

Mittwoch, 24. Januar 2007

## **Ideenfilter & Ideenmischung**

Jede Idee muss durch Filter und besteht aus einer optimalen Mischung. Im Laufe eines Lebens verändern sich die Filter und Mischungen. Vor allem, wenn man die Gehaltsleiter Schritt für Schritt nach oben steigt. Immer mehr Leute reden einem rein. Immer mehr Filter verändern das eigentliche Ergebnis. Bis zur Geschmackslosigkeit. Unglaublich, aber wahr, aber das Ergebnis ist oftmals der kleinste gemeinsame Nenner. Zu viele Meinungen sind der Idee Farblosigkeit. Die Idee verliert, um so höher man steigt, an allem, was sie mal ausgezeichnet hat. Hinzu kommt die richtige Mischung. Ideen sind am Anfang oft eintönig und gefärbt. Von dem ausgehend, was man kann. Man beherrscht bei weitem noch nicht, alle weiteren Aspekte in einer Idee zu berücksichtigen, die letztendlich ebenso über ihre Wirkung entscheiden. Texter machen Texter-Ideen. Kunden machen Kunden-Ideen. Art Direktorinnen machen Art-Ideen. Erst mit der Zeit gelingt es, alle Disziplinen in einer Idee zu vereinen. Was aber die Idee der jeweilige Disziplin nicht zur vollen Entfaltung kommen lässt. Und hier liegt der Hase im Pfeffer. Die gute Idee hat Bedenken von allen Seiten. Denn dem einen ist sie nicht textlastig genug, dem anderen fehlt die Kundensicht und so weiter. So hat jede Idee ihr Freunde und ihre Feinde. Was nichts mit der Idee an sich zu tun hat. Sondern mit denjenigen, die diese beeinflussen. Wenn es einer wirklich schwer hat, dann die gute Idee. Weil der fehlt es oftmals an allen Ecken und Enden an Ecken und Enden.(Foto: Peter von Felbert)

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:00