



SKIVRE Trainingsmodul 4:

Übungen

Autor*innen:

Sabrina Rota

Matthias Wagner

Karin Drda-Kühn

Einrichtungen:

**Kloster Bronnbach,
Deutschland**

**media k GmbH,
Deutschland**



Kofinanziert durch das
Programm Erasmus+
der Europäischen Union

Die Unterstützung der Europäischen Kommission für die Erstellung dieser Veröffentlichung stellt keine Zustimmung zu den Inhalten dar, die nur die Ansichten der Autoren widerspiegeln. Die Europäische Kommission kann nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen verantwortlich gemacht werden. Projektnummer: 2018-1-DE02-KA202-005023



Erklärung zum Urheberrecht diese Trainingmoduls:



Dieses Werk steht unter einer Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Es steht Ihnen frei:

- zu teilen - kopieren und verteilen Sie das Material in jedem Medium oder Format
- anzupassen - remixen, transformieren und bauen Sie auf dem Material auf

unter den folgenden Bedingungen:

- Namensnennung - Sie müssen eine entsprechende Angabe machen, einen Link zur Lizenz angeben und vermerken, ob Änderungen vorgenommen wurden. Sie können dies in jeder angemessenen Weise tun, aber nicht in einer Weise, die darauf hindeutet, dass der Lizenzgeber Sie oder Ihre Nutzung unterstützt.
- Nicht kommerziell - Sie dürfen das Material nicht für kommerzielle Zwecke verwenden.
- ShareAlike - Wenn Sie das Material remixen, transformieren oder darauf aufbauen, müssen Sie Ihre Beiträge unter der gleichen Lizenz wie das Original verteilen.

Die vollständigen Lizenzbedingungen finden Anwendung und sind hier zugänglich: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode.de>

Überprüfen Sie Ihr Wissen

Übungen

Übung 4.3 Vereinbarkeit der unterschiedlichen Ziele

Überlegen Sie:

<p>1. Erfüllt der Klosterladen Ihre Ziele?</p>	
<p>2. Stimmen Ihre Ziele mit den Motiven Ihrer Kund*innen beim Kauf von Klosterprodukten überein?</p>	
<p>3. Überschneidet / deckt sich Ihr Angebot mit den Erwartungen der Zielgruppen an das Sortiment des Klosterladen und der Klosterprodukte?</p>	
<p>(Frage 3 sollten Sie für alle Ihre Zielgruppen durchgehen.)</p>	

Nehmen Sie sich die Zeit, und gehen Sie alles in Ruhe durch. Hierbei kann es auch möglich sein, dass Erwartungen von manchen Zielgruppen (noch) gar nicht erfüllt werden. Ihre Überlegungen werden Ihnen bei der Identifizierung solcher „Lücken“ helfen. Diese Übung eignet sich besonders, im Team aller Mitarbeiter*innen des Klosterladens bearbeitet zu werden.

Übung 4.4 Die Geschichten Ihrer Klosterprodukte

Ganz sicher haben viele Ihrer Klosterprodukte eine Geschichte – versuchen Sie, diese Geschichten zu erfassen – schriftlich oder mündlich

Ihr Klosterprodukt	Die Produktgeschichte

Überlegen Sie nun – am besten zusammen mit Kolleg*innen – ob und wie sich diese Geschichten aufbereiten lassen: In einem Produktblatt? Einem Video? Einem Beitrag auf Ihrer Homepage, Ihrer Facebook-Seite? Vielleicht in einer Veranstaltung des Klosters, an der Sie diese Geschichten erzählen? Vielleicht eignen sie sich gar für einen Workshop, eine Publikation? Lassen Sie sich durch die vielen Guten Beispiele, die auf der **SKIVRE**-Lernplattform gesammelt sind, inspirieren! Bereiten Sie die Geschichten für Ihre unterschiedlichen Zielgruppen auf

Übung 4.5 Beurteilung des eigenen Sortiments

Durchforsten Sie Ihren Laden gründlich nach authentischen und nicht-authentischen Produkten. Was würde passieren, wenn Sie auf Letztere ganz verzichten? Hätte dies einen Umsatzausfall zur Folge? Wäre das eine Chance, die anderen Produkte besser darzustellen und ganz neue Zusammenhänge zu gestalten?

Kurz: Machen Sie im Geiste „tabula rasa“ nach dem Motto. Prüft alles und behaltet das Gute (Paulus).

Nicht-authentisches Produkt	FOLGE bei Verzicht
	RISIKO: CHANCE:
	RISIKO: CHANCE:
	RISIKO: CHANCE:
	RISIKO: CHANCE:
	RISIKO: CHANCE: