

Sonntag, 30. April 2006

Das 10 + 1 Marketinggebot vom Werbegott: Handwerk.

Beherrsche das Handwerk. Und lerne alle umliegenden Handwerke dazu. Sonst redest du über Dinge, von denen du keine Ahnung hast. Wenn du keine Ahnung hast, dann lass dem anderen alle Freiheiten. Und quatsch ihm nicht rein. Du musst dich und das Ergebnis ihm anvertrauen. Wenn du dein Handwerk beherrschst, dann geht das in der Regel nicht nur gut, sondern übertrifft deine Erwartungen. Nichts ist schlimmer als Kunden beim Shooting. Oder Berater. Oder Texter. Die alle keine Ahnung vom Fotografieren haben, aber weil eine Digicam zu Hause lauert, so tun, als ob. Grausam. Oder Menschen, die schreiben mit texten verwechseln. Oder Layout mit Idee. Beherrsche dein Handwerk. Und entwickle dich mit. Alles verändert sich. Du darfst auf deiner Position nie den Anschluss verlieren. Die wenigsten beherrschen ihr Handwerk. Mit einem Abschluss vor Jahren glauben sie, noch heute am Ziel zu sein. Weit gefehlt. Mit dem Abschluss fängt die wirkliche Ausbildung erst an. Wer erinnert sich nicht, wie er den Führerschein zum ersten Mal in den Händen hielt, wie vogelfrei man sich in dem Chaos fühlte. Ein Wunder, dass man das überlebt hat. Man kann dir jeden Job nehmen und jede Idee in der Luft zerreißen, aber was bleibt, ist die Routine, mit der du dein Handwerk beherrschst und bei allem Verkehrschaos in der Werbung nach Jahren immer die Übersicht behältst und jeden Job ohne Beulen ans Ziel bringst. Das ist und bleibt wertvoll.

Geschrieben von Christof Hintze in 10 + 1 Marketinggebote um 14:36

bin eben durch Zufall auf die 10 + 1 Marketinggebote gestoßen. Ich wundere mich nun schon weshalb hier niemand einen Kommentar abgegeben hat. Ich kenne auf Anhang mindestens 20 Unternehmen die sich das hier mal durchlesen sollten. Na ja niemand kommentiert hier - hat vielleicht auch was mit dem Begriff "Servicewüste Deutschland " zu tun. Vielen Dank für diesen Bericht. Es ist immer wieder schön wenn man sich in seiner Handlungsweise bestätigt fühlt

Anonym am Nov. 4 2006, 15:15

Ehrlich gesagt wundern wir uns auch ein wenig. Aber wir sind auch erst seit Juni diesen Jahres On-Blog so zu sagen. Könnte aber auch sein, dass es hier wie unter guten Freunden zugeht. Warum soll man was kommentieren, wenn man es ebenso empfindet. Und immer nur: Ja, jawohl, klasse, genau, super.. ist auch langweilig. Aber ich da bei dir, ich bin auch wenig verwundert über so viel Zustimmung, die eventuell auch Ablehnung bedeuten könnte.

Anonym am Nov. 4 2006, 15:29

Ach ja bevor ich es vergesse, schicke unseren Link doch bitte deinen 20 Unternehmen die dir spontan eingefallen sind. Würde uns sehr freuen, wenn du uns weiterempfehlen würdest.

Anonym am Nov. 4 2006, 15:41

ja das mit dem kommentieren ist so eine sache. ich zwingt auch alle meine freunde unseren blog anzuschauen. und alle versprechen brav auch mal was zu kommentieren. macht aber nie einer. ich frag mich wo da die hemmschwelle. die angst vor schlechter rechtschreibung alleine kann keine entschuldigung sein, denn viel schlechter als ich kann man nicht rechtschreiben und ich schreibe auch.

Anonym am Nov. 4 2006, 17:30

„Für jedes Problem gibt es eine einfache Lösung – klar, einleuchtend und falsch.“ Henry Louis Mencken

Anonym am Juni 13 2007, 20:44

Das Zitat lautet richtig: Für jedes Problem gibt es eine Lösung, die einfach, klar und falsch ist. Oder wie ich oft sage, traue niemandem über den Weg der sich andere beruft.

Anonym am Juni 13 2007, 20:55

Mal ganz genau:

"There is always an easy solution to every human problem—neat, plausible, and wrong"
MENCKEN in "The Divine Afflatus", Kapitel 25, S. 443 (Ausgabe von 1949)

Zuerst im Original veröffentlichten in der "New York Evening Mail", 16 November 1917, und nochmals in "Prejudices", Zweite Auflage 1920.

Guido Stepken

Anonym am Juni 13 2007, 23:43

Habe es mir soeben ausgedruckt und zur wiederholten Lektüre an die Wand geheftet.

Danke für dieses 10 + 1

Anonym am Juni 25 2007, 23:39

Blog Export: note ideen management GmbH , <http://www.note.info/blog/>

Bitte. Dafür sind sie da. 20 Jahre Werbung muss doch zu irgendwelchen Erkenntnissen geführt haben. Wäre grausam wenn nicht.
Gib mir Feedback, wenn du durch bist.
Anonym am Juni 26 2007, 07:54