

Montag, 29. Januar 2007

Ideen gießen

Ideen auf den Tisch. Jede Idee muss über kurz oder lang auf den Tisch der Tatsachen. Und liegen sie nun. Eine neben der anderen. Und jetzt wird es ganz menschlich. Fast humanistisch. Wenn ich nur darüber nachdenke, wird mir noch ganz warm ums Herz. In allen Konferenzräumen der Welt in Werbeagenturen spielt sich ein ähnliches Schauspiel ab. Da gibt es den Favoriten. Die Idee, die alle toll finden. Und da gibt es die ganz gute Idee. Die auch nicht so übel ist. Und die Idee, an der was dran ist. Man weiß nicht genau was. Aber irgend etwas hat diese Idee. Und anstatt mit der ersten Idee ins Renne zu gehen, wird jetzt Stunde um Stunde aufgewendet, alle tun ihre Meinung kund, wie man der schwächsten Idee auf die Sprünge helfen könnte. Wie man der eingegangenen Primel neues Leben einhauchen kann. Das habe ich nie verstanden. Warum nicht der positiven Energie der ersten Idee folgen und diese einfach Wirklichkeit werden lassen? Nein, 80% der Kosten, der Zeit, der Energie werden dafür vergeudet, einer Idee auf die Sprünge zu helfen, die nur einen Sprung schafft. Den in den Papierkorb. Aber so ein kaltes Herz hat der Kreative nicht. Da wird aufgepeppelt, noch mal ran gegangen, optimiert und probiert. Um am Ende, nämlich 24 Stunden vor der Präsentation, zu erkennen: Die ist scheiße. Was ist eigentlich mit der ersten Idee? Die war doch toll. Bis heute denke ich mit Grauen an diese Meetings zurück. Und ich habe mir geschworen, Ideen, die nichts taugen, werden wie Unkraut gezupft, und frisches Wasser und Pflege bekommt nur die Idee, die von Anfang an einem entgegen sprießt. Das tut so gut. Und niemand hindert mich daran. Wunderbar. Was für ein Glück habe ich, dieses Kapitel lange hinter mir gelassen zu haben. Die hat was, die Idee? Dass ich nicht lache. Die hat was, und zwar nichts. Basta.(Foto: Peter von Felbert, Motiv: Gießkannen)

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:03