d



Fachbereich: MNI – Mathematik, Naturwissenschaften und Informatik

Studiengang: Social Media Systems

Veranstaltung: Vertiefungsseminar Management

Prüfer: AW

Betrieb: X

**Expose für die Bachelorarbeit zum Thema:**

**Maßnahmen Katalog zum Vertrieb von Merchandise Artikel für Städte und Kommunen, mit der Hilfe eines Webshops und Social Media gestütztem Crossmedialen Marketing**

Datum der Abgabe: 01.11.2021

**Motivation & Problemstellung:**

Verschiedene Städte verkaufen ihre eigenen Merchandise Artikel, manche können sich an hohen Verkaufszahlen erfreuen und manche eher nicht, liegt das an den verschiedenen Städten, den Einwohnern oder den Touristen oder ist das Ganze auf das Marketing der gewissen Städte zurückzuführen? Während meines Praktikums bei Goldfisch Art, einer Werbeagentur die sehr eng mit dem Stadtmarketing Marburg zusammen Arbeitet, war ich mit in den Erschaffungsprozess eines solchen Vorhabens involviert, der „Marburg Shop“ soll ins Leben gerufen werden und mit der Hilfe von Kooperationen und eines Onlineshops, Merchandise Artikel der Stadt Maburg verkaufen. Da es beim Verkaufen bekanntlich stark um Marketing geht, stellt sich die Frage, wie solche Artikel Am besten beworben werden können?

Welche Rahmenbedingungen und Erfolgsfaktoren gelten für die Produkte an sich, für die Preisgestaltung, die Vertriebswege und die Werbemittel, Auch als die „4P“ des Marketings bekannt: Product, Price, Place & Promotion bekannt, bzw. können überhaupt allgemeingültige Rahmenbedinungen und Erfolgsfaktoren ausgesprochen werden, welche auch auf andere Städte übertragbar sind?

.

**Forschungsfrage**

In der Bachelorthesis soll folgende Forschungsfrage bearbeitet werden: „Welche Maßnahmen sind beim Marketing & Branding

Einer Stadt bzw. eines Landkreises zu treffen, um erfolgreich Merchandise Artikel mit der Hilfe eines Webshops und Crossmedialen Marketing zu vermarkten.

Worauf ist bei der Produktwahl, den Preisen, Vertrieb und Marketingmaßnahmen im Jahr 2021 zu achten. Können Pauschalisierte Empfehlungen ausgesprochen werden und allgemein gültige Rahmenbedingungen, innerhalb der 4P des Marketings, also Product, Price, Place, Promotion festgelegt werden?

**Ziel der Arbeit**

Das Ziel der Arbeit ist die Konzeption eines Leitpfadens für Städte und Kommunen, für das Vermarkten von Merchandise Artikel zu verkaufen,

Dabei soll darauf eingegangen werden, worauf bei Produkten, Preis, Distributionskanäle und Marketingmaßnahmen zu achten ist.

**Methodisches Vorgehen**

Durch das recherchieren in Fachliteratur und Fachbezogenen Papern soll der Aktuelle Stand der Wissenschaft zunächst zu den Themen: Marketing und Branding ermittelt und präsentiert werden, hierbei soll das Thema Stadtmarketing eine gesonderte Rolle bekommen. Im Anschluss sollen allgemeingültige Erfolgsfaktoren, des Crossmedialen Marketings ausfindig gemacht und zusammengefasst dargestellt werden, wobei Social Media Marketing im Fokus liegt.

Nach dem Festlegen der Erfolgsfaktoren, soll eine Marketingkonzeption für das Vermarkten von Stadt und Landkreis Merchandise Artikeln erfolgen. Dafür soll zunächst überprüft werden welche Merchandise Artikel momentan gängig sind und worauf bei diesen zu achten ist. Im Anschluss soll das Thema Preisfindung behandelt werden. Für den Unterpunkt Distributionskanäle sollen Erfolgsfaktoren und Rahmenbedingungen E-Commerce und Vertriebspartnerschaften ausfindig gemacht werden.

Durch eine Markt Analyse soll empirisch belegt werden wie Mitbewerbe ihre Merchandise Artikel vertreiben, bzw. welche Marketing Maßnahmen Diese nutzen.

Dafür sollen verschiedene Städte und Landkreise miteinander verglichen werden welche alle: selbstständig Merchandise Artikel Verkaufen, auf Social Media Bewerben und einen Webshop führen.

**Vorläufige Gliederung:**

1. Die Grundlagen des Marketing
   1. Traditionelles Marketing
   2. Digitales Marketing
      1. Socialmedia Marketing
   3. Branding mit Social Media
2. Erfolgsfaktoren Im Marketing
   1. Erfolgsfaktoren im Traditionellen Marketing
   2. Erfolgsfaktoren im Digitalem Marketing
      1. Socialmedia Marketing
      2. Instagram und Facebook
3. Stadtmarketing & die Bedeutung im Branding
   1. Grundlagen des Stadtmarketings
   2. Stadtmarketing auf Social Media
   3. Teilhaber
   4. Kooperationen
4. Produkt Findung Merchandise im Jahr 2022
   1. Gängige Produkte zusammengefasst
   2. Nachhaltigkeit wichtig für den Kunden?
5. Preisfindung im Merchandise
6. Vertriebskanäle
   1. Onlineshop
   2. Kooperationen
7. Werbemittel
   1. Rahmenbedingungen
   2. Shitstorms Vermeiden
   3. Gezielt vermarkten
8. Städte im Vergleich
   1. Merchandise Produkte Verschiedener Städte
   2. Preis Strategien
   3. Vertriebs Kanäle
      1. Webshops
      2. Kooperationen
   4. Werbemittel im Vergleich
      1. Traditionelles Marketing
      2. Social Media Marketing
9. Fazit des Vergleiches
10. Gewonnene Erkenntnisse
11. Leitfaden für das Gestalten der 4P
    1. Empfehlungen und Rahmenbedingungen für Produkte
    2. Empfehlungen und Rahmenbedingungen für Preise
    3. Empfehlungen und Rahmenbedingungen für Vertriebskanäle
    4. Empfehlungen und Rahmenbedingungen Werbemittel
12. Fazit & Ausblick in die Zukunft