

Deutsches Marketing- Excellence Barometer



Friedrich-Alexander-Universität
Erlangen-Nürnberg

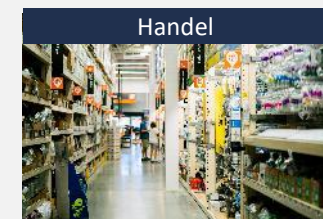
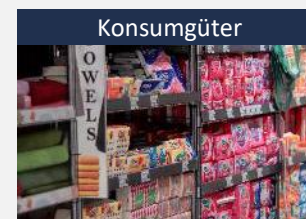


Deutsches
Marketing
Excellence
Netzwerk e.V.

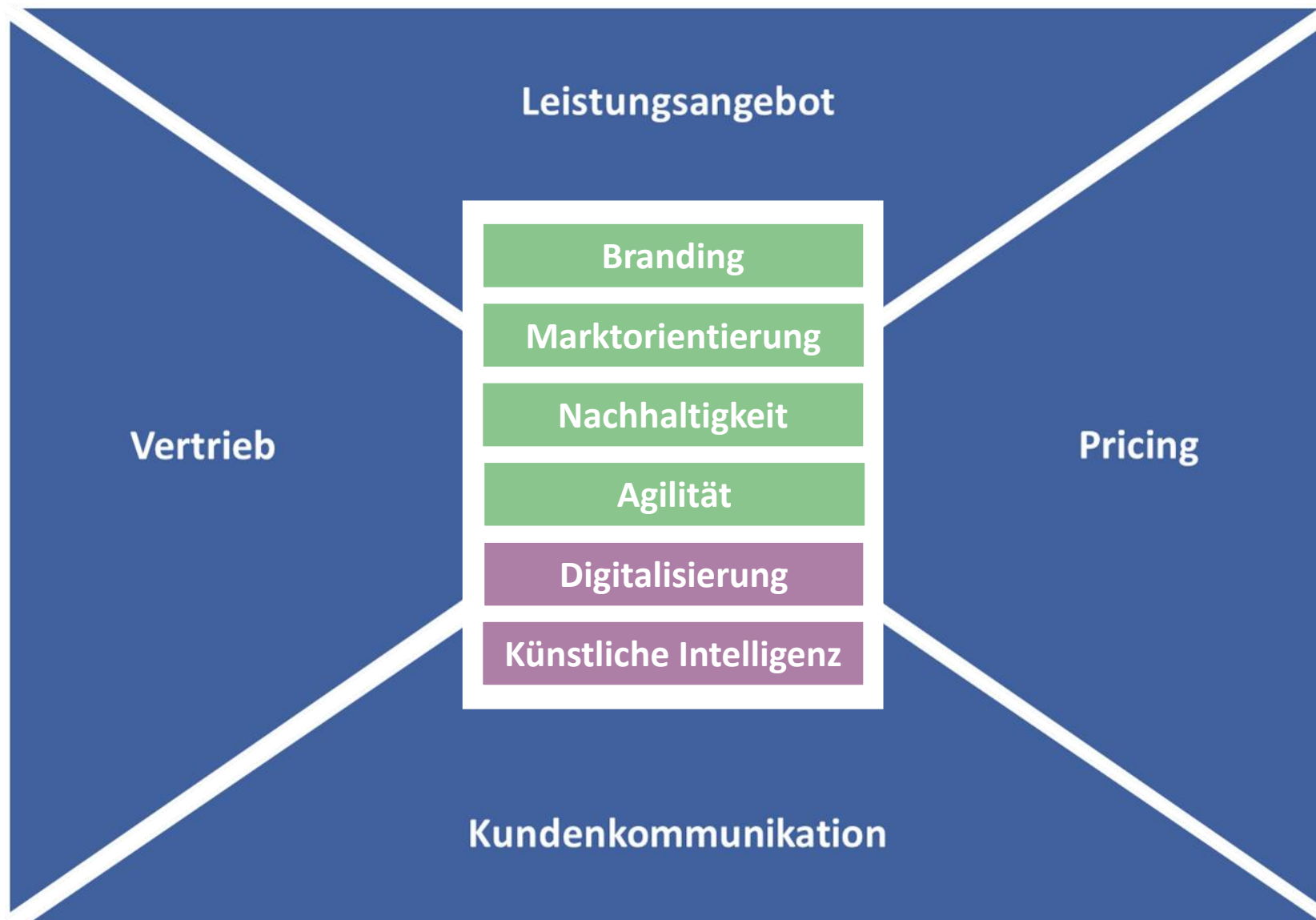
Konzept des Barometers

Zielsetzungen	Ansatz	Zeitraum
Status Quo: Wie gut ist das Marketing verschiedener Firmen in Deutschland? Best Practices: Welche Firmen sind in Deutschland führend im Marketing? Benchmarking: Wie gut und einflussreich ist das Marketing meiner Firma im Vergleich zu anderen Firmen? Erfolgsfaktoren: Welche Bereiche des Marketing sind am wichtigsten für den Markterfolg?	Objektiv & regelmäßig: Fremdbewertung des Marketings von Firmen in Deutschland durch Marketing-Experten per jährlicher Online-Befragung Repräsentativ & branchenübergreifend: Größere Unternehmen in zentralen B2B- und B2C-Branchen Systematisch & fundiert: Bewertung des Marketings anhand eines wissenschaftlich fundierten 100-Punkte Rasters	1. Halbjahr 2025
		Umfang
		n = 428

Selbst gewähltes Bewertungsset aus folgenden Kernbranchen



Dimensionen des Barometers



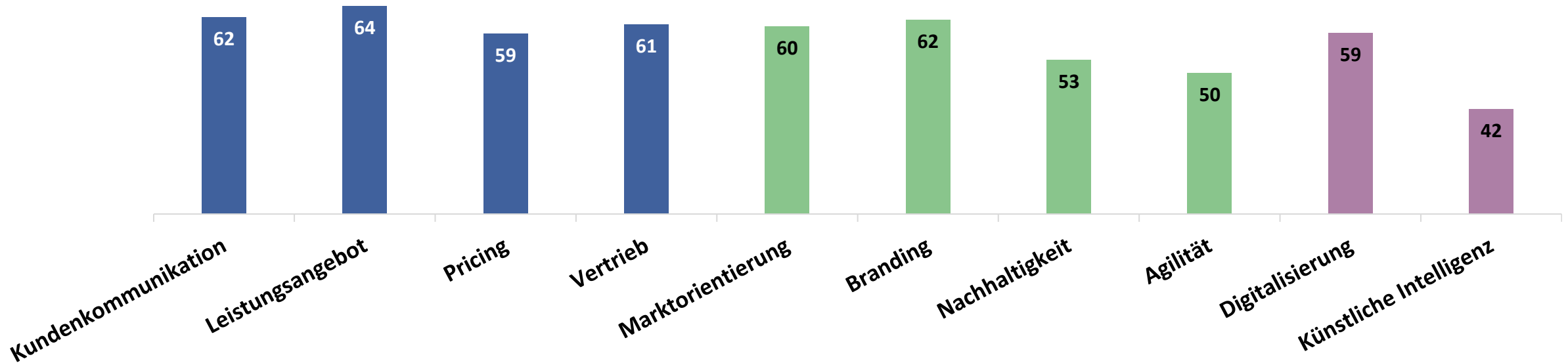
Kategorien der Dimensionen

Marktbearbeitung

Strategische Skills

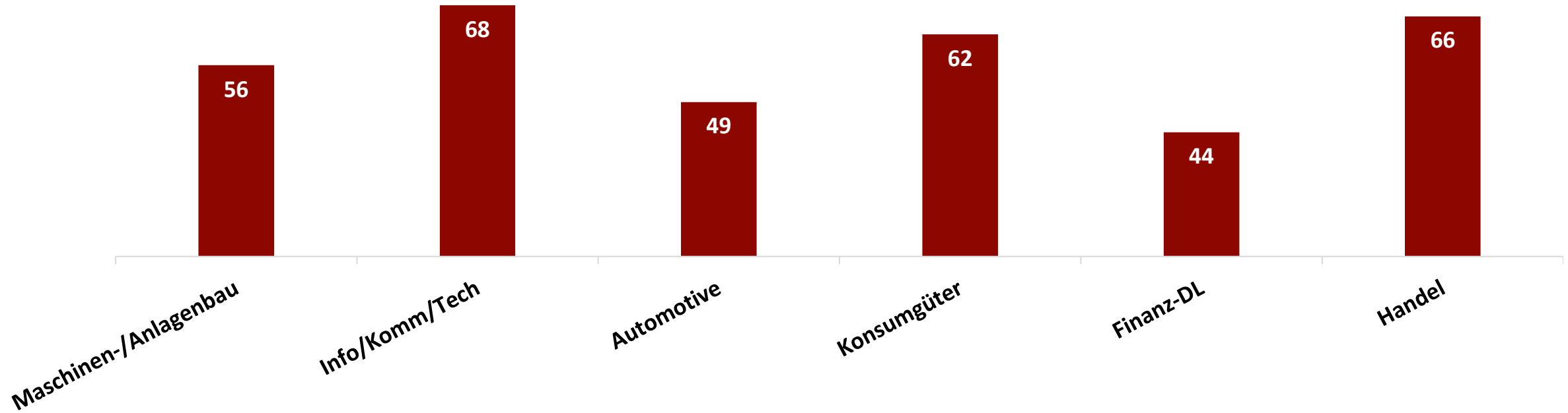
Technologische Skills

Marketing-Excellence (nach Dimensionen): Klassische Marketingbereiche mit höherer Excellence als Zukunftsthemen



Klassische Marketingbereiche wie Leistungsangebot, Kundenkommunikation oder Branding werden deutlich besser bewertet als Zukunftsthemen wie Nachhaltigkeit, künstliche Intelligenz und Agilität.

