

Sektorales Marketing/ Institutionelles Marketing

- Konsumgütermarketing
- Investitionsgütermarketing
- Dienstleistungsmarketing
- Internationales Marketing
- Non-Profit-Marketing

Marketing

Einführung

Marketingplanung

Produktpolitik

Preispolitik

Vertriebspolitik

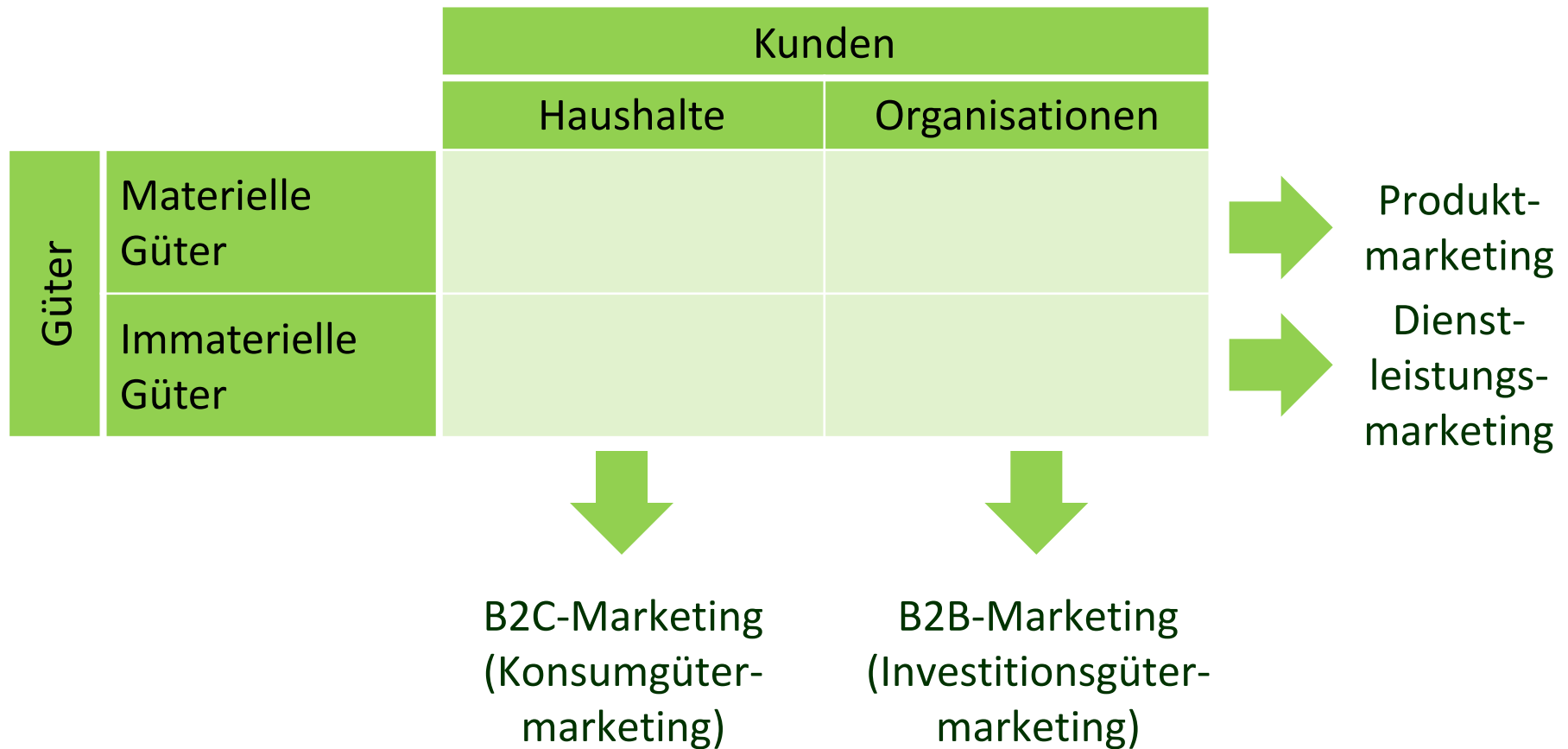
Kommunikationspolitik

Konsumentenverhalten

Marketingforschung

Sektorales Marketing

Sektorales Marketing



Beispiele für Konsumgüter

- Nahrungsmittel
- Genussmittel
- Kleidung
- Wohnen
- Wohnungsausstattung
- Bildung
- Transportmittel
- Erholung
- Energie



