

Wiwi- Study 1

1.3 Zusammenstellung und Vermarktung des Produktangebots der Pader's Breakfast

1.3 Vertiefung

Konzeption des Produktangebots

Anne und Thomas beginnen in einem ersten Schritt damit, ein adäquates Produktangebot zu erstellen, bevor sie sich in einem zweiten Schritt mit der Frage nach der Bewerbung und dem Verkauf ihrer Leistungen auseinandersetzen. Hierzu überlegen sie zunächst, welche Bedürfnisse ihre potenziellen Kunden haben und welchen Nutzen diese aus dem Frühstückscateringservice ziehen können. Thomas und Anne erinnern sich daran, dass sie im Studium fünf Konzeptionsebenen für ein Produkt kennengelernt haben, an denen man sich zur Klärung dieser Frage orientieren kann.

Fünf Konzeptionsebenen für das Produkt



Quelle: Kotler / Keller /Bliemel 2007, S. 493.

Diesem Ansatz folgend konzipieren sie ihr Produktangebot vom Kernnutzen ausgehend Schritt für Schritt über fünf Ebenen. Als Kernnutzen ihres Frühstücksservice sehen sie mindestens die Sättigung des adressierten Personenkreises (z. B. Kunden, Mitarbeiter o. Ä.) ihrer Kunden. Dies legen sie unter anderem vor dem Hintergrund der Maslow'schen Bedürfnispyramide¹ fest, an die sich beide noch gut aus ihrem Studium erinnern können. Das Basisprodukt, das diesen Kernnutzen bedient, sollte ihrer Ansicht nach mindestens aus einer Bereitstellung von Brötchen, Wurst, Käse, Butter und Marmelade bestehen. Über weitere Überlegungen des seitens der Kunden erwarteten Produkts arbeiten sich Anne und Thomas zum augmentierten Produkt hoch. Dem Modell folgend sollte das Produkt auf dieser Konzeptionsebene im Normalfall die Erwartungen des Kunden übertreffen. Hier machen sich Anne und Thomas Gedanken darüber, wie sich ihre Produkte von denen ihrer Konkurrenten unterscheiden können und somit – positiv gewendet – im Wettbewerb durchsetzen können.

¹ Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (online).

Dazu möchten Anne und Thomas ein besonderes Serviceangebot entwickeln, von der Beratung der Kunden über individuelle eventbezogene Themen-Angebote bis hin zu besonderen Lieferangeboten. Thomas merkt an, dass sie sich hierzu noch intensiver mit den Angeboten ihrer Mitbewerber in der Region auseinandersetzen sollten. Zudem wollen sie recherchieren, ob es Ergebnisse von Marktforschungsinstituten gibt, um auch noch mehr über die Erwartungen der potenziellen Kunden zu erfahren. Sie sind sich sicher, dass sie auf jeden Fall verschiedene Anregungen benötigen, um ihr Produktangebot zu gestalten. Nach einer tiefergehenden Recherche und einem Vergleich von Mitbewerberangeboten in der Region, erstellen Anne und Thomas zunächst eine Produktlinie für ihren Frühstückscateringservice. Sie können sich auf ein vielfältiges Angebot², welches von einfach belegten Brötchen bis hin zu einem ganzen Frühstücksgericht reicht, einigen.

PADER'S BREAKFAST – The best Way to start your Day!

PADER'S BREAKFAST bietet Ihnen verschiedene Frühstückangebote, die mit Vorbestellung direkt an Ihr Unternehmen geliefert werden können. Wir stellen Ihnen ein Catering mit Komplettservice für alle Anlässe, das keine Wünsche offen lässt, bereit. Zusätzlich zu unseren Köstlichkeiten bieten wir Ihnen die Möglichkeit des Geschirrverleihs. Nachfolgend finden Sie eine Auflistung unserer zusätzlichen Serviceleistungen.



GESCHIRRVERLEIH

- Kaffeetassen mit Unterteller
- Kuchenteller
- Besteck (Messer, Gabel, Löffel, Teelöffel)
- Vorlegebesteck
- Gläser (Sektgläser, Wassergläser)
- Zuckerdosens
- Sahnegießer
- Pfeffer- und Salzstreuer
- Servietten
- Chafing-Dish mit Anleger und Brennpaste
- Stehtische

DEKORATIONSSERVICE

Sie wünschen sich eine Dekoration passend zur Jahreszeit oder zum Anlass? Auch das ist für PADER'S BREAKFAST kein Problem. Teilen Sie uns Ihre Wünsche mit! Wir setzen sie in die Realität um!

SERVICEKRÄFTE

Sie planen ein großes Frühstücksevent mit wichtigen Unternehmenspartner und Sie benötigen dafür Unterstützung? Unser professionelles Servicepersonal steht Ihnen dabei gerne unterstützend zur Seite.

Gerne gehen wir auch auf Ihre individuellen Wünsche ein! Kontaktieren Sie uns!
Tel.: 05253 / 1234567 Email: paders_breakfast@mail.com

PADER'S BREAKFAST – The best Way to start your Day!

Wir bieten Ihnen eine vielfältige Auswahl von verschiedenen belegten Brötchen bis hin zu Frühstücksgerichten für Tagungen, Seminare und verschiedene Unternehmensevents. Genießen Sie die hohe Qualität und Frische unserer Angebote!



