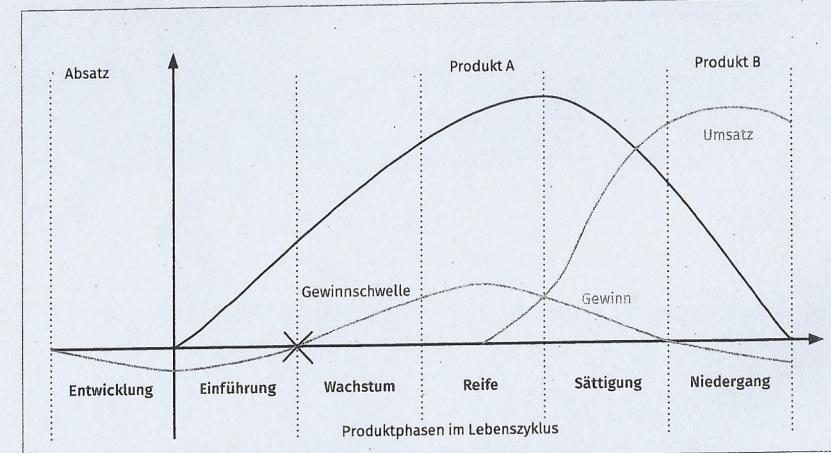


Im Marketingmix müssen die absatzpolitischen Instrumente optimal auf die gesetzten Unternehmensziele ausgerichtet werden.			
Product	Price	Promotion	Place
<b>Produkt- und Sortimentspolitik</b> : Welche Produkte mit welcher Ausgestaltung sollen hergestellt werden? <b>Sortimentspolitik</b> : Welche Waren und Dienstleistungen werden angeboten?	<b>Preispolitik</b> : Preise und Konditionen müssen kalkuliert und flexibel auf Verkaufskanäle, Kundengruppen, Markt situationen und Aktionen ausgerichtet werden.	<b>Kommunikationspolitik</b> : Verschiedene Kommunikationsinstrumente werden eingesetzt, um Kunden zu informieren und dafür zu werben, um das gewünschte Image des Unternehmens und der Produkte im Markt optimal zu positionieren und den Absatz sicherzustellen.	<b>Distributionspolitik</b> : Produkte und Leistungen müssen wie bestellt zur richtigen Zeit, in der richtigen Qualität, in der richtigen Menge, am richtigen Ort, ohne Probleme zur Verfügung gestellt werden.

