

RATIONAL erhält BBDO Consulting Best Marketing Company Award

Studie: Marktorientierung steigert Innovationskraft und Kundenzufriedenheit um jeweils 18 % / BBDO Consulting und der Lehrstuhl für innovatives Markenmanagement der Universität Bremen untersuchen die Erfolgsfaktoren marktorientierter deutscher Unternehmen / Sieger ist der Spezialist für Großküchentechnik RATIONAL, AUDI folgt auf Platz 2, den dritten Rang belegt SolarWorld

Düsseldorf, 25. April 2008 – BBDO Consulting, die internationale Managementberatung der deutschen BBDO-Gruppe, und der Lehrstuhl für innovatives Markenmanagement der Universität Bremen haben in einer empirischen Studie die Erfolgsfaktoren marktorientierter Unternehmen untersucht. Spitzenreiter ist der Landsberger Spezialist für Großküchentechnik RATIONAL, dicht gefolgt von AUDI. Platz drei belegt der SolarWorld-Konzern. Im Rahmen der Studie wurden 282 börsennotierte Unternehmen hinsichtlich ihrer Marktorientierung untersucht und ihre Ertrags- und Wachstumskraft sowie die Börsenperformance der letzten fünf Jahre bewertet. Die Ergebnisse zeigen: Marktorientierung ist messbar und wirkt sich wertschaffend auf alle Unternehmensbereiche aus. Die marktorientiertesten Unternehmen wurden in Düsseldorf mit dem BBDO Consulting Best Marketing Company Award ausgezeichnet. Die Studie erscheint in Medienkooperation mit der absatzwirtschaft.

Die Kernergebnisse

- Marktorientierung beeinflusst nicht nur die Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit eines Unternehmens positiv, sondern zahlt sich auch in Form von Wachstum, Umsatz und Rendite aus.
- Bei marktorientierten Unternehmen weisen Marketing-, Vertriebs- und Markenstrategie eine hohe Konsistenz auf.
- Effektives und transparentes Informationsmanagement ist Grundvoraussetzung für Marktorientierung.
- Marktorientierte Unternehmen setzen ihr Marktwissen in innovative Produkte und Dienstleistungen um.
- Das Thema Marketing ist auf Top-Management-Ebene angesiedelt.
- Jedes Unternehmen kann marktorientiert sein – unabhängig von Größe, Branche und weiteren externen Faktoren.

Top 20 BBDO Consulting Best Marketing Companies 2008

Rang	Unternehmen	Branche
1.	RATIONAL AG	Industrie- und Investitionsgüter
2.	AUDI AG	Automotive
3.	SolarWorld AG	Energie, Versorgung, Neue Energien
4.	Merck KGaA	Healthcare, Pharma, Chemie, Biotech
5.	Volkswagen AG	Automotive
6.	Celesio AG	Retail, Consumer-Goods
6.	Daimler AG (Mercedes-Benz)	Automotive
7.	Henkel KGaA	Retail, Consumer-Goods
8.	Allianz Lebensversicherungs-AG	Banken, Versicherungen und Finanzdienstleister
9.	Business Media China AG	Media
10.	Bayerische Motoren Werke AG	Automotive
11.	Pulsion Medical Systems AG	Healthcare, Pharma, Chemie, Biotech
12.	TA Triumph-Adler AG	Telko, High Tech, IT
13.	BHS tabletop AG	Retail, Consumer-Goods
14.	Amadeus FiRe AG	Dienstleister
15.	Oldenburgische Landesbank AG	Banken, Versicherungen und Finanzdienstleister
16.	BIEN-ZENKER AG	Bauindustrie, Immobilien
17.	Geratherm Medical AG	Healthcare, Pharma, Chemie, Biotech
18.	aleo solar AG	Energie, Versorgung, Neue Energien
19.	DVB Bank AG	Banken, Versicherungen und Finanzdienstleister
20.	Mineralbrunnen Überkingen-Teinach AG	Retail, Consumer-Goods

Die Ergebnisse im Detail

Studiengrundlage ist das Verständnis von Marktorientierung als Fähigkeit zur unmittelbaren Aufnahme, Verarbeitung und Reaktion auf Marktinformationen. Marketing ist danach als konsequent marktorientierte Führung des gesamten Unternehmens zu verstehen.

Die Studie basiert auf Vergleichsmessungen zwischen den Top-30-Unternehmen im Verhältnis zu den letzten 30 der 282 befragten Unternehmen. Der Marktanteil marktorientierter Unternehmen ist im Vergleich zu den Wettbewerbern um bis zu 21 % höher als bei den am wenigsten marktorientierten.

Ein wichtiger Faktor ist die Konsistenz der Unternehmensstrategien. Die 30 marktorientiertesten Unternehmen bewerten die Übereinstimmung zwischen ihrer Unternehmens- und ihrer Marketingstrategie um 64 % besser als der Durchschnitt der 30 am wenigsten marktorientierten Unternehmen.

