

Marketing

Vorlesung 2 – Das Zusammenspiel von Unternehmens- und
Marketing-Strategie

Prof. Dr. Jasmin Baumann

11. Oktober 2024

Agenda und Lernziele

- Strategische Unternehmensplanung
 - Bestandteile strategischer Pläne inkl. Analyse-Instrumente
- Rolle des Marketing in der strategischen Planung
- Marketing-Strategie und Marketing-Mix (4P)
 - Umsetzung von Strategie und Mix

Warum ist das wichtig?

- Egal ob Großkonzern oder Start-up – Sie brauchen einen Plan!
 - Was wollen Sie konkret erreichen?
 - Wie soll dies passieren?
 - Welche Ressourcen werden zur Zielerreichung benötigt?
 - Können Sie sich damit von der Konkurrenz abheben?
 - Können Sie Ihren Kunden den gewünschten Nutzen liefern?
- Das Marketing liefert die Kennzahlen, auf deren Basis die Strategie formuliert wird
- Ohne Strategie agiert ein Unternehmen „kopflos“ – ineffektiv und ineffizient



Strategische Unternehmensplanung

- Der strategische Unternehmensplan
 - Beschreibt, wie das Unternehmen in einer sich ständig ändernden Umwelt überleben und Chancen nutzen kann; nennt übergeordneten Zweck und Auftrag des Unternehmens
- Zentrale Bestandteile:
 - Unternehmensmission und -ziele
 - Strategische Situationsanalyse (Strategie-Audit)
 - SWOT-Analyse (Analyse der Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken)
 - Portfolio-Analyse
 - Strategien für Wachstum und Downsizing

Strategischer Unternehmensplan – Mission und Ziele

- Definition des Unternehmenszwecks, d.h.:
 - In welcher Branche sind wir tätig?
 - Wer sind unsere Kunden?
 - Was ist der (übergeordnete) Zweck unserer Tätigkeiten?
 - Welche Art von Unternehmen sind wir?
- Gibt die Philosophie, Richtung und den Weg des Unternehmens als Ganzes vor
- Anforderung an die Mission:
 - realistisch und trotzdem visionär
 - maßgeschneidert, unternehmensspezifisch
 - auf besonderer Kompetenz des Unternehmens beruhend
 - motivierend und begeisternd

Beispiele Unternehmensmissionen

Unternehmen	Produktorientierte Bestimmung	Marktorientierte Bestimmung
B&Q	Wir verkaufen Werkzeug.	Wir helfen den Menschen, ihr Zuhause so zu gestalten, dass sie stolz darauf sein können.
eBay	Wir veranstalten Onlineauktionen.	Wir bieten einen globalen Marktplatz an, auf welchem praktisch jeder alles anbieten und kaufen kann.
Revlon	Wir produzieren Kosmetik.	Wir verkaufen Lifestyle und Selbstausdruck – Erfolg und Status, Erinnerungen, Hoffnungen und Träume.
Ritz-Carlton Hotels & Resorts	Wir vermieten Zimmer.	Wir erschaffen das Ritz-Carlton Erlebnis – eines, das die Sinne berührt und sogar die unerwarteten Wünsche unserer Gäste erfüllt.
easyJet	Wir verkaufen günstige Flüge.	Wir bieten unseren Kunden Sicherheit und einen rundum perfekten Service.

(Kotler et al., 2019)

Welche Mission ist hier anders?

BEISPIELE MISSION / VISION STATEMENTS



STARBUCKS

„Unsere Mission: den menschlichen Geist inspirieren und nähren – eine Person, eine Tasse und eine Nachbarschaft zur gleichen Zeit.“



McDONALD's

„Unsere Mission ist, für unsere Kunden der Ort zu sein, wo sie am liebsten essen und trinken. Wir haben uns einer ständigen Verbesserung unserer Arbeitsweise verpflichtet und möchten die Erfahrungen unserer Kunden bereichern.“



H&M

„Unsere Mission ist es, dass alle unsere Handlungen wirtschaftlich, sozial nachhaltig und umweltfreundlich ausgeführt werden.“

Bitte stimmen Sie per Smartphone ab.