ENTDECKEN SIE UNSERE VIelfALT! (PREIS PRO EINHEIT)

Knollenbrötchen
Einfaches Brötchen, Belagauswahl (Gouda, Kochschinken, Salami, Putenbrust, Camembert, Fleischwurst), Tomate, Gurke, Ei

Pader-Körnli
Mehrkornbrötchen, Belagauswahl (Gouda, Kochschinken, Salami, Putenbrust, Camembert, Fleischwurst), Tomate, Gurke, Ei

Bagel
Großes Baguettebrötchen, Belagauswahl (Gouda, Kochschinken, Salami, Putenbrust, Camembert, Fleischwurst, Frikadelle), Tomate, Gurke, Ei

VIelfALT UND ANWECHSLUNG BEIM FRÜHSTÜCK! (PREIS PRO PERSON)

Einsteigerfrühstück
Marmelade, Honig, Butter, Kaffee und Tee, Brötchen satt

Mietzgerfrühstück
Teller mit verschiedenen Wurstsorten, Butter, Kaffee und Tee, Brötchen satt

Käsefrühstück
Käseteller mit verschiedenen Käsesorten, Butter, Kaffee und Tee, Brötchen satt

Rundum-Frühstück
Käse- und Wurstteller, Butter, Marmelade, Croissant, Orangensaft, Kaffee und Tee und Brötchen satt

Feinschmecker-Fisch-Frühstück
Fischteller mit feinem Forellen- und Lachsfilet, Sahnecremesauce, Butter, Orangensaft, Kaffee und Tee, Brötchen satt

Business Frühstück
Käse- und Wurstteller, Butter, Marmelade, Croissant, frisches Rührei mit Kräutern, Orangensaft, Sekt, Kaffee und Tee, Brötchen satt

Internationales Frühstück
London Frühstück: Baked Beans, Bacon, 2 Spiegeleier, Toast, 2 Brötchen, Butter, Marmelade/Honig/Nutella
Barcelona Frühstück: Spanisches Omelett mit Manchego Käse, Chorizo, Tomaten, 2 Brötchen, Butter, Marmelade/Honig/Nutella

Gerne gehen wir auch auf Ihre individuellen Wünsche ein! Kontaktieren Sie uns!
Tel.: 05253 / 1234567 Email: paders_breakfast@mail.com

3.3.2.2 Preisbildung zum Produktangebot

Nachdem sich Anne und Thomas grundsätzlich auf ein Produktangebot verständigt haben, überlegen sie, zu welchem Preis sie ihre Produkte anbieten möchten bzw. können. Hier geraten sie recht schnell in ein Streitgespräch, ob sich der Preis nun stärker durch die entstehenden Kosten (z. B. für die Lebensmittel, durch das Fahrzeug für den Transport etc.) oder stärker durch die Preise der Mitbewerber bestimmt. Als die Diskussion anfängt, sich im Kreis zu drehen, ohne dass sie zu einer Einigung kommen, schlägt Thomas vor, sich nochmals von der Existenzgründerberatung helfen zu lassen. Er fände es zumindest ungünstig, wenn sie die Preise zu niedrig kalkulieren würden und dann schon in den ersten Monaten die Preise wieder erhöhen müssten.

² Angebotskarte (siehe Anhang 2).

In dem Gespräch bei der Existenzgründerberatung setzen sich Anne und Thomas u. a. mit verschiedenen Preisbildungsverfahren auseinander. Aus ihrem Studium waren ihnen noch das Zuschlagsverfahren, das Kapitalrenditeverfahren, die Break-Even-Analyse, die Preisbildung nach den Leitpreisen der Konkurrenz sowie die Preisbildung nach dem Wertempfinden der Kunden bekannt. Nach einer langen Diskussion über die Vorteilhaftigkeit der verschiedenen Preisbildungsverfahren einigen sich die beiden darauf, die Preise ihrer Produkte maßgeblich auf der Basis des seitens der Kunden empfundenen Wertes (»Perceived-Value-Pricing«) anstelle der eigenen Kosten zu kalkulieren. Hierzu recherchieren sie die Einschätzung des angemessenen Preises durch potenzielle Kunden im Raum Paderborn.

3.3.2.3 Werbung / Kommunikationspolitik

Um schließlich möglichst viele potenzielle Kunden auf ihr ausgearbeitetes Produktangebot aufmerksam zu machen und somit den Absatz zu fördern, schalten Anne und Thomas zunächst Anzeigen in den Paderborner Tageszeitungen. Zudem möchten sie die Form des Direktmarketings einsetzen und formulieren daher Schreiben zu ihrem Produktangebot, das sie gezielt an die Geschäftsführungen potenzieller Kundenunternehmen der Region senden. In dem Aufbau dieses Schreibens folgen sie dem AIDA-Modell³. Darüber hinaus gestalteten Anne und Thomas eine eigene Homepage für ihren Frühstückscateringsservice mit Infos rund um das feste Sortiment und zu speziellen Rabatt-Aktionen mittels Couponing. Sie bietet zudem eine Online-Bestellmöglichkeit für die Kunden. Für den Werbeetat und die Finanzierung von Sonderaktionen haben Anne und Thomas zwei Prozent des Monatsumsatzes vorgesehen.

Aufgaben:

1. Arbeiten Sie aus dieser Lösungspräsentation die zentralen Begriffe im Zusammenhang mit der Zusammenstellung und Vermarktung eines Produktangebotes heraus. Stellen Sie diese in einem Mind Map, einer Wissenslandkarte, einem Glossar o. Ä. übersichtlich dar. Sie können hier auch Ihre in Teil A begonnene Übersicht erweitern und überarbeiten.
2. Wie beurteilen Sie die Lösung von Anne Kortmüller und Thomas Lohaus? Berücksichtigen Sie hierfür auch die Inhalte des Moduls BWL A, die Sie bisher kennengelernt haben.
3. Wie müssten Anne und Thomas vorgehen, wenn sie die Preise ihrer Produkte nach der Break-Even-Analyse festlegen würden? Welche Vor- und Nachteile bzw. Konsequenzen hätte diese Methode?

³ fundus Gesellschaft für Kommunikation und Werbung mbH (online).