



Ausgabe 2...2011

Kolumne

Markenware

Wir kennen das: „Limitierte Auflage, nur für kurze Zeit!“

So macht es zum Beispiel das Unternehmen Lorenz, wenn es eine neue Rezeptur für seine Kartoffelchips kreiert hat. Die heißen dann erst mal „Western Stile“ oder „Thai Chili“, Letztere waren sogar richtig lecker. Jedenfalls für meinen bescheidenen Gaumen. Nun aber ist die „limitierte Auflage“ nicht nur ein wahrer Marketinggag, sondern auch die „große Testphase“! Verkauft sich das Glumpert nicht, war das noch immer kein Ansehensverlust.

Anders in der Politik! Hier hat eine Marke ziemlich „versch...“! Sagt jedenfalls ein Herr der mittleren Managementebene aus Schleswig-Holstein (FDP). Weil da ja nix mehr ist mit Hot Chili und Käse im Brühwürfel.

Was aber will uns das sagen:

1. Lorenz nimmt seine verkorkste Rezeptur vom Markt.
2. Der Mensch, der das öffentlich geäußert hat wird gefeuert.
3. Der Käse wird dem Brühwürfel entfernt!

In der Politik aber wird eine „versch... Marke“ mit der Wahlkampfkostenrückerstattung so lange am Leben erhalten, bis es auch dem Letzten nicht mehr schmeckt.

Jörg-Friedrich Küster

Ein Bild ist nicht ein Bild!

Wolfgang Gesekus über Fotografie und „knipsen“

„Ich glaube wirklich, dass es Dinge gibt, die niemand sähe, wenn ich sie nicht fotografieren würde.“ Diese Aussage ist übrigens von Diane Arbus, Fotografin aus den USA (1923-1971).

Es ist ein wichtiger Punkt um zu interessanten Fotos zu kommen. Denn nur interessante Fotos finden Beachtung, hier bleibt man für eine Weile „kleben“.

Beobachten, das Hinsehen üben, genau hinschauen, auch ohne die Kamera. Was sehe ich, was umgibt mich, welche Details springen mir ins Auge. Und dazu muss ich mir Zeit nehmen, eine Situation, eine Stimmung oder ein Objekt auf mich wirken lassen.



o.T. Digitalfotografie 2010

Erst im nächsten Stepp geht es um die Aufnahme, die Kameraeinstellung. Welchen Ausschnitt will ich, wie viel Tiefenschärfe etc. Setzen Sie sich keine Grenzen, probieren Sie aus, experimentieren Sie mit der Kamera. Kreativität heißt Grenzen überschreiten. (2)

Massiv für die Nordsee!

Das Unternehmensziel von „freisein-consult“ ist ganz klar definiert. Wir verstehen uns als Dienstleister für den kleinen und mittelständischen Unternehmer/in.



Auch im Zeitalter des Internet wollen wir uns nicht verbiegen. Wir können und wollen uns nicht mit dem Internet verdienen.

Es ist der persönliche Kontakt zu unseren Kunden, der spürbar erfolgreich ist. Auch aus diesen Gründen haben wir unsere Werbeaktivitäten auf die Region von Münster, über Osnabrück bis zur Nordsee (Norden) eingeschränkt.

Eingeschränkt heißt aber nicht beschränkt.

„Am schönsten ist es in Norddeich im November, dann, wenn die Saison zu Ende ist! „Dann bist Du mit Dir!“ Wer etwas liebt, kann auch dafür werben.“