Zu den Siegern

Spitzenreiter RATIONAL punktet mit klarer Fokussierung auf den Kundennutzen. Die unternehmensweite durchgängige Prozessorganisation steigert die Marktorientierung und definiert Verantwortlichkeiten. Eine klare Marken-Marketing- und Vertriebsstrategie und der regelmäßige Abgleich der Produktentwicklungen mit den Markterfordernissen führen zu hoher Innovationskraft. Produkte wie das SelfCooking Center® demonstrieren Technologieführerschaft und Innovationsstärke. Sogar die Queen ist RATIONAL-Fan. Die Landsberger Großküchen-Profis beliefern den Palast und dürfen die Unterlagen ihrer High-Tech-Öfen mit dem Wappen der Queen schmücken.

Auch AUDI setzt kontinuierlich neue Innovationsstandards. Der Automobilhersteller zeichnet sich durch Premiumqualität, ein herausragendes Informationsmanagement und hohe Innovationskraft aus. Weitere Erfolgsfaktoren sind das hohe Managementinvolvement, die enge Kooperation zwischen Marketing, Vertrieb und Forschung & Entwicklung und ein dichtes Vertriebs- und Service-netz. Der enge Kontakt zu den Kunden führt zu einer hohen Kundenzufriedenheit und -loyalität.

Der Drittplatzierte SolarWorld überzeugt mit Top-Technologie und Qualitätsführerschaft in allen Anwendungsbereichen. Der voll integrierte solare Wertschöpfungsprozess und die individuellen Produktmarken stärken die Marktposition des Konzerns.

„Die Studie belegt, dass sich Marktorientierung auch in harter Währung wie Wachstum, Umsatz und Rendite auszahlt. Dabei ist Marktorientierung keine Geheimwissenschaft, sondern von jedem guten Management organisierbar. Wesentliche Treiber sind die Konsistenz in der Unternehmensstrategie und ein langfristiges, nachhaltiges Markenwertmanagement“, so Udo Klein-Bölting, CEO BBDO Consulting.

„Marktorientierte Unternehmen hören ihrem Kunden und ihrem Markt besonders gut zu und setzen die Information in neue Produkte oder Services um. Das Entscheidende ist, wie auf Informationen reagiert wird: Wo das schnell und funktionsübergreifend geschieht, herrscht eine hohe Marktorientierung“, kommentiert Prof. Dr. Christoph Burmann, Inhaber des Lehrstuhls für innovatives Markenmanagement der Uni Bremen, die Studienergebnisse.

Studiendesign

Die Studie wurde in Zusammenarbeit mit dem Lehrstuhl für innovatives Markenmanagement (LiM®) der Universität Bremen im Zeitraum KW 3 bis KW 8 2008 durchgeführt. Die Datenerhebung erfolgte im Rahmen einer 15-minütigen

Telefon- oder Onlinebefragung anhand eines standardisierten Fragebogens, der von Marketingvorständen und Marketingleitern von 282 börsennotierten Unternehmen in Deutschland beantwortet wurde. Die Rücklaufquote lag bei 23,5 % (Stichprobenumfang: N = 1.200 befragte Unternehmen). Die Verteilung der befragten Unternehmen erfolgte gleichmäßig über alle Unternehmensgrößen aus DAX30, M-DAX, S-DAX, TecDAX, Prime und General Standard. Anteilig sind der Finanzsektor, Telko/High Tech/IT, Industrie und Healthcre/Pharma/Chemie am stärksten vertreten. Die Ergebnisse der Fragebögen wurden mit der Börsenperformance, der ermittelten Ertragskraft (EBIT-Marge, Umsatzrendite) und der Wachstumskraft (Umsatzwachstum im Vergleich zum Marktwachstum) des jeweiligen Unternehmens in den letzten fünf Jahren verknüpft. Somit setzt sich der Gesamt-Score der Marktorientierung zu zwei Dritteln aus der subjektiven Marktorientierung und zu einem Drittel aus der Ertragskraft, dem Wachstum und der Börsenperformance zusammen.

BBDO Consulting

BBDO Consulting ist die internationale Top-Managementberatung mit Fokus auf marktorientierter Unternehmensführung. Gemeinsam mit ihren Kunden entwickelt und implementiert BBDO Consulting Strategien zur Marktbearbeitung und übersetzt sie in konkrete, handlungsleitende Grundsätze und Systeme. Internationale Bluechip-Kunden und Marktführer vertrauen seit der Gründung 2000 der einmaligen Expertise in den Bereichen strategisches Marken- und Kundenmanagement. BBDO Consulting baut auf das umfassende Know-how der Mitarbeiter aus Beratung und Industrie auf. Die tiefe lokale Kenntnis der Märkte verbunden mit einer globalen Perspektive ist Teil des Erfolgs an den Standorten Berlin, Düsseldorf, Johannesburg, Madrid, Moskau, München, Shanghai und Tel Aviv. BBDO Consulting ist Teil der BBDO Worldwide, eines der führenden internationalen Agenturnetzwerke mit über 290 Büros in 77 Ländern.

Ansprechpartner bei BBDO Consulting

Udo Klein-Bölting
 CEO BBDO Consulting
 T +49.211.1379-8314
 F +49.211.1379-8362
udo.klein-boelting@bbdo-consulting.com
www.bbdo-consulting.com

Ansprechpartner bei BBDO Germany

Ingeborg Trampe
 Director Marketing & Communications
 T +49.211.1379-8103
 F +49.211.1379-918103
presse@bbdo.de
www.bbdo.de