



# 1. Kurzarbeit (28.10.2022)

## Was ist Marketing?

**Marketing** beschreibt ein Konzept der marktorientierten Unternehmensführung, das darauf ausgerichtet ist, die Bedürfnisse (potenzieller) Kunden zu befriedigen. Dies umfasst neben operativen Maßnahmen, die die Kaufentscheidung beeinflussen sollen, auch alle anderen Unternehmensbereiche.



### Ist Marketing gleich Werbung?

Marketing bezieht sich in der Regel auf eine Produktlinie währenddessen Werbung sich meist auf ein bestimmtes Produkt bezieht.



## Der Marketing-Mix

- Preis (Preisgestaltung, Rabatte, Skonti)
- Produkt (Qualität, Design, Verpackung)
- Vertrieb (Vertriebswege, Transport, Verkaufsorte)
- Kommunikation (Werbung, Öffentlichkeitsarbeit)

## Ziele Marketing

- Neukundengewinnung.
- Steigerung des Umsatzes / Absatzes / Gewinns.
- Erhöhung der Markenbekanntheit.
- Verbesserung des Images.
- Stärkung der Kundenbindung.



### Begriffsklärung - Grundlagen

#### **Markt:**

Markt bezeichnet das Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage nach einem ökonomischen Gut.

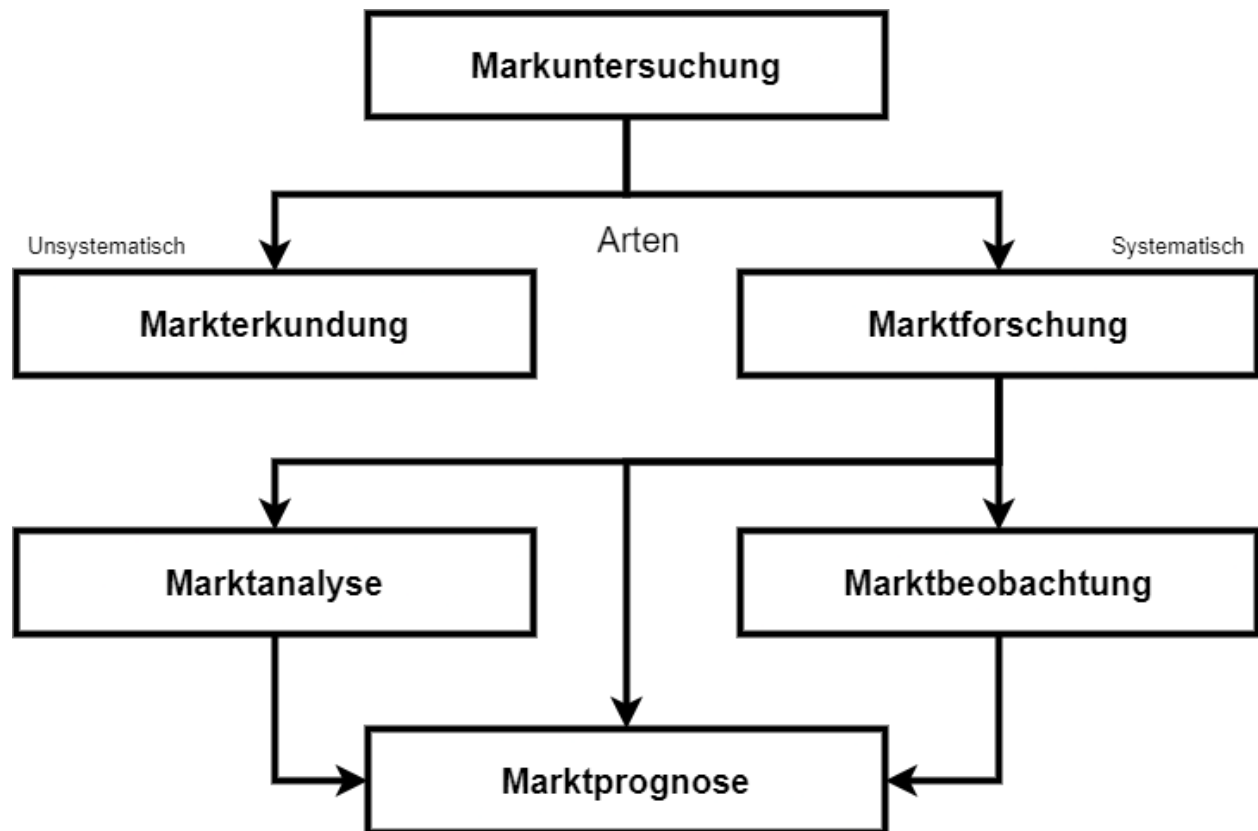
#### **Zielgruppe:**

Gruppe von Personen (mit vergleichbaren Merkmalen), die gezielt auf etwas angesprochen, mit etwas erreicht werden soll

## Verkäufermarkt und Käufermarkt

	Verkäufermarkt	Käufermarkt
Definition	Unternehmen dominieren Markt Nachfrage > Angebot	Kunde dominiert den Markt Nachfrage < Angebot
Folge	Die Konkurrenz der Nachfrager führt aufgrund des zu geringen Angebots zu <b>Preiserhöhungen</b> , sodass sich die Verkäufer in der besseren Marktposition befinden.	Bei einem Käufermarkt <b>sinken die Preise</b> . Grund ist der Überhang an Anbietern sowie dem Angebot an Waren und Gütern. Am Markt finden sich mehr Produkte, als der Käufer abzunehmen bereit ist.

# Arten der Marktuntersuchung





## **Begriffsklärung - Marktforschung**

### **Marktuntersuchung:**

Informationsbeschaffung zur Marktbeurteilung

