

Sonntag, 5. Oktober 2008

Kultsammlung : Kultmarken Kultprodukte Kultmenschen Kultorte Kultmomente Kultereignisse

Der zunehmend abnehmende zwischenmenschliche Kontakt, verbunden mit einem sich steigernden Ego, hat dazu geführt, dass es eine vielfältige ansehnliche Kultsammlung gibt. Dadurch, dass die Menschen zunehmend anonym leben, werden fehlende menschliche Bindungen einfach durch die Kultsammlung ersetzt. Kult statt sozialer Bindungen. Die jeweilige Zielgruppe überträgt die fehlende soziale Bindung zu Menschen auf die jeweiligen Kultaspekte. Der eigentliche Nutzen wird somit bei weitem übersteigert, weil sich dadurch eine Identifikation einstellt, ein gemeinschaftlicher und somit gesellschaftlicher Nutzen. Im übertragenen Sinne. Der Kult ersetzt die Freunde, die guten Bekannten bis hin zur Familie. Er stellt soziale Kontakte auf einer anderen übergeordneten Ebene her. Mit Erfolg. Dieses Phänomen verbreitet sich und die Marketingbranche hat das spät dann doch erkannt und versucht, dieses Phänomen für sich zu nutzen. Was natürlich nicht geht. Es schließt sich sogar aus. Werbung kann etwas nicht zu Kult machen, sondern die emotionalen und sozialen Bedürfnisse machen dies. Das kann man nicht einfach herleiten. Die Gemeinschaft, die Gruppe muss sich über den jeweiligen Kult selbst finden. Dann kann man den Kult zwar kommerziell nutzen, aber man kann keinen Kult herleiten. Somit kann man nur hoffen, dass etwas Kult wird, denn dann kann man es auf Kaffeetassen oder T-Shirts drucken und verkaufen. Aber Vorsicht mit dem Wunsch, Kult zu sein. Denn meistens stammt dieser aus demselben sozialen Umfeld. Oder hat sich darin abgespielt. Somit ist extrem erfolgreiches, vor allem finanziell erfolgreiches, nur selten bis gar nicht Kult. Sondern meist ist es genau das Gegenteil. Was ist Kult? Das, was eine Gemeinschaft dazu erklärt, in dem sie den eigentlichen Nutzen emotional total überhöht. Mit dem Ziel, über den Kult einen sozialen Kontakt herzustellen und fehlende reale Kontakte zu kompensieren. Ich möchte aus guten Gründen nicht darüber diskutieren, was Kult ist und was nicht. Das muss jeder für sich selbst ausmachen. Ich wollte nur eine Begründung dafür liefern, warum immer mehr einen Kultstatus erreicht. Es ist Ausdruck der Einsamkeit von Menschen in unserer Gesellschaft. Wir leben in einer Gesellschaft, die Freundschaften offensichtlich erschwert. Die Bekanntschaften zu knüpfen, ebenfalls nur sehr schwer möglich macht. Deshalb umgeben wir uns mit Kult. Die Frage ist nur: Was kommt nach dem Kult? Was kommt nach der Enttäuschung, dass diese Zweckgemeinschaften ohne echte menschliche Bindung sind? Dass die Kaffeetasse mit dem Kult darauf nie zu einem echten menschlichen Freund wird? Viele Unternehmen wären gerne Kult, weil sie sich dann mit dem relevanten Kundennutzen nicht mehr auseinandersetzen müssten. Und die Zielgruppe käme von selbst. Sie müssten nicht mehr um die Gunst werben sondern man würde grundlos unglaublich geliebt. Und man könnte auch noch Kaffeetassen und T-Shirts mit dem eigenen Kult darauf verkaufen. Ist das wünschenswert? Sich so einem Trend ausliefern zu wollen?

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 11:02

mein lieber hintze,
wiewohl ich immer nach dem blog dürste, da er meine gedanken anregt und die synapsen pflegt, meist auch logische und causslzusammenhängendes birgt, muß ich jedoch diesmal widersprechen, denn kult in verbindung zu setzen mit schwerer herstellbarer sozialer kompetenz scheint mir nicht korrekt zu sein. aus vielerlei hinsicht, über die man jetzt hier auch nicht diskutieren müßte.. jedoch ...
kult als überbegriff einer sich immer schwerer kommunizierenden gesellschaft zu definieren, als kleinsten gemeinsamen nenner, ein kürzel für die suche nach gemeinsamkeit in einer flut von (auch von dir generierten markenkatastrophe)scheint mir eher richtig zu sein... aber dass man zwegen des kults keine frundschaften mehr schließen könnte...
lieber hintze... ein klares nein...

ihr sigl

ich schenk dir ein tshirt :

aufdruck. ich bin der werbegott... und ich mag dich trotzdem
Anonym am Okt. 5 2008, 20:10

Herr Sigl,

dem Werbegott zu widersprechen amüsiert sogar denselben. Aber sicher noch mehr die Leser. Ich kann Deinen Ausführungen folgen, suche aber noch immer verzweifelt nach dem Widerspruch. Ich kann ihn beim Besten- und um Gotteswillen nicht finden Und das mir.

Anonym am Okt. 6 2008, 08:11

lieber hintze,

kult ist nicht unfähigkeit sozialen egagements und somit nicht ausdruck einer soziologischen entwicklung,

kult ist der kleinste gemeinsame nenner eines ausdrucks, auch einer hilflosigkeit sich zu positionieren im zeitalter der halbbildung.
aber im großen klang des göttlichen impetus ist widerspruch nur ein kleiner wind des ganzen ---

ps: welche leser ??

Anonym am Okt. 6 2008, 11:22