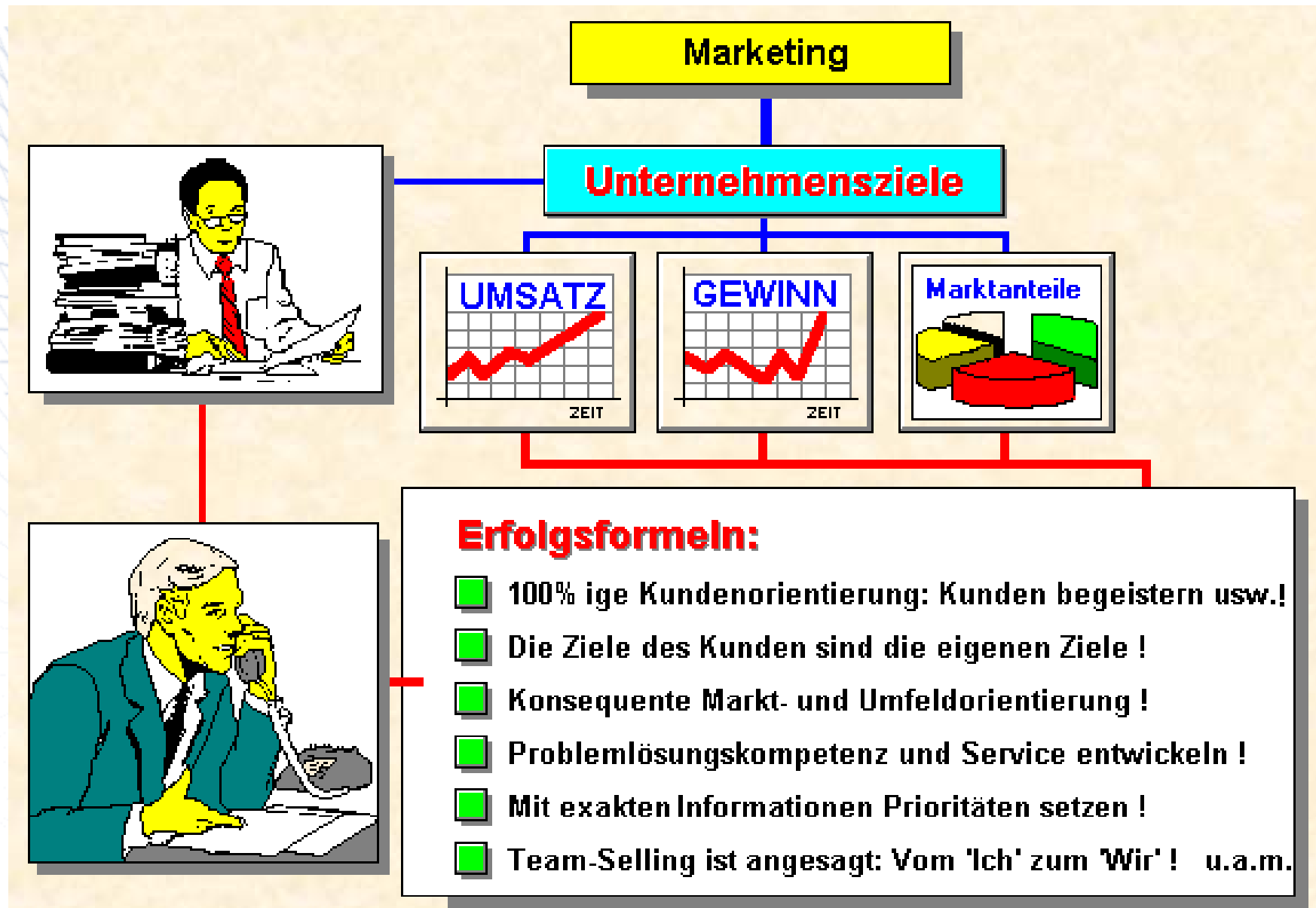
