

# SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

Auszug aus:

*What are the 7 Ps? - The extended marketing mix*

Das komplette Material finden Sie hier:

[School-Scout.de](https://www.school-scout.de)



# What are the 7 Ps? – The extended marketing mix

Von David Pearson, Lemgo

In welchem wirtschaftlichen Bereich sind 7 statt der klassischen 4 Ps relevant? Was beinhalten diese zusätzlichen Ps? Und wie wendet ein bekanntes amerikanisches Kaffeehaus sie an?

In dieser Unterrichtseinheit lernen Ihre Schüler die sieben Instrumente des erweiterten Marketing-Mix kennen. Sie erarbeiten den Wortschatz, mithilfe dessen sie sicher über die Umsetzung der 7 Ps reden können. So fällt es Ihren Lernenden anschließend leicht, diese auf der Internetseite eines großen Unternehmens zu identifizieren oder sie in ansprechenden Fallbeispielen selbst einzusetzen.



© Thinkstock/iStock

In der Dienstleistungsbranche sollte der Kunde bei der Entwicklung einer Marketingstrategie verstärkt berücksichtigt werden.

## Das Wichtigste auf einen Blick

### Kompetenzen

- Wortschatz und Redemittel zum Thema Marketing erweitern und festigen
- die sieben Elemente des erweiterten Marketing-Mix kennen
- eine eigene Marketingstrategie entwickeln

### Dauer

5 Schulstunden (+Test)

### Niveau

B1  
(mit Differenzierungsmaterial für A2 und B2)

### Ihr Plus

Evaluationsbogen zur Bewertung einer Posterpräsentation, anschauliche Fallbeispiele

## Fachliche Hinweise

### Der erweiterte Marketing-Mix – die 7 Ps und ihre Bedeutung

Unter dem **Begriff Marketing-Mix** versteht man die Kombination verschiedener Instrumente, mit denen Marketingstrategien erfolgreich umgesetzt werden. Sie bilden die Basis für das gut strukturierte Auftreten eines Unternehmens auf dem Markt.

#### Was sind die 4 Ps?

Der klassische Marketing-Mix setzt sich üblicherweise aus vier Instrumenten zusammen, die kurz **die 4 Ps** genannt werden (englisch für *product*, *price*, *place* und *promotion*). Im Deutschen werden diese vier Elemente als Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik bezeichnet. So produziert ein Autohersteller hochwertige Fahrzeuge (*product*), die den Vorstellungen anspruchsvoller Kunden gerecht werden, und bietet diese hochpreisig an (*price*). Der Hersteller beschließt, die Ware in Autohäusern zum Kauf anzubieten (*place*) und sie im Fernsehen zu bewerben (*promotion*). Durch das richtige Zusammenspiel der vier Elemente soll ein optimales wirtschaftliches Ergebnis für den Hersteller sowie eine hohe Kundenzufriedenheit erzielt werden.

#### Was beinhaltet der erweiterte Marketing-Mix?

Inzwischen werden besonders in der **Dienstleistungsbranche** den klassischen 4 Ps drei weitere Ps hinzugefügt, sodass diese Branche in ihrer Marketingplanung insgesamt **7 Ps** berücksichtigt. Grund hierfür ist die **zunehmende Kundenorientierung** in diesem Sektor. Hinzu kommt, dass die Produkte häufig keine materielle Ware sind. Diesen Unterschieden in der Vermarktung von greifbaren Produkten und Dienstleistungen wird durch den **erweiterten Marketing-Mix** Rechnung getragen. Die drei zusätzlichen Ps sind *physical facilities*, *people* und *process*. Durch die Berücksichtigung der **physical facilities** (Ausstattungspolitik) wird gewährleistet, dass Läden und Filialen wie z. B. Banken und Friseursalons kundenfreundlich gestaltet sind. Das Element *people* (Personalpolitik) bezieht sich auf fachkundige und kundenfreundliche Angestellte, die durch die angemessene Interaktion mit der Zielgruppe optimal auf die Bedürfnisse dieser reagieren können. Unter *process* (Prozessmanagement) werden Abläufe zusammengefasst, die das Konsumieren von Produkten und Dienstleistungen vereinfachen (z. B. ein Friseur, der auch Hausbesuche anbietet) oder mithilfe derer mit Kundenbeschwerden umgegangen wird (z. B. eine Kundentelefonhotline).

