

Ökonomie im Unternehmen I

OSTR Spork

Wintersemester 24/25

Marketing I

Agenda

- Marketing-Mix
- Der Markt
- Marktforschung
- Kommunikationspolitik
- Produktpolitik
- Sortimentspolitik



Was ist Marketing / Absatzwirtschaft?

„... Planung, Koordination und Kontrolle aller auf die aktuellen und potenziellen Märkte ausgerichteten Unternehmensaktivitäten. Durch eine dauerhafte Befriedigung der Kundenbedürfnisse sollen die Unternehmensziele im gesamtwirtschaftlichen Güterversorgungsprozess verwirklicht werden.“

(Meffert, Heribert, Marketing,
Wiesbaden 1991, S. 31)



Was ist Marketing / Absatzwirtschaft?

„Die Absatzwirtschaft beschreibt die Aufgaben und Funktionen eines Unternehmens, die darauf ausgerichtet sind, Absatz zu erzielen.“

(www.bwl-lexikon.de, 11.8.2023)



Der Marketing-Mix

4P Marketingmix



Doch zuerst....



Was ist überhaupt „mein Markt“?



“Wir haben früher immer geglaubt, im Markt der Kekse tätig zu sein. Kekse sind aber gar kein Markt, sondern ein Produkt. Wir sind im Prinzip in dem Markt der Esswaren tätig, die man nicht auf dem Teller verspeist”

Werner Bahlsen (1987)

Was ist überhaupt „mein Markt“?



Marktanteil von Chiquita

- ▶ Gesamter Fruchtmarkt: 5%
- ▶ Markt für Bananen: 50%

Marktabgrenzung

- sachlich: Welche Art von Leitungen/Produkten werden im Markt angeboten?
- zeitlich: Ist der Markt zeitlich begrenzt?
- räumlich: Ist der Markt regional, lokal, national oder international begrenzt?

- Käufermarkt: Mehr Angebot als Nachfrage
- Verkäufermarkt: Mehr Nachfrage als Angebot

→ Marktforschung

Marktforschung

bezeichnet die



- systematische Gewinnung, Auswertung und Interpretation
- von für Marketingentscheidungen relevanten Informationen
- über Märkte sowie Möglichkeiten zu ihrer Beeinflussung

Warum?

- Entscheidungsqualität verbessern
- Probleme erkennen
- Veränderungen auf dem Markt aufspüren und verstehen
- Beziehungen zu bestehenden Kunden pflegen

Primär- und Sekundärforschung

Primär

Generierung von Daten, die bisher noch nicht vorliegen. Diese Daten werden analysiert und können ggf. von dem Forscher veröffentlicht werden.

Sekundär

Verwendung von zu einem früheren Zeitpunkt erhobenen Daten für den beabsichtigten Untersuchungszweck.

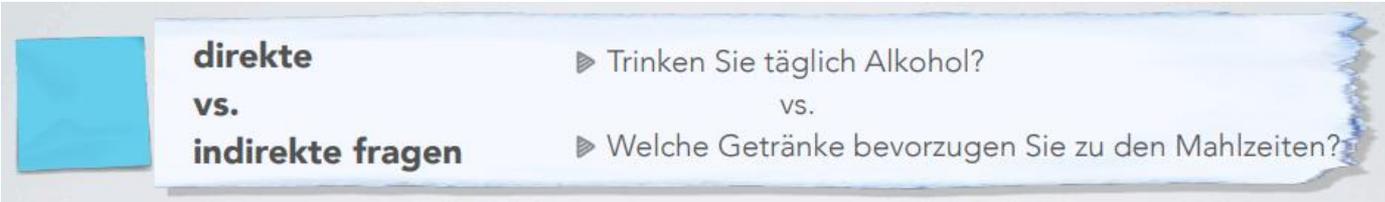
Methoden der Primärforschung

- Befragung
- Beobachtung
- Experiment
- Panel



Befragung

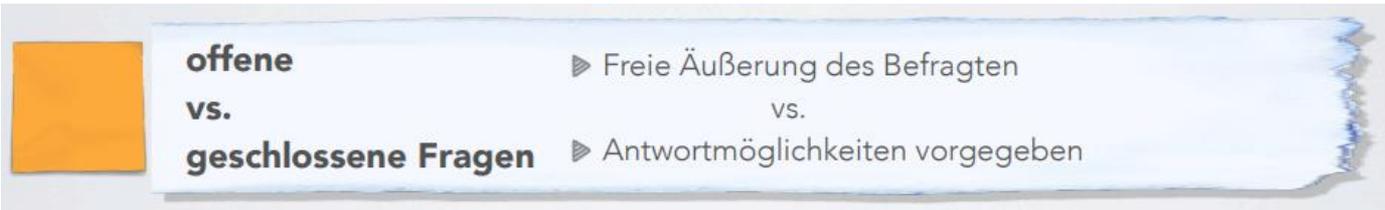
... ist eine der populärsten Methoden, wobei der Forscher mit Befragten interagiert (schriftlich, mündlich, telefonisch), um Informationen über Einstellungen, Meinungen, Wissen und Verhaltensweisen von Menschen zu gewinnen.



A light blue horizontal bar with a torn right edge. On the left is a light blue square. The text is in bold black font. The first part is 'direkte' followed by 'vs.' and then 'indirekte fragen'. To the right of 'vs.' are two examples, each preceded by a right-pointing triangle. The first example is 'Trinken Sie täglich Alkohol?' and the second is 'Welche Getränke bevorzugen Sie zu den Mahlzeiten?'.

direkte
vs.
indirekte fragen

▶ Trinken Sie täglich Alkohol?
vs.
▶ Welche Getränke bevorzugen Sie zu den Mahlzeiten?



