MARKETING & WERBUNG

UNTERRICHTSMATERIAL AM BEISPIEL VON JYSK

MARKETING-MIX

ZIELGRUPPE
PTS I UNTERSTUFE

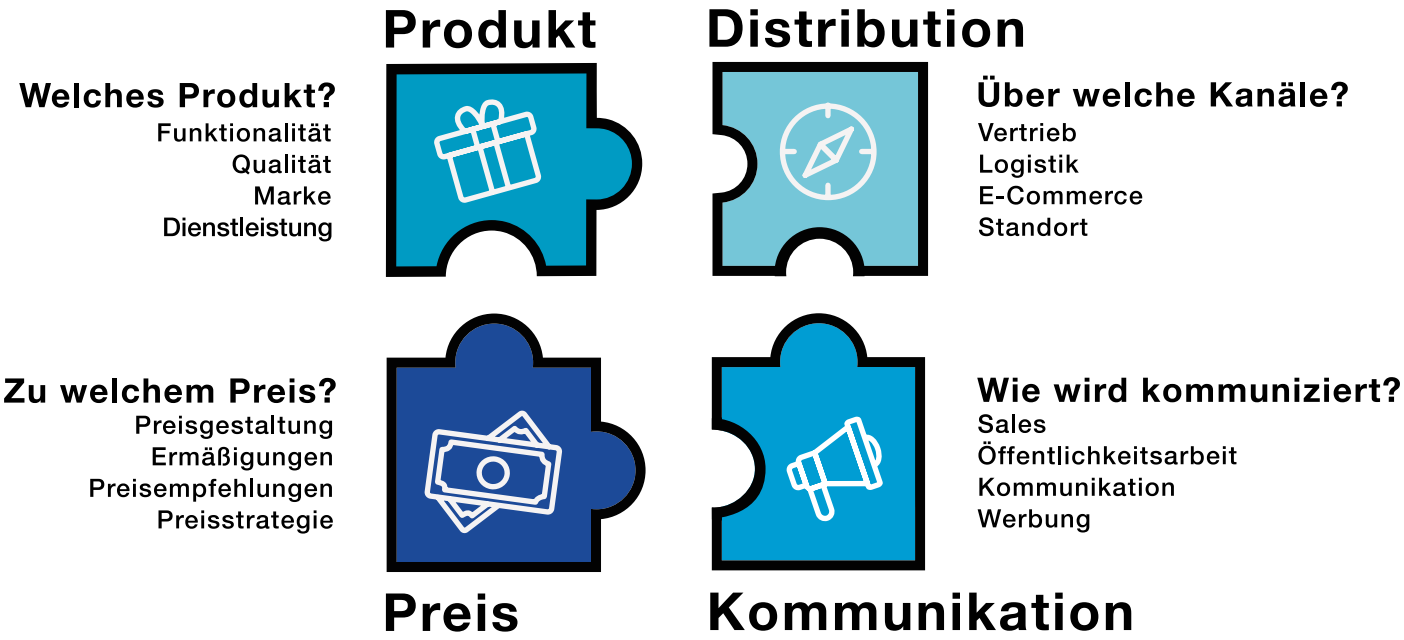
Marketing & Sales gehört für Unternehmen genauso zum Alltag, wie Produktentwicklung, Finanzplanung und Logistik. Daher ist eine strukturierte Herangehensweise im Marketing essentiell und trägt maßgeblich dazu bei, ob ein Produkt oder eine Dienstleistung erfolgreich verkauft wird oder nicht.

Erfolgreiche Produkte – was steckt dahinter?

