

# MarkeThinkTank: Geballte Marketing Power für ein relevantes Gesellschaftsthema

Der MarkeThinkTank ist ein kreatives Workshopformat, bei dem es darum geht, Lösungen für aktuelle Probleme zu finden. Oft sind das klar umrissene Themen aus der Arbeitspraxis von Marketingmanagern. Beispielsweise: *"Ich möchte Produkt X einführen für Zielgruppe Y, und suche nach den passenden Maßnahmen im Social Media Bereich"*. Manchmal kommen aber auch Themen auf, bei denen es nicht um ein konkretes Problem geht, das es in der Firma zu lösen gilt. Und wenn das Workshopteam in der Stimmung ist, wird dieses Thema ausgewählt und bearbeitet.



Im letzten MarkeThinkTank kam so ein Thema auf: Wie kann man der allgemein um sich greifenden Maskenmüdigkeit und Maskenablehnung entgegenwirken? Nachdem wir in der Gruppe festgestellt haben, dass das ein umfassendes, gesellschaftspolitisches Thema ist, das mindestens abendfüllend ist und bei dem u.a. psychologische Fragen relevant sind, haben wir das Thema eingegrenzt auf die Frage, wie man Mitarbeiter in Firmen zum Masketragen animieren kann.

Da wir als Gruppe erstaunt waren über die Breite der Ideen und Erkenntnisse, haben wir beschlossen, die Ergebnisse aufzuarbeiten und mit anderen zu teilen. Denn das Ziel des Workshops ist, einen Mehrwert zu schaffen - nicht nur über interessante Themen zu reden. Dieser Artikel ist innerhalb eines Tages in Kollaboration entstanden. Mitgewirkt haben die Ideengeberin des Themas Claudia Salzmann (Salzmann Planning / MC Berlin), die Moderatorin Karina von Keitz (Strategies That Work Coaching & Consulting / MC Mainz-Wiesbaden) und die Teilnehmerin Simone Kaufmann (pronova BKK / MC Köln-Bonn). Vor dem Workshop haben sich die drei Autorinnen nicht gekannt.

Ziel des Artikels ist es nicht, alle Lösungswege aufzuzeigen geschweige denn zu bewerten. Wir möchten auch nicht einsteigen in den wissenschaftlichen bzw. politischen Diskurs, inwieweit das Tragen von Masken notwendig ist oder verpflichtend sein sollte. Sondern einen Einblick in die Ergebnisse geben, die innerhalb von 30 Minuten in einem digitalen Workshop mit 9 Teilnehmern im Plenum und in Kleingruppen über Zoom und mit Trello erarbeitet wurden. Und mit den Ergebnissen denjenigen eine Hilfestellung geben, die in ihrem Betrieb das Masketragen weiter attraktiv halten möchten.



## Warum dieses Thema?

*„Hier setzt du die Maske jetzt aber bitte mal ab, bei uns gibt's nämlich kein Corona... ach guck mal, die Frau hat ja doch keinen Bart, sondern nur eine Maske auf – hahaha... solange es Gesetz ist, mache ich das natürlich, danach gilt: sofort weg damit... Frau Merkel sagt mir nun also auch noch, was ich anzuziehen habe ... Masken verweigere ich wegen der Kontamination.“*



Eine Sammlung der Reaktionen zum Thema Maske, die wir alle in unseren Umfeldern vor allem in den wenigen Wochen seit Einführung der Maskenpflicht gehört haben, käme schon jetzt auf beeindruckende Bestseller-Buchlänge. Es ist faszinierend, wie emotional über dieses kleine Accessoire diskutiert wird. Und wieviel kreative Energie es schon freigesetzt hat – man denke an die vielen kleineren oder auch größeren Textilunternehmen, die vorhandene Stoffe nun in ein neues Produkt verwandeln.

Meinungen zur Maske polarisieren genauso wie Meinungen zum Shutdown – mit typischen Mustern, von Pragmatismus bis Dogmatismus. Aber seien wir ehrlich: freudig-positive Überzeugungen sind eher selten und die meisten Kommentare in unserem Masken-Zitate-Buch wären negativer Natur. Einerseits verständlich, denn jede Maske, egal welcher Machart, macht das Atmen anstrengender. Andererseits steckt aber oft mehr dahinter – die Maske läuft Gefahr, zum Negativmaskottchen der Krise zu avancieren und zum Symbol für das, was wir zu Recht ablehnen, nämlich bevormundet und gegängelt zu werden. Das negative Image der Maske können und sollten wir aber nicht einfach so stehen lassen. Denn auch wenn wir uns in der Corona-Krise gelernt haben, flexibler zu denken, weil Wissenschaft & Politik ihre Empfehlungen immer wieder ändern, so müssen wir eben doch den aktuellen Erkenntnisstand als gesetzt akzeptieren. Und der aktuelle Erkenntnisstand ist: Maske hilft! Auf dieser Basis ist auch klar: egal, wie lange eine Maskenpflicht aufrechterhalten wird, wäre eine positive Sicht auf Masken, über einen Verpflichtungscharakter hinaus, enorm hilfreich, um zum Tragen zu motivieren.

