

Begleitheft für Lehrkräfte Aufstiegsfortbildung Geprüfte/r Handelsfachwirt/in

Thema: Marketingprozess
Umfang: 4 Unterrichtsstunden
Autor: Wilhelm Hürter,
KOMPASS Kompetenzen passgenau vermitteln gGmbH



Ökonomische Bildung im Handel

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



DLR Projektträger

Diese Lerneinheit wurde im Rahmen des Projekts „Digitale Narrationen als innovativer didaktischer Ansatz für eine ökonomische Bildung im Handel (DiNöB)“ entwickelt.

Inhalt

Hinweise zur Nutzung	3
Didaktische Hinweise	4
Kompetenzerfassung	5
Die Geschichte im Überblick	5
1. Unterrichtsstunde	6
2. Unterrichtsstunde	10
3. Unterrichtsstunde	12
4. Unterrichtsstunde	19

Hinweise zur Nutzung

In diesem Begleitheft nutzen wir zur Orientierung verschiedene Icons. Hier sehen Sie im Überblick die verwendeten Icons und ihre Bedeutung. Dieses Begleitheft bezieht sich auf die Geschichte 13 „Musik ist mein Leben“ für die Aufstiegsfortbildung Geprüfte/r Handelsfachwirt/in. Die Geschichte umfasst mehrere Episoden.

G13

Icon für Geschichte

E03

Icon für Episode

A02

Icon für Dokumente (Arbeitsblätter)

I02

Icon für Dokumente (Infoblätter)

M02

Icon für Dokumente (authentisches Material)



Videoclip



Aufgabe



Strategie-Wahl



Quiz



Kompetenzerfassungstool

Innerhalb einer Aufgabe:



Interaktive Aufgaben mit automatischem Feedback



Frag doch Wouter: Begriffserklärungen



Dokumente



Links



Lösungshinweise

Didaktische Hinweise

Zuordnung zu Rahmenlehrplänen und Ausbildungsordnungen

RSP HFW: 3.2. Auswerten von Markt- und Zielgruppenanalysen und Bewerten von Marketingstrategien

Vorausgesetztes Wissen

Ausbildungsinhalte Marketing zum Kaufmann/-frau im Einzelhandel
RSP HFW: 1.4.3.3 und 1.4.3.4 Kennzahlen des Controlling

Zu vermittelndes Wissen

- Marktforschung
- Zielbildung
- Produkt-Markt-Matrix nach Ansoff
- Marketingcontrolling mit Soll-Ist-Vergleich

Kompetenzziele

Analytische Fähigkeiten

- Der Lernende versteht es, mit ökonomisch relevanten Zahlen, Daten und Fakten sicher umzugehen, Tendenzen und Zusammenhänge zu erkennen und richtige Schlüsse und Strategien daraus abzuleiten. Er kann aus der ökonomischen Situation des Unternehmens verschiedene Strategien der Produkt-Markt-Matrix benennen und bewerten. Er kann einfache Soll-Ist-Vergleiche mit unterschiedlichen Kennzahlen und Amortisationsrechnungen durchführen. Darüber hinaus kann er Statistiken lesen, um Umsatz- und Ertragsentwicklungen zu analysieren.

Ergebnisorientiertes Handeln

- Der Lernende verfolgt und realisiert die aus der ökonomischen Analyse abgeleiteten Ziele mit großer Beharrlichkeit und Aktivität. Er kann Ziele mit Hilfe der SMART-Formel bestimmen und deren Umsetzung mit Hilfe eines Soll-Ist-Vergleichs kontrollieren. Er ist in der Lage, eine Befragung für sein Unternehmen zu erstellen und aus den Ergebnissen Schlussfolgerungen für Marketingstrategien abzuleiten. Er kann die durchgeführten Maßnahmen auswerten und eine Bewertung vornehmen.

Die in der Unterrichtsgestaltung angegebenen Bearbeitungszeiten dienen lediglich der Orientierung.

Kompetenzerfassung

Die Lerneinheiten zur ökonomischen Bildung im Handel fördern die Entwicklung von Kompetenzen. Um die Kompetenzentwicklung Ihrer Lernenden zu verfolgen, steht Ihnen ein Kompetenzerfassungstool zur Verfügung.

Das Kompetenzerfassungstool ist eine internetbasierte Anwendung. Ihre Lernenden können ihre Kompetenzen vor Beginn und/oder nach Abschluss einer Lerneinheit selbst einschätzen. Die erfassten Kompetenzkurven werden in Form eines Diagramms dargestellt. Wenn Sie die Kompetenzerfassung sowohl vor als auch nach der Bearbeitung der Lerneinheiten durchführen, können Sie durch den Vergleich der beiden Kurven (vor und nach dem Lernen) Rückschlüsse auf die Kompetenzentwicklung Ihrer Lernenden ziehen.