Alle 7 Ps haben Auswirkungen auf den Absatz eines Artikels oder einer Leistung. Daher sollten bei der Vermarktung eines Produkts in der Dienstleistungsbranche alle sieben Instrumente in der Entwicklung einer Marketingstrategie berücksichtigt werden.

## Didaktisch-methodische Hinweise

### An welches Niveau richtet sich die Unterrichtseinheit?

Diese Einheit richtet sich an Schülerinnen und Schüler<sup>1</sup> mit **B1-Niveau**. Vorkenntnisse auf dem Gebiet des Marketings werden vorausgesetzt. Die Reihe kann als Weiterführung und Vertiefung der Unterrichtseinheit „*How to market a product – understanding the world of marketing*“ (erschieden im Grundwerk) eingesetzt werden. Die dort eingeführten 4 Ps werden hier wiederholt und um drei Ps erweitert.

Für **Lernende auf A2- und B2-Niveau** werden differenzierende Arbeitsblätter auf der beiliegenden **CD 9** angeboten. Hier finden Sie für Schüler auf **A2-Niveau** vereinfachte Versionen der Arbeitsblätter M 2, M 5 und M 6 sowie M 7. In **M 2** sind zusätzliche Begriffe angegeben. Der **Informationstext (M 5)** ist einfacher und die zugehörigen Verständnisfragen weniger umfangreich. Die **Untersuchung der Internetseite (M 7)** wird durch die Angaben von Links erleichtert. Für Lernende auf **B2-Niveau** finden Sie hier eine schwierigere Version von **M 7**. Die Internetrecherche ist anspruchsvoller, da sie nicht durch zusätzliche Fragen gelenkt wird und die Schüler eine komplexere Webseite untersuchen.

**Weitere Differenzierungsmöglichkeiten** zu den Aufgaben der Materialien finden Sie in den Hinweisen.

<sup>1</sup> Im weiteren Verlauf wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit nur „Schüler“ verwendet.

### Welche Berufsgruppen werden berücksichtigt?

Das Thema Marketing ist für alle **dienstleistungsorientierten Berufsgruppen** relevant. Die Fallbeispiele, in denen die Schüler einen Marketing-Mix für Dienstleistungen entwickeln, berücksichtigen die Fitness- und Friseurbranche. Sie sind jedoch so gewählt, dass sie sich auch gut auf andere Branchen übertragen lassen.

### Welche Methoden und Materialien kommen zum Einsatz?

Zur Wiederholung und Sicherung des erarbeiteten Wortschatzes kommt das **fly swatters game (M 4)** zum Einsatz. Außerdem kategorisieren die Schüler das erlernte Vokabular (**M 2**), wenden es in einem **Lückentext (M 3)** an und sichern ihr Textverständnis anhand von **True-false-Aufgaben (M 6)**. Im Rahmen einer **Internetrecherche (M 7)** untersuchen sie die Webseite eines namhaften Dienstleistungsunternehmens auf die Umsetzung des erweiterten Marketing-Mix. Anhand realitätsnaher **Fallbeispiele (M 8)** entwickeln die Lernenden abschließend eine eigene Marketingstrategie, die sie in einer **Posterpräsentation** mit anschließendem **gallery walk** vorstellen. Die Schüler bewerten die Poster in einer **peer evaluation (M 10)**.

