



## Modul B – Vertriebsformen und Marketing

### Baustein 4: Ausschreibung: Dekorations- und Werbekonzept für die „Nachhaltigen Wochen“

Lernfeld	10, 13
Lernziel	Die Schüler*innen sollen... unter Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten ein Dekorations- und Werbekonzept erstellen; die verschiedenen Faktoren der Planung nachvollziehen können; ihr Konzept im Rahmen eines Pitches präsentieren.
Dauer	180 min Erarbeitung: 90–135 min Präsentation/Pitch: 45–90 min
Methode	Gruppen-/Einzelarbeit, Pitch
Arbeitsmaterial	Plakate, Stifte, Stellwände, Klebestifte, alte Kataloge und Zeitschriften, nach Möglichkeit Internetzugang und Drucker
Durchführung	<p>Zunächst sollen sich die Schüler*innen in Kleingruppen zusammenfinden. Ihnen steht es dabei frei, auch alleine zu arbeiten. Sie werden anschließend gebeten, sich in folgende fiktive Situation zu versetzen:</p> <p><i>Die Geschäftsleitung Ihres Reisebüros plant in diesem Jahr erstmalig die Durchführung sogenannter „Nachhaltiger Wochen“. In diesem Rahmen veranstaltet sie eine interne Ausschreibung, in der Sie als Mitarbeiter*innen darum gebeten werden, ein Dekorations- und Werbekonzept zu erstellen. Die Ergebnisse sollen in Form eines Pitches präsentiert werden.</i></p> <p>Teilen Sie dazu auch das beiliegende Arbeitsblatt aus. Anschließend begeben sich die Schüler*innen in ihre Arbeitsgruppen, in denen sie die Organisation des Arbeitsauftrags selbstständig übernehmen sollen.</p> <p>Am Ende der Erarbeitungsphase kommen alle Gruppen im Plenum zusammen und pitchten nacheinander ihre Konzepte. Die übrigen Schüler*innen werden derweil gebeten, sich in die Rolle der</p>



Geschäftsleitung zu versetzen und Notizen zu machen. Nachdem alle Gruppen ihre Ideen vorgestellt haben, kann per Abstimmung entschieden werden, welche Idee die Ausschreibung „gewinnt“ und den Zuschlag bekommt.

Nach der Entscheidung sollte noch etwas Zeit bleiben, um die Rollen aufzulösen und die Aufgabe zu reflektieren. Mögliche Fragen hierbei könnten sein:

- Wie leicht/schwer ist es Ihnen gefallen, den Aspekt der Nachhaltigkeit in der Planung zu berücksichtigen?
- Was würden Sie zukünftig anders machen?

#### Hinweise

Um einen Eindruck davon zu bekommen, wie ein Pitch gestaltet sein könnte, bietet sich an, mit der Klasse ein Beispiel aus einer Sendung eines privatrechtlichen Senders anzusehen, z.B.

<https://www.youtube.com/watch?v=voEXjFvJNCA> (ab 1:00)





## Arbeitsblatt

### Interne Ausschreibung

*Sehr geehrte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,*

*in diesem Jahr gestaltet unser Reisebüro erstmalig eine nachhaltige Woche, in der wir verstärkt auf die Möglichkeiten und Vorteile von Nachhaltigem Tourismus aufmerksam machen wollen.*

*Zu diesem Zweck benötigen wir ein ansprechendes Dekorations- und Werbekonzept für unsere Filiale und bitten Sie, die Ausarbeitung zu übernehmen! Ihre Ideen präsentieren Sie der Geschäftsleitung, die das beste Konzept auswählen und prämiieren werden. Die Gewinner dürfen ihr Konzept nicht nur in der Filiale umsetzen, sondern sie erwartet auch noch ...*

*Mit freundlichen Grüßen*

*Ihre Geschäftsleitung*

### Aufgabe

Erarbeiten Sie in Kleingruppen ein Konzept zur Umsetzung einer thematisch passenden Dekoration zum Thema „Nachhaltig reisen“. Überlegen Sie sich, wie Sie ihr Konzept ansprechend präsentieren können. Planen Sie hierzu einen kurzen Pitch, den Sie am Ende vorstellen.

Machen Sie sich für das Konzept Gedanken über:

- die Dekorations- und Werbeidee
- die praktische Umsetzung
- benötigte Materialien
- benötigte Ressourcen (Mitarbeiter\*innen, Budget, ...)
- einen (groben) Zeitplan

#### Was ist ein Pitch?

Der Begriff „Pitch“ entstammt dem Werbungs- und Wirtschaftsbereich und meint eine Präsentation, mit der sich um einen Auftrag bemüht wird. Er zeichnet sich dadurch aus, dass er meist knapp gehalten ist und nur die (für den Kunden) wichtigsten Informationen enthält. Er kann visuell unterstützt werden oder rein sprachlich gehalten sein. Im Gegensatz zu einer einfachen Präsentation, darf ein Pitch durchaus spannend gestaltet werden. Er soll das Interesse der\*des Zuhörers\*in wecken, sodass diese\*r sich am Ende für das Produkt oder die Idee entscheidet.

Quelle: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/pitch.html>