



präsentiert Ihnen so kostenlos wie unbezahlbar

Die 10 + 1 Marketinggebote des Werbegotts

Nach 18 Jahren Werbewelt hat Christof Hintze, Inhaber, Geschäftsführer und Creativ Director der Werbeagentur note in München, es auf den Punkt gebracht.

Was gute Werbung ist, wie man sie macht, und woran man sie erkennt. Ganz nach dem Motto: *Keep it straight and simple*, ist es ihm gelungen, das, was sonst vielleicht Inhalt einer komplizierten Bücherreihe wäre, in „**10 + 1 Gebote des Werbegotts**“ zu fassen.

Mit diesem Erstlingswerk macht er sich auf, die Welt der Werbung, die seiner Ansicht nach auf dem Kopf steht, wieder auf die Füße zu stellen. Er prophezeit das baldige Ende der Analyse, Informationsorientierung und Ratio. Und sieht voraus, dass schon bald wieder die Intuition und die Emotion im Mittelpunkt der Werbewirkung stehen werden. Nicht überreden, sondern überzeugen. Christof Hintze: „Die Menschen sollen an etwas glauben, sie müssen es nicht wissen. Die Werbung steht vor ihrer größten Herausforderung: In einer Welt der völligen Reizüberflutung, muss sie zurück zu ihren Wurzeln kommen. Und die Wirkung vor die Aufmerksamkeit stellen. Den Nutzen vor den Blödsinn.“

So machte er sich mit Anfang 40 auf den Weg, im Namen des Kommunikationsherren die Welt der Werbung wieder gerade zu rücken. Weitere Schriftwerke werden folgen. Seminare sind in Vorbereitung. Wer also wissen will, wie es wirklich und richtig geht: Hier ist ein möglicher Weg. In 15 Minuten weiß man es. Wie man gesteuert ist, rational oder emotional. Und vor allem: Was dabei heraus kommt.

Sein einfaches Ziel für Werber wie Kunden: „Sei verdammt gut und werde immer besser!“



präsentiert Ihnen so kostenlos wie unbezahlbar

Die 10 + 1 Marketinggebote des Werbegotts

Das 1. Marketinggebot vom Werbegott: **Freundlichkeit.**

Unter den Top 10 der besten Marketingkommunikations-Ideen aller Zeiten, steht an Platz 1: "Die Freundlichkeit". Die kostet nichts. Bringt einen unglaublich weit. Kann jeder erlernen und machen. Öffnet Türen. Kann man immer und überall brauchen. Steht jedem und jeder Marke gut zu Gesicht. Darf nur nicht in das dümmlich amerikanisch-oberflächliche Grinsen abgleiten. Funktioniert deshalb nur aus innerer Überzeugung. Kann man aber leicht für sich und seine Ziele gewinnen und einsetzen. Freundlichkeit ist wie eine ewig grüne Welle in der Innenstadt. Man kommt unglaublich schnell ans Ziel. So schnell, dass man denkt: Bin ich schon da? Freundlichkeit bedeutet: "Grünes Licht" zeigen. Als Marke, als Produkt, als Dienstleistung. Aber, sie muss aus der inneren Überzeugung genährt sein. Denn die Freundlichkeit gewinnt unglaublich als Wert, wenn man auch sehr unfreundlich werden kann. Und wenn ich sehr schreibe, dann meine ich das auch so. Wer sich nicht traut, einem üblen Zeitgenossen mal richtig in die Fresse zu hauen, bei dem könnte Freundlichkeit nur wie erbärmlicher Opportunismus rüber kommen. Also, eine Übung für den Montag: Suchen Sie sich den übelsten Kunden. Lieferanten oder Mitarbeiter raus. Und hauen Sie dem ohne Ansage, Drohung oder irgendeine Ankündigung heftig auf die Fresse. So dass es alle mitbekommen. Und dann gehen sie sofort zu dem Kunden, Mitarbeiter oder Lieferanten, der Ihnen ans Herz gewachsen ist und sagen Sie ihm das: Sie sind mir der Liebste. Der Beste. Das wollte ich mal sagen. Ab dann ist der Bann gebrochen und alle sind überglücklich, wenn Sie freundlich sind. Und bleiben.



