

Bedeutung veränderter Konsumverhalten für den Aufbau zusätzlicher Erwerbszweige

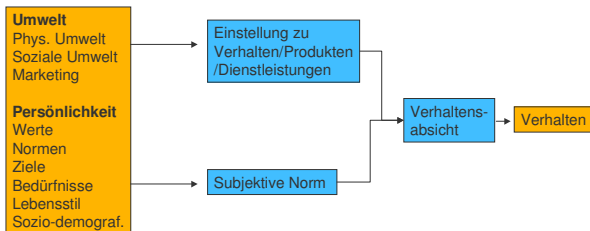
Workshop im Rahmen der Tagung
„Einkommensalternativen für Landwirte -
Das 2. Standbein als Möglichkeit, die Zukunft mitzugestalten“

Prof. Dr. Jutta Roosen
Lehrstuhl für BWL – Marketing und Konsumforschung
TU München-Weihenstephan

Marketingpolitik

Das Marketingkonzept besagt, dass der Schlüssel zur Erreichung unternehmerischer Ziele darin liegt, ein Wertangebot für den Zielmarkt zu konzipieren und zu kommunizieren sowie dieses dann wirksamer und wirtschaftlicher zu verwirklichen als die Wettbewerber.

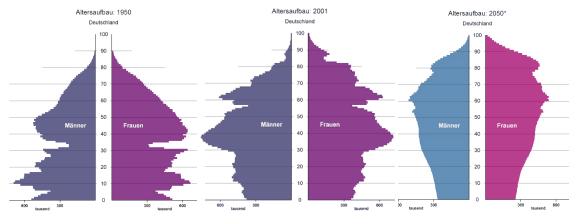
Theorie der überlegten Handlung (Ajzen und Fishbein)



Der demographische Wandel

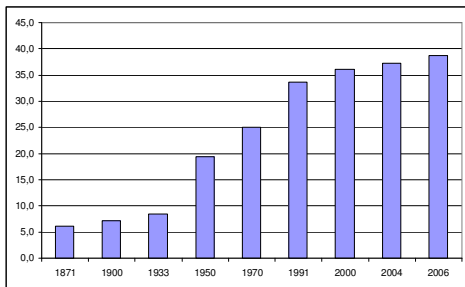
- Deutsche Frauen und Männer leben immer länger.
- Zwischen den Bundesländern gibt es deutliche Unterschiede in der Lebenserwartung.
- Die heute 65-jährigen haben fast ein Viertel ihres Lebens noch vor sich.
- Die soziale Lage ist mitbestimmend für die Lebenserwartung.
- Die Lebenserwartung in Deutschland nähert sich dem europäischen Durchschnitt an.
- Das Leben von Frauen ist stärker durch Beschwerden belastet als jenes der Männer
 - gesunde Lebenserwartung bei Frauen bei 74,0 Jahren, 7,6 Jahre bei beeinträchtigter Gesundheit;
 - gesunde Lebenserwartung bei Männern 69,6 Jahre, 5,9 Jahre mit gesundheitlichen Beschwerden).
- Die meisten Deutschen sind mit ihrer Gesundheit zufrieden (Gesundheitszufriedenheit auf einer Skala von 0 bis 10 bei im Durchschnitt 6,5).

Veränderung des Altersaufbau der Bevölkerung in Deutschland (11. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung)

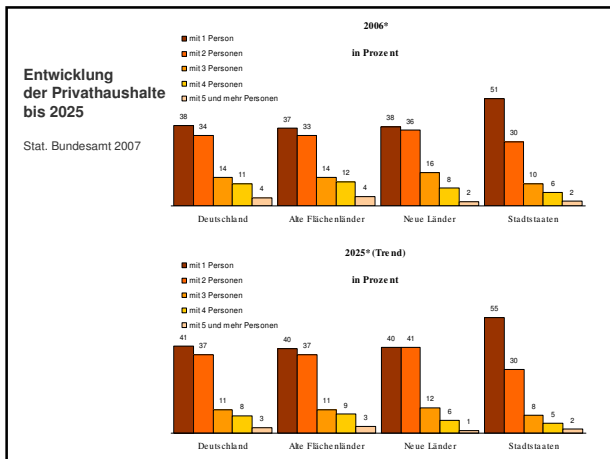


Quelle: Stat. Bundesamt, 2004

Anteil der Einpersonenhaushalte



Statistisches Bundesamt, verschiedene Jahrgänge



Technische Universität München

Megatrends für Wirtschaft und Technik nach Arthur D. Little Chancen für Bayern – Bayern 2020

