LS 7.2 **Sonderaktion für die Gürteltasche Skate**



Originalfoto von Elisabeth Steger, lizenziert gemäß [CC BY-ND](https://creativecommons.org/licenses/by-nd/3.0/) (unverändert)

Im Jahr 2019 richtete Sie mit einer Internetagentur einen Onlineshop ein, der schnell bemerkenswerte Absatzzahlen erwirtschaftet. Jedoch brachte dieser auch ungewohnt viel Arbeit. Von Beginn an ist Gerd Eschweiler als Leiter der Marketingabteilung für die Online-Aktivitäten des Unternehmens zuständig. Unterstützt wird er dabei von seiner Mitarbeiterin Carina Reza Reza.

Gerd Eschweiler: Unsere Einkaufsabteilung hat mal wieder geglänzt. Sie konnte beim unserem Lieferanten die Gürteltasche SKATE X544 in M und 150 in der Variante L, beide Varianten grau meliert, exklusiv einkaufen.   
Und das mit einem Rabatt von 30 % und einem Skonto von 2,5 %. Die Bezugskosten von 225 Euro musst du auf die Taschen aufteilen.

Carina Reza: Cool, das sind aber ganz schön viele.

Gerd Eschweiler: Ja dafür aber exklusiv. Die anderen Händler haben von den Taschen nur noch kleinere Restbestände und der Taschentyp ist nicht unbekannt. Den Rest müssen wir über die Produkteigenschaften vermitteln.

Carina Reza: Warum hat SKATE das gemacht?

Gerd Eschweiler: Am 15.09. kündigten sie ein Nachfolgemodell an. Sie wollten die Restbestände rechtzeitig loswerden.

Carina Reza: Ok, dann haben wir ja jetzt ein wenig Druck. Hast du dir schon Gedanken zur Zielgruppe gemacht und welches Budget haben wir für Marketingmaßnahmen?

Gerd Eschweiler: Die Zielgruppe ist relativ passend zu unserem Shop. Frauen im Alter von 18 bis 30 Jahren, eher sportlich, hipp, höheres Bildungsniveau, eher links. Budget? Weiß ich auch noch nicht. Mach doch bitte einen Vorschlag. Gehe aber nicht davon aus, dass wir den UVP erreichen. Ich denke im Schnitt verkaufen wir die M-Taschen für 62,95 € und die L für 75,55 € (netto). Für Gürteltaschen ist unser Handlungskostensatz 55 % und unsere Chefin will 20 % Gewinn auf den Selbstkosten haben. Alles dazwischen ist für Marketing möglich.

Carina Reza: Ok, da muss ich mal kalkulieren. Ich würde ja vorschlagen unsere Produktseite auch noch mal suchmaschinentechnisch auf Vordermann zu bringen. Ich bin mir noch nicht sicher, ob ich mich auf SEO oder SEA konzentrieren sollte. Was denkst Du?

Gerd Eschweiler: Das ist eine gute Idee – aber denk daran, wir haben nicht mehr viel Zeit, um die 500 Gürteltaschen zu verkaufen. SEA macht da vielleicht mehr Sinn. Vielleicht machst du dir dazu noch einmal Gedanken was besser geeignet ist.

Autoren:

Michael Hugot, Ludwig-Erhard-Berufskolleg Münster

Martin Lessing, Berufskolleg Bonn-Duisdorf