

# PRESSEMITTEILUNG

**Detzel Marketing, Dornierstraße 9, 71277 Rutesheim**

22. August 2012

## **Benchmarking-Ergebnisse veröffentlicht: Online-Aktivitäten der SHK- und Baubranche**

Der Studiengang „BWL - Branchenhandel Bau und Sanitär“ (bis Mitte 2012: BWL Handel – Vertriebs- und Kooperationsmanagement“) an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) Mosbach hat im Rahmen eines umfassenden Benchmarking-Projektes die Online-Aktivitäten von Handelsunternehmen der SHK- und Baubranche bewertet. Die Ergebnisse stehen ab sofort in einem 48 Seiten umfassenden, kostenlosen Ergebnisband zur Verfügung.

-----

“Die Schere geht bei den untersuchten Auftritten weit auseinander. Während einige Unternehmen mit ihrem Webauftritt vorne dabei sind, entspricht bei vielen das Online-Engagement weder technisch noch inhaltlich dem State of the Art. Noch wird es dem gerecht, was eigentlich in den Unternehmen steckt.“, fasst Sylvia Detzel, die im 4. Semester des Studiengangs das Modul „E-Commerce im Handel“ unterrichtet, die Ergebnisse zusammen. „Im Bereich der Suchmaschinen-Optimierung haben nur die wenigsten ihre Hausaufgaben gemacht und das Potenzial, das E-Mail-Marketing gerade auch im B-to-B-Bereich bietet, wird nicht annähernd ausgeschöpft.“, ergänzt die Dozentin, die hauptberuflich als Marketingberaterin tätig ist. Dass die Social Media bislang für die wenigsten Unternehmen eine wesentliche Rolle spielen, verwundere nicht, so Detzel. Dort allerdings, wo schon Aktivitäten in diesem Bereich da seien, könne man durchaus Potenzial erkennen - beispielsweise bei einigen untersuchten Präsenzen auf der Videoplattform YouTube.

# PRESSEMITTEILUNG

## **Das Praxisprojekt: In drei Stufen zur Vergleichbarkeit**

Um im 4. Semester des Studiengangs einen verstärkten Praxisbezug zu schaffen, wurde im Rahmen des Moduls „E-Commerce im Handel“ ein Praxisprojekt „Vertrieb / Vertriebsunterstützung über Online-Medien in der SHK- und Baubranche“ aufgesetzt. Die Studierenden des 4. Semesters hatten in diesem Rahmen in einem ersten Schritt zunächst einen einheitlichen Bewertungskatalog erarbeitet, mit dem eine Vergleichbarkeit der Webauftritte ermöglicht wird. Ziel war es, anhand des Katalogs zu begutachten, wie Unternehmen im Bau- und Sanitärbereich die Online-Medien – vor allem die eigene Homepage, aber auch damit verknüpfte Marketinginstrumente wie beispielsweise E-Mail-Marketing oder Social-Media-Aktivitäten – einsetzen. Im zweiten Schritt wurden dann 26 Händler-Websites anhand der definierten Kriterien bewertet. Der dritte Schritt, die Auswertung des Bewertungskatalogs sowie die Analyse und Interpretation der Ergebnisse wurde im Nachgang von der Unternehmensberatung Detzel Marketing übernommen. Die Ergebnisse können unter folgendem Link ab sofort kostenlos abgerufen werden: <http://goo.gl/adrNb>.

## **Web-Usability, Inhalte und Ästhetik als wesentliche Bewertungskriterien**

Einbezogen in die Bewertung der Unternehmens-Websites wurden die klassischen Aspekte, die die Web-Usability ausmachen. Dazu zählen die erwartungskonforme Platzierung bestimmter Elemente, die Ausgestaltung des Navigationskonzeptes sowie der Einsatz von Interaktionselementen. Des Weiteren lag ein Schwerpunkt darauf, herauszufinden, welche Inhaltsbereiche in dem Auftritt abgedeckt werden und in welcher Tiefe Informationen dazu angeboten werden. Eine Rolle spielten auch die Suchmaschinen-Optimierung der Seite und – wenn vorhanden – eine Kurzbewertung der Marketinginstrumente E-Mail-Marketing und Social-Media-Marketing.