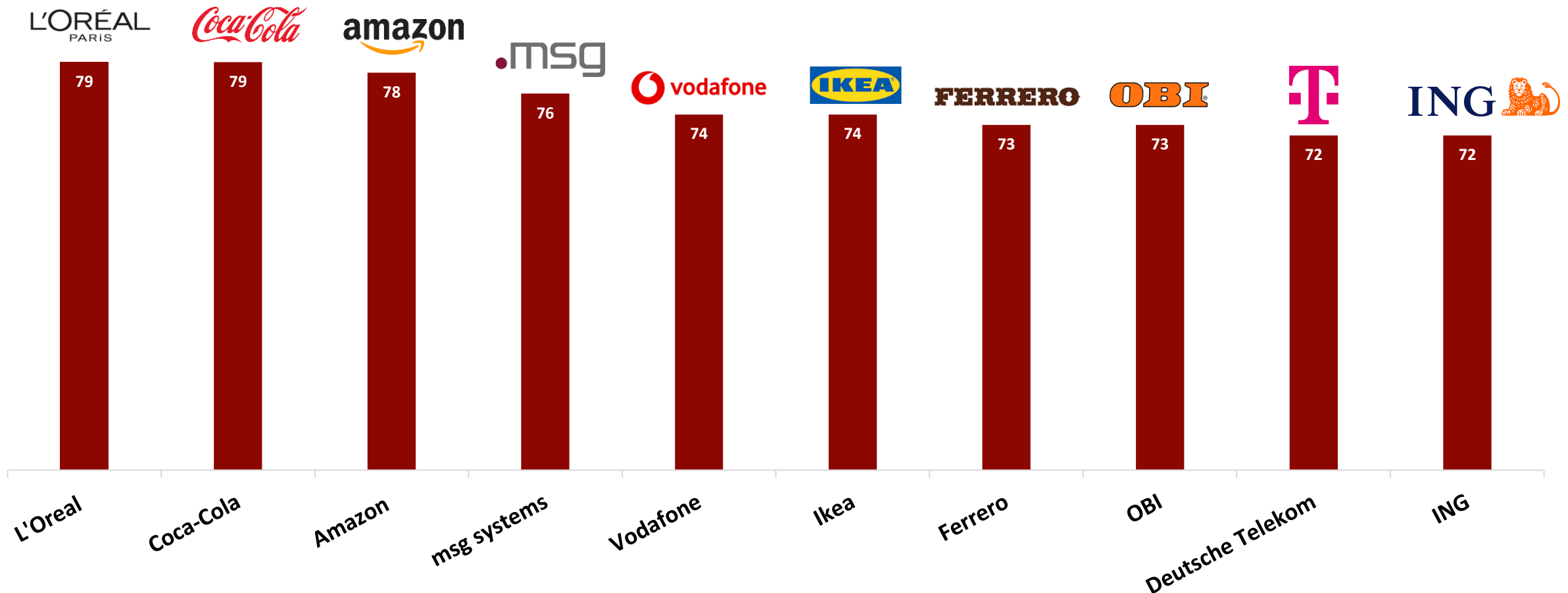
Marketing-Excellence (gesamt): Information/Kommunikation/Technologie und Handel mit höchster Bewertung



Die Gesamtbewertung ergibt sich aus der gleichgewichteten Berücksichtigung der zehn Dimensionen des Barometers.

Marketing-Excellence (gesamt):

Neben internationalen finden sich auch deutsche Unternehmen in den Top 10



Marketing-Excellence (gesamt):

In drei Branchen finden sich besonders viele Marketing-Champions

Maschinen-/Anlagenbau

1. Festo (70)
2. Bosch Manufacturing (68)
3. Siemens AG (66)
4. Claas (64)
5. Stihl (62)

Info/Komm/Tech

1. **msg systems (76)**
2. **Vodafone (74)**
3. **Deutsche Telekom (72)**
4. Alphabet (Google) (70)
5. Microsoft (67)

Automotive

1. BMW (65)
2. Mercedes-Benz (60)
3. Audi (57)
4. Porsche (55)
5. Tesla (50)

Konsumgüter

1. **L'Oreal (79)**
2. **Coca-Cola (79)**
3. **Ferrero AG (73)**
4. Nike (65)
5. Puma (52)

