



Experten-Slot Marketing- & Kommunikations-Strategien

Vogelsänger Studios

Der folgende MÖBELMARKT-Experten-Beitrag wird Ihnen von [Vogelsänger Studios](#) zur Verfügung gestellt. Form, Stil und Inhalt liegen allein in der Verantwortung des Autors [Alexander Ellendt](#). Die hier veröffentlichte Meinung kann daher von der Meinung der Redaktion oder des Herausgebers abweichen.

**Vogelsänger Studios**

**Expertenbeitrag: Nur mutig erzählte Geschichten fallen auf**

Mittwoch, 12.12.2018

Dass Zielgruppen von Werbekampagnen längst nicht mehr mit einfachen und platten Slogans erreicht werden, ist allgemein bekannt. Ob mit Stills, Bewegtbild, Live-Kommunikation oder Social Media, um erfolgreich zu sein und das Interesse der Kunden zu wecken, braucht es gute Geschichten – gutes Storytelling. Eine gute Geschichte bleibt jedoch nicht automatisch im Gedächtnis. Was oft fehlt, ist eine Prise Mut. Nur wer mutig voranschreitet, kommt erfolgreich weiter. Denn nur wer über den Tellerrand schaut, wird sehen, was dahinter liegt.

Wenn man an die erfolgreichsten Kampagnen der letzten Jahre denkt, stellen wir fest, dass es die

mutigsten Ideen waren, die sich in das kollektive Bewusstsein gebrannt haben.

Dabei lohnt ein Blick zurück:

An einem Strand werden in [Lagnese - Like Ice in the sunshine](#) die lustigsten und absurdesten Geschichten erzählt. Kein Mensch wäre auf die Idee gekommen, in den Spots der 80er Jahre von "Milch von glücklichen Kühen" oder "Lactose frei" zu sprechen. Das wären vielleicht die nackten Produktinformationen gewesen. Spannend sind diese jedoch bestimmt nicht.

Etwas aktueller, aus dem Jahr 2015, ist der Film "[Heimkommen](#)" von EDEKA. Ein kalkulierter Tabubruch, in dem mit dem vermeintlichen Tod eines geliebten Menschen gespielt wird. 60 Millionen Menschen haben diesen Film bis jetzt alleine auf YouTube gesehen. Und ja, einige halten den Film für pietätlos. Doch EDEKA hat Mut bewiesen. Den Mut, nicht als Lebensmittelhändler aufzutreten, sondern einen eigenen Fokus zu setzen und dadurch für viel Aufmerksamkeit zu sorgen.

Über den Tellerrand schaut [Sixt in ihren Social Media Kampagnen](#) schon seit langem, wie dieses aktuelle Beispiel zeigt. Immer wieder greift der Autovermieter aktuelles, oft auch politisches, Zeitgeschehen auf und nutzt dieses für seine aufmerksamkeitsstarken Anzeigen. Die provokanten Posts brechen gekonnt die übliche, sichere Werbung auf, die ansonsten lieber die Finger von politischen Themen lässt. Die Anzeigen vermitteln ein mutiges Profil, weil Sixt sich traut den Mund aufzumachen und anzuecken. So bleibt Sixt im Gespräch und bei der Zielgruppe im Gedächtnis.

Mutig sein bedeutet, bewusst die Komfortzone zu verlassen und die Dinge aus einem anderen Blickwinkel zu betrachten. Mutige Werbung ist auf den ersten Blick immer auch ein Risiko, denn es setzt Vertrauen in die eigenen Stärken voraus und erlaubt einen kritischen sowie ehrlichen Blick auf die eigenen Schwächen. Mut bedeutet nicht Selbstverleugnung. Mut funktioniert nur mit Wahrhaftigkeit.

Unser Aufruf an alle Markenverantwortlichen: Seid mutig!

**Nur mutig erzählte Geschichten fallen auf**

## Links

- [Vogelsänger Studios](#)

## Weiterführende Links

- [Sixt auf Twitter](#)
- [Film "Heimkommen" von EDEKA](#)
- [Langnese - Like Ice in the Sunshine:](#)