# PRESSEMITTEILUNG

## **Branchenbezogene Forschungslinie im Studiengang etabliert**

„Mein Bestreben ist es, im Rahmen meines Studiengangs eine angewandte, auf die SHK- und Baubranche orientierte, empirische Forschung zu installieren.“, erklärt Prof. Dr. Alexander Neumann, Leiter des Studiengangs „BWL - Branchenhandel Bau und Sanitär“. So werden bereits regelmäßig von den Studierenden des 1. Semesters eintägige Betriebsanalysen bei Handwerksbetrieben durchgeführt. Die Handwerker erhalten im Anschluss eine Präsentation mit Stärken- / Schwächenanalyse. Außerdem führen Studierende des 3. Semesters in Zusammenarbeit mit dem Fachdozenten und der Studiengangsleitung jährlich eine Endkundenbefragung durch. „Die bereits etablierten Forschungsaktivitäten werden optimal ergänzt durch das Online-Benchmarking-Thema“, so Neumann. „Dass solche Projekte in das Unterrichtskonzept eingebunden werden, fördert unsere Zielsetzung, gemeinsam Erkenntnisse für die SHK- und Bau-Branche zu gewinnen, zu veröffentlichen und damit die Branchen zu fördern.“

## **Bewertung aller drei Wertschöpfungsstufen**

Im nächsten Kurs, der im Herbst startet, sollen Hersteller-Seiten aus der SHK- und Baubranche unter die Lupe genommen werden, im Folgejahr Handwerksbetriebe mit ihren Webauftritten. Denn Neumann und Detzel planen, jede Wertschöpfungsstufe spätestens alle drei Jahre zu untersuchen, um damit letztlich auch die Entwicklungen und Fortschritte der jeweiligen Unternehmen im Online-Bereich zu dokumentieren.

# PRESSEMITTEILUNG

## **Hintergrundinformationen zum Studiengang „BWL Handel - Branchenhandel Bau und Sanitär“ an der DHBW Mosbach**

Seit 2007 bietet die Duale Hochschule Baden-Württemberg Mosbach ein bundesweit besuchtes, SHK- und Bau-Branchen-orientiertes duales betriebswirtschaftliches Studienprogramm für die Unternehmen der SHK- und Bau-Branche an. Die Studierenden des Studiengangs „BWL - Branchenhandel Bau und Sanitär“ (bis Mitte 2012: „BWL Handel – Vertriebs- und Kooperationsmanagement“), der von Prof. Dr. Alexander Neumann geleitet wird, kommen aus allen drei Stufen: von Herstellerunternehmen, Großhändlergruppen und Handwerksunternehmen. Zielstellung der Unternehmen ist es, über den Studiengang branchenorientiert qualifizierten Nachwuchs als zukünftige Fach- und Führungskräfte auszubilden, besonders mit der Ausrichtung auf den Vertrieb. Der Intensivstudiengang mit 210 ECTS-Credits hat eine Dauer von drei Jahren und endet mit dem Abschluss Bachelor of Arts. Unterstützt wird er von der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft und dem Zentralverband Sanitär Heizung Klima. Mehr Informationen im Internet unter [www.dhbw-mosbach.de/bs](http://www.dhbw-mosbach.de/bs). Details zum Forschungskonzept finden sich unter: <http://www.dhbw-mosbach.de/studienangebote/branchenhandel-bau-und-sanitaer/forschungsprojekte-und-ergebnisse.html>

# PRESSEMITTEILUNG

## **Hintergrundinformationen zu Detzel Marketing**

Detzel Marketing wurde von der Diplom-Betriebswirtin Sylvia Detzel 2004 als Unternehmensberatung mit Schwerpunkt Marketing in Rutesheim bei Stuttgart gegründet. Von der Marketingberatung bis zur Umsetzung, vom Marketingkonzept bis zur Schulung erhalten Kunden auf Wunsch alles aus einer Hand. Neben dem klassischen Direktmarketing liegt ein besonderer Fokus der Marketingberatung auf den Online-Medien. Insbesondere mit den Themen Internet-Konzeption, Suchmaschinen-Marketing, E-Mail-Marketing und Social-Media-Marketing. Darüber hinaus hat Sylvia Detzel an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg mehrere Lehraufträge für Marketing. Mehr Informationen zum Unternehmen sowie seinen Dienstleistungen im Internet unter [www.detzel-marketing.de](http://www.detzel-marketing.de).

## **Pressekontakt**

Sylvia Detzel

Detzel Marketing, Dornierstr. 9, 71277 Rutesheim

Telefon: 07152 358182, E-Mail: [presse@detzel-marketing.de](mailto:presse@detzel-marketing.de)