Dienstag, 22. Mai 2007

Einen Stein ins Rollen bringen

Das Problem an Ideen ist, dass gute oft Arbeit machen und einen ganzen Stein ins Rollen bringen. Solange man noch keine Idee hat, ist Ruhe im Haus. Die einen können es gar nicht abwarten, einen möglichst großen Stein ins Rollen zu bringen. Die anderen würden sich am liebsten selbst nicht von der Stelle rühren. Somit treffen zwei grundsätzlich andere Voraussetzungen aufeinander. Wobei die eine nichts mit der Sache zu tun hat, die andere umso mehr. Da kann man sich den Mund fuselig reden. Wenn der andere sich nicht bewegen will, dann braucht der auch keine Idee. Keine andere, keine weitere und schon gar keine neue Idee. So kann es einem passieren, dass man völlig beseelt von einer Lösung und der damit verbundenen Idee auf eine Situation trifft, mit der man nicht gerechnet hat. Das Gegenüber windet sich, wie er nur kann. Er findet das Haar in der Suppe, die Nadel im Heuhaufen und aus dem Stein des Anstoßes wird eine Lawine der Bedenken. Man selbst denkt unweigerlich, es läge an der Idee. Aber da kann ich Sie beruhigen. In den seltensten Fällen liegt es an der Idee. Meistens liegt es zum Glück nur an den falschen Umständen und Voraussetzungen. Die einen wollen was machen, die anderen ganz und gar nicht. Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:50

wenn ich denke, es läge an der Idee, dann ist die Idee noch nicht gut genug.
manchmal gibt es auch Ideen, die sind so gut, dass es nur an den anderen Menschen liegt (wenn sie nicht ankommt) und nie an der Idee.

aber diese Ideen machen sich rar.
Anonym am Mai 22 2007, 11:48

Also meine Erfahrung, primär oder fast ausschließlich aus der Vergangenheit, spricht da eine deutlich andere Sprache. Ideen die Arbeit machen, trotz großer anzunehmender Wirkung haben es wesentlich schwerer. Als nette Ideen die weitestgehend wirkungslos bleiben, aber keine Arbeit machen. Somit hat es die eigentliche Idee zurzeit wirklich nicht leicht. Denn sie muss schnell da sein. Total billig sein. Ebenso einfach umzusetzen. Darf dem Kunden keinerlei Problem bereiten. Und zudem keine Arbeit machen. Dann muss sie noch funktionieren und zu guter letzt, so kommuniziert werden, dass der Eindruck entsteht, sie sei eigentlich vom Kunden selbst gekommen. Und somit die Frage aufwerfen: Wofür haben wir eigentlich die Agentur bezahlt?
Die Idee hat es so schwer, weil es den Bedenken so leicht gemacht wird. Vor allem den unbegründeten. Oder wie ich auch zu sagen pflege: Lieber das Gute an einer Idee entdecken, statt das schlechte zu suchen. Aber der Kunde ist König, auch wenn seine Interessen und seine Entscheidungen meist mit der Idee weitestgehend nichts zu tun haben.

Wenn die Qualität von Ideen Aufschluss über den Erfolg geben würden, dann wäre es um unseren Planeten anders bestellt. Aber es ist ein lohnswerter Traum. Und eine schöne Vision zugleich. Und wenn ich ehrlich bin, dass einzige Ziel für das es sich lohnt immer weiter zu machen.

Anonym am Mai 22 2007, 15:18