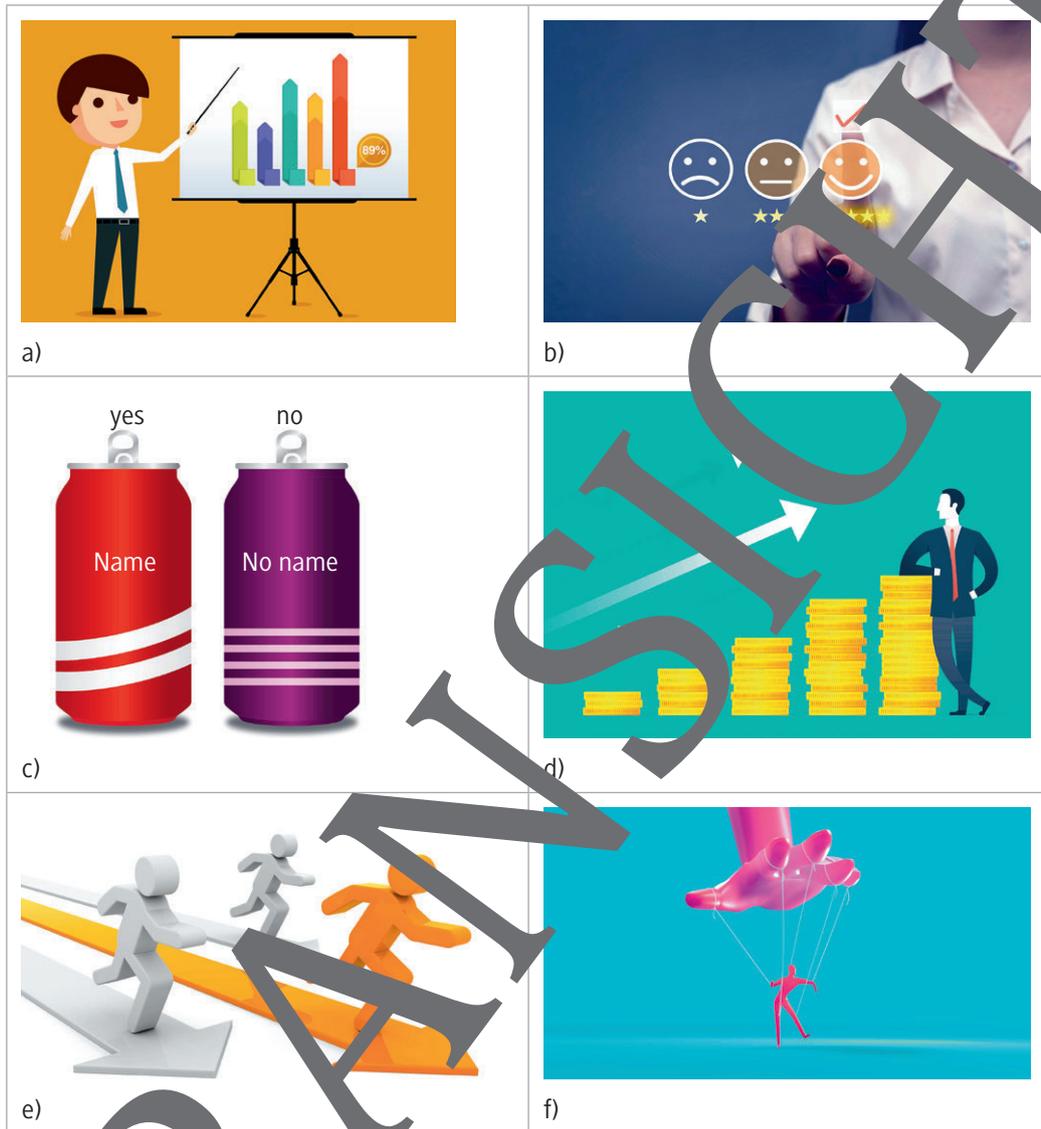




# M 1 Marketing und Unternehmensziele



Fotos: a) Corbetta/DigitalVision Vectors, b) twenty47studio/Moment, c) RobinOlimb/DigitalVision Vectors, d) ilyast/DigitalVision Vectors, e) Anonimous, f) SpiffyJ/E+

© RAABE 2022



1. Was zeigen die Abbildungen dar? Formuliere die jeweilige Bildaussage so, dass sie das Ziel eines Unternehmens ausdrückt.
2. Findest du Wechselwirkungen? Welche Ziele hängen voneinander ab? Welches Ziel ist deiner Meinung nach das wichtigste? Begründe!
4. ...eine Idee, wie ein Unternehmen diese Ziele erreichen könnte?

