

Spieltekttonik

Arbeitsblatt [UM6](#):

The Body Shop

Anita Roddick, der Gründerin des Alternativ-Kosmetikunternehmens „The Body Shop“, führt vor Augen, dass Engagement sich auf jeden Fall lohnt:

„Wenn Sie glauben, Sie seien zu unbedeutend und zu machtlos, um einen Unterschied herbeizuführen, dann haben Sie noch nie eine Nacht mit einer Stechmücke im selben Zimmer verbracht.“

Aufgaben: Analysieren sie den situativen Kontext, die Handlungsmöglichkeiten der Stechmücke, und beschreiben Sie den Möglichkeitsraum der Dynamiken, die auftreten können. The Body Shop verkauft Artikel, die sich in jedem anderen Geschäft im Prinzip auch finden. Welcher Unterschied macht den Marketing-Erfolg aus? Erfinden Sie ein Kundenbindungsspiel für ein beliebiges, anderes Produkt, welches exklusiv in eigenen Verkaufsläden aber auch in Drogerien, Grosshandel verkauft wird... Übertragen Sie die impliziten Logiken der Marketing – Strategie auf andere Produkte. Wo in welcher Situation könnte dieser Spruch als Motivation von Mitarbeitern eingesetzt werden? Wofür könnte dieser Spruch werben?