



Unterrichtseinheit: Haarshampoo selbst herstellen und vermarkten

Marketing: viel mehr als nur Werbung

Möchte man ein Haarshampoo verkaufen, sollte man sich unbedingt die Grundlagen des Marketings zunutze machen.

Im Allgemeinen beschreibt Marketing einen breiten Aufgabenbereich innerhalb der Leitung eines Unternehmens. Diese orientiert sich dabei unbedingt an dem Verkaufsmarkt und ist genau darauf ausgerichtet, die Wünsche möglicher zukünftiger Kundinnen und Kunden zufrieden zu stellen. Das Konzept der Führung eines Unternehmens beinhaltet sämtliche Maßnahmen, die die Kaufentscheidung des Kunden beeinflussen sollen. Außerdem versteht man unter Marketing den Bereich eines Unternehmens, der für die Vermarktung von Produkten verantwortlich ist.

Das Ziel des Marketings ist immer, den Gewinn des Unternehmens zu steigern. Hierfür gibt es verschiedene Werkzeuge, die dies ermöglichen sollen: die *vier P's*. Zu diesen vier *P's* gehören: *Product, Price, Promotion* und *Place* beziehungsweise auf Deutsch Produkt, Preis, Kommunikation und Distribution. Die vier Marketinginstrumente werden oftmals unter dem Begriff Marketingmix zusammengefasst.

Beim Marketinginstrument *Product* geht es zum Beispiel um den Namen des Produktes oder wie es später verpackt werden soll. Sowohl die Wahl eines ansprechenden Namens als auch das Design des Shampoos können großen Einfluss auf das zukünftige Kaufverhalten der Kundschaft haben. Die Produktpolitik schließt alle Entscheidungen und Handlungen ein, die im engen Zusammenhang mit dem zu verkaufenden Produkt stehen, und ist somit die wichtigste Säule des 4P-Marketing-Mix.

Bevor man den *Price* eines bestimmten Produktes bestimmt, sollte man alle entstehenden Produktionskosten kalkulieren und sich auch die Preise der Konkurrenz genau anschauen. Ebenso sollte man sich die Frage stellen, ob Rabattaktionen für die Steigerung des Verkaufs vorteilhaft sein können. Ziel dieser Preispolitik ist es, bei einem fairen

Preis-Leistungs-Verhältnis einen möglichst hohen Gewinn zu erzielen.

Auch die *Promotion* ist ein wichtiger Bestandteil für die Vermarktung. Dabei handelt es sich grob gesagt um alle Maßnahmen, die dazu führen, dass Kundinnen und Kunden das Produkt kaufen. In diesem Bereich werden Fragen gestellt wie: Wo ist die Werbung besonders effektiv? Kann eine Fernsehwerbung für den Verkauf sinnvoll sein oder sollte diese besser in Zeitschriften, Zeitungen oder im Radio eingesetzt werden? Abhängig von der Zielgruppe muss hier die Werbung ganz genau abgestimmt werden. Dabei beschreibt die Zielgruppe eine Gruppe an potentiellen Käuferinnen und Käufern, die von der Werbung besonders angesprochen werden soll.

Unter dem vierten P (*Place*) versteht man die Art und Weise, wie beziehungsweise wo das Produkt verkauft wird. Onlineshops sind für jüngere Kundinnen und Kunden attraktiv, wohingegen ältere Menschen tendenziell lieber in ein Geschäft gehen, um ihre gewünschten Produkte zu kaufen. Man sollte sich also unbedingt die Bedürfnisse der Zielgruppe genauer anschauen und die Entscheidungen demnach anpassen.

AUFGABEN

1. Nenne eine Definition von Marketing. ☆
2. Was versteht man unter dem Begriff Marketingmix? ☆ ☆
3. Entwickelt in Gruppen einen Marketingplan für euer Haarshampoo. Achtet dabei auf den Marketingmix. Wie kann euer Produkt aus der breiten Masse hervorstechen und sich von der Konkurrenz abheben? ☆ ☆ ☆



Lösungen

Aufgabe 1

Marketing beschreibt den Bereich eines Unternehmens, der für den erfolgreichen Verkauf der Produkte zuständig ist und dabei die Bedürfnisse möglicher zukünftiger Kunden zufriedenstellt.

Aufgabe 2

Der Begriff Marketingmix beschreibt die Koordination beziehungsweise das Zusammenwirken vier verschiedener Marketinginstrumente: Produkt, Preis, Kommunikation und Distribution.

Aufgabe 3

Individuelle Lösungen. Die entwickelten Marketingpläne können im Anschluss der Gruppenarbeit in der Klasse vorgestellt und diskutiert werden.