

Du kaufst was du kennst

Im Patentprozess zwischen Apple und Samsung in San José sagte Apples Marketingchef Phil Schiller, wie viel sein Unternehmen in Werbung gesteckt habe: 647 Millionen Dollar für das iPhone, das seit 2007 auf dem Markt ist, und 457 Millionen für die iPad-Linie, die nun zwei Jahre alt ist.

Der Marketingchef von Coca Cola, der weltbekanntesten Marke, der Franzose Marc Mathieu, verfügt über ein Budget von 2 Milliarden Dollar, um die alte Geschichte des braunen Sprudelwassers weiter zu erzählen. Coca Cola war sich der Bedeutung der Werbung fast immer bewusst. Doch um die Jahrtausendwende senkte der Konzern sein Marketingbudget, um so den Gewinn zu erhöhen. In der Folge verlor die Marke an Glanz und Überzeugungskraft. Der Konzern erkannte seinen Fehler und erhöhte das Werbebudget wieder.

Warum ist Werbung so wichtig? Dazu gibt es verschiedene Antworten:



Die Basis ist simpel: Ich kann etwas nicht kaufen, wenn ich nicht weiss, dass es existiert. Dann weiss man heute aus Untersuchungen, dass der Mensch nur ungern zugreift, wenn er etwas nicht kennt, beziehungsweise dass er am liebsten wählt, was er kennt, was ihm vertraut ist.

Produkte, Dienstleistungen, Personen (Wahlen) bekannt machen kostet Geld. Doch Geld allein reicht nicht. Entscheidend ist, dass die Werbung auf einer guten Idee gründet, dass diese attraktiv formuliert und gewinnend umgesetzt wird.

Bekanntheit gewinnt man natürlich nicht nur durch Werbung, sondern auch durch geschickte PR, durch geschickten Verkauf seiner Marktleistung und weiteres mehr. Immer soll die Frage im Zentrum stehen: Gewinnt mein Produkt, meine Dienstleistung durch eine bestimmte Aktion an Bekanntheit – und zwar bei der relevanten Zielgruppe? Wenn man dabei nicht professionell vorgeht, erreicht man selbst mit viel Geld kaum etwas. Andererseits kann man die Köpfe und Herzen der Kunden und Wählerinnen durchaus erobern, wenn Idee, Botschaft und Umsetzung clever und abgestimmt sind.

Peter Rusterholz | 10.8.2012

Quellen:

- Tagesanzeiger, 4.8.12: 647 Millionen Dollar für iPhones.
- www.media-work.ch, 10.8.12: Der Geist ist wieder zurück in der Coca-Cola-Flasche