Sie erreichen das Tool unter www.kompetenzerfassung.modernlearning.de

Die Geschichte im Überblick

Ausgangssituation

Johannes übernimmt den Plattenladen. Schnell stellt er fest, dass es gar nicht so einfach ist, ein Unternehmen wirtschaftlich zu führen. Das Geschäft stagniert. Zusammen mit Walter, Ayse und Lisa geht es nun an die Ursachenfindung und Ideen, wie man die wirtschaftliche Lage verbessern kann.

Entwicklung

Johannes ist sich seiner Lage von Anfang an bewusst und plant durch verschiedene Strategien, den Unternehmenserfolg langfristig zu sichern. Dabei erhält er viel Unterstützung von seinen Freunden. Zusammen mit Walter beschließt er, sich die Situation am Markt anzusehen und erkennt frühzeitig, dass unterschiedliche Ursachen zu der Stagnation geführt haben. Durch verschiedene Marketing-Aktionen versucht er, wieder auf sich aufmerksam zu machen. In kleinen Schritten stellt sich der Erfolg ein.

Endzustand

Am Ende hat Johannes es geschafft, seine Ertragssituation leicht zu verbessern. Auch der Soll-Ist-Vergleich des Umsatzes zeigt eine erste positive Tendenz. Johannes ist sich aber bewusst, dass ein ständiges Beobachten des Marktes und die passende Auswahl an Strategien die Grundlage für eine langfristige Stabilität des Plattenladens sind.

1. Unterrichtsstunde



Kompetenzerfassung vor dem Lernen

Zeit
5 Minuten

Inhalt
Die Lernenden schätzen Ihre Kompetenzen mithilfe des Kompetenzerfassungstools ein (www.kompetenzerfassung.modernlearning.de)

Methode
Einzelarbeit



Video: Trailer

Zeit
5 Minuten

Inhalt
Einführung in die Geschichte der WG, Vorstellen der Protagonisten und ihres Lebens

Methode
Plenum, gemeinsames Ansehen in der Klasse
Alternative: Einzelarbeit, Ansehen am Rechner



Video: Noch nicht gut genug

Zeit
5 Minuten

Inhalt
Johannes hat inzwischen den Plattenladen von Walter übernommen und führt diesen in Eigenregie weiter. Umsatz und Ertrag stagnieren und Johannes will mit Walter, der ihn noch berät, herausbekommen, was die Ursachen sind, um darauf reagieren zu können.

Methode
Plenum, gemeinsames Ansehen in der Klasse
Alternative: Einzelarbeit, Ansehen am Rechner

Musik ist mein Leben

Noch nicht gut genug



Aufgabe 1: Johannes, der Forscher



Interaktive Aufgaben

- Forschungsfragen
- Marktforschung - aber wie?
- Welche Forschung ist es?

Aufgabenstellung

Fragen über Fragen?

Zeit

25 Minuten insgesamt

Ziel

Festigung des Wissens zum Thema Marktforschung.

Methode

Die interaktiven Aufgaben werden vom einzelnen Teilnehmenden gelöst. Die Aufgabenstellung wird in Kleingruppen à 3 bis 5 Teilnehmenden bearbeitet.

Lehrkraft

Die Lehrkraft fordert zunächst die Teilnehmenden auf, die ersten drei interaktiven Aufgaben zu lösen. Dazu soll auch „Frag doch Wouter“ gelesen werden. Im Anschluss gibt die Lehrkraft die Möglichkeit, bei Unklarheiten nachzufragen. Liegen keine vor, fordert er die Teilnehmenden auf, die Aufgabe „Fragen über Fragen“ in Kleingruppen zu bearbeiten (ca. 10 Min.). Dabei sollen Formulierungen und eine Antwortskala erstellt werden. Anschließend werden exemplarisch einzelne Teilnehmende ob ihrer Lösung befragt. Wichtig ist, das Thema Skalierung der Antworten zu besprechen.

Lernende

Die Lernenden lösen zunächst die interaktiven Aufgaben. Anschließend werden sie in Kleingruppen aufgeteilt und bearbeiten die Aufgabe „Fragen über Fragen“.