Wenn ein Unternehmen ein Produkt oder eine Dienstleistung entwickelt, zielt es darauf ab, ein bestimmtes Problem zu lösen oder einem bestimmten Bedürfnis der Kundinnen und Kunden nachzukommen. Da es am freien Markt jedoch unzählige und teilweise auch sehr ähnliche Produkte und Angebote gibt, ist es für ein Unternehmen ausschlaggebend, dass potenzielle Kundinnen und Kunden von ihrem Produkt erfahren und zum Kauf motiviert werden. Daher ist zielgerichtete Werbung in Form einer **Marketing-Strategie** unabdingbar und sollte in Einklang mit der jeweiligen **Unternehmensstrategie** sein. Im Fall eines Unternehmens, das ausschließlich im Luxussegment agiert, machen Rabattschlachten wenig Sinn. Sie würden nur das Prestige des Unternehmens bzw. den Wert der Produkte schmälern. Eine Möglichkeit, Produkte und Dienstleistungen angemessen zu bewerben, ist der **Marketing-Mix**, auch bekannt unter dem Begriff **4-P-Marketing**. Dieser dient dazu, strukturiert und zielgerichtet ein bestimmtes Produkt zu platzieren und zu bewerben. Außerdem soll es nicht dem Zufall überlassen werden, wie erfolgreich der Verkauf ist. Die Marketingverantwortlichen verfügen so über ein nützliches Tool, um die richtigen Entscheidungen treffen zu können.

> WER AUF ANDERE LEUTE WIRKEN WILL, DER MUSS ERST EINMAL IN IHRER SPRACHE MIT IHNEN REDEN.
>
> KURT TUCHOLSKY - SCHRIFTSTELLER

Die 4 Ps im Marketing



Die 4 Ps leiten sich aus dem Englischen ab und stehen für **Product** (Produkt), **Place** (Distributionspolitik), **Price** (Preispolitik) und **Promotion** (Kommunikationspolitik).
Anhand dieser Methode soll ein möglichst ganzheitlicher Ansatz im Marketing verfolgt werden. Durch das Erarbeiten von zielgerichteten Maßnahmen für jedes P können Produkte wie auch Dienstleistungen erfolgreich verkauft werden.

MARKETING-MIX

Der **Marketing-Mix** wurde in den 1960er-Jahren entwickelt, findet jedoch bis heute Verwendung und bildet die Basis für Entscheidungen im Marketing. Aufgrund der Digitalisierung haben sich die Werbemöglichkeiten, vor allem auch die Distributionspolitik, stark gewandelt. Das Grundprinzip ist bis heute gleich geblieben, es wird jedoch immer häufiger durch weitere 3 Ps ergänzt: **People** (Menschen), **Process** (Prozesspolitik) und **Physical Facilities** (Ausstattungspolitik).

Product

Die **Produktpolitik** beinhaltet alle Aspekte eines Produktes: Hier werden Verpackung, Größe, Mengen, Design, Produktvarianten uvm. definiert. Es geht also darum, das Produkt oder die Dienstleistung so detailliert wie möglich zu beschreiben. Weiters entscheidet sich ein Unternehmen, ob es ein einziges Produkt auf den Markt bringt oder mehrere Produkte unter einer Marke vertreibt.

Price

Die **Preispolitik** ist ein wesentliches **Steuerungselement** und muss auf das Produkt, den **Vertriebsweg** und die gesamte **Unternehmensstrategie** abgestimmt werden. Steht ein Unternehmen beispielsweise für hochwertige Produkte, können dafür tendenziell höhere Preise angesetzt werden. Abgesehen von der Fülle an Aspekten, die bei der Preisgestaltung mit einbezogen werden müssen, wie **Materialkosten, Transport, Personalkosten** usw., sollte das Unternehmen auch festlegen, ob **Rabatte** gewährt werden oder ob möglicherweise Zusatzleistungen mit dem Kauf des Produktes bzw. der Dienstleistung verbunden sind.

Place

In der **Distributionspolitik** wird festgehalten, wo ein Produkt erhältlich ist, aber auch wo **Werbung** platziert wird. Das Unternehmen entscheidet, was der **richtige Ort** für das jeweilige Produkt ist. Gerade im digitalen Zeitalter bezieht sich dieser Ort nicht nur auf physische **Geschäftslokale,** sondern auch auf sämtliche **online-Plattformen und Distributionskanäle**. Die Produkte bzw. Dienstleistungen können sowohl über den **direkten Kanal** (ohne Händler/offline oder online) als auch über einen indirekten Kanal (über Händler/offline oder online) sowie über ausschließlich **digitale Kanäle** (online) vertrieben werden.