**Aufgaben**

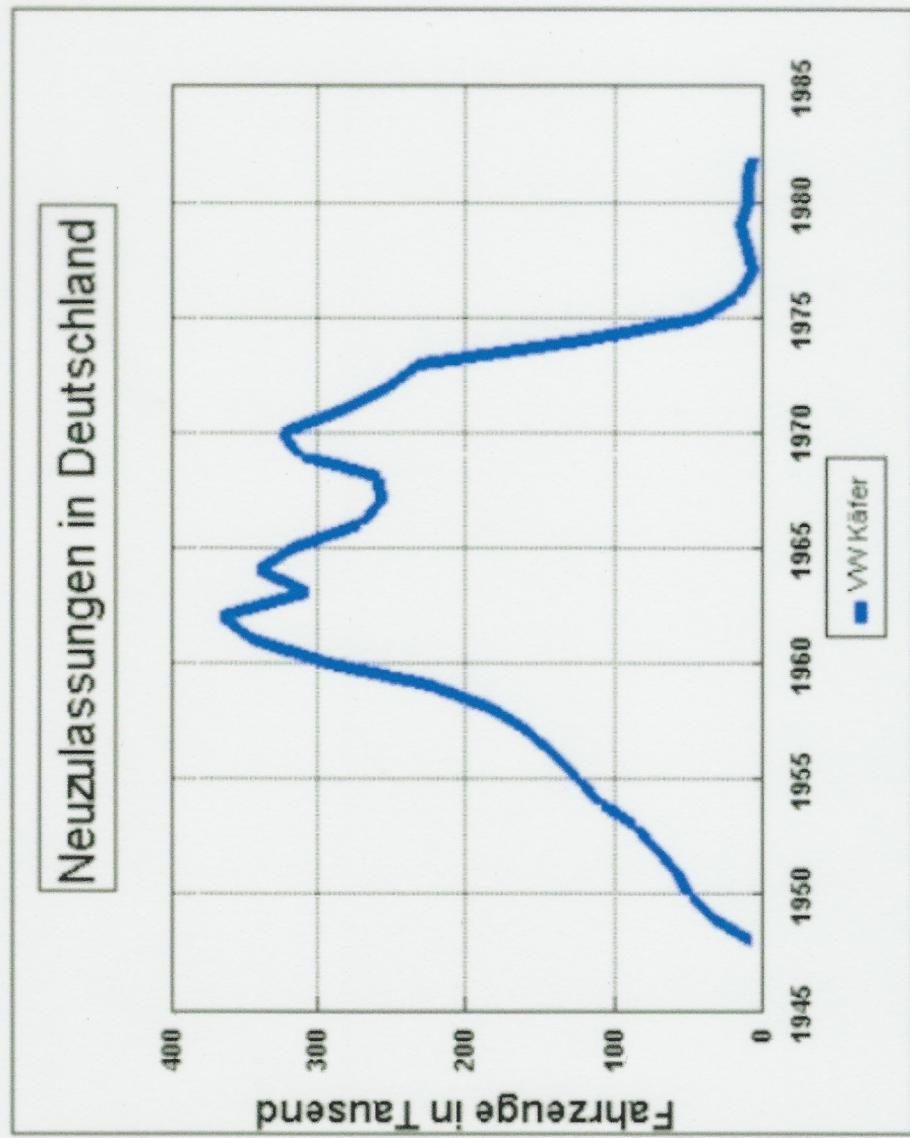
1. Ordnen Sie folgende Marketingmaßnahmen den o.a. Marketinginstrumenten (vier „P“) zu:
  - a) Werbeinserate werden in der Tageszeitung geschaltet.
  - b) Ein Unternehmen fragt an, ob wir 50 PC-Systeme für einen Preis x liefern können.
  - c) Für Werbeunternehmen wollen wir ein spezielles Grafiksystem konfigurieren und anbieten.
  - d) Ein über das Internet geordnetes PC-System wird verpackt und als Expresspaket versendet.
  - e) Wir überlegen, ob wir zukünftig auch Handys anbieten sollen.
  - f) Für den Internethandel sollen besondere Konditionen gelten.
2. Der Marketingplan von ACI enthält folgende Bestandteile. Ordnen Sie diese Bestandteile den vier „P“ im Marketingmix zu (Mehrfachnennung möglich).
  - a) Analyse der Zielgruppe sowie deren Serviceanforderungen
  - b) Festlegung einer marktfähigen Preispolitik
  - c) Festlegung von Vertriebswegen
  - d) Festlegung von Leistungen und Produkten
  - e) Auswahl von geeigneten Messen und Veranstaltungen
  - f) Werbemaßnahmen in klassischen und neuen Medien
  - g) Maßnahmen zur Bindung von Zielgruppen
  - h) Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
  - i) Strategische Partnerschaften
  - j) Versand per Nachnahme direkt zum Verbraucher

- Im weltweiten, globalen Handel verändern sich Bedürfnisse, Produkte und Marktanteile rasant, Produktlebenszyklen haben sich stark verkürzt.
- Wettbewerbsvorteile von Herstellern werden nur noch in Monaten gemessen.
- Den Innovatoren gehört die Zukunft. Ein gutes Produkt muss auch durch ein gutes Marketing zur richtigen Zeit im Markt eingeführt werden.



Hinweis: Angaben im idealtypischen Verlauf, sonst abhängig von den Rahmenbedingungen

W	Merkmale im Produktlebenszyklus			
	Phasen	Kapitalbedarf	Werbekosten/Rentabilität	Hauptprobleme, Strategien
Einführung	hoch	hoch/negativ	hoch/negativ	Hohe Kosten für Produkteinführung, Markterfolg unsicher, Phase des größten Marktwiderstandes, Offensiv- oder Defensivstrategie.
Wachstum	mittel	hoch/positiver	hoch/positiver	Hohe Kosten für Werbung, daher Werbeerfolg kontrollieren, Bekanntheitsgrad steigt, Konkurrenz beobachten, Service und Kundenbindung verbessern, Zusatzprodukte anbieten, Investitionsstrategie.
Reife	niedrig	mittel/sehr positiv	mittel/sehr positiv	Marktpotenzial fast ausgeschöpft, Überkapazitäten zeichnen sich ab, Konkurrenzprodukte, Verdrängungswettbewerb wird spürbar, Kostensenkung wichtig, Produkte modifizieren (variierten), Abschöpfungsstrategie.
Sättigung	gering	gering/sehr positiv	gering/sehr positiv	Marktpotenzial ausgeschöpft, Überkapazitäten, verstärkter Verdrängungswettbewerb, Kostensenkung wichtig, Produkte und Service weiter modifizieren, Kundenbindung nutzen, Nachzügler-Kunden ansprechen, Abschöpfungsstrategie.
Niedergang	gering	kaum/fallend	kaum/fallend	Umsätze und Gewinne gehen weiter zurück, Preisdruck, Produkte werden vom Markt genommen, Kostenreduktion wichtig, Imageverlust möglich, Produktmodifizierung oder Alternativprodukte müssen auf dem Markt greifen, Desinvestitionsstrategie.



Bis zum 30. Juli 2003 wurde in Puebla, Mexiko, der Käfer gebaut.  
Er erreichte ein Stückzahl von 21.529.464.