Hochschule in Zweibrücken

Mai 2019
Band 5, Ausgabe 5

# Prof Reichling´s Digital Media Marketing Management

Alle Katzen lieben Cat-Love

## DER INTERNET– AUFTRITT

Dieser Fall soll Ihnen die Gelegenheit geben, die bisher im Studiengang erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten zur marktorientierten Gestaltung eines Internet-Auftrittes unter Beweis zu stellen.

Dabei lernen Sie, wie die gestalterischen Elemente und Möglichkeiten einer Web-Site ein wesentlicher Teil des praktischen Marketing-Management sind.

Hier ist zu beachten, dass die Internetpräsentation des Unternehmens und des Produktes in die Einführungsstrategie eingebunden werden muss: Einerseits muss die Corporate Identity des Unternehmens über den gesamten Zeitablauf deutlich und stabilisiert werden, andererseits werden in der Einführungsphase andere Marktsegmente angesprochen als in der Reifephase des Produktes.

## DIE WEBSITE IN DER EINFÜHRUNGSPHASE

Die Einführung des neuen Katzenfutters CatLove steht nun unmittelbar bevor.

Ihre Aufgabe ist es diesmal, die Home-Site der Internetpräsentation zu gestalten.

Von dieser Seite aus sollen die notwendigen Unterseiten zu erreichen sein. (Beispielsweise die Seiten über das Unternehmen und die Corporate Mission, die Unterseite für die einzelnen Produkte der Marke CatLove und weitere zweckmäßige Informationsseiten. )

Diese CatLove-Homepage soll potentielle Kunden des angestrebten Marktsegmentes mit dem Unternehmen, der Marke und den Produkten bekannt machen.

Die von Ihnen zu gestaltende CatLove-Homepage muss folgende Kriterien erfüllen:

1. **Hohe Emotionalisierung der angestrebten Zielgruppen**
2. **Suchmaschinenoptimierung durch Metatags, Text und Gestaltung**
3. **Klare und eindeutige Corporate Identity der Deutschen Niederlassung des Unternehmens**
4 **Hohe Kundenbindung durch Anreize zum Wiederbesuch der Site.**

Die CatLove-Homepage soll zwei Wochen vor dem offiziellen Verkaufsbeginn im Netz stehen.

Schon 14 Tage vor dem offiziellen Verkaufsbeginn ist die Distribution angelaufen und es stehen ausreichende Mengen des Produktes in den Verkaufsstätten zur Verfügung.

Die Aktions– und Printwerbung beginnt mit dem offiziellen Verkaufsbeginn (24. Juli).

### ZUM SELBSTSTUDIUM:

**Markenmanagement**
„Marken zu managen heißt Assoziationen zu managen. Eine Marke symbolisiert und verspricht dem Kunden das was er mit ihr assoziiert. Diese Assoziationen entstehen hauptsächlich durch persönliche Erfahrungen … und durch analoge Erfahrungen und Berichte anderer Personen. .. Die besondere Aufgabe des Markenmanagements liegt darin, der Marke tief verankerte Assoziationen zu geben. .. Gelingt eine tief Verankerte Assoziation dann haben wir eine gefestigte Marke.“
Vgl. Kotler, Keller, Bliemel: Marketing–Management, München, 2007, S.511

**Neuprodukteinführung:**
„Die einzuleitenden Marketingmaßnahmen sollten darauf abzielen, das vom potentiellen Käufer empfundene Kaufrisiko beim Erstkauf zu überwinden“
Vgl.: Zentes: Grundbegriffe des Marketing, #stuttgart 1996, S.294

## Hinweis

*Dies ist ein frei erfundenes Fallbeispiel zum Unterricht an der Hochschule Kaiserslautern, Campus Zweibrücken. Ähnlichkeiten mit lebenden Personen oder real existierenden Organisationen und Produkten sind rein zufällig und nicht beabsichtigt. Normabweichungen bei der Rechtschreibung oder Kommasetzung sind beabsichtigt und dienen der graphischen Gestaltung.*

*Alle Rechte an dieser Fallstudie, insbesondere die Rechte auf Veröffentlichung und Verfilmung liegen beim Verfasser. Für Unterrichtszwecke an staatlichen Hochschulen, sowie an vergleichbaren Bildungseinrichtungen darf diese Fallstudie jederzeit kopiert und eingesetzt werden.*

# Aufgabe

Erstellen Sie in den jeweiligen Arbeitsgruppen eine fertige CatLove-Homepage. (Nur die Home-Site)

Erläutern Sie im Einzelnen mit welchen Elementen Ihre CatLove-Homepage die geforderten Kriterien erfüllt.

Die CatLove-Homepage soll in der Übung präsentiert werden.

Gehen Sie zur Vereinfachung der Aufgabenstellung wie bisher davon aus, dass ein Budget für die Einführungswerbung inkl. PR und Sponsoring von 2,5 Mio. $ für das erste halbe Jahr zur Verfügung steht, danach wird das Budget neu festgesetzt.

Präsentieren Sie das Verfahren im Team so als wären Sie die Agentur, die das Unternehmen in Deutschland mit der Strategie für die Einführungskampagne beauftragt hat. Ihre Zuhörer sind führende Mitarbeiter der US-amerikanischen Gesellschaft und der Vertriebsorganisation in Deutschland

Achten Sie dabei auch auf die Wirkung Ihrer Präsentation.

*Prof. Dr. H. Reichling*

*Hochschule Kaiserslautern*
*Campus Zweibrücken*
*66482 Zweibrücken*
*Amerikastr. 1*

*reichling@mittelstand-marketing.de*
*annalydia.Faust@fh-kl.de*