



Der Marketing-Mix in mittelständischen Unternehmen

Herausforderungen und Ansatzpunkte für die praxisorientierte Forschung

Ein Forschungsprojekt des Studienganges Wirtschaftsingenieurwesen im Fachbereich Internationales Marketing mit dem Institut für angewandte Forschung (IAF) der FH Albstadt-Sigmaringen

Kernfrage

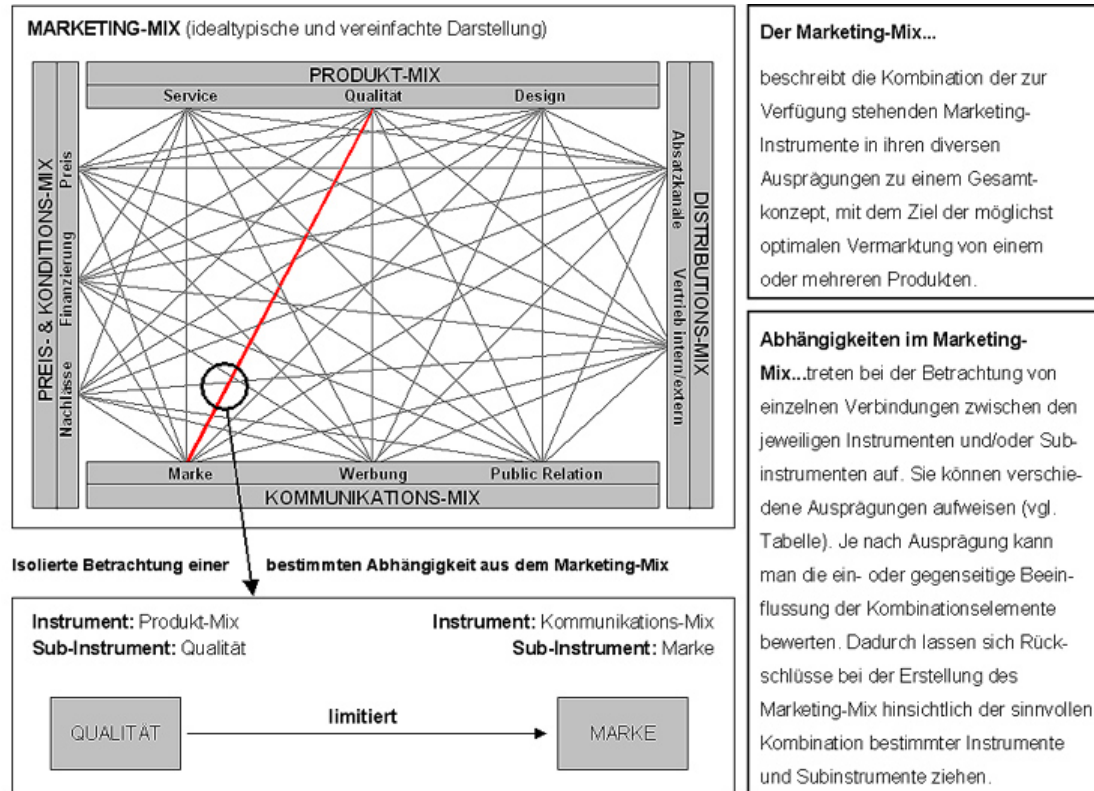
In wie weit werden die im Marketing-Mix vorkommenden Abhängigkeiten in mittelständischen Unternehmen berücksichtigt, bzw. in wie weit sind sie bereits in der Praxis erkannt worden?

Thematischer Hintergrund & Zielsetzung

Unter den Instrumenten des Marketing-Mix (Produkt- & Dienstleistung, Preis- & Konditionen, Kommunikation und Distribution) und deren Subinstrumenten können sich im Gefüge des Mix untereinander die unterschiedlichsten Abhängigkeiten einstellen. Aus den bisherigen Untersuchungen lässt sich erkennen, dass diese Abhängigkeiten im Mix sich

sowohl positiv, als auch negativ auf die Bearbeitung der Märkte auswirken können. Daher ergibt sich als Zielsetzung dieser Untersuchung die Entwicklung einer in der Praxis anwendbaren Methode zum Erkennen und effizienten Managen dieser Abhängigkeiten im Marketing-Mix.

Die folgende Grafik soll den funktionalen Zusammenhang verdeutlichen.



Anmerkung zur Grafik:

Die Qualität wirkt sich in bezug auf die Marke limitierend aus, da das Markenimage nur dann zustande kommen kann, wenn es seitens des Unternehmens, bzw. seitens des Kunden aufgrund einer entsprechend hohen Qualität als solches akzeptiert wird.

Begriffliche Abgrenzungen

Abhängigkeits-Verhältnisse beschreiben die Art und Weise in welcher die betrachteten Instrumente, Subinstrumente und/oder Maßnahmen des Marketing-Mix zueinander stehen. Es können bislang fünf Verhältnisse unterschieden werden:

- limitierend:** Der Einsatz eines Instrumentes begrenzt die Ausprägung/ Entfaltung eines anderen Instrumentes.
- ersetzend:** In ihrer Wirkung (positiv wie negativ) können sich Instrumente substituieren oder vertreten.
- konditional:** Der Einsatz eines bestimmten Instrumentes verlangt nach einem anderen Instrument. Sie benötigen sich gegenseitig.
- konkurrierend:** Zwei oder mehrere Instrumente stoßen (im negativen Sinne) aufeinander und stehen somit im Wettbewerb.
- unterstützend:** Die Instrumente stützen sich ein- oder gegenseitig in ihrer Wirkung (finanziell, informativ und/oder technisch).

