

Marketingziele

Unter Marketingzielen wird allgemein das Ergebnis verstanden, das mit Hilfe des Marketing-Mix-Instrumentariums erreicht werden soll. In der Regel verfolgt ein Unternehmen mehrere Marketingziele zwischen denen Zusammenhänge bestehen.

Inhaltsverzeichnis

Definition / Erklärung

Eine handhabbares Marketingziel setzt eine genaue Definition und eine Konkretisierung hinsichtlich Inhalt, Zeitrahmen und Zielerreichungsgrad voraus. Es muss operationalisierbar – das heißt nachvollziehbar – erreichbar und nachprüfbar sein.

Im Idealfall ergänzen und unterstützen sich die Ziele gegenseitig, in der Realität bestehen aber oft konfliktäre Zielbeziehungen. Es lassen sich verschiedene Arten von Marketingzielen unterscheiden.

Strategische und operative Marketingziele

Strategische Marketingziele – Strategische Marketingziele verfolgen eine grundsätzliche, langfristig orientierte Zielsetzung, die für das Unternehmen von zentraler Bedeutung ist – zum Beispiel die Erschließung neuer Märkte oder neuer Zielgruppen.

Operative Marketingziele – Operative oder taktische Marketingziele sind dagegen eher kurzfristig orientiert und den strategischen Zielsetzungen untergeordnet. Zwischen strategischen und operativen Marketingzielen besteht in der Regel eine klare Zielhierarchie.

Quantitative und qualitative Marketingziele

Quantitative Marketingziele – Quantitative Marketingziele sind zahlen- oder wertmäßig messbar. Typische Beispiele dafür sind Umsatz-, Gewinn-, Kosten- oder Marktanteilsziele. Sie sind sehr gut für Controlling-Zwecke nutzbar, weil sich der Zielerreichungsgrad hier einfach feststellen lässt.

Qualitativen Marketingziele – Bei qualitativen Marketingzielen ist dies dagegen schwieriger. Sie lassen sich oft nur beschreiben. Qualitative Marketingziele betreffen zum Beispiel den Service, das Image oder den Bekanntheitsgrad.

Zusammenfassung

Marketingziele = angestrebte Ergebnisse durch Einsatz des Marketing-Mix
es wird zwischen strategischen und operativen Marketingzielen unterschieden
Messbarkeit über quantitative und qualitative Marketingziele