



### Inhalt und Ergebnis des Moduls

Die Unterrichtseinheit „Einführung Marketing“ vermittelt betriebswirtschaftliches Wissen und stellt den Bezug zur Schülerfirma her. Dabei orientiert sie sich an den vier P des Marketings – Produkt, Preis, Platz, Promotion – wobei das erste P, die Produktentscheidung, bereits in Modul 2 „Ideenfindung und Marktanalyse“ erarbeitet wurde. Die Schülerinnen und Schüler kreieren im Rahmen dieses Moduls einen Namen für ihre Schülerfirma und entwickeln ein Logo, sie legen Preisspannen für ihre Produkte und die Verkaufsanlässe fest und entwickeln werbewirksame Strategien, um ihre Produkte oder ihre Dienstleistung zu verkaufen. Da die Überlegungen zum Marketing fast alle Dimensionen der Schülerfirma in den Blick nehmen, um den Verkauf von Produkten zu fördern, ist dieses Modul etwas umfangreicher als andere Unterrichtseinheiten.

Entscheiden Sie selbst, welche Relevanz die jeweiligen Inhalte für die Schülerinnen und Schüler haben und welche Aufgaben Sie ggf. zu einem späteren Zeitpunkt, entweder nur in der Marketingabteilung oder in geringerem Umfang, bearbeiten lassen.

### Lernziele

Die Schülerinnen und Schüler

- kennen die vier P des Marketings und haben Werbemaßnahmen entlang der vier P entwickelt,
- wissen, wie sich Preise zusammensetzen,
- wissen, wie man Gewinn und Umsatz berechnet und kennen den Unterschied,
- haben Verkaufsanlässe analysiert und wissen, welche Verkaufsanlässe für ihre Schülerfirma die richtigen sind,
- haben gelernt, welche Rolle Werbung für den Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen spielt und können sich kritisch mit Werbung auseinandersetzen.

#### Besondere Methoden

- Einzelarbeit
- Gruppendiskussion
- Aufstellung

#### Benötigte Materialien

keine speziellen

#### Zentrale Fachbegriffe

- Marketing
- Umsatz und Gewinn
- Preiskalkulation
- Vertrieb
- Absatz
- Verkaufsanlässe
- Kommunikation/Werbung

#### Zeitaufwand

- 2 - 3 Unterrichtsstunden

**AUFGABE 1** Jetzt kommt es auf eure guten Einfälle an: Sammelt in Kleingruppen passende Namen für eure Geschäftsidee. Diejenigen, die gerne künstlerisch aktiv werden, entwickeln am besten schon erste Skizzen mit Logo-Ideen dazu. Einigt euch auf maximal drei Vorschläge.



#### Methodisch-didaktische Hinweise

An dieser Stelle geht es um einen schnellen Einstieg und tatsächlich um Skizzen. Schon bei der Erstellung erster Logo-Ideen kommen in den Gruppen Fragen danach auf, womit und wie sich ihre Schülerfirma nach außen darstellen soll. Soll die Produktidee oder die Firma selber im Vordergrund stehen? Viele der folgenden Aufgaben schließen inhaltlich an diese Fragestellungen an. Später ist dann mehr Zeit für die gründliche Logo-Entwicklung, am besten in der Marketing-Abteilung (siehe Aufgabe 3).



#### Zeit

15 Minuten

**AUFGABE 2** Präsentiert in der Klasse nacheinander eure Vorschläge. Entscheidet dann im Klassenverband, wie eure Schülerfirma heißen soll und welches Logo ihr für eure Darstellung verwenden wollt.



#### Methodisch-didaktische Hinweise

Da das Logo später auch einen hohen symbolischen Wert für die Identifikation der Schülerinnen und Schüler mit der eigenen Schülerfirma darstellt, sollte die Gruppe unbedingt eine gemeinsam getragene Idee für ein Logo anstreben. Im Anschluss wird das Signet weiterentwickelt, dessen Konzept die meiste Zustimmung erhält und am besten begründet wird.



#### Zeit

20 Minuten

**AUFGABE 3** Sprecht untereinander ab, wer dafür sorgt, dass aus der Logo-Skizze ein fertiges und ansprechendes Logo entsteht, das ihr immer benutzen werdet. Wenn ihr eine Abteilung habt, die sich um das Marketing oder die Öffentlichkeitsarbeit kümmert, kann das eine spannende erste Aufgabe sein.



#### Zeit

25 Minuten

## Wie kann der Verkauf von Produkten gesteigert werden?

9.2

### Modul 9 Marketing | für Lehrende

Siehe Arbeitsmaterialien für Schülerinnen und Schüler

## Welche Eigenschaften soll das Produkt besitzen?

9.3

### Modul 9 Marketing | für Lehrende

**AUFGABE 4** Sammelt in einer Liste, welche Eigenschaften euer Produkt haben soll, die auch den Verkauf fördern. Dazu können Farbe, Größe, Material etc. gehören. Wenn sich zwei Eigenschaften ausschließen, dann diskutiert, für welche Idee ihr euch entscheidet (z. B. Bio-Brötchen und Nicht-Bio-Wurst). [...]



