

Donnerstag, 12. April 2007

Werbung - Quo vadis?

Wer nicht wirbt, der stirbt. Sagt man in der Werbebranche. Wer zuviel und falsch wirbt, stirbt aber auch. Das sagt man nicht nur in der Werbebranche. Somit gibt es Parallelen zwischen der Entwicklung der Ernährungsgewohnheiten in unseren Breitengraden und der Entwicklung der Werbung. Das Thema falsche Ernährung und Essstörungen kann man 1:1 auf die Werbung übertragen. Somit kann ein Unternehmen durch falsche Werbung am Herzinfarkt sterben. Zu fett, zu stressig und zu unbeweglich. Wenn ich den Jingle der Telekom höre, denke ich unweigerlich an einen Tinnitus. Und wenn ich das Marketingregiment der Controller mir so ansehe, denke ich unweigerlich an Bulimie. Somit unterliegt die Werbung den gleichen Gesetzmäßigkeiten wie die gesunde Ernährung, der gesunde Lebenswandel in Bezug auf Unternehmen. Bewegung tut gut. Ausgewogene, ballastreiche Ernährung. Negativen Stress vermeiden. Viel Wasser trinken. Das Problem, das sich offensichtlich noch darstellt, sind die Fast-Food-Agenturen. Und die schlechten Essgewohnheiten. Welche zu ändern den Unternehmen den Angstschweiß auf die Stirn treibt. Wenn die nur biologisch hören, oder ökologisch, dann denken die sofort an nicht checken und verhungern. Die können sich nicht vorstellen, wie gut sich ein Unternehmen anfühlt, das durch und durch gesund ist. Was für eine positive Ausstrahlung von diesem Unternehmen ausgeht. Also, zügelt und kontrolliert eure Werbegewohnheiten. Werbt gesund und bewegt euch mehr. Mehr auf die Kunden und Mitarbeiter zu. Die fetten Jahre sind nicht nur vorbei, sie sind ein Zeichen auch dafür, wer mit der Zeit gehen kann und wer stehen bzw. auf der Strecke geblieben ist. Es ist Aufgabe aller Verantwortlichen in einem Unternehmen, für das Unternehmen so zu sorgen, dass es zeitgemäß in Erscheinung tritt. Also weniger auf die Aufmerksamkeit achten, mehr auf die Werbewirkung. Nicht die Menge, also mehr Werbung, ist gesund für das Unternehmen, sondern die richtige Werbung. Wer will schon von einem fetten, alten Unternehmen was kaufen, das raucht, nach Schweiß stinkt, schlecht gekleidet ist, Mundgeruch hat, trinkt und kurzatmig ist? Das durch und durch ungesund aussieht und sich nicht einen Zentimeter bewegt? Vor allem nicht in den Wünschen und Bedürfnissen auf den Kunden zu? Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:32