

Kurzbeschreibung der Aufgabe

Aufgabentitel: 05_IK_Marketing (Marktsegmentierung)

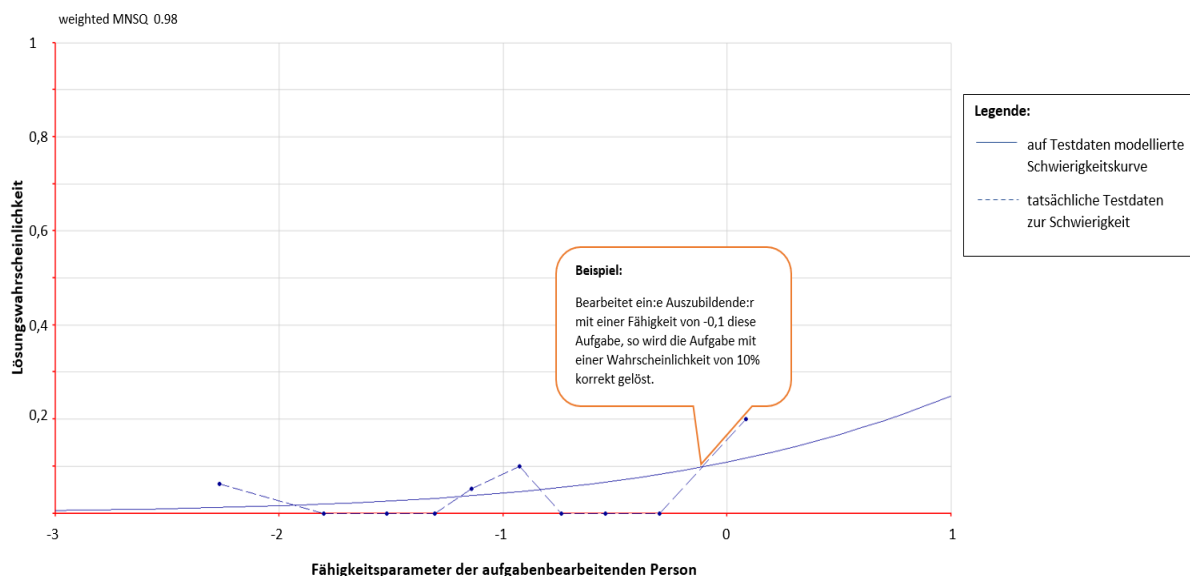
Aufgabenschwerpunkt: Marketing als Führungsprozess

Lernfeld laut Rahmenlehrplan: Lernfeld 10: Absatzprozesse planen, steuern und kontrollieren

Ausbildungsjahr laut Rahmenlehrplan: 3. Ausbildungsjahr

Aufgabenschwierigkeit:

In der unten abgebildeten Graphik wird die Lösungswahrscheinlichkeit dieser Aufgabe (y-Achse) in Abhängigkeit zur Personenfähigkeit der aufgabenbearbeitenden Person (x-Achse) dargestellt. Die charakteristisch für diese Aufgabe aufgezeigte Schwierigkeitskurve (durchgezogene Kurve) wurde basierend auf tatsächlichen Testdaten (gestrichelte Kurve) modelliert. Die positive Steigung dieser Kurve zeigt, dass die Wahrscheinlichkeit, dass eine Person die Aufgabe korrekt bearbeitet, steigt, wenn die Fähigkeit einer Person steigt (und umgekehrt). Je näher die Kurve an der x-Achse verläuft, desto schwere ist die Aufgabe einzustufen. Aufgrund des Kurvenverlaufs kann auf einen **hohen Schwierigkeitsgrad** der Aufgabe (**Schwierigkeitsparameter = 2,106**) geschlossen werden.



Kurze Beschreibung der Aufgabenanforderungen

- **Aufgabenbezogene Inhalte und berufliche Anforderungen/Handlungen**

Zunächst erfassen die Auszubildenden die Problemsituation über eine E-Mail, in welcher um eine Bewertung der einzelnen Marktsegmente im Wettbewerb gebeten wird. Die Auszubildenden bewerten die Marktsegmente des Wettbewerbs ihres Unternehmens und interpretieren die ihnen zur Verfügung gestellten Informationen. Basierend auf den Informationen über die Marktsegmente wird eine begründete Einschätzung zum Marktpotential abgegeben. Dabei sind viele strukturierte, aber zum Teil auch irrelevante Informationen zu berücksichtigen. Die Begründung ist aus Sicht des Unternehmens vorzunehmen.