#### Methodisch-didaktische Hinweise

Das Marketing hat die Aufgabe, die Merkmale des Produktes zu identifizieren, durch die sich der Verkauf ankurbeln lässt. Auch die Verpackung, das Gewicht oder die Packmenge kann hier von Bedeutung sein. Methodisch bietet es sich an, auf der Tafel eine Liste per Zuruf zu erstellen. In einem nächsten Schritt kann schnell geklärt werden, welche Merkmale verändert werden können. Das Produkt soll natürlich am Ende zu den Leitlinien der Schülerfirma passen (z. B. Berücksichtigung von Arbeitsbedingungen und umweltfreundlichem Material). Eine Kontrollfrage könnte lauten: Was verkauft sich besser: unsere Kekse in Frischhaltefolie oder in einem kleinen Karton mit Schleife?



#### Zeit

15 Minuten



Die Preisgestaltung ist ein wesentlicher Bestandteil der Schülerfirmenarbeit. Anhand eines Beispiels werden die Grundlagen erarbeitet. Hier können Sie Zeit sparen, wenn die Produktidee Ihrer Schülerfirma bereits vorangeschritten ist und sämtliche Ausgaben schon summiert werden können. In diesem Fall können Sie mit den Schülerinnen und Schülern direkt an ihrem Produkt arbeiten. Halten Sie sich dennoch an die im Beispiel genannten Schritte, denn darin werden auch Grundbegriffe geklärt (z. B. Umsatz und Gewinn).

### AUFGABE 5 Berechnet am Beispiel der belegten Brötchen den tatsächlichen Gewinn bei einem Gewinnaufschlag von a) 25 Prozent, b) 75 Prozent c) 100 Prozent.



#### Methodisch-didaktische Hinweise

Gehen Sie mit Ihren Schülerinnen und Schülern die Beispielrechnung durch und sorgen Sie dafür, dass alle grundsätzlich verstanden haben, dass der Preis eines Produkts aus mehr Faktoren besteht als nur den Kosten für die Herstellung. Arbeiten lässt sich hier besonders gut in Kleingruppen oder in Partnerkonstellationen.

Zu diesem Zeitpunkt sollten Sie mit den Schülerinnen und Schülern reflektieren, dass reale Unternehmen in der Regel mit wenig Startkapital gegründet werden und sich erst im Lauf der Geschäftstätigkeit Verluste und Gewinne ausgleichen. Ist dieser Break Even Point (Gewinnschwelle) überschritten, arbeitet das Unternehmen wirtschaftlich rentabel. Auch Schülerfirmen erleben diesen Zusammenhang während der ersten Verkaufsanlässe.



#### Lösungen

- a) 32,50 Euro
- b) 45,50 Euro
- c) 52,00 Euro



#### Zeit

40 Minuten



**AUFGABE 6** Wenn ihr bereits eine Beschaffungsliste erstellt habt, dann achtet darauf, diese jetzt zu ergänzen, wenn Materialien dazukommen, die ihr noch besorgen müsst.

**AUFGABE 6 (optional)** Überlegt euch, ob ihr beim Thema Preis auch andere Möglichkeiten findet, um Nachfrage zu erzeugen: Wäre zum Beispiel ein niedriger Einführungspreis sinnvoll, um Kunden anzulocken?



#### Methodisch-didaktische Hinweise

Sammeln Sie hier per Zuruf noch einmal Ideen der Schülerinnen und Schüler, wie sich durch unterschiedliche Veränderungen am Preis der Verkauf fördern lässt. Es sollte aber nicht in erster Linie darum gehen, den Verkaufspreis selber zu erhöhen, sondern alle sollten noch einmal überlegen, wie sich durch einen geeigneten Preis mehr verkauft lässt. Auch diese Ideen sollte die Marketingabteilung unbedingt weiterverfolgen.



#### Lösung

Einstiegspreise, die niedrig ansetzen/Preisvorteile für Abonnements/Aktionstag mit Sonderpreisen/Preisvorteile für Schüler gegenüber Erwachsenen/Rabatte, wenn mehr als ein Stück gekauft wird usw.



#### Zeit

5 - 15 Minuten

## Wo und wann ist Platz für Euer Angebot?

9.5

### Modul 9 Marketing | für Lehrende

**AUFGABE 7** Überlegt, wie eure Kunden euer Angebot in Anspruch nehmen können. Sammelt erste Ideen, mit denen die Marketingabteilung weiterarbeiten kann. Beantwortet dazu bitte folgende Fragen. [...] Nutzt dafür die Vorlage zur Aufgabe 7.



