

TU Dortmund Lehrstuhl für Marketing und Humpert kooperieren

Dortmunder Master-Studenten beschäftigen sich mit Schmerzen beim E-Bike-Fahren.

Der Lehrstuhl für Marketing der TU Dortmund unter der Leitung von Prof. Dr. Hartmut Holzmüller und das Wickeder Unternehmen Humpert vereinbarten für das Wintersemester 20/21 eine umfangreiche Kooperation bzgl. der seit nunmehr über 10 Jahren im Markt befindlichen Fahrradkomponentenmarke „ergotec“. Dabei sollten in 5 Seminargruppenarbeiten verschiedene Themen rund um die Marke ergotec für eine zielgerichtete mögliche Weiterentwicklung erforscht werden. Am 2. März präsentierten die Studenten ihre wissenschaftlichen Ausarbeitungen im Webformat. Unter dem Motto „Learning by Consulting“ haben sich die Studierenden mit typischen Problemen beim E-Bike-Fahren beschäftigt. 457 E-Bike-Fahrer*innen aller Altersgruppen wurden online befragt. Fast 40% aller Befragten empfinden manchmal bis sehr häufig Schmerzen im Gesäßbereich beim E-Bike Fahren, womit der Gesäßbereich am häufigsten für Beschwerden sorgt. Kribbelnde oder eingeschlafene Finger erleben ca. 31% der Befragten manchmal bis sehr häufig. Im Rücken- und Nackenbereich sind es gut ein Viertel und bei den Kniegelenken und Füßen sind es ca. 12% aller E-Bike-Fahrer. Zudem wurden die Auskunftspersonen nach ihren Wünschen und Anregungen für die Industrie gefragt. Für Trekkingbike-Fahrer sind vor allem Sättel mit Gelpolsterung, Lenker, die aufrechtes Sitzen ermöglichen und rutschfeste Pedalen von hoher Bedeutung. Dahingegen legen Mountainbike-Fahrer mehr Wert auf Pedalen mit Spikes, ein schwarzes Design und ein individuelles Bike-Fitting.

Eine weitere Projektgruppe hat sich in diesem Seminar mit der empirischen Erhebung der Fachhandelsakzeptanz der Marke „ergotec“ aus dem Hause Humpert beschäftigt. Hierbei wurden mithilfe von Interviews auch die Wünsche und Anregungen des Fahrradfachhandels bezüglich der Verkaufsförderung und -unterstützung identifiziert. Darüber hinaus untersuchte eine Gruppe die Markenpolitik „ergotecs“ im Konkurrenzvergleich und dessen Auswirkung auf die Marketingmaßnahmen durch Identifikations- und Inhaltanalysen. Eine weitere Projektgruppe führte ein Benchmarking des digitalen Marketings von „ergotec“ durch und leitete ebenfalls Handlungsempfehlungen aus dem Konkurrenzvergleich ab. Weiterhin wurden Stärken und Schwächen des Webauftritts von „ergotec“ anhand von Usability Tests identifiziert. Eine weitere Projektgruppe befasste sich mit möglichen Low Budget bzw. Moskitomarketing-Maßnahmen, die auf Grundlage einer Good-Case-Analyse und Experteninterviews erarbeitet wurden.

Willi Humpert sagte abschließend: „Wissenschaft trifft Praxis sollte immer eine Win-Win Situation herbeiführen. Vielen Dank an die engagierten Masterstudenten für den umfassenden und engagierten Einsatz im Rahmen der Erstellung ihrer Seminararbeiten. Die wissenschaftlichen Ergebnisse zeigen auf, dass wir in vielen Bereichen auf dem richtigen Weg sind, zeigen aber auch neue Möglichkeiten auf.“

Für die Studierenden ermöglichte die Zusammenarbeit mit Humpert den Einsatz von Wissen und Lehrinhalten aus dem Studium im Rahmen von realen Aufgabenstellungen aus der Praxis anzuwenden. Das Management von Humpert hat aus der Betrachtung von Aufgaben von außen durch die Studierenden viele Anregungen für die Weiterentwicklung der Marketingstrategien und -aktivitäten erhalten.