Strategischer Unternehmensplan – Mission und Ziele

- Strategische Zielvorgaben
 - Objektiv messbare Größen, die die Umsetzung und Erreichung der Unternehmensmission messen
 - Ableitung einer Hierarchie von Zielen aus der Mission, die sowohl Unternehmensziele als auch speziellere Marketingziele vereint
 - Ohne messbare Ziele kann keine Unternehmensmission umgesetzt werden!
- Beispiel: Produzent von Düngemittel
 - Mission: Erhöhung der Produktivität in der Landwirtschaft
 - Unternehmensziele: Entwicklung neuer Düngemittel, die höhere Erträge ermöglichen; Gewinnerhöhung
 - Marketingziel: Erhöhung des weltweiten Marktanteils auf 15% innerhalb der nächsten 2 Jahre

Jetzt sind Sie dran... 😊

- Sie gründen mit zwei Freund:innen entweder
 - ein Indie Game Studio, um Ihr erstes Spiel zu entwickeln und auf den Markt zu bringen
 - eine Agentur für Social-Media-Marketing, die sich an kleine und mittelständische Unternehmen richtet
- Überlegen Sie in Ihrer Gruppe:
 - Wie würden Sie die Mission für Ihr Start-up formulieren?
 - Welche Unternehmensziele setzen Sie sich?
 - Wie lauten Ihre Marketingziele für die nächsten drei Jahre?

Strategischer Unternehmensplan – Strategie-Audit und SWOT-Analyse

- Strategie-Audit:
 - steht am Beginn jeder Strategieentwicklung des Unternehmens
- Bestandteile:
 - externe Analyse: Untersuchung der makroökonomischen Umgebung
 - interne Analyse: Untersuchung des Unternehmens selbst; bezieht sich auf gesamte Wertschöpfungskette
- SWOT-Analyse:
 - steht für **S**trengths (Stärken), **W**eaknesses (Schwächen), **O**pportunities (Chancen) und **T**hreats (Risiken)
 - leitet aus den im Strategie-Audit generierten Informationen die zentralen Stärken und Schwächen des Unternehmens ab
 - verdichtet die Vielzahl an Informationen auf wenige erfolgskritische Faktoren

Aspekte der SWOT-Analyse

Stärken - Strengths

- Welche Faktoren führen zum Erfolg?
- Worin sind wir besser als andere?
- Haben wir einzigartige Ressourcen?
- Welche Vorteile haben wir?
- Was ist unser USP?

Schwächen - Weakness

- Was können wir verbessern?
- Was sollten wir vermeiden?
- Welche Faktoren führen zum Misserfolg?
- Worin sehen andere unsere Schwächen?

**SW
OT**

Chancen - Opportunities

- Welche Chancen bestehen?
- Sind wir uns neuer Trends bewusst?
- Welche Gesetzesänderungen gibt es?
- Haben gesellschaftliche Entwicklungen Einfluss?
- Bieten lokale Ereignisse neue Chancen?

Risiken - Threats

- Welche Risiken bestehen?
- Was macht der Wettbewerb?
- Haben wir Schulden oder finanzielle-Probleme?
- Stellen Schwachstellen eine Gefahr dar?
- Ändern sich Qualitätsstandards?

Strategischer Unternehmensplan – Portfolio-Analyse (BCG-Matrix)