#### Methodisch-didaktische Hinweise

In dieser Aufgabe geht es um die Reflexion möglicher Vertriebswege. Die Kernfrage lautet: Wie kommen die Kunden am besten zum Produkt? Je nach Geschäftsidee können die hier angestellten Überlegungen enorme Auswirkungen auf den Verkauf der Produkte haben. Daher ist – abhängig von der Anzahl verschiedener verkaufsfördernder Vertriebsmöglichkeiten – zu entscheiden, ob die Aufgabe gemeinsam im Klassenverband oder besser in Kleingruppen erledigt wird.

Achten Sie darauf, dass die Gruppen die Kopiervorlage ausfüllen und der Marketingabteilung zur Weiterarbeit zur Verfügung stellen.



#### Zeit

20 Minuten

**AUFGABE 8** Welche Informationen könnt ihr euren Kunden geben, um ihnen zu einer gut begründeten Kaufentscheidung zu verhelfen? Beantwortet folgende Fragen in der Vorlage zu Aufgabe 8. Eure Marketingabteilung soll mit euren Angaben weiterarbeiten. [...]



#### Methodisch-didaktische Hinweise

Grundsätzlich stehen viele Methoden zur Verfügung, um für angebotene Produkte zu werben. Weit verbreitet ist z. B. die AIDA-Formel (Attention, Interest, Desire, Action). Sie weckt jedoch Kaufwünsche, die vordergründig gar nicht existieren. Daher stehen die Antworten oder Informationen auf die Fragen im Vordergrund, die die Kunden über das Produkt bestmöglich informieren.

Die Fragen können Sie auf Kleingruppen verteilen. Achten Sie darauf, dass die Gruppen die Kopiervorlage ausfüllen und der Marketingabteilung zur Weiterarbeit zur Verfügung stellen.



#### Zeit

20 Minuten

**AUFGABE 9** Wir sind ständig von Werbung umgeben: in der U-Bahn, im Fernsehen, im Internet, in Zeitungen etc. Sicher habt ihr dabei schon verschiedene Methoden wahrgenommen, mit denen Unternehmen ihre Kunden zum Kauf ihrer Produkte bewegen wollen.

Macht euch nun Gedanken darüber, wie ihr eure Werbung einsetzen wollt. Bewertet dazu die folgenden Aussagen und einigt euch in der Gruppe. Eure Marketingabteilung wird diese Bewertungen als Regeln für ihre Werbemaßnahmen mitnehmen.



#### Methodisch-didaktische Hinweise

Die Schülerinnen und Schüler sollen Gelegenheit bekommen, zu reflektieren, was Werbung darf und nicht darf. Natürlich gibt es gesetzliche Rahmenbedingungen. Für die Schülerfirma ist es aber wichtig, unabhängig davon über die ethischen Dimensionen von Werbung nachzudenken.

Die genannten Thesen sollen Anlass für Diskussionen bieten und zur Entwicklung von Werberegeln dienen. Empfohlen ist die Methode der Aufstellung. Verlesen Sie dazu jeweils die genannten Aussagen/Thesen und lassen Sie die Schülerinnen und Schüler sich im Raum entlang einer gedachten Linie aufstellen. An das eine Ende der Skala stellen sich alle, die der These unbedingt zustimmen, an das andere Ende alle jene, die die These unbedingt ablehnen. Man kann sich auch dazwischen positionieren. Interviewen Sie einzelne Schülerinnen und Schüler und fragen Sie sie, warum sie sich an der von ihnen gewählte Stelle verortet haben. Welche Regel leiten die Schülerinnen und Schüler aus der These ab?

Achten Sie darauf, dass die Marketingabteilung mit den Ergebnissen weiterarbeiten kann. Die Regeln sollten für die Marketingabteilung bindend sein.



#### Zeit

20 Minuten

**AUFGABE 10** Welche der folgenden Werbekanäle könnten für eure Schülerfirma und das Produkt, das ihr verkaufen wollt, infrage kommen? Wie kann eure Werbung möglichst umweltschonend gestaltet werden (z. B. Verwenden von umweltfreundlichem Papier beim Druck eines Flyers)? Sammelt auch hier Ideen für die Marketingabteilung und benutzt dafür die Vorlage zu Aufgabe 10.



#### Methodisch-didaktische Hinweise

Auch wenn die Marketingabteilung später sehr genau überlegen wird, welche Medien und Kanäle für ihre Schülerfirma geeignet sind, hat es Sinn, alle Ideen bereits zu diesem Zeitpunkt einzusammeln. Außerdem wird der Inhalt dieses Unterrichtsmoduls somit für alle Schülerinnen und Schüler noch einmal sehr konkret und relevant. Ein Flipchart oder eine Tafel genügen, um eine schnelle Abfrage durchzuführen. Die Liste kann beliebig verändert und ergänzt werden.