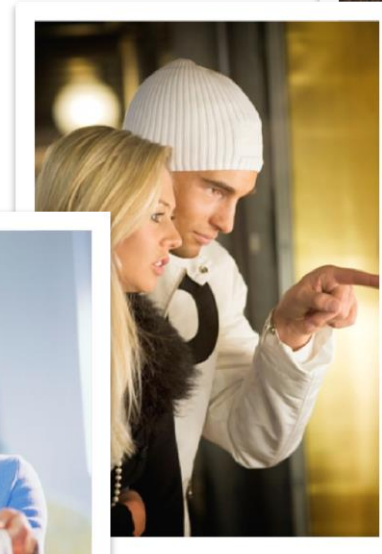
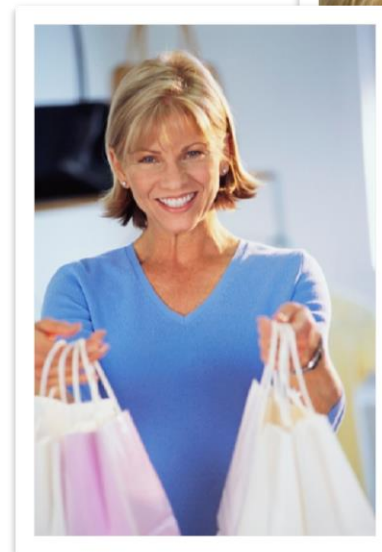
Beispiele für Konsumgütermarken



Lufthansa

Spezifika des Konsumgütermarketing

- Private Haushalte als Nachfrager
- Massenorientierung
- Relativ hohe Kauffrequenz
- Differenzierte Kaufsituation
- Große Öffentlichkeitswirkung
- Hohe Umsätze
- Große Etats



Beispiele für Investitionsgüter bzw. Industriegüter

- Maschinen
- Gebäude
- Energie
- Planungsleistungen
- Betriebsmittel
- Gesamtanlagen
- Zulieferteile
- Büroausstattung
- Hard- und Software



Beispiele für Investitionsgütermarken



ThyssenKrupp



Miebach

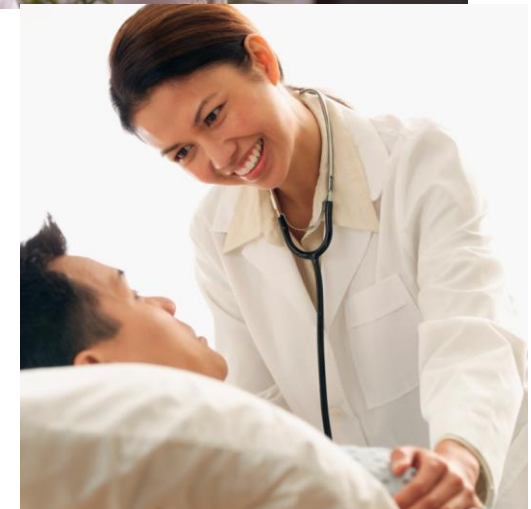
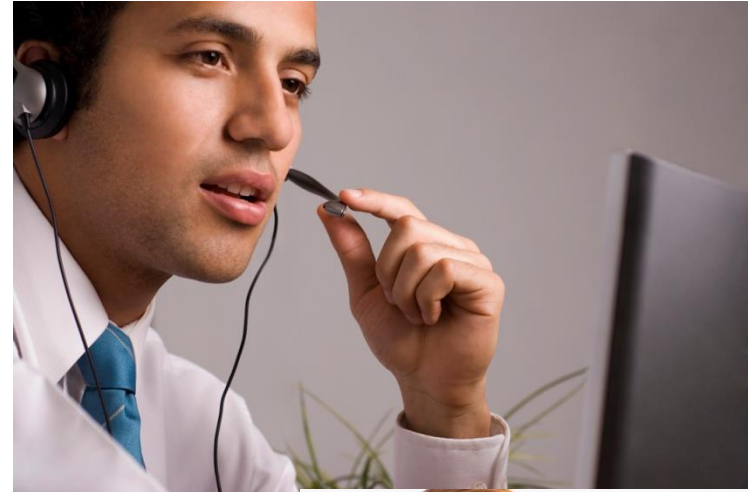
Spezifika des Investitionsgütermarketing

- Nachfrager sind Organisationen
- Organisierte Kaufentscheidungen
- Kaufvolumen
- Qualität der Kundenbeziehungen
- Besondere Beschaffungsprozesse



Beispiele für Dienstleistungen

- Medizinische Versorgung
- Transportleistungen
- Bankdienste
- Informationsdienste
- Vermittlungsdienste
- Beratungsdienste
- Unterhaltungsdienste
- Sicherheitsdienste
- Reinigung/Instandhaltung
- Gastronomie
- Tourismus



