

# Marken und Zielgruppe

Jahrgang: 4. Unterstufe

Themenbereich: Wirtschaft

Dauer: ca. 30 Minuten

## Einleitende Worte

Das Lesen von Zeitungsartikeln ist in einer berufsbildenden Schule unumgänglich und sehr wichtig, um im Unterricht mitdiskutieren zu können und um neue Begriffe zu lernen.

### Shoppingfreudige Frauen geben Puma Zunder

Nach jahrelangem Formtief läuft es bei Puma wieder besser. Und Frauen will der deutsche Sportartikelkonzern weiterhin besonders umgarnen. Die Fußball-Euro 2016 in Frankreich bringt bereits Zählbares für den Umsatz. Der deutsche Sportartikelhersteller Puma hat dank einer starken Nachfrage nach Schuhen und des gut laufenden Geschäft mit Frauenmode zum Jahresstart weiter zugelegt.

"Die Entwicklung im ersten Quartal 2016 entsprach unseren Erwartungen", sagte Konzernchef Björn Gulden am Freitag am Firmensitz im fränkischen Herzogenaurach.

Mit seinen weltweit rund 10.000 Mitarbeitern entwickelte sich Puma damit allerdings nicht so stark wie die Konkurrenz. Deutschland-Platzhirsch Adidas und Weltmarktführer Nike hatten kürzlich nach überraschend guten ersten Quartalen jeweils ihre Erwartungen für das Sportjahr 2016 mit der Fußball-Europameisterschaft in Frankreich und den Olympischen Sommerspielen in Rio de Janeiro hochgestuft.

Bei der Marke mit dem Raubtier-Logo hält man dagegen an der Prognose fest, dass die Umsatzzuwächse im laufenden Jahr im hohen einstelligen Prozentbereich liegen sollen. Bei einem erwarteten Betriebsgewinn vor Zinsen und Steuern von 115 bis 125 Mio. Euro werde auch unter dem Strich etwas mehr übrig bleiben als 2015, so Gulden bereits zu Jahresbeginn. Im Vorjahr hatte der Konzerngewinn bei 37,1 Mio. Euro gelegen - 42 Prozent niedriger als 2014.

Von der starken Performance der Konkurrenz mit teils zweistelligen Quartalszuwächsen zeigte sich der norwegische Ex-Fußballer dennoch unbeeindruckt. Mit Blick auf den Herzogenauracher Nachbarn Adidas sagte Gulden zwar: "Die machen einen guten Job." Schuhe der Konkurrenz sehe man an vielen Füßen. Enttäuscht sei man deshalb aber nicht: "Wir müssen auf uns selbst schauen. Dann werden wir sehen, wie sich die Dinge entwickeln", so der 50-Jährige.

### Die Frauen im Visier

Als großen Puma-Trumpf sieht Gulden das eigene Frauensegment, das hervorragende Ergebnisse einfahre. Mit den Designs habe man den weiblichen Geschmack getroffen. Die teuren Marketing-Kampagnen mit Popstar Rihanna und Model Kylie Jenner hätten gefruchtet. "Rihanna war unser Türöffner", betonte Gulden.

Die Damenwelt wird auch von den anderen großen Sportartikelherstellern umgarnet: Immer mehr Frauen auf der Welt treiben Sport - vor allem im Fitness-Bereich. Mehr als die männlichen Kunden legen sie dabei Wert auf stylisches Aussehen. Weil die weibliche Kundschaft deshalb in der Regel mehr Geld für Kleidung ausgibt als Männer, gilt sie als lukrative Zielgruppe.

In den kommenden Monaten dürften allerdings auch die Umsätze in der Männerdomäne Fußball deutlich anziehen. Bei der Fußball-EM laufen die Nationalmannschaften von Italien, Österreich, Tschechien, der Schweiz und der Slowakei mit Puma-Trikots auf. Besonders auf dem europäischen Markt mache sich das bevorstehende Turnier in Frankreich schon jetzt im Umsatz bemerkbar, hieß es von Puma. Quelle: [www.trend.at](http://www.trend.at), 30.04.2016

## Aufgabenstellung

Beantworten Sie folgende Fragen zum Artikel aus dem Trend:

1. Was versteht man unter Umsatz?
2. Warum kam es bei PUMA zu einer Umsatzsteigerung?
3. Wer sind die größten Konkurrenten (Mitbewerber) von PUMA?
4. Wie viel Mitarbeiter hat PUMA weltweit?
5. Wann spricht man von einem Quartal?
6. Wie interpretieren Sie den Begriff Performance?
7. Wie versucht PUMA die weibliche Zielgruppe anzusprechen?
8. Aus welchen Gründen zählt PUMA auf Frauen als Kundinnen?
9. Welche großen sportlichen Veranstaltungen lassen die Umsätze der Sportartikelhersteller steigen? Geben Sie dafür auch Gründe an.
10. Im Vorjahr (2015) hatte der Konzerngewinn bei 37,1 Mio. Euro gelegen - 42 Prozent niedriger als 2014. Wie hoch war der Gewinn im Jahr 2014 in Euro? Bitte führen Sie die Berechnung durch.

# Marken und Zielgruppe

Jahrgang: 4. Unterstufe

Themenbereich: Wirtschaft

Dauer: ca. 30 Minuten

## Lösung

1. Was versteht man unter Umsatz?

Ein Umsatz ist der Erlös, den ein Unternehmen erzielt, Absatzmenge mal Verkaufspreis.

2. Warum kam es bei PUMA zu einer Umsatzsteigerung?

Setzen verstärkt auf Frauen als Zielgruppe, es kam zu einer steigenden Nachfrage nach Sportschuhen. Die EURO 2016 trägt dazu bei.

3. Wer sind die größten Konkurrenten (Mitbewerber) von PUMA?

NIKE und ADIDAS

4. Wie viel Mitarbeiter hat PUMA weltweit?

10.000

5. Wann spricht man von einem Quartal?

Ein Jahr hat 12 Monate. Das Jahr wird in vier Viertel geteilt = Quartale. Ein Quartal hat somit drei Monate.

6. Wie interpretieren Sie den Begriff Performance?

Wertsteigerung und Leistung eines Unternehmens.

7. Wie versucht PUMA die weibliche Zielgruppe anzusprechen?

Neue Designs haben die Frauen angesprochen. Für die Marketing-Kampagne wurde Rihanna und Kyle Jenner herangezogen, die waren die „Türöffner“ für bessere Umsätze.

8. Aus welchen Gründen zählt PUMA auf Frauen als Kundinnen?

Frauen betreiben mehr Sport, legen im Fitness-Bereich Wert auf stylisches Outfit und geben für Mode mehr Geld aus als Männer.

9. Welche großen sportlichen Veranstaltungen lassen die Umsätze der Sportartikelhersteller steigen? Geben Sie dafür auch Gründe an.

Fußballeuropameisterschaft in Frankreich und die Olympischen Spiele in Rio. Die Mannschaften aus Österreich oder der Schweiz tragen Trikots von Puma. Viele Fans kaufen diese T-Shirts, um ihre Vorbilder nachzuahmen.

10. Im Vorjahr (2015) hatte der Konzerngewinn bei 37,1 Mio. Euro gelegen - 42 Prozent niedriger als 2014. Wie hoch war der Gewinn im Jahr 2014 in Euro? Bitte führen Sie die Berechnung durch.

58 % ..... 37,1 Mio (100 - 42 = 58 %)

100%.....x Mio (100\*37,1/58 = 63,97 Mio Euro im Jahr 2014)