Alessa Jaumann / Karolin Burg / Michele Nadja Ringsdorf / Katharina Unverfehrt

Erstellung eines Marketingberichts über verschiedene Unternehmenstypen der Gesundheitsbranche in einer Stadt als Entscheidungsgrundlage für eine Investorengruppe

Studienarbeit

GRIN

BEI GRIN MACHT SICH IHR
WISSEN BEZAHLT

- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit,
  Bachelor- und Masterarbeit

- Ihr eigenes eBook und Buch -
  weltweit in allen wichtigen Shops

- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren

GRIN

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.dnb.de/ abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlages. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2015 GRIN Verlag
ISBN: 9783668651630

Dieses Buch bei GRIN:

https://www.grin.com/document/414004

Alessa Jaumann, Karolin Burg, Michele Nadja Ringsdorf, Katharina Unverfehrt

Erstellung eines Marketingberichts über verschiedene Unternehmenstypen der Gesundheitsbranche in einer Stadt als Entscheidungsgrundlage für eine Investorengruppe

GRIN Verlag

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

http://www.grin.com/

http://www.facebook.com/grincom

http://www.twitter.com/grin_com

Deutsche Hochschule für
Prävention und Gesundheitsmanagement
Hermann Neuberger Sportschule 3
66123 Saarbrücken

Hausarbeit

Modul: Marketing 1

Studiengang: Bachelor of Arts Fitnesstraining

Datum Präsenzphase: **31.08.2015 – 02.09.2015**

Studienort: **Frankfurt-Eschborn**

Gruppe*: **Gruppe 2 (Stuttgart)**

Name, Vorname

Teilaufgaben	Name, Vorname*
Fitnessstudio Premium-Segment	Jaumann, Alessa
Damenfitnessstudio	Burg, Karolin
Gesundheitsfitnessstudio	Ringsdorf, Michele Nadja
EMS-Studio	Unverfehrt, Katharina

Thema: **Erstellung eines Marketingberichts über verschiedene Unternehmenstypen der Gesundheitsbranche in einer Stadt als Entscheidungsgrundlage für eine Investorengruppe**

Inhaltsverzeichnis

1 FITNESSTUDIO PREMIUM-SEGMENT, STUTTGART-MITTE 5

1.1 Marktbeschreibung/ Analyse 5

1.1.1 Lage und Standort des Unternehmens 5

1.1.2 Beschreibung Zielgruppe 5

1.1.3 Kanäle im Rahmen der Kommunikationspolitik zur Erreichung der Zielgruppe 6

1.1.4 Synergieeffekte 6

1.1.5 Bestimmung von 2 Marktgebieten 7

1.1.6 Grundlegende Daten und Informationen zu den betreffenden Marktgebieten bzw. des Umfeldes 8

1.1.7 Beurteilung der vorab ermittelten Kennzahlen 9

1.1.8 Beschreibung von zwei Mitbewerbern 10

1.2 Zielformulierung und Budgetplanung für das Marketing 11

1.2.1 Marketingziel für das kommende Jahr 11

1.2.2 Berechnung des Jahresmarketingbudgets 12

1.2.3 Budgetbeurteilung 14

1.3 Jahresmarketingplan 14

1.3.1 Auflistung und Beschreibung der Aktionen 14

1.3.2 Auswahl der Werbeträger 15

1.3.3 Erstellung einer Detailerläuterung für eine einzelne Marketingaktion 16

1.4 Abschlussstatement 17

1.5 Literaturverzeichnis 18

1.6 Abbildungs- und Tabellenverzeichnis 19

1.6.1 Abbildungsverzeichnis 19

1.6.2 Tabellenverzeichnis 19

2 DAMENFITNESSSTUDIO 20

2.1 Marktbeschreibung/ Analyse 20

2.1.1 Lage und Standort des Unternehmens 20

2.1.2 Beschreibung Zielgruppe 20

2.1.3 Kanäle im Rahmen der Kommunikationspolitik zur Erreichung der Zielgruppe 20

2.1.4 Synergieeffekte 21

2.1.5 Bestimmung von zwei Marktgebieten 22

2.1.6 Grundlegende Daten und Informationen zu den betreffenden Marktgebieten bzw. des Umfeldes 23