Zu jeder Zeit hätte es im utilitaristischen Interesse von Unternehmen gelegen, ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Maske Tragen zu motivieren und damit gesundes Zusammenarbeiten dauerhaft zu ermöglichen. Im Zeitalter von Purpose und Corporate Governance ist dieses Ziel aber nochmal deutlich wichtiger und hoffentlich auch selbstverständlicher: Unternehmen werden damit einer umfassenderen Verantwortung gerecht, leisten einen Beitrag zum großen Wir. Für Marketers stellt sich darüber hinaus auch die Frage, ob und wie man mit Marketing und PR einen Beitrag für Gesellschaft und die Unternehmenskultur leisten kann.

**Daher war schnell klar, dass sich die Teilnehmer des MarkeThinkTank mit folgender Frage befassen wollen: Mit welchen (Marketing-)Maßnahmen können Unternehmen ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dazu motivieren und darin unterstützen, Maske zu tragen? Wie wird die Maske für alle zum „You sexy thing“?**

## Die Ergebnisse

„Hauptsächlich ist es ein Kommunikationsthema; ein richtiger Change-Prozess, den es zu begleiten gilt!“, war schnell der Konsens. Da es sich allerdings um eine Runde aus echten Marketing-Profis handelte, kamen auch Begriffe wie „Gamification“ und „Service“ auf den virtuellen Tisch. Einig war man sich auch darüber, dass das große Ziel „Positivierung“ heißen muss – aus dem ungeliebten Krisen-Symbol muss etwas Positives, Leichtgängigeres werden. Zu diesen drei Stoßrichtungen - Positivierung, Gamification und Service – gab es eine Bandbreite an Ideen:

### 1. Positivierung

Wenn erst einmal der Großteil der Belegschaft von einer Maskennutzung überzeugt ist, zieht auch der Rest nach, der vielleicht bislang als destruktiver Meinungsbildner galt.



#### Naming

Es gibt doch bestimmt einen besseren Begriff als „Maske“ oder gar „Mund-Nasen-Schutzmaske“! Vielleicht würde schon die Abkürzung „MuNaSchu“ mehr Leichtigkeit in die Diskussion bringen. Die niederländischen Nachbarn ziehen mal wieder den Vorteil aus ihrer Sprache: Dort heißt der Mund-Nasen-Schutz „mondkapjes“. Klingt doch gleich viel sympathischer!

#### Statement-Masken

Auch ein Aufdruck wie „I care for you“ oder ein regionaltypisches „I mog di!“ könnte klarstellen, dass der Maskenträger nicht unter einer Phobie leidet, sondern es für die Mitmenschen – in diesem Fall die Kolleginnen und Kollegen – macht. Mit „Ich tu’s für dich. Tust du es auch für mich?“ könnte der Ansatz weitergeführt werden.

### 2. Gamification

Beim Gamification-Ansatz schlug das Marketing-Herz höher, die Ideen sprudelten!



#### Masken-Challenge

Die schönsten selbstgenähten oder in Eigenregie designten Masken werden von der Belegschaft gewählt und im Anschluss prämiert. Oder die Beschäftigten können über die internen Plattformen Sprüche vorschlagen, die im Anschluss gevotet werden; die Sprüche mit den meisten Stimmen werden dann zusätzlich zum Unternehmenslogo auf die Masken gedruckt.

### Mood of the day

Es gibt mit unterschiedlichen Emojis bedruckte Masken. Je nachdem, wie man sich gerade fühlt, kann man dies mit der entsprechenden Maske zum Ausdruck bringen. Neben dem witzigen Charakter kommt hier auch die menschliche, empathische Komponente mit ins Spiel. Alternativ kann die Stimmung des Tages natürlich auch einfach spontan auf die Maske gemalt werden.

### Spendenaktion

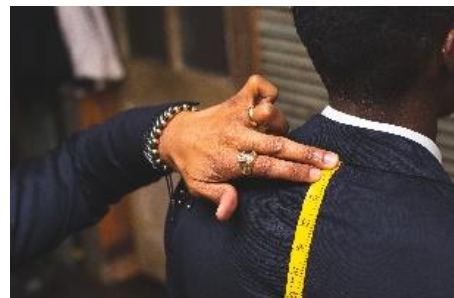
Etwas aufwendiger in der Umsetzung, dafür jedoch eine nachhaltige Aktion, die durch CSR auch nach außen wirkt: Für jede Stunde, die die Beschäftigten die Maske tragen, spendet die Firma einen bestimmten Betrag an eine gemeinnützige Einrichtung oder an Menschen in der Region, die durch Corona in Not geraten sind. Durch das Posten entsprechender Fotos auf den internen Plattformen würden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Tragezeiten dokumentieren – und auf diesem Weg zur positiven Präsenz der Masken im Unternehmen beitragen. Begleitet werden könnte die Aktion zusätzlich mit Fotos von Masken tragenden Teams und Abteilungen, die unter dem Slogan „Wir machen mit“ oder „Wir tragen Verantwortung“ auf den Online-Kanälen des Unternehmens veröffentlicht werden.