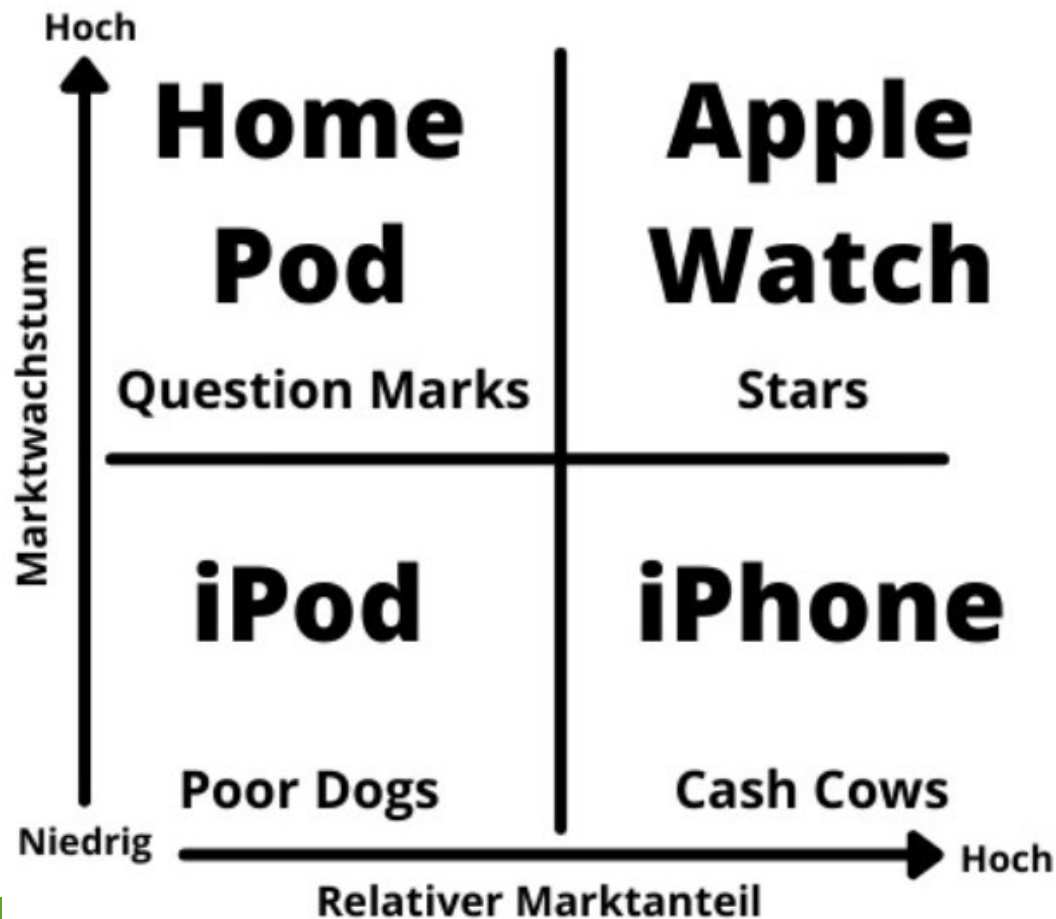
- Geschäftsportfolio = Gesamtheit der Produktlinien und Geschäftsfelder eines Unternehmens
- Ziele einer Portfolioanalyse:
 - Unterstützung bei der Beurteilung und Steuerung der unternehmensspezifischen Geschäftstätigkeiten und bei der Allokation von Finanzmitteln
 - Anpassung der Stärken und Schwächen des Unternehmens an die Geschäftsmöglichkeiten des Umfelds
- Ablauf:
 - Identifikation der einzelnen strategischen Geschäftseinheiten (SGE)
 - Beurteilung der Zukunftsaussichten der SGE; z.B. mit Hilfe der Marktwachstums-/ Marktanteils-Matrix der Boston Consulting Group

BCG-Matrix



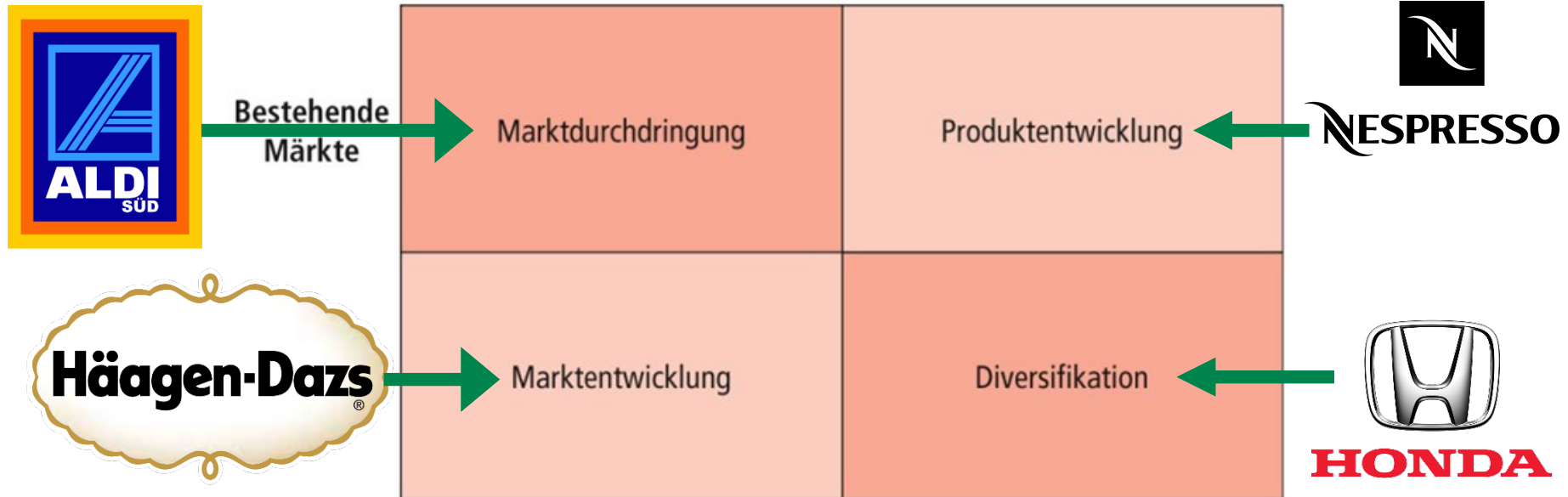
(Kotler et al., 2019)