Beispiele für Dienstleistungsmarken

Deutsche Post 

■ ■ ■ T Deutsche Telekom



McKinsey&Company

Allianz 

Deutsche Bank

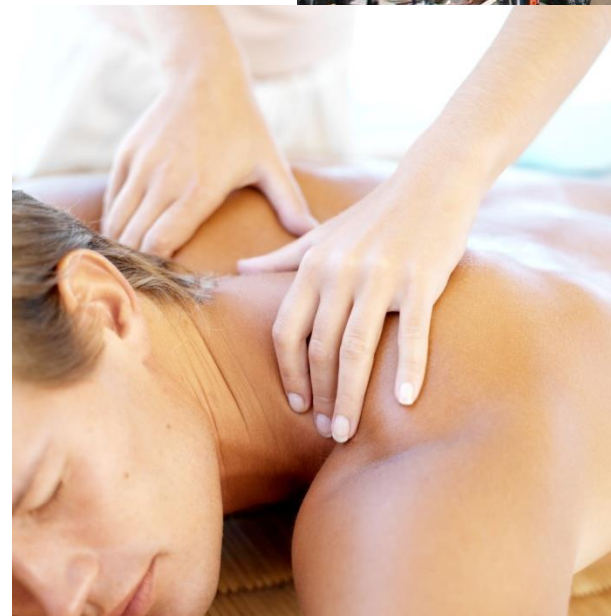


 **AIR-BERLIN**



Spezifika des Dienstleistungsmarketing

- Vermarktung immaterieller Güter
- Direktkontakt
- Nachfrager als Akteur
- Keine Vorratsproduktion
- Hohe persönliche Betroffenheit
- Leistungsversprechen
- Schwierige Visualisierung



Internationales Marketing

- Export von Produkten
- DL-Marketing im Ausland
- Produktion im Zielland
- Joint Ventures
- Kooperation mit ausländischen Händlern
- Interkulturelle Kundenkontakte



Coca Cola in verschiedenen Ländern



EGYPT



ETHIOPIA



ISRAEL



BULGARIA



CHINA



THAILAND



RUSSIA



KOREA



TAIWAN



SOMALIA

Spezifika des Internationalen Marketing

- Geänderte Rahmenbedingungen:
 - Physische Umwelt
 - Politisch-rechtliche Aspekte
 - Wirtschaftlicher Rahmen
 - Sozio-kulturelles Umfeld
- Technische Aspekte:
 - Gestiegene Komplexität
 - Koordination
 - Kooperation