# Wir machen eine Marktanalyse

M 2

## Aufgabe 1

Ihr seid ein Unternehmer-Team und wollt ein tolles Produkt auf den Markt bringen. Nur was? Wie findet ihr heraus, was die Leute wollen?

<input type="checkbox"/> Freunde befragen	<input type="checkbox"/> raten	<input type="checkbox"/> Umfrage auf Insta etc.
<input type="checkbox"/> einfach irgendetwas annehmen	<input type="checkbox"/> Leute auf der Straße interviewen	<input type="checkbox"/> Flyer mit Fragen verteilen
<input type="checkbox"/> Payback-Angaben auswerten	<input type="checkbox"/> Klick-Verhalten verfolgen	<input type="checkbox"/> gucken, was Konkurrenz so macht

Wie bringt man die Leute dazu, sich Zeit zu nehmen und ihre Meinung kundzutun?

Dein Team hat die Ideen aus Aufgabe 1 gut umgesetzt. Jetzt seht ihr schon ein wenig klarer und wisst, welches Produkt ihr auf den Markt bringen wollt. Einen Energydrink. Coole Sache, aber ...



## Aufgabe 2

a) Ist der Einwand der Kollegin berechtigt?

\_\_\_\_\_

b) Was könntet ihr tun, um euch von den Konkurrenzprodukten abzuheben?

- etwas ganz N \_\_\_\_\_ S anbieten
- das Produkt \_\_\_\_\_ S \_\_\_\_\_ E \_\_\_\_\_ verkaufen als die anderen
- ein \_\_\_\_\_ E S S \_\_\_\_\_ R \_\_\_\_\_ S Produkt als die Konkurrenz anbieten
- dem Kunden \_\_\_\_\_ V O R \_\_\_\_\_ E \_\_\_\_\_ z \_\_\_\_\_ bieten

## Aufgabe 3

Sucht bekannte Beispiele, die zeigen, wie und wodurch sich ein Produkt von anderen abheben kann. Strichle diese eure Klasse vor.

Abbildung: *inverio31/DigitalVision Vectors, Energydrink: Big\_Ryan/DigitalVision Vectors*

M 3

## Lohnt sich das? – Preispolitik muss sein!

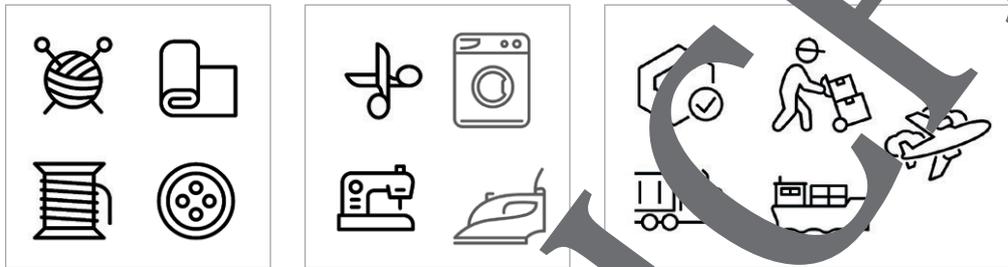
Das beste Produkt taugt nichts, wenn die Ausgaben höher sind als die Einnahmen. Deshalb werden zunächst die Ausgaben in den Blick genommen.



### Aufgabe 1

Es kostet Geld, bis ein Produkt, z. B. ein Kleidungsstück, auf den Markt kommen kann.

a) Welche Kosten könnten hier anfallen?




---



---



---

b) Finde Oberbegriffe für die drei Bereiche, die durch die Kästchen oben dargestellt werden.

---

### Aufgabe 2

Sind die Kosten bekannt, braucht unser Produkt einen Preis. Wir schauen uns, was andere anbieten, um zu machen. Diskutiert diese beiden Beiträge (vgl. Fotos) in der Gruppe.



- Welche Image entsprechen die Anzeige bzw. die Art der Warenpräsentation?
- Welche Zielgruppe wird damit angesprochen?
- Mit welcher Strategie verkauft man wohl mehr bzw. erzielt höhere Gewinne? Welchen Weg würdest du einschlagen? Begründe!



### Aufgabe 3

Sicher hast du den Begriff „Einführungspreis“ schon einmal gehört. Damit werden Produkte zur Markteinführung zu einem sehr günstigen Preis angeboten. Welche Strategie steckt da wohl dahinter?

