

# 22 offene Fragen zum Marketing

Die Lösungen bekommst Du von Deinem Berufsschullehrer oder Fachdozenten

## **01 Ausgangssituation**

Du bist als Mitarbeiter/in im Bereich der Verwaltung und des Marketings der Medical gGmbH eingesetzt und sollst bei der Entwicklung eines Marketingkonzepts mitwirken. Im Bereich der Altenpflege beträgt die Auslastung momentan nur 45% und muss auf Dauer gesteigert werden. Um ein geeignetes Marketingkonzept zu entwickeln, soll die Qualität des Altenheimes durch die Bewohner bewertet werden.

- a) Nenne je 2 Inhalte eines Marketingkonzeptes bezogen auf den Bereich des Altenheimes der Medical gGmbH.
- b) Die momentane Kundenzufriedenheit im Bereich des Altenheimes der Medical gGmbH soll festgestellt werden. Zu diesem Zweck möchte die Unternehmensleitung unter den Bewohnern eine Umfrage durchführen. Formuliere 6 Fragen für einen entsprechenden Fragebogen !
- c) Eine bereits durchgeführte Umfrage ergab folgendes Ergebnis :  
Auf die Aufforderung : "Beurteilen Sie die Ausstattung unserer Zimmer" haben die Befragten folgende Antworten gegeben :

Sehr gut	gut	befriedigend	ausreichend	mangelhaft	ungenügend
85	112	145	65	18	2

**Berechne den gewogenen Durchschnitt !**

- d) Beurteile die Formulierung der obigen Frage nach ihrer Aussagefähigkeit !

**02 Ausgangssituation**

Um den Bekanntheitsgrad des Altenheimes zu steigern, plant die Medical gGmbH einen "Tag der offenen Tür".

Es sollen vor allem die geräumigen Zimmer, deren exzellente Ausstattung und die vielseitigen Freizeitangebote des Altenheimes beworben werden. Der Tag soll durch ein Sommerfest abgerundet werden. Du bist damit beauftragt, geeignete Maßnahmen zu planen, um das Event bekannt zu machen.

- a) **Nenne 5 sinnvolle Zielgruppen, bei denen das Event zu bewerben ist !**
  
- b) **Du sollst den Termin für den "Tag der offenen Tür" festlegen.  
Welche drei Überlegungen musst bei der Terminplanung mindestens berücksichtigen ?**

**03 Ausgangssituation**

Im medizinischen Bereich möchte die Medical gGmbH ihr Leistungsangebot erweitern. Neue Erkenntnisse und Trends im Bereich der Alternativmedizin haben die Geschäftsleitung zu einer geplanten Erweiterung des Angebotes bewogen.

Folgende Anzeige soll in einer Tageszeitung erscheinen :

# Neu bei der Medical gGmbH

**Ab sofort bieten wir Ihnen ein breites Spektrum in der TCM  
( traditionelle chinesische Medizin )**

**Garantierte Erfolge bei Migräne und Neurodermitis !**

**Unser Spezialist **Dr. Ming** berät Sie gerne.**

**Hier ein Auszug eines Dankeschreiben einer Patientin:  
" ... nach nur 11 Sitzungen war ich frei von meinen Migräneanfällen !"**

**Garantiert keine Nebenwirkungen !**

**Kontakt und Terminvereinbarung unter [www.kigw.de](http://www.kigw.de)**

**oder Telefon 0209 / 12 34 56**

Zuvor sollst Du Dich über das Heilmittelwerbegesetz informieren.

- a) **Erkläre die Aufgaben des Heilmittelwerbegesetzes !**
- b) **Beurteile diese Anzeige unter Berücksichtigung des Heilmittelwerbegesetzes !**

**04 Ausgangssituation**

Das neue Leistungsangebot soll auch in die Homepage der Medical gGmbH aufgenommen werden.

- a) **Erkläre 3 Vorteile, die für einen Werbeauftritt im Internet sprechen !**
- b) **Nenne je 3 weitere Werbemittel und Werbeträger !**

**05 Ausgangssituation**

Die Medical gGmbH möchte im Bereich Wellness aktiv werden. Du wirst mit der Aufgabe betraut für dieses Vorhaben die nötige Marktforschung zu übernehmen.

