

# Schülerfirmen

---

## Was bedeutet Marketing?

Im Gegensatz zur weitläufig verbreiteten Meinung bedeutet Marketing nicht nur „Werbung“ sondern

- ◆ **die Ausrichtung aller Unternehmensfunktionen auf den Markt.**
- ◆ *„Marketing ist so grundlegend, dass man es nicht als separate betriebliche Funktion sehen darf. Marketing umfasst das gesamte Unternehmen und zwar vom Endergebnis her betrachtet – d.h. vom Standpunkt des Kunden.“*

*Peter Drucker*

## Schülerfirmen

---

### Was ist Marketing-Planung?

Planen heißt, in der Gegenwart darüber entscheiden, was in der Zukunft zu tun ist.

- ◆ Aufstellen eines Jahresbudgets aufgeteilt in Quartale
- ◆ Festlegung der Werbeaktivitäten für die kommenden Quartale
- ◆ Festlegen der Reihenfolge von Investitionen für die nächsten fünf Quartale

## Schülerfirmen

---

Welche Bereiche und Zeiträume werden bei der Planung betrachtet?

Die Planung betrifft alle Funktionsbereiche des Unternehmens.  
Sie kann nach Fristen unterteilt werden:

- ◆ kurzfristige Planung in Wochen bis 1 Quartal
- ◆ mittelfristige Planung 1-4 Quartale
- ◆ langfristige Planung bis 10 Quartale

# Schülerfirmen

---

## Welchen Inhalt hat der Marketingplan?

### Ist-Analyse

Beschreibung der Gegenwartssituation aufgrund von Absatz- und Marktforschungsdaten:

- ◆ Käuferpräferenzen, Marktvolumen, Art des Marktes,
- ◆ Mitbewerber, Marktanteile, Produktlebenszyklen,
- ◆ Zielgruppen, eigene Kapazitäten,
- ◆ Beschaffungssituation,
- ◆ Stellung des eigenen Produktes am Markt (-segment)

# Schülerfirmen

---

## Welchen Inhalt hat der Marketingplan?

### Probleme

Beschreibung der aktuellen Probleme aus Sicht des eigenen Unternehmens:

- ◆ Wo liegen die Hauptprobleme des Marktes?  
(Konkurrenz, Importe, Beschaffung, Logistik)
- ◆ Welches sind die eigenen Planziele?  
(zu erreichende Ziele, Umsatz, Marktanteil, Produkteinführung, Vertriebskooperationen)
- ◆ Was könnten die Ziele der Hauptkonkurrenten sein?
- ◆ Welche Informationsmöglichkeiten gibt es darüber?  
(persönliche Kontakte, Zeitschriften, Messebesuche etc.)

# Schülerfirmen

---

## Welchen Inhalt hat der Marketingplan?

### Probleme

Ziele sollten operational formuliert sein, d.h. in konkreten Zahlen, Prozentangaben oder nachprüfbaren Fakten:

**Falsch:** “Umsatzsteigerung, soweit es der Markt zulässt”

(Zielerreichung ist nachträglich nicht nachprüfbar)

**Richtig:** **“Umsatzsteigerung um 10%”**

(Zielerreichung ist nachträglich nachprüfbar).

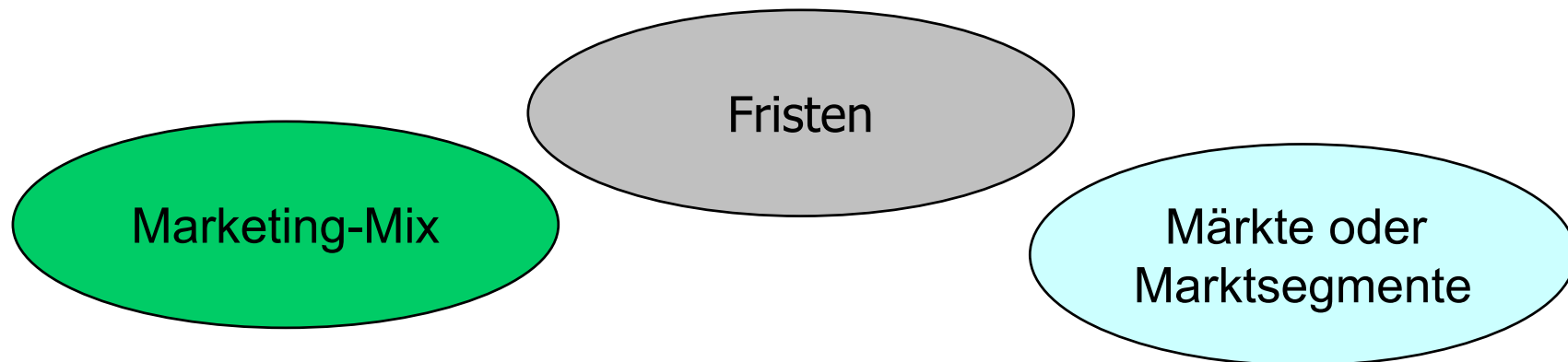
# Schülerfirmen

---

Welchen Inhalt hat der Marketingplan?