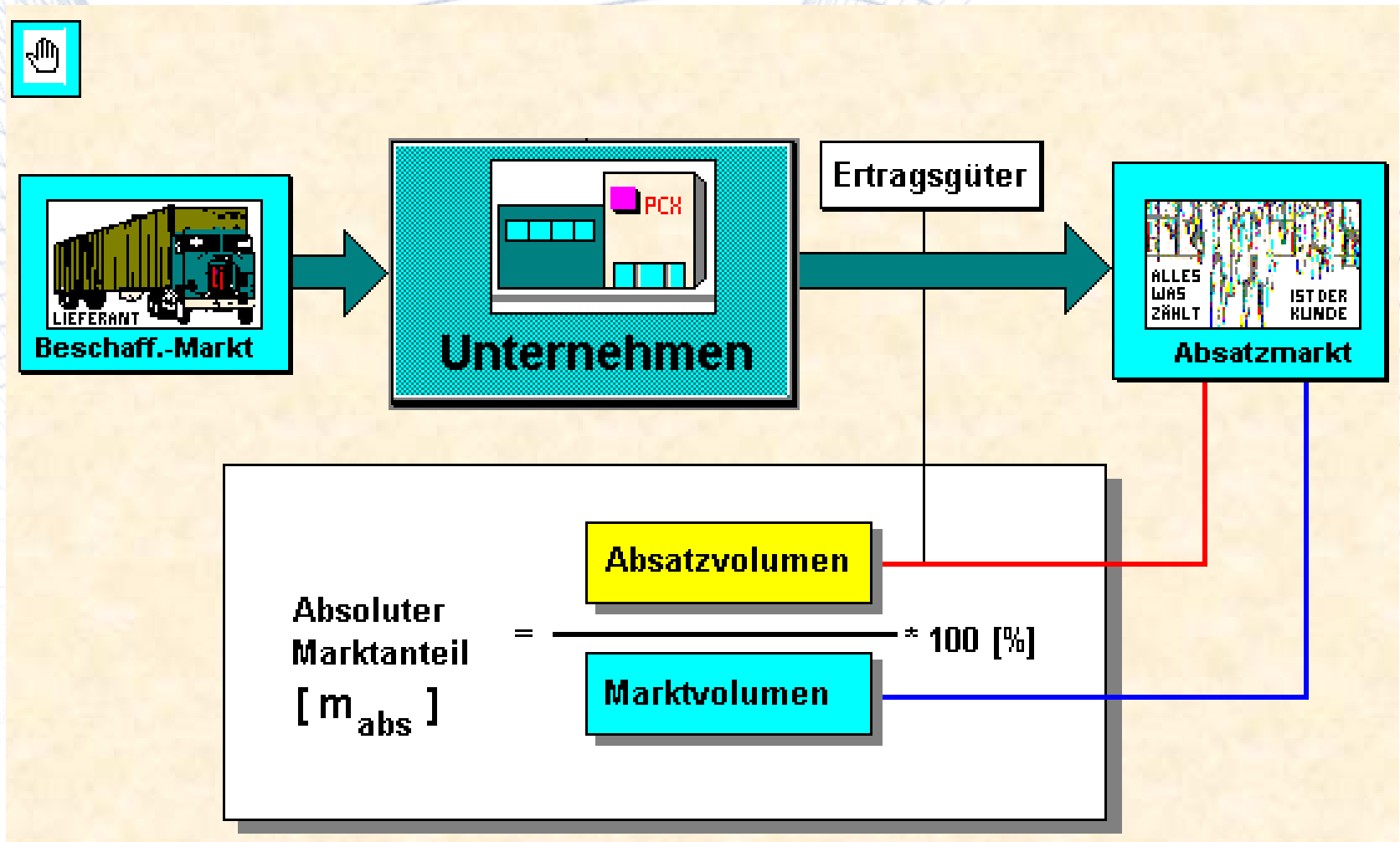


