**Übungen Marketing**

**Übung 1 Begriffe der Produktgestaltung**

Ordnen Sie die untenstehenden Begriffe den richtigen Aussagen zu. Vgl. auch Lehrbuch S. 43.

A Absatz E Verpackung

B Markenartikel F Produktgestaltung

C Design G No-Name-Produkte

D Kundendienst H Eigenmarken

|  |  |
| --- | --- |
| a) Produkte mit überdurchschnittlicher Verbreitung im Absatzmarkt, gleichbleibender Aufmachung und produktspezifischer Werbung. |  |
| b) Alle Massnahmen, die unmittelbar dem Verkauf der Produkte oder Dienstleistungen dienen. |  |
| c) Vornehmlich von Grossverteilern angebotene Produkte, die erfolgreichen Markenartikeln gleichen, aber unter einem eigenen Namen angeboten werden. |  |
| d) Die Erzielung eines zusätzlichen Nutzens durch spezielle Verpackung, Marke, Design und Kundendienst. |  |
| e) Das äussere Erscheinungsbild (Form, Schriftzug, Farbe usw.) eines Produktes. |  |
| f) Information, Installation, Servicearbeiten und Schulungen im Zusammenhang mit einem Produkt, um dessen Attraktivität zu steigern. |  |
| g) Dieses Element erfüllt eine Schutz-, Informations- und Werbefunktion für das Produkt. |  |
| h) Produkte, die äusserlich durch keine auffälligen und bekannten Symbole gekennzeichnet sind, sondern nur eine einfache und sachliche Beschriftung aufweisen. |  |

**Übung 2: Verschiedene Absatzwege**

Produkte und Dienstleistungen können auf verschiedenen Wegen zu den Kunden kommen. Bestimmen Sie bei den folgenden Umschreibungen, ob es sich um einen direkten oder einen indirekten Absatzweg handelt. Vgl. auch Lehrbuch S. 52 unten.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Umschreibung** | **Direkt** | **Indirekt** |
| 1a: Zeitung, die Sie am Kiosk kaufen. |  | x |
| 1b: Zeitung, die Sie durch den Zeitungsverträger morgens um 6 Uhr im Briefkasten haben. | x |  |
| 2a: Flugticket nach New York, das Ihnen durch das Reisebüro Kuoni in Zürich übergeben wird. |  | x |
| 2b: Flugticket nach New York, das Sie am Swiss-Schalter im Flughafen Kloten kaufen. | x |  |
| 3a: Brot, welches Sie beim Bäcker kaufen. | x |  |
| 3b: Brot, welches Sie in einer Migros-Filiale kaufen. |  | x |

**Übung 3: Aussagen zur Preispolitik**

Markieren Sie die richtigen Aussagen mit einem R und die falschen mit einem F. Korrigieren Sie die falschen Aussagen. Vgl. auch Lehrbuch S. 43.



**Übung 4: AIDA-Wirkungsmodell von Werbung**

Was ist die Aufgabe der Werbung?

Die mit Werbemassnahmen angestrebte Werbewirkung kann man sich durch das aus dem Englisch stammende Stichwort AIDA merken.

Ergänzen Sie die Lücken in der Folgenden Darstellung.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Englischer Begriff** | **Deutscher Begriff** | **Zum Beispiel durch** |
| **A** | Attention | Aufmerksamkeit | Blickfang |
| **I** | Intresst | Interesse | Neugier/Spannung |
| **D** | Desire | Wünsche | Wunsch nach Besitz |
| **A** | Action | Handlung auslösen | Probierpreis |

**Übung 5: Werbeaussagen – informativ und suggestiv**

Kreuzen Sie für die folgenden Aussagen über ein Duschmittel an, ob es sich um informative und suggestive Elemente handelt.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Nr. | Aussage | Informative E. | Suggestive E. |
| 1 | Umweltfreundlich: Pumpsystem einfach auswechseln; alte Flaschen ins Glasrecycling. | x |  |
| 2 | Menschen, die das Duschmittel benützen, sind: vital, frisch, individuell, dynamisch, voller Lebensfreude, optimistisch, modern, sympathisch. |  | x |
| 3 | Das Duschmittel ist speziell hautverträglich, reizarm und mild. | x |  |
| 4 | Das Duschmittel kommt ohne Farbstoffe aus und ist dermatologisch getestet. | x |  |

Suggestiv : mit Konsum eines Produkt verbundene Gefühle, die Kaufentscheid beeinflussen sollen.

Informativ: Sachliche Angaben, die den Verstand ansprechen und den Kaufentscheid herbeiführen.

**Übung 6: Verschiedene Werbemittel**

Ordnen Sie den folgenden Aussagen die passenden Werbemittel zu.

1 Fernsehspot 6 Schaufenster

2 Flugblatt 7 Telefonwerbung

3 Inserat 8 Verpackung

4 Plakat 9 Vertreter

5 Radiowerbung 10 Werbebrief

|  |  |
| --- | --- |
|  | 6 Schaufenster |
|  | 1 Fernsehspot |
|  | 7 Telefonwerbung |
|  | 9 Vertreter |
|  | 2 Flugblatt |
|  | 4 Plakat |
|  | 3 Inserat |
|  | 5 Radiowerbung |

**Übung 7: Begriff Marketing**

Markieren Sie die richtigen Aussagen mit einem R und die falschen mit einem F. Korrigieren Sie die falschen Aussagen.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Unter Marketing verstehen wir eine Denkhaltung in einer Unternehmung, in der alle Entscheidungen im Hinblick auf den Absatz der Produkte oder Dienstleistungen getroffen werden. | R |
| Korrektur: |
| 2 | Unter Marketing verstehen wir die Art und Weise, wie eine Unternehmung Werbung macht. | F |
| Korrektur:  Werbung ist nur ein (kleiner) Teil vom Marketing |
| 3 | Unter Marketing verstehen wir die Art und Weise, wie eine Unternehmung sich Marktinformationen beschafft. | F |
| Korrektur:  Marketinginformation beschafften ist Marktforschung  Marktforschung ist NICHT = Marketing |
| 4 | Unter Marketing verstehen wir die Art und Weise, wie die verschiedenen Absatzverfahren eingesetzt werden. | R |
| Korrektur: |