

## **Handreichung für Lehrkräfte**

Die Zusammenstellung von dynamischen Arbeitsblättern behandelt die Themen Kundenbindungsmanagement, Marketing und Nachhaltigkeit. Sie stellt den Versuch dar, das Thema Nachhaltigkeit in den Unterricht der kaufmännischen Berufsschule zu integrieren. Zielgruppe stellen Auszubildende zum/zur Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel dar. Thematisch sind sie dem Lernfeld 12 zuzuordnen.

### *Allgemeine Hinweise zur Bearbeitung*

Das AB ist auf die Bearbeitung in Gruppenarbeit ausgelegt. Wir empfehlen Gruppen von 4 – 5 Personen. Je nach Klassengröße können mehrere Gruppen eine Nachhaltigkeitsstrategie bearbeiten (siehe Arbeitsblatt 2). In diesem Fall können in der Präsentationsphase die verschiedenen Konzepte zu einer Strategie miteinander verglichen und diskutiert werden. Je nach individuellen Voraussetzungen der Schüler:innen kann es zudem sinnvoll sein, zusätzliche Infomaterialien bereitzustellen und Zwischenergebnisse zu vergleichen.

### *Arbeitsblatt 1: Einführung – Was ist eigentlich Nachhaltigkeit?*

- Einführung in die Handlungssituation und Vorstellung des Modellunternehmens (Naturkauf GmbH)
- Persönliche Vorstellungen zum Begriff Nachhaltigkeit
- UN-Nachhaltigkeitsziele und Nachhaltigkeitsstrategien
- Auswirkung verschiedener Strategien auf den Kernprozess des Modellunternehmens

#### *Hinweise zu AB 1:*

Die Ergebnisse des ersten Brainstormings können gemeinsam verglichen werden bevor die weitere Erarbeitung erfolgt. So erhalten auch die Schüler:innen Impulse, die noch keine Vorstellung zum Nachhaltigkeitsbegriff haben. Am Ende des Arbeitsblattes müssen sich die Schüler:innen für eine der drei Strategien entscheiden. Entsprechend dieser Entscheidung wird dann Arbeitsblatt 2a/b/c bearbeitet.

### *Arbeitsblatt 2*

Mittels der ABs 2a-c sollen die Schüler:innen das Thema Kundenbindungsmanagement erarbeiten und mit der gewählten Nachhaltigkeitsstrategie verbinden. Wurde das Thema Kundenbindungsmanagement bereits behandelt, können die Fragen zur Wiederholung genutzt werden. Es ist auch möglich Kundenbindungsmanagement im Vorfeld der Einheit

durchzunehmen und den Nachhaltigkeitsaspekt im Anschluss einzubringen. In diesem Fall empfehlen wir nach der Einheit zum Kundenbindungsmanagement mit AB 1 zu starten und anschließend den letzten Arbeitsauftrag von AB 2 durchzuführen. Soll das Kundenbindungsmanagement intensiver behandelt werden, empfiehlt es sich zusätzliche Materialien und Aufgaben zu nutzen.

#### *2a – Effizienzstrategie*

- Weiterführung der Handlungssituation aus AB 1
- Auswirkungen der Effizienzstrategie auf das Marketing im Allgemeinen
- Erarbeitung der Relevanz und Maßnahmen des Kundenbindungsmanagements
- Arbeitsauftrag: Erstellung eines Konzeptes für das Kundenbindungsmanagement inkl. Präsentation

#### *2b – Suffizienzstrategie*

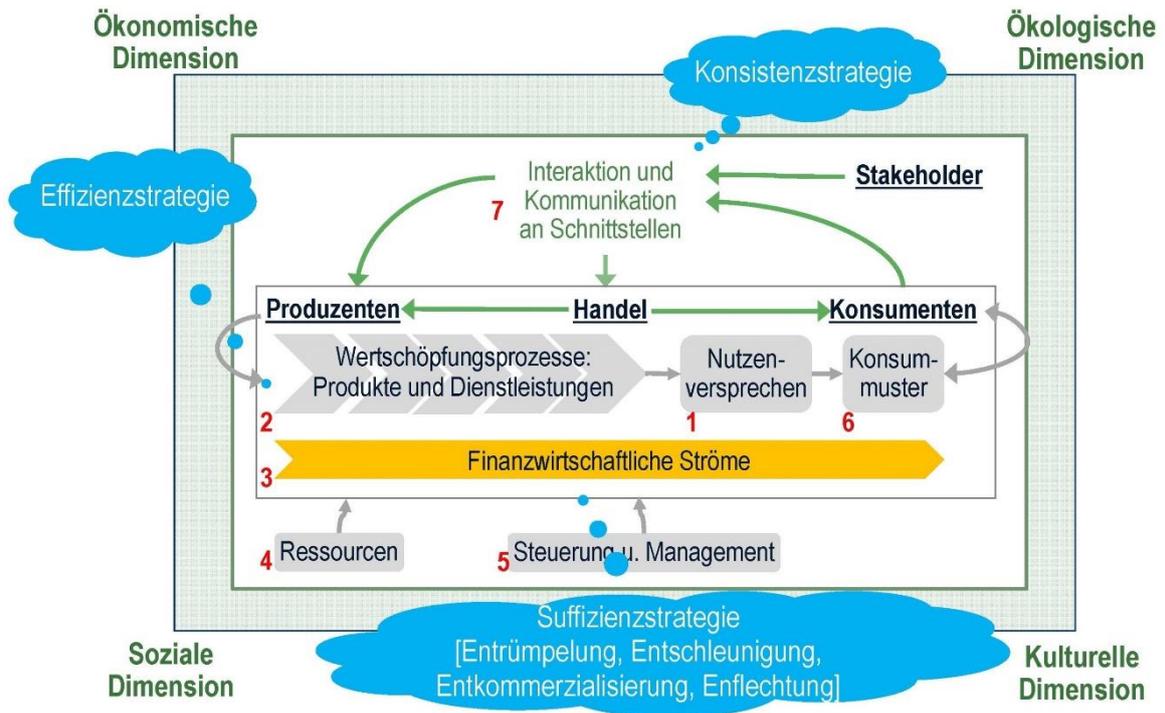
- Weiterführung der Handlungssituation aus AB 1
- Auswirkungen der Suffizienzstrategie auf das Marketing im Allgemeinen
- Erarbeitung der Relevanz und Maßnahmen des Kundenbindungsmanagements
- Arbeitsauftrag: Erstellung eines Konzeptes für das Kundenbindungsmanagement inkl. Präsentation

#### *2c – Konsistenzstrategie*

- Weiterführung der Handlungssituation aus AB 1
- Auswirkungen der Konsistenzstrategie auf das Marketing im Allgemeinen
- Erarbeitung der Relevanz und Maßnahmen des Kundenbindungsmanagements
- Arbeitsauftrag: Erstellung eines Konzeptes für das Kundenbindungsmanagement inkl. Präsentation

#### *Ideen zum Abschluss der Einheit bzw. für die Präsentationsphase*

Zum Abschluss der Einheit sollten alle Gruppen ihre Ergebnisse vor der Klasse präsentieren. Wir empfehlen im Anschluss eine Diskussion in der Klasse anzuregen, um die verschiedenen Strategien kritisch zu reflektieren. Zudem könnte über die Möglichkeit der Kombination der verschiedenen Strategien diskutiert werden. Hierzu eignet sich z. B. untenstehende Grafik als Diskussionsanreiz.



Wir wünschen viel Spaß bei der Bearbeitung des Materials!