Promotion

Die **Kommunikationspolitik** legt fest, wie ein Unternehmen am besten seine Kundinnen und Kunden anspricht. Dafür gibt es zahlreiche Möglichkeiten, die sich vor allem im digitalen Zeitalter stark gewandelt haben. Begriffe wie **Direktmarketing, Event-Marketing** und **Print-Mailing** wurden durch **Social-Media-Marketing** und **Suchmaschinen-Marketing** ergänzt bzw. teilweise abgelöst. Hier hat sich auch der Begriff **„digitaler Marketing-Mix“** etabliert. Wichtig dabei ist, dass die Werbemaßnahmen immer zur **Unternehmensphilosophie** und zum Produkt passen.

Arbeitsaufgaben

ARBEITSAUFGABE 1:

Deine Freundin/dein Freund kann mit den 4 Ps nicht viel anfangen. Erkläre ihm/ihr in eigenen Worten, was hinter den Ps steckt.

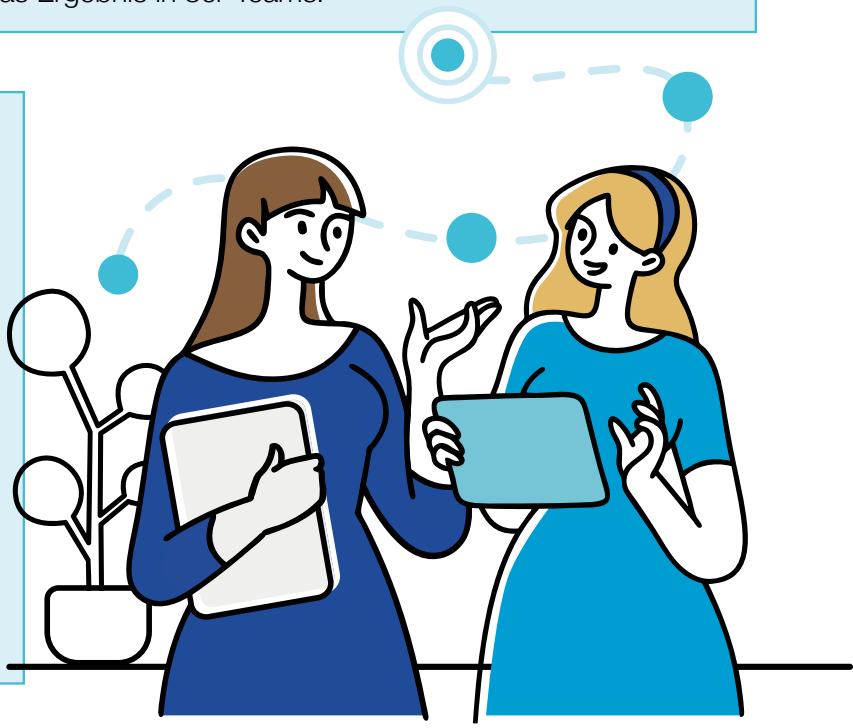
ARBEITSAUFGABE 2:

Recherchiere im Internet, was hinter den weiteren 3 Ps steckt, die heute ebenfalls zum Marketing-Mix zählen. Notiere ein paar Stichworte und diskutiere das Ergebnis in 3er-Teams!

SCHOOLGAMES Jobprofil:

Store Manager:in

Du dekorierst und planst gerne? Außerdem macht es die Spaß, andere zu motivieren und gemeinsam ein tolles Ergebnis zu erzielen? Dann schau dir dieses Jobprofil an!



