

Presseinformation

Mehr Wirtschaft.

SCHLESWIG-HOLSTEIN

Wirtschaftsförderung
und Technologietransfer
Schleswig-Holstein GmbH

WT|SH

Wie kommt das Neue erfolgreich auf den Markt?

Marketing wird immer mehr Innovationsmarketing

Verantwortlich für den Text:

Wirtschaftsförderung
und
Technologietransfer
Schleswig-Holstein
GmbH
Ute Leinigen
Lorentzendam 24
24103 Kiel
leinigen@wtsh.de

Ansprechpartner:

Birgit Binjung
Tel.: 0431-66666-830
Fax: 0431-66666-768
binjung@wtsh.de

 INNOVATIONS|CLUB
SCHLESWIG - HOLSTEIN



MARKETING-CLUB SCHLESWIG-HOLSTEIN E.V.

 stark für den
aufschwung
IHK-Jahresthema
2010
finanzierung
innovation
märkte

Kiel, den 6. Mai 2010

In wirtschaftlich schwierigen Zeiten ist das Thema Innovation für Unternehmen wichtiger denn je. Nur wer es schafft, kundenorientiert und neuartig zu erfinden, entwickeln und produzieren, wird seine Produkte erfolgreich auf dem Markt platzieren können. Hierzu ist aber auch eine Anpassung der Marketingaktivitäten gefragt.

Über die kleinen aber feinen Unterschiede referiert Dr. Christian Barrot vom Institut für Innovationsforschung der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel im Rahmen der Veranstaltung „Innovationsmarketing“

**am 17. Mai 2010
von 18.00 bis ca. 22.00 Uhr
im Raum Ostsee, 1. OG
WTSH, Lorentzendam 24, 24103 Kiel**

Interessenten melden sich bitte unter www.wtsh.de/termine an.

Organisiert wird dieser Informationsabend vom Innovations-Club Schleswig-Holstein, dem Marketing-Club Schleswig-Holstein e. V. und der Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH (WTSH). „Wir freuen uns sehr, dass wir zu diesem, vor allem für mittelständische Unternehmen so wichtigen Thema, Referenten zu Theorie- und Praxisfragen gewinnen konnten“, freut sich Birgit Binjung, Leiterin der Abteilung Innovation der WTSH. Neben dem wissenschaftlichen Vortrag werden die Unternehmen ACO Severin Ahlmann GmbH & Co. KG, Kuhnke Automation GmbH & Co. KG und PROFAS GmbH & Co. KG von ihren Erfahrungen mit Innovationsmarketing berichten. Die PROFAS GmbH & Co. KG, ist 2009 im bundesweiten Unternehmensvergleich der TOP 100 Sieger in der Kategorie Innovationsmarketing geworden.

Anmerkung für die Redaktion:

Innovationsmarketing beginnt nicht erst beim Markteintritt eines neuen Produkts. Um einer Innovation zu einem guten Marktstart zu verhelfen, sind bereits im Vorfeld sowohl bei Kunden als auch bei den eigenen Mitarbeitern geeignete Marketingmaßnahmen zu ergreifen. Das Marketing für Innovationen ist insofern wichtig, als sich ein neues Produkt oder eine neue Dienstleistung meist nicht von selbst verkauft. Vielmehr müssen die Kunden zunächst von den Vorteilen der Innovation im Vergleich zu heutigen Angeboten überzeugt werden. Beim Innovationsmarketing sind Kundenorientierung und eine möglichst realistische Erfolgseinschätzung die zentralen Aspekte. 1943 erklärte Thomas J. Watson, Chairman von IBM: „I think there is a world market for about five computers“. Er hat sich erfreulicher Weise zugunsten des Unternehmens geirrt. Die Realität sieht aber deutlich finsterer aus. Bis zu 90% aller fertig entwickelten Produkte floppen! Um für das eigene Unternehmen eine bessere Quote zu erzielen, tun Unternehmen gut daran, sich mit der Aufgabe Innovationsmarketing auseinander zu setzen.