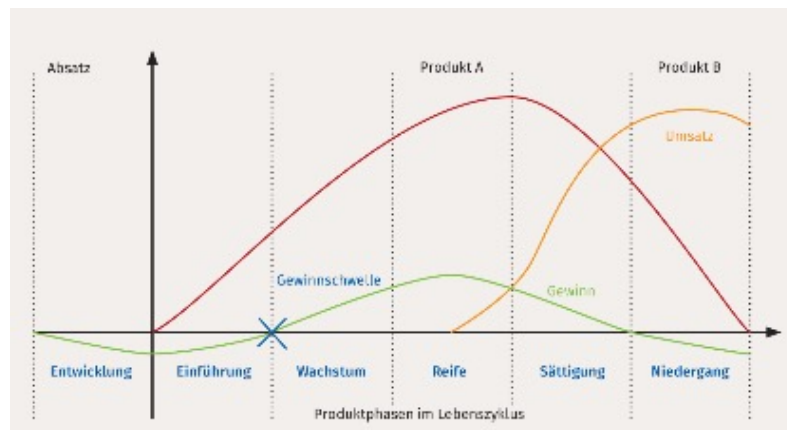


# Marketing und Kundenorientierung 3

## Absatzstrategien

- Produktlebenszyklus (PLZ)



- Phase 6: Nachlauf (Garantieleistungen, Nach-betreuung, etc.)

- **Marketingmaßnahmen - Einführungsphase**

- wenige, ausgewählte Vertriebskanäle wählen
- risikofreudige Käufergruppen & Handel anwerben
- "Probierpreise"/Samples
- hoher Kommunikationsaufwand (Einsatz von Pressearbeit)
- evtl. Vorbestellungen und Werbung vor offiziellem Verkaufsstart (beispielsweise Musik oder Videospiele)

- **Marketingmaßnahmen - Wachstumsphase**

- Preise regelmäßig nach oben korrigieren
- gesteigerte Distribution
- Werbung richtet sich an Konsumenten und Distributionspartner (Pull-und-Push-Strategie)

- **Marketingmaßnahmen - Reifephase**

- Angebot an neuen Produktvarianten (beispielsweise Farben/Größen)
- gesamter Marketing-Mix kommt zum Einsatz
- Preise an Wettbewerber anpassen
- Erschließen neuer Marktsegmente

- **Marketingmaßnahmen - Sättigungsphase**

- insgesamt geringe Marketingmaßnahmen
- Preissenkung
- Produkt "ausmelken"
- ggf. Elimination/Relaunch des Produkts vorbereiten

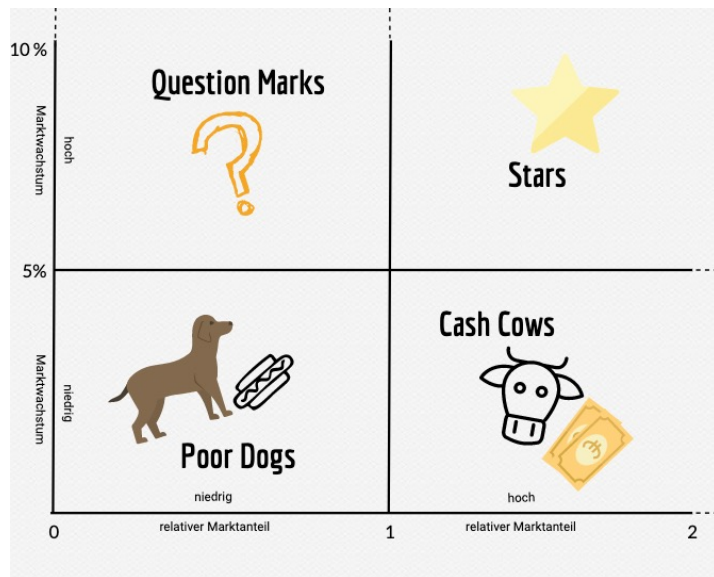
- **Marketingmaßnahmen - Degenerationsphase**

- komplette Produktelimination oder
- Relaunch mit neuer Werbekampagne
- Produktverbesserungen/-modifizierungen

# Marketing und Kundenorientierung 3

## Absatzstrategien

- Portfolioanalyse der BCG



- Question Marks:** In der Phase der Question Marks befindet sich das Produkt meist im Launch, beziehungsweise in der Markteinführungsphase. Der relative Marktanteil des Produkts ist noch niedrig, während die Investitionskosten den Umsatz-Cash-Flow deutlich übersteigen. Wenn sich das „Question Mark“ nicht durchsetzen kann, muss es schnell wieder vom Markt genommen werden.
- Stars:** Gewinnt das Produkt nach der Markteinführung einen relativen Marktanteil und zeichnet es sich durch ein schnelles Marktwachstum aus, wird es schnell zum leuchtenden Star des Unternehmens. Das Unternehmen sollte erzielte Gewinne weiter in seine „Stars“ investieren, um möglichst lange von ihrem stetigen Wachstum profitieren zu können.
- Cash Cows:** Cash Cows, zu Deutsch „Melkkühe“, haben zwar nur ein geringes Marktwachstum, da sie sich in der Reifephase befinden, dafür aber einen hohen relativen Marktanteil. Sie bilden die tragenden Säulen des Unternehmens, dienen zur Finanzierung der Question Marks und Stars und sind besonders profitabel, da sie ohne große Investitionen „gemolken“ werden können.
- Poor Dogs:** Die Poor Dogs sind sozusagen die „armen Hunde“ des Produktsortiments, da sie aufgrund des geringen Marktwachstums und dem geringen relativen Marktanteil zunehmend Verluste erwirtschaften. Sie sollten vom Markt genommen oder weiterentwickelt und neu gelauncht werden.

