



Gehaltsspiegel 2016 kostenlos

Verdienen Sie adäquat? Finden Sie es heraus:
[Mitmachen bei der Gehaltsumfrage und Gehaltsspiegel 2016 gratis bekommen](#)



Studie Website-Performance: Wichtige Einblicke in das Verhalten deutscher Verbraucher

Einblick in die Verbrauchererwartungen bei der Web- und Mobil-Performance [Studie abrufen](#)

Anmelden/Registrieren

Executive Summary ▶



In unserem aktuellen Briefing für



Führungskräfte lesen Premium-Mitglieder unter anderem über:

[Zur Executive Summary ▶](#)

Dienstleister-Verzeichnis ▶



PLZ/Ort:

Stellenmarkt ▶

Der iBusiness Stellenmarkt ist der größte Stellenmarkt der Branche mit tausenden offenen Positionen in Agenturen und Unternehmen der Digitalen Wirtschaft.

Termine ▶

Alle wichtigen Messen, Kongresse, Seminare und Branchenevents der nächsten Monate im Überblick

Webinare ▶

Regelmäßig veranstaltet

Studie: So wirkungsschwach sind Slogans auf IT-Webseiten

30.12.15 Die meisten Slogans auf Homepages von IT-Unternehmen in Deutschland präsentieren sich wirkungsarm, konservativ und mit 'analogen', wenig kreativen Aussagen. Das zeigt eine aktuelle empirische Studie zu diesen Slogans.

[Weiterleiten](#) [+ Artikel Merken](#)



Bild: mickyroo/Pixabay


Schon beim Wording sind die IT-Unternehmen wenig kreativ. Fast die Hälfte der Slogans beinhalten einen der vier häufigsten Begriffe, darunter den Spitzenreiter "Lösung." Die weiteren drei Favoriten: "Partner", "Solution" und "Success." Damit berauben sich die Unternehmen der Chance, individuell wahrgenommen zu werden", sagt der Studienleiter und Kommunikationspsychologe **Leo Sucharewicz**, Inhaber des **Communication Laboratory**.

Von den 400 Unternehmen, die nach dem Zufallsprinzip ausgewählt wurden, platzieren überhaupt nur 200 Slogans auf den Homepages. Der Rest verzichteten damit auf eine einfache aber wirkungsvolle Verstärkung der Corporate Communications. Im Sprachdesign und im Content weisen die Slogans Charakteristika auf, die im IT-Marketing so typisch wie wirkungsschwach vorkommen. 20 Prozent der Slogans beinhalten abstrakte Begriffe und immerhin noch 14 Prozent Begriffskoppelungen wie "Geschäftsprozesse," die nach zahllosem Gebrauch kaum noch Impact hinterlassen.

Lediglich 12 Prozent der untersuchten erreichen einen sehr guten und nur 15 Prozent einen vertretbaren Erinnerungswert.



Im fehlenden memetischen Effekt, also der, dass der Inhalt durch Kommunikation weitergegeben und damit vervielfältigt wird, zeigte sich die entscheidende Schwäche der Slogans. "Die hohe Schule der Sloganentwicklung liegt im memetischen Effekt. Den größten Erfolg für die Unternehmenskommunikation fährt er ein, wenn er zum Selbstläufer wird und sich viral verbreitet", resümiert **Sucharewicz**. Die Bedingungen hierfür seien bekannt, das Know-how aber noch nicht zu den Unternehmen vorgedrungen.



Zugriff auf das Marktzahlenarchiv

Das Marktzahlen-Archiv ist ein Premium-Service von iBusiness.

[mehr erfahren](#)

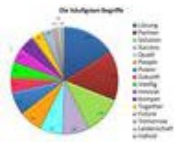
Die häufigsten Begriffe in Slogans auf Hompages von IT-Unternehmen (chart: **Communication Laboratory**)

Insgesamt untersuchte die Studie auf 15 Seiten und mit acht grafischen Auswertungen, Begriffe, Wörter, Silben, Sprachdesign, Content, Wahrnehmung und den memetischen Effekt. Sie bietet IT-Unternehmen die Chance, ihren Slogan zu überprüfen und vermittelt Basis-Know-how. Für 8 Euro kann sie [hier](#) bestellt werden.

(Autor: [Verena Gründel](#))



Marktzahlen zu diesem Artikel



Die häufigsten Begriffe in Slogans auf Hompages von IT-Unternehmen ▶ (16.12.15)

Weitere Artikel zu diesem Themenbereich:

- Neun Eckpfeiler einer schlagkräftigen Content-Marketing-Strategie** ▶ (15.09.15)
- Die 9 wahren Webdesign-Trends 2016: Wo Sie folgen müssen. Und wo nicht.** ▶ (01.09.15)
- Content-Optimierung: Wie Shops, SEOs und Verlage in die Datenfalle tappen** ▶ (01.10.14)
- Das sind die Content-Marketing-Trends 2015** ▶ (11.09.14)

Ausgewählte Agenturen und Dienstleister zu diesem Themenbereich

Anzeige

[argutus gmbh](#)

Seit über 16 Jahren und über 1600 Projekten gehören wir zu den führenden SEO / SEA - Agenturen. Wir kennen die Entwicklung von Suchmaschinen wie kaum ein anderer und entwickeln

iBusiness Live-Webinare zu aktuellen Themen rund um ECommerce und digitale Wirtschaft

Whitepaper ▶

Fundierte Fachinformation aus den Unternehmen: Die iBusiness Whitepaper bringen Know-How zu Ihnen - kostenlos.

Finde uns auf Facebook

In diesem Beitrag genannt:

Personen: [Leo Sucharewicz](#) ▶

Firmen und Sites: [comlab.de](#) ▶

Tags: [Wording](#) ▶ [Webseite](#) ▶ [Slogan](#) ▶

[Trackbacks / Kommentare](#)

[Trackback-URL](#) ▶ [Permalink](#) ▶


Ihr Kommentar: ▶

Schreiben Sie Ihre Meinung, Erfahrungen, Anregungen mit oder zu diesem Thema. Ihr Beitrag erscheint an dieser Stelle.

Artikel Weiterempfehlen ▶

Empfehlen Sie diesen Artikel an Kollegen oder Freunde weiter.

Alle Meldungen vom 30.12.15:

- | | |
|--|------------|
|  Interaktiv-Trends 2016/2017 (11): Marktplätze ▶ | (30.12.15) |
|  Verkaufen, wo die Kunden sind ▶ | (30.12.15) |
|  Interaktiv-Trends 2016/2017 (12): Neue Last-Mile-Konzepte in der Handelslogistik ▶ | (30.12.15) |
| Digitalmarketing: Fünf Trends für 2016 ▶ | (30.12.15) |
| Diese vier Zielgruppen sollten Marketer 2016 kennen ▶ | (30.12.15) |
| Studie: So wirkungsschwach sind Slogans auf IT-Webseiten ▶ | (30.12.15) |
| Testing mit Verbrauchern senkt Entwicklungskosten um 15 Prozent ▶ | (30.12.15) |
| Reality-Checkliste 'Digitale Transformation' ▶ | (30.12.15) |
| Zwei Drittel aller Unternehmen ohne Qualitätssicherung bei Mobile Apps ▶ | (30.12.15) |
|  Ausschreibung: System zur Wählerverzeichnisführung ▶ | (30.12.15) |