Finanzdienstleister

1. **ING (72)**
2. DKB (62)
3. TeamBank (58)
4. ERGO (55)
5. Allianz (52)

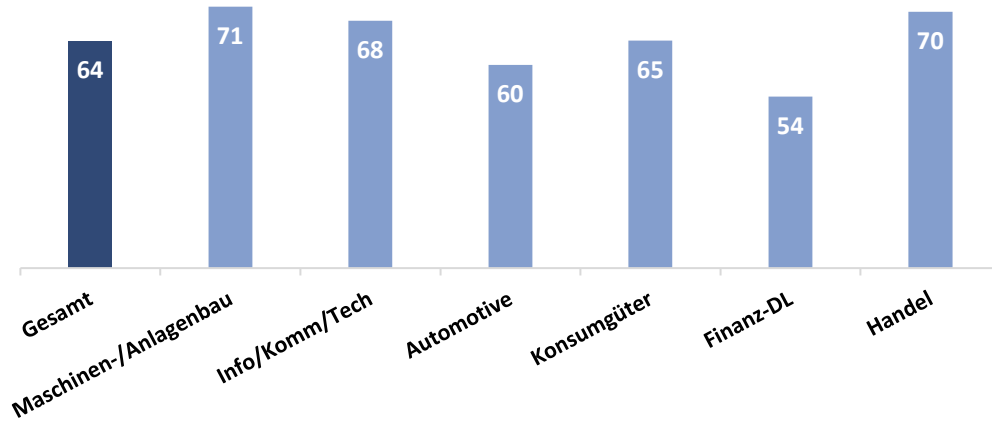
Handel

1. **Amazon (78)**
2. **IKEA (74)**
3. **OBI (73)**
4. Hornbach (67)
5. Höffner (67)

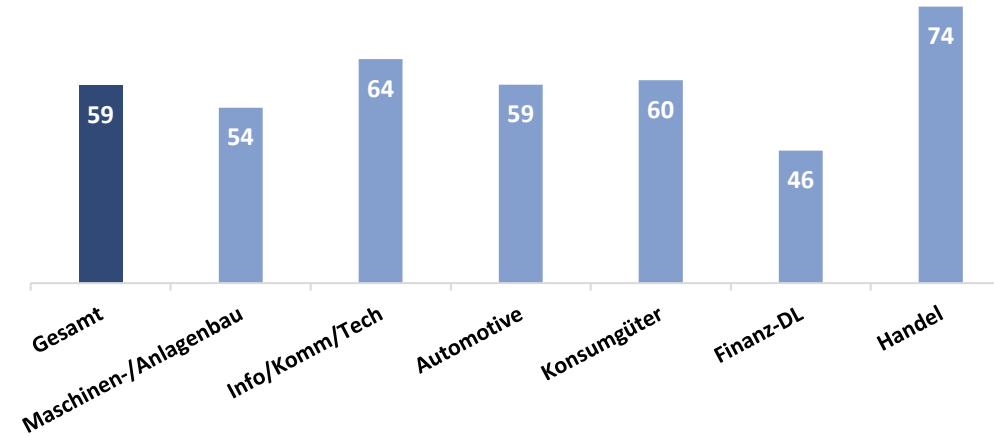
Fett markiert = Top 10 Unternehmen bei der Marketing-Excellence

Marktbearbeitung: Vertrieb und Pricing mit den größten Unterschieden und Kundenkommunikation mit den geringsten Unterschieden zwischen den Branchen

