

Spieltekttonik

Arbeitsblatt [UM10](#): Holzrocknung

„Ich verkaufe über Internet Holzfeuchtemessgeräte. Die Geräte sind die Besten, die es gibt, und trotzdem habe ich dafür lange Zeit lang niemanden interessieren können. Bis ich dann einen Workshop zum Thema „Holztrocknung“ angeboten habe. Plötzlich war ich in allen lokalen Medien erwähnt, hatte 30 Anmeldungen auf einen Schlag. Mit dem System könnte ich jetzt von Ort zu Ort gehen und überall dort zuschlagen, wo es eine Zielgruppe, einen kooperierenden Verein und ein lokales Medium gibt.“

Aus XING

„Sell the sizzle, not the steak!“

Aufgabe: Analysiere die impliziten Logiken von „Holzfeuchtemessgeräten“ und des Prozesses „Holztrocknung“ sowie die unterschiedlichen Wirkungen dieser Aussagen auf die Psyche. Warum „triggert“ letzteres viel mehr, als ersteres? Welche unterschiedlichen Gedankengänge laufen beim Verbraucher ab? Ein Mensch möchte sich selbstständig machen und hat Biofarben entdeckt, eine Marktlücke. Die möchte er gerne über Multi-Level-Marketing an Schulen vertreiben. Welche Chancen hat dieses Vorhaben?