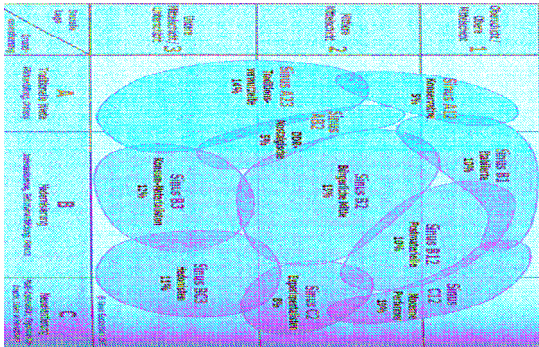
<p>Technologie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beherrschung der IUK-Technologien entscheidet über Wettbewerbsfähigkeit • Life Sciences führen zu Revolution in Medizin und Landwirtschaft • Werkstoff- und Mikrotechnologien eröffnen dramatische neue Produkt und Prozessentwicklungen 	<p>Werte, Bedürfnisse</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anteil älterer Menschen in der Gesellschaft nimmt stark zu • Güter- und Dienstleistungsnachfrage wird immer mehr individualisiert
<p>Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Globalisierung erhöht Reichweite der Unternehmen und internationalen Wettbewerbsdruck in den Regionen • Organisationelles Lernen und Wissensmanagement werden zu Herausforderungen an die Unternehmensführung 	<p>Politischer Rahmen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strukturstarke, innovationsfähige Regionen agieren zunehmend global • Public Private Partnerships gewinnen hohe Bedeutung für die wirtschaftliche/gesellschaftliche Entwicklung von Regionen

Technische Universität München

Megatrends des Gottlieb Duttweiler Instituts

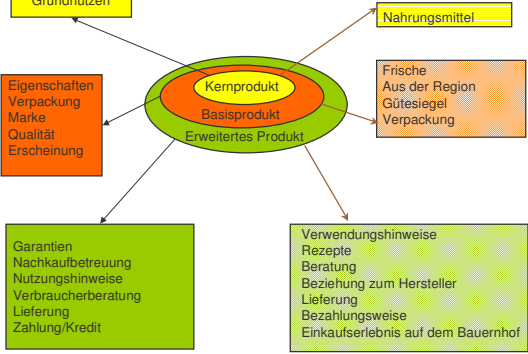
- Individualisierung
- Flexibilisierung
- Erlebnisökonomie
- Dynaxität
- Neotribalisierung
- Wertorientierung
- Bedürfnisökonomie
- Einfachheit
- Konvergenz
- Ökonomisierung
- Globalisierung
- Hyperspezialisierung
- De-Kommerzialisierung

Soziale Milieus in Deutschland 2007



Das Produkt

Lebensmittel aus der Direktvermarktung



Konsequenzen am Beispiel der Direktvermarktung

- Konsequente Kundenorientierung
- Kommunikation zur Marktpositionierung nutzen
- Preisfindung auf das Unternehmenskonzept abstimmen
- Produkte als Erlebnis vermarkten
- Beschwerden als Chance nutzen
- Mitarbeiter als Säule des Erfolgs erkennen
- Atmosphäre als Zusatznutzen anbieten

Hensche, Schleyer, Wildkraut, 2007.
Optimierung der Kundenbindung bei landwirtschaftlichen Direktvermarktern.
Fachhochschule Südwestfalen, Soest.
