

Starthilfe Marketing

Von Dr. Bernd Britzelmaier
Fachhochschule Liechtenstein
und Hans Peter Studer
hps Consulting Stein am Rhein



B.G.Teubner Stuttgart • Leipzig 2000

Inhalt

1	Marketing-Idee - Begriffe und Zusammenhänge	9
1.1	Geschichte des Marketing.....	9
1.2	Marketing-Definition.....	10
1.3	Von der Produktorientierung zur Bedürfnisorientierung.....	11
1.4	Funktion des Marketing im Unternehmen.....	11
2	Absatzmarketing	13
2.1	Aufgaben.....	13
2.2	Organisatorische Eingliederung.....	13
2.2.1	Eingliederung in das Unternehmen.....	13
2.2.2	Binnenorganisation.....	15
3	Integration von Unternehmens- und Marketingstrategien	16
3.1	Unternehmensstrategie.....	16
3.2	Strategisches Marketing.....	18
3.2.1	Grund- bzw. Normstrategien.....	18
3.2.2	Portfolio-Analysen.....	19
4	Marketing-Konzept	24
5	Markt	27
5.1	Marktgeschehen.....	27
5.2	Marktgrößen.....	28
5.3	Markttypologien.....	31
5.4	Marktgeschehen als System.....	31
5.4.1	Vorgehenssystematik.....	31
5.4.2	Marktstruktur.....	32
5.4.3	Marktsegmentierung und Teilmärkte.....	33
5.4.3.1	Marktsegmente.....	33
5.4.3.2	Teilmärkte.....	34
5.4.3.3	Kombinationen von Marktsegmenten und Teilmärkten.....	34
5.4.4	Umweltfaktoren.....	35
5.4.5	Absatzkanäle.....	36

Inhalt		7
5.4.6	Konkurrenz und eigenes Unternehmen	36
5.5	Marktforschung	39
5.5.1	Begriffe und Bedeutung	39
5.5.2	Marktforschungsmethoden	39
5.5.3	Marktforschungsinstitute	43
6	Marketingstrategische Entscheidungen	45
6.1	Marketing-Ziele	45
6.2	Produkt-/Markt-Strategien	45
6.3	Gewichtung des Marketing-Instrumentariums	48
7	Marketing-Mix	50
7.1	Elemente des Marketing-Mix	50
7.2	Marktleistungsgestaltung	52
7.2.1	Bedürfnisse	52
7.2.2	Produktgestaltung	53
7.2.3	Sortiment	56
7.2.4	Zusatz- und Nebenleistungen	57
7.3	Preisgestaltung	57
7.3.1	Preisfestsetzung	57
7.3.2	Preisänderungen	59
7.3.3	Preisdifferenzierung	60
7.3.4	Preispolitik	60
7.3.5	Konditionenpolitik	61
7.4	Kommunikation	62
7.4.1	Grundlagen der Kommunikation	62
7.4.2	Werbung	64
7.4.3	Direct-Marketing	68
7.4.4	Verkaufsförderung	70
7.4.5	Public-Relations	71
7.4.6	Sponsoring	73
7.4.7	Product Placement	73
7.4.8	Verkauf	74
7.4.9	Merchandising	75

7.5	Distribution.....	76
7.5.1	Elemente des Distributions-Mix.....	76
7.5.2	Vertrieb.....	78
7.5.3	Standort.....	80
7.5.4	Logistik.....	81
8	Marketing-Infrastruktur.....	82
9	Marketing-Steuerung.....	86
9.1	Marketing-Controlling.....	86
9.2	Marketing-Audit.....	87
	Literaturverzeichnis.....	88
	Sachverzeichnis.....	91