

Festigung der Wettbewerbsposition im Saiteninstrumentehandel am Beispiel des Unternehmens HK in Bückeberg



- **Gesamtmarkt Musikinstrumente Pop & Rock-Bereich**

- **Das Unternehmen HK**

- **Polarisierung im Markt der Saiteninstrumente**

- **Der deutsche Markt im Saiteninstrumentehandel**

- **Wertschöpfungskette**

- **Kundschaft & Zielgruppen**

- **Abgrenzung Einsteiger/Semiprofessionell**

- **Branding & Tonality Segment Einsteiger**

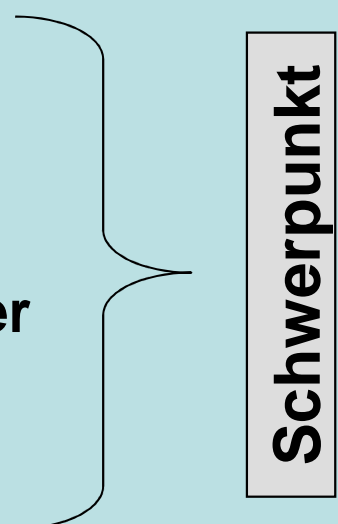
- **Marketing-Mix PRODUCT Segment Einsteiger**

- **Marketing-Mix PROMOTION Segment Einsteiger**

- **Marketing-Mix PLACE Segment Einsteiger**

- **Marketing-Mix PRICE Segment Einsteiger**

- **Fazit**

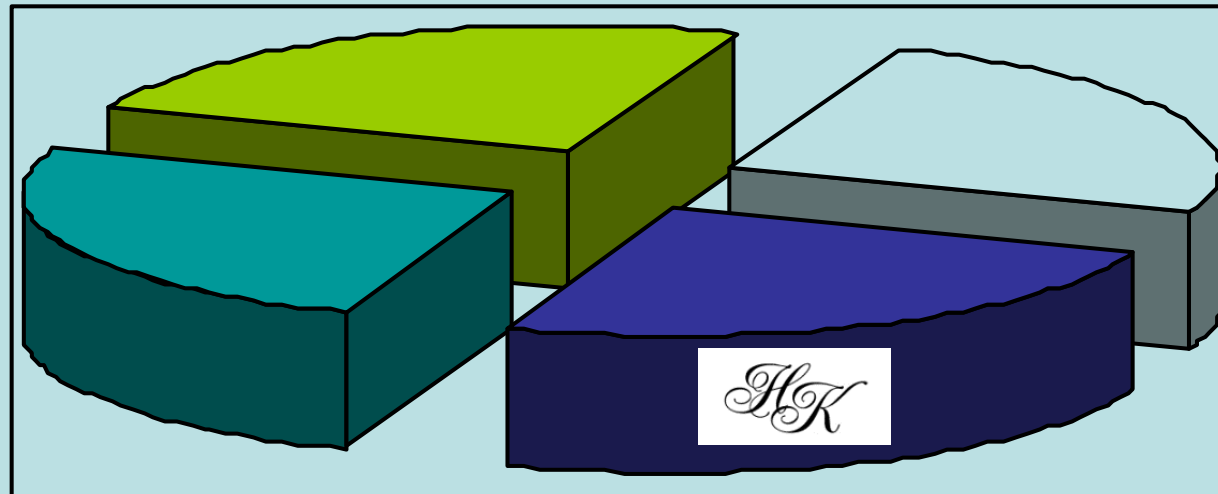


Schwerpunkt

Gesamtmarkt Musikinstrumente Pop & Rock-Bereich

**Schlaginstrumente &
Percussion**

**Mikrofonie &
Zubehör**



**Tasteninstrumente
Keyboards/Synthesizer**

**Saiteninstrumente
Gitarre/Bass**

Das Unternehmen HK

**Produkt
Gitarre**



**Anbieter von
Saiteninstrumenten**



**Produkt
Bass**



**Gegründet in 2005
Inhaber Hermann Kempf
Standort Bückeberg**

Polarisierung im Markt der Saiteninstrumente



Premiumbereich vs. Billiganbieter?