Frag doch Wouter

- Arten der Marktforschung



Lösungshinweise interaktive Aufgaben

Forschungsfragen:

- Gibt es genügend Kunden, die ihre Musik im Laden kaufen würden?
- Sind die Kunden mit der Produktvielfalt und dem Serviceangebot in Johannes' Laden zufrieden?
- Haben die Mitbewerber andere Produkte und Leistungen im Angebot?
- Wie viele Mitbewerber gibt es?

Marktforschung - aber wie?

- Er könnte die Kunden, die in sein Geschäft kommen, befragen.
- Er könnte die Mitbewerber in ihren Geschäften beobachten.
- Er könnte die Zahlen des Musikverbandes analysieren.

Welche Forschung ist es?

- Die Befragung der Kunden im Laden von Johannes ist eine Primärforschung
- Die Analyse der Daten des Musikverbandes ist eine Sekundärforschung
- Die Befragung der Kunden nach ihrer Meinung über das Geschäft von Johannes ist eine demoskopische Marktforschung

Musik ist mein Leben

Noch nicht gut genug

Lösungshinweise

„Fragen über Fragen“

(mögliche Antworten, es sind auch viele Alternativen denkbar)

Beispiel 1:

- Johannes interessiert es, ob die Kunden die Atmosphäre im Laden gut finden.
- Frage: Halten Sie sich gerne im Plattenladen auf?
- Antwort: ja, sehr – ja – eher weniger gerne – gar nicht gerne

Beispiel 2:

- Johannes möchte wissen, wie die Kunden das Preisniveau empfinden.
- Frage: Wie empfinden Sie das Preisniveau der angebotenen Platten?
- Antwort: sehr teuer – teuer – erschwinglich – eher günstig

Beispiel 3:

- Johannes möchte wissen, ob die Kunden gerne einen Zustellservice haben möchten.
- Frage: Würden Sie einen Zustellservice nutzen, wenn er angeboten würde?
- Antwort: ja, immer – ja, gelegentlich – eher weniger – nein, eigentlich nicht

Beispiel 4:

- Johannes möchte wissen, ob die Kunden mit der Musikauswahl zufrieden sind.
- Frage: Wie zufrieden sind Sie mit dem Angebot im Plattenladen?
- Antwort: sehr zufrieden – eher zufrieden – weniger zufrieden – gar nicht zufrieden

Beispiel 5:

- Johannes interessiert es, wie die Kunden die Öffnungszeiten finden.
- Frage: Wie finden Sie unserer Öffnungszeiten?
- Antwort: angemessen – zu kurz

Sie können für die gemeinsame Arbeit ein kooperatives Onlinetool wie zum Beispiel ZUMpad (www.zumpad.zum.de) oder googledoc nutzen.



Aufgabe 2: Und die Ergebnisse?



Interaktive Aufgaben

- Und die Ergebnisse?

Zeit

10 Minuten

Ziel

Auswertung der Marktforschung

Methode

Die interaktiven Aufgaben werden vom einzelnen Teilnehmenden gelöst.

Lehrkraft

Die Lehrkraft fordert zunächst die Teilnehmenden auf, das Infoblatt zu lesen und dann die interaktive Aufgabe zu lösen. Anschließend fasst sie noch einmal die Ergebnisse zusammen. Dann wird der Übergang zu Episode 2 freigegeben.

Lernende

Die Lernenden lesen zunächst das Infoblatt zu den Ergebnissen, lösen dann die interaktive Aufgabe und fassen die Ergebnisse noch einmal zusammen.



Dokumente

- G13-E01-I01 Infoblatt „Und die Ergebnisse?“ (PDF im Web-Kurs)

Musik ist mein Leben

Noch nicht gut genug



Lösungshinweise interaktive Aufgaben

Und die Ergebnisse?

- Mehr als die Hälfte der Kunden finden die Atmosphäre in Johannes Plattenladen angenehm oder sehr angenehm. (richtig)
- Mehr als die Hälfte der Kunden finden die Produktauswahl in Johannes Plattenladen vielfältig oder sehr vielfältig. (falsch)
- Die beiden Wettbewerber MUSIKBOX Berlin und Musik BERleben werden von den Kunden besser angenommen als Johannes Plattenladen. (richtig)
- Zusätzliche Serviceangebote gab es bei Enricos Musikhölle und bei MUSIKBOX Berlin. (richtig)
- Das Preisniveau bei Johannes ist deutlich höher als bei den anderen Mitbewerbern. (falsch)

Musik ist mein Leben

Aller Anfang ist schwer

2. Unterrichtsstunde



Video: Aller Anfang ist schwer

Zeit

5 Minuten

Inhalt

Johannes hat durch die Befragung erkannt, dass in seinem Geschäft einiges geändert werden muss. Als nächstes stellt er sich die Frage, wohin sein Weg führt. Insbesondere Ayse und Lisa wollen Johannes dazu bringen, sich Gedanken über die Ziele zu machen, die er anstreben will.