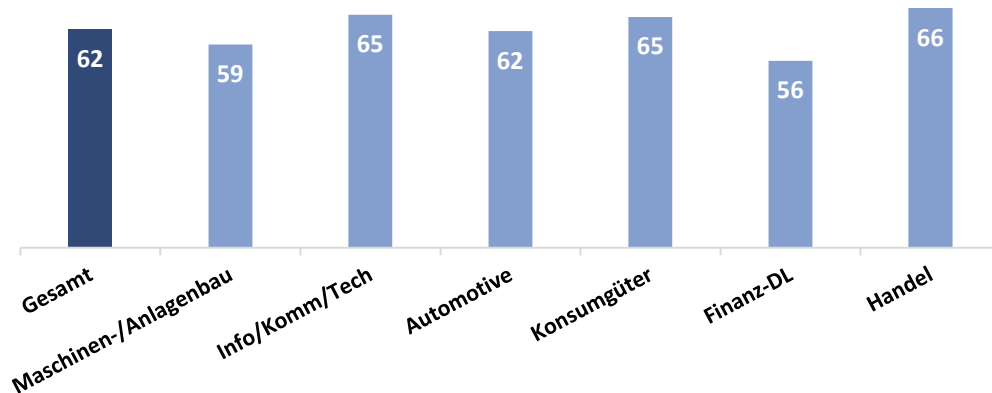
Leistungsangebot



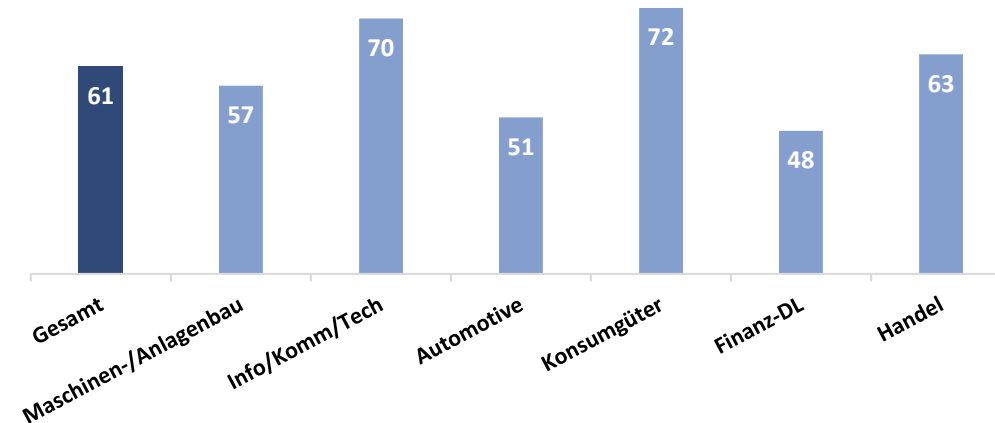
Pricing



Kundenkommunikation

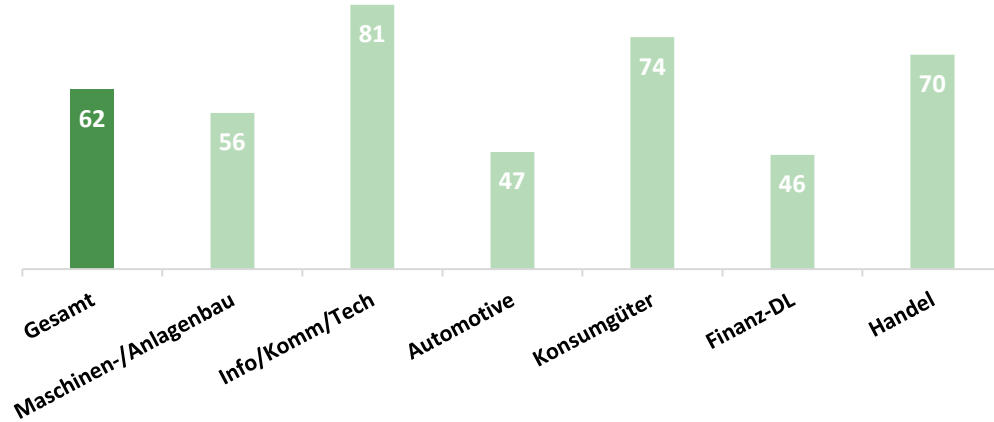


Vertrieb

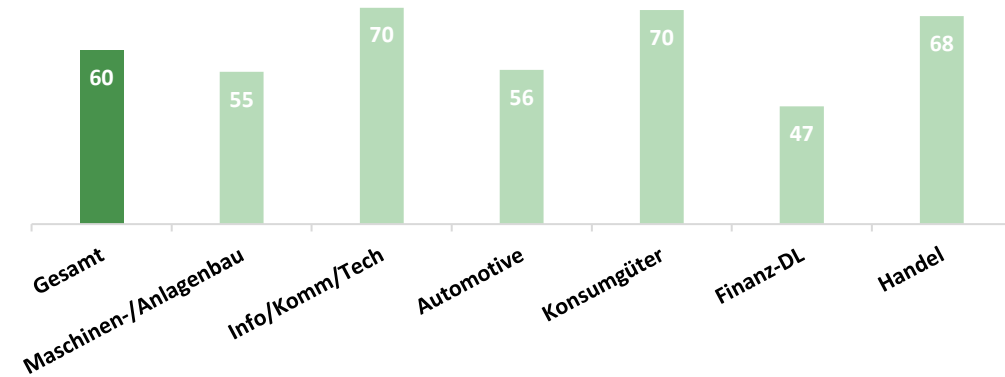


Strategische Skills: Branding mit den größten Unterschieden zwischen den Branchen und Marktorientierung mit den geringsten Unterschieden