# Marketing und Kundenorientierung 3

## Absatzstrategien: Kritik und Weiterentwicklungen

- Die aufgezeigten Modelle sind Grundmodelle
- Die Kritik gilt der mangelnden Tauglichkeit in komplexen Umgebungen
- In der Praxis werden daher verschiedene erweiterte Modelle verwendet

# Marketing und Kundenorientierung 3

## Rechtliches:

- Irreführende Werbung
  - verboten
- Lockvogelangebote
  - Mindestvorrat für 2 Tage notwendig
- Ausnutzung
  - verboten
- Mit Angst oder Mitleid werben
  - verboten
- Schleichwerbung
  - verboten, wenn ohne Hinweis
- Mengenbeschränkung
  - Mindestvorrat für 2 Tage notwendig
- Preisvergleiche
  - verboten, wenn Vergleich mit Mondpreisen
- Preisangaben
  - mit wenigen Ausnahmen stets erforderlich
- Vergleichende Werbung
  - zulässig bei Wahrung der guten Sitten, § 6 UWG
- Sonderangebote
  - zulässig
- Preisspaltung
  - verboten
- Freundschaftswerbung
  - zulässig
- Zugaben
  - zulässig, wenn Bedingungen klar angegeben sind
- Kopplungsangebote
  - Zulässig, wenn sachlicher Zusammenhang besteht
- Unzumutbare Belästigung
  - Unzulässig, § 7 UWG
- Gewinnspiele
  - zulässig, wenn ohne Kaufzwang, § 4 UWG
- Rufschädigung
  - verboten
- Folgen bei Verstößen
  - Rücktritt vom Vertrag
  - Unterlassungsklage
  - Schadenersatz
  - Freiheits-/Geldstrafe

# Markt und Kundenbeziehungen 4

- Geschäftsprozess Absatz
  - Geschäftsanbahnung (rechtlich unverbindlich)
  - Vertragsabschluss (Verpflichtungsgeschäft)
  - Herstellung und Bereitstellung der Güter
  - Übergabe und Übereignung der Sache (Erfüllungsgeschäft)
- ➔
- Kundenberatung
- Angebotserstellung
- Vertragsgestaltung

# Markt und Kundenbeziehungen 4

- Kundenberatung
  - Unternehmen → B2B
  - Behörden → B2A
  - Privatkunden → B2C
- Kundengruppen
  - A → Großkunde → hoher Anteil am Gesamtumsatz → Key-Account-Manager
  - B → guter Kunde
  - C → gelegentlicher Kunde

# Markt und Kundenbeziehungen 4

## Angebotserstellung

- Das Angebot ist eine Aufforderung zum Kauf einer Ware/Dienstleistung
- Arten:
  - Unverlangtes Angebot
  - Verlangtes Angebot
  - Verbindliches Angebot
  - Unverbindliches Angebot
  - Anpreisung

# Markt und Kundenbeziehungen 4

gesetzliches Gewährleistung, Garantie, Kulanz

- Gesetzliche Gewährleistung, §§ 438, 476 BGB
  - Bei Verkauf an Verbraucher
    - Neuware: 2 Jahre ab Lieferung/Übergabe
    - Gebrauchtware: Verkürzung auf 1 Jahr möglich
  - Bei Verkauf an Unternehmen
    - Grundsätzlich: 2 Jahre
    - Einzelvertraglich beliebige Kürzung zulässig
    - Kürzung durch AGB auf 1 Jahr bei Neuware und 0 Jahre bei Gebrauchtware
- Garantie, § 443 BGB
  - Freiwillige Verlängerung der gesetzlichen Gewährleistungspflicht
- Kulanz
  - Freiwillige Mängelbeseitigung über die gesetzliche Gewährleistung und Garantie hinaus



# Markt und Kundenbeziehungen 4

## Lieferbedingungen

- Lieferbedingungen
  - beim Versendungskauf / „unfrei, ab hier, ab Bahnhof hier, ab Versandstation“
    - Verkäufer: alle Kosten bis zur Versandstation (Rollgeld 1, etc.)
    - Käufer: alle Kosten ab Versandstation
  - beim Platzkauf
    - Käufer: trägt alle Kosten
- Versand- und Beförderungskosten beim Versendungskauf
  - Rollgeld 1 (Abfuhr)
  - Verladekosten
  - Fracht
  - Entladekosten
  - Rollgeld 2 (Anfuhr)
- Vereinbarungen
  - Frei Haus, frei Lager
  - Frachtfrei, frei dort, frei Empfangsstation
  - Frei Waggon, frei Schiff
  - Unfrei, ab hier, ab Versandstation
  - Ab Fabrik, ab Werk, ab Lager

# Markt und Kundenbeziehungen 4

## Zahlungsbedingungen

- Vor der Lieferung
  - Vorauszahlung
  - bei Bestellung
  - Anzahlung, Zahlung bei Lieferung, Zahlung nach x Tagen
  - Zahlung per Kreditkarte
- Bei der Lieferung
  - Gegen bar, netto Kasse
  - Per Nachnahme
- Nach der Lieferung
  - Innerhalb von x Tagen ./ . X% Skonto
  - X Tage Ziel
- Verzugszinsen
  - Privatkunden            5% über Basiszins
  - Geschäftskunden       8% über Basiszins

# Markt und Kundenbeziehungen 4

## Preisnachlässe

- Rabatt
  - Diverse Sofortrabatte
- Bonus
  - Nachträglicher Rabatt bei Erreichen/Überschreiten vorformulierter Ziele
- Skonto
  - Nachlass bei schneller Zahlung

# Markt und Kundenbeziehungen 4

relevante Vertragsarten:

- Kaufverträge
- Serviceverträge
- Leasingverträge