Der deutsche Markt im Saiteninstrumentehandel aus Sicht von HK im Jahr 2008

HK Umsatz
1 Mio. €

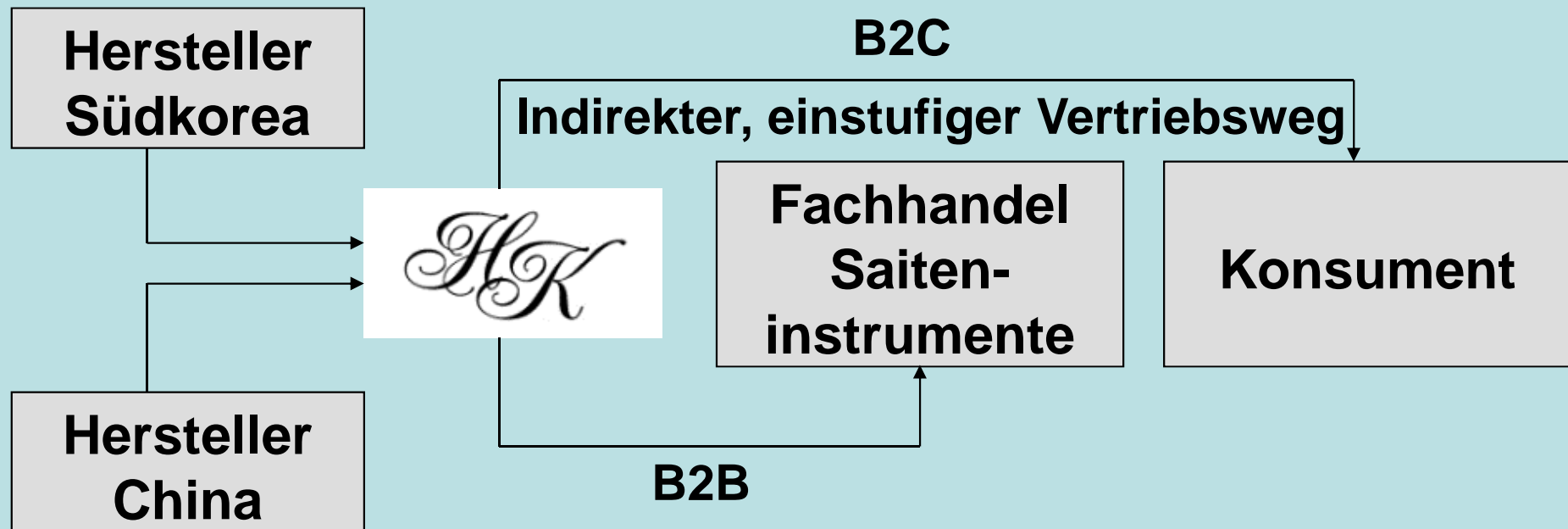
Marktvolumen
100 Mio. €

Marktpotential
110 Mio. €

Marktführer
Versandhaus
Thomann
40 Mio. € = 40%
Marktanteil



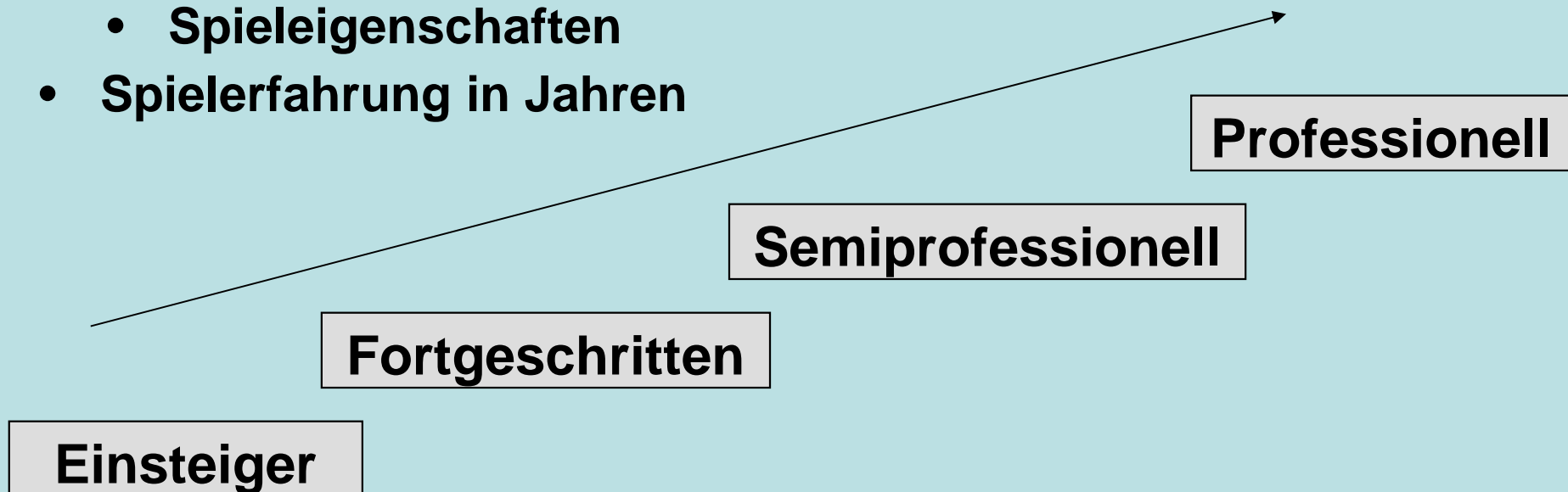
Wertschöpfungskette



Kundschaft & Zielgruppen



- Preiskategorie
- Optische Anforderungen an das Instrument
- Technische Anforderungen an das Instrument
- Instrumenten Know-How
- Spieleigenschaften
- Spielerfahrung in Jahren



Abgrenzung Einsteiger/Semiprofessionell

Einsteiger

Semiprofessionell

Spielerfahrung



Spieleigenschaften



Instrumenten Know-How



Technische Anforderungen



Optische Anforderungen



Preiskategorie



Branding & Tonality

