

Projektskizze: „Best-Practice-Marketingmaßnahmen in der Pandemie“

- Situation: Die Corona-Pandemie traf die Unternehmen unvorbereitet. Insbesondere der Lockdown stellte diese vor große Probleme. Auch innerhalb der Marketingwissenschaft und -praxis fehlte es an Literatur oder fertigen Konzepten, um eine solche Situation zu meistern.
- Ziel: Ziel unseres Projektes ist es, die während der Corona-Pandemie individuell von Unternehmen jeglicher Größe und Art in Deutschland eingesetzten individuellen Marketingmaßnahmen zu erfassen, zu analysieren und zu bewerten. Somit werden die Best-Practice-Marketingmaßnahmen und damit auch die Leistungen der marktorientierten Unternehmen gewürdigt. Außerdem stehen diese für zukünftige Pandemien als positive Beispiele und Ideen zum Umgang mit solchen Situationen zur Verfügung.
- Vorgehensweise (Projektteam)
 1. Recherche der Marketingmaßnahmen (Google-Recherche, Zeitungsanalyse, Ansprache von Multiplikatoren, Aufrufe),
 2. Recherche und Festlegung von Analysekrterien,
 3. Recherche und Festlegung von Bewertungskriterien,
 4. Analyse und Bewertung aller gefundenen oder online gemeldeten individuellen Marketingmaßnahmen,
 5. Präsentation der Best-Practice-Maßnahmen.
- Projektbeginn: 1. Juni 2021
- Projektende: offen (ggf. Pandemieende)
- Projektleitung: ProfNet Institut für Internet-Marketing e.V., Stiftsherrenstr. 4, 48143 Münster, kamenz@profnet.de, www.profnet.de/im; in Zusammenarbeit mit Studierenden der Projektvorlesung „Aktuelles Thema“ von Prof. Dr. Uwe Kamenz an der FH Dortmund
- Aufruf: an jedermann und jederfrau:

Bitte melden Sie uns jede Ihnen seit Beginn der Corona-Pandemie von einem Unternehmen in Deutschland aufgefallene Marketingmaßnahme (z.B. Angebote, Werbung, Verkauf, ...) unter:

<https://forms.gle/XEKVB9Qhae38EiY56>

Vielen Dank
Das Projektteam