A light blue horizontal bar with a torn right edge. On the left is an orange square. The text is in bold black font. The first part is 'offene' followed by 'vs.' and then 'geschlossene Fragen'. To the right of 'vs.' are two examples, each preceded by a right-pointing triangle. The first example is 'Freie Äußerung des Befragten' and the second is 'Antwortmöglichkeiten vorgegeben'.

offene
vs.
geschlossene Fragen

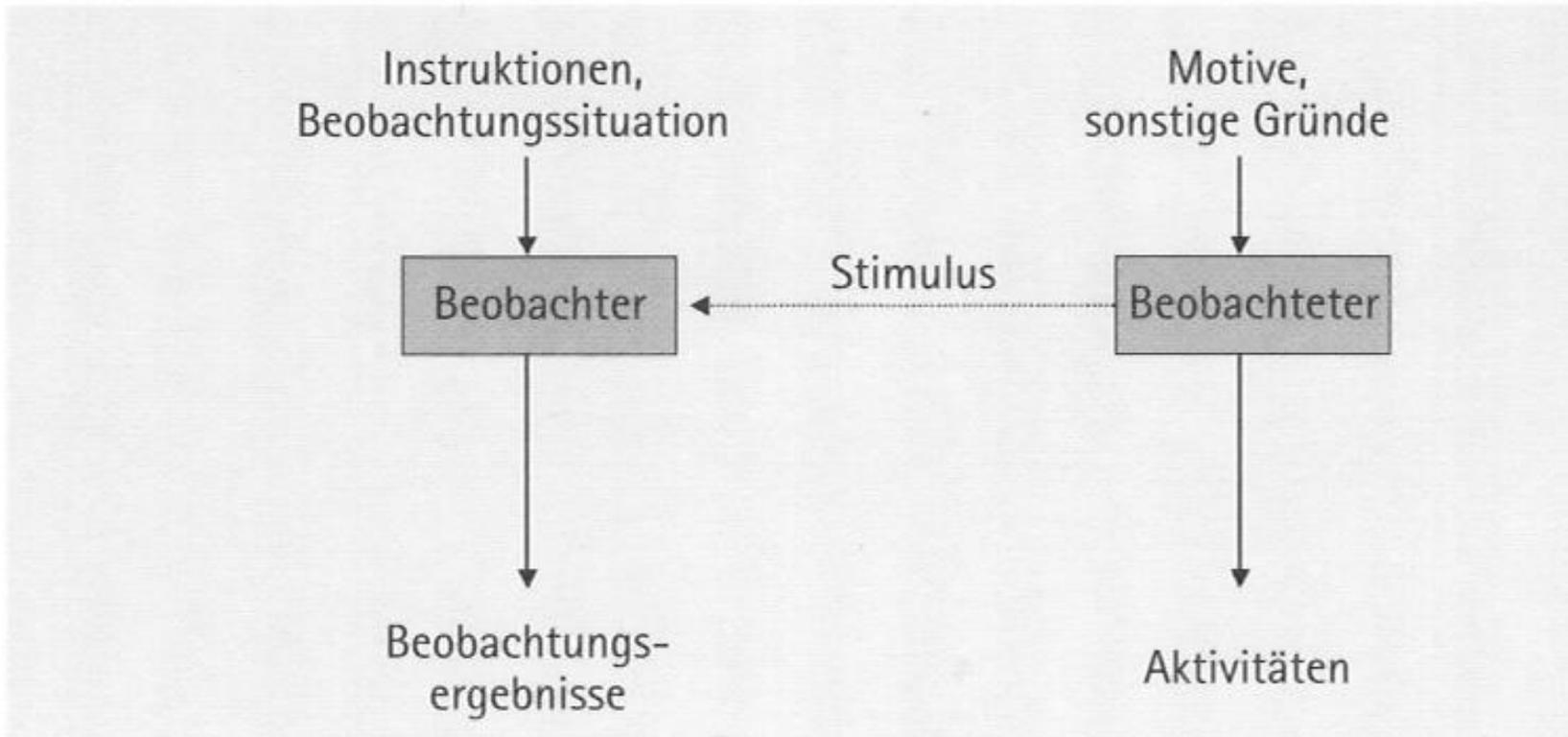
▶ Freie Äußerung des Befragten
vs.
▶ Antwortmöglichkeiten vorgegeben

Befragung

- Wen befrage ich?
- Wie befrage ich?
- Psychologischer Aufbau?
- Sachfragen / Kontrollfragen?
- Anzahl der Fragen?
- Auswertung?