Abbildungen: Symbole: Rakdee/DigitalVision Vectors, appleuzr/DigitalVision Vectors, Pullover: Patcharanan Worrappatchare-eroj/Moment, Anzug: Grosescu Alberto Mihai/Stock/Getty Images Plus

# M 4

## Was bringt die Optik? – Wir untersuchen Produktdesign

Der erste Blick entscheidet darüber, ob wir uns für ein Produkt näher interessieren und uns damit beschäftigen. Doch dazu muss die Kundschaft das Produkt bei der Fülle der vielen Angebote zuerst einmal entdecken.



Abbildung: iwearDigitalVision Vector

### Aufgabe 1

Wie muss ein Produkt aussehen, damit es sich abhebt und attraktiv ist?

---

---

---

Vergleiche zwei bis drei ähnliche Produkte einer Warengruppe, die unterscheiden sie sich hinsichtlich der Optik? Lässt sich erkennen, für welche Zielgruppe sie gedacht sind? Notiere deine Erkenntnisse auf einem extra Blatt.

**Tipp:** Keine Ideen? Auf dem Lehrerpult gibt es ein Zettel mit etwas Unterstützung für dich.

### Aufgabe 2

Erstelle das Design für eine Verpackung deines Produktes.

Baue deine Verpackung in 3-D nach. So lässt sie sich noch besser gestalten und beschriften.

## M 5

## Unser Produkt ist cool – und jetzt?

Das Produkt ist marktreif und kann in den Laden, aber wie kommt es da hin?

**Aufgabe 1**

Wo könnten sich interessierte Käufer tummeln? Notiere alle Verkaufsstellen, die zu deinem Produkt passen könnten.

Art des Produkts: \_\_\_\_\_

Mögliche Verkaufsstellen: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Aufgabe 2**

Damit dein Produkt auch tatsächlich im Verkaufsregal landet, müssen die Läden es in ihr Sortiment aufnehmen. Stell in verteilten Rollen ein Verkaufsgespräch dar. Der Händler, der überzeugt werden soll, hat folgende Fragen und Bedenken:

- „Das kann man ja nicht statuen, wo soll es denn hinstellen?“
- „Und was ist, wenn keiner kauft? Bleib ich dann darauf sitzen?“
- „Die Gewinnspanne ist aber gering, das Unternehmen „123 – dabei“ stellt mir ein ganz ähnliches Produkt zu besseren Konditionen zur Verfügung.“
- „Und was ist, wenn es Probleme gibt und ich Ihren Service brauche?“
- „Müssen Sie das alles, was Sie mir hier erklären, dann jedem Kunden sagen?“
- „Ist das Verpackungsmaterial umweltfreundlich? Und nehmen Sie das wieder mit?“
- „Wieso sollte ich gerade Ihr Produkt nehmen? Ich habe schon drei ähnliche im Sortiment.“
- „Ich muss die Ware auch in meinem Online-Shop bewerben. Haben Sie da auch passendes Werbematerial und einen Werbetext für mich?“



Foto: thianchai sitthikongsak/Moment

## Vorhang auf, Spot an: Präsentation ist angesagt!

M 7

Mit einer Live-Präsentation erreichen wir die Kundinnen und Kunden besser. Klar, denn da „spricht“ das Produkt quasi direkt mit den Leuten.

### Aufgabe 1

- a) Wir preisen einen Müsliriegel an. Wie wecken wir das Interesse der Kunden?
- Kennen Sie schon ...?  Lust auf ein Gratis-Frühstück?  Haben Sie zehn Minuten Zeit?  Das ist Gesundheit pur!  Hallo, wie geht's?  Wollen Sie mal probieren?  Der macht gute Laune!
- b) Der Kunde bleibt stehen – jetzt ist Zeit für vertiefende Infos.
- Da sind 20 Vitamine drin!  komplett ohne Zucker  Der wird in Kiel in der Talstraße produziert.  ganze 352 Kalorien pro Stück  perfekt für Fitnessfans  klimaneutral produziert

### Aufgabe 2

Spielt eine solche Live-Präsentation im Klassenzimmer durch. Eine Schülerin oder ein Schüler bewirbt das Produkt, drei weitere stellen Supermarktkunden dar. Stellt drei Präsentationen auf und notiert, was am besten bei der Kundschaft funktioniert.

---



---



---

### Aufgabe 3

Mit einem Aufsteller lässt sich die Ware perfekt präsentieren.