- a) **Marktforschung kann als Primär- und Sekundärforschung betrieben werden. Erkläre die beiden Begriffe und erläutere die Unterschiede !**
- b) **Nenne je 2 Instrumente der Primär- und Sekundärforschung !**
- c) **Erkläre den Begriff Marktprognose !**

**06 Ausgangssituation**

Die Unternehmensleitung der Medical gGmbH hat beschlossen, ein Wellness Hotel zu eröffnen. Du hast die Aufgabe, den Marketing-Mix für das geplante Wellness Hotel zu erstellen und die Ergebnisse zu präsentieren.

- a) **Erkläre den Begriff Marketing-Mix !**
- b) **Beurteile im Zusammenhang mit dem geplanten Wellness-Hotel die Bedeutung des Heilmittelwerbegesetzes !**

**07 Ausgangssituation**

Du erhältst den Auftrag bei der nächsten Vorstandssitzung der Medical gGmbH den Marketing-Mix für das Wellness-Hotel zu präsentieren.

- a) **Nenne drei Verhaltensregeln eines Moderators bei einer Präsentation und beschreibe die Wirkung dieser Regeln !**
  
- b) **Um eine gelungene Präsentation durchzuführen, benötigt man Präsentationsmedien. Nenne vier geeignete Medien und begründe Deine Entscheidung !**

**08 Ausgangssituation**

Nach der Präsentation soll ein Workshop stattfinden. In einzelnen Gruppen sollen Brainstormings zum Thema "Wellness heute" durchgeführt werden.

**Welcher Grundsatz gilt für ein Brainstorming ?**



**09 Ausgangssituation**

Durch die permanente Expansion der Medical gGmbH wird die elektronische Kommunikation des Unternehmens sachlich und fachlich überprüft. Die Unternehmensleitung überlegt digitale Patientenakten einzuführen. In diesem Zusammenhang werden die Datensicherung und die Datensicherheit neu diskutiert.

- a) Nenne je 2 Merkmale für das Internet und das Intranet !
- b) Erkläre je 2 Möglichkeiten der Datensicherung und des Datenschutzes !
- c) Erkläre 3 kommunikationsbezogene Vorteile der digitalen Patientenakte !

**10 Ausgangssituation**

Durch das Anbieten von zusätzlichen Leistungen versuchen Krankenhäuser ihre Existenz langfristig zu sichern. Diese Tatsache wird durch die veränderte Einnahmesituation im Gesundheitswesen zu einem zentralen Thema des Marketing im Krankenhaus.

Du bist in der Patientenaufnahme des Akutbereiches der Medical gGmbH tätig und sollst die Patienten über mögliche Wahlleistungen informieren.

- a) **Welche Arten von Wahlleistungen gibt es ? Erkläre den Unterschied !**
- b) **Erkläre den Begriff "IGeL" !**
- c) **Nenne 5 zusätzliche Wahlleistungen, die im Bereich des Akutkrankenhauses angeboten werden können !**

**11 Ausgangssituation**

Die Medical gGmbH hat seit kurzem ein Beschwerdemanagement eingeführt. Hier haben Kunden die Möglichkeit, ihre Beschwerden vorzubringen. Als Mitarbeiter/in dieser Abteilung bearbeitest Du den nachfolgenden Fall.

Eine Kundin, die bereits vor einer Woche entlassen wurde, beschwert sich bei Dir :  
"Während meines Aufenthaltes ist es mehrmals vorgekommen, dass meine Menüwahl nicht berücksichtigt wurde. Das Pflegepersonal hat auf meine Reklamationen nie reagiert. Ich habe das Gefühl, das Pflegepersonal hat mich sogar ausgelacht."

- a) **Beschreibe eine geeignete Vorgehensweise für ein Beschwerdegespräch !**
- b) **Erläutere eine sinnvolle Lösung, um die Kundin zufrieden zu stellen !**

**12 Ausgangssituation**

Du bist Marketing-Mitarbeiter/in einer neu gegründeten gesetzlichen Krankenkasse. Momentan sind dort 100.000 Mitglieder ( und 60.000 beitragsfreie familienversicherte Kinder und Ehepartner ) versichert. Das monatliche Durchschnittseinkommen von 70.000 Mitgliedern beträgt je 2.000 €. Bei den übrigen 30.000 Mitgliedern handelt es sich um Selbstständige mit einem monatlichen Einkommen von durchschnittlich 3.000 € . Die jährlichen Leistungsausgaben betragen 333.000.000 € . Die jährlichen Personalkosten ( Durchschnittsgehalt incl. AG-Nebenkosten ) belaufen sich auf 2.112.000 € . An weiteren Kosten ( z.B. Mietzahlungen ) laufen jährlich 120.000 € auf. In den Risikostrukturausgleich werden jährlich 81.560.000 € eingezahlt.