Beobachtung



Arten der Beobachtung

Kriterium	Einteilung
Form der Datenkollektion	Beobachter und technische Einrichtungen (sowie: Bestandsaufnahme und „Spurenanalysen“)
grundsätzliche Anlage	experimentell – nicht experimentell
Beobachtungsstrategie	standardisiert – nicht standardisiert
Bedingungen, unter denen sich das Beobachtungsobjekt befindet	(1) normales Umfeld: Feldbeobachtung (2) künstlich geschaffene Bedingung: Laborbeobachtung
Erhebungssituation	(1) offen – nicht durchschaubar (2) quasibiotisch – biotisch
Partizipationsgrad	teilnehmende – nicht teilnehmende Beobachtung

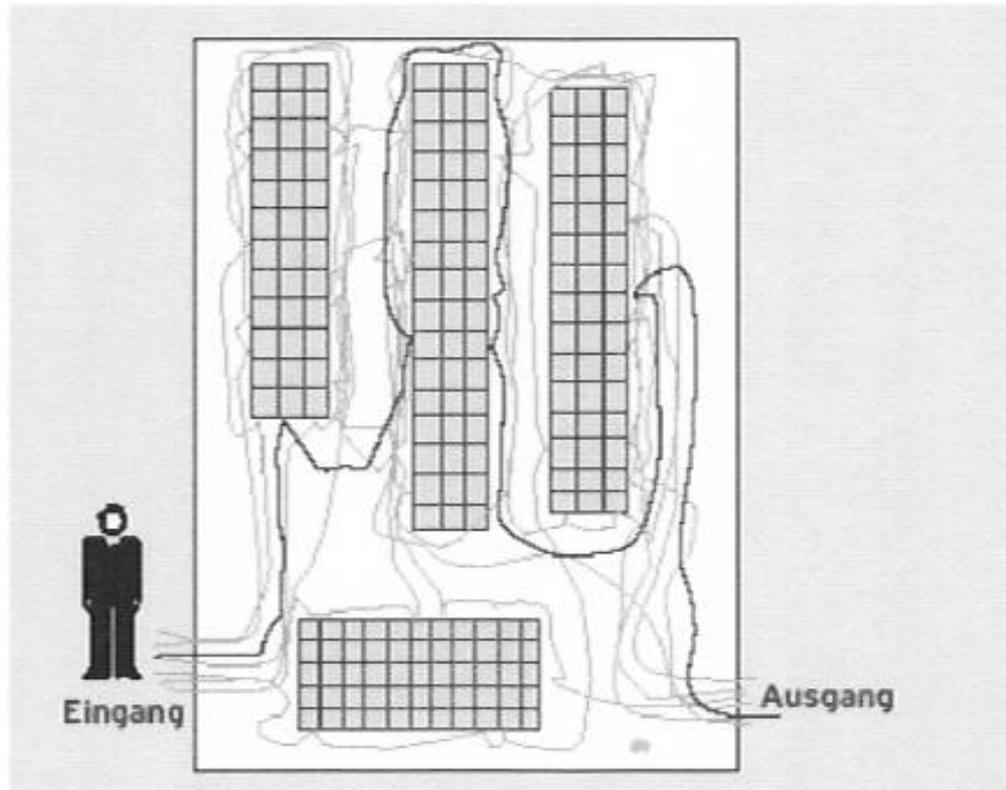
Aktualgenetische Verfahren



Physiologische Verfahren



Mechanische Verfahren



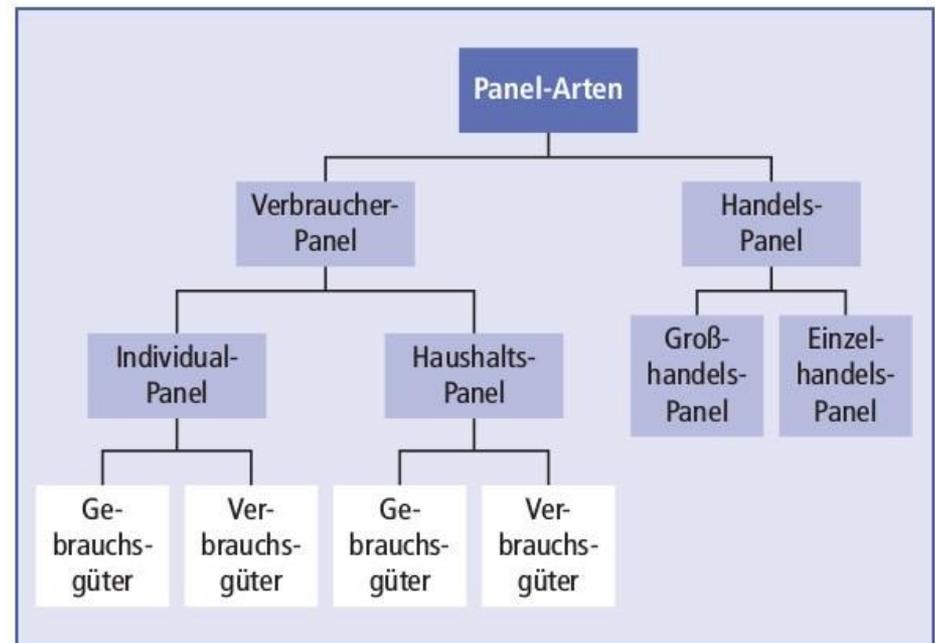
Experiment

- Labortest
- Markttest
- Storetest
- Warentest
- Studiotest



Panel

Bei der Panelforschung handelt es sich um die wiederholte Befragung einer festgelegten Teilnehmergruppe. Es werden mehrere Male exakt die gleichen Personen, Unternehmen oder anderen Untersuchungsobjekte mit der gleichen Methodik befragt. Dieser Teilnehmerkreis wird als Panel bezeichnet.



