

Donnerstag, 7. September 2006

Dumm gelaufen

Der Respekt vor der Menschenwürde. Die gute Erziehung. Und die ebenso gute Schule, die man genossen hat. Der Anstand und die Höflichkeit verbieten es, Menschen Dummheit zu unterstellen. Das macht man einfach nicht. Es ist sehr, sehr unhöflich. So sind die Dummen vor sich selbst geschützt. Weil die Etikette es so verlangt.

In der Werbung gibt es oft Momente in denen ich dazu aufgefordert bin, eine Entscheidung diesbezüglich zu überprüfen und auf ihr Verständnis hin zu checken. Dann sage ich immer den selben Satz: Wir dürfen kein Wissen voraussetzen. Mit diesem Satz fährt man ganz gut, ohne jemanden zu diskriminieren. Denn würde ich sagen: Bitte bedenkt die unglaubliche Dummheit, die da draußen herrscht. Dann würde ich zum einen den Anschein erwecken, ich würde mich über andere stellen. Und zum anderen maße ich mir an, die Gesellschaft in Kluge und Dumme aufzuteilen.

In Wahrheit mache ich das auch. Aber man muss das, wie in der Werbung, anders verpacken, sonst macht man sich keine Freunde. Somit stellt sich in der Werbung oft die Frage: Ist das blöd genug, dass auch jeder das schnallt? Schöner verpackt nennt man das dann: Keep it straight and simple. Die immer wieder beschworene Redundanz dient dem selben Unterfangen. Was jemand beim ersten Mal nicht schnallt, wird so oft wiederholt, bis er es womöglich doch verstanden hat.

Die Werbung orientiert sich also nicht an der Klugheit von Menschen, sondern an der allgemein verbreiteten Dummheit. Deshalb ist sie auch so, wie sie ist. Oft wirklich dumm, aber sehr wirkungsvoll.

Ich umgehe dieses Problem sehr geschickt. Meine Kunden haben in diesen Zielgruppen nichts zu suchen. Und wenn es mal so ist, dann konzentrieren wir uns auf schöne Bilder. Das funktioniert immer. Denn mich bedrückt dieser Umstand. Und ich will nicht dafür verantwortlich sein, das Niveau weiter und weiter in den Keller absacken zu lassen.

Das Dumme an meinem Verhalten ist, dass ich für 90% der Werbung treibenden Unternehmen der falsche Ansprechpartner bin. Denn ich versuche, das Niveau entgegengesetzt nach oben zu manövrieren. Ich bin so eine Art Don Quichote der Kommunikationswelt. Und ich liebe es. Weil ich niemanden für dumm verkaufen muss. Und das ist mir lieber. Denn ein Niveau, das man mutwillig hat absinken lassen, kann man auch mutwillig wieder anheben. Glaube ich.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:01