

Selbständiges Arbeiten bei Marketingstudie gefragt

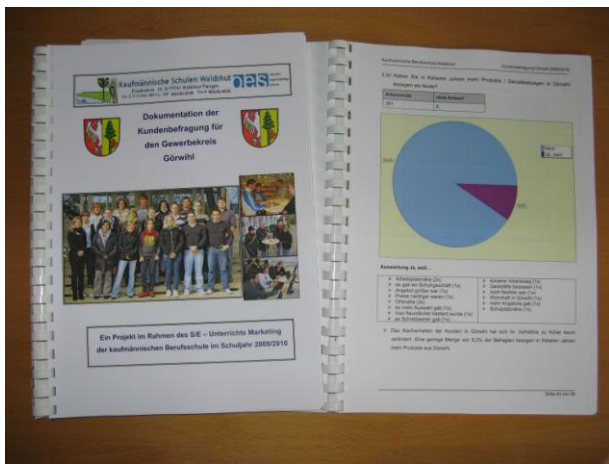
Praxisnaher Unterricht und Eigeninitiative for- derten Berufsschüler

Im dritten Ausbildungsjahr bietet die Kaufmännische Berufsschule den Auszubildenden verschiedene Ergänzungsprogramme an. Eines dieser Programme ist der Marketingkurs. Wirtschaftslehrer Simon Denz erstellte mit Industriekaufleuten und Großhändlern eine Studie, die die zuvor gemachte Kundenbefragung in Görwihl auswertete.

Bei diesem ganzheitlichen Unterricht wird gelerntes Wissen aus dem Themenbereich des Marketings über die Erstellung, Auswertung, Ergebnisfeststellung und Präsentation von Umfragen in die Praxis umgesetzt und damit ein realer Handlungsbezug geschaffen.



Handlungskompetenz wird geschult.



Grafische Umsetzung des Projekts

Die Kundenbefragung hatte das Ziel, Informationen über das Kaufverhalten und die Einstellung der Görwihler Kundschaft zu beschaffen. Damit sollten Stärken und Schwächen des Standortes aufgedeckt und Handlungsmöglichkeiten für die zukünftige strategische Ausrichtung abgeleitet werden.

Dazu entwickelte der Marketingkurs einen standardisierten Fragebogen mit 25 Fragen. Die Datenerhebung erfolgte in Form einer Straßenbefragung durch Schülerteams. Mit 267 ausgefüllten Fragebögen wurde ein aussagekräftiges Meinungsbild der Kundschaft ermittelt.

Bei der Auswertung der Fragebögen (mit der Software Grafstat und Excel) wurde auf die Differenzierung zwischen den Altersgruppen geachtet.

Ergebnisse der Studie

Die Ergebnisse der Studie präsentierten die Schüler vor den Mitgliedern des Gewerbekreises.

Positives: In erster Linie konnten die Schüler feststellen, dass die Kundschaft genau weiß, warum sie nach Görwihl kommt und was sie dort will. So schätzen die Befragten die gute Qualität der Produkte und Dienstleistungen und die ihnen entgegengebrachte Kundenfreundlichkeit, die vor allem bei älteren Kunden auch an Wichtigkeit gewinnt. Für die ältere Klientel scheint der freundliche Umgang und der persönliche Kontakt wichtiger als das Preis-Leistungsverhältnis zu sein. Auch die Verbundenheit zur Region ist signifikant für die Motivation zum Einkauf.

Potentiale und Verbesserungsmöglichkeiten: Jüngere Klientel sollte verstärkt angesprochen werden. Außerdem sollte auf die als zu hoch wahrgenommenen Preise mit entsprechender Kommunikation auf die Konkurrenzfähigkeit derselben, auf das zu kleine Sortiment und auf uneinheitliche bzw. fehlende Öffnungszeiten über Mittag reagiert werden.

Als Dankeschön für die sehr gute Arbeit des Marketingkurses lud der Gewerbekreis die Schüler zu einer „Specktour“ bei der Metzgerei Boll ein.

Auch Görwihls Bürgermeister Carsten Quednow zeigte reges Interesse an den gewonnenen Daten und spendierte dem Marketingkurs einen Geldbetrag, den die Schüler wiederum als Spende an das Kinderheim Alpenblick weiter verwendeten (siehe folgende Seite).