Die Versicherungsstruktur der Krankenkasse sieht folgendermaßen aus :

<u>Alter</u>	<u>Anzahl</u>
0 – 4 Jahre	10.000
5 – 40 Jahre	80.000
41 – 65 Jahre	60.000
über 65	10.000

Die Krankenkasse kämpft einerseits mit drohenden Abwanderungen der finanzkräftigen Mitglieder zu privaten Krankenversicherungen und andererseits zunehmend mit gesetzlichen Krankenkasse, die mit einem niedrigen Zusatzbeitrag auf den Markt gehen. Die Krankenkasse soll sich auf dem Gesundheitsmarkt etablieren und expandieren.

1. Du überlegst jeweils im Rahmen der 4 unterschiedlichen Marketing-Instrumente, über welche grundsätzlichen marketingstrategischen Fragestellungen, bezogen auf Deinen Arbeitgeber, in Deiner Abteilung nachgedacht werden könnte. Formuliere zu den vier Marketing-Instrumenten jeweils zwei marketing-strategische Fragestellungen !
2. Führe drei konkrete Maßnahmen an, die dazu führen, die Marktstellung der gesetzlichen Krankenkasse zu festigen und weiter auszubauen !
3. Berechne anhand der vorliegenden Daten den Zusatzbeitragssatz Deines Arbeitgebers in % ( Zusatzbeitragssatz, der verlangt werden muss, damit die Krankenkasse kostendeckend arbeiten kann ) !
4. Es soll verhindert werden, dass wichtige Mitgliedergruppen der Krankenkasse abwandern. Des weiteren sollen neue Kunden gewonnen werden. Prüfe, welche 2 attraktiven Kundengruppen seitens der Krankenkasse gezielt umworben werden sollen und begründe jeweils Deine Auswahl !
5. Du planst Maßnahmen zur Kundenbindung.
  - a. Welche Ziele werden mit Kundenbindungsmaßnahmen verfolgt ?
  - b. Welche sinnvollen Methoden zur Kontaktaufnahme kann man in diesem Zusammenhang anwenden ?
6. Die Werbeabteilung überlegt, Werbeanzeigen für die Krankenkasse in einer bundesweit erscheinenden Boulevardtageszeitung zu schalten. Nenne jeweils drei Argumente für und gegen eine Anzeigenschaltung in einer solchen Zeitung !
7. Es ist auch der gesetzlichen Krankenkasse gestattet, Geld für Werbung auszugeben. Führe zwei Argumente an, die aus Sicht der Krankenkasse dafür sprechen, Werbung zu betreiben !

**13 Ausgangssituation**

Die zunehmende Konkurrenz im Gesundheitswesen zwingt auch Deinen Arbeitgeber, einem Krankenhaus der Schwerpunktversorgung, seine Öffentlichkeitsarbeit zu intensivieren. Insbesondere die Informationsbroschüre der Gesundheitseinrichtung wirkt zu "altbacken" und soll durch einen modernen Werbeflyer ersetzt werden. Als Mitarbeiter/in der Projektgruppe bist Du in die Planungs-, Durchführungs- und Nachbereitungsphase eingebunden.

- a) **Dein Projektleiter hat zu einem ersten Termin eingeladen, bei dem grundsätzliche Themen, Ziele und Inhalte des Flyers diskutiert werden sollen. Nenne vier Ziele, die Dein Arbeitgeber mit der Erstellung eines neuen Werbeflyers verfolgt !**
- b) **Welche fünf Inhalte sollte der Flyer grundsätzliche haben ?**
- c) **Anfänglich sollen 2.500 Flyer gedruckt werden. Für die Erstellung steht insgesamt ein Etat von 12.000 € zur Verfügung. Die Einzelkosten pro Flyer betragen 2,90 €.  
Die Gemeinkosten werden mit 65 % der Einzelkosten veranschlagt.  
Ist der Etat ausreichend kalkuliert ( Rechnerische Begründung ! ) ?**
- d) **Die Projektgruppe muss auch rechtliche Fragen abklären.  
In einer Sitzung wird die Frage aufgeworfen, ob ein Werbeflyer nicht grundsätzlich unter das Werbeverbot von Gesundheitseinrichtungen fällt.  
Nimm zu dieser Frage begründet Stellung und nenne in diesem Zusammenhang mögliche rechtliche Grundlagen !**

