



## „Wat de Bur nich kennt, dat frett he nich.“\*

Dieses plattdeutsche Sprichwort macht jemandem den Vorwurf, nie etwas Neues probiert zu haben, sondern immer nur beim Altbekannten geblieben zu sein. Jemandem, der auf Nummer sicher geht, das Bewährte wiederholt, nach dem Motto: „Hat ja bisher nicht geschadet.“

Da fehlt es an Motivation und kreativem Input, auch einmal auszubrechen, so dass sich automatisch eine gewisse Eintönigkeit einstellt.

Aber Eintönigkeit und das Denken und Handeln in „gewöhnlichen“ Mustern bringen einen nicht weiter. Insbesondere nicht in der werblichen Kommunikation. **Denn Langeweile kommuniziert nicht.** Im schlimmsten Fall werden Botschaften oder Informationen über Leistungen und Angebote nicht wahr- und nicht aufgenommen; sie verpuffen einfach.

\* „Was der Bauer nicht kennt, das isst er nicht.“

Auch wenn Wiederholungen eine verstärkende Wirkung haben können, in visueller Hinsicht können sie eine Art Blockade erzeugen. Der Faktor der Aufmerksamkeit geht verloren, so dass man eigentlich gleich auf die Werbung hätte verzichten können.

Wenn es bisher nicht geschadet hat ... hat es denn etwas genutzt?

Das lässt sich manchmal nur schwer beantworten.

Aber Neues muss ja nicht immer schlecht sein. Neue Ideen und kreativer Input bringen Freiheiten und Farbe in Ihre Kommunikation.

Kreativität entsteht, wenn man mit Mustern bricht. Kreativität kann ein Erfolgsfaktor sein: kreativ sein bedeutet, Perspektiven zu wechseln oder andere Wege zu gehen. Ohne Kreativität gibt es keine Problemlösung.

Machen Sie einfach mal etwas anders, vor allem anders als die Anderen. Brechen Sie mit Mustern, fallen Sie auf und werden Sie sichtbar.