#### Zeit

5 - 10 Minuten



### Kreativität ist gefragt: Der Name zur Idee und ein eigenes Logo

Ihr habt euch für eine Geschäftsidee entschieden. Ihr kennt den rechtlichen Rahmen, wisst über Buchhaltung Bescheid, habt Beschaffungsmärkte erkundet und könnt eure Dienstleistung anbieten bzw. euer Produkt herstellen. Allerdings fehlt noch ein wichtiger Erfolgsfaktor: das \*Marketing. Beim Marketing geht es darum, die möglichen Kunden davon zu überzeugen, euer Produkt zu kaufen bzw. eure Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen.



#### MARKETING

Zum Marketing zählen alle Maßnahmen eines Unternehmens, die den Verkauf der \*Produkte fördern. Das Marketing hat deshalb immer die Kunden im Blick und fragt, welche Qualität die Produkte haben müssen, welchen Preis ein Produkt haben kann, und auch, über welche Wege die Kunden das Produkt am besten erhalten. Marketing bedeutet zudem, zu überlegen, wie die möglichen Kunden überhaupt von dem Unternehmen und den Angeboten erfahren. Das wird über Werbung und Öffentlichkeitsarbeit erreicht.

Bevor ihr euch mit unterschiedlichen Marketingmaßnahmen beschäftigt, ist es sinnvoll, über die Präsentation eurer Schülerfirma als Unternehmen nachzudenken. Damit eure Schülerfirma bekannt werden kann, solltet ihr dafür sorgen, dass ihr als Unternehmen einheitlich auftrittet. Die ersten und wichtigsten Schritte auf dem Weg zu einem individuellen Erscheinungsbild sind

- ein einprägsamer Name und
- ein gutes Logo.

Bitte beachtet bei der Entwicklung folgende vier Regeln:

1. Eure Geschäftsidee sollte anhand des Namens und des Logos deutlich werden.  
Nur bereits sehr bekannte Unternehmen brauchen manchmal diese Regeln nicht mehr zu beachten.
2. Der Name sollte einfach auszusprechen, kurz und einprägsam sein.  
Gestaltet das Logo einfach und verwendet dabei möglichst wenig Details und Farben.
3. Sorgt für Einzigartigkeit. Wichtig ist, dass ihr keine geschützten Markennamen benutzt.  
Auch das Logo von realen Firmen darf nicht übernommen werden.
4. Achtet darauf, dass das Logo auch aus größerer Entfernung wiedererkannt wird.







## MODUL 9 Marketing

### Kreativität ist gefragt: Der Name zur Idee und ein eigenes Logo



**AUFGABE 1** Jetzt kommt es auf eure guten Einfälle an! Sammelt in Kleingruppen passende Namen für eure Geschäftsidee. Diejenigen, die gerne künstlerisch aktiv werden, entwickeln schon erste Skizzen mit Logoideen. Einigt euch auf maximal drei Vorschläge.

**AUFGABE 2** Präsentiert in der Klasse nacheinander eure Vorschläge. Entscheidet dann im Klassenverband, wie eure Schülerfirma heißen soll und welches Logo ihr für eure Darstellung verwenden wollt.

So heißt unsere Schülerfirma:



---

Skizze unseres Logos:



**AUFGABE 3** Sprecht untereinander ab, wer dafür sorgt, dass aus der Logo-Skizze ein fertiges und ansprechendes Logo entsteht, das ihr immer verwenden werdet. Wenn ihr eine Abteilung habt, die sich um das Marketing oder die Öffentlichkeitsarbeit kümmert, kann das eine spannende erste Aufgabe sein.



### Wie kann der Verkauf von Produkten gefördert werden?

Die Aufgabe des Marketings besteht darin, durch verschiedene Maßnahmen den Verkauf von Produkten zu unterstützen. Sowohl die Produkteigenschaften als auch die Preisgestaltung, die Art und Weise, wo und wann ein Produkt verkauft wird, und letztlich die Werbung können den \*Absatz beeinflussen. Diese Faktoren – also Produkt, Preisgestaltung, Platz für den Verkauf und Werbung, auch Promotion genannt, – werden als Marketing-Mix bezeichnet. Man spricht auch von den vier Ps des Marketings.

Bei jedem dieser Ps könnt ihr entscheiden, was zu tun ist, um den Verkauf des Produktes an den Kunden zu fördern. Gehen wir der Reihe nach vor:



### Welche Eigenschaften soll das Produkt besitzen?

Ihr habt bereits eine Produktidee. Doch sicher fallen euch auch Möglichkeiten ein, das Produkt so zu verändern, dass sich möglichst viele Kunden angesprochen fühlen. In der Kundenbefragung habt ihr bereits wichtige Hinweise erhalten. Es gibt unendliche viele Eigenschaften, die ein Produkt besitzen kann – aber nur bestimmte davon steigern den Absatz.

