

Prof Reichling's Digital Media Marketing Management



NOCHMAL BIBLIOTHEKSMARKETING

Dieses Projekt ist wieder keine konstruierte Fallstudie sondern beschäftigt sich – abschließend mit dem Projekt „Marketing Für die Bibliotheken in Rheinland-Pfalz mit dem der Lehrbereich Marketing und Verhaltensforschung an unserer University of Applied Science vom Land Rheinland/Pfalz betraut wurde.

In einem der vorangegangenen Übungsfälle haben wir uns mit der Vergangenheit und Zukunft der Bibliotheken beschäftigt. Dabei konnten wir Marketingstrategien für das Bibliothekswesen darstellen und diskutieren.

Doch im Marketing geht es nicht um das Produkt oder die angebotene Dienstleistung sondern darum, wie die Bedürfnisse der Menschen befriedigt werden.

Dieser Übungsfall soll Sie mit den Methoden der Marktforschung vertraut machen. Sie sollen in der Lage sein, die Probleme bei Befragungen und Beobachtungen in der empirischen Verhaltensforschung zu erkennen und Sie werden nach dieser Übung eigene Fragebögen erarbeiten können.

SIND BIBLIOTHEKEN WIRKLICH UNCOOL?

Die Forschungsfrage lautet:

Welches Bild hat die befragte Zielgruppe von Bibliotheken (Image) und gibt es bei dieser Zielgruppe ein Bedürfnis nach Informationsleistungen?

Die Befragung soll so aufgebaut sein, dass mit den Methoden der Verhaltensforschung nicht einfach „befragt“ wird, z.B. „Was denken Sie über Bibliotheken?“ oder „Wozu braucht man heutzutage noch Bibliotheken?“

Die Fragestellung soll vielmehr so sein, dass wichtige Dinge über die Kognition und die Motivlage der befragten Personen in Erfahrung gebracht werden kann.

Die befragte Zielgruppe sind die Studierenden der Hochschule in Zweibrücken im Studiengang Digital media marketing im 2. Semester. Die Beantwortung des Fragebogens soll maximal fünf Minuten in Anspruch nehmen.

Der Fragebogen soll mit Begründung des Aufbaus von den Teams in der Übung vorgestellt werden.

Jedes Team sollte ca. 15 Fragebögen ausgedruckt in die Übung mitbringen, die dann von anderen Studierenden bearbeitet werden können.

Verständnisfragen an reichling@mittelstand-marketing.de

Befragungen:

Satzergänzungs-test	Dem Befragten wird ein Satztorso vorgelegt, den er jeweils vervollständigen soll.
Story-Ergänzungstest	Dem Befragten wird eine unvollständige Geschichte mit der Bitte um Vervollständigung vorgelegt.
Ballon-Test/ Picture- Frustration-Test	Dem Befragten wird eine Zeichnung vorgelegt, in der sich zwei Personen unterhalten, wobei die erste eine bestimmte Aussage macht. Der Befragte wird gebeten, in die leere Sprechblase zu schreiben, was die zweite Person dazu sagen oder denken würde. Füllen Sie nun die leere Sprechblase aus.
Thematischer Apperzep- tionstest (Bilder- Erzähl-Test)	Dem Befragten wird ein Bild vorgelegt, und er wird aufgefordert, sich zu dem, was im Bild vorgeht oder vorgehen könnte, eine kleine Geschichte auszudenken.

Zitiert aus: Kotler, P. ua. Marketing
– Management
12. Auflage, München 2007

Hinweis

Dies ist ein frei erfundenes Fallbeispiel zum Unterricht an der Hochschule Kaiserslautern, Campus Zweibrücken. Ähnlichkeiten mit lebenden Personen oder real existierenden Organisationen und Produkten sind rein zufällig und nicht beabsichtigt. Normabweichungen bei der Rechtschreibung oder Kommasetzung sind beabsichtigt und dienen der graphischen Gestaltung.

Alle Rechte an dieser Fallstudie, insbesondere die Rechte auf Veröffentlichung und Verfilmung liegen beim Verfasser.

Für Unterrichtszwecke an staatlichen Hochschulen, sowie an vergleichbaren Bildungseinrichtungen darf diese Fallstudie jederzeit kopiert und eingesetzt werden.

Prof. Dr. H. Reichling

*Hochschule Kaiserslautern
Campus Zweibrücken
66482 Zweibrücken
Amerikastr. 1*

reichling@mittelstand-marketing.de
annalydia.Faust@fh-kl.de



Aufgabe

Erarbeiten Sie den Fragebogen in Arbeitsgruppen. Präsentieren Sie den Bogen mit Erläuterungen und bringen Sie die Bögen zur Übung mit. Die Aufgabe ist unterschiedlichen Teams zugeordnet.

für Gruppen A, B und C:

Erarbeitung eines Fragebogens nach der Methode des Satzergänzungstest

Diesen Teil der Übung löst das Team: **The Revengers (A); Die vier unglaublichen 3 (A) The Three Marketeers (B)**

Erarbeitung eines Fragebogens nach der Methode des Storyergänzungstest

Diesen Teil der Übung löst das Team: **Little Sunshines (A); The A-Team (A), Club der dichten Toten (B); Die Vier (C)**

Erarbeitung eines Fragebogens nach der Methode des Ballontest-

Diesen Teil der Übung löst das Team: **Lyoner-Schwenker (A); Two and a half man (A) Rush-Hour (B); No Problema (C)**

Erarbeitung eines Fragebogens nach der Methode des Bildererzähltest

Diesen Teil der Übung löst das Team: **Die Zweibrücker + der Saarländer (A); Die 2 Hänger und Henger (B),**

Kein Fragebogen, sondern Entwicklung einer Methode wie durch Beobachtung in Facebook und Instagram die Forschungsfrage gelöst werden könnte

Diesen Teil der Übung löst das Team **Reiswaffel.de (A); Vengaboys (B); Vengaboys (B); Black Box (C)**

Sollte ich hier ein Team vergessen haben, wählt sich dieses Team eine Methode aus.