präsentiert Ihnen so kostenlos wie unbezahlbar

Die 10 + 1 Marketinggebote des Werbegotts

Das 2. Marketinggebot vom Werbegott: **Intuition.**

Alles, was wirklich gut ist, entscheidet, entdeckt und bemerkt man intuitiv. Wer seinen Kopf anstrengen muss, um dahinter zu kommen, wie gut eine Idee ist, der hat entweder keine gute Idee oder keine Intuition. Man spürt genau, wenn es stimmt. Deshalb muss man lernen: Erst seine Intuition genau zu hören. Und dann auf seine Intuition genau zu hören. Denn nur diese schafft Großartiges. Der Kopf allein ist zu solcher Ideenqualität bei weitem nicht imstande. Vielen Menschen fehlt sie. Oder ist ihnen abhanden gekommen. Deshalb brauchen sie uns. Leider oftmals auch Statistiken, Zahlen und Daten. Und was am schlimmsten ist: Der Sekretärinnen-Test. Deshalb stellen diese so bescheuerte Fragen. Deshalb fällt denen nichts ein. Deshalb suchen die immer nach dem vermeintlichen Problem, anstatt das Gute an einer Idee zu entdecken. Intuition geht verloren oder wird verschüttet. Wenn man aufhört, sich selbst ein Gefühl von Allem zu machen. Und wenn ich Allem schreibe, dann meine ich auch Allem. Alle Sinne müssen ständig gereizt werden, um die Sensibilität für die Intuition auf einem hohen Empfindungsniveau zu halten. Wenn man aus Versehen anfängt, rationale Aspekte dem Gefühl vor zu ziehen. Dann ist es um einen geschehen. Deshalb ist Intuition das beste Marketing-Werkzeug. Kostet nichts. Kann man immer schulen. Steckt in jedem Bauch. Und ist für die wunderbarsten Dinge im Arbeitsleben wie im Privatleben zuständig. Alles andere, was so richtig in die Hose geht, war in der Regel - wohl überlegt.



präsentiert Ihnen so kostenlos wie unbezahlbar

Die 10 + 1 Marketinggebote des Werbegotts

Das 3. Marketinggebot vom Werbegott: **Einfach.**

Das ist ein schwierig befolgendes Gebot. Denn wir besitzen zu viele Werkzeuge. Aber es entscheidet über Wirkung oder wirkungslos. Die erste Idee ist in der Regel die beste und einfachste. Der erste jungfräuliche Gedanke. Weil es genau der ist, der noch unbeeinflusst ist von allem Ideenschädlichen. Er ist frisch, schnell, geradeheraus und losgelöst von allem Komplizierten und Problematischen. Einfach lebt vom Weglassen. Vom Klaren und Verständlichen. Nur was beeindruckend einfach ist, ist zugleich unglaublich überzeugend. Vergiss vor der genial einfachen Idee alles andere, wie das Layout, den Kunden, den Job, den Chef, den Geschmack. Berücksichtige nichts, bevor du nicht die einfache Idee vor Augen hast. Die Summe deiner Gedanken ist immer zu einer einfachen genialen Idee imstande. Wenn du lernst und bereit bist, diese zu pflücken wie eine reife Frucht. Woran du die einfache Idee erkennst? Das spürt man. Das geht wie eine warme, schöne Welle durch den Kopf und den Körper. "Das ist es!" Sagt dir jede Faser deines Körpers. "Nichts ist stärker als eine Idee deren Zeit gekommen ist", sagte mal Viktor Hugo. Du musst sie nur zulassen. Immer und immer wieder. Musst lernen, sie zu beschützen und verteidigen. Für die einfache Idee musst du bereit sein, Opfer zu bringen. Die Wirkung wird es dir auf Heller und Pfennig zurückzahlen. Einfach. Nur einfach ist wirkungsvoll. Nur einfach ist erstrebenswert. Nur einfach ist liebenswert. Nur einfach ist hohe Lebens- und Arbeitsqualität. Und verwechsle niemals einfach mit simpel. Einfach ist schwer und wirkungsvoll. Simpel ist leicht und wirkungslos.