Wenn es eure Geschäftsidee ist, belegte Brötchen zu verkaufen, dann könnt ihr diese zum Beispiel unterschiedlich belegen: mit Wurst oder mit Käse. Vielleicht legen eure Kunden auf gesunde Ernährung besonderen Wert – dann solltet ihr darüber nachdenken, Vollkornbrötchen anzubieten. Manchen Kunden sind Käsebrötchen zu trocken und sie freuen sich, wenn auch noch etwas Frisches dabei ist: Tomaten- oder Gurkenscheiben. Und auch die Verpackung kann verkaufsfördernd sein. Sollen die Brötchen in eine Tüte oder werden sie auf einem Teller serviert? Kommt ein Pappteller infrage?



**AUFGABE 4** Sammelt in einer Liste, welche Eigenschaften euer Produkt haben soll, die auch den Verkauf fördern. Dazu können Farbe, Größe, Material etc. gehören. Wenn sich zwei Eigenschaften ausschließen, dann diskutiert, für welche Idee ihr euch entscheidet (z. B. Bio-Brötchen und Nicht-Bio-Wurst).

Wenn ihr bereits eine Beschaffungsliste erstellt habt, dann achtet darauf, diese jetzt zu ergänzen, wenn Materialien dazukommen, die ihr noch besorgen müsst.







## MODUL 9 Marketing

### Den richtigen Preis finden

Damit ihr keinen Verlust macht, müssen eure Einnahmen mindestens so hoch sein, wie alle Ausgaben, die in eurer Schülerfirma getätigt werden. Der Verkaufspreis eines Produkts kann auch die Nachfrage beeinflussen. In der Regel gilt: je höher der Preis, desto niedriger die Nachfrage. Meistens ist es so, dass niedrigere Preise eine größere Nachfrage auslösen. Hier solltet ihr jedoch beachten, dass Billigprodukte nicht immer einen guten Ruf haben und geringe Preise auch mit geringerer Qualität verbunden werden. Wenn das der Fall ist, kann ein zu tiefer Verkaufspreis sich auch negativ auf die Nachfrage auswirken.

Am nachfolgenden Beispiel könnt ihr euch bei der Preisgestaltung eures eigenen Produkts orientieren.

Bleiben wir beim Brötchenverkauf: Zunächst muss der Einkaufspreis für die Zutaten genau festgestellt werden. Nehmen wir an, ihr wollt 100 **halbe** belegte Brötchen mit Schnittkäse und Gurkenscheiben verkaufen. Eure Einkaufsliste sieht dann so aus:

Was	Einkaufspreis pro Stück	Summe
50 ganze Brötchen	0,20 Euro	50 x 0,20 Euro = 10,00 Euro
2 Pakete Butter	1,50 Euro	2 x 1,50 Euro = 3,00 Euro
3 Gurken	1,00 Euro	3 x 1,00 Euro = 3,00 Euro
5 Päckchen Schnittkäse	1,50 Euro	5 x 1,50 Euro = 7,50 Euro
<b>Gesamtkosten Einkauf</b>		<b>23,50 Euro</b>

Um eine Vorstellung zu bekommen, wie teuer ein belegtes Brötchen mindestens sein muss, damit ihr nur die Einkaufskosten von 23,50 Euro einnehmt, wird jetzt berechnet, wie hoch der Einkaufspreis pro Stück liegt:  $23,50 \text{ Euro} : 100 = 0,235 \text{ Euro}$  (gerundet 0,24 Euro). Das funktioniert natürlich nur, wenn ihr auch alle 100 Brötchen verkaufen könnt.

Bei 100 verkauften halben Brötchen für 0,24 Euro pro Stück habt ihr aber weder weitere Ausgaben berücksichtigt (wie z. B. Reinigung, Büromaterialien, Werbekosten etc.) noch Gewinn erwirtschaftet. Außerdem müsst ihr wirklich alle Brötchen verkaufen. Denn wenn ihr nur 10 Brötchen weniger verkauft, habt ihr bereits Verlust gemacht.

Daher wird zum Einkaufspreis ein Gewinnaufschlag hinzugerechnet. Am Beispiel der Brötchen wird ein Aufschlag von 50 Prozent gewählt. Das bedeutet, dass auf jedes halbe Brötchen 50 Prozent des Einkaufspreises addiert wird. 50 Prozent von 0,24 Euro = 0,12 Euro Gewinnaufschlag. Das heißt, ein halbes Brötchen kostet nun  $0,24 \text{ Euro} + 0,12 \text{ Euro} = 0,36 \text{ Euro}$ .

