

# Wissenschaftsmarketing II

## Licensing und Merchandising

Dipl.-Kfm. Christian Kramberg  
SUMMACUM GmbH

Bonn, 6. Juli 2005

## Licensing

**Licensing** ist ein relativ neues Instrument von Unternehmen, um das Marktgeschehen in ihrem Sinne zu beeinflussen. Entstanden aus den Kernbegriffen **License** und **Marketing** bezeichnet es die Vermarktung von Lizenzen und ist in den letzten Jahren zu einem eigenständigen Kommunikations- und Umsatzinstrument herangewachsen.

So nutzen immer mehr Unternehmen den **Bekanntheitsgrad** und das **Image** einer internationalen Marke, um ihre Produkte besser zu vermarkten.

Allgemein ist eine **Lizenz** (lat.: *licere* = erlauben) eine Erlaubnis, Dinge zu tun, die ohne diese verboten sind.

## Merchandising

Unter **Merchandising** (engl. für Absatzförderung, Verkaufsförderung) wird die Produktion, der Vertrieb und das Marketing von Ableger-Produkten rund um ein Hauptprodukt angesehen.

In der Regel ist heutzutage das Hauptprodukt eine international bekanntes Markenprodukt.

Die Palette der Merchandising-Produkte reicht dabei von Textilien, CDs und DVDs über Bücher, Computerspiele bis zu Sammelartikeln wie Figuren, Bausätzen, Modellen, Klebebildchen, Tradingcards usw. und Gebrauchsartikeln wie Kaffeetassen, Stifte, Schlüsselanhängern usw.

In der heutigen Zeit wird das Merchandising auch dazu benutzt, um eine Marke stärker bekannt zu machen (Imagetransfer).

## Ziel

Steigerung der Bekanntheit der Marke Hochschule und Erhöhung der Bindung an die eigene Hochschule.

Darüber hinaus können die Artikel des Merchandising auch als Informationsmaterial, Geschenke oder Incentives verwendet werden.

Insbesondere der Einsatz von einheitlichen Textilien bei Events oder Sportveranstaltungen ist nicht zu unterschätzen.

## Vertrag

Die Universität gestattet mit Wirkung ab dem xxx der GmbH den Gebrauch des Emblems der Universität sowie des dazugehörigen Schriftzuges zum Zwecke der Vermarktung insbesondere durch Werbeaufdrucke. Emblem und Schriftzug sind als Muster dem Vertrag in der Anlage beigelegt.

Die Universität legt Wert darauf, dass ihr Emblem nur auf solchen Artikeln erscheint, die anspruchsvolle Qualität aufweisen. Artikelumfang und Qualität werden vor der Vermarktung stets gemeinsam abgesprochen. Ansehen und Tradition der Universität müssen dabei stets gewahrt bleiben.

Veränderungen am Lizenzgegenstand sind ohne Einwilligung der Universität unzulässig. Die Universität wird diese Einwilligung insbesondere zu herstellungstechnisch bedingten Änderungen nicht unbillig verweigern.

## Produkte

### Broschüren

- Imagebroschüren, Vorlesungsverzeichnisse, Campus-Plan, Postkarten...

### Bürozubehör

- Schreibsets, Blöcke, Tassen, Taschen...

### Textilien

- T-Shirts, Polos, Jacken...

### Accessoires

- Pins, Absolventennadel, Schlüsselanhänger, CDs und DVDs...

## Vertrieb

### Campus Shop

- in der Hochschule mit allen Produkten sowie zusätzlichen Angeboten

### Campus Shop online

- alle Produkte können rund um die Uhr besehen und bestellt werden

### Büromaterial

- die Verwaltung stattet die Sekretariate aus

### Verlosungen

- als Preise für Sonderveranstaltungen

### Studentenwerk und Buchhandel

## Ideen und Bezahlung

### Studierende

- werden jährlich um neue Produkte befragt

### Lieferanten

- Vorschläge insbesondere bei den Textilien wichtig

### Barzahlung und Rechnung

- neben sofortiger Barzahlung liefern wir auch gegen Rechnung

### Kreditkarten

- wir akzeptieren neben dem Euro alle gängigen Kreditkarten

# Fundraising – Sponsoring – PPP Licensing und Merchandising

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!