4 PS IN DER PRAXIS

Beispiel 1 – Matratzen bei JYSK

Die richtige Matratze hilft dir, dich zu entspannen und gut zu schlafen. Lass dich bei der großen Auswahl von uns bei JYSK beraten und finde heraus, ob du eine **weiche, mittelfeste** oder **feste Matratze** brauchst. Erfahre auch, ob zu deinen Schlafbedürfnissen eine **Federkernmatratze** oder eine **Schaumstoffmatratze** passt. Sieh dir unseren online **Matratzen-Guide** an oder lass dich in einer JYSK-Filiale ganz persönlich zu deinem neuen Schlafsystem beraten. Profitiere auch von unseren **Matratzen-Aktionen!**
Info & Werbung auf JYSK-Website

ARBEITSAUFGABE 3:

Wie wurden die 4 Ps in diesem Beispiel umgesetzt – notiere und begründe!

Beispiel 2 – Stell dir folgende Situation vor:

JYSK bringt eine neue Matratze mit den Maßen 140 x 200 cm auf den Markt. Diese sollen vor allem bei Jugendlichen Anklang finden.

Product

Da der Trend bei Jugendlichen von Einzelbetten zu französischen Betten geht, hat man speziell die körperlichen Eigenschaften von Jugendlichen untersucht und sowohl eine neue Federkernmatratze als auch eine neue Schaumstoffmatratze für dieses Maß auf den Markt gebracht.

Price

Zur Einführung dieses Produktes gibt es eine Matratzen-Aktion. Die ersten 1.000 Matratzen mit den Maßen 140 x 200 cm werden zum halben Preis verkauft.

Place

Das Produkt soll in allen JYSK-Filialen sowie im Online-Shop erhältlich sein, um den Kundinnen und Kunden die optimale Flexibilität beim Einkauf zu ermöglichen.

Promotion

Damit die Zielgruppe der Jugendlichen und deren Eltern von dem neuen Produkt und der Aktion erfahren, soll eine Kampagne mit TV-Werbespots, Posts in Social-Media-Kanälen sowie Anzeigen in öffentlichen Verkehrsmitteln gestartet werden.

ARBEITSAUFGABE 4:

Wähle ein Produkt aus deinem Alltag. Schreibe 2–3 Sätze zu jedem P auf. Tausche dich im Anschluss mit einem Freund/einer Freundin aus.

Quiz

Überlege dir, welche der 4 Ps auf die folgenden Aussagen zutreffen und kreuze an. Es sind jeweils 0–4 Ps pro Aussage möglich. Notiere auch eine Begründung für deine Entscheidung.

	PRODUCT	PLACE	PROMOTION	PRICE
„Bringe deine eigene Tasche - Spare 10% auf alles was in deine Einkaufstasche passt!“				
Wir überlegen, das Bettgestell KILDEN nun auch in Weiß anzubieten.				
Produkte aus der Nordic Mood Collection werden an Influencer versendet, damit sie diese auf ihren Kanälen präsentieren.				
Aufgrund eines TV-Spots eines Konkurrenzunternehmens wurde der Verkauf von Matratzen angekurbelt.				
Im Online-Shop findet man Artikel, die nur online erhältlich sind. So kann JYSK den Kunden eine größere Auswahl anbieten.				
Für die neue Herbst/Winter-Kollektion ist ein TV-Werbespot geplant. Dazu passend wird es auch ein Sonderangebot geben.				
Es besteht die Idee, Handtücher in Zukunft auch im 3er-Pack anzubieten. Diese werden mit einer Kordel zusammengehängt und enthalten je 3 Handtücher derselben Farbe in unterschiedlichen Größen – 1 Badetuch, 1 Duschhandtuch und 1 kleines Handtuch für die Hände. Um sicherzustellen, dass keine Handtücher herausrutschen, werden sie zusätzlich miteinander verbunden. Der 3er-Pack ist um 1 Euro günstiger als die 3 einzeln gekauften Handtücher. Damit möglichst viele Kundinnen und Kunden von dem Angebot erfahren, würden die Handtuchpakete sowohl in der Badezimmer-Abteilung als auch im Kassenbereich in großen Körben angeboten werden.				
Um die neuen Schreibtische für Jugendliche anzupreisen, entscheidet sich die Marketing-Abteilung für Werbung auf diversen Social-Media-Kanälen.				
In der Rubrik „Outlet“ werden Restposten und Auslaufartikel zu einem besonders günstigen Preis angeboten.				
„Neueröffnung in Wien – spare 20–60 % auf viele Matratzen, Bettdecken, Kopfkissen & Bettwäschen.“				

ARBEITSAUFGABE 5:

Diskutiere mit einem Freund/einer Freundin deine Ergebnisse und überlegt gemeinsam, ob eure Begründungen schlüssig sind.

Welche Rolle spielt der Marketing-Mix im Verkauf?

Es ist soweit: Lea bekommt endlich ein neues Zimmer. Sie sucht im Internet nach Inspiration. Dann steckt ein Flyer im Postkasten, auf dem ihr absolutes Traumbett zu sehen ist. Gemeinsam mit ihrer Mama geht sie zum JYSK und sieht sich um. Die Auswahl ist sehr groß – das Bett aus der Werbung ist ausgestellt und man kann es direkt ausprobieren. Da kommt auch schon Magdalena (Lehrling im Einzelhandel) auf die zwei zu und fragt, ob sie ihnen behilflich sein kann.

Lea: Ja, sehr gerne – ich darf mir ein neues Bett
aussuchen und habe ein schönes in der Werbung gesehen. Ich weiß aber nicht, welche
Größe am besten in mein Zimmer passt.

SCHOOLGAMES Jobprofil:

Lehrling im Einzelhandel
Möchtest du in deinem Job gerne viel mit Menschen zu tun haben?
Dann schau dir diesen Lehrberuf an!

Magdalena: Wie groß ist denn dein Zimmer?
Dann wissen wir, ob wir bei den französischen Betten mit den Maßen 140 x 200 cm oder bei den Standardmaßen 90 x 200 cm schauen sollen.

Lea: Mein Zimmer ist ca. 15 m² groß. Ich hätte also sehr gerne ein französisches Bett, auf dem ich auch untertags gemütlich lesen kann.

Die auszubildende Einzelhandelskauffrau zeigt Lea ein Bett mit einem gepolsterten Kopfteil.
Das gefällt Lea auf Anhieb und so geht es gleich weiter zu den Matratzen.
Hier gibt es ebenfallseine große Auswahl.

Magdalena: Wie schläfst du am liebsten? Auf dem Bauch, am Rücken oder auf der Seite?
Das ist entscheidend für die Art der Matratze.

Lea: Ich schlafe gerne auf der Seite ein, drehe mich in der Nacht aber in alle Richtungen – was macht da Sinn?

Magdalena: Der Grund für deinen unruhigen Schlaf kann auch an der falschen Matratze liegen.
Ich würde dir eine Matratze mit robustem Stützkern und ausreichender Druckentlastung empfehlen.
Zusätzlich kannst du den Bezug waschen und auch tagsüber auf deinem neuen Bett entspannen.

Lea: Das klingt gut. Ich teste sie gerne. – Die Matratze ist sehr bequem.
Wieviel kostet sie denn?

Magdalena: Die Matratze kostet 400 €.

Lea: Oh, das ist aber sehr viel Geld. Gibt es da vielleicht einen Rabatt, wenn ich auch das Bettgestell dazunehmen?

Magdalena: Das kann ich leider nicht selbst entscheiden. Ich frage gerne meine Kollegin, unsere Store-Managerin. Einen Moment bitte.

Kurze Zeit später kommt Magdalena mit Michaela zurück. Sie hat erst vor Kurzem eine Lehre zur Einzelhandelskauffrau bei JYSK abgeschlossen und wurde zur Store Managerin befördert. Michaela ist ebenfalls sehr freundlich und macht Lea ein tolles Angebot. Sie empfiehlt eine Kombination von Bettgestell, Kopfteil, Matratze, Matratzenschoner und Lattenrost mit einem unschlagbaren Preisnachlass.

Lea: Danke, das klingt nach einem tollen Preis. (Lea überlegt einen Augenblick)
Hier ist alles so schön dekoriert. Die Zierkissen und Decken sind farblich abgestimmt – das gefällt mir sehr gut. Damit es bei mir zu Hause auch so gemütlich wird, nehme ich gleich noch 2 Zierkissen und die schöne grüne Tagesdecke mit.