Ihr könnt nun den \*Gesamtumsatz vorherbestimmen, wenn 100 halbe Brötchen für 0,36 Euro verkauft werden:  $0,36 \text{ Euro} \times 100 \text{ halbe Brötchen} = 36,00 \text{ Euro}$ .

Aber was bleibt am Ende übrig? Wie viel Geld habt ihr verdient? Was ist der tatsächliche Gewinn? Um dies zu berechnen, zieht ihr vom Umsatz die Gesamtkosten des Einkaufs und alle weiteren Ausgaben in eurer Schülerfirma ab.





## MODUL 9 Marketing

### Den richtigen Preis finden

Nehmen wir an, für die Verkaufsaktion der Brötchen habt ihr 10 Plakate hergestellt und kopiert (1,00 Euro) und Büromaterial in der Buchhaltung verbraucht (1,50 Euro). Außerdem mussten die Schürzen zur Reinigung (3,00 Euro). Dann betragen eure sonstigen Kosten 1,00 Euro + 1,50 Euro + 3,00 Euro = 5,50 Euro. Der tatsächliche Gewinn beträgt also:



36,00 Euro	Umsatz
- 23,50 Euro	Einkaufskosten
- 5,50 Euro	sonstige Kosten
7,00 Euro	Gewinn



7,00 Euro ist also der Betrag, den ihr nach Abzug aller Kosten zur freien Verwendung übrig habt. Selbst wenn nur 90 belegte Brötchen verkauft werden, würde immer noch ein Gewinn von 4,65 Euro übrig bleiben (Einkaufskosten für nicht verkaufte Brötchen: 0,235 Euro x 10 = 2,35 Euro).

Wenn ihr diesen Gewinn steigern wollt, könnt ihr natürlich den Gewinnaufschlag erhöhen. Aber auch nicht unendlich hoch: Ein Brötchen für 10 Euro wird kaum jemand kaufen wollen. Außerdem könnt ihr versuchen, preiswerter einzukaufen oder die sonstigen Ausgaben zu reduzieren.

**Achtung:** Ein reales Unternehmen hat in der Regel sehr hohe sonstige Ausgaben: Miete, Strom, Heizkosten, Steuern, Personalgehälter, Fahrtkosten etc. Deshalb sollte es euch nicht verwundern, dass ein halbes belegtes Brötchen in einer Bäckerei oft zwischen 1,50 Euro und 2,50 Euro kostet. Eine Schülerfirma darf dies nie zu ihrem Vorteil ausnutzen und richtigen Unternehmen Konkurrenz machen.



**AUFGABE 5** Berechnet am Beispiel von 100 belegten halben Brötchen den tatsächlichen Gewinn bei einem Gewinnaufschlag von a) 25 Prozent, b) 75 Prozent c) 100 Prozent.

**AUFGABE 6** Wenn ihr bereits eine Beschaffungsliste erstellt habt, dann achtet darauf, diese jetzt zu ergänzen, wenn Materialien dazukommen, die ihr noch besorgen müsst.

**AUFGABE 6 (optional)** Überlegt euch, ob ihr beim Thema Preis auch andere Möglichkeiten findet, um Nachfrage zu erzeugen: Wäre zum Beispiel ein niedriger Einführungspreis sinnvoll, um Kunden anzulocken?



### Wo und wann ist Platz für euer Angebot?

Die entscheidende Frage ist nun: Wie kommen die Kunden an euer Produkt? Wo können sie es kaufen, buchen, erhalten? Dabei geht es um den Ort für den Verkauf, aber auch um den Zeitraum, wann man ein Produkt erwerben kann, und letztlich auch – wenn nötig – um den Transport zum Kunden.

Nehmen wir an, eure Geschäftsidee ist es, Computerkurse für Erwachsene anzubieten. Ihr wisst, wer zu euren möglichen Kunden gehört. Ihr wisst bereits, was sie brauchen, und auch, was sie bereit sind zu zahlen.

Einerseits könnt ihr euch Gedanken darüber machen, wie interessierte Kunden die Kurse buchen können. Sollen sie bei euch anrufen? Oder per E-Mail eine Anfrage versenden? Habt ihr sogar eine Buchungsmöglichkeit im Internet? Wann muss das Telefon besetzt sein, damit die Kunden anrufen können? Und so weiter. Ihr seht, allein bei der Buchung gibt es viele Möglichkeiten, und alle haben Vor- und Nachteile. Alle aber wirken sich auf den Verkauf eurer Dienstleistung aus.

