

Editorial Februar 2002

Lese-Zapping

Was seit der Pisa-Studie zu etwa gleichen Teilen Aktionismus und die hektische Suche nach Schuldigen ausgelöst hat, ist den Jugend- und Meinungsforschern längst nicht mehr neu: Das Interesse an Hintergrundinformationen ist so gering wie nie. Das heißt auch, dass immer weniger junge Leute Dinge in einen komplexen Zusammenhang stellen können, da ja eben das Interesse an diesen Zusammenhängen fehlt.

So zappt sich die Jugend durch Fernsehprogramme, durch Zeitungen, Zeitschriften und sogar Bücher. Da fragt sich der kritische Beobachter schon mal, was zuerst war, das Huhn oder das Ei? Oder anders gefragt: Haben wir Alten es zuerst nicht mehr geschafft, Zusammenhänge so interessant darzustellen, dass sie auch jemand wissen will? Oder schenken wir uns das spannende Erzählen erst, seit es keinen mehr interessiert?

Wie auch immer: die sinkende Bindung junger Leute an bestimmte Medien und Produkte birgt natürlich immer auch die Chance für Neues. Nur: Wenn wir es dann wieder nicht schaffen, eine enge Beziehung und damit einen Zusammenhang herzustellen, müssen wir uns immer schneller immer wieder Neues einfallen lassen, um die latent unzufriedenen Jung-Kunden bei Laune zu halten.

Da kann ich nur raten: Verpacken Sie Ihre Botschaften so spannend, dass Ihre Werbung und Ihre Mailings wieder mehr und längere Aufmerksamkeit genießen. Natürlich müssen Sie das Ganze für die junge Zielgruppe heute in kleinere Häppchen zerlegen, damit die Botschaft trotz Zapping ankommt. Wenn sie Ihre „jungen“ Mailings also Zapping-gerecht schreiben und gestalten, ist das der erste Schritt zu mehr Marken- und Produkttreue.

Ihre

Gabriele Baron arbeitet als freiberufliche Texterin und Journalistin sowie als Trainerin mit dem Schwerpunkt Kundenorientierung in Text, Korrespondenz und Verkaufsgespräch. Sie ist Autorin der Bücher "Mailings einfach und erfolgreich durchführen" und „Ideen finden – Top-Tools für kreative Köpfe“. Anfragen richten Sie bitte an: Gabriele Baron Text & Training, E-Mail: info@baron-texttraining.de, Internet: www.baron-texttraining.de