**Du brauchst:** einen Karton (z. B. Schuhkarton), farblich passenden Fotokarton, weißes Papier, Acrylfarbe, Pinsel, Klebstoff, Schere, Schere, Laptop mit Drucker

#### So geht's:

1. Karton bunt bemalen.
2. Fotokarton in der Größe des Schuhkartons zerschneiden (ggf. mit abgerundeten Oberkante) und als Rückwand ankleben.
3. Zwei Fotokartonstücke für die Seitenwände so zuschneiden und einkleben, dass die Höhe hinten mit der eingefügten Rückwand und vorn mit dem Schuhkartonrand bündig ist.
4. Computer ein cooles Logo und kurze Werbeaussage entwerfen, ausdrucken, ausschneiden und auf Karton- und Seitenteile kleben.

Wenn der Aufsteller noch recht einfach hergestellt werden soll...

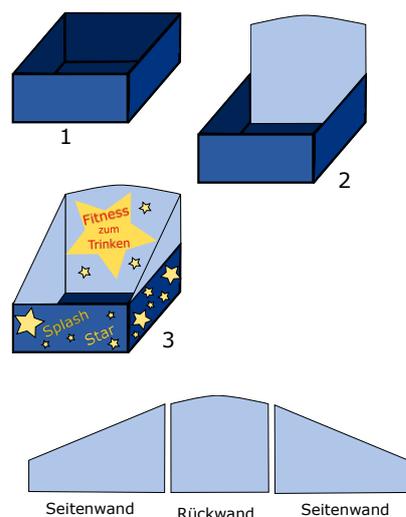


Abbildung: Diana Depireux

## Die Werbetrommel rühren: Leute, wir haben was für euch!

M 8

Unser Produkt ist nun im Shop. Aber wie kriegen wir die Leute da rein?

### Aufgabe 1

Über welche Kanäle bist du für Werbung empfänglich? Kreuze an!

- Telefonwerbung    TV-Spots    Flyer    Anzeigen in Zeitschriften  
 Radiowerbung    Pop-up-Fenster    Anzeigen in sozialen Netzwerken  
 Anzeigen auf TikTok    Plakate (z. B. an Bushaltestellen)    Angebote in Schaufenstern  
 Werbung in öffentlichen Verkehrsmitteln    Newsletter    Werbe-Nachrichten per SMS  
 Werbe-Banner auf Internetseiten    Videobotschaften    Werbespots in kostenlosen Apps

### Aufgabe 2

Fühlst du dich auch von manchen Werbekontakten genervt? Notiere deine persönlichen „Nerv-Situationen“.




---



---

Überlege: Könnte ein „Genervt-Fühlen“ auch das Gegenteil bewirken? Das heißt, dass die Kundin oder der Kunde dieses Produkt gezielt meidet?

---



---



---

### Aufgabe 3

Erstelle ein Werbeplakat, das folgende Bestandteile enthält:

- Produktabbildung
- Produktname
- Werbeslogan
- Angabe, wo das Produkt erhältlich ist

**Tipp:** Du kannst dazu Teile aus den Schriften nutzen und mit gemalten und schon vorhandenen Elementen sowie ausgedruckten Texten kombinieren.

Abbildungen: Board: Mario Gutiérrez / Moment, Frau: valentinrussanov/E+ (verändert)



## Alles Marketing, oder was? – Teste dein Wissen

M 9

Beim Thema Marketing bist du jetzt echt fit und du weißt genau, wie ein Produkt beworben werden kann und muss. Teste dein Wissen. Diese Aufgaben gibt es zudem auch online als *Learning-App*.

### Aufgabe 1

Kreuze die richtigen Antworten an.

#### Was sind Absatzzahlen?

- Verkaufszahlen eines Produkts
- Höhe des Schuhabsatzes
- Anzahl von Treppenabsätzen im Laden

#### Was ist eine Marke?

- alte Geldwährung
- Namen und Logo, die für ein bestimmtes Produkt stehen
- Hundehalsband

#### Was ist das Image?

- Eindruck, den eine Person oder Sache in der Öffentlichkeit hinterlässt
- Berühmtheit
- Reichtum

#### Was ist ein Slogan?

- glänzende Verpackung, um Kunden zum Kauf zu bewegen
- einprägsamer Spruch, der die Werbebotschaft darstellt
- eine Schlangenart

#### Link zu LearningApps

[https://learningapps.org/watch?v=pfhmvx&utm\\_source=raabe](https://learningapps.org/watch?v=pfhmvx&utm_source=raabe)