## Festlegen von Maßnahmen

Hierbei geht es um alle Maßnahmen, die benötigt werden um die geplanten Ziele zu erreichen. Mögliche Unterteilung der Maßnahmen:



# Schülerfirmen

---

## Welchen Inhalt hat der Marketingplan?

### Festlegen von Maßnahmen

Die Elemente des Marketing-Mix beziehen sich auf:

- ◆ Produkt  
(Produktqualität, Nutzen, Produktimage, Produktpreis)
- ◆ Distribution (Wege des Produktes in den Markt)  
(Distributionswege, Distributionsdichte, Hilfsfunktionen wie Service usw.)
- ◆ Kommunikation  
(Werbung, Verkaufsförderung, Public Relations, Internet)



# Schülerfirmen

---

## Welchen Inhalt hat der Marketingplan?

### Entwicklungsmöglichkeiten

- ◆ Produktentwicklung  
(Art, Qualität, Nutzen, Stellung am Markt, Produktimage, Preisstellung, Innovation, Eigenentwicklung, Lizenznahme, Kauf)
- ◆ Programmentwicklung  
(Anzahl der Produkte/Produktlinien, Ausrichtung nach Breite und Vollständigkeit, Erweiterung des Kundenkreises)
- ◆ Marktentwicklung
- ◆ Marktdurchdringung  
(vorhandene Produkte)
- ◆ Markteroberung  
(neue Produkte, neue Märkte)

## Schülerfirmen

---

### Warum soll der Kunde bei mir kaufen?

Herausarbeiten der Vorteile des eigenen Produktes oder der eigenen Dienstleistung gegenüber den Konkurrenzprodukten

- ◆ Technisch  
(Die technisch bessere Lösung liefert die besseren Ergebnisse)
- ◆ Kaufmännisch  
(Preis, Kosten, Wirtschaftlichkeit)

# USP = Unique Selling Proposition

# Schülerfirmen

---

## Was ist Produktimage?

- ◆ Das Produktimage ist das Spiegelbild der Produkteigenschaften beim Kunden  
(Art, Qualität, Nutzen, Stellung im Markt)
- ◆ das Produktimage ist abhängig von der Art des Empfangs, der Absorption bzw. Reflektion von Informationen beim Kunden
- ◆ das Produktimage kann nachhaltig durch die Kommunikationsstrategie des Anbieters beeinflusst werden  
(Werbung und Öffentlichkeitsarbeit)

# Schülerfirmen

---

## Was verbirgt sich hinter der Marketing-Kommunikation?

### Kommunikations-Mix

Zum Marketing-Kommunikations-Mix gehören die Funktionen:

- ◆ Kommunikation (Communication)
- ◆ Werbung (Advertising)
- ◆ Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations)
- ◆ Verkaufsförderung (Sales Promotion)
- ◆ Imagefördernde Maßnahmen (Sponsoring)

# Schülerfirmen

---

## Sales Promotion/Verkaufsförderung

- ◆ Kundenorientierte Verkaufsförderung
  - ◆ Gutscheinaktionen
  - ◆ Preisausschreiben
  - ◆ Produktvorführungen
- ◆ Personalorientierte Verkaufsförderung
  - ◆ Bonussysteme
  - ◆ Wettbewerbe
  - ◆ Motivationsveranstaltungen

# Schülerfirmen

---

## Sales Promotion/Verkaufsförderung

- ◆ Neue Themen der Verkaufsförderung
  - ◆ Kundeninformationssystem
  - ◆ Reklamationsbehandlung
  - ◆ Kundendienst- und Serviceschulungen

## Schülerfirmen

---

### Corporate Identity/Corporate Design/ Erscheinungsbild des Unternehmens

- ◆ Unter Corporate Identity (**CI**) versteht man “den Stil eines Unternehmens in seinem Verhalten, Erscheinungsbild und seiner Kommunikation”.
- ◆ Diese Definition macht deutlich, dass es sich bei **CI** bzw. der Identity eines Unternehmens um das Produkt einer Reihe von Faktoren handelt, die in ihrem Zusammenwirken eine unverwechselbare Persönlichkeit ergeben. Entscheidend ist dabei, dass Selbstverständnis und Erscheinungsbild zueinander passen, dass sie identisch sind (Identity).

## Schülerfirmen

---

### Corporate Identity/Corporate Design/ Erscheinungsbild des Unternehmens

- ◆ **CI** kann kein festgelegter Prozess sein, der sich automatisch zur Zufriedenheit aller entwickelt. Identity lässt sich nur durch gewolltes, gezieltes Handeln, Gestalten und Formen längerfristig nach Plan ausrichten.
- ◆ **CI** eines Unternehmens ist am ehesten in der äußeren Gestalt und seinem Erscheinungsbild zu erkennen.
- ◆ Hier setzt das Corporate Design (**CD**) ein.



## Schülerfirmen

---

### Corporate Identity/Corporate Design/ Erscheinungsbild des Unternehmens

- ◆ Das Corporate Design (**CD**) drückt sich in der Architektur der Gebäude, dem Firmenzeichen, der Außenwerbung, der Typografie in Broschüren und Anzeigen, der Farbgebung sowie den Geschäftspapieren aus.