- **Materialien, Anwendungssoftware (z. B. Excel) zur Aufgabenlösung**

bildhafte E-Mail als Problemeinstieg, Excel-Datei (Unternehmensübersicht, Projektmitglieder, Workshops & Events, Segmente & Preise, Marktdaten), E-Mail als Antwortvorlage (mit Freitextfeldern)

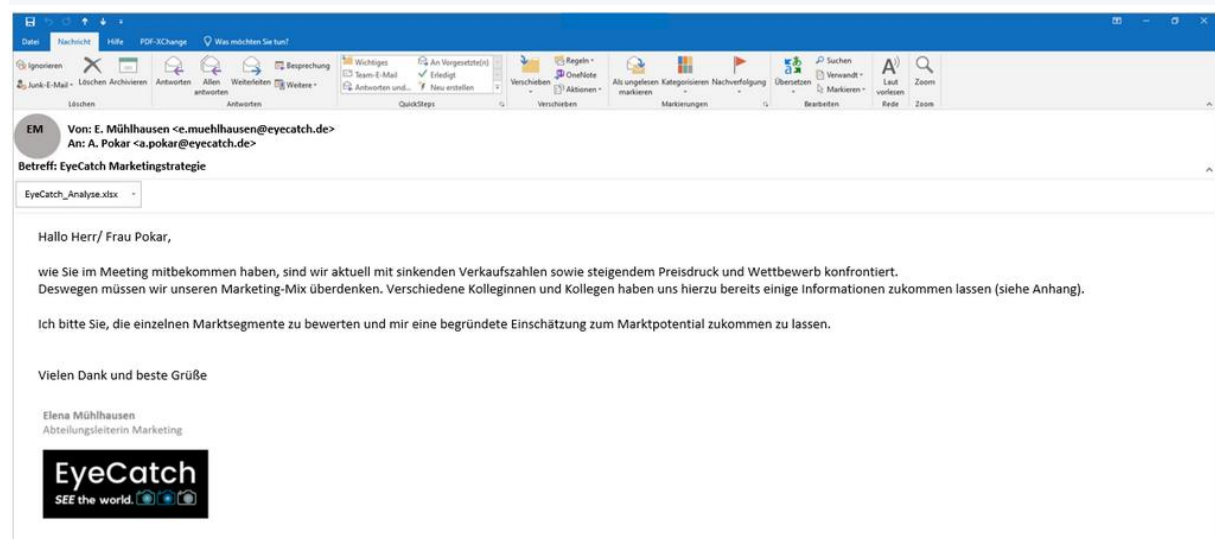
- **Kognitive Anforderungen**

- Identifizierung der Problemsituation und Handlungsziele durch eine E-Mail
 - Planung und Durchführung der Lösungsmöglichkeiten basierend auf der gegebenen Informationslage (auch irrelevante Informationen liegen vor)
 - Entscheidungsfindung im Lösungsprozess (fest definierter bzw. offener Lösungsraum)
 - Reflektion und Bewertung/Begründung der Problemlösung insbesondere in Bezug auf die Unternehmensperspektive

 - Hineinversetzen in die Problemsituation
 - Verarbeitung verschiedener Repräsentationen medialer Elemente
-

Problemsituation und Arbeitsauftrag:

Sie befinden sich im 3. Ausbildungsjahr zum Industriekaufmann/zur Industriekauffrau und sind derzeit in der Marketingabteilung des Unternehmens **EyeCatch AG** eingesetzt. Die EyeCatch AG ist ein führender Hersteller eines breiten Sortiments aus digitalen Fotoapparaten und Zubehörprodukten. Nach einem Meeting erreicht Sie die nachfolgende E-Mail von Frau Mühlhausen, Ihrer Vorgesetzten:




Hallo Herr/ Frau Pokar,

wie Sie im Meeting mitbekommen haben, sind wir aktuell mit sinkenden Verkaufszahlen sowie steigendem Preisdruck und Wettbewerb konfrontiert. Deswegen müssen wir unseren Marketing-Mix überdenken. Verschiedene Kolleginnen und Kollegen haben uns hierzu bereits einige Informationen zukommen lassen (siehe Anhang).