Andererseits ist noch die Frage offen, wo die Computerkurse stattfinden sollen: In der Schule im Computerraum? Oder in anderen Räumlichkeiten? Was ist aufwendiger für euch, was ist aufwendiger für die Kunden? Hat es Sinn, sowohl Kurse in der Schule anzubieten als auch – vielleicht gegen Aufpreis – in einer anderen öffentlichen Einrichtung?

Ihr solltet außerdem überlegen, ob es besonders geeignete Verkaufsanlässe für eure Produkte gibt. Wenn ihr Schmuck herstellt, dann ist vielleicht der Weihnachtsmarkt eine tolle Gelegenheit, eure Waren anzubieten, aber auch das Stadtfest. Vielleicht wirkt schon der Verkauf beim Schulfest absatzfördernd.



**AUFGABE 7** Überlegt, wie eure Kunden euer Angebot in Anspruch nehmen können. Sammelt erste Ideen, mit denen die Marketingabteilung weiterarbeiten kann. Beantwortet dazu bitte folgende Fragen. Nutzt dafür die Vorlage zur Aufgabe 7.

- An welchen unterschiedlichen Orten könnt ihr eure Produkte anbieten? (z. B. wo genau in der Schule? Wenn ihr vorhabt, eure Produkte zu versenden – welche Wege gibt es?)
- Zu welchen Zeiten und besonderen Anlässen könnt ihr eure Produkte verkaufen? (Habt ihr z. B. regelmäßige Öffnungszeiten? Haben da auch die Kunden Zeit? Kann der Verkauf beim Schul- oder Stadtfest sinnvoll sein?)
- Braucht ihr ein Buchungssystem? Wenn ja, wie wird das gestaltet, damit die Kunden am besten „bestellen“ können? (Wollt ihr z. B. Telefonsprechzeiten anbieten? Wollt ihr einen E-Mail-Account für Bestellungen einrichten, der regelmäßig abgerufen wird?)







### Euer Produkt bekannt machen – die Promotion

Alles, was ihr euch bisher zu den Marketing-Faktoren Produkt, Preis und Platz überlegt habt, bringt nur etwas, wenn die Kunden euch und vor allem euer Produkt kennen. Dafür gibt es die Werbung. Es gibt viele Definitionen von Werbung und noch mehr Beschreibungen dafür, was Werbung alles machen kann und darf. Für eure Schülerfirma ist es zunächst wichtig, dass eure möglichen Kunden wissen:

- dass ihr euer Produkt überhaupt anbietet:  
Schülerfirmenname, Logo, Produkt;
- welche Eigenschaften euer Produkt besitzt:  
genaue Beschreibung, Fotos, Funktionsweisen, Größen, Format;
- warum sie dieses Produkt gerade bei euch kaufen sollen:  
weil Schüler für Schüler, weil nachhaltig produziert, weil besonders günstig, weil besonders tolle Qualität (Alleinstellungsmerkmal);
- wie, wann, wo das Produkt erworben werden kann.



**AUFGABE 8** Welche Informationen könnt ihr euren Kunden geben, um ihnen zu einer gut begründeten Kaufentscheidung zu verhelfen? Beantwortet folgende Fragen in der Vorlage zu Aufgabe 8. Eure Marketingabteilung soll mit euren Angaben weiterarbeiten.

- Wer seid ihr und welches Produkt bietet ihr an? Kurz und bündig! (z. B. Unsere Schülerfirma „Gaba-Tech“ verkauft an unserer Schule einen selbst entwickelten Klebstoff für den Bürobedarf.)
- Welche Eigenschaften eures Produkts könnten den Kunden interessieren? (z. B. 50-ml- oder 100-ml-Gläser mit Klebstoff, farblos, geruchslos, klebt Papier, Pappe und Leder, biologisch abbaubar, 3,49 € pro 100 ml.)
- Warum sollen eure Kunden dieses Produkt bei euch kaufen? Was ist das Alleinstellungsmerkmal? (z. B. Wir Schüler haben den Klebstoff selbst erfunden, er ist sowohl gesundheitlich als auch ökologisch unbedenklich und aus reinen Naturmaterialien hergestellt. Die Gläser sind bei uns nachfüllbar.)
- Was strebt ihr mit eurem Marketing an? Wollt ihr den Bekanntheitsgrad des Produkts erhöhen oder das Vertrauen eurer Kunden gewinnen? Steht dahinter noch ein anderer Gedanke? (z. B. „Wir wollen unsere Kunden für einen nachhaltigen Lebensstil begeistern.“)
- Wie könnte eine gute Werbebotschaft – ein Slogan – für euer Produkt lauten? (z. B. „Für die Gesundheit und die Natur: Wir kleben, was zusammengehört!“)
- Wie können eure Kunden das Produkt erwerben? (z. B. Jeden Dienstagnachmittag Verkauf in der Hofpause im Schülerfirmenbüro. Außerdem unter der E-Mailadresse [gaba@klebstoff.de](mailto:gaba@klebstoff.de) bestellbar. Versand per Post möglich.)