Brainstorming

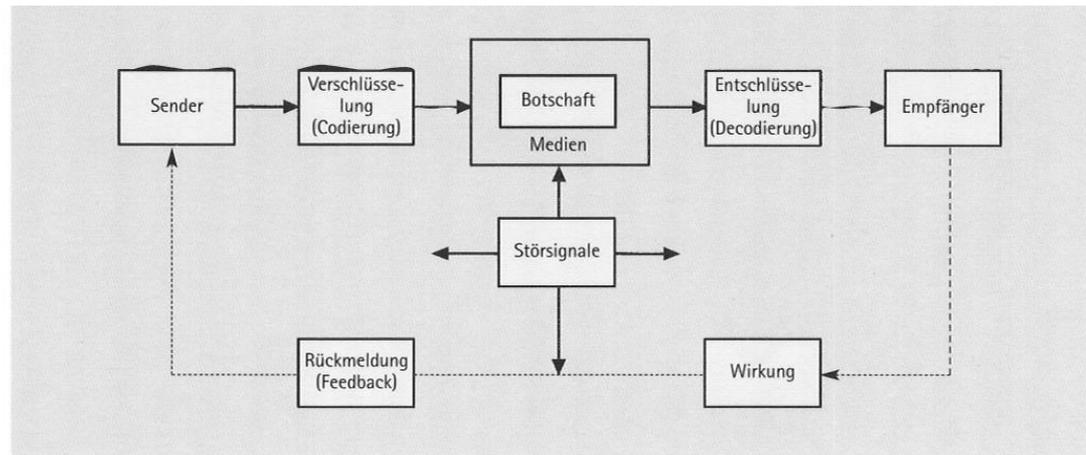
Wie könnten Umsetzungen im Unterricht aussehen?

ABWECHSLUNGS-
REICHER
UNTERRICHT



Kommunikationspolitik

Die Kommunikationspolitik, manchmal auch als Marketing-Kommunikation bezeichnet, beinhaltet alle Maßnahmen zur Übermittlung von Zielen und Informationen inner- und außerhalb eines Unternehmens. Sie plant und steuert die Kommunikation zwischen dem Unternehmen und bestimmten Zielgruppen.



Quelle: Kotler, Ph./Keller, K. L./Bliemel, F.: Marketing-Management – Strategien für wertschaffendes Handeln, Pearson Education Deutschland, 12. Aufl., München 2007, S. 655

Kommunikationspolitik



Absatzwerbung

- erfolgt meist als Massenkommunikation (Werbespots, Internet-Banner, Plakate)
- oft längerfristig und wiederholend angelegt
- breite Zielgruppe kann erreicht werden
- auch spezielle Zielgruppen können erreicht werden
- Streuverluste können klein aber auch sehr groß sein

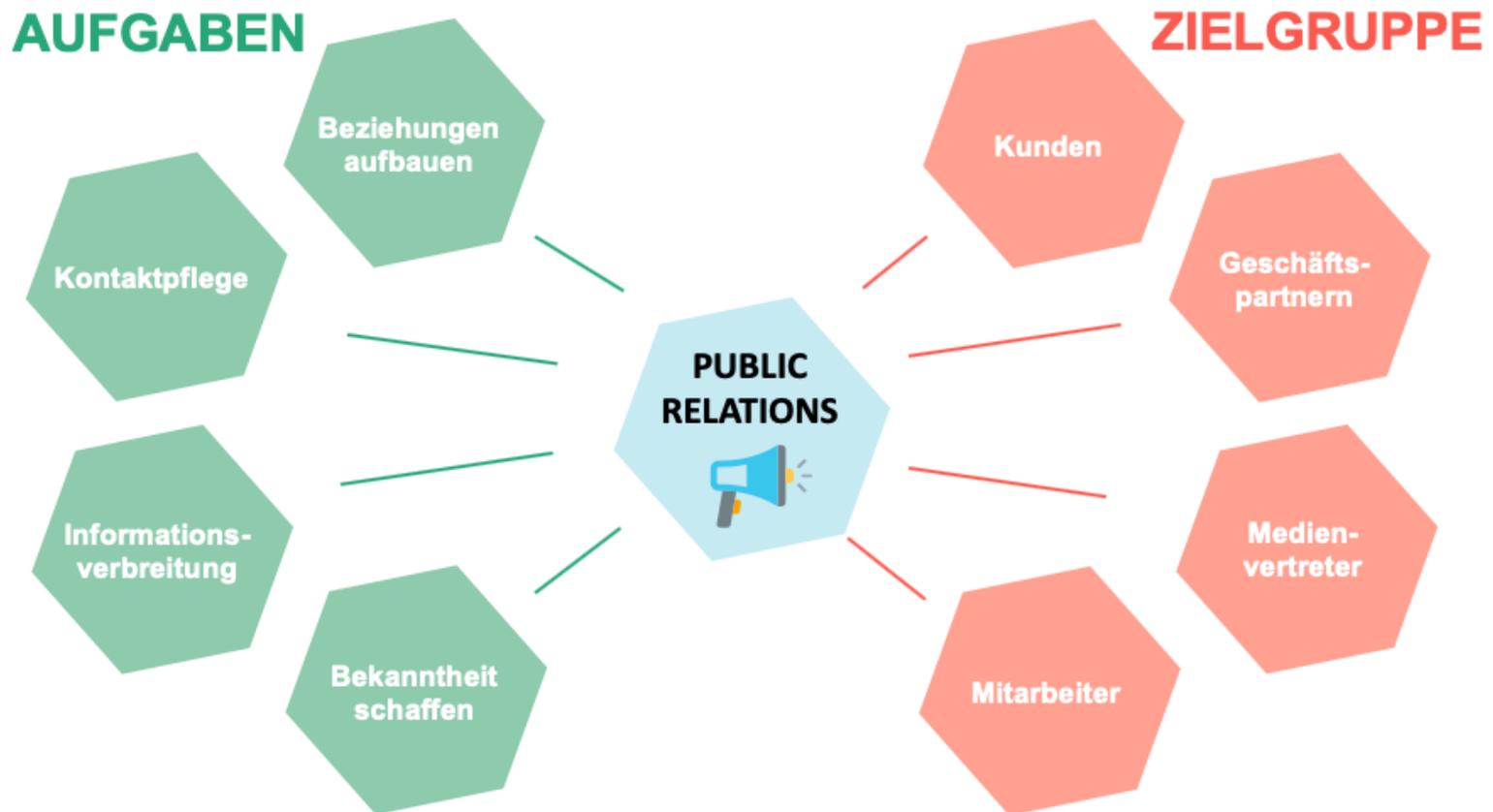


Verkaufsförderung (sales promotion)