Marketing - das ist eine kunden- und marktorientierte Denk- und Verhaltensweise, die alle Unternehmensbereiche durchdringt und darauf ausgerichtet ist, durch planmäßigen und koordinierten Einsatz der absatzpolitischen Instrumente eine solche Marktbeeinflussung und -gestaltung zu erreichen, dass die Erfüllung von Kundenwünschen zum tragenden Umsatzgeschäft wird.



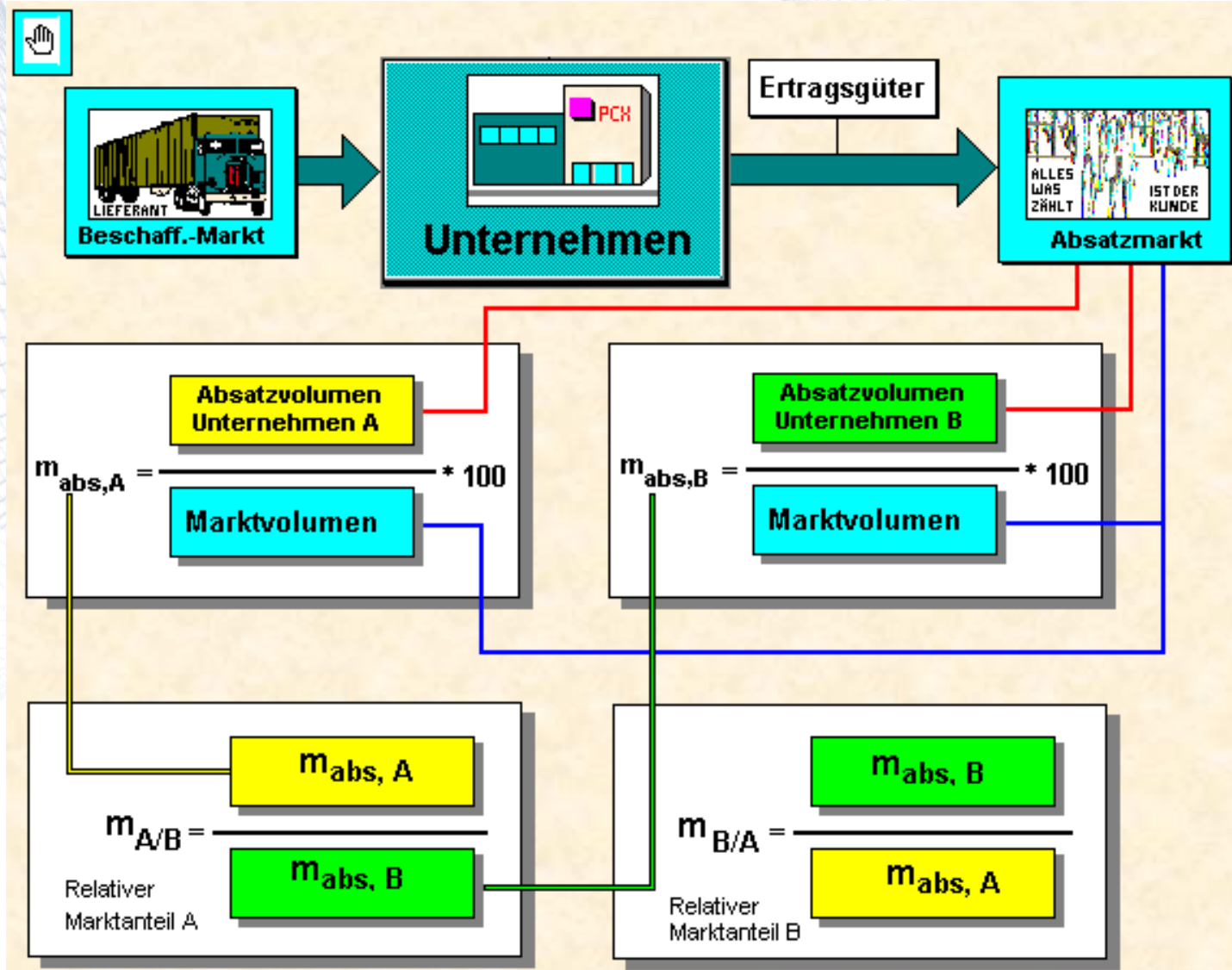
# absoluter Marktanteil

Der **absolute Marktanteil** bestimmt sich als prozentuales Verhältnis von Absatzvolumen und Marktvolumen



