

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