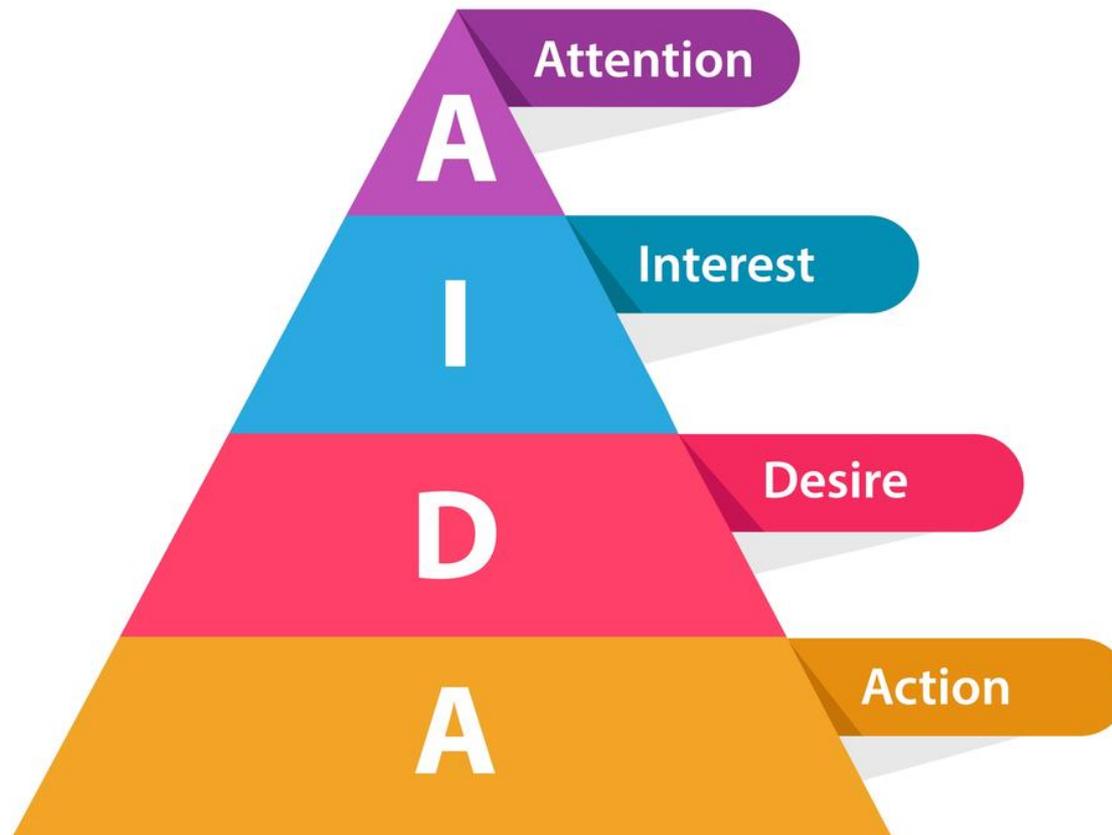
- Preisorientierte Maßnahmen
 - Sonderangebote / Sonderpackungen
 - Coupons / Treuerabatte
 - Rückerstattungen
- Nicht-preisorientierte Maßnahmen
 - Handzettel / Beilagen / Flyer
 - Aktionsverpackungen
 - Probeverkostungen
 - Produktzugaben
 - Gewinnspiele



Öffentlichkeitsarbeit (public relations)



Das AIDA-Modell



Brainstorming

Wie könnten Umsetzungen im Unterricht aussehen?

ABWECHSLUNGS-
REICHER
UNTERRICHT



Produktpolitik

Die Produktpolitik bezeichnet sämtliche Entscheidungen und Maßnahmen, welche sich mit dem Leistungsangebot (Produkte und Dienstleistungen) eines Unternehmens beschäftigen.

- Produktinnovation
- Produktvariation
- Produktdiversifikation
- Produktdifferenzierung
- Produktelimination

Produktpolitik

Elemente der Produktpolitik

Element der Produktpolitik	Änderung	Auswirkung Programmtiefe/ Programmbreite
Produktvariation	Änderung in Technik, Material oder Design – das alte Produkt wird ersetzt	Keine
Produkt-differenzierung	Ergänzung der Produktlinie um weitere Varianten	Sortiment wird vertieft
Produkt-diversifikation	Aufnahme neuer Produktlinien, Unterscheidung in horizontal, vertikal und lateral	Sortiment wird verbreitert