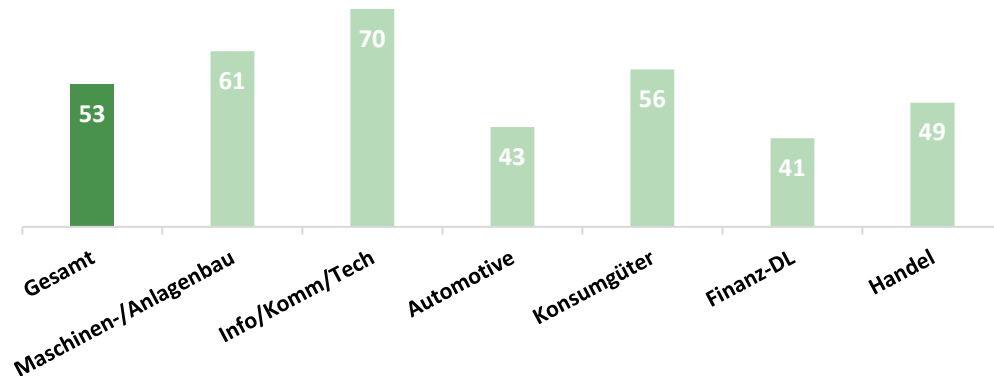
Branding



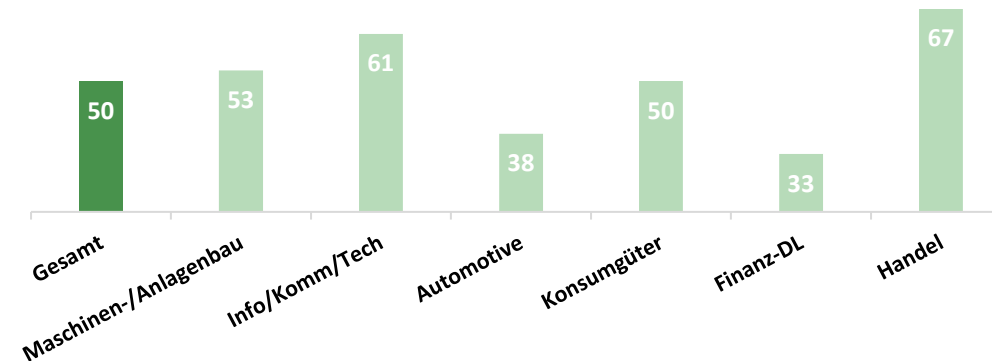
Marktorientierung



Nachhaltigkeit

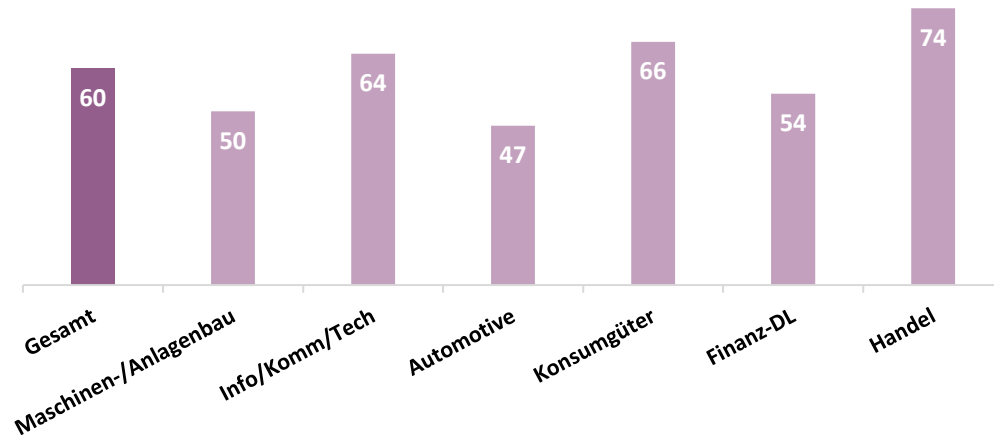


Agilität

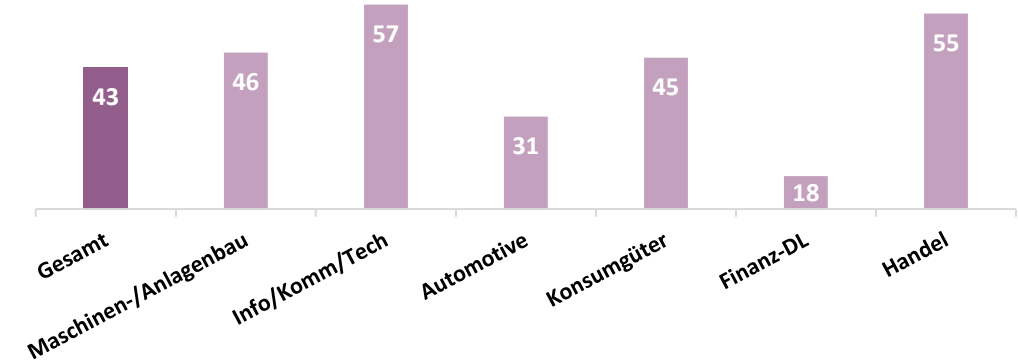


Technologische Skills: Künstliche Intelligenz mit größeren Unterschieden zwischen den Branchen als Digitalisierung

