

Donnerstag, 20. Juli 2006

Der Kuchen

Der Kuchen ist nie der Selbe. So verhält es sich auch mit Budgets. Jeder Kuchen, den es aufzuteilen gilt, ist abhängig vom Messer, das ihn aufteilt. 'Gerechtigkeit' schießt den einen durch den Kopf. 'Ein großes Stück' den anderen.

Mir ist aufgefallen, dass die Größe und Form des Stücks und die Reihenfolge der Verteilung wesentlicher sind als alle wesentlicheren Aspekte. Die Stücke müssen nicht gleich groß sein. Sondern sollen den jeweiligen Appetit nach Erfolg stillen.

Der Kunde würde am liebsten nur den Kuchen zahlen und davon will er ein großes Stück. Ob der Kuchen ihm schmeckt, ist ihm dabei nicht so wichtig. Denn er muss ihn ja nicht verzehren, sondern seine Zielgruppe. Viel muss es sein, groß muss es sein und wenig kosten.

Obwohl eine exzellente Kugel Eis oder ein hervorragender Keks der Zielgruppe vielleicht viel mehr munden würde. Die Parameter der Qualität sind kein bevorzugtes Auswahl-Kriterium. Denn es befriedigt nicht den Wunsch nach Menge und Größe.

Dilemma. Der Kunde investiert 80% in das pure Material. Und mit den übrigen 20% muss alles andere irgendwie bewerkstelligt werden. Würde er aber 50% in die Qualität der Idee investieren und 50% in das Material der Umsetzung, dann würden Werbebotschaften sogar seiner Zielgruppe schmecken. Aber so ist es oft nicht. Am liebsten würde der Kunde nur Mehl kaufen und zahlen. Und wie daraus ein Kuchen wird, das ist ihm egal. Sollen sie Mehl essen. Er muss ja nicht mitessen.

In Wahrheit geht es gar nicht um den berühmten Kuchen, sondern darum, was schmeckt. Aber die Frage wird immer seltener und immer leiser gestellt. Denn dafür ist kein Geld da. Aber für große Kuchen, die niemand will, immer und immer wieder. Schade, dass man falsche und schlechte Werbung nicht recyceln kann und nicht wenigstens den Konsumschweinen zum Fraß vorwerfen kann. So hätte das schöne verschleuderte Budget wenigstens noch einen Sinn. Aber Botschaften, die niemand runter bekommt, die verschwinden einfach im großen Kommunikationsmüll. Auf Nimmerwiedersehen.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:04