Methode

Plenum, gemeinsames Ansehen in der Klasse
Alternative: Einzelarbeit, Ansehen am Rechner



Aufgabe 1: Ziele angehen

**Interaktive Aufgaben**

- Warum Ziele?
- Ziele setzen ist nicht einfach

Aufgabenstellung

Strategisch und operativ

Zeit

25 Minuten insgesamt

Ziel

Die Teilnehmer lernen die Bedeutung von Zielen kennen und können Ziele richtig beschreiben, damit sie nachprüfbar sind.

Methode

Interaktive Aufgaben in Einzelarbeit
Bearbeitung der Aufgabe „Strategisch und operativ“ in Kleingruppen (alternativ in Einzelarbeit)

Lehrkraft

Die Lehrkraft gibt nach dem Video der Gruppe auf, die ersten beiden interaktiven Aufgaben zu lösen sowie die Wouter-Einträge zu lesen. Dann lässt sie sich das Gelernte von Teilnehmenden noch einmal erläutern. Insbesondere die Smart-Formulierungen sollten kurz besprochen werden. Anschließend teilt sie Kleingruppen á 3-5 Teilnehmer ein und lässt diese Ziele für den Laden von Johannes formulieren. Dazu erhalten die Teilnehmenden die Kurzbeschreibung des Ladens (10 Min.). Danach wertet die Lehrkraft die Ergebnisse stichprobenartig aus. Abschließend können die Teilnehmer die Übergangstexte lesen und zur Episode 3 wechseln.

Musik ist mein Leben

Aller Anfang ist schwer

Lernende

Die Lernenden bearbeiten zunächst die ersten beiden interaktiven Aufgaben und lesen die Wouter-Texte. Anschließend besprechen sie mit der Lehrkraft die Anwendung der SMART-Formel und die Bedeutung von Zielen. Dann werden Kleingruppen gebildet. Die Lernenden lösen die Aufgabe „strategisch und operativ“ und beschreiben auf Basis ihrer Kenntnisse die Zielformulierungen für 4 Vorschläge (zwei operativ und zwei strategisch). Diese werden dann mit der Lehrkraft besprochen. Abschließend lesen die Lernenden noch die Übergangstexte



Frag doch Wouter

- Ziele SMART formulieren
- Strategische Ziele
- Operative Ziele



Lösungshinweise interaktive Aufgaben

Warum Ziele?

- Nur wenn man ein Ziel bestimmt, kann man auch kontrollieren, ob eingeleitete Maßnahmen erfolgreich gewesen sind.
 - Mit einem Ziel vor Augen, ist man motivierter, es auch zu erreichen.
 - Hat man ein Ziel vor Augen, kann man den Weg dorthin besser beschreiben.
- Ziele setzen ist nicht einfach
- Der Umsatz muss binnen 6 Monaten um 10 % gesteigert werden.
 - Die Umsatzrendite muss bis Ende des Jahres um 1,5 Prozentpunkte gesteigert werden.

Lösungshinweise

Gruppenaufgabe „Strategisch und operativ“

Strategische Ziele

- Ertragsziel

Bsp.: Die Eigenkapitalrentabilität soll absolut auf 20 % in drei Jahren steigen

- Finanzziele

Bsp.: Der Eigenkapitalanteil soll von bisher 10 % auf 30 % in 3 Jahren steigen

Operative Ziele

- Kundenfrequenzziele

Bsp.: Die durchschnittliche tägliche Kundenanzahl soll von bisher 40 auf zukünftig 60 innerhalb von 12 Monaten steigen

- Sortimentsziele

Das Sortiment soll in den nächsten 6 Monaten um Merchandisingartikel erweitert werden

3. Unterrichtsstunde

Einleitung: Video und Strategie-Wahl



Video: Auf dem Weg

Zeit

5 Minuten

Inhalt

Johannes sitzt abends mal wieder mit Ben und Ayse in der WG zusammen. Dabei kommen sie auch auf die ambitionierten Ziele von Johannes zu sprechen. Johannes erzählt dabei, welche Ideen er hat, diese Ziele zu erreichen. Die anderen bringen brainstormartig ihre Ideen mit ein. Nun ist es an Johannes, zu überlegen, welche Sinn machen und welche nicht. Er weiß jedoch, dass er handeln muss.

