

Marketing-Mix in der Praxis

Posten 3: Place (Ort)

Info für Lehrpersonen



Arbeitsauftrag	Die Lernenden vertiefen ihr Wissen zum „Placement“ und wenden dieses direkt an unterschiedlichen Produkten an. Sie erklären die Unterschiede zwischen direktem und indirektem Verkauf und können diese anhand von verschiedenen Produkten nachvollziehen.
Ziel	<ul style="list-style-type: none">▪ Die Lernenden kennen den Unterschied zwischen einem direkten und einem indirekten Absatzweg.▪ Die Lernenden können die Vor- und Nachteile bei der Lagerbewirtschaftung definieren, situationsgerecht eine Lösung erarbeiten und begründen.▪ Die Lernenden kennen verschiedene Transportwege mit den entsprechenden Vor- und Nachteilen.
Material	Arbeitsblätter Lösungen
Sozialform	Gruppenarbeit
Zeit	20'

Zusätzliche
Informationen:

- Die Lernenden können zusätzlich den Weg von verschiedenen Produkten nachvollziehen: „Von der Produktion bis ins Kühlregal.“
- Es besteht eine ergänzende Unterrichtseinheit auf kiknet.ch zum Thema „Transport“. Diese kann ebenfalls als Zusatzmaterial in diesem Bereich eingesetzt werden.

Marketing-Mix in der Praxis

Posten 3: Place (Ort)

Arbeitsblatt



Aufgabe 1:

Lesen Sie den nachstehenden Informationstext und lösen Sie anschliessend die Aufgaben.

Wie kommen meine Produkte zum Kunden?

Ein Unternehmen vertreibt seine Produkte zum Beispiel in der Schweiz. Doch wenn man nun ein Produkt zu Hause benutzt oder dieses konsumiert, stellt sich die Frage, wie dieses in den jeweiligen Haushalt gelangt. Als Unternehmen hat man verschiedene Möglichkeiten, seine Produkte den Kunden bereitzustellen.

Direkter und indirekter Absatzweg:

Beim direkten Absatzweg werden die Produkte direkt vom Produzenten an den Endverbraucher geliefert. Dies bietet für Unternehmen Vor- und Nachteile. Dadurch, dass die Produkte nicht über Zwischenhändler vertrieben werden, kann der Betrieb seine Produkte mit besseren Margen verkaufen und somit mehr Gewinn erzielen. Doch wenn dies so lukrativ ist, warum werden dann die meisten Produkte über Zwischenhändler vertrieben? Dies hat einen einfachen Grund: Ein Unternehmen möchte, dass jeder einzelne in der Schweiz seine Produkte kaufen und einsetzen/geniessen kann. Dies bedeutet, es braucht ein flächendeckendes Netz an Läden/Filialen, die das Produkt anbieten und verkaufen. Dabei entstehen Kosten beim Betrieb der einzelnen Läden, die allein durch den Verkauf der eigenen Produkte nicht gedeckt werden können. Dies trotz den höheren Gewinnen.

Daher ist es für Unternehmen lukrativer, ihr Sortiment über Grossisten (z.B. ToppCC), über Ladenketten (z.B. Coop, Volg,) oder spezialisierte Fachhändler (Fust, Mobilezone) zu vertreiben. Diesen Vertriebsweg nennt man den indirekten Absatzweg. Durch den Zwischenhandel wird der Gewinn kleiner ausfallen, die Anzahl der verkauften Artikel wird jedoch dank des existierenden dichten Vertriebsnetzes deutlich höher sein. Ein Unternehmen spart sich somit teure Filialkosten und macht am Ende dank der höheren Verkaufszahlen dennoch mehr Gewinn.

Eine Ergänzung zum indirekten Absatzmarkt bieten Onlineshops und Fabrikläden. Diese verursachen geringe Kosten und können die Produkte mit guten Margen vertreiben.

Lagerbewirtschaftung

Das gesamte Sortiment muss irgendwo aufbewahrt werden, bis es verkauft werden kann. Beim direkten Absatzweg, also mit eigenen Läden, müssen auch Lagerkosten berücksichtigt werden, welche die Verfügbarkeit der Produkte in den einzelnen Filialen gewährleisten. Aber auch beim indirekten Absatzweg muss ein gewisses Lager bestehen, um die Grossisten und Ladenketten schnell mit den Produkten beliefern zu können. Dabei ist es wichtig, die Lagergrösse so anzupassen, dass die Nachfrage immer gedeckt werden kann, aber dennoch die Kosten tief gehalten werden.

