#### **Abteilung MARKETING**

#### Marktanalyse mit Hilfe einer Imagemessung

#### Situation:

Von einem bereits seit längerer Zeit eingeführten Artikel soll festgestellt werden, welches Ansehen dieses Produkt bei unseren Kunden genießt. Dabei interessiert besonders, wie sich Verbesserungen in der Verpackung auf sortimentspolitische Zielsetzungen auswirken:

#### Betriebliche Untersuchungsziele:

- a) Entwicklung des Umsatzes dieses Artikels
- b) Auswirkungen auf Umsätze anderer Artikel des Sortimentes
- c) Deckungsbeitrag

#### Ökologische Untersuchungsziele:

- a) Entwicklung der Umweltverträglichkeit
- b) Auswirkungen auf Ökobilanz
- c) Auswirkung auf das Ansehen des Unternehmens

Innerhalb des Lebensmittelsortimentes wird zur Zeit Milch in folgenden Behältnissen verkauft:

- a) Glasflasche, farblos, Inhalt 1 Liter, Pfandflasche
- b) Glasflasche, braun, Inhalt 1 Liter, Einwegflasche
- c) Tetrapak, Inhalt 1 Liter, Einwegverpackung

Sämtliche Glasverpackungen tragen das Zeichen der Umweltverträglichkeit ('Blauer Engel'), die Tetrapak-Verpackung das Zeichen der Wiederverwertbarkeit nach dem dualen System ('Kreislaufpfeile').

#### Aufgabe:

Die Betriebsleitung wünscht, das Angebot an Milch auf zwei Sorten zu begrenzen, d. h. das Ergebnis der Befragung soll eine Entscheidungshilfe sein. Weitere Entscheidungsmerkmale wie z. B. Deckungsbeitrag, Ökobilanz sollen in zusätzlichen Aufgabenstellungen ermittelt werden.

Untersuchen Sie durch eine Befragung von 10 Kunden, welches Profil die drei Artikelvarianten bei den Kunden aufweisen. Finden Sie dazu etwa sechs Untersuchungsmerkmale, welche sich für eine Befragung eignen.

#### Hinweise:

1. Stellen Sie die Einschätzung der Kunden mittels einer Imagemessung dar. Dabei ist die Darstellung im Polaritätsprofil die geeignete Methode, die einzelnen geeigneten Merkmalsbereiche zu erfassen. Verbunden durch eine vorgegebene Rangskala, werden gegensätzliche Eigenschaften (Polaritäten) der betreffenden Artikel gegenübergestellt. Die befragten Kunden haben nun die Aufgabe, innerhalb jeder Polarität den zutreffen-

- den Eigenschaftsgrad nach deren Einschätzung zu markieren. Durch die Verbindung der einzelnen Markierungspunkte entsteht das Profil in unterschiedlicher Ausprägung.
- 2. Die einzelnen Eigenschaften sind an der Produktart auszurichten
- 3. Die Einschätzungsskala eines Untersuchungsmerkmales bewegt sich im Bereich 1 bis 7
- 4. Je geringer das Profil von Rang 4 abweicht, desto unprofilierter ist der betreffende Meinungsgegenstand

#### Zusatzfragen:

- 1. Was versteht man allgemein unter Werbung?
- 2. Grenzen Sie die Begriffe 'Marktforschung' und 'Marktprognose' als Bestandteil des Marketing gegeneinander ab!
- 3. Beschreiben Sie kurz anhand geeigneter Literatur die einzelnen marketingpolitischen Instrumente, welche noch neben der Produktpolitik bedeutsam sind!

Geben Sie weitere Beispiele, wie in Ihrem Unternehmen zusätzlich umweltorientierte Zielsetzungen berücksichtigt werden können!

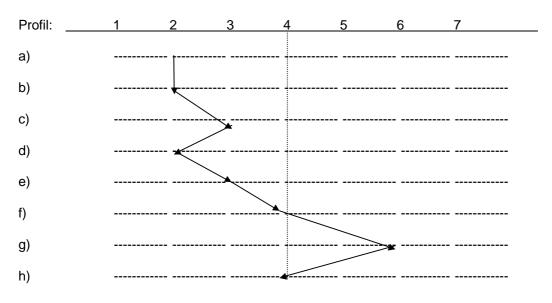
## Lösungshinweise zu Anlage 10 - Marktanalyse (Messung des Produktimage):

#### Polaritäten: Aus der Sicht der Kunden

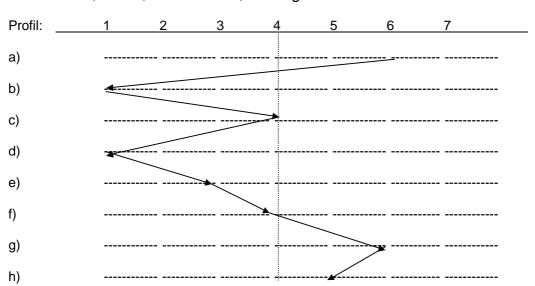
a) Ökologie	umweltverträglich	umweltbelastend
b) Hygiene	reinlich	unsauber
c) Aussehen	anziehend	abstoßend
d) Haltbarkeit	kurz	lang
e) Handhabung	einfach	schwierig
f) Aufbewahrung	praktisch	umständlich
g) Transportverträglicheit	robust	empfindlich
h) Preis	günstig	teuer

### Mögliche Befragungsergebnisse (Aggregation):

# Glasflasche, farblos, Inhalt 1 Liter, Pfandflasche



#### Glasflasche, braun, Inhalt 1 Liter, Einwegflasche



Tetrapak, Inhalt 1 Liter, Einwegverpackung