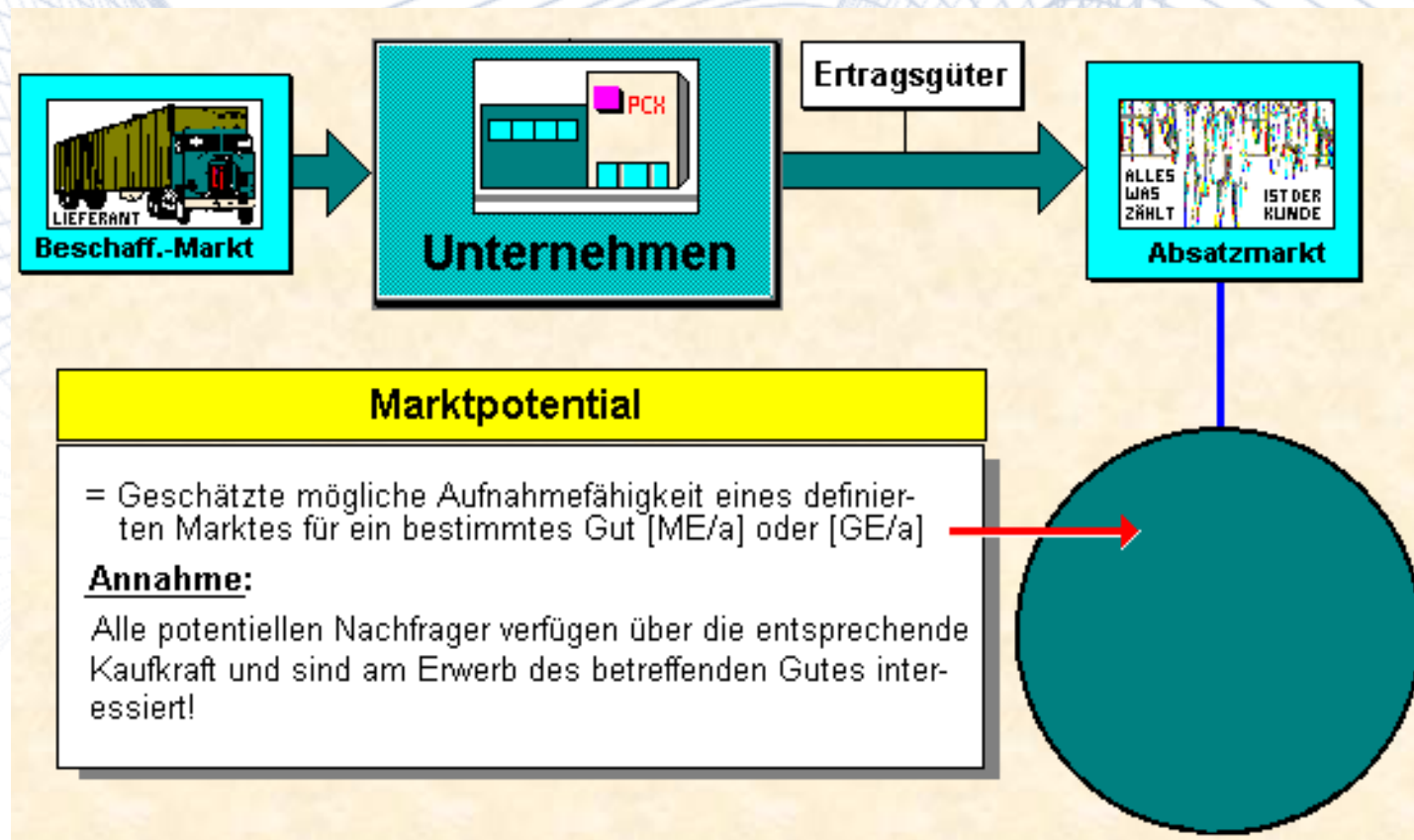
# relativer Marktanteil

Wird der absolute Marktanteil zweier Konkurrenten A und B zueinander verglichen, gelangt man zur Bestimmung des *relativen Marktanteils*:



