

7. | Ein Tag im Marketing

Unsere Firma TiGer BioTec lebt davon, dass wir die Produkte verkaufen, die wir entwickeln. Wie Sie gesehen haben, sind daher alle unsere Aktivitäten auf den zukünftigen Markt ausgerichtet. Für die Verbindung zu unseren Kunden ist die Abteilung Marketing verantwortlich. Um Ihnen in Ihrem Praktikum möglichst viele Bereiche unserer Firma vorzustellen, gibt Ihnen TiGer BioTec die Gelegenheit, einen Tag lang den Arbeitsalltag im Marketing mitzuerleben.

Sie stellen sich also bei der Leiterin der Abteilung vor. Sie gibt Ihnen eine Übersicht über ihren Verantwortungsbereich. Zu Ihrer Überraschung stellen Sie fest, dass die Abteilungsleiterin Biologin ist. Sie hat Biologie und anschließend Betriebswirtschaft mit dem Schwerpunkt Marketing studiert. Die Abteilungsleiterin gibt Ihnen zunächst eine betriebswirtschaftliche Definition dessen, was man unter Marketing versteht: Hiernach beschäftigt sich Marketing mit der Analyse, Planung, Umsetzung und Kontrolle aller marktrelevanten Aktivitäten einer Firma. Um dies zu veranschaulichen, erläutert sie Ihnen einige Beispiele aus dem Aufgabenbereich der Abteilung.

Eine wichtige Aufgabe des Marketings ist die Einführung und Positionierung von neuen Produkten auf dem Markt. Dies erfolgt in enger Zusammenarbeit mit der Abteilung Produktentwicklung. Das Marketing übernimmt dabei das neue Produkt und bietet es den Kunden an. Hierzu nutzt man Methoden der Kundenwerbung (Internet, Mailing, Prospekte, Anzeigen, Fachartikel usw.). Den Handel spricht man durch persönliche Besuche, auf Werbeveranstaltungen (*events*) und bei Messen direkt an.

Das Marketing ist weiterhin verantwortlich für die Art und Weise, wie sich unser Unternehmen als Ganzes nach außen (dem Kunden) und nach innen (den Mitarbeitern) präsentiert. Es bestimmt somit die so genannte *corporate identity*. Diese umfasst unter anderem das Logo der Firma, das Layout der Firmenpapiere, eine einheitliche Gestaltung von Produktdesign, Verpackungen, Werbematerial etc. Hier arbeitet das Marketing eng mit Designern und Werbefachleuten zusammen.

Schließlich versucht Marketing mit Mitteln der Marktforschung, die aktuellen und zukünftigen Bedürfnisse der Kunden zu analysieren. Basierend auf diesen Untersuchungen wird ein auf unser Unternehmen

zugeschnittener Marketing-Mix entwickelt. Dieser umfasst die Produktentwicklung (welche Produkte wollen wir künftig den Kunden anbieten, wie können wir unsere Produkte verbessern?), das anvisierte Preissegment, die „Botschaft“, welche unsere Produkte dem Kunden vermitteln sollen (Umweltfreundlichkeit, Nachhaltigkeit) und die Frage der Vertriebswege.

Um Ihnen die Praxis des Marketings näherzubringen, dürfen Sie einen Tag lang einem Mitarbeiter der Abteilung an seinem Schreibtisch bei der Arbeit über die Schulter schauen.

Sie kommen zu dem Mitarbeiter in dem Augenblick, als er gerade telefonisch die Anfrage eines Händlers beantwortet. Die Frage bezieht sich auf die Haltbarkeit enzymbasierter Produkte. Ein Kunde des Händlers hatte sich über ein angeblich verdorbenes Produkt beschwert. Der Mitarbeiter unserer Firma vereinbart daher mit dem Händler, dieses Produkt zurückzunehmen und es zu ersetzen. Anschließend nimmt er Kontakt zur Qualitätssicherung auf und gibt den Vorgang zur firmeninternen Prüfung weiter.

Der nächste Kundenkontakt des Mitarbeiters verläuft erfreulicher. Ein anderer Händler bittet um den Besuch eines Mitarbeiters unserer Firma, der dort eine Präsentation für die Kunden unserer neuen Produkte veranstalten soll.

Den Rest des Tages ist der Mitarbeiter damit beschäftigt, den Messestand unserer Firma auf einer wichtigen Verbrauchermesse vorzubereiten. Es sollen einerseits Verbraucher angesprochen wer-



Abb. 7.1 Entwurf für Werbematerial und das Packungsdesign eines Produkts von TiGER BioTec.

den; hierfür bereitet der Mitarbeiter einfache Produktdemonstrationen und entsprechende Werbematerialien vor. Andererseits soll eine Abendveranstaltung für unsere Händler vorbereitet werden; hier sind Termine zu vereinbaren, Räumlichkeiten zu reservieren und ein Catering zu organisieren.

Wie Sie sehen, ist der Mitarbeiter mit einer Vielzahl von Aufgaben gleichzeitig betraut. Er bittet Sie um Unterstützung in Bezug auf Ihre Tätigkeit in der Produktentwicklung. Das Marketing ist beauftragt, durch gezielte Befragung der Händler die Spezifikationen für den schonenden Etikettenlöser zu präzisieren. Der Mitarbeiter hat hierzu einen Fragebogen entworfen, der als Grundlage für eine telefonische Umfrage bei Händlern dienen soll. Anhand einer Liste von Kontakten verbringen Sie die nächsten Stunden mit telefonischen Interviews der Händler.

Praktikumsaufgabe 7.1: Entwerfen Sie einen Brief (maximal eine Seite) an die Händler unserer Produkte, in dem Sie den schonenden Etikettenlöser als Neuentwicklung ankündigen und bewerben.

Mit dieser Umfrage endet Ihr Tag in der Marketingabteilung. Gleichzeitig sind Sie damit auch am Ende Ihres virtuellen Praktikums angekommen. Ziel dieses Praktikums war es, Ihnen den Arbeitsalltag in einem Unternehmen nahezubringen. Weiterhin hatte es sich zur Aufgabe gemacht zu erläutern, wie das Fachwissen eines Biologen in den unterschiedlichen, scheinbar wenig offensichtlichen Bereichen äußerst nutzbringend eingesetzt werden kann.

<http://www.springer.com/978-3-8274-1877-7>

Biologen in der Industrie: Was erwartet sie?

Ein virtuelles Praktikum

Achstetter, T.; Klöck, G.

2009, X, 102 S. 60 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-8274-1877-7