Methode

Plenum, gemeinsames Ansehen in der Klasse
Alternative: Einzelarbeit, Ansehen am Rechner



Frag doch Wouter

- Marktdurchdringung
- Produktentwicklung
- Markterweiterung
- Diversifikation



Strategie-Wahl

Die Teilnehmenden sollen die vier Strategien nach Ansoff als Unterkapitel bearbeiten und dabei entscheiden, welche Sinn und welche eher keinen Sinn machen.

- Wahl 1 - Marktdurchdringung
- Wahl 2 - Produktentwicklung
- Wahl 3 - Markterweiterung
- Wahl 4 - Diversifikation

Zur Bearbeitung dieser Strategien können folgende Wege begangen werden:

Möglichkeit 1:

- Alle Teilnehmenden haben die freie Wahl und arbeiten individuell alle vier Strategien durch. Die Aufgaben werden dann auch individuell bearbeitet und erst zum Abschluss werden die Lösungen besprochen und reflektiert.

Möglichkeit 2:

- Wie Möglichkeit 1 nur in Kleingruppen á 3 bis 5 Teilnehmenden.

Möglichkeit 3:

- Die Lehrkraft gibt eine Strategie vor und bearbeitet diese zunächst mit den Teilnehmenden. Anschließend werden nacheinander die anderen Strategien nach dem gleichem Muster abgearbeitet.

Ergebnissicherung:

- Abschließend werden die vier Strategien besprochen und eine Zusammenfassung erstellt.

Musik ist mein Leben

Auf dem Weg



Wahl 1 - Marktdurchdringung



Aufgabe 1: Besser, schneller, größer



Interaktive Aufgaben

- Wie geht Marktdurchdringung?
- Instrumente auswählen

Zeit

10 Minuten insgesamt

Ziel

Die Teilnehmer können die Strategie beschreiben und die entsprechenden Instrumente richtig zuordnen.

Methode

Interaktive Aufgaben in Einzelarbeit

Lehrkraft

Die Lehrkraft gibt nach dem Video der Gruppe auf, die Texte zu lesen und dann die ersten zwei interaktiven Aufgaben zu lösen. Die Ergebnisse werden dann besprochen und auch eine Begründung für die Ergebnisse durch die Lehrkraft gegeben.

Lernende

Die Lernenden lösen die Aufgaben und besprechen diese danach mit der Lehrkraft. Anschließend versuchen sie einen Praxisvergleich mit ihren Unternehmen.



Lösungshinweise interaktive Aufgaben

Wie geht Marktdurchdringung?

- Johannes sollte seinen Plattenladen besser am regionalen Markt positionieren.
- Johannes sollte in Werbung investieren, um so die Kunden von seinen Mitbewerbern wegzulocken.
- Johannes könnte die Kunden mit Preissenkungen zum verstärkten Kauf animieren.

Instrumente auswählen?

- Er entwickelt als Werbemittel eine Citycard, die in Form von Postkarten in Kneipen und Restaurants ausliegen.
- Er investiert in Radiospots bei ausgesuchten Radiosendern in Berlin.
- Er organisiert ein Gewinnspiel für seine potentiellen Kunden.



Aufgabe 2: Was hat's gebracht?



Interaktive Aufgaben

- Ertragssteigerung
- Erträge im Vergleich
- Amortisierung

Zeit

20 Minuten insgesamt

Ziel

Die Lernenden sollen bewerten, ob die Maßnahmen erfolgreich und sinnvoll waren.

Methode

Die Teilnehmenden erhalten ein Infoblatt mit den betriebswirtschaftlichen Daten der Maßnahmen sowie den Auswirkungen auf Umsatz und Ertrag und sollen dann in Eigenarbeit den Erfolg bewerten.

Lehrkraft

Die Lehrkraft lässt die Teilnehmenden die interaktiven Aufgaben lösen und wertet die Ergebnisse dann zusammenfassend und kommentierend aus. Dann stellt die Lehrkraft noch die Frage, ob und wie die Unternehmen der Lernenden diese Strategie umsetzen. Anschließend können die Teilnehmer zu einer weiteren Strategie wechseln.

Lernende

Die Lernenden nehmen das Infoblatt mit den betriebswirtschaftlichen Daten als Grundlage zur Beantwortung der interaktiven Aufgaben. Anschließend werden die Ergebnisse von der Lehrkraft zusammengefasst und kommentiert. Dann gehen alle Teilnehmenden zur nächsten Strategie.

**Dokumente**

- G13-E03-I02 Infoblatt Umsatz- und Ertragsübersicht KW 1 - 12 (PDF im Web-Kurs)

**Lösungshinweise interaktive Aufgaben**

Ertragssteigerung

- 17,8 %

Erträge im Vergleich

- Der Ertrag ohne Werbung ist um 1.288,00 Euro höher als mit Werbung.