# Marktpotenzial

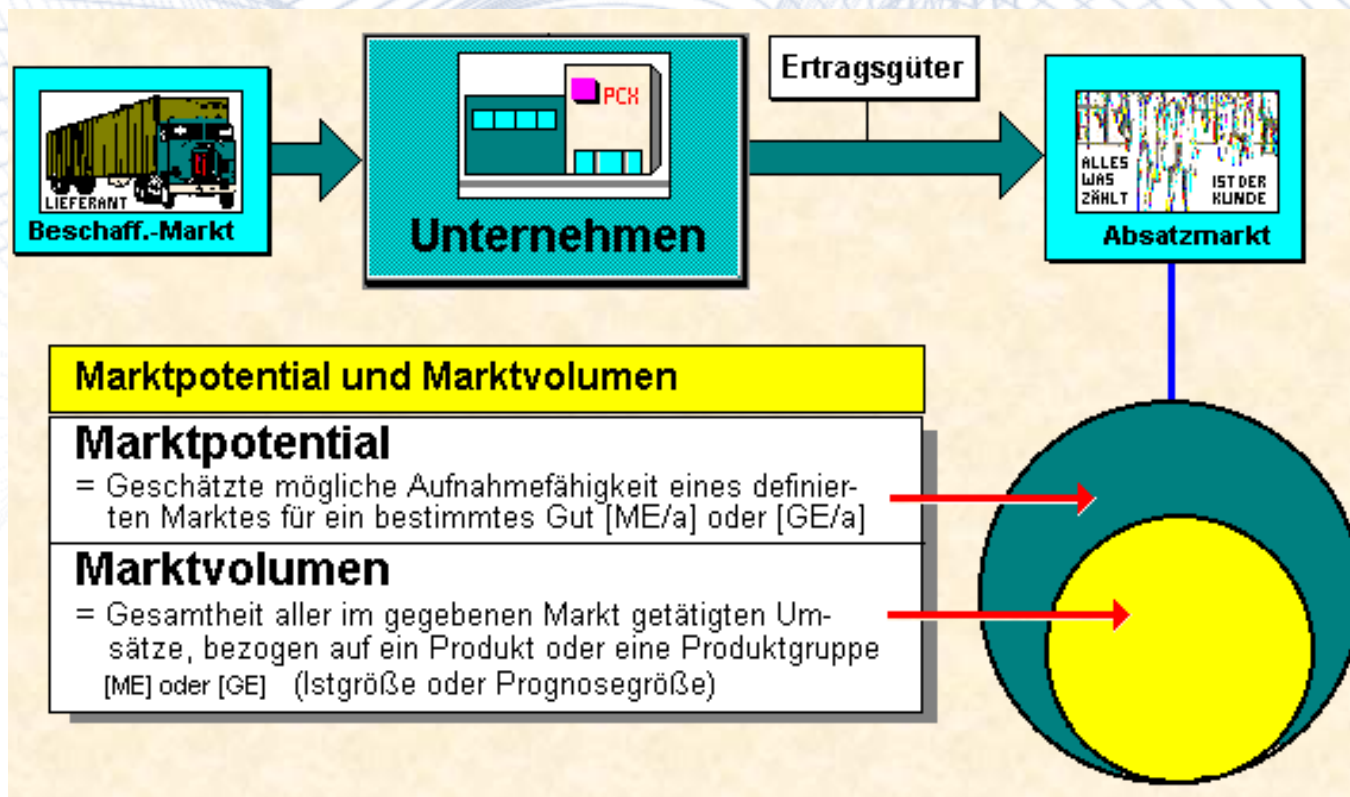
Das **Marktpotential** erfasst im Mengen- oder im Geldausdruck die (geschätzte) mögliche Aufnahmefähigkeit eines definierten Marktes (als Einheit von 'Region' und 'Zielgruppe') für ein bestimmtes Gut, und zwar unter der Annahme, dass alle denkbaren Nachfrager über eine bestimmte Kaufkraft verfügen und auch am Erwerb des betreffenden Gutes interessiert sind.



# Marktvolumen

Die Kennzahl Marktvolumen gibt an, welche Absatzmenge oder Wertgröße von einem bestimmten Gut in einem abgegrenzten Markt in einer Periode tatsächlich umgesetzt wurde oder als Prognosegröße umgesetzt werden kann.

Wird in diesem Kontext nur die Umsatzgröße eines bestimmten Unternehmens betrachtet, so führt dies zur Kennzahl Umsatz- oder Absatzvolumen.



# Absatzvolumen

Unter dem Absatzvolumen versteht man den Gesamtwert des tatsächlich realisierten Umsatzes von Unternehmen in einem definierten Absatzmarkt.