### Unser Sommer-Stoff

Auf dem nächsten Sommerfest – auf dem selbstverständlich alle mit Maske erscheinen – wird ein großes Laken gespannt und allen die Möglichkeit gegeben, sich dort zu verewigen. Entweder mit dem eigenen Namen, witzigen Bildchen oder coolen Sprüchen. Vielleicht auch in moderierter Form bei einem gemeinsamen Brainstorming, so dass das Tuch wie beim Graphic Recording genutzt wird. Im Anschluss wird das Laken zu einer Schneiderei gebracht, die für alle Beschäftigten Masken aus dem Stoff näht. Mehr Identifikation geht kaum.

## 3. Service

Mit der Maske allein ist es nicht getan. Deshalb wurden viele Ideen um die Maske herum entwickelt, die die Nutzung leichter, bequemer – oder schöner – machen.



### Gegen das Vergessen

Es ist bestimmt schon jedem passiert: trotz positiver Einstellung zur Maske liegt sie noch auf dem Schreibtisch – oder hängt zuhause auf der Wäscheleine. An dieser Stelle kann das Unternehmen hilfreiche Services anbieten. Am Gebäudeeingang stehen Spender mit frischen Masken. Gerne auch direkt vor Besprechungsräumen. Für den Fall der Fälle.

Auch können witzige Plakate in den Gängen charmant an die Maske erinnern, um das Aufsetzen zu ritualisieren. Oder ausgestellte Masken als ungewöhnliche Kunstobjekte. Vielleicht wird dadurch sogar eine Künstlerin oder ein Künstler in der Belegschaft entdeckt.

### Sichere Handhabung der Masken

„Wie war das noch mal? Aufsetzen, absetzen, zwischendurch Hände gründlich waschen; zwei Mal „Happy Birthday“ singen – oder waren es drei Mal?“ Auch im Umgang mit den Mund-Nasen-Schutzmasken gibt es viele Unsicherheiten. Und Unsicherheit führt zu einem unguuten Gefühl, was sich wiederum zu negativen Emotionen in Bezug auf die Maske entwickeln kann. Deshalb ist ein wichtiger Service, kurz und knapp Tipps zum sicheren Umgang mit der Maske zu geben. Ebenfalls wäre ein Reinigungsservice für die Masken, angeboten vom Unternehmen, perfekt. Denn wer schmeißt schon gerne die Waschmaschine mit 90 °C für ein paar Masken an? Also: morgens frische Maske aus dem Spender am Gebäudeeingang entnehmen, am Ende des Arbeitstages die gebrauchte Maske in einen Sammelbehälter am Gebäudeausgang legen. Das Unternehmen kümmert sich um die hygienische Reinigung.

### Gadgets

Auch bei den Überlegungen, welche Gadgets im Zusammenhang mit der Maske angeboten werden könnten, sprudelten die Ideen: etwas wie eine Frühstücksdose mit zwei Kammern. In die eine Kammer kommen die frischen Masken, die zweite Kammer ist für die benutzten. Am besten direkt schon mit integrierter Maskendesinfektion. Oder wie wäre es mit trendigen Bändern im Stil der angesagten Handyketten – nur für die Maske, um sie immer dabei zu haben? Und auf jeden Fall gibt es für alle Brillenträger ein Spray gegen beschlagende Brillengläser geschenkt!

### Deine Maske, meine Maske

Masken passen ja nie so richtig. Oder das Kätzchenmotiv gefällt dann doch nicht. Eine Idee ist daher, einen „Masken-Schneider“ – z. B. einen Anbieter aus der Nachbarschaft – ins Haus kommen zu lassen, um individuelle Masken maßschneidern zu lassen.

## Fazit

Einen Change in einem Unternehmen zu begleiten, ist eine riesige Kommunikationsaufgabe. Geschweige denn der Change einer ganzen Gesellschaft! Ansätze könnten hier aus den Ideen zum Thema Nichtraucherschutz entlehnt werden. Es ist noch gar nicht so lange her, dass es salonfähig war, in Büros und Aufenthaltsräumen zu rauchen ...

Wichtig ist es, eine offene Diskussion zuzulassen. Dabei sollen Gründe für eine Ablehnung der Maske aufgedeckt und vor allem bewusst gemacht werden. Eine anschließende sachliche und wertfreie Diskussion kann dazu beitragen, dass Barrieren überwunden werden. Corporate Influencer, die das Maskentragen als Selbstverständlichkeit in das Unternehmen bringen, sind ein wichtiger Baustein und können eine Sogwirkung erzeugen.

Alle Maßnahmen zusammengenommen sind Puzzleteile, die das Maskentragen im Unternehmen so attraktiv machen können, dass für die Wahrnehmung der Maske gilt: „You sexy thing!“

**Autorinnen:** Claudia Salzmann (Salzmann Planning), Karina von Keitz (Strategies That Work Coaching & Consulting), Simone Kaufmann (pronova BKK)

**Fotos:** Gabriel Kruppa, Karina von Keitz, Pexels