

Montag, 31. Juli 2006

Einmalige Charaktere

Diese Welt sehnt sich nach außerordentlichen Charakteren. Mit der Konformität und der damit eng verbundenen eigenen Angst vor der zur Schaustellung von Individualität übertragen wir diesen inneren Wunsch auf spezielle Charaktere.

Das heißt der Mensch kann seine eigenen Wünsche auf andere und anderes übertragen. Und muss sie in sich selbst nicht erfüllt sehen. Nicht mal im mindesten. Er lebt seine positiven Tugenden in anderen Menschen oder Dingen. Und kann sie selbst völlig vernachlässigen. Was auch unter anderem den Hang zu Statussymbolen erklärt. Er überträgt seine Vorstellungen und Ansprüche an seine eigene Persönlichkeit, die er nicht erfüllen darf, kann oder will an diese Symbole oder Personen, die das für ihn erbringen sollen.

So sein wie. Oder es ist so wie. Das reicht aus. Ich glaube, dass dieser Transfer auf andere Personen oder Dinge für Persönlichkeitsentwicklung nicht gut ist. Weil es eine zunehmende Angleichung mit sich bringt. Dabei benötigen wir so wichtig die Differenzierung.

Dieses Fehlverhalten wurde maßgeblich durch die Werbung beeinflusst, denke ich. Weil auch die Botschaften und Marken sich immer gleicher wurden. Statt sich notwendigerweise zu differenzieren. Das ist ein langer schwerer Weg für viel Marken zurück. Sich zu unterscheiden wie Eric Cantona.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:03