**AUFGABE 9** Wir sind ständig von Werbung umgeben: in der U-Bahn, im Fernsehen, im Internet, in Zeitungen, etc. Sicher habt ihr dabei schon verschiedene Methoden wahrgenommen, mit denen Unternehmen ihre Kunden zum Kauf ihrer Produkte bewegen wollen.

Macht euch nun Gedanken darüber, wie ihr eure Werbung einsetzen wollt. Bewertet dazu die folgenden Aussagen und einigt euch in der Gruppe. Eure Marketingabteilung wird diese Bewertungen als Regeln für ihre Werbemaßnahmen mitnehmen.

Aussage 1: Werbung ist dann gut, wenn sie bewirkt, dass Menschen Dinge kaufen, die sie nicht brauchen.

Aussage 2: Werbung ist dann gut, wenn sie es schafft, dass die Produkte weniger können, als die Werbung behauptet.

Aussage 3: Gute Werbung sollte immer auch die Schwächen des Produkts nennen.

Aussage 4: Werbung ist dann besonders gut, wenn niemand merkt, dass es Werbung ist.



**AUFGABE 10** Welche der folgenden Werbekanäle könnten für eure Schülerfirma und das Produkt, das ihr verkaufen wollt, infrage kommen? Wie kann eure Werbung möglichst umweltschonend gestaltet werden (z. B. Verwenden von umweltfreundlichem Papier beim Druck eines Flyers)? Sammelt auch hier Ideen für die Marketingabteilung und benutzt dafür die Vorlage zu Aufgabe 10.





**An welchen unterschiedlichen Orten könnt ihr eure Produkte anbieten?**

(Wo z. B. in der Schule? Wenn ihr vorhabt, eure Produkte zu versenden – welche Wege gibt es?)

**Zu welchen Zeiten und besonderen Anlässen könnt ihr eure Produkte verkaufen?**

(Habt ihr z. B. regelmäßige Öffnungszeiten? Haben da auch die Kunden Zeit? Kann der Verkauf beim Schul- oder Stadtfest sinnvoll sein?)

**Braucht ihr ein Buchungssystem? Wenn ja, wie wird das gestaltet, damit die Kunden am besten „bestellen“ können?**

(Wollt ihr z. B. Telefonsprechzeiten anbieten? Wollt ihr einen E-Mail-Account für Bestellungen einrichten, der regelmäßig abgerufen wird?)



## Vorlage zu Aufgabe 8



### Modul 9 Marketing

#### Wer seid ihr und welches Produkt bietet ihr an? Kurz und bündig!

(z. B. Unsere Schülerfirma „Gaba-Tech“ verkauft an unserer Schule einen selbst entwickelten Klebstoff für den Bürobedarf.)

#### Welche Eigenschaften eures Produktes könnten den Kunden interessieren?

(z. B. 50-ml- oder 100-ml-Gläser mit Klebstoff, farblos, geruchslos, klebt Papier, Pappe und Leder, biologisch abbaubar, 3,49 € pro 100 ml)

#### Warum sollen eure Kunden dieses Produkt bei euch kaufen? Was ist das Alleinstellungsmerkmal?

(z. B. Wir Schüler haben den Klebstoff selbst erfunden, er ist sowohl gesundheitlich als auch ökologisch unbedenklich und aus reinen Naturmaterialien hergestellt. Die Gläser sind bei uns nachfüllbar.)

#### Was strebt ihr mit eurem Marketing an? Wollt ihr den Bekanntheitsgrad des Produkts erhöhen oder das Vertrauen eurer Kunden gewinnen? Steht dahinter noch ein anderer Gedanke?

(z. B. „Wir wollen unsere Kunden für einen nachhaltigen Lebensstil begeistern.“)

#### Wie könnte eine gute Werbebotschaft – ein Slogan – für euer Produkt lauten?

(z. B. „Für die Gesundheit und die Natur: Wir kleben, was zusammengehört!“)

#### Wie können eure Kunden das Produkt erwerben?

(z. B. Jeden Dienstagnachmittag Verkauf in der Hofpause im Schülerfirmenbüro. Außerdem unter der E-Mailadresse gaba@klebstoff.de bestellbar. Versand per Post möglich.)



# Vorlage zu Aufgabe 10



## Modul 9 Marketing

j/n	Werbekanal/Medium	Begründung
	Flyer	
	Poster, Plakat	
	direkte und persönliche Ansprache	
	eigene Facebook-Seite	
	eigene Homepage/Schulhomepage	
	WhatsApp etc.	
	Twitter	
	Radio/Schulradio	
	lokale Zeitungen/Schulzeitung	
	Einladung an Reporterinnen und Reporter	

