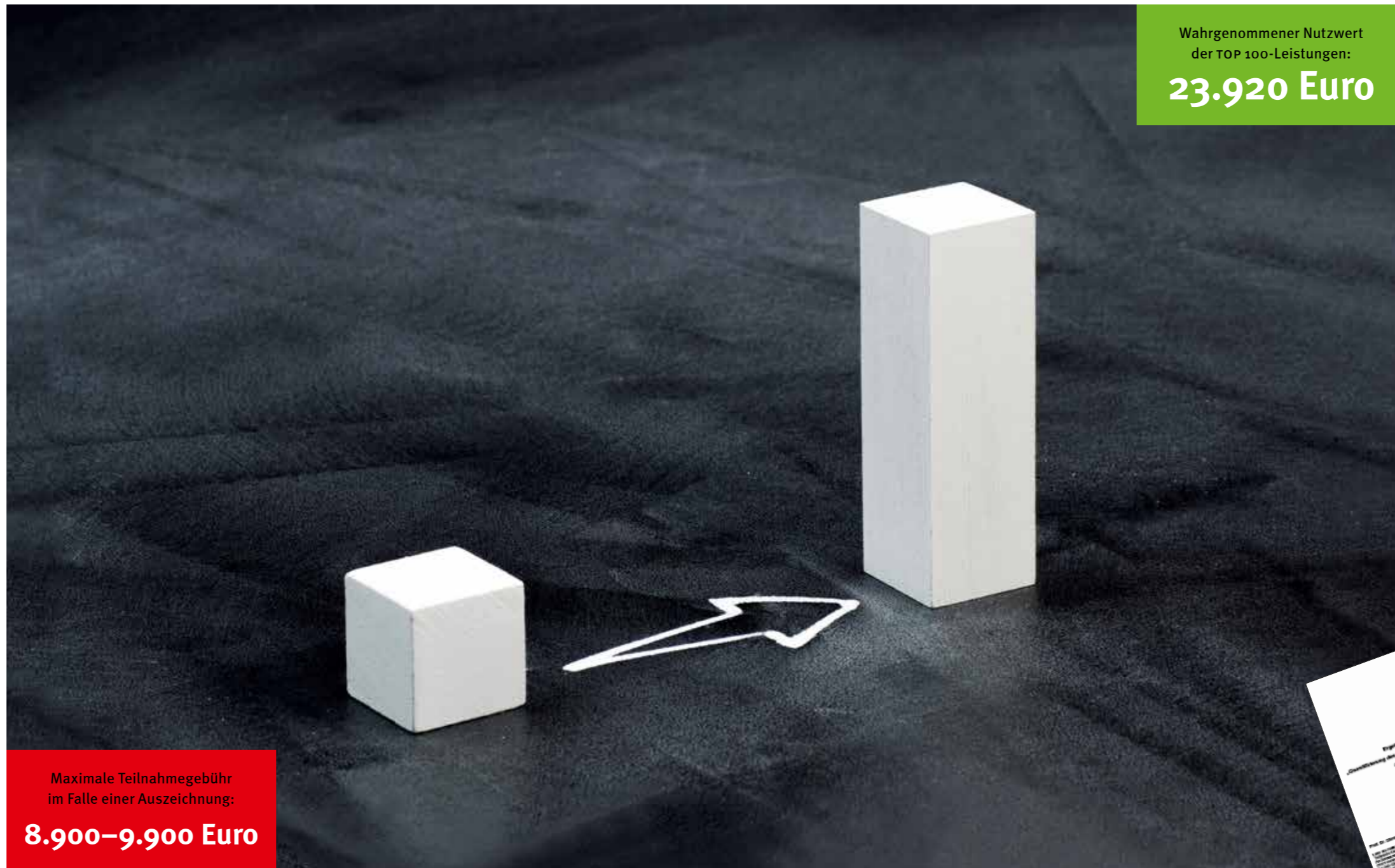


# Studie: „Quantifizierung des Nutzens einer Teilnahme an TOP 100“

TOP 100 hat sich selbst einem anspruchsvollen Benchmarking unterzogen: **Prof. Dr. Christian Lühje** (Foto) vom Institut für Innovationsmarketing der TU Hamburg-Harburg untersuchte den Nutzen einer TOP 100-Teilnahme.

Das Ergebnis: Die Wirkung einer Auszeichnung mit dem TOP 100-Siegel übertrifft die Wirkung aller anderen Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen signifikant. Im Falle einer Auszeichnung steht der Teilnahmegebühr in Höhe von 8.900 Euro bis 9.900 Euro ein wahrgenommener Nutzwert von 23.920 Euro gegenüber.



## Aufbau der Studie

Professor Lühje und sein Team baten alle TOP 100-Unternehmen der Jahre 2012 bis 2015, eine Reihe interner und externer Nutzenaspekte jeweils auf einer Skala von 1.00 bis 5.00 zu bewerten. Außerdem fragten sie die Top-Innovatoren nach ihrer Bewertung des Nutzens im Vergleich zu dem anderer Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen. Abschließend quantifizierten die Wissenschaftler anhand dieser Parameter den tatsächlichen Wert einer TOP 100-Teilnahme.

## „Die Qualitätswahrnehmung und Kundenzufriedenheit ist außergewöhnlich hoch.“

86 Prozent der von Professor Lühje befragten Unternehmen sehen in TOP 100 ein effektives Marketing- und PR-Instrument. Der Nutzen gegenüber dem anderer Maßnahmen zu einem vergleichbaren Budget liegt laut den Unternehmen um den Faktor 1,5 höher; gegenüber Anzeigen in Branchenzeitschriften sogar um den Faktor 2,7.

Schon der Nutzenwert, der durch die Marketing- und PR-Wirkung von TOP 100 erzielt wird, beträgt aus Sicht der Befragten 15.100 Euro, fand Professor Lühje heraus. Hinzu kommt die interne Wirkung: Laut den Unternehmen sorgt die Auszeichnung für einen Motivations-schub bei den Mitarbeitern. Zugleich stufen sie die Erkenntnisse aus der TOP 100-Innovationsbilanz als wesentlich nutzwertiger ein als beispielsweise die Teilnahme an einem Innovations-workshop (Faktor 1,6) oder die Einschaltung eines Innovationsberaters (Faktor 1,5). Diesen Mehrwert beziffert die Studie auf 8.820 Euro.

## Der Wert einer Teilnahme in Zahlen

Aus den Angaben der TOP 100-Unternehmen zum internen und externen Nutzen errechnete Professor Lühje für die TOP 100-Teilnahme insgesamt einen wahrgenommenen Wert von **23.920 Euro**. Dieser Wert liegt (je nach Größenklasse) zwei- bis dreimal so hoch wie die tatsächlich anfallenden Teilnahmegebühren.

## Die wichtigsten Ergebnisse der Befragung

- 98 %** „TOP 100 hat die Reputation unseres Unternehmens erhöht.“
- 87 %** „TOP 100 hat geholfen, das Vertrauen von Kunden in die Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen zu stärken.“
- 80 %** „TOP 100 ist effektiver als alternative Formen der Unternehmenspräsentation.“
- 80 %** „Die Teilnahme hat unsere Mitarbeiter motiviert und ihre Aufmerksamkeit für Innovationen erhöht.“
- 74 %** „TOP 100 hat sich positiv auf das eigene Innovationsmanagement ausgewirkt.“