Produktpolitik



2,59 €
Altes Produkt
e 200 g

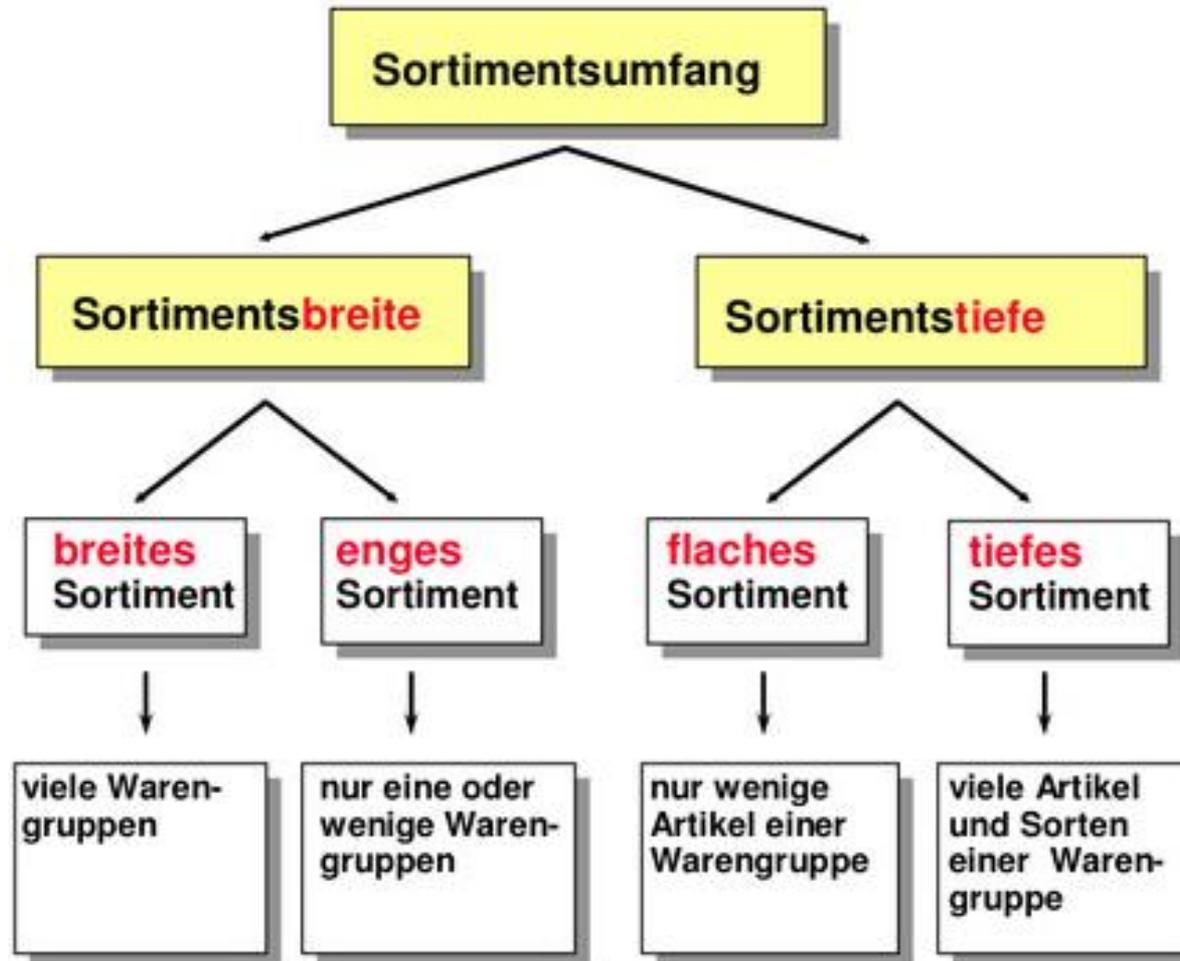
PREIS
+17%



2,79 €
Neues Produkt
e 185 g



Sortimentspolitik



Brainstorming

Wie könnten Umsetzungen im Unterricht aussehen?

ABWECHSLUNGS-
REICHER
UNTERRICHT



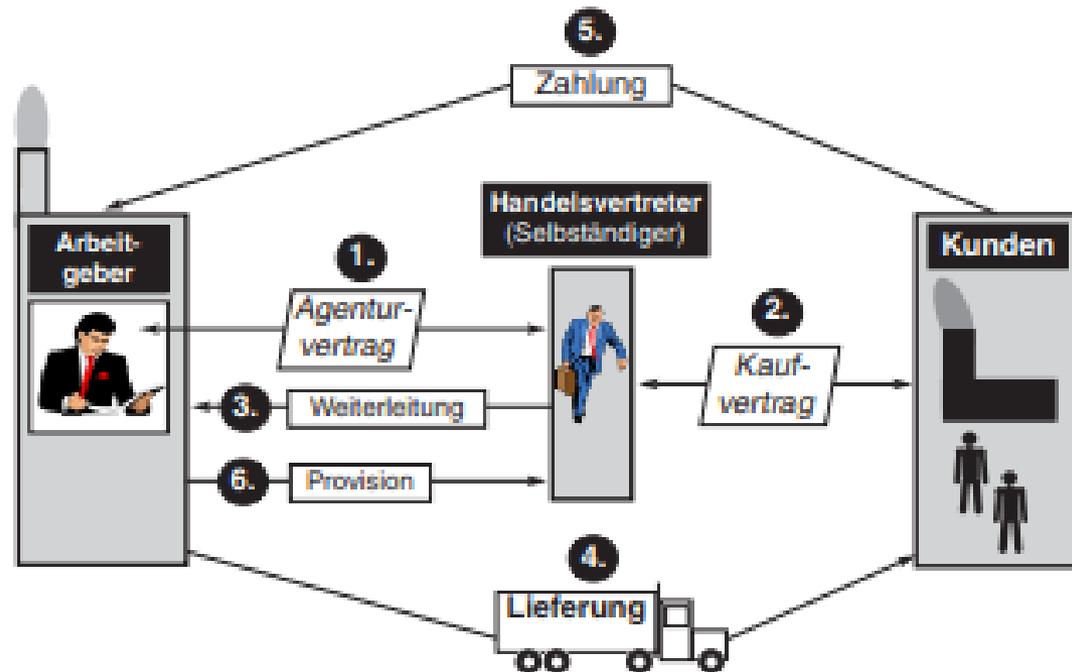
Distributionspolitik

Es geht um die Absatzwege....