### Wie wird der Wortschatz erarbeitet?

Ziel dieser Unterrichtseinheit ist u. a. das Erlernen von **Fachvokabular** und Redemitteln zum Thema „Extended marketing mix“. In der **ersten Stunde (M 1–M 4)** erarbeiten sich die Schüler anhand eines Texts und mithilfe von **Vokabelübungen** wie z. B. einer *matching exercise* grundsätzliche Begriffe, die im weiteren Verlauf der Einheit zur Anwendung kommen. In **M 5 und M 6** wird der Wortschatz mithilfe eines **Sachtexts** und zugehöriger Verständnisfragen erweitert. Die **thematische Wortschatzliste (M 11)** fasst die wesentlichen Ausdrücke zusammen. Am besten teilen Sie diese nach Beendigung der ersten Stunde aus, sodass die Schüler sie während der folgenden Unterrichtsstunden als Hilfsmittel nutzen können.

### Wie wird der Lernerfolg überprüft?

Am Ende der Einheit überprüfen die Lernenden ihre sprachlichen Fähigkeiten und ihr Wissen in einem schriftlichen **Test (M 12)**. Dieser besteht aus einer Wortschatzabfrage und dem Erstellen eines Marketing-Mix. Die **poster presentation (M 8)**, die in der 4./5. Stunde stattfindet, kann in die Note mit einfließen. In dieser stellen die Schüler die Relevanz des erweiterten Marketing-Mix für die Dienstleistungsbranche anhand eines Fallbeispiels dar. Die Poster werden von der Lerngruppe in einer **peer evaluation (M 10)** nach *layout, structure, content* und *language* bewertet.

### Welche Bedeutung hat das Portfolio?

Am Ende der Unterrichtssequenz evaluieren die Schüler mithilfe des Portfolios ihren Lernstand und halten gleichzeitig ihre Lernziele fest. Sie beurteilen ihre Kompetenzen in folgenden Bereichen:

- im Bereich Marketing kommunizieren
- Inhalte und Funktion des erweiterten Marketing-Mix kennen und anwenden
- eine Posterpräsentation durchführen und bewerten

### Welche ergänzenden Medien können Schüler und Lehrer nutzen?

- [www.bized.co.uk/learn/business/marketing/mix/index.htm](http://www.bized.co.uk/learn/business/marketing/mix/index.htm)  
Hier finden Sie Arbeitsblätter und Übungen zum Bereich Marketing, mit denen Sie das Thema vertiefen und erweitern können.
- <http://businesscasestudies.co.uk/business-theory/marketing/the-extended-marketing-mix-7ps.html>  
Auf dieser Seite werden Fallbeispiele aufgeführt, die Einblicke in Unternehmen wie z. B. Aldi gewähren und so die 7 Ps des Marketings veranschaulichen.

## Verlaufsübersicht

1. Stunde: The extended marketing mix – introducing the 7 Ps	
Material	Verlauf
M 1	<b>What do you already know about marketing?</b> / die 7 Ps den entsprechenden Bildern zuordnen und die Instrumente erklären
M 2	<b>Matching marketing terms – find the right P</b> / Begriffe den 7 Instrumenten zuordnen und eigenständig zusätzliche Begriffe finden
M 3	<b>Products vs services – the 4 Ps and the 7 Ps</b> / einen Informationstext lesen und Verständnisaufgaben bearbeiten
M 4	<b>Hit the word! – A vocabulary game</b> / Vokabeln zum Thema spielerisch festigen
<i>Stundenziel:</i>	Die Schüler beherrschen den grundlegenden Wortschatz und haben ein erstes inhaltliches Verständnis vom erweiterten Marketing-Mix.

