

Was ist

Marketing



Definition nach Kotler:

Marketing ist ein Prozess im Wirtschafts- und Sozialgefüge, durch den Einzelpersonen und Gruppen ihre Bedürfnisse und Wünsche befriedigen, indem sie Produkte und andere Dinge von Wert erstellen, anbieten und miteinander austauschen.

Definition nach Scheuch:

Marketing ist marktorientierte Unternehmensführung

FRAGE:

Markenführung und Marketing – alles eins?

- Die Markenführung ist Aufgabe der Organisationsführung
- Hier werden die strategischen Entscheidungen getroffen, um eine klare zukunftsweisende Profilierung im Markt und die Herausstellung der Alleinstellungsmerkmale (USP) der Organisation zu erlangen.
- Dazu braucht es einen einheitlichen Auftritt der Marke, der durch die Synchronisation von Vertriebs- und Marketingmaßnahmen und dem Aufbau markenkonformer interner Kommunikationsstrukturen erreicht wird.

WAS IST EINE MARKE?

... jedenfalls mehr als das Logo!

Sie ist das Ergebnis **aller Handlungen einer Organisation,
eines Produktes,
einer Dienstleistung
oder einer Person.**

Das sind Geschichten, Gefühle, Stimmen, Gerüche, Farben, Geschmack, Bilder, ...

Was leisten Marken?

...für KonsumentInnen: Orientierung, Unterstützung bei der Auswahl, Abgrenzung, Vertrauensaufbau, Zusatzinformation

...für Organisationen: Abgrenzung, Differenzierung, Kundenbindung, Akzeptanz im Handel





THE WORLD'S TOP 10 MOST VALUABLE BRANDS 2023

1 ↑



amazon

\$299.3bn

2 ↓



\$297.5bn

3 ←



Google

\$281.4bn

4 ←



Microsoft

\$191.6bn

5 ←



Walmart

\$113.8bn

6 ←



SAMSUNG

\$99.7bn

7 ↑



ICBC



\$69.5bn

8 ↑



verizon

\$67.4bn

9 ↑



TESLA

\$66.2bn

10 ↑



TikTok

\$65.7bn

**„People will forget what you said, what you did, but
never how you made them feel“.**

Nancy Duarte



Markenführung und Marketing – alles eins?

- Das Marketing definiert die ganzheitliche Disziplin der Planung, Koordination und Kontrolle der markt- bzw. kundenorientierten Organisationsaktivitäten.
- Ziel des Marketings ist es, die Produkte und Dienstleistungen, welche die Bedürfnisse der (potentiellen) Kund*innen befriedigen, auf dem Markt anzubieten und so zum Erreichen der Organisationsziele beizutragen.
- Das Marketing bildet demnach die operative Ebene.

Was wird alles vermarktet?

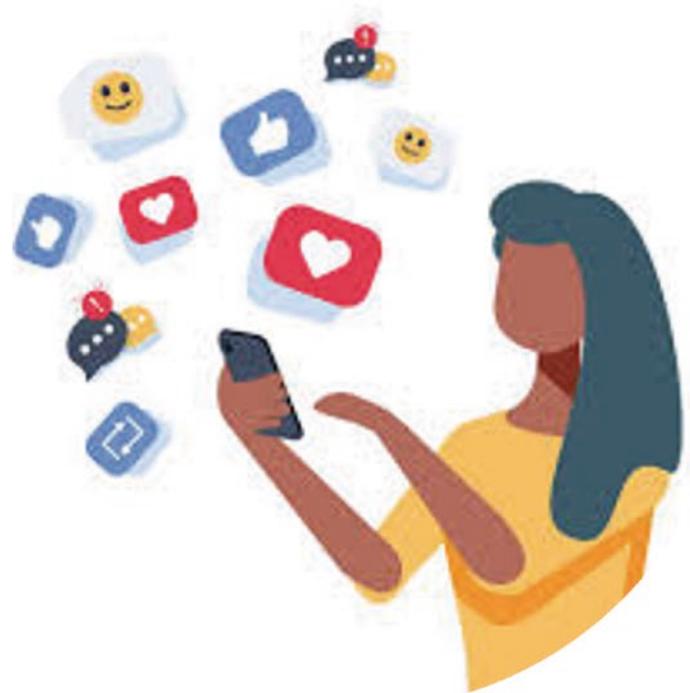
- Waren
- Dienstleistungen
- Events
- Erlebnisse
- Personen
- Orte
- Immobilien
- Organisationen
- Informationen
- Ideen



FABIO WIBMER 7,53 Mio. Abonnenten

Herausforderung im Marketing

- Verändertes Verhalten der Kunden
- Herausfordernde Marktsituation
- Explosion der Möglichkeiten
- Customer Journey
- Budget
- Digitaler Wandel
- Produktinnovationen
- Big Data
- Social Media
- Gesellschaftliche Veränderungen
- Demographischer Wandel



Wie sympathisch ist euch **MARKETING**?



Kritik an Marketing / Werbung.

- Höherer Preis durch Werbung / Marketing
- Irreführung
- Verkaufspraktiken
- Geplante Obsoleszenz
- Green Washing
- Schaffung neuer Bedürfnisse
- Überbewertung des Konsums
- Verwendung von sexistischen Symbolen
- Diskriminierung
- Verletzung der Privatsphäre
- Bewusste bzw. unbewusste Provokationen



Marketingverantwortliche können ihre „Macht“ gegenüber Konsument*innen auf unterschiedlichen Wegen einsetzen und inspirierend wirken.

VIVA CON AGUA
SANKT PAULI

Goldeimer KLOPAPIER

MIT DEM KAUF DIESES KLOPAPIERS
UNTERSTÜTZT DU DIE SANITÄR-PROJEKTE UND
DIE ARBEIT VON VIVA CON AGUA.

100% RECYCLING

«Ganz Feines
Klopapier»



Nachhaltigkeitsmarketing, möglich aber...

- Verfolgung langfristiger **ökonomischer, sozialer und ökologischer** Ziele
- Schwerpunkt **Kundenbindung**
- **Dialog:** glaubwürdig, ehrlich
- Verantwortungs-, das Kreislauf- und Kooperationsprinzip
- Weiterempfehlung, Referenzfunktion, Ökobilanzen

Kotler: von 1.0 zu 4.0





TRENDS



Trend 1: Wir sind immer Online!



Trend 2: Wir suchen neue Shopping Erlebnisse!



Trends 3: Wir wollen alles sofort!



Trend 4: Wir wollen teilen!

THE OCEAN CLEANUP[®]



Trend 5: Wir wollen etwas bewegen!

Grundfragen für erfolgreiches Marketing

Grundfragen des Marketing

In welchem Markt bin ich tätig?

Was sind meine Ziele?

PO: Wie kann ich Gewinne erzielen?

Wer und wo sind meine Kund*innen?

Wie groß ist der Markt?

NPO: Wie kann ich die Bedürfnisse befriedigen?

Wer sind die Marktteilnehmer*innen?

Wie ist die Position meines Unternehmens?