

Sonntag, 12. November 2006

## **Patzierung statt Platzierung**

Es ist nicht entscheidend, was man sagt, sondern was der Empfänger versteht. Zu diesem Werbegebot der ersten Stunde gehört auch das Umfeld. Das ist nahe liegend. Oder? Das Ambiente in Neudeutsch. Denn das kann man sich nicht schön oder einfach weg denken. Da wächst zusammen, was man - wie in diesem Ensemble - sicherlich nicht wollte. Somit wird die Werbebotschaft, wie in diesem Fall, maßgeblich vom Werbeumfeld geprägt. Dieses könnte man wohlwollend als erbärmlich bezeichnen.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 18:00