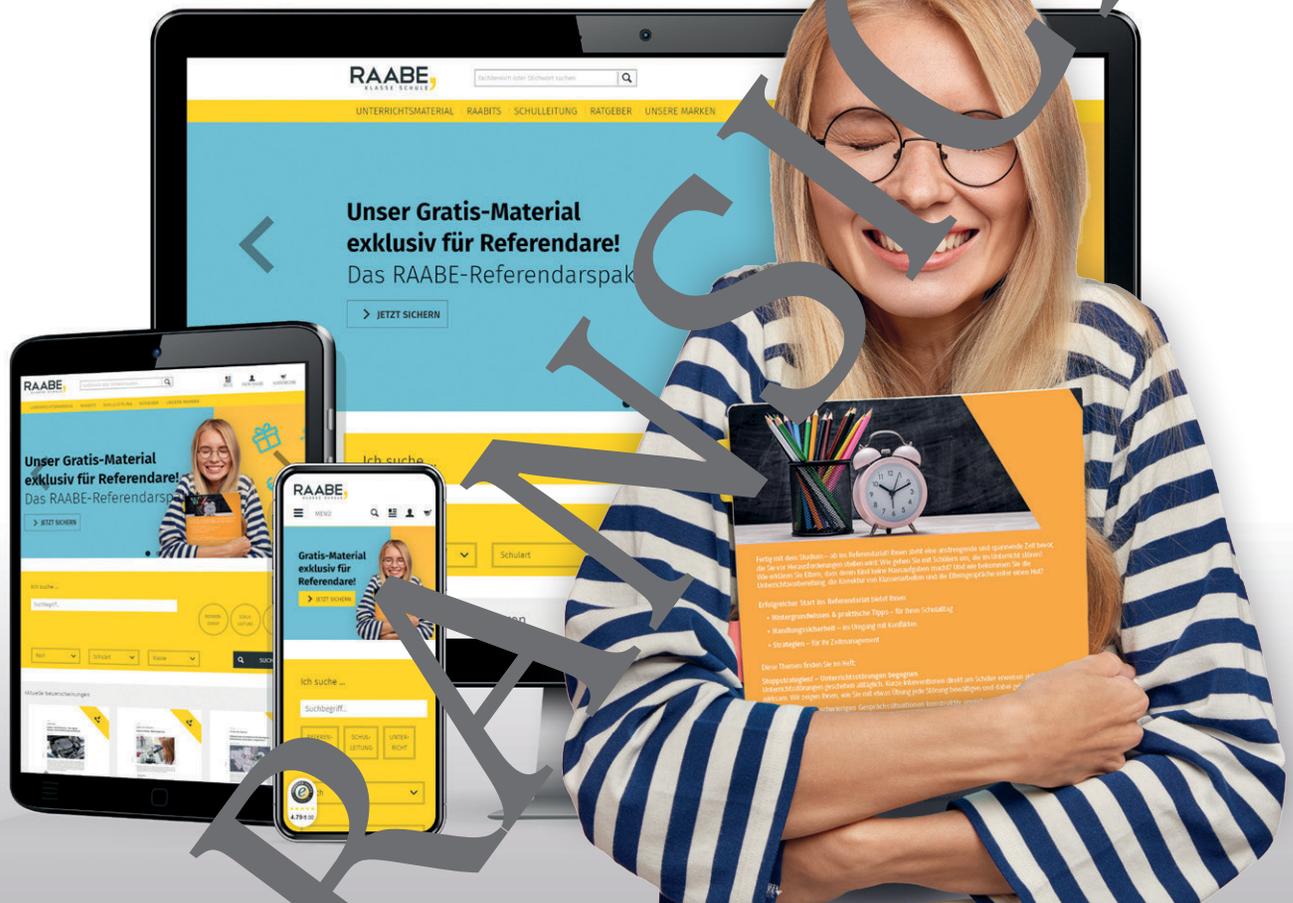
### Aufgabe 2

Der Marketing-Mix setzt sich aus diesen vier Säulen zusammen: Produktpolitik, Preispolitik, Distributionspolitik/Vertriebspolitik und Kommunikationspolitik. Trage die folgenden Begriffe in die richtigen Spalten ein.

Design – Preisimage – Transport – Plakat – Marke – Einführungspreis – Social Media – Zwischenhändler – Flyer – Verpackung – Mengenrabatt – Händlerservice – Werbeanzeige

Marketing-Mix			
Produktpolitik	Preispolitik	Vertriebspolitik	Kommunikationspolitik

# Sie wollen mehr für Ihr Fach? Bekommen Sie: Ganz einfach zum Download im RAABE Webshop.



✓ **Über 5.000 Unterrichtseinheiten**  
sofort zum Download verfügbar

✓ **Webinare und Videos**  
für Ihre fachliche und  
persönliche Weiterbildung

✓ **Attraktive Vergünstigungen**  
für Referendar:innen  
mit bis zu 15% Rabatt

✓ **Käuferschutz**  
mit Trusted Shops

Jetzt entdecken:  
**www.raabe.de**

