

Freitag, 13. Juni 2008

Europameisterschaft 2008

Heute stolpere ich beinahe über ein Outdoor-Display, also einen Werbeständer, den eine Bank strategisch geschickt auf den Bürgersteig gestellt hat. Schwarz-rot-goldene Schleifchen umrahmen spielerisch einen Zinssatz, der vermutlich Kunden locken soll, aber dennoch deutlich unter der allgemeinen Inflationsrate liegt. Trotzdem bin ich nicht rein gerannt, um ein neues Konto zu eröffnen. Also, trotz Werbung mit Fußball EM. Mal unterstellt, ich wäre ein Fußballfan, nein kein Hooligan, denn ich kann ja lesen. Und weiter unterstellt, wir hätten gestern die Kroaten 5:0 genusst und ich hätte das Gefühl des Sommermärchens wieder verspürt und noch weiter angenommen, die Sonne würde scheinen in Kärnten. Ja, selbst dann würde ich der Lockung widerstehen, die die Bank für mich getrappt hat. Ich gestehe hier auch feierlich, selbst als Bayernfan habe ich noch kein Sparkonto bei der HVB eröffnet, obwohl dort jedes Tor mit einem Zinsgewinn von 0,001% auf den Jahreszinssatz oder so vergütet wird. Warum hauen die Firmen dann ihr Geld für so unsinniges Buhlen raus? Das Z-D-F!!! schaltet so oft es irgend geht ihren Werbetrailer, in dem KIA und JVC uns die EM präsentieren. Ist schon irgendeiner deswegen am nächsten Morgen ins Autohaus gefetzt, um sich einen neuen KIA zu kaufen? Und was macht JVC gleich wieder? Imagegewinn? Ich bin eigentlich nur genervt von diesem Kram. Was oder wer also bringen denn die Firmen dazu, bar aller kaufmännischen Regeln ihr sauer verdientes Geld den unnützen Reklametod sterben zu lassen? Die Hausagentur, die die 2% Werbebudget verwaltet und dies ja irgendwie rechtfertigen muss? Der Vorstand, der einsame Entscheidungen trifft, weil die Ehefrau zufällig eine Werbeagentur betreibt? Das Branding, das die TV-Präsenz fordert? Was würden wir Verbraucher uns denn wünschen, das Firmen mit der EM machen? Nichts, ist jetzt ungültig. Würde mich das freuen, wenn mir meine Bank zwei Eintrittskarten fürs Halbfinale schenkt? Ich denke nicht, weil mich ein Halbfinale ohne Deutschland gar nicht interessiert und weil ich auch keine Zeit hätte, nächste Woche nach Wien zu fahren. Ja selbst wenn, was brächte es meiner Bank - außer hohen Kosten? Einschlägige Erfahrungsberichte werden gerne noch angenommen. Einsendeschluss ist der 29.06.08 zu dem der Autor dieses Artikels dem geschätzten Leser freundliche EM-Grüße übermittelt mit dem Wunsch, diesen Artikel weiter zu empfehlen.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Marketing Denkanstöße um 14:14

Lieber Kai,

wenn Du das Steuergesetz aufmerksam studiert hättest, wäre die aufgefallen das "Werbungskosten" im Jahr ihrer Entstehung im vollen Umfang den Gewinn mindern. Also, können Konzerne mit hohen Gewinnen hier auf Kosten zu zahlender Steuern werben bis der Arzt kommt. Was diese auch tun. Denn bevor sie dem Fiskus das Geld in der Rachen werfen und eh schon alle sich die Taschen voll gemacht haben, machen die lieber blöde Werbung. So ist das. Denn mal ehrlich was soll JVC da? Oder wie heißen die Anderen? Siehst du, dass sind alles Firmen die viel zu viel Geld übrig haben. Und da machen sie dann doch lieber Werbung. Kostet doch fast nichts mehr. Was würdest Du denn machen, wenn Du 345.000.000 EURO Steuern zahlen müsstes? Hä? Na? Werbung. Genau! Sag ich es doch.

Anonym am Juni 13 2008, 16:30