

Montag, 5. Oktober 2009

## **Mythos Ideen**

Mir wird viel zu viel Bohei um Ideen gemacht. Denn die wichtigen Ideen entspringen dem logischen Menschenverstand vor dem Hintergrund, dass ein unterschwelliges Bedürfnis zu einem offenen Bedarf wird. Und dieser wird befriedigt. Nicht mehr nicht weniger. Deshalb sind alle guten Ideen so hilfreich oder praktisch oder was auch immer. Für mich ist zum Beispiel die Waschmaschine so eine Idee - toll. Was das für eine Arbeit gemacht hat, Wäsche zu waschen. Und dann das. Rein in die Maschine, an machen, warten, saubere Wäsche raus nehmen und aufhängen. Der Staubsauger. Auch toll. Da sitzen Menschen und denken: "Mist, ist das viel Arbeit, oder aufwendig, oder kompliziert, da muss es doch eine Lösung für geben. Menschen, die sich mit dem Zustand und Umstand einfach nicht zufrieden geben. Und dann kommt die Vision: „Es müsste ein Gerät geben, dass genau das kann“. Und dann geht es los. Somit basieren sicher 20% aller Ideen auf logischem Menschenverstand. Und 80% tun das nicht. Das sind alles Ideen, die darauf beruhen, dass jemand sich selbst was davon verspricht. Und dieses Versprechen scheint so groß, dass man den relevanten Nutzen überstrahlt, übersieht, übergeht. Das sind Ideen für einen selbst nicht für einen Nutzen. Das sind Ideen, die nur für einen selbst relevant sind, weil man damit vermeintlich viel Geld verdienen will. Deshalb funktionieren diese auch nicht. Weil die eigene Relevanz nichts mit der des möglichen Kunden zu tun hat. Was man selbst will, muss nicht das sein, was der Kunde will. Blöd gelaufen. Und so entwickeln viele Unternehmen noch mehr Ideen, die keiner braucht. Und das bemerken die dann und machen andere neue Ideen, die wieder keiner braucht, und das bemerken die dann und die machen wieder andere weitere Ideen, die wieder keiner braucht und das bemerken und wiederholen die so lange bis Schluss ist. Oder unter den vielen gescheiterten Ideen sind zufällig einige dabei, die plötzlich beim Kunden relevant sind.

Am Ende lässt sich resümieren, dass es eine sehr kleine Anzahl von funktionierenden Ideen gibt, welche die große Summe der zum Scheitern verurteilten mittragen müssen. Aber beschäftigt sind alle, bzw. viele. Das ist doch auch was. Was, weiß ich nicht genau. Aber wie sagt man so schön: Das ist so. Da kann man nix machen.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 06:53