2./3. Stunde: Marketing in the service industry – learning about the extended marketing mix	
Material	Verlauf
M 5	<b>What do the extra Ps stand for? – Gathering information</b> / anhand eines Informationstexts die Funktion und Bedeutung der drei neuen Marketinginstrumente erarbeiten
M 11	<b>Vocabulary: The 7 Ps of the extended marketing mix</b> / thematische Wortschatzliste
M 6	<b>Checking your understanding – what are the extra Ps about?</b> / das Textverständnis durch geschlossene Fragen überprüfen
M 7	<b>Looking at a coffee company – online research</b> / die 7 Ps auf einer Internetseite identifizieren
<i>Stundenziel:</i>	Die Schüler kennen die Inhalte der 3 neuen Ps und können alle 7 Ps eines Unternehmens identifizieren.

4./5. Stunde: It's your turn! – Developing your own marketing strategy	
Material	Verlauf
M 8	<b>Now you try! – Working in the marketing department</b> / anhand von Fallbeispielen einen Marketing-Mix entwickeln und diesen in einer Posterpräsentation vorstellen
M 9	<b>How to create a poster</b> / Checkliste zur Erstellung eines Posters für eine Präsentation
M 10	<b>Vocabulary: The 7 Ps of the extended marketing mix</b> / thematische Wortschatzliste
M 11	<b>How was our poster presentation? – Evaluating results</b> / eine Posterpräsentation anhand von Kriterien evaluieren
<i>Stundenziel:</i>	Die Schüler entwickeln mithilfe der 7 Ps eigenständig eine Marketingstrategie, präsentieren diese und evaluieren die Ergebnisse ihrer Mitschüler.



Sie finden alle Materialien im veränderbaren Word-Format sowie Materialien zur Differenzierung auf der **CD RAAbits Englisch Berufliche Schulen (CD 9)**.

## Materialübersicht

### 1. Stunde The extended marketing mix – introducing the 7 Ps

- M 1 (Tr) What do you already know about marketing?  
 M 2 (Ws) Matching marketing terms – find the right P  
 M 3 (Ws) Products vs services – the 4 Ps and the 7 Ps  
 M 4 (Ga) Hit the word! – A vocabulary game

### 2./3. Stunde Marketing in the service industry – learning about the extended marketing mix

- M 5 (Tx) What do the extra Ps stand for? – Gathering information  
 M 6 (Ws) Checking your understanding – what are the extra Ps about?  
 M 7 (Ws) Looking at a coffee company – online research

### 4./5. Stunde It's your turn! – Developing your own marketing strategy

- M 8 (Ws) Now you try! – Working in the marketing department  
 M 9 (Ws) How to create a poster  
 M 10 (Ws) How was our poster presentation? – Evaluating results

**Vocabulary** The 7 Ps of the extended marketing mix (M 11)

**Test** What do you know about the 7 Ps? (M 12)

**Portfolio** The 7 Ps of the extended marketing mix

### Bedeutung der Abkürzungen

**Ga:** Game; **Tr:** Transparency; **Tx:** Text; **Ws:** Worksheet

#### Minimalplan

Sie haben nur drei Stunden zur Verfügung? So können Sie die wichtigsten Inhalte erarbeiten:

- |               |   |                |
|---------------|---|----------------|
| 1. Stunde:    | The extended marketing mix – introducing the 7 Ps                                       | <b>M 1–M 3</b> |
| 2./3. Stunde: | Marketing a product in the service industry – learning about the extended marketing mix | <b>M 5–M 7</b> |

#### Zusatzmaterialien auf CD

- M2\_Zusatz\_A2 (alternatives Arbeitsblatt für A2)  
 M4\_Zusatz (zusätzliche Folienvorlage)  
 M5\_M6\_Zusatz\_A2 (alternatives Arbeitsblatt für A2)  
 M7\_Zusatz\_A2 (alternatives Arbeitsblatt für A2)  
 M7\_Zusatz\_B2 (alternatives Arbeitsblatt für B2)  
 M8\_Zusatz (Strukturierungshilfe für A2)



# SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

Auszug aus:

*What are the 7 Ps? - The extended marketing mix*

Das komplette Material finden Sie hier:

[School-Scout.de](https://www.school-scout.de)

