



24. November 2014

**Pressemitteilung 66/2014**

**HWR Berlin meets Marketing Club Berlin**

## **Elektromobilität: Marketing als Innovationstreiber**

Wenn es um Soziale Medien geht, ist „jede Entscheidung besser als keine Aktion“, rät **Prof. Dr. Ralf E. Strauß** Unternehmen. Der Professor für Digitales Marketing & E-Business stellte am 19. November 2014 im Rahmen der Veranstaltungsreihe „HWR Berlin meets Marketing“ an der **Hochschule für Wirtschaft und Recht (HWR) Berlin** seine Studie „Digital Business Excellence. Strategien und Erfolgsfaktoren im E-Business“ vor. Eingeladen hatte der **Alumni-Verein „Kontakte e. V. an der HWR Berlin“** gemeinsam mit dem **Marketing Club Berlin (MCB)**.

Nach einer von IBM in Auftrag gegebenen aktuellen Studie geben 85 Prozent der befragten Konsument/innen an, dass Soziale Medien ihre Kaufentscheidungen beeinflussen. Deshalb untersuchte Strauß, der an der Hamburg School of Business Administration lehrt und forscht, was erfolgreiche Unternehmen beim digitalen Marketing und Handel richtig machen. Heraus kam, dass ein hohes Maß an Selbstorganisation und fachübergreifende Teamarbeit als Erfolgsfaktoren wirken. Dabei funktioniert Wissens- und Ideenaustausch auch über informelle Netzwerke und Beziehungen. Basis ist eine Unternehmenskultur, die Kreativität und das Ausprobieren neuer Wege zulässt, auf allen Ebenen. „Entscheidend ist, wie gut Marketing, Vertrieb und IT sich vernetzen, um neue Aufgaben zu meistern“, betont Strauß, der Präsident des Deutschen Marketing Verbandes (DMV) ist.

Wie können neue IT-Technologien und Kund/innen-Feedback nun zu neuen Produkten im Unternehmen in Prozesse umgewandelt werden? Am Beispiel der Elektromobilität diskutierten Wirtschaftsvertreter/innen, Wissenschaftler/innen und Studierende Herausforderungen an die „Marketingorganisation der Zukunft“. **Marketingexperte Thorsten Doil**, der an der HWR Berlin studierte hat und Vorstandsmitglied des Alumni-Vereins Kontakte e. V. und des Marketing Club Berlin ist, verwies darauf, dass nach Vorgaben der Bundesregierung bis 2020 eine Million Elektroautos auf deutschen Straßen fahren sollen. 2013 seien jedoch lediglich 7 000 Elektroautos und 65 000 mit Hybridantrieb angemeldet gewesen. Zum Vergleich, in Kalifornien wurden 2013 mehr als doppelt so viele solcher Fahrzeuge registriert.

**Sylke Schumann**

Pressesprecherin

Media Relations Manager

Badensche Straße 52

10825 Berlin

T +49 (0)30 30877-1220

F +49 (0)30 30877-1390

E [presse@hwr-berlin.de](mailto:presse@hwr-berlin.de)

W [www.hwr-berlin.de](http://www.hwr-berlin.de)

**Robert Czaja**, Sales Advisor – Europe Sales von **TESLA MOTORS** Deutschland fordert Subventionen. Norwegen mache es vor: Auch durch Mehrwertsteuer- und Luxussteuerbefreiung können Fahrzeuge mit Elektroantrieb zu vergleichsweise günstigen Preisen auf den Markt gebracht werden und sind derzeit Spitzenreiter bei den Neuzulassungen. Prof. Dr. Ralf E. Strauß ist überzeugt, dass die Absatzzahlen auch steigen würden, wenn in der E-Mobil-Branche das Marketing zum Innovationstreiber werde, wie in der Consumer- und Pharmabranche. So setzt BMW bei seinem E-Mobil nicht nur beim Antrieb, sondern auch beim Design auf Innovation. **Daniel Anderssohn**, Projektleiter bei **Riller & Schnauck**, dem größten BMW-Händler in Ostdeutschland, berichtet von einer neuen Käuferschicht, die diese Kombination anspricht.

Einig waren sich Referent/innen und die rund 120 Teilnehmer/innen der öffentlichen Podiumsdiskussion, die gemeinsam von HWR Berlin und dem Marketing Club Berlin (MCB) ausgerichtet wurde, darüber, dass eine zuverlässige Infrastruktur zum Aufladen der Elektrofahrzeuge die Basis für die Akzeptanz bei den Autokäufer/innen sei. Kund/innen müssen die Sicherheit haben, jederzeit mobil bleiben zu können.

