



MANAGEMENT

LÖSUNG MUSTERPRÜFUNG

MARKETING und VERKAUF

Der geprüfte Bäckermeister Herr Mehl bekommt von seinem 65-jährigen Chef „Herr Brot“ das Angebot die Bäckerei zu übernehmen. Da sonst niemand anderer daran Interesse zeigt, würde er ihm alle Maschinen, Geräte und die gesamte Einrichtung kostenlos übergeben. Er müsste lediglich eine Miete für die Räumlichkeiten zahlen. Nach reiflicher Überlegung nimmt Herr Mehl das Angebot an. Er hat viele Ideen, was er ganz anders machen würde, allerdings fehlen ihm dazu die finanziellen Mittel. Daher beschließt er vorerst alles beim Alten zu lassen und einmal Geld zu sparen. In einem Jahr soll dann die Bäckerei für einen Monat geschlossen werden und danach rundum erneuert wiedereröffnet werden. Er hat bereits mit seinem Kundenberater bei der Bank gesprochen. Dieser hat zugesagt, dass er bei einem fundierten Business- und Marketingplan gerne einen Kredit genehmigen wird.

AUFGABE: Versetzen Sie sich in die Lage des Bäckermeisters Mehl und beantworten Sie aus dieser Sichtweise die folgenden Fragen.

Gesamtpunktezahl: 60

Davon erforderlich: 45 (=75 %)

12

1 MARKETING IDEE

- 1.1** Beschreiben Sie kurz Ihre **Marketing-Idee** für die „Bäckerei Mehl Neu“. Gehen Sie dabei insbesondere auf das **USP** ein, welches die Bäckerei haben soll?

(Hinweise: Bevor Sie starten lesen Sie sich die Fragen weiter unten durch. Diese sollen hier nicht behandelt werden. Maximal 10 Sätze; kann auch stichwortartig erfolgen).

Es wird ausschließlich die fachlich / sachlich richtige Verwendung der Begriffe bewertet; und beispielsweise nicht der Umfang oder die Originalität der Idee.

Slogan: „Bäckerei Mehl - Regional bis in die Kruste“

Idee:

Supermärkte können mit den allgegenwärtigen Backboxen zu relativ günstigen Preisen Standardbrote aus Standardteigen anbieten. Dies bringt aber nicht nur Vorteile mit sich. Vielfach kann das Brot von den Konsumenten aufgrund von Nahrungsmittelunverträglichkeiten nicht mehr gekauft werden; die Ursache sind Teige, die man nicht mehr „gehen“ lässt. Zudem hält sich das Brot nicht lange.

Da eine kleine, regionale Bäckerei preislich nicht gegen Supermarktketten ankommen kann, liegt die Lösung einerseits in einer handwerklich einzigartigen Qualität des Brotes, dies in Kombination mit regionalen Zutaten, andererseits darin, dass man dem geänderten Kundenverhalten betreffend des Einkaufs entgegenkommt- → Online Bestellung mit CO2-neutraler Auslieferung mittels Lastenrad.

Für dieses Angebot ist auch eine steigende Anzahl an Kunden bereit, mehr zu bezahlen als im Supermarkt.

2 FRAGEN ZUM THEMA: KUNDEN

8

- 2.1** Welche (menschlichen) **Bedürfnisse** gibt es und welche davon sollen spezifisch durch ihr Angebot angesprochen werden?

Maslow:

- 1. Körperliche Grundbedürfnisse*
- 2. Sicherheit*
- 3. Soziale Beziehungen*
- 4. Soziale Anerkennung*
- 5. Selbstverwirklichung*

Ansprechen würde ich den Punkt 4, Soziale Anerkennung. Sich qualitativ hochwertige Lebensmittel leisten zu können wird mehr und mehr Teil der sozialen Anerkennung.

2.2 Wie soll das **Knappheits-Prinzip** eine Berücksichtigung finden?

2

Hauptträger der neuen Markenbotschaft wird das neue Sauerteigbrot. Es werden pro Woche lediglich Brotleibe aus 100kg Sauerteig hergestellt. Dieses kann vorbestellt werden. First come, first served.