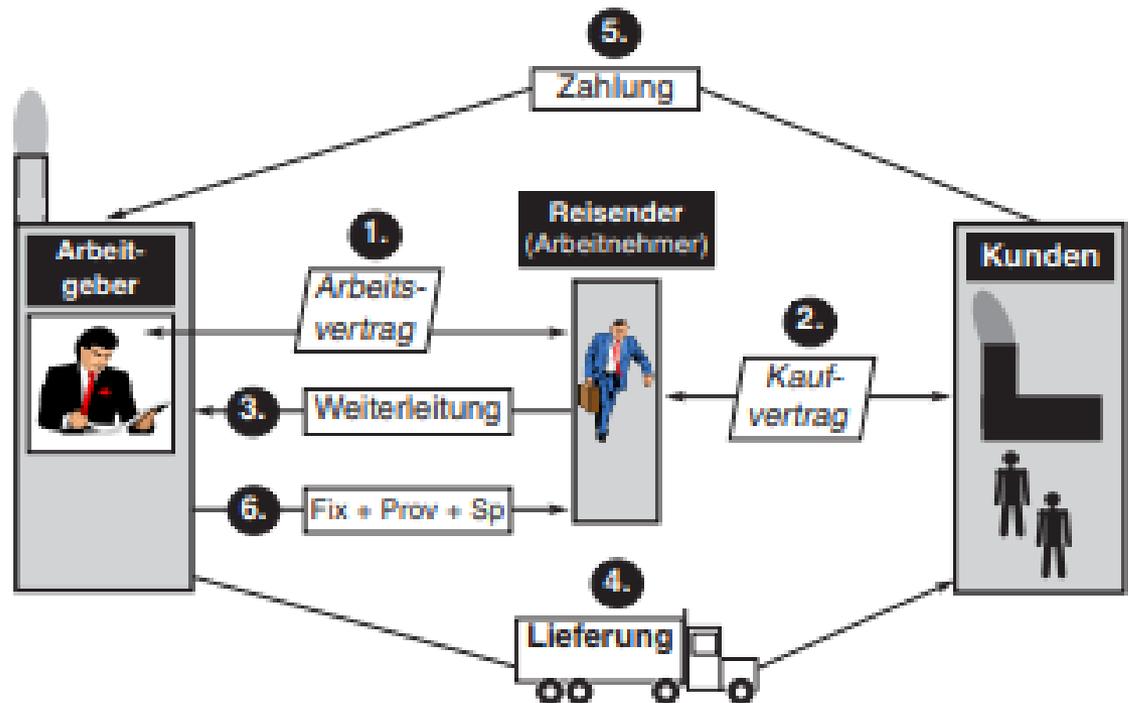
Distributionspolitik

- **Handelsvertreter**
- (Handlungs-)Reisender
- Kommissionär
- Makler



Distributionspolitik

- Handelsvertreter
- **(Handlungs-)Reisender**
- Kommissionär
- Makler



Distributionspolitik – Absatzhelfer

- Handelsvertreter
- (Handlungs-)Reisender
- **Kommissionär**
- Makler



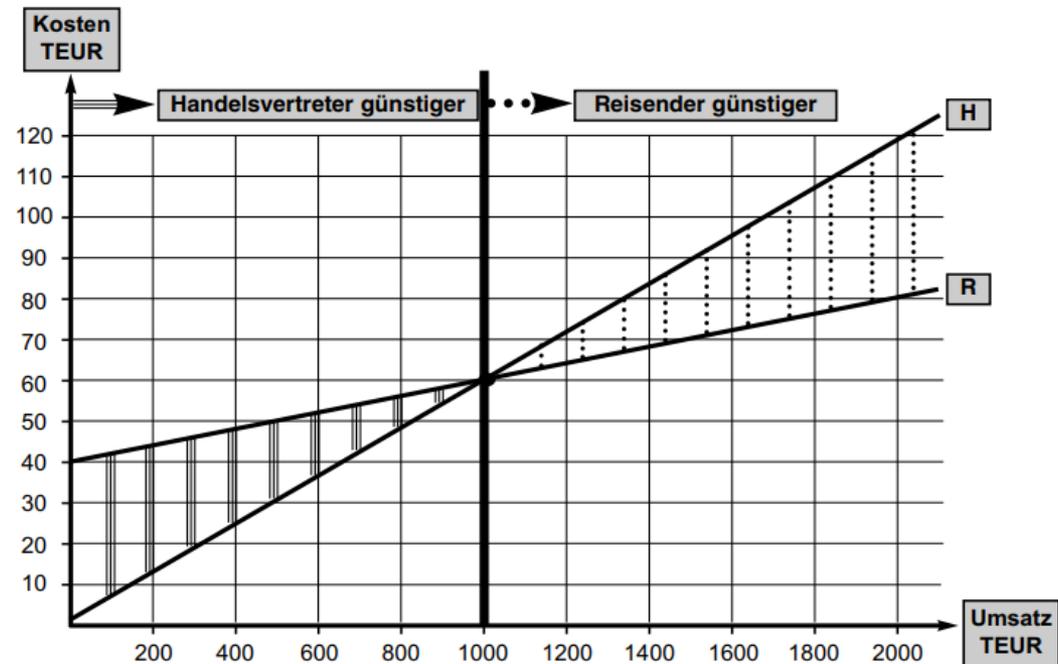
Distributionspolitik – Absatzhelfer

- Handelsvertreter
- (Handlungs-)Reisender
- Kommissionär
- **Makler**



Distributionspolitik – Absatzhelfer

- Handelsvertreter
- (Handlungs-)Reisender
- Kommissionär
- Makler



Distributionspolitik – Absatzmittler

- Einzelhandel
- Großhandel



Distributionspolitik – Direkte Absatzwege

- Verkaufsniederlassung
- Direktversand
- E-Commerce
- Telefonverkauf
- Haustürgeschäfte
- Werksverkauf
- Katalogverkauf
- Outlets
- Messen
- Märkte



Brainstorming