Wie die Sicherung der Energieversorgung und Mobilität von morgen aussehen kann, ist heute schon am **EUREF-Campus**, dem „Stadtquartier der Zukunft“, zu erleben. **Franziska Engels** von der TU-Campus EUREF gGmbH betont, dass neben all der aufwändigen Vermarktung neuester technischer Entwicklungen in erster Linie die Wahrnehmung der Konsument/innen zähle. Umfragen zeigen, dass das Vertrauen in eine zuverlässige Reichweite von E-Mobilen noch nicht gegeben sei. Da helfe auch nicht der Verweis auf die Tatsache, dass die meisten Fahrzeugnutzer/innen lediglich 40 bis 50 km pro Tag fahren. Am EUREF-Campus steht nach eigenen Angaben die größte Elektrotankstelle Deutschlands, TESLA baut ein eigenes Tankstellennetz aus, richtet zum Beispiel an Autobahnkreuzen Supercharger ein. TESLA MOTORS wurde 2003 von einer Gruppe unerschrockener Ingenieure des Silicon Valley gegründet, die beweisen wollten, dass Elektrofahrzeuge Außergewöhnliches leisten können.

„Die Zukunft wird den Unternehmen gehören, denen es gelingt, mit ihrer Struktur permanente Innovation möglich zu machen“, sagt Prof. Dr. Ralf E. Strauß.

### **Zur Veranstaltungsreihe „HWR Berlin meets Marketing“**

Die Veranstaltungsreihe unter dem Motto „HWR Berlin meets Marketing“ wird gemeinsam vom Alumni-Verein „Kontakte e. V. an der HWR Berlin“ und dem Marketing Club Berlin (MCB) ausgerichtet, die regelmäßig Expert/innengespräche zu aktuellen Wirtschaftsthemen anbieten. Sie ist Teil des Alumni-Programms der Hochschule.



HWR Berlin meets Marketing. Auf dem Podium: Moderator Frank Schmunzsch mit Referent/innen Daniel Anderssohn, Franzsika Engels, Prof. Ralf E. Strauß und Robert Czaja (v. l. n. r.)

### **Weiterführende Informationen**

Die **Hochschule für Wirtschaft und Recht (HWR) Berlin** ist mit rund 10 000 Studierenden eine der großen Hochschulen für angewandte Wissenschaften Berlins – mit ausgeprägtem Praxisbezug, intensiver und vielfältiger Forschung, hohen Qualitätsstandards sowie einer starken internationalen Ausrichtung. Das Ausbildungsportfolio umfasst privates und öffentliches Wirtschafts-, Verwaltungs-, Rechts-, und Sicherheitsmanagement sowie Ingenieurwissenschaften. Diese Kompetenzen fließen fachbereichsübergreifend in Lehre und Forschung der mehr als 50 Studiengänge auf Bachelor-, Master- und MBA-Ebene ein. Die HWR Berlin unterhält aktuell rund 160 aktive Partnerschaften mit Universitäten auf allen Kontinenten und ist Mitglied im Hochschulverbund „UAS7 – Alliance for Excellence“. Deutschlands Spitzenhochschule bezüglich der internationalen Ausrichtung des BWL-Studiums steht im Ranking des CHE Centrum für Hochschulentwicklung, veröffentlicht im ZEIT Studienführer 2014/15, in dieser Kategorie an erster Stelle, vor allen Fachhochschulen und Universitäten.

[www.hwr-berlin.de](http://www.hwr-berlin.de)

Seit 1955 ist der **Marketing Club Berlin (MC Berlin)** Treffpunkt für Führungskräfte aus Wirtschaft, Wissenschaft und Verwaltung. Mehr als 340 engagierte Unternehmen und Einzelmitglieder, etwa 40 Veranstaltungen pro Jahr,

die clubeigene Zeitschrift „USP - Menschen im Marketing“ und das gebündelte Wissen aus fünf Jahrzehnten Marketingarbeit machen den MC Berlin zur zentralen Anlaufstelle und Drehscheibe für Marketing in der Hauptstadt. Der MC Berlin ist Mitglied des Deutschen Marketing-Verbandes (DMV). Präsident ist Thomas E. Herrich, Mitglied der Geschäftsleitung von Hertha BSC.  
[www.marketingclubberlin.de/](http://www.marketingclubberlin.de/)

**Ansprechpartnerinnen für Journalist/innen**

Sylke Schumann

Pressesprecherin

Hochschule für Wirtschaft und Recht (HWR) Berlin

Tel.: +49 (0)30 30877-1220

E-Mail: [presse@hwr-berlin.de](mailto:presse@hwr-berlin.de)