präsentiert Ihnen so kostenlos wie unbezahlbar

Die 10 + 1 Marketinggebote des Werbegotts

Das 4. Marketinggebot vom Werbegott: **K3.**

Kontinuierlich. Konsequent. Kreativ. Ich möchte nicht sagen, dass es egal ist, was man macht, aber Hauptsache man macht es K3. Immer wieder. Immer richtig. Immer überraschend anders. Aber nahe dran ist man schon. Auch durchschnittliche bis schlechte Konzepte setzen sich mit dem K3-Prinzip letztendlich besser durch als ständiger Tapetenwechsel. Deshalb ist sehr gutes Marketing eigentlich todlangweilig. Da macht man einmal alles richtig, und das war es dann auch schon. Marlboro ist so ein Fall. Pferde von links. Pferde von rechts. Weiße Pferde für Lights. Braune für Medium. Schwarze für Regular. Und einfach "Welcome to". Das war's. Die Moden kommen und gehen. Die Pferde stehen. An einer guten Markenpositionierung zieht alles spurlos vorüber. Man muss nur den 3 Ks folgen. Der Erfolg kommt von selbst. Man kann ihn einfach nicht verhindern. Das schaffen nur diese jungen Product-Manager. Oder neue Marketingleiter. So lange die Entscheider immer zwanghaft ihre Markierung - wie pinkelnde Hunde - an der eigenen Marke hinterlassen müssen, natürlich gut sichtbar, so lange verdienen Werber Geld. Ein Glück gibt es zum Schutz der Werber dieses unüberwindbare Naturgesetz: Die Eitelkeit. Danke.



präsentiert Ihnen so kostenlos wie unbezahlbar

Die 10 + 1 Marketinggebote des Werbegotts

Das 5. Marketinggebot vom Werbegott: **Involvement-Strategie.**

Die einen nennen es trojanisches Pferd, die anderen nennen es Involvement - Strategie. Gemeint ist das Selbe. Man nimmt sich einen wirklich durch und durch relevanten Kundennutzen. Entdeckt dazu das passende Involvement. So bekommt der Kundennutzen einen Träger für die Botschaft. Und das Ganze versieht man mit dem passenden Absender. Der mit dieser Botschaft eindeutig in Verbindung gebracht werden will. Das ist wie ein Brief. Der Umschlag ist das Involvement. Der Brief darin die Botschaft. Und der Absender ist wohl allen klar, steht ja drauf. Die Botschaft erhält man also nur mit dem Umschlag - dem Involvement. Die Krieger nur im Bauch des Trojanischen Pferds. Muss man nur rein lassen. Wie den Brief ins Haus. Das Involvement sollte aber positiv sein. Oder positiv und andersartig. Das Involvement ist wie ein Enzym. Ohne das ein Vitamin nicht an die richtige Stelle im Körper gelangen würde. Es transportiert den Nutzen zum richtigen Ort. So argumentiert die moderne Geisteswissenschaft. Nicht ich. Ich mach mir das nur zu Eigen. Vorsicht: Nackte Frauen sind zwar ein großes Involvement, aber es fehlt die Anbindung an denn relevanten Kundennutzen, das macht leider nur geil und bewirkt in die gewünschte Richtung nichts. Somit ist auch widerlegt, dass Sex verkauft. Außer Pornos. Kinder und Tiere sind zwar auch schön, aber wenn es keine Verbindung zum Kundennutzen gibt, kann auch keine Werbewirkung erfolgen. So einfach, wie es klingt, ist es denn aber doch nicht. Denn die wenigsten fühlen dem Nutzen so auf den Zahn, dass der wie aus Stein gemeißelt vor ihnen steht. Und das Entdecken eines fabelhaften Involvements ist dann doch nur einigen wenigen wirklich kreativen Köpfen vorbehalten. Wäre ja auch schlimm, wenn das jeder könnte. Es gibt ja auch nicht nur tolle Weine, Fußballer oder Schauspieler. That´s life.



