

## Marketing - Aufgabenstellung

- **Lesen Sie das Arbeitsblatt durch und setzen Sie die Inhalte im Businessplan um!**

Marketing bedeutet **marktorientierte Unternehmensführung**, d. h. alle unternehmerischen Entscheidungen orientieren sich am Markt und damit an den Kundenwünschen. Hat man also eine zündende Idee, dann muss man zunächst auf dem Markt recherchieren, ob überhaupt Platz für diese Idee da ist, also ob Menschen überhaupt Interesse daran haben und bereit sind, Geld für diese Idee auszugeben. Zudem erfragt man, welche Eigenschaften für ein solches Produkt/ solche Dienstleistung wichtig sind, wieviel man dafür bereit ist zu zahlen etc., d. h. der Wunsch des Kunden auf dem Markt bestimmt das weitere unternehmerische Handeln. Deswegen folgt nach der Idee, die sogenannte **Marktanalyse durch Marktforschung**.

Mit der Marktanalyse stellt man meist fest, dass die Menschen, die grundsätzlich am Produkt bzw. der Dienstleistung interessiert sind, sich nach ihren Wünschen und Vorstellungen in verschiedene Gruppen trennen lassen. So wollen manche Menschen in Sachen Auto ein Nutzfahrzeug, also kostengünstig mit viel Stauraum (z. B. Skoda Roomster), andere wollen ein sehr angenehm zu fahrendes, großes, sportliches Auto mit einem sehr schicken Design (Mercedes SLK), dritte wollen wiederum ein sehr handliches, kleines Auto mit modernster Technik (Audi A1) etc. Man fasst also einzelne **Interessensgruppen in sogenannte Marktsegmente** zusammen und bildet verschiedene **Zielgruppen**, auf die dann Produkte bzw. Dienstleistungen ganz genau zugeschnitten werden.

**Ihr sollt eure Zielgruppe** (ein Produkt/ eine Dienstleistung) **oder Zielgruppen** (jeweils mehrere) **möglichst genau beschreiben**, da ihr nur so ein erfolgreiches Produkt bzw. eine erfolgreiche Dienstleistung erstellen könnt.

Folgenden Fragen nach der Zielgruppe solltet ihr beantworten:

- Wie alt sind eure Kunden, welches Geschlecht haben sie, über wieviel Einkommen verfügen sie, welche Berufe üben sie aus, wo stehen sie innerhalb ihres Lebenszykluses (Kind - Jugend - junge Erwachsene - junge Familie - ...)? Diese Kriterien nennt man **soziographische Merkmale**, da sie sich objektiv beschreiben lassen und von äußeren sozialen Faktoren zusammenhängen.
- Welche Werte (z.B. Ökoprodukte/Fairtrade vs. möglichst billig ansonsten egal), Einstellungen (z. B. Fast-Food vs. Gourmets) und Lifestyles (z. B. modisch vs. punk) haben sie? Diese Kriterien nennt man **psychographische Merkmale**, da sie innerhalb der Person zu finden sind und sich nur in deren Verhalten bemerkbar machen.

Weitere Wichtige Segmentierungsmerkmale bzw. wichtige Zielgruppenmerkmale, die ihr beschreiben sollte sind z. B.:

- Wie groß ist eure potentielle Zielgruppe?
- Zielt das Angebot auf Laufkunden oder auf Stammkundschaft ab?
- Welche gemeinsamen Interessen haben eure Kunden?
- Welche Kunden kommen für welche Produkte/ Dienstleistungen in Frage?
- Welchen Nutzen haben eure Kunden von eurem Angebot?



## Die 4 „P“ des Marketing: Product – Price – Promotion – Place

- **Produkt:** Hier beschreibt ihr eure **Geschäftsidee**, also euer angebotenes Produkt oder eure Dienstleistung. Egal was ihr anbieten wollt, solltet ihr euch im Klaren sein, dass ihr nur dann erfolgreich sein könnt, wenn ihr mindestens bei eurer Zielgruppe ein **Alleinstellungsmerkmal** habt, d. h. dass ihr bezüglich einer Sache einen Vorteil bietet, der von potentiellen Kunden als Kaufargument wahrgenommen wird. Beispiele für ein Alleinstellungsmerkmal können sein, dass
  - euer Produkt oder eure Dienstleistung bietet eine Funktionalität oder eine Leistung, die niemand anders anbietet (**USP** = Unique Selling Proposition).
  - ihr zwar keine USP habt, allerdings die einzigen in einem Umkreis seid, die eine Leistung bestimmte Leistung anbieten (**lokale USP**, bspw. der einzige Bäcker im Dorf).
  - euer Produkt zwar nicht einzigartig ist, aber über Werbung besonders bekannt oder mit einem besonderen „Gefühl“ (emotionalem Zusatznutzen, man spricht dann von der **UCP** = Unique Communication Proposition) verbunden ist, so dass Leute es wegen des Gefühls kaufen (z. B. H&M bietet Kleider zu sehr günstigen Preisen ähnlich wie C&A und evtl. auch Kik an, dennoch wird über die Werbung mit bekannten Menschen/ Models vermittelt, dass H&M besonders modern und modisch ist, objektiv stimmen tut das eher weniger...)

**Euer Businessplan sollte also ganz genau klären, warum bzw. inwiefern eure Leistung ein Alleinstellungsmerkmal hat und warum es deswegen gekauft werden wird!**

### Hilfestellung zur Geschäftsidee:

Vielfach bedarf es keiner besonders neuen technischen Entwicklung um erfolgreich zu sein. Die Unternehmensgründer von myboshi hatten „nur“ die Idee, maßangefertigte Strickmützen anzubieten. Sie erstellten ein Internetportal, bei dem Kunden ihre Mütze gestalten konnten. Die Pläne leiteten sie teils an Omas weiter, die für sie die Mütze häkelten. Die Omas wurden natürlich am Gewinn beteiligt. Mittlerweile bietet myboshi myboshi-Wolle, myboshi-Häkelbücher etc. an.

