



# Wie man gute Ideen begräbt

Ein Leitfaden für erfolglose Werbung

## **Ideenkiller 1: „Die angezogene Handbremse“**

Sie wollen Werbung machen die auffällt. Es einmal richtig krachen lassen! Aber auch nicht zu doll. Eigentlich so wie es die Mitbewerber machen. Nur ein bisschen anders. Denn wenn es alle anderen so machen, kann es doch nicht ganz verkehrt sein, oder?

## **Ideenkiller 2: „Viele Entscheider verderben den Brei“**

Man nehme eine große Idee und verändere diese gemäß den Wünschen vieler Menschen. Was bleibt übrig? Genau: Weichgespülter Durchschnitt!

## **Ideenkiller 3: „Wankelmut tut selten gut“**

Ja! Nein! Jein! Vielleicht? Eigentlich doch ganz schön. Oder nicht? Nein ganz anders? Oder was meinen Sie?

## **Ideenkiller 4: Durchschnitt**

Durchschnitt ist eigentlich kein Ideenkiller. Denn im Durchschnitt können Ideen erst gar nicht entstehen. Deshalb ist Durchschnitt die einzig wirkliche Totsünde, die man in der Werbung begehen kann. Übrigens: Langeweile ist die kleine Schwester von Durchschnitt. Die beiden gehen gerne Hand in Hand.

## **Ideenkiller 5: Zuviel Zeit**

Es ist wie früher bei der Matheschulaufgabe, wenn man noch Zeit hatte zu kontrollieren. Man streicht die richtigen Antworten durch und ersetzt sie durch falsche. Und später? Da beisst man sich dann in den A.

## **Ideenkiller 6: Das Streben nach absoluter Sicherheit**

Sollen wir nicht erst unsere Kunden fragen, bevor wir das so auf den Markt geben? Und alle Mitarbeiter? Und alle Freunde und Bekannten? Und den Kanarienvogel? Und was kommt raus wenn man alle eingeholten Meinungen unter einen Hut zwingt? Siehe Ideenkiller Nummer 4 - die Totsünde!