Ich bitte Sie, die einzelnen Marktsegmente zu bewerten und mir eine begründete Einschätzung zum Marktpotential zukommen zu lassen.

Vielen Dank und beste Grüße

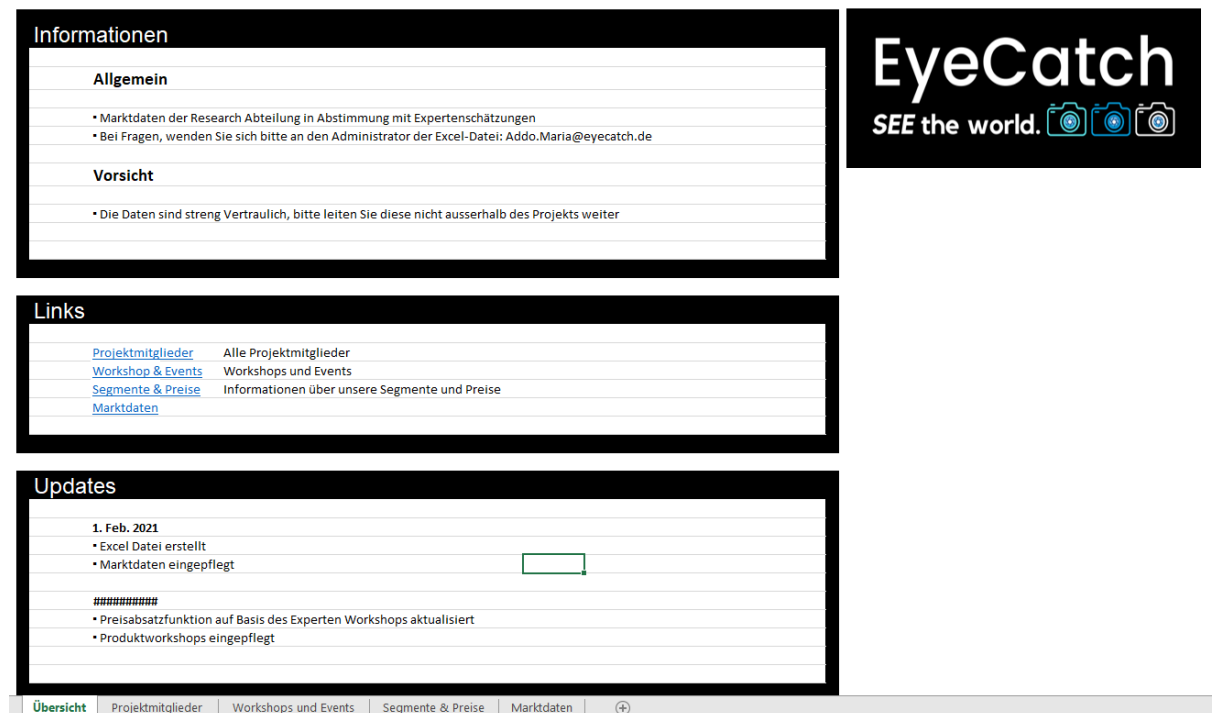
Elena Mühlhausen
Abteilungsleiterin Marketing



EyeCatch Analyse

EyeCatch_Analyse.xlsx (104.90 KB)

Öffnen der Excel-Datei mit fünf Tabellenblättern (Übersicht, Projektmitglieder, Workshops & Events, Segmente & Preise, Marktdaten).



Informationen


Allgemein
<ul style="list-style-type: none"> • Marktdaten der Research Abteilung in Abstimmung mit Expertenschätzungen • Bei Fragen, wenden Sie sich bitte an den Administrator der Excel-Datei: Addo.Maria@eyecatch.de
Vorsicht
<ul style="list-style-type: none"> • Die Daten sind streng Vertraulich, bitte leiten Sie diese nicht ausserhalb des Projekts weiter