Ein anderes nettes Beispiel ist die Fitness-Industrie, bei der immer wieder neue Trends entstehen, ohne dass es tatsächlich etwas Neues gibt, bspw. ist Zumba nichts anderes als die Verbindung von klassischem Aerobic mit südamerikanischen Tanzformen. Die Entwickler machten die Idee bekannt, bildeten lizenzierte Zumba-Trainer aus (natürlich kosteten die Kurse), die Studios bzw. die Trainer die Zumba anbieten müssen Lizenzgebühren an die Entwickler zahlen und natürlich lässt sich so etwas mit einer Zumba-Mode-Serie kombinieren, ganz zu schweigen von Musikprodukten etc. Ein anderes Beispiel aus der Fitnessbranche ist das Nordic-Walking, eigentlich nichts anderes als Wandern mit Stöcken, man hat dem Wandern nur einen sportlichen „Touch“ über Werbung verpasst und schon hatte das Wandern, halt, das Nordic Walking, ein neues Image...

Durch die Automatisierung vieler Bereiche liegt die Chance von neuen Unternehmungen vielfach im Anbieten von Maßanfertigungen bzw. zielgruppengenaue Dienstleistungen.

- **Preis:** Natürlich müsst ihr auch einen Preis für euer Produkt/ eure Dienstleistung bestimmen. Der Preis sollte so angesetzt sein, dass euch nach Abzug aller Kosten noch ein Gewinn bleibt, der angemessen zu eurer eingesetzten Arbeitszeit ist. Evtl. könnt ihr ein **Staffelrabatt-System** einführen, dass man z. B. bei größeren Absatzmengen Preisnachlässe bekommt, oder nach einigen Käufen oder Dienstleistungsinanspruchnahmen einmal etwas umsonst oder eine andere Prämie bekommt. Vielfach erhalten Käufer, die ihre Produkte innerhalb einer relativen kurzen Frist von z. B. 10 Tagen nach Erhalt der Ware/ Dienstleistung bezahlen (man spricht dann von einem **Zahlungsziel** von 10 Tagen, Zahlungsziel ist also ein Zeitraum) automatisch einen Rabatt von ca. 3 %. Diesen Rabatt bei schneller Bezahlung innerhalb eines kurzen Zahlungsziels nennt man **Skonto**.

**Setzt einen oder bei mehr als einem Produkt auch mehrere Preise fest und stellt eure Kalkulation, wie ihr zu diesem Preis gekommen seid, möglichst genau dar (Materialkostenanteil, Produktionsenergieverbrauchsanteil, Arbeitskostenanteil, etc.)! Im Handel gibt man meist Gewinnspannen in Prozent an.**

- **Promotion:** Promotion steht für die Werbung und muss die Frage beantworten, wie ihr euer Produkt/eure Dienstleistung bekannt machen wollt. Wichtig dabei sollte sein, dass ihr vor allem eure potentiellen Kunden erreicht, also die, die evtl. Interesse an eurem Produkt/ eurer Dienstleistung haben. Im Großen gibt es die Möglichkeit
  - der Fernseh- oder Radiowerbung,
  - der Werbung durch Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften
  - auf Messen für ein Produkt zu werben
  - ein Sponsoring zu starten etc.

Im Kleinen kann man versuchen ganz gezielt die Leute anzusprechen, die dafür in Frage kommen und z. B. Flyer drucken und austeilten. Warum nicht einen kleinen Stand in der Marktstraße aufbauen und für euer Produkt werben (Achtung: vorher von der Stadt genehmigen lassen). Natürlich gehört eigentlich auch ein entsprechender Internetauftritt dazu. Nicht zu vergessen: ein guter Unternehmens- und Produktname ist sehr absatzfördernd.

**Stellt genau dar, wie ihr euer Produkt/Dienstleistung etc. bewerben wollt und warum ihr den genannten Weg gewählt habt!**

- **Place:** Unter „Place“ versteht man den Absatzkanal, also wo ihr euer Produkt/eure Dienstleistung anbieten wollt, z. B. könnt ihr einen eigenen Shop eröffnen (real oder Internet) oder aber mit einem Händler sprechen, dass er euer Produkt anbietet etc.

Aldi z. B. ist ein reiner Handelskonzern, er produziert nichts. D. h. alle bei Aldi angebotenen Produkte kommen von Herstellern, die Aldi als Vertriebskanal nutzen. Da Aldi sehr stark im Markt steht (es gibt überall Aldi-Geschäfte und unzählige Aldi-Kunden) ist es meist in der stärkeren Verhandlungsposition und kann den Herstellern die Bedingungen diktieren. Teils stellen verschiedene rechtlich selbstständige Hersteller nach den Vorgaben von z. B. Aldi Produkte her und Aldi verkauft sie unter seinen Handelsmarken. Andere Möglichkeiten sind z. B. **Franchise-Systeme** wie bei McDonalds, bei denen ein Unternehmer ein McDonalds-Restaurant auf eigenes finanzielles Risiko eröffnet, sich aber dabei verpflichtet, das Restaurant nach den Vorgaben von McDonalds zu bauen, einzurichten und nur McDonalds-Produkte anzubieten. Dafür kann er ein funktionierende Geschäftsidee nutzen, die zudem jeder kennt.

**Gebt genau an, wie ihr eure Produkte/ Dienstleistungen etc. vertreiben wollt und warum ihr den von euch ausgesuchten Weg oder die Wege gewählt habt!**