präsentiert Ihnen so kostenlos wie unbezahlbar

Die 10 + 1 Marketinggebote des Werbegotts

Das 6. Marketinggebot vom Werbegott: **Verdichtung.**

Jeder Job, jeder Pitch, jeder Kunde, jedes Projekt ist eine Chance dass du besser wirst. Im selben Glas kann sehr schlechter oder sehr guter Wein sein. Also, nutze jede sich bietende Gelegenheit, um deine Qualitäten zu verdichten. Heul nicht rum, weil es zu wenig Geld gibt oder zu wenig Zeit. Das Briefing Mist ist und dich keiner versteht. Sondern begreife jeden Job immer wieder als neue Chance, besser zu werden. Der Job, der Kunde und alle anderen sind nicht deine Gegner. Nutze sie wie Eisschollen über einen Fluss, über die du läufst zu deinem Ziel. Stecke dir hohe Ziele und begreife, dass nur die Verdichtung der Qualitäten dir überhaupt die Chance gibt, an einem Ziel an zu kommen. Wer das nicht tut, kann nirgendwo ankommen. Die meisten in der Werbung klagen und beklagen sich rund um die Uhr. Wie dumm und dämlich alle sind. Das ist dumm. Jeder junge Musiker nutzt jeden Gig, der sich ihm bietet, um voran zu kommen. Jeder Autor jedes Buch. Jeder Fußballer jedes Spiel. Nur die Anwesenheit eines imaginären Gegners gibt dem ganzen überhaupt einen Sinn, der Gegner ist nicht das Publikum, der Leser oder der Zuschauer, der Gegner ist die Überwindung und das ständige Verlangen, selbst besser und besser zu werden. Die wenigsten haben das begriffen. Deshalb sind die wenigen, die es verstanden haben, auch um so vieles besser als alle anderen. Du bist nicht Deutschland, Du bist dein größter Fan. Du bist deine größte Aufgabe, Herausforderung und auch dein stärkster Gegner. In China verhält es sich beim Shiatsu (Druckmassage) so, dass der Therapeut sich nach der Behandlung beim zu Therapierenden bedankt. Weil er nur durch ihn weiter gekommen ist.



präsentiert Ihnen so kostenlos wie unbezahlbar

Die 10 + 1 Marketinggebote des Werbegotts

Das 7. Marketinggebot vom Werbegott: **Emotion.**

Die Medizin nutzt längst den Placeboeffekt. Denn was heilt, hat Recht. Nachweislich steckt in homöopathischen Medikamenten nichts Wirksames, aber ebenso nachweislich funktioniert es. Die Schulmedizin macht sich diese Tatsachen längst zunutze. Der Marketing-Welt nicht. Die rechnet immer noch an Erfolgsformeln herum. Lässt alles testen. Zieht Statistiken zu Rate. Der unbedingte Wille, nichts falsch zu machen und immer das Richtige zu tun, lässt das wirksamste Mittel der Kommunikation im Regen stehen. Und dann sind da noch die Besserwisser, die mit Logik an alles heran gehen. Die wollen alles richtig machen. Und berufen sich auf Berge von Zahlen, Daten und Fakten. Auch die lassen das beste Instrument der Kommunikation im Koffer. Die Emotion, benötigt nichts außer sich selbst. Die Kraft und Wirkung, die von ihr ausgelöst wird, erreicht und erzielt alles im Handumdrehen mit einer spielerischen Leichtigkeit. Die Emotion kann alles, was die Ratio nicht hin bekommt. Darum treffen gute Ideen immer die Emotion und lösen das aus, was wir wollen. Wenn sich alle darum bemühen, Wissen zu vermitteln, hat der Glaube schon längst Märkte versetzt. Nicht logisch, funktioniert aber.