Links

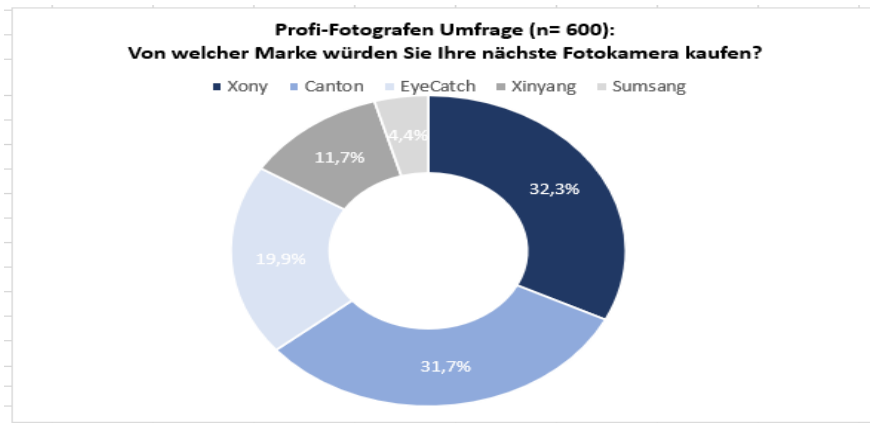
Projektmitglieder	Alle Projektmitglieder
Workshop & Events	Workshops und Events
Segmente & Preise	Informationen über unsere Segmente und Preise
Marktdaten	

Updates

1. Feb. 2021
<ul style="list-style-type: none"> • Excel Datei erstellt • Marktdaten eingepflegt
#####
<ul style="list-style-type: none"> • Preisabsatzfunktion auf Basis des Experten Workshops aktualisiert • Produktworkshops eingepflegt



Übersicht | Projektmitglieder | Workshops und Events | Segmente & Preise | Marktdaten | +



Daten der Marktsegmente:

		Absatzkanäle				
		Warenhäuser	Elektrohändler	Fachgeschäft	Wiederverkäufer	Online Händler
Segmente	Einstieg	2	3	aktuell nicht bedient	aktuell nicht bedient	4
	Standard	2	4	2	3	5
	Semi-Professionell	1	3	3	4	4
	Professionell	aktuell nicht bedient	aktuell nicht bedient	5	5	4
	Zubehör	1	3	5	3	4

1 = Marktattraktivität gering ; 5 = Marktattraktivität hoch
 *Marktattraktivität: Gewichtung aus Preisniveau im Markt, Marktvolumen, Marktwachstum

Wettbewerbsstärke unserer Firma: gering **hoch**

**Wettbewerbsstärke: Gewichtung aus Reputation / Image, Innovationsgrad, Produktqualität, Umfang Produktportfolio

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q
1																	
2																	
3																	
4																	
5																	
6																	
7																	
8																	
9																	
10																	
11																	
12																	
13																	
14																	
15																	
16																	
17																	
18																	
19																	
20																	
21																	
22																	
23																	
24																	
25																	
26																	
27																	
28																	
29																	
30																	
31																	
32																	
33																	
34																	
35																	
36																	
37																	
38																	
39																	
40																	
41																	
42																	
43																	
44																	
45																	

Anteil der Absatzkanäle nach Produktkategorien in Deutschland

Kategorie	Stationär	Online
Elektronikware	50	50
Bücher	60	40
Schuhe	67	33
Parfüm	75	25
Sportausrüstung	80	20
Bekleidung	80	20

Anzahl der Smartphone-Nutzer in Deutschland in den Jahren 2009 bis 2020 (in Mio)

Jahr	Anzahl (in Mio)
2009	21
2010	29
2011	37
2012	41
2013	46
2014	51
2015	54
2016	56
2017	58
2018	59
2019	60
2020	61

Quelle: www.Statista.de

Kundenbefragung: Wichtigkeit der Kaufentscheidungskriterien

Kriterium	Wichtigkeit (1-7)
Gewicht	2
Zubehör	2
Akkulaufzeit	7
Speicher	5
Preis	3
Robustheit	4
Display	4
Bildqualität	7

1 = unwichtig ; 7 = sehr wichtig

Übersicht | Projektmitglieder | Workshops und Events | Segmente & Preise | **Marktdaten** | +

Lösungseingabe:

The screenshot shows an Outlook window with the following details:

- Sender:** Von: A. Pokar <a.pokar@eyecatch.de>
- Recipient:** An: E. Mülhhausen <e.muehlhausen@eyecatch.de>
- Subject:** Sehr geehrte Frau Mülhhausen,
- Body:** A large empty text area with a rich text toolbar (bold, italic, underline, link, unlink, insert link, insert image) at the top. A large, faint question mark icon is positioned to the right of the text area. Below the text area is a 'Pfad:' label and a 'Rückmeldung anfordern' button.

A. Pokar

In Ausbildung

EyeCatch AG