

Dienstag, 29. April 2008

GWSW: Gute Werbung – Schlechte Werbung

In der Werbung verhält es sich wie in allen anderen Disziplinen auch, nur mit dem kleinen Unterschied, dass man sie in der Öffentlichkeit besser sehen kann, oder manchmal wäre es besser gewesen wenn nicht. Im Laufe der Jahre ist mir immer klarer geworden, was gute Werbung ausmacht. Beide müssen gute Werbung wollen, der Kunde und die Agentur. Und das Wollen allein genügt nicht, man muss die Fähigkeit und die Bereitschaft dazu mitbringen, einbringen und durchsetzen können. Jeder für sich seinen Teil und natürlich, wenn es um die Wurst geht, zusammen. Die Kultur dieser Beziehung zwischen Kunde und Agentur ist der Garant und Wegbereiter für gute Werbung. Eine hohe Kultur, welche sich ausschließlich um die Sache dreht, bringt es immer mit sich, dass beide ihr Handwerk sehr gut verstehen sollten. Können. Der Wille allein genügt bei weitem nicht. Sondern man muss die Chance, die einem ein solcher Kunde bietet, auch wahrnehmen und nutzen können. Auf einem solchen Niveau muss man konzipieren können. Somit ist neben der Grundvoraussetzung der hervorragenden Beziehung zwischen Kunde und Agentur das Können sehr wichtig. In der Agentur müssen genau die Menschen sich wohl fühlen und agieren, welche auf diesem Niveau mit absoluter Vorliebe agieren. Was nützt einem die schönste Komposition, wenn keiner sein Instrument spielen kann? Und dann hat die Gliederkette ein weiteres Element, die Lieferanten. Auch hier muss so ausgewählt werden, die Zusammenarbeit so gut sein, das Vertrauen so hoch, dass hinten das raus kommt oder noch übertroffen wird, das man sich vorne erhofft und erwartet hat. Somit ist gute Werbung eine Gemeinschaftsarbeit, nie das Werk eines Einzelnen. Alle müssen miteinander können und wollen. Sonst kann Gutes nicht oder nur sehr schwer entstehen. So viele Parameter beeinflussen die Qualität von Werbung, dass keiner unberücksichtigt bleiben darf sondern jeder zur Qualität beitragen muss. Das Konzept, die Typo, der Klang, das Papier, die Grammatik, die Farbe, die Fotos, die Grafiken, das Format, die Punktgröße, der Zeilendurchschuss, die Schnitte, die Überblendungen, der Claim, der Text, die Pagina, die Rückenbindung, 4c oder 5c, das Logo, lackiert oder gewachst, Prägung, Stanze, Typo-Farbe, Bildbearbeitung... Die Liste ist fast endlos. Und alles muss so miteinander harmonieren, dass daraus gute Werbung entsteht. Das ständige Bemühen und Ringen um das Beste für die gewünschte Wirkung. Die Bereitschaft die Richtung zu ändern, seine Meinung zu ändern. Etwas neues zuzulassen. Immer und immer wieder sein Können einzubringen, damit etwas für alle gleichermaßen Gutes daraus entstehen kann. Dafür muss man die Atmosphäre schaffen. Die Struktur. Und die passenden Menschen dafür gewinnen. So entsteht Gutes. Ich bin überzeugt, nur so. Eine gute Idee macht noch keine gute Werbung. Aber sie schafft die Voraussetzung. Ab jetzt sind alle gefragt.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:36