Amortisierung

- 12 Wochen

**Wahl 2 - Markterweiterung****Aufgabe 1: In die große weite Welt****Interaktive Aufgaben**

- Große Ideen
- Zielgruppen-Analyse
- Neue Zielgruppen

Zeit

10 Minuten insgesamt

Ziel

Die Lernenden können die Strategie beschreiben und die entsprechenden Instrumente zuordnen.

Methode

Interaktive Aufgaben in Einzelarbeit

Lehrkraft

Die Lehrkraft gibt kurz eine Einführung in die interaktiven Aufgaben und lässt dann die Teilnehmenden die Aufgaben bearbeiten. Abschließend fasst sie noch einmal die wichtigsten Punkte zusammen.

Lernende

Die Lernenden lösen die Aufgaben und werten dann die Aufgaben mit der Lehrkraft aus.

**Lösungshinweise interaktive Aufgaben**

Große Ideen

- Johannes eröffnet eine Zweigstelle im Berliner Westen, um dort die regionale Szene zu bedienen.
- Johannes versucht, neue Kundengruppen anzusprechen, die er bisher nicht im Fokus hatte.

Zielgruppen-Analyse

- Gerade die unter 18jährigen sind in seinem Laden unterrepräsentiert. Diese sollte er gezielt bewerben.
- 19-35jährige sind in seinem Laden unterrepräsentiert. Die ließen sich neu gewinnen.
- Frauen sind in seiner Kundschaft unterrepräsentiert. Sie sollten stärker ins Blickfeld rücken.

Neue Zielgruppen

- Johannes sponsert ein Hip Hop-Musikfestival in Berlin Mitte.
- Johannes legt Werbematerialien in Jugendzentren aus.
- Johannes macht ein Verkaufsevent mit einem bei Frauen beliebten Testimonial

**Aufgabe 2: Entscheidung jetzt****Interaktive Aufgaben**

- Entscheidung jetzt

Aufgabenstellung

Volles Risiko?

Zeit

15 Minuten insgesamt

Ziel

Die Lernenden können Entscheidungen zur Nutzung der Instrumente vorbereiten und treffen

Methode

Interaktive Aufgabe in Einzelarbeit,
Arbeit mit einem Community-Tool (Geteiltes Dokument oder Online-Pinnwand)

Lehrkraft

Die Lehrkraft gibt zunächst die Anweisung, die Texte zu lesen und die erste interaktive Aufgabe zu lösen. Das Ergebnis wird dann noch einmal kurz mit der Lehrkraft besprochen. Anschließend wird die Aufgabenstellung für die „Volles Risiko?“ zur Bearbeitung an die Teilnehmenden ausgegeben.

Diese Aufgabe eignet sich zum Einsatz von Community-Tools in Form einer frei zugänglichen Online-Pinnwand (z. B. www.padlet.com). Lassen Sie hier von den Lernern Argumente für und gegen eine Übernahme des Plattenladens im Berliner Westen zusammentragen. Dabei sollte noch einmal ein Verweis auf die Ursprungsgeschichte gegeben werden. Die Teilnehmenden können dann ihre

Musik ist mein Leben

Auf dem Weg

Lösungsvorschläge online sammeln (oder alternativ mit Metaplankarten an die Wand pinnen). Die Lehrkraft strukturiert die Aussagen und diskutiert dann mit den Lernenden das Ergebnis. Dann stellt die Lehrkraft noch die Frage, ob und wie die Unternehmen der Lernenden diese Strategie umsetzen. Danach können die Lernenden den Übergang zu Wahl 3 lesen.

Lernende

Die Lernenden beantworten zunächst die einleitende interaktive Aufgabe. Anschließend sammeln die Teilnehmenden über Padlet Antwortmöglichkeiten, die dann durch die Lehrkraft strukturiert werden. Am Ende diskutieren die Lernenden mit der Lehrkraft das Ergebnis.



Lösungshinweise interaktive Aufgabe

Entscheidung jetzt?

- Sponsor Musikfestival

Lösungshinweise

Volles Risiko?

Pro-Argumente

- Johannes kann günstiger einkaufen, da er wohl größere Mengen abnimmt
- Johannes kann die Werbung effizienter gestalten, da er immer beide Geschäfte ansprechen kann
- Johannes kann mehr Gewinn machen
- usw.