Digitalisierung

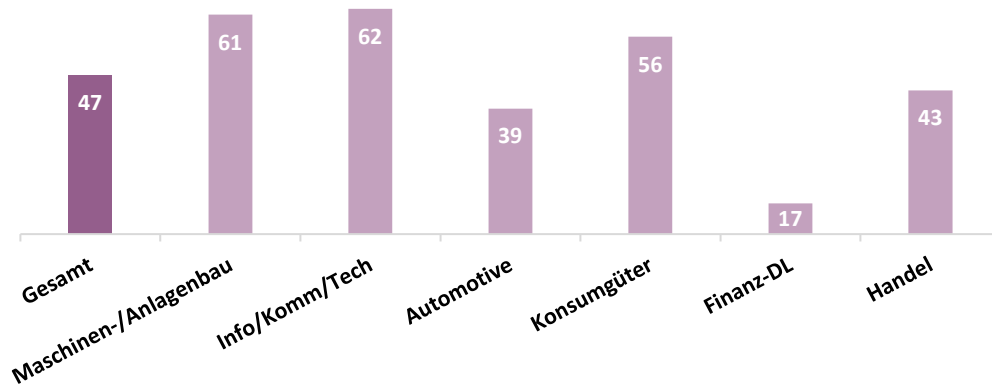


Künstliche Intelligenz

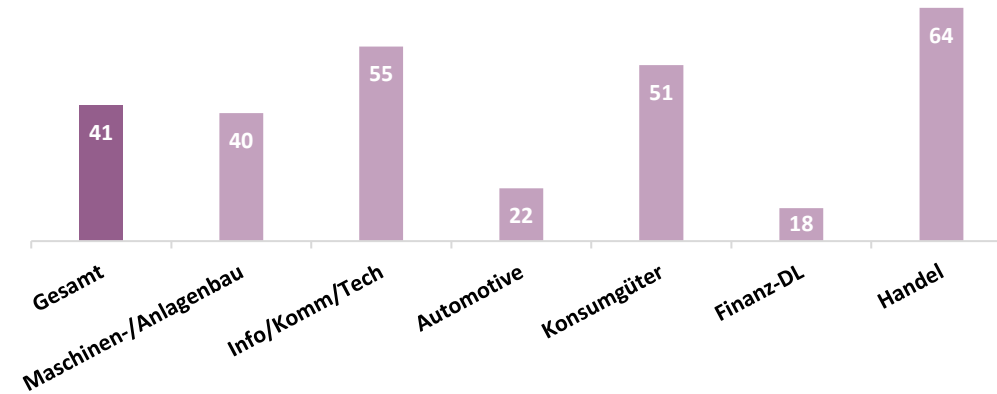


Technologische Skills: Einsatz von Künstlicher Intelligenz mit besserer Bewertung bei Leistungsangebot und Kundenkommunikation als bei Vertrieb und Pricing

