1. MARKETING-MIX  
   Bearbeitet von: Marta Stasiowska  
   Studentin des 2. Studienjahres (2019/2020)  
   Rzeszower Universität  
   Fakultät für Wirtschaftswissenschaften  
   Studienfach: Finanzwesen und Rechnungswesen  
   Fachrichtung: Unternehmensbuchhaltung
2. Agenda:  
   \*Marketing- Mix- Begriffserklärung  
   \*Marketing- Mix Instrumente (4P)  
   -Product  
   -Price  
   -Place  
   -Promotion  
   \*Kanäle für die Promotion

\*Wörterbuch  
\*Bibliographie

1. Was ist der Marketing-Mix?

Unter dem Begriff Marketing-Mix fasst man **alle Handlungen und Entscheidungen** zusammen, die für eine **erfolgreiche Platzierung** eines Unternehmens und seiner Produkte und/oder Dienstleistungen **auf dem Markt** bedeutend sind. Dabei unterscheidet man im klassischen Modell des Marketing-Mix (dem sogenannten 4P-Marketing) vier zentrale Bereiche.

1. Diese 4 Marketing-Mix-Instrumente sind:   
   -Produkt (Product)  
   -Preis (Price)  
   -Distribution (place)  
   -Absatzförderung (Promotion)

Die gelungene Umsetzung dieser 4 P gilt als wesentliche Voraussetzung, um ein erfolgreiches Unternehmen zu führen.

1. PRODUCT

Produkt das ist als materielles Gut oder eine (immaterielle) Dienstleistung verstanden, die das Ergebnis eines Produktionsprozesses ist.

Die Produktpolitik ist das Herzstück des Marketing-Mix und beeinflusst alle weiteren Marketingprozesse. Sie umfasst sämtliche Bereiche rund um die Ausgestaltung des Produkts, z. B. das Material, das Design, den Markennamen und auch die angebotenen Serviceleistungen rund um das Produkt.

Im Rahmen der Produktpolitik legen Sie fest, welche Qualität das Produkt aufweisen soll und welche Funktionen es den Kunden bietet.

Sowohl das Design als auch die Verpackung spielen eine zentrale Rolle. Sie tragen wesentlich zum Produkt-Image bei und grenzen es von Konkurrenzprodukten ab.

Ein weiterer wichtiger Bestandteil der Produktpolitik ist der Service, den Sie Ihren Kunden vor und nach dem Kauf eines Produkts bieten. Serviceleistungen können etwa ein guter und **jederzeit erreichbarer Kundendienst**, eine **lange Garantieleistung** oder die **kostenlose Lieferung** von Produkten sein.

1. PREIS

Die Preispolitik umfasst alle Entscheidungen und Vereinbarungen über das Entgelt des Leistungsangebotes, über mögliche Rabatte sowie Lieferungs-, Kredit- und [Zahlungsbedingungen](https://de.wikipedia.org/wiki/Zahlungsbedingungen" \o "Zahlungsbedingungen).

In der Preisstrategie geht es um die Festlegung von Produktpreisen.

Den grundsätzlichen Preis eines Produkts stimmen Sie idealerweise so ab, dass Sie mit dem Verkauf einen höchstmöglichen Gewinn erreichen und dennoch wettbewerbsfähig bleiben.

Neben den Produktionskosten (z. B. dem Stundenlohn Ihrer Mitarbeiter für die Anfertigung) und den Materialkosten zählen hierzu auch Faktoren wie der Energieverbrauch für die Produktion und Fixkosten (wie Raummieten für Personal- und Lagerräume).

1. PLACE

Die Distributionspolitik ist das Marketing-Mix-Instrument, das festlegt, wie Ihr Produkt zum Kunden gelangt. Es beinhaltet alle Aktivitäten rund um den Vertriebsweg des Produkts.

Bei der Wahl der Vertriebsart können Sie sich zwischen dem Direktvertrieb, dem indirekten Vertrieb und einer Mischform aus beidem entscheiden. Beim Direktvertrieb verkaufen Sie selbst Ihr Produkt an Ihre Endkunden und stehen mit diesem unmittelbar in Kontakt.

Eine größere Reichweite erreichen Sie für gewöhnlich, wenn Sie den indirekten Vertrieb wählen. Hier kooperieren Sie mit einem Vermittler, der Ihr Produkt zu den Endkonsumenten bringt.

1. PROMOTION

Die wesentlichen Instrumente der Kommunikationspolitik sind Werbung, Verkaufsförderung, persönlicher Verkauf, Sponsoring, Messen, Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit. Die Kommunikationspolitik wird auch beeinflusst durch die Kommunikation der Kunden untereinander.

Damit möglichst viele Menschen von Ihrem Produkt erfahren, sollten Sie in die Promotion investieren. Klassischerweise gelingt dies über Werbe-, PR- und Marketingkampagnen, mit denen Sie auf Ihre Produkte aufmerksam machen und Ihre Zielgruppe zum Kauf animieren.

Mit Promotion sind letztlich alle Kommunikationsmaßnahmen gemeint, durch die die Zielgruppe nähere Informationen über das Produkt erhält.

1. Mögliche Kanäle für die Promotion sind beispielsweise:

-Offline-Werbemaßnahmen: Fernsehen, Radio , Zeitung, Zeitschriften, Plakate

-Online-Werbemaßnahmen: Videowerbung (auf YouTube, Facebook)

-Persönliche Kommunikation: Verkaufsgespräche zwischen Verkäufer und Kunden

-Public Relations: Kontakt zu öffentlichen Institutionen und Meinungsbildern (Parteien, Vereine, Zeitungsverlagen) zur positiven Darstellung des Unternehmens

-Internetkommunikation: E-Mailings, Newsletter, Social-Media-Marketing.

Zur Kommunikationspolitik zählt darüber hinaus die Verkaufsförderung (etwa über kurzfristige Rabatte, Gewinnspiele, Probierstände)

10, 11) Wörtebuch

zusammenfassen- podsumowywać  
die Handlung- działanie  
die Entscheidung- decyzja  
erfolgreich- skuteczny  
die Platzierung- pozycja  
bedeutend- znaczący  
unterscheiden- wyróżniać  
dabei- przy tym  
sogenannt- tak zwany  
zentral- główny  
der Bereich- obszar  
die Absatzförderung- promocja  
verstehen- rozumieć  
das Ergebnis- wynik  
der Produktionsprozess- proces produkcyjny  
umfassen- obejmować  
das Entgelt- wynagrodzenie  
die Leistung- usługa, świadczenie

das Leistungsangebot- oferta usługi, świadczenia  
sowie- jak również  
die Lieferbedingungen- warunki dostawy  
die Kreditbedingunen- warunki kredytu  
die Zahlunsbedingungen- warunki płatności  
festlegen- ustalać  
gelangen- docierać  
beinhalten- zawierać  
die Aktivität- działanie  
der Vetriebsweg- kanał dystrybucji  
wesentlich- istotny  
die Verkaufsförderung- promocja sprzedaży  
die Messe- targi  
die Veranstaltung- wydarzenie  
die Öffentlichkeitsarbeit- public relations  
beeinflussen- wpływać  
untereinander- między sobą

12) Bibliographie:

<https://www.ionos.de/digitalguide/online-marketing/verkaufen-im-internet/marketing-mix-das-4p-marketing-im-ueberblick/>

<https://de.wikipedia.org/wiki/Marketing-Mix>

13) Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!