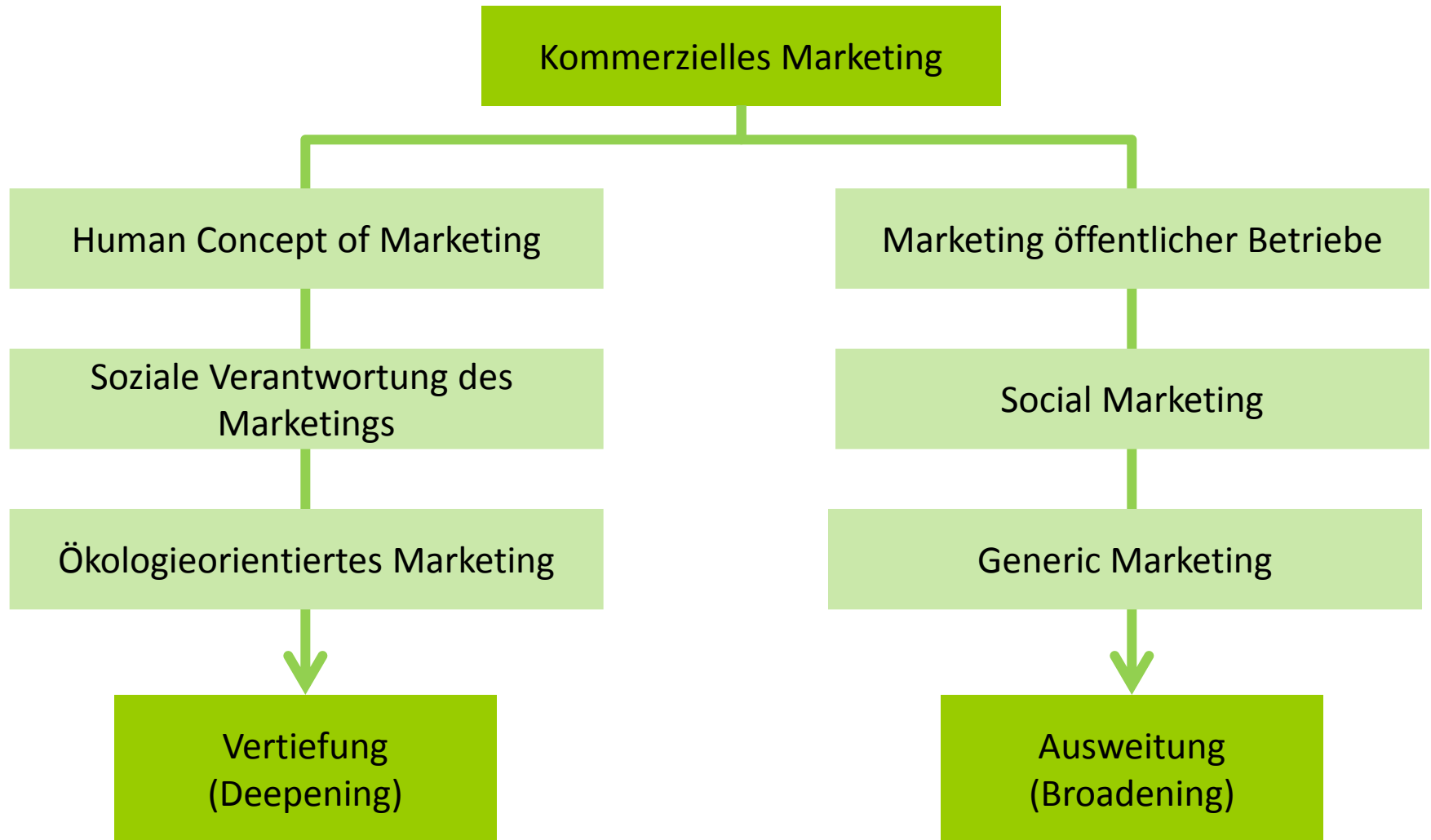
Non-Profit-Marketing

- Versorgungseinrichtungen
- Soziale Dienste
- Bildungsinstitutionen
- Kulturbetriebe
- Marketing von Kommunen & Wahlen
- Öffentliche Anliegen
- Politische Parteien
- Kirche
- NGOs
- Ideen
- Bürgerinitiative



**Zeig'
Rassismus
die
Rote Karte!**

Deepening and Broadening des kommerziellen Marketing



Beispiele für Non-Profit-Marketing



**in die Zukunft
oder Endstation**

ALKOHOL?
Kenn dein Limit.

Fakt: Mehr als 4.000 junge Erwachsene sind jedes Jahr unter Alkoholeinfluss in Autounfälle verwickelt – zum Teil mit tödlichem Ausgang.

Alkohol macht mehr kaputt, als du denkst.
www.kenn-dein-limit.info

   Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung

Eine Aktion der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA), mit Unterstützung des Verbandes der Privaten Krankenversicherung v.V. (VVK) und gefördert durch die Bundesrepublik Deutschland.



**„ROTE KARTE FÜR
GLÜCKSSPIEL UNTER 18!“**

SPIEL
NICHT BIS ZUR
GLÜCKSSPIEL
SUCHT

Jugendliche sind besonders gefährdet!
Bei Jugendlichen führen Glücksspiele besonders schnell zur Sucht. Erwachsene sind verpflichtet, den Jugendschutz einzuhalten und Jugendlichen unter 18 Jahren den Zugang zu Glücksspielen zu verwehren. Infos & Beratung unter:

Tel. 0800 - 1 37 27 00 kostenlos & anonym **oder www.spielen-mit-verantwortung.de**

BUNDESZENTRALE FÜR GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG 

Spezifika des Non-Profit-Marketing

- Bedarfswirtschaftliche Zielsetzung
- Komplexe Austauschbeziehungen
- Organisationale Rahmenbedingungen
- Betriebswirtschaftliches Know-how

Ich will's zärtlich.

mach's! aber mach's mit.

Mit Wissen & Kondom schützt Du Dich vor HIV und verringerst das Risiko einer Ansteckung mit anderen sexuell übertragbaren Infektionen (STI).

GIB AIDS KEINE CHANCE

Infos unter www.machsmits.de
Telefonberatung unter 0221 - 89 20 31

STI Sexuell übertragbare Infektionen
Informier Dich!

Zum Weiterlesen...

Grundlagenliteratur:

- Homburg, C. (2015): Marketingmanagement, 5. Auflage, Gabler, Wiesbaden, S. 969-1134.
- Homburg, C. (2014): Grundlagen des Marketingmanagement, 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden, S. 275-312.

