



Strategisches vs. operatives Marketing

Arbeitsauftrag: Ordnen Sie die nachfolgenden Marktentscheidungen durch Ankreuzen zu. Begründen Sie die Entscheidung Ihrem Sitznachbarn mündlich

Marketingentscheidung	Strategische Marketing	Operatives Marketing			
		Produktpolitik	Preispolitik	Distributionspolitik	Kommunikationspolitik
Die Marketingabteilung der Careli GmbH entscheidet,					
1) den Absatz durch gestaffelte Mengenrabatte zu steigern,			x		
2) einen Jahresumsatz in Höhe von 82,5 Mio. € erreichen zu wollen,	x				
3) umweltfreundliche Verpackungen einzuführen,		x			
4) eine Großhandelskette mit Sitz in Süddeutschland zu beliefern,	x			x	
5) einen neuartigen Webshop für Großhändler (B2B) aufzubauen,	x			x	
6) eine Anzeigenkampagne zur Bewerbung einer neuen Produktlinie zu starten,					x
7) sich auf ausgewählte Marktsegmente zu konzentrieren,	x				
8) bei Zahlung innerhalb von 10 Tagen 2 % Skonto zu gewähren,			x		
9) in einem Marktsegment die Marktführerschaft anzustreben,	x				
10) die Produkte 20 % teurer als die Wettbewerber anzubieten,			x		
11) ein Preisausschreiben für Endverbraucher durchzuführen,					x
12) einige Produkte über einen Handelsvertreter zu vertreiben,				x	
13) sich im Wettbewerb neu zu positionieren,	x				
14) den Service zu verbessern,				x	
15) Produktschulungen für ausgewählte Einzelhändler anzubieten,					x
16) einen TV-Spot in Auftrag zu geben,					x
17) in Zukunft in internationalen Märkten aufzutreten,	x			x	
18) die Form der Produkte abzuändern.	x	x			