Wie könnten Umsetzungen im Unterricht aussehen?

ABWECHSLUNGS-
REICHER
UNTERRICHT



Social Media Marketing

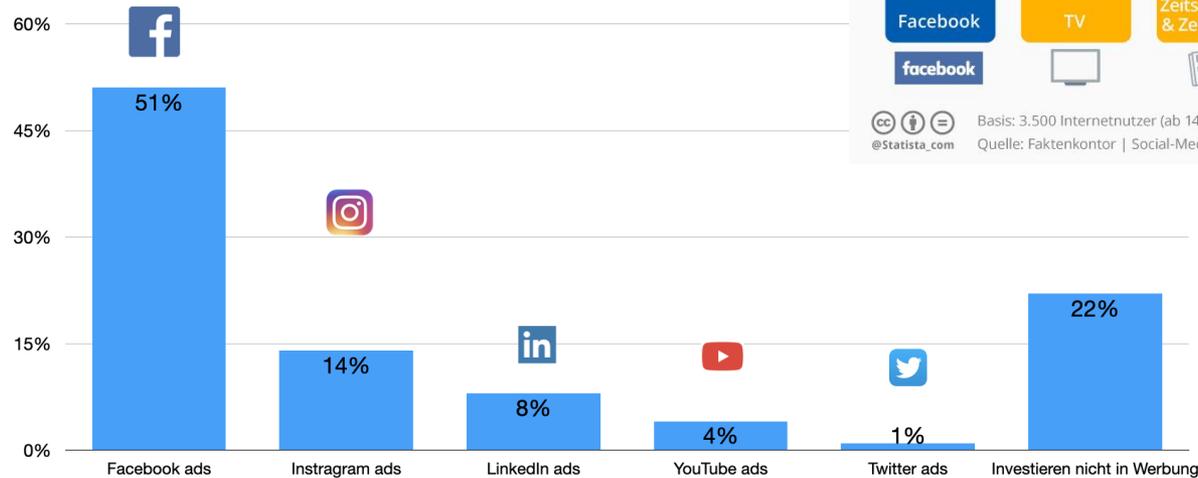
Alle Maßnahmen, die Unternehmensziele mithilfe sozialer Medien erreichen sollen. Dazu gehören u.a. auch Markenbildung oder Kundenbindung.

- profile optimization
- posting
- Engaging (like/share)
- advertising
- Measuring (see, what´s working)



Social Media Marketing

Werbung auf Social-Media Die wichtigsten Plattformen



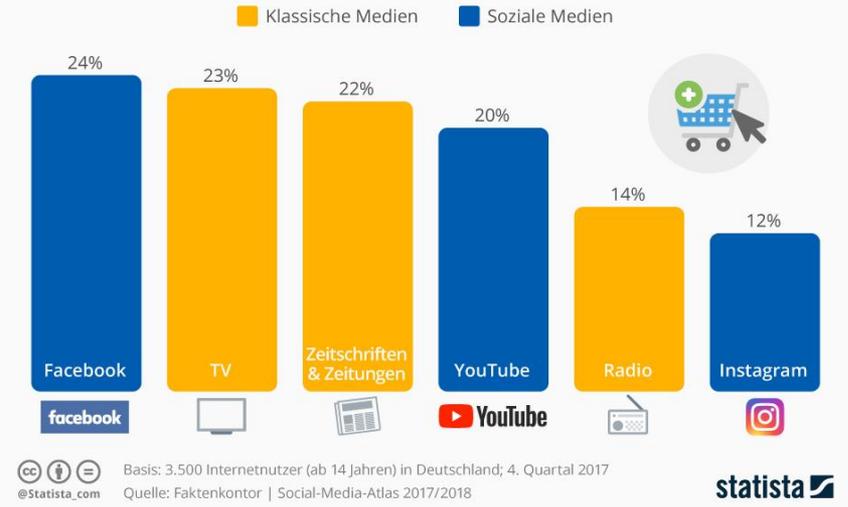
Quelle: Social Media Marketing Industry Report 2022, socialmediaexaminer.com
 Grafik: © bernetblog.ch

B
Bernet
Relations



Facebook werbewirksamer als klassische Medien

Internetnutzer, die schon mal ein über diese Medien beworbenes Produkt gekauft haben



Brainstorming

Wie könnten Umsetzungen im Unterricht aussehen?

ABWECHSLUNGS-
REICHER
UNTERRICHT

