

Abteilung **MARKETING**

Marktanalyse mit Hilfe einer Iagemessung

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 Iagemessung 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-

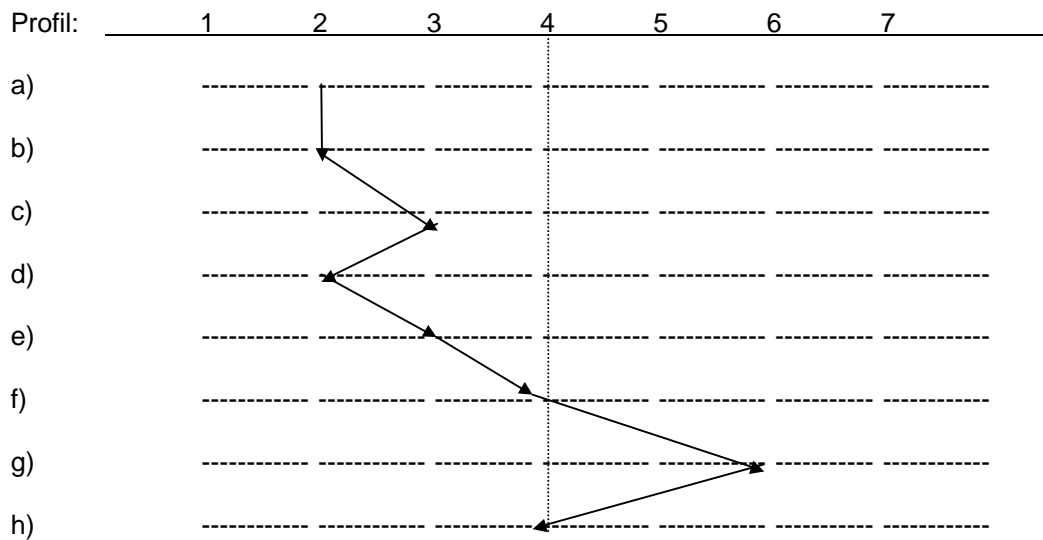
Lösungshinweise zu Anlage 10 - Marktanalyse (Messung des Produktimage):

Polaritäten: Aus der Sicht der Kunden

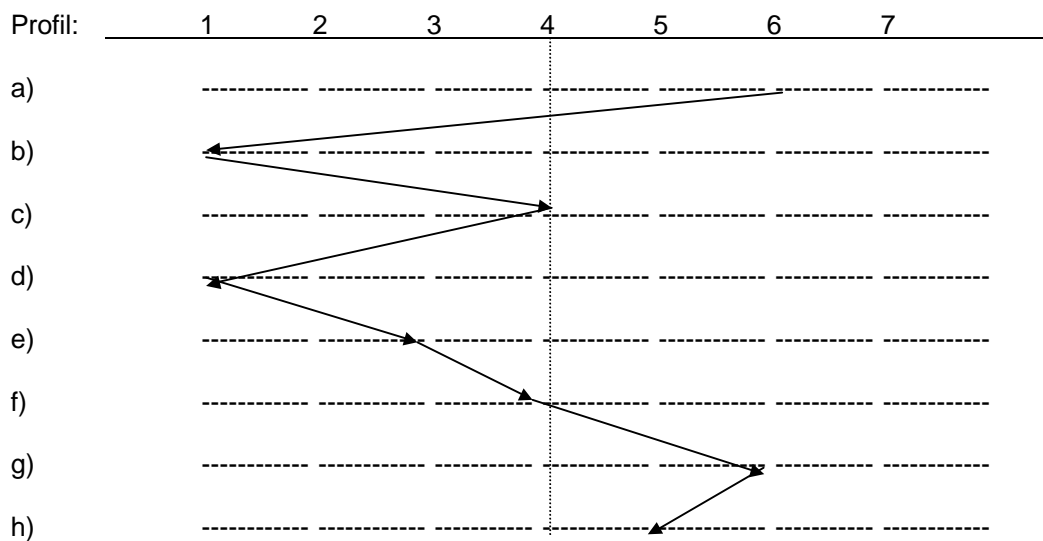
a) Ökologie	umweltverträglich	umweltbelastend
b) Hygiene	reinlich	unsauber
c) Aussehen	anziehend	abstoßend
d) Haltbarkeit	kurz	lang
e) Handhabung	einfach	schwierig
f) Aufbewahrung	praktisch	umständlich
g) Transportverträglichkeit	robust	empfindlich
h) Preis	günstig	teuer

Mögliche Befragungsergebnisse (Aggregation):

Glasflasche, farblos, Inhalt 1 Liter, Pfandflasche



Glasflasche, braun, Inhalt 1 Liter, Einwegflasche



Tetrapak, Inhalt 1 Liter, Einwegverpackung