präsentiert Ihnen so kostenlos wie unbezahlbar

Die 10 + 1 Marketinggebote des Werbegotts

Das 8. Marketinggebot vom Werbegott: **Überzeugen.**

Bleib immer bei der Überzeugung. Und fange nie an, zu überreden. Nicht dich selbst und nicht andere. Eine Idee, die nicht überzeugt, schmeiß am besten sofort in den Müll. Die meisten machen den Fehler, an den schlechten Ideen so lange rum zu fummeln, bis diese immer noch schlecht sind. Aber die Zeit, die Gute auszuarbeiten, vorbei ist. Konzentriere und reduziere dich auf deine Überzeugung. Auch Kunden wollen sofort überzeugt werden und nicht langwierig überredet werden. Auch in der Kommunikation hast du nur Sekunden, um jemanden für Deine Botschaft zu gewinnen. Wenn das nicht auf Anhieb funktioniert, dann wird es lange dauern und teuer werden, und du wirst wie früher in der Disco mal wieder alleine nach Hause gehen. Wer auf Überzeugungen aufbaut, kommt besser, schneller und zielgerichteter voran. Die Ohrfeigen, Niederlagen und das Scheitern sind ein Teil. Aber es ist immer ein besseres Gefühl, für eine Überzeugung Prügel zu bekommen, als für etwas, woran man selbst nicht mal richtig geglaubt hat.



präsentiert Ihnen so kostenlos wie unbezahlbar

Die 10 + 1 Marketinggebote des Werbegotts

Das 9. Marketinggebot vom Werbegott: **Orientierung.**

Orientiere Dich nur an den Guten. Egal, an welchen. Alles andere lass links liegen. Schau, was die Guten so gut gemacht hat. Was sie besser gemacht haben. Und mach das bitte nicht nur in der Werbung. Sondern vor allem außerhalb der Werbung. Der Paradigmenwechsel in alle erdenklichen anderen Welten ist der profitabelste Ideenlieferant. Du lernst von einem gut geführten Restaurant, einer zuvorkommenden Verkäuferin, einem Taxifahrer mehr. Schau in die Kunst. In den Sport. In alle gesellschaftlichen Strukturen und Segmente. Und suche dir immer das Beste raus. Reise. Ob im Kopf oder wirklich physisch. Setz deine Sinne ein. Du hast genug. Trainiere sie, so oft du kannst. Immer und immer wieder. Und pflück deine Erkenntnisse nur von den Besten. Und wenn nichts Gutes zu ernst ist, dann gib dich nicht mit etwas schlechterem zufrieden. Wenn ein Wein dir nicht zusagt, dann trink lieber ein kühles Bier. Aber niemals schlechten Wein. Akzeptiere nie das Schlechtere nur, weil du das Bessere nicht haben kannst. Sondern dann entscheide dich lieber für gar nichts, oder etwas ganz anderes. Die Orientierung am Besseren ist ein überaus großes Privileg unseres Daseins. 2/3 der Menschheit ist dies nicht vergönnt. Dessen muss man sich bewusst sein, deshalb muss man es auch verfolgen.



