspot für Business, Wissenstransfer und Networking“, erklärt der Geschäftsführer des Veranstalters, Martin Sippel. ←

[www.research-results.de](http://www.research-results.de)

## Berichtigung

In der Ausgabe 9/2014 haben wir in dem Beitrag „Zu konservative Innovatoren“ (Seite 8) berichtet, dass Unternehmen, die sich auf ihre eigene F&E-Abteilung verlassen, bis 2025 mit einem Umsatzrückgang von 23 Prozent rechnen müssen. Richtig ist jedoch, dass der Report zu zentralen Trends in Innovationsstrategien damit rechnet, dass interne Innovationsmodelle – wenn sich Firmen auf ihre eigenen F&E-Abteilungen verlassen – bis 2025 um 23 Prozent zurückgehen. Wir bitten diesen Fehler zu entschuldigen. ←