































IV Marketing

Red-Bull-Flugtag

Weitere Formen der Kommunikationspolitik

■ Eventmarketing ist die zielgruppenorientierte Planung und Vermarktung von erlebnisorientierten Veranstaltungen. Dabei soll ein Unternehmen oder eines seiner Produkte bekannt gemacht werden.



Beispiele

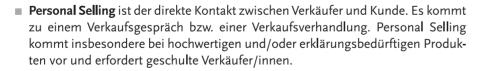
- Red-Bull-Flugtag
- Wings for Life World Run als digitales Event
- Messen sind zeitlich und örtlich festgelegte Veranstaltungen, bei denen sich mehrere Anbieter den Zielgruppen präsentieren. Es gibt klar festgelegte Schwerpunkte und teilweise werden sie auch online abgehalten. Messen können anhand der folgenden Kriterien eingeteilt werden:



Messen werden u. a. besucht, um Geschäftsbeziehungen anzubahnen, sich über Produkte zu informieren und um das Angebot von Mitbewerbern zu beobachten. Ein großer Vorteil von Messen: In kurzer Zeit können Kontakte geknüpft und viele Informationen gewonnen werden.

Messeauftritte müssen gut geplant sein, um hohe Sichtbarkeit und Interaktion zu erreichen. Schritte im Vorfeld sind u. a.:

- Festlegung der Ziele und des Budgets für den Messeauftritt
- Planung des Messeauftrittes (z. B. Gestaltung des Messestandes, Personalplanung und -schulung)
- Messeauftritt bekanntmachen (z. B. Newsletter an Stammkunden, Social-Media-Postings)





Beispiele: Personal Selling

- Im B2C-Bereich: Autos, hochwertige Möbel, Immobilien, Versicherungen und Finanzprodukte
- Im **B2B-Bereich:** Softwarelösungen, Industriemaschinen

Eine Sonderform des Personal Sellings ist das Multi-Level-Marketing (MLM). Dabei verkaufen selbstständige Berater/innen die Produkte eines Unternehmens und bauen ein Netzwerk aus weiteren Vertretern auf, um ihre Provisionen zu erhöhen.

Beispiel: Multi-Level-Marketing

Vorwerk vertreibt mithilfe von MLM erfolgreich hochpreisige Haushaltsgeräte. Interessenten können sich die Produkte zu Hause vorführen und erklären lassen.



TrainingsBox – "Kommunikationspolitik (Promotion)"

■ Notieren Sie, welche Instrumente der Kommunikationspolitik in den folgenden Beispielen eingesetzt werden.

Kommunikationspolitische Maßnahme

- a) Ein Möbelhändler versendet personalisierte Werbebriefe mit Gutscheinen an seine Stammkunden.
- b) James Bond trägt in seinen Filmen eine Omega-Armbanduhr.
- c) Eine große Modekette macht eine Presseaussendung mit der Information, dass in den Geschäften nur noch nachhaltig produzierte Kleidung angeboten



- Fußballverein des Ortes mit Sportbekleidung aus. Im Gegenzug darf er sein Logo auf die Bekleidung drucken. e) Ein Stahlkonzern lädt Medienvertreter zu einer Pressekonferenz ein,
- um sie über einen Personalwechsel an der Konzernspitze zu infor-
- f) Ein Verlag präsentiert auf der Frankfurter Buchmesse ein veganes Kochbuch mit dazugehöriger Rezepte-App.
- g) Ein Unternehmen für Heizungstechnik schult seine Außendienstmitarbeiter bezüglich neuer Wärmepumpenmodelle.
- h) Eine Universität informiert über eine neue Studienrichtung mit bezahlten Postings auf Facebook und Instagram.
- i) Ein Schokoladenhersteller stellt Verkaufsstände in einem Supermarkt zur Verkostung neuer Schokoladensorten auf.
- i) Ein Gewürzhersteller hat neue Gewürzmischungen auf den Markt gebracht und kooperiert mit Food-Influencern, um seine Produkte bekannt zu machen.
- k) Ein Mitarbeiter eines Versicherungsunternehmens erklärt einer Kundin in einem persönlichen Gespräch ausführlich die Vorzüge der neuen Unfallversicherung.

Provision = (prozentuelle) Beteili-

dert gute Planung.

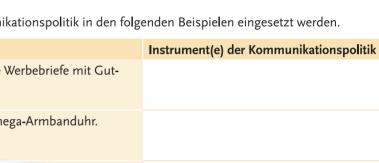
gung am Umsatz

Die Teilnahme an einer Messe ist

mit Kosten verbunden und erfor-

190

Instrumente des Marketings



191