Donnerstag, 31. August 2006

Blau

Blau ist meine Lieblingsfarbe. Natürlich gibt es tausend Gründe für Blau und ebenso viele gegen Blau und für Grün, Gelb, Schwarz oder Rot. Eine Lieblingsfarbe ist eine Lieblingsfarbe. Darüber kann man nicht streiten. Nicht mal diskutieren. Wenn jemand entgegnet: Meine Lieblingsfarbe ist aber Gelb. Dann muss man das akzeptieren.

Warum nicht immer so?

Die Lieblingsfarbe ist die intuitiv gefühlte und bevorzugte Farbe. Es ist die, in der und mit der man sich am wohlsten fühlt. Fast wie Geruch oder Musik. Wenn die Lieblingsfarbe einen umgibt, steigert das die emotionale Bereitschaft und rationale Fähigkeit. Das ist, wie wenn man in einem Fahrstuhl steht. Der zwei Minuten braucht, um oben anzukommen. Es ist viel schöner, wenn in diesem Musik läuft, die man schätzt. Als wenn man dumpf berieselt wird.

In Restaurants ist das auch sehr wichtig. Die Übereinstimmung von allen Sinnen. Warum nicht das bevorzugen, hinter dem man persönlich am meisten stehen kann. Ich würde mir nie ein rotes Auto kaufen.

Marken haben auch Lieblingsfarben. Und Lieblingsmusik. Und Lieblingsformen. Und Lieblingsgerichte. Und Lieblingsvorbilder. Und Lieblingsorte. Und Lieblingsmenschen. Marken haben auch einen bevorzugten Humor. Oder Lieblingsarten, zu kommunizieren. Die einen telefonieren lieber, die anderen schreiben lieber.

Es geht für Marken vor allem radikal darum, das zu tun, was die Marke am liebsten tun würde. Die meisten Marken würde gern viel mehr tun. Viel mehr lachen. Viel mehr amüsieren. Viel mehr machen. Man muss sie nur ihre Lieblingssachen machen lassen.

Aber wenn jemand Rot liebt und die Marke Blau ist, wird es schwer bis unmöglich. Daran den selben Spaß zu haben. Das ist wie Richard Claydermann im Fahrstuhl. Oder noch schlimmer, in der Warteschleife: Pour Elise. Furchtbar. Wenn das die Marke wüsste und sich wehren könnte.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:00