präsentiert Ihnen so kostenlos wie unbezahlbar

Die 10 + 1 Marketinggebote des Werbegotts

Das 10. Marketinggebot vom Werbegott: **Die Besten.**

Nur mit den Besten kommst Du an Deine Ziele. Auch wenn, oder gerade dann, wenn du der Schlechteste bist, ist das für dich nur förderlich. Mit einem viel besseren Tennisspieler Tennis spielen macht einen schlechten um Klassen besser. Das gilt auch für die Musik, das Theater oder Köche. Du kannst nur Außerordentliches erreichen, wenn du Außerordentliche um dich versammelst. Den meisten reicht es, König der Arschlöcher zu sein. Sei du lieber das Arschloch unter den Königen. Es ist ein erhebendes Gefühl, mit den Besten zu tun zu haben. Denn auch die passenden Kunden werden sich wie angezogen fühlen. Die dazu gehörigen Lieferanten. Einfach alle und alles wird aus einem anderen Holz geschnitzt, wenn du keine Angst hast, mit den Besten zu tun zu haben. Jeder fängt mal an. Und keiner, oder nur ganz, ganz wenige, waren sofort Könige ihrer Zukunft, ohne jemals über die sprichwörtlichen Dörfer getingelt zu sein. Aber das Ziel kann nur eins sein: Lebe, arbeite nur mit den Besten. Und wenn das nicht möglich ist, dann sei lieber allein mit dir selbst und genieß die Einsamkeit. Denn nichts zieht einen mehr runter, verunsichert einen mehr, als schlechte Menschen. Plötzlich musst du dich erklären und machst das dummerweise auch noch. Oder noch schlimmer: Sie erklären dir, wie es wirklich geht. Und du bist so freundlich und heuchelst auch noch interessiert. Der beste Praktikant ist eine absolute Wohltat. Die beste Putzfrau auch. Arbeite hart daran, einer von ihnen zu sein und nur diese Kalieber um dich zu haben.



präsentiert Ihnen so kostenlos wie unbezahlbar

Die 10 + 1 Marketinggebote des Werbegotts

Das 10 + 1 Marketinggebot vom Werbegott: **Handwerk.**

Beherrsche das Handwerk. Und lerne alle umliegenden Handwerke dazu. Sonst redest du über Dinge, von denen du keine Ahnung hast. Wenn du keine Ahnung hast, dann lass dem anderen alle Freiheiten. Und quatsch ihm nicht rein. Du musst dich und das Ergebnis ihm anvertrauen. Wenn du dein Handwerk beherrschst, dann geht das in der Regel nicht nur gut, sondern übertrifft deine Erwartungen. Nichts ist schlimmer als Kunden beim Shooting. Oder Berater. Oder Texter. Die alle keine Ahnung vom Fotografieren haben, aber weil eine Digicam zu Hause lauert, so tun, als ob. Grausam. Oder Menschen, die schreiben mit Texten verwechseln. Oder Layout mit Idee. Beherrsche dein Handwerk. Und entwickle dich mit. Alles verändert sich. Du darfst auf deiner Position nie den Anschluss verlieren. Die wenigsten beherrschen ihr Handwerk. Mit einem Abschluss vor Jahren glauben sie, noch heute am Ziel zu sein. Weit gefehlt. Mit dem Abschluss fängt die wirkliche Ausbildung erst an. Wer erinnert sich nicht, wie er den Führerschein zum ersten Mal in den Händen hielt, wie vogelfrei man sich in dem Chaos fühlte. Ein Wunder, dass man das überlebt hat. Man kann dir jeden Job nehmen und jede Idee in der Luft zerreißen, aber was bleibt, ist die Routine, mit der du dein Handwerk beherrschst und bei allem Verkehrschaos in der Werbung nach Jahren immer die Übersicht behältst und jeden Job ohne Beulen ans Ziel bringst. Das ist und bleibt wertvoll.

marketing-blog.biz

E-Mail: das-ist-aber-echt-n@marketing-blog.biz

URL: <http://www.marketing-blog.biz>

Christof Hintze

note ideen management GmbH

Bavariaring 15

80336 München

Telefon: 089 – 53 07 50 30

Telefax: 089 – 53 07 50 32 1

E-Mail: info@note-i.de

URL: <http://www.note.info>