Da hat die Store Managerin wohl genau Leas Geschmack getroffen und so mehr Umsatz erzielt.

Während Lea und ihre Mama sich noch ein wenig im Geschäft umsehen, gibt Magdalena die Bestellung ein. Dazu kontaktiert sie die Logistik, um zu erfahren, ob die gewünschten Produkte lieferbar sind.
Leider hat Lea bei den Lieferzeiten weniger Glück. Aufgrund der hohen Nachfrage können Bett und Matratze erst in 10 Wochen im Geschäft abgeholt werden. Da die Produkte sperrig sind und in den PKW von Leas Mama nicht passen - erhalten sie die Zustellung der Produkte ebenso kostengünstig.

Lea: Danke für die gute Beratung – ich freue mich schon auf mein neues Bett!

Knapp 10 Wochen später erhält Leas Mama einen Anruf vom Kundenservice und alle Produkte werden in der nächsten Woche zugestellt. Da sie in der Zwischenzeit in der Schule etwas über den Marketing-Mix und die 4 Ps gelernt hat, geht sie in Gedanken noch einmal alles durch und stellt fest, dass auch bei ihrem Kauf alle Kernthemen des Marketing-Mix zur Anwendung kamen.

ARBEITSAUFGABE 6:

Lies die Szene noch einmal durch und überlege dir, welche Aussagen im Text den einzelnen Ps im Marketing-Mix zugeordnet werden können. Unterstreiche die entsprechenden Stellen im Text und begründe!

Mehr Infos zum Unternehmen, Jobangebote und Ansprechpartner für SchülerInnen.

WEITERE UNTERRICHTSMATERIALIEN
Die SCHOOLGAMES bieten Unterrichtsmaterialien für unterschiedliche Schulfächer kostenlos zum Download an. Am Beispiel realer Unternehmen werden Themen aus dem Lehrstoff praxisnah erklärt.
Alle Materialien unter: www.schoolgames.eu/lehrmaterial

Lösung Quiz

	Product	Place	Promotion	Price
„Bringe deine eigene Tasche - Spare 10% auf alles was in deine Einkaufstasche passt!“				x
Wir überlegen, das Bettgestell KILDEN nun auch in Weiß anzubieten.	x			
Produkte aus der Nordic Mood Collection werden an Influencer versendet, damit sie diese auf ihren Kanälen präsentieren.			x	
Aufgrund eines TV-Spots eines Konkurrenzunternehmens wurde der Verkauf von Matratzen angekurbelt.				
Im Online-Shop findet man Artikel, die nur online erhältlich sind. So kann JYSK den Kunden eine größere Auswahl anbieten.		x		
Für die neue Herbst/Winter-Kollektion ist ein TV-Werbespot geplant. Dazu passend wird es auch ein Sonderangebot geben.			x	x
Es besteht die Idee, Handtücher in Zukunft auch im 3er-Pack anzubieten. Diese werden mit einer Kordel zusammengehängt und enthalten je 3 Handtücher derselben Farbe in unterschiedlichen Größen – 1 Badetuch, 1 Duschhandtuch und 1 kleines Handtuch für die Hände. Um sicherzustellen, dass keine Handtücher herausrutschen, werden sie zusätzlich miteinander verbunden. Der 3er-Pack ist um 1 Euro günstiger als die 3 einzeln gekauften Handtücher. Damit möglichst viele Kundinnen und Kunden von dem Angebot erfahren, würden die Handtuchpakete sowohl in der Badezimmer-Abteilung als auch im Kassenbereich in großen Körben angeboten werden.	x	x		x
Um die neuen Schreibtische für Jugendliche anzupreisen, entscheidet sich die Marketing-Abteilung für Werbung auf diversen Social-Media-Kanälen.			x	
In der Rubrik „Outlet“ werden Restposten und Auslaufartikel zu einem besonders günstigen Preis angeboten.		x		x
„Neueröffnung in Wien – spare 20–60 % auf viele Matratzen, Bettdecken, Kopfkissen & Bettwäschen.“				x