Beispiel: BCG-Matrix für Apple



Strategischer Unternehmensplan – Wachstum und Downsizing nach Ansoff

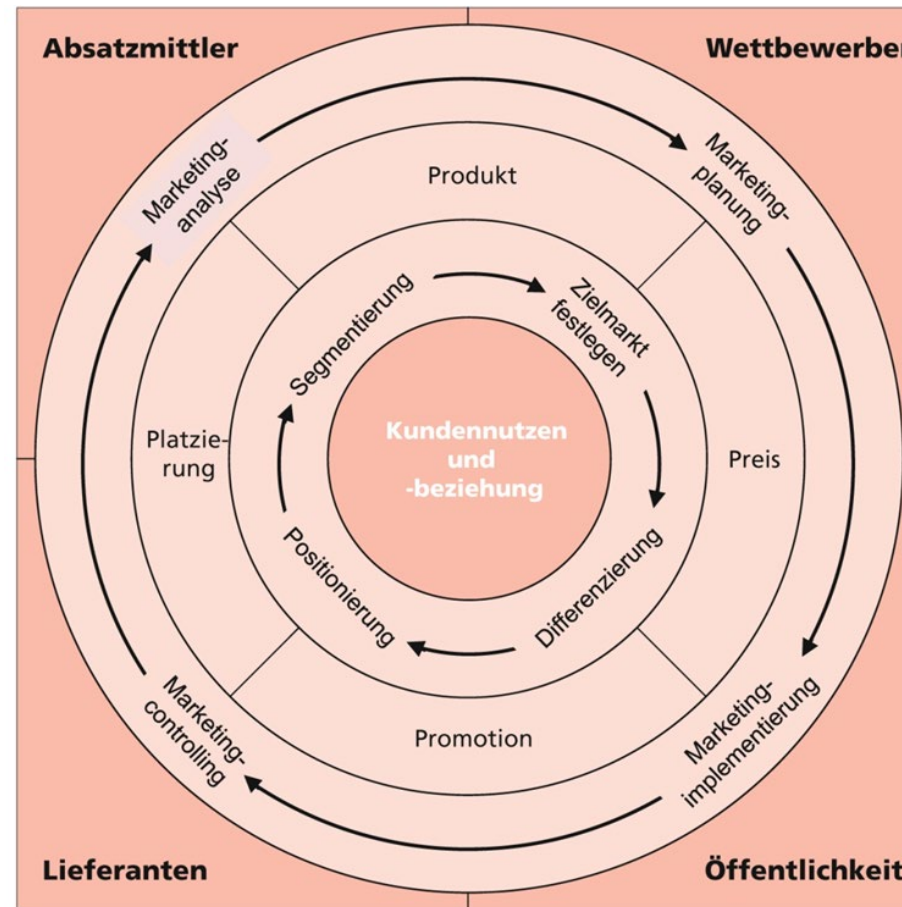
Ansoff's Produkt/Markt-Matrix



Strategische Unternehmensplanung – Die Rolle des Marketing

- Marketing als Leitkonzept in der strategischen Planung – Fokus Kundennutzen!
 - Zahlreiche Überschneidungen zwischen Unternehmens- und Marketingstrategie
 - Marketing liefert Input für strategische Entscheidungen
 - Ohne Marketing-Kennzahlen gibt es keine fundierte Unternehmensstrategie!
- Stellenwert des Marketing innerhalb betrieblicher Funktionsbereiche:
 - Kundenzufriedenheit und Bedürfnisbefriedigung kann nur durch das Zusammenspiel aller Abteilungen erreicht werden
 - Marketing als Koordinator, damit alle Abteilungen für eine möglichst perfekte Zufriedenstellung des Kunden zusammenarbeiten
 - Marketing als „Sprachrohr“ des Kunden innerhalb des Unternehmens

Marketingstrategie und Marketing-Mix



(Kotler et al., 2019)

Zusammenfassung

- Wir haben die strategische Planung und ihre wichtigsten Schritte erläutert
- Sie haben Instrumente zur Bewertung von Geschäftsfeldern und Strategieentwicklung kennen gelernt
 - SWOT-Analyse
 - BCG-Matrix
 - Ansoff-Matrix
- Wir haben die Rolle und den Stellenwert des Marketing in der strategischen Planung bewertet



Noch Fragen?