

Absatzpolitische Instrumente I – Tutorium am 17. Dezember 2003

Competitive Intelligence

Fallstudie: Knorr

Unilever ist weltweit einer der bedeutendsten FMCG-Hersteller. Im Jahr 2003 stehen eine Hand voll Marken ganz besonders im Vordergrund und sind demnach auch budgetmäßig hinterlegt. Pro Jahr kaufen 80% der Deutschen mindestens ein Knorr-Produkt, sei es eine Sauce, Suppe, Salatzutat oder ein Tiefkühl- oder Fertiggericht.

Insbesondere im Bereich Saucen (wie Jäger- oder Rahmsauce) ist der deutsche Markt hart umkämpft, allerdings nur von zwei Wettbewerbern (Duopol): Knorr und Maggi. Handelsmarken, die dort versuchen Fuß zu fassen, sind kontinuierlich im Rückzug. Der Markt ist mit ca. 30% für Knorr und etwa 60% für Maggi nahezu aufgeteilt unter den beiden größten Anbietern. Insbesondere durch sein integriertes Kommunikationskonzept hat Maggi in diesem Bereich einen strategischen Wettbewerbsvorteil („Maggi-Kochstudio“), trotz relativ konstanter Marktverhältnisse.

Die Distribution der beiden konkurrierenden Marken ist allseits bekannt: Im Handel erhalten Sie sowohl Maggi- wie auch Knorr-Produkte aus dem „Maggi-Regal“ oder „Knorr-Regal“.

Stellen Sie sich vor, Sie sind Brandmanager bei Knorr und zuständig im Team für die vollständige Produktpalette von Knorr-Saucen, die etwa 60 verschiedene Produkte enthält.

Aufgaben:

- a) Warum könnte Competitive Intelligence für Sie und Ihre Arbeit von wesentlicher Bedeutung sein?
- b) Welche Möglichkeiten ergeben sich für Sie, primär und sekundär Informationen zu sammeln?
- c) Stellen Sie am Beispiel von Knorr einen typischen „Competitive Intelligence Cycle“ dar und unterlegen Sie den Zyklus mit möglichen Handlungsoptionen für Knorr.
- d) Was verbinden Sie mit dem Begriff „Counter Intelligence“ und welchen Handlungsbedarf sehen sie in Bezug auf das Wettbewerbsverhältnis von Knorr und Maggi?
- e) Wie beurteilen Sie abschließend das jeweilige Positionierungskonzept der beiden Marken, wenn Sie sich den Webauftritt betrachten?

Anlagen: Screenshots der Homepages von Knorr und Maggi