Grundsätzlich gilt: Ein kleines Lager verursacht geringere Kosten. Dafür müssen Kunden unter Umständen länger auf ihr Produkt warten. Umgekehrt kann der Kunde durch sehr schnelle Lieferzeiten glücklich gemacht werden, was ein entsprechend grösseres und gut organisiertes Lager bedingt.

Die Transportwege

Damit die Produkte an den Endverbraucher gelangen, müssen sie erst zum Verteiler oder direkt zum Kunden gebracht werden. Dabei muss definiert werden, wie der Transport organisiert wird und auf welche Transportmöglichkeiten man zurückgreifen möchte (Lkw, Bahn, Flugzeug, Schiff). Vielleicht werden die Produkte sogar ab Platz, also in einem Fabrikgeschäft oder einem Lager abgeholt.

Marketing-Mix in der Praxis

Posten 3: Place (Ort)

Lösung



Lösung:

Die beiden Situationen lassen sich auf mehrere Wege lösen. Die Lernenden müssen ihre Überlegungen jedoch plausibel begründen können. Ebenso ist es empfehlenswert, die verschiedenen Lösungen im Plenum zu vergleichen und ihre Vor- und Nachteile zu ermitteln. Nachstehend finden sich Lösungsansätze und Anregungen.

Situation 1.

Folgende Aspekte sollten berücksichtigt werden:

- Der Transport von den Produktionsstätten in Europa zu den Lagern in den USA.
- Der Lagerbestand in den Produktionsstätten.
- Der Lagerbestand in den Lagern in den USA.
- Der Transport von den Lagern in den USA zu den Endkonsumenten (Lager/Internetverkauf, direkter Absatz).
- Der Transport von den Lagern in den USA zu den Grossisten und Supermarktketten (indirekter Absatz).

Der Transport von den Produktionsstätten in Europa zu den Lagern in den USA könnte über den Schifffsweg geregelt werden. Es müssen sehr grosse Mengen transportiert werden, und dies ist die günstigste Möglichkeit. Ebenso handelt es sich nicht um leicht verderbliche Produkte, welche entsprechend schnell transportiert werden müssten.

Der Lagerbestand in den Produktionsstätten sollte so gehalten werden, dass die Containerschiffe gut gefüllt werden können, damit es in den Lagern in den USA nicht zu Warenengpässen kommt und diese stets gut versorgt sind.

Der Lagerbestand in den Lagern in den USA sollte so gestaltet sein, dass die Nachfrage nach den Produkten (indirekter und direkter Absatz) immer gedeckt werden kann. Da diese Lager ein sehr grosses Gebiet abdecken müssen, werden die Lagerbestände sehr hoch gehalten.

Der Transport von den Lagern in den USA zu den Endkonsumenten kann über Onlineshops und Lagerverkäufe zusätzlich gefördert werden. Dabei werden die Waren über die örtlichen Poststellen verteilt oder durch den Konsumenten in den Lagern abgeholt, um hierbei keine eigenen Kurierdienststellen eröffnen zu müssen.

Der Transport von den Lagern in den USA zu den Grossisten und Supermarktketten wird über eigene Lkws geregelt. Dieser Dienst wird aber dem Grossisten/der Supermarktkette verrechnet. Alternativ können die Grosskunden eigene Logistikmittel einsetzen und die Produkte in den Lagern abholen. So bietet man den Kunden mehrere Möglichkeiten, die Produkte wunschgerecht zu beziehen.

Situation 2.

Folgende Ansätze können in Betracht gezogen werden (weitere Lösungen mit plausiblen Begründung möglich).

- Eröffnen eigener Lager vor Ort (Umtriebe, Kosten, Implementationszeit).
- Direktverkauf ab Fabriken über Webshops und Postversand (hohe Versandkosten, Logistikvergrößerung).
- Zweiter Distributionspartner vor Ort (Gewinnanteil für Distributor wie bisher).
- Lager- und Logistikvergrößerung des bestehenden Distributors in Zusammenarbeit (schwierige Kostenverteilung).
- Direktbelieferung von Grossisten.