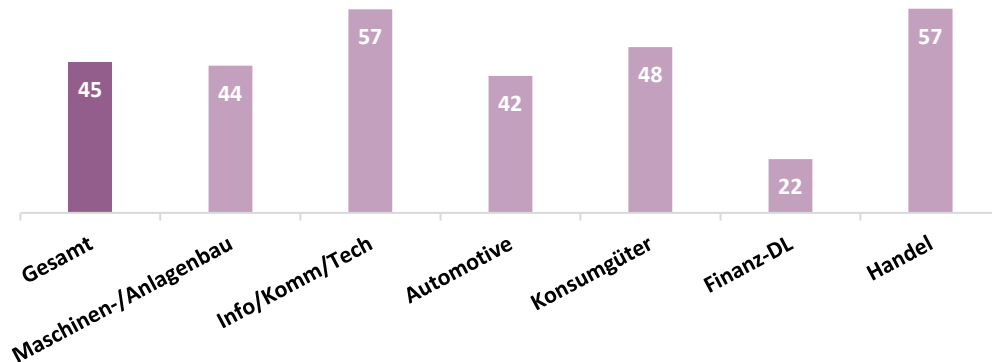
KI im Leistungsangebot



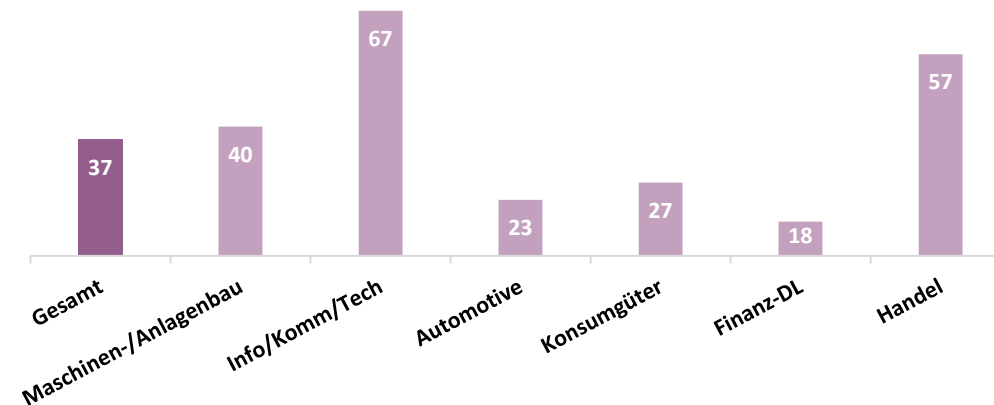
KI im Pricing



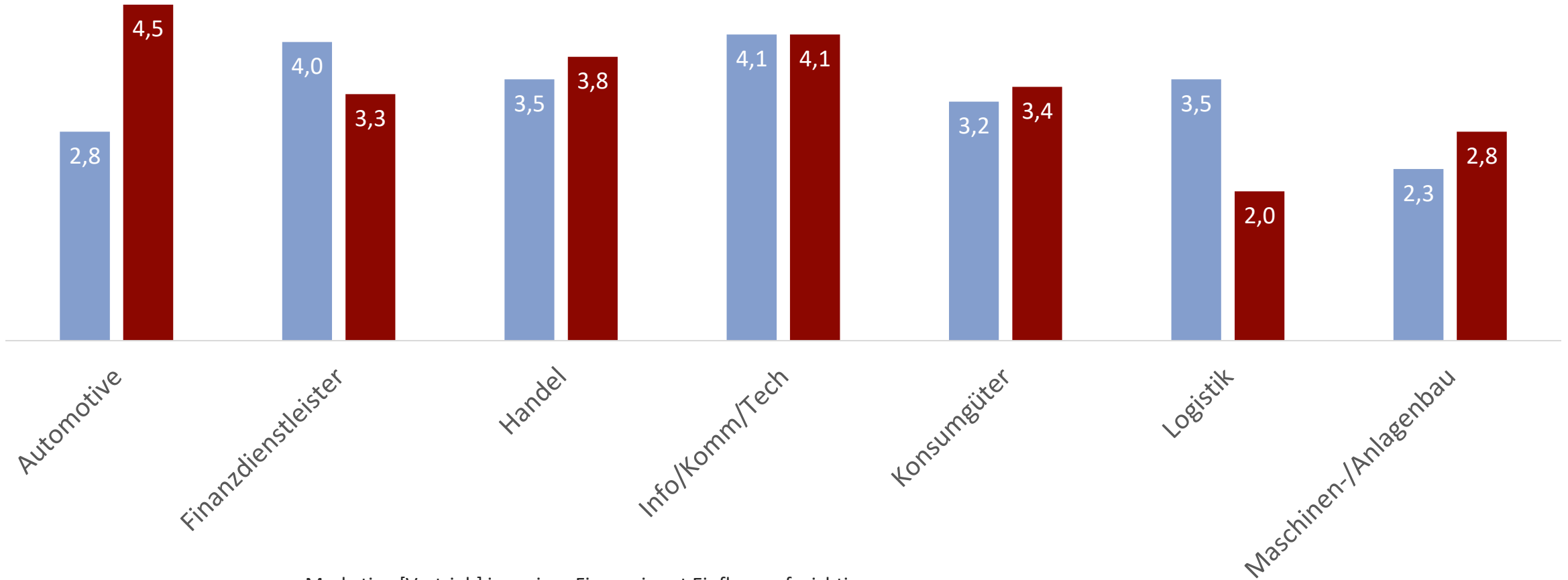
KI in der Kundenkommunikation



KI im Vertrieb



Einfluss von Marketing versus Vertrieb (als organisatorische Einheiten): Je nach Branche haben entweder Marketing oder Vertrieb einen größeren Einfluss



Marketing [Vertrieb] in meiner Firma nimmt Einfluss auf wichtige
... kunden- und wettbewerbsbezogene Entscheidungen
... andere strategische Entscheidungen (z.B. F&E, Kooperationen und Investitionen)
(1= Stimme gar nicht zu , 5= Stimme voll zu)

Für Fragen oder Rückmeldungen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung

**Deutsches Marketing-
Excellence Barometer**

Vielen Dank

Prof. Dr. Andreas Fürst

wiso-mex@fau.de

www.mex-netzwerk.de