**14 Ausgangssituation**

Ein Marktforschungsunternehmen befragt mittels eines persönlichen Interviews und einem standardisierten Fragebogen 2.000 Bürger zur Nutzung der von den Ärzten angebotenen "individuellen Gesundheitsleistungen" (also Leistungen, die von den Krankenkassen nicht übernommen werden). Dabei werden u.a. erhoben :

- zu welcher Art von Arzt der Patient am häufigsten geht
- wie oft im Jahr der Patient zum Arzt geht
- die Zufriedenheit mit der ärztlichen Leistung
- das künftige (gesundheitsbewusste) Verhalten

**Erläutere an diesem Beispiel, was unter Validität und Reliabilität der Ergebnisse zu verstehen ist !**

**15 Ausgangssituation**

Um den Ablauf einer Patientenbefragung optimal zu gestalten, empfiehlt es sich, den Fragebogen strukturiert aufzubauen und neben inhaltlichen Aspekten auch den Befragungsablauf zu berücksichtigen. Der Zielsetzung, den Befragungsablauf positiv zu beeinflussen, dienen sogenannte "Steuerungsfragen".

**Nenne vier Arten dieser Steuerungsfragen und erläutere jeweils knapp, was mit deren Einsatz bezweckt wird !**

**16 Ausgangssituation**

Immer wieder kommt es vor, dass Konstruktionspläne für medizinische Großgeräte kopiert und der Konkurrenz zum Kauf angeboten werden.

- a) **Beschreibe, was unter dem Rechtsbegriff "Marken" zu verstehen ist.**
- b) **Beschreibe, was der Markenschutz in Deutschland beinhaltet und wie er ggf. durchzusetzen ist.**



**17 Ausgangssituation**

Gerade im Marketing gibt es viele gleich klingende, aber vom Sinn her recht verschiedene Begriffe. Deshalb kommt es immer wieder zu Verwechslungen, die dem Prüfling letztlich Punkte kosten. Erläutere daher kurz die folgenden Begriffe jeweils in nur einem Satz :

- a) **Marktpotenzial**
- b) **Marktvolumen**
- c) **Absatzvolumen**
- d) **Corporate Identity**
- e) **Multi-Channel-Absatz**
- f) **Marktforschung**
- g) **Markterkundung**
- h) **Meinungsforschung**
- i) **Marketingforschung**
- j) **Benchmarking**

**18 Ausgangssituation**

Als künftige Führungskraft in einem Krankenhaus bist Du auch zuständig für die Außenbeziehungen des Krankenhausbetriebes. Nenne ...

- a) **sechs unterschiedliche Stakeholder, die im Geflecht Ihrer Außenbeziehung von Bedeutung sind.**
- b) **vier Beispiele, wie Sie als soziale Organisation Ihr Außenbeziehungsgeflecht pflegen bzw. darstellen.**

**19 Ausgangssituation**

Als Mitarbeiter in einem großen Wohlfahrtsverband bist Du für den Bereich Marketing zuständig. Der Verband beabsichtigt, seine einzelnen Bereiche auszuweiten. Du bist beauftragt, entsprechende Marktsegmente zu ermitteln.

- a) **Erkläre den Begriff Marktsegmentierung, indem Du auf sechs wesentliche Kriterien eingehst.**
- b) **Beschreibe für vier der unter a) genannten Kriterien jeweils ein Beispiel.**
- c) **Nenne vier Informationen, die Du für die Marktsegmentierung benötigst und nenne zudem drei Stellen bzw. Quellen, bei denen Du diese Informationen erhältst.**

**20 Ausgangssituation**

Spenden und Sponsoring sind wesentliche Finanzquellen des Fundraising von sozialen Einrichtungen.

- a) **Definiere den Begriff "Sponsoring" !**
- b) **Nenne vier Motive von Sponsoren !**
- c) **Nenne drei Motive von Spendern !**

**21 Ausgangssituation**

Mit Marktsegmentstrategien wird versucht, eine Zielgruppe abzugrenzen, um sie mit ganz bestimmten Dienstleistungen zu erreichen.

**Gebe sechs Kriterien an, anhand derer Du den Markt in Segmente einteilen kannst und gebe zu jedem Kriterium ein Merkmal an !**

**22 Ausgangssituation**

Du arbeitest in einer Arztpraxis und beabsichtigst, die Werbeaktivitäten und die Öffentlichkeitsarbeit zu verbessern.

- a) **Gebe drei Rechtsvorschriften an, die in diesem Zusammenhang beachtet werden müssen.**
  
- b) **Beschreibe fünf Punkte, die eine Arztpraxis in ihrer Werbeaktivität und Öffentlichkeitsarbeit besonders beachten muss.**