2.3 Nennen Sie **vier Kundensegmente** und erläutern Sie welche davon Sie mit Ihrem Angebot ansprechen wollen.

8

1. *Demographisch*
2. *Geographisch*
3. *Psychografisch*
4. *Privatkunde/Firmenkunde*

Bäckerei Mehl: Psychografisch/Demographisch

Klientel mit höherem Einkommen, die ein sehr hohes Bewusstsein auf regionale Lebensmittel legt und auch bereit ist, dafür (mehr)Geld auszugeben.

3 FRAGEN ZUM THEMA: MARKT

Es gibt nur **einen einzigen Konkurrenten** in der näheren Umgebung.

3.1 Um welche Marktform handelt es sich?

4

Oligopol

3.2 Welche Reaktionen auf ihr neues Angebot wären von diesem möglich (mindestens zwei)?

4

1. Preisdumping, 2. Nachahmung unserer USP

3.3 Wie würden Sie auf diese Reaktionen „antworten“?

4

Ich würde versuchen, mit der zweiten Bäckerei eine Kooperation einzugehen bzw. eine Abmachung hinsichtlich des Hauptfokus der geschäftlichen Ausrichtung zu treffen. Ggf. ist für Bäckerei 2 das Firmenkundencatering attraktiver? Hier würde ich mich als Bäckerei Mehl dann heraushalten.

Sollte dies nicht funktionieren, so würde ich den Fokus meiner Kommunikation in Richtung „Original“ lenken. Damit ist gemeint, dass ich mich als das Original der regionalen Brotbackkunst darstellen würde. Tendenziell geht man lieber zum Original, als zur „Kopie“. Zusätzlich würde ich aus meinem reichen Repertoire schöpfen und monatlich eine neue Spezialität vorstellen.

4 FRAGE ZUM THEMA: MARKTFORSCHUNG

6

- 4.1 Welche Möglichkeit sehen Sie, auch mit wenig Budget eine **Marktforschungs-Analyse** zu erstellen, die auch das Kriterium der **Objektivität** erfüllt?

In der Regel sind Marktforschungs-Analysen sehr kostenintensiv und somit von kleineren Unternehmen nicht finanzierbar.

Die Lösung wäre, dass man sich beispielsweise die Möglichkeiten von Social-Media (Facebook etc.) zu Nutze macht und für relativ wenig Geld eine Umfrage mit einigen wenigen Fragen startet, die ja aufgrund des Algorithmus von Facebook etc. regional/psychografisch sehr stark eingeschränkt werden kann. Als Anreiz würde ich für die Teilnahme ein Sauerteigbrot in Aussicht stellen.

5 VERKAUF

6

- 5.1 Erläutern Sie das „**Cross-Selling-Prinzip**“ am Beispiel der Bäckerei.

Bedeutet, dass der Kunde nicht nur das Brot, sondern auch andere Dienstleistungen/Produkte, die das Unternehmen anbietet, kaufen soll.

Am Beispiel einer Bäckerei würde sich hier eine Vielzahl an möglichen Zusatzangeboten ergeben.

- 1. Catering für den Kindergeburtstag*
- 2. Verkauf diverser-zugekaufter- regionaler Spezialitäten*
- 3. Brotbackkurse für Singles*

6

- 5.2 Während die meisten Kunden vom Spezialbrot begeistert sind, beschwert sich ein Kunde massiv darüber, dass ihm dieses überhaupt nicht geschmeckt hätte. Wie soll Herr Mehl auf die **Beschwerde** reagieren?

Ziel muss es sein, eine gemeinsame Lösung mit dem Kunden zu erarbeiten. So fühlt sich der Kunde aufgehoben und trägt die (positive) Botschaft in die Welt.

Die Reaktion seitens Herrn Mehl könnte folgendermaßen aussehen.

Für jeden Punkt natürlich standardmäßig, dass man den Kunden mit seiner Sorge ernst nimmt.

- A. Er nimmt den Kunden mit in die Backstube und erklärt ihm den Prozess des Backens und die Zutaten. Vielleicht mag der Kunde ja eine der Zutaten nicht?*
- B. Er gibt ihm als Kostprobe ein weiteres Stück Brot mit, vielleicht war es ja nur eine einmalige „Geschmacksverwirrung“?*
- C. Er bietet dem Kunden eine andere Brotsorte an und bittet nach der Verkostung um Rückmeldung seitens des Kunden.*