Contra-Argumente

- Johannes bräuchte zusätzliches Personal, was bei der Auftragslage nicht erwirtschaftet wird.
- Johannes müsste eine Ablöse zahlen, obwohl er ja eigentlich keine Rücklagen hat
- Johannes müsste den Mitarbeiter übernehmen
- usw.



Wahl 3 - Produktentwicklung



Aufgabe 1: Neue Produkte für den Erfolg



Interaktive Aufgaben

- Darf's was Neues sein?
- Vorher bedenken
- Ertrag gesteigert?
- Umsatz gesteigert?
- Amortisierung

Zeit

15 Minuten insgesamt

Ziel

Die Lernenden erkennen, dass man mit neuen Produkten auch Umsätze steigern kann und damit den Ertrag verbessern.

Methode

Interaktive Aufgaben in Einzelarbeit

Musik ist mein Leben

Auf dem Weg

Lehrkraft

Die Lehrkraft gibt eine kurze Einführung in die Strategie der Produktentwicklung und lässt dann die Lernenden alle interaktiven Aufgaben lösen. Anschließend bespricht die Lehrkraft die gewonnenen Ergebnisse und klärt noch Fragen. Dann stellt die Lehrkraft noch die Frage, ob und wie die Unternehmen der Lernenden diese Strategie umsetzen.

Lernende

Die Lernenden arbeiten zunächst die interaktiven Aufgaben ab. Anschließend fassen sie mit der Lehrkraft die Ergebnisse zusammen und versuchen, einen Praxisvergleich mit ihren Unternehmen anzustellen.



Dokumente

- G13-E03-I03 Infoblatt Umsatz- und Ertragsübersicht KW 13 - 24 (PDF im Web-Kurs)



Lösungshinweise interaktive Aufgaben

Darf's was Neues sein?

- Johannes ergänzt sein Sortiment um Merchandising-Produkte angesagter Gruppen.
- Anstelle von CDs bietet Johannes in Zukunft Klaviernoten an.

Vorher bedenken

- Die angestammten Kunden könnten die Sortimentserweiterung nicht annehmen und er bleibt auf den Artikeln sitzen.
- Es könnten räumliche Engpässe entstehen, wenn er das bestehende Sortiment und die neuen Bestandteile im gleichen Raum anbieten will.
- Er muss zunächst investieren, ohne zu wissen, ob die Absatzmöglichkeiten gegeben sind.

Ertrag gesteigert?

- 10,2 %

Umsatz gesteigert?

- 3,6 Prozentpunkte

Amortisierung

- 15 Wochen



Wahl 4 - Diversifikation



Aufgabe 1: Auf ganz neuen Wegen



Interaktive Aufgaben

- Der große Sprung?
- Johannes muss sich entscheiden

Zeit

10 Minuten insgesamt

Ziel

Die Lernenden erkennen das Risiko dieser Strategie und können am Beispiel des Plattenladens die Strategie richtig beschreiben.

Methode

Interaktive Aufgaben in Einzelarbeit

Musik ist mein Leben

Auf dem Weg

Lehrkraft

Die Lehrkraft gibt eine kurze Einführung in diese Strategie und lässt dann die Lernenden alle interaktiven Aufgaben lösen. Anschließend bespricht die Lehrkraft die gewonnenen Ergebnisse und klärt noch Fragen. Dann stellt die Lehrkraft die Frage, ob und wie die Unternehmen der Lernenden diese Strategie umsetzen.

Lernende

Die Lernenden arbeiten zunächst die interaktiven Aufgaben durch. Anschließend fassen sie mit der Lehrkraft die Ergebnisse zusammen und versuchen einen Praxisvergleich mit ihren Unternehmen anzustellen.



Lösungshinweise interaktive Aufgaben

Der große Sprung?

- Johannes überlegt sich, zukünftig ins Musikbusiness zu wechseln und Musik selbst zu produzieren.
- Wegen seiner tollen Lage in Berlin Kreuzberg verkauft Johannes zukünftig nur noch Souvenirartikel.
- Johannes eröffnet ein Café nach aufwendigem Umbau in seinen Gewerberäumen

Johannes muss sich entscheiden.

- Die notwendigen Investitionssummen für die Projekte sind zu hoch. Eine Diversifikation macht keinen Sinn.
- Johannes fehlen die Kompetenz und die Kontakte, um als Musikproduzent aufzutreten.
- Als Unternehmer sollte Johannes etwas machen, das er gut kann und wo er selbst dahinter steht. Also sollte er seinen Plattenladen weiterführen.