Einsteiger



Marketing-Mix Product



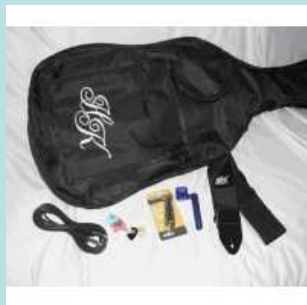
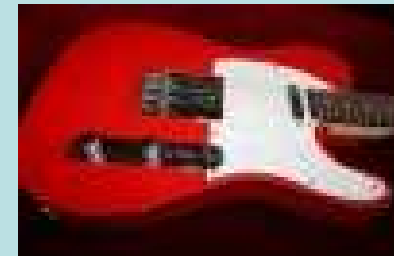
**HK-Basics
„Les Paul-Style“**



**HK-Basics
„Stratocaster-Style“**



**HK-Basics
„Telecaster-Style“**



**+ Product-Bundle
(optional)**

Marketing-Mix Promotion



Fachzeitschriften
„redaktioneller Teil“



Web 2.0

You Tube

myspace®
a place for friends

facebook

studiVZ
DAS STUDIVERZEICHNIS

XING



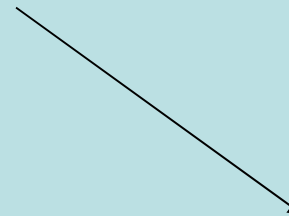
Marketing-Mix Place



Hersteller/Marke

Fachhandel

Konsument



Benchmarking



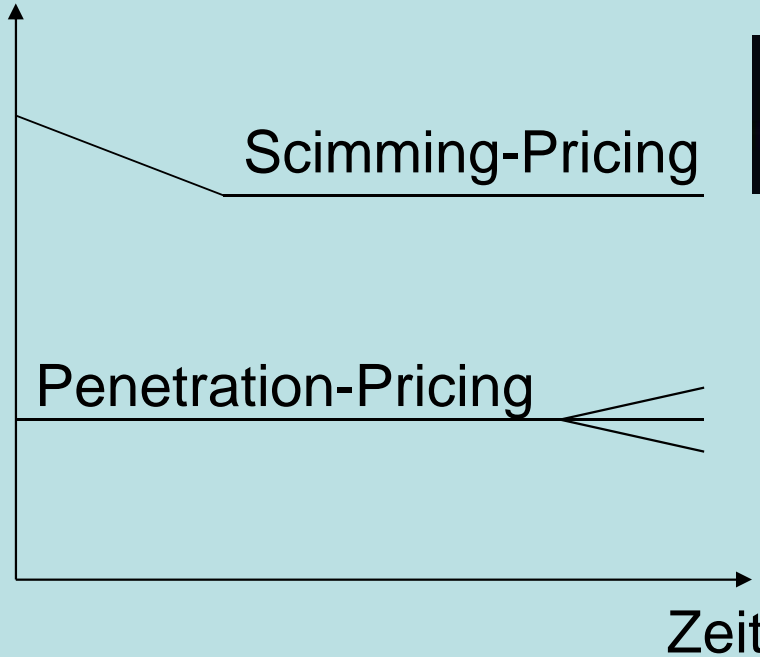
Marketing-Mix Price



- Innovator
- Exklusive Modelle
- Beste Referenzen

- Kopie bekannter Gitarrenbauarten
- F&E, Produktionskosten, Werbung, gering

Preis



Fazit...

