

Montag, 7. August 2006

Nehmen Sie doch irgendwas Schönes

Für die einen ist es nur eine Entscheidung. Für die anderen ist es der blanke Wahnsinn. Oft verhält es sich so, dass der Kunde ungewollt ganze Kreationlawinen auslöst. Der Kreative würde so gern wissen, in welche Geschmacksrichtung er denken soll, damit das, was dann aufgetischt wird, auch mundet.

Aber wie in einem Restaurant, sitzt der Gast da und sagt: Was Leckeres! Und ihm ist nicht zu entlocken, großer Hunger oder kleiner. Fisch oder Fleisch. Heiß oder kalt. Er erwidert nur: Sie sind der Fachmann, das wird schon schmecken. Panik macht sich breit. Ratlosigkeit.

Tausende Schriften mit noch mehr Schriftschnitten. Ebensoviele Layoutvarianten in noch mehr Formaten. Textkampagnen. Text-Bild oder Nur-Bild. Oder gar keine Kampagne? Bitte, bitte: Nur einen Hinweis! "Hauptsache lecker?"

Okay. Dann doch so. Der arme Berater, der das seiner Kreationsküche beibringen muss. Aber mal schauen, vielleicht schmeckts ja. Und wenn nicht, dann liegen die Geschmäcker eben weit auseinander.

Was Leckeres? Nichts leichter als das.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:17