4. Unterrichtsstunde



Video: Neue Hoffnung

Zeit

5 Minuten

Inhalt

Walter trifft Johannes in seinem Laden an und bespricht mit ihm den Erfolg seiner Maßnahmen. Johannes zeigt daraufhin Walter einige betriebswirtschaftliche Auswertungen. Diese zeigen, dass es leicht aufwärts geht und das ist für Johannes Motivation, es weiter zu versuchen.

Methode

Plenum, gemeinsames Ansehen in der Klasse
Alternative: Einzelarbeit, Ansehen am Rechner



Aufgabe 1: Bestandsaufnahme



Interaktive Aufgaben

- Marketingcontrolling
- Das Haar in der Suppe

Aufgabenstellung

Musik- und Marketingexperte

Zeit

15 Minuten insgesamt

Ziel

Die Lernenden sollen lernen, Kennzahlen zu bilden und diese in Form von Soll-Ist-Vergleichen zu bewerten. Dabei sollen die Lernenden auch erkennen, dass man dieselben Kennzahlen unterschiedlich bewerten kann, je nachdem, welche Vergleichszahlen man ansetzt.

Methode

Interaktive Aufgaben in Einzelarbeit
Abschließendes Gespräch im Plenum

Lehrkraft

Zunächst schauen sich alle das Video an. Dann gibt die Lehrkraft eine kurze Einführung in die Zielstellung des Controllings. Dann lässt die Lehrkraft die Lernenden die interaktiven Aufgaben lösen und diskutiert mit ihnen das Ergebnis und die Bedeutung der Vergleichszahlen.

Anschließend fasst die Lehrkraft noch einmal die gesamte Geschichte zusammen unter Verwendung des Managementkreislaufes (Problemstellung – Analyse – Zielbildung – Strategie und Instrumente – Umsetzung – Controlling).

Anschließend gib die Lehrkraft den Auftrag, das Quiz zu lösen.

Lernende

Die Lernenden schauen sich gemeinsam das Video an und diskutieren dann mit der Lehrkraft den Ausgang der Geschichte. Anschließend lösen sie die interaktiven Aufgaben. Zum Abschluss diskutieren sie mit der Lehrkraft die Thematiken Managementkreislauf, Marketing-Strategien und Marketingmix.

**Dokumente**

- G13-E04-I04 Infoblatt Umsatz- und Ertragsübersicht KW 1 -24 (PDF im Web-Kurs)

**Lösungshinweise interaktive Aufgaben****Marketingcontrolling**

- Der Umsatz pro Woche ist in den 24 Wochen um 24,7 % gestiegen
- Der Ertrag pro Woche ist in den 24 Wochen um 51,2 % gestiegen
- Johannes damit seine Ziele erreicht

Das Haar in der Suppe

- Der Umsatz ist im Vergleich der 24 Wochen und nach Einführung der Maßnahmen um 11,7 % gestiegen
- Der Ertrag ist in den 24 Wochen um 3,8 % gestiegen
- Johannes hat damit seine Ziele nicht erreicht

Lösungshinweise

Die Lehrkraft diskutiert mit den Lernenden den Ausgang der Geschichte und das mögliche weitere Vorgehen für Johannes. Fragestellungen dabei sind:

- Welche Strategien können noch hilfreich sein? (z.B. Preisstrategien, Qualitätsführerschaft, etc.)
- Welche Instrumente des Marketingmix wären noch zu gebrauchen? (z.B. Distributionspolitik)
- Sehen die Lernenden Parallelen zu ihrer realen Welt in der Anwendung des Managementkreislaufes?

**Quiz: Marketing-Check****Zeit**

10 Minuten

Ziel

Abschließende Wissenssicherung zu den Inhalten des gesamten Web-Kurses

Inhalt

Quizfragen zu allen Themen, die im Laufe des Web-Kurses vermittelt wurden. Die Lernenden erhalten die Auswertung unmittelbar nach der Bearbeitung jeder Aufgabe. Eine abschließende Auswertung am Ende des Quiz spiegelt den Lernstand wider.

**Kompetenzerfassung nach dem Lernen****Zeit**

5-10 Minuten

Inhalt

Die Lernenden schätzen ihre Kompetenzen mithilfe des Kompetenzerfassungstools ein (www.kompetenzerfassung.modernlearning.de). Die erfassten Kompetenzen werden in Form eines Diagramms dargestellt. Wenn Sie die Kompetenzerfassung sowohl vor als auch nach der Bearbeitung der Lerneinheiten durchgeführt haben, können Sie durch den Vergleich der beiden Kurven Rückschlüsse auf die Kompetenzentwicklung Ihrer Lernenden ziehen.

Methode

Einzelarbeit