

## Abstract zur Diplomarbeit

Fachgebiet: Marketing  
Name: Stock, Anna  
Thema: **„Die richtigen Dinge tun“ Effektivität von Workshops und Marketingmaßnahmen am Beispiel einer Kontaktlinse**  
Jahr: 2006  
Betreuer: Wolfgang Sickenberger, M.S. Optom. (USA), Dipl. Ing.(FH) AO, Fachhochschule Jena  
M.S. (USA) staatl. gepr. Augenoptikerin Petra Zapsky

### **Ziel**

Spezielle Workshops, nach der Einführung einer neuen Kontaktlinse (O2Optix) auf dem Markt, sollen Informationen vermitteln, den Abverkauf erleichtern und den Umsatz der Kontaktlinse bei den Augenoptikern steigern. Marketingmaßnahmen sind eine weitere Möglichkeit zur Unterstützung. Bei Augenoptikern, die an den Workshops oder den Marketingmaßnahmen teilnehmen, soll dadurch der Kontaktlinsenumsatz gesteigert werden. Wie effektiv diese Maßnahmen jedoch sind, war Gegenstand der Studie.

### **Material und Methode**

Für die O2Optix Workshopteilnehmer wurden drei verschiedene Fragebögen entwickelt. Bogen 1 vor dem Workshop, Bogen 2 unmittelbar nach dem Workshop und Bogen 3 vier Wochen nach dem Workshop. 40 randomisierte Augenoptiker, die an dem Workshop anwesend waren, konnten in die Studie eingeschlossen werden und bewerteten alle drei Fragebögen.

In einem zweiten Teil wurden in Interviews spezielle Marketingmaßnahmen bewertet. Daran nahmen 13 Augenoptiker teil, bei denen spezielle Marketingmaßnahmen zur O2Optix durchgeführt wurden. Die Bewertung zur Effektivität der Marketingmaßnahmen erfolgte auch hier durch einen Vergleich vor vs. nach den Marketingmaßnahmen.

### **Ergebnisse**

Einen statistisch signifikant positiven Unterschied gab es bei dem Vergleich der Umsätze/Anteile der O2Optix vor vs. nach den Workshops und Marketingmaßnahmen. Dieses Ergebnis zeigt die Effektivität der Maßnahmen am deutlichsten auf.

### **Schlussfolgerung**

Beide Maßnahmen, der Workshop als auch die Marketingmaßnahmen wirken sich statistisch signifikant positiv auf die Umsatzentwicklung aus. Ferner tragen diese Maßnahmen dazu bei, die Distribution zu beschleunigen und das Image und den Service des Produkts und des Unternehmens zu steigern.

### **Schlüsselwörter**

O2Optix, Workshop, Marketingmaßnahmen, Effektivität, Signifikanz

## Abstract zur Diplomarbeit

Specific Field: Marketing  
Name: Stock, Anna  
Diploma Thesis: **„Die richtigen Dinge tun“ Effektivität von Workshops und Marketingmaßnahmen am Beispiel einer Kontaktlinse**  
Year: 2006  
Supervising Tutor: Wolfgang Sickenberger, M.S. Optom. (USA), Dipl. Ing.(FH) AO, Fachhochschule Jena  
M.S. (USA) staatl. gepr. Augenoptikerin Petra Zapsky

### **Goal**

After the introduction of a new contact lenses to the market (O2Optix), special workshops provide information, facilitate the sale and increase the turnover of the contact lenses at the opticians. Measures for marketing are another way to support this. With the opticians who participate in the workshops or the marketing measures, the sales of contact lenses shall be increased through these. The actual effectiveness of these measures was subject of the study.

### **Material and Method**

Three different questionnaires were developed for the participants of the workshop for O2Optix. Questionnaire 1 before the workshop, questionnaire 2 immediately after the workshop and questionnaire 3 four weeks after the workshop. 40 randomly selected opticians who participated in the workshop could be included in the study and answered all three questionnaires.

In a second effort particular measures of marketing were assessed in interviews. 13 opticians with whom particular measures of marketing for O2Optix had been carried out participated in this. The assessment here was also done through a comparison of before and after the marketing measures.

### **Results**

A statistically significant difference, before and after the workshops or the marketing measures, was the result of a comparison of the turnover of O2Optix. This result (comparison of sales) shows the effectiveness of the measures most clearly.

### **Conclusion**

Both measures, the workshop as well as the marketing measures have a statistically significant impact on the development of turnover. Furthermore these measures contribute to expedite the distribution and to improve the image and service of the product and the company.

### **Keywords**

O2Optix, Workshop, Marketing measures, Effectiveness, Significance