

2 Instrumente des Marketings -> **Operativ** (zahlen) und **Strategisch** (vorausschauend)

Kein Marketing-Controlling ohne -> **Informationen**; Intern und Extern

Excel -> **\$-Zeichen** steht für **absoluten Wert**, der beim Formel kopieren nicht variabel ist. Möglich ist auch für \$ die **Taste F4**.

Boston Consulting Group (BCG-Analyse).

- Stars** -> Investitionsstrategie
- ?** -> Markterschließung oder Rückzug
- Cash Cows** -> Abschöpfung
- Armer Hund** -> Deinvestitionsstrategie

schlecht	gut
?	★
Hund	Cows

Relativer Marktanteil -> Umsatz gemessen an größtem, bestem Wettbewerber
Marktwachstum -> z.B. 2003 zu 2004
Analyseobjekt -> in Excel **Blasendiagramm**

die Analysedaten:	Umsatz 2002			Umsatz 2004		
	A	B	C	A	B	C
Holzbaum KG (ich selbst)	8	4	2	6	6	2
Fuchs OHG	5	3	5	3	4	6
Wolf GmbH	10	3	1	7	4	1
Gesamtmarkt	80	20	10	64	25	11

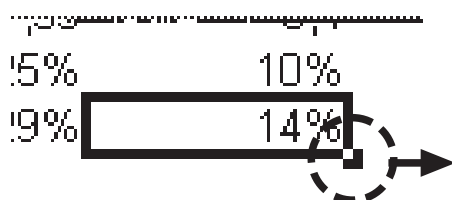
Ermitteln BCG Matrix:	2002		
	A	B	C
Relativer Marktanteil	0,8	1,33	0,4
Marktwachstum	-20%	25%	10%
Anteil am Gesamtwachstum	57%	29%	14%

Man selbst durch den stärksten Wettbewerber -> 8/10

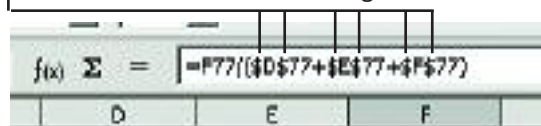
Ges.Umsatz 2004 - Ges.Umsatz 2002 durch Ges.Umsatz 2002 -> (25-20)/20

Produkt C durch Summe von Produkt A+B+C teilen -> 2/(8+4+2)

Formeln variabel ziehen:



\$-Zeichen vor starre Einträge:



Siehe auch Script: 14102006_Projektmanagement_Solms.xls