

# Lernziele LE 1.1: Grundlegende Merkmale

---

## ✓ Grundlegende Abgrenzung von B2B-Märkten von Konsumgütermärkten

- Sie verstehen, dass Organisationen, anstelle von Konsumenten, als Nachfrager betrachtet werden.
- Sie können B2B-Märkte systematisch von Konsumgütermärkten unterscheiden.

## ✓ Unterscheidungen der Marktstruktur von B2B-Märkten und Konsumgütermärkten verstehen

- Sie können die Merkmale der abgeleiteten Nachfrage und deren Auswirkungen erläutern.
- Sie begreifen, dass es sich hierbei um ein komplexes Zusammenspiel verschiedener, großer Akteure handelt.
- Sie können die größere Markgröße und geografische Nachfrage im B2B-Bereich nachvollziehen.

## ✓ Unterscheidungen des Kaufverhaltens auf B2B-Märkten und Konsumgütermärkten erläutern

- Sie verstehen, dass es sich bei B2B-Märkten um Mehrpersonenentscheidungen handelt.
- Sie können das Buying Center Modell erklären und Rollen im Kaufentscheidungsprozess benennen.
- Sie verstehen das Konzept des Selling Centers und dessen Interaktion mit dem Buying Center.

## ✓ Unterscheidungen der Marketinginstrumente auf B2B-Märkten und Konsumgütermärkten aufzeigen

- Sie verstehen den Einfluss der Kundenintegration auf die Produktspezifizierung.
- Sie verstehen die Relevanz von industriellen Dienstleistungen im B2B-Marketing
- Sie können Unterschiede im Einsatz von Marketinginstrumenten zwischen B2B- und B2C-Märkten beschreiben.

