

## Ausgangssituation: Die *Orange OHG* hat ein Problem ...

Steffi und Tim befinden sich nun seit einer Woche im Praktikum in der Marketingabteilung der Orange OHG. Der Marketingleiter Herr Ernst bittet zum Gespräch:

**Herr Ernst:** Liebe Praktikanten! Wie Sie ja bereits wissen, haben wir vor zwei Jahren das Mobiltelefon „orangephone“ auf den Markt gebracht.

**Tim:** Ja – ich hatte selbst mal eins.

**Herr Ernst:** Die Betonung liegt wohl leider auf „Sie hatten mal eins.“ Unser Geschäftsführer ist sehr unzufrieden mit der Entwicklung der Absatzzahlen. Dafür macht er die Marketingabteilung verantwortlich.

**Steffi:** Oh – das klingt nicht sonderlich erfreulich.

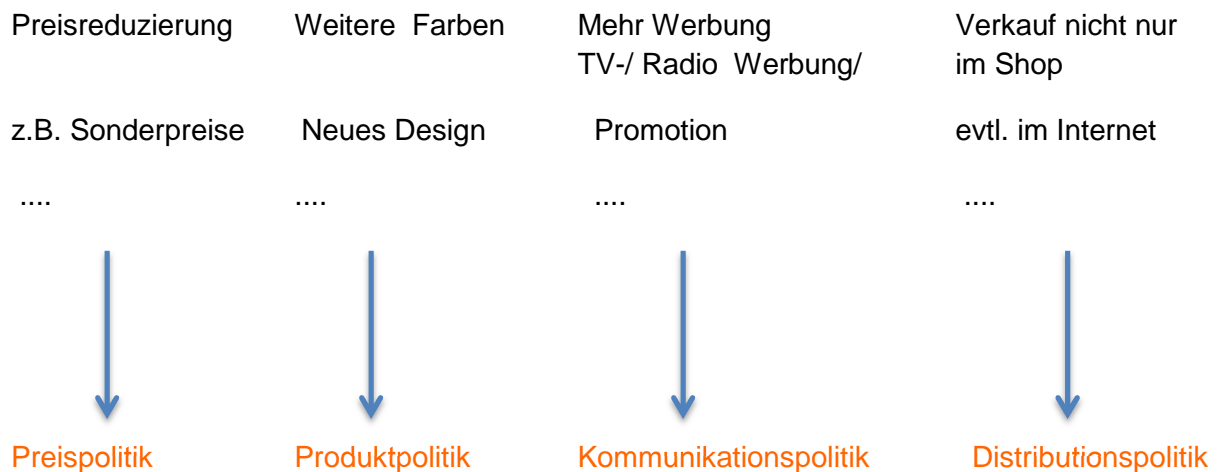
**Herr Ernst:** Ganz und gar nicht. Unser Geschäftsführer erwartet noch heute Maßnahmen, um dem Absatzrückgang entgegenwirken zu können. Ich habe Ihnen mal ein paar Fakten zusammengestellt:

- Die Marktforschung hatte vor zwei Jahren ermittelt, dass die Konsumenten ein solches Handy kaufen würden.
- Das Handy ist zum Aufklappen und nur in schwarzer Farbe erhältlich.
- Der Preis liegt bei 349,- Euro (ohne Vertrag).
- Beworben wird das Handy in jeder zweiten Ausgabe der Zeitschrift „mobile-facts“.
- Potenzielle Kunden können das Handy in fast allen Handy-Shops kaufen.

Vielleicht können Sie mir neue Ideen liefern ... Es wäre schön, wenn wir uns in einer Viertelstunde noch einmal zusammensetzen könnten.

## Erwartetes Tafelbild I

### Maßnahmen gegen den Absatzrückgang:



---

**Info:** 1. Schritt: Sammlung möglicher Schülerinnen-/Schülerbeiträge bezüglich der Problemstellung

2. Schritt: Clustern der Schülerbeiträge durch die Lehrkraft