### **Markterkundung:**

**Unsystematisches**, gelegentliches Sammeln von Informationen (z.B. Kundengespräche, Messebesuche, lesen von Fachzeitschriften).

### **Marktforschung:**

**Systematische**, mit wissenschaftlichen Methoden durchgeführte Untersuchung des Marktes.

### **Marktanalyse:**

**Systematische** Analyse vorhandener Marktdaten eines bestimmten Marktes zu einem bestimmten Zeitpunkt.

### **Marktbeobachtung:**

Beobachtung eines relevanten Markts durch die Marktteilnehmer oder im Rahmen der Marktregulierung durch Regulierungsbehörden.

### **Marktprognose:**

Marktprognose ist in der Wirtschaft und im Marketing die Voraussage über die künftige Marktentwicklung aufgrund von beobachteten Veränderungen der Marktdaten in der Marktforschung.

### **Marktpotenzial**

Das Marktpotenzial umfasst in der Volkswirtschaftslehre und im Marketing die in einem bestimmten Markt maximal verkäufliche Absatzmenge oder das maximal erzielbare Umsatzvolumen eines Gutes oder einer Dienstleistung.

### **Marktvolumen**

Tatsächlichen Umsatz aller Marktteilnehmer zusammen auf einem bestimmten Markt (innerhalb eines Zeitraums)

### **Absatzpotential**

maximal möglicher Absatz eines Unternehmens

### **Absatzvolumen**

Die Menge verkaufter Produkte oder Dienstleistungen durch ein Unternehmen oder eine Branche in einem bestimmten Zeitraum.

# **Systematische und Unsystematische Marktuntersuchung**

## **Unsystematische Marktuntersuchung**

Es handelt es sich um eine qualitative Form der Marktuntersuchung, ohne dass wissenschaftliche Methoden Anwendung finden. Die Informationen werden **unsystematisch**, willkürlich und gelegentlich erhoben.

## **Systematische Marktuntersuchung**

Anders als bei der Unsystematischen Marktuntersuchung beruht die Systematische Marktuntersuchung auf wissenschaftlichen Methoden zur Untersuchung des Marktes.