

**Thema:** Klaus-Dieter Koch

**Autor:** Klaus-Dieter Koch

## Weshalb Innovationen floppen

Das Management meines Supermarkts hatte kürzlich eine ganz tolle Idee: Optimierung des Ladenlayouts. Soll heißen, dem Kunden wird es schwer oder gar unmöglich gemacht, seine bevorzugten Produkte dort wiederzufinden, wo sie bisher immer waren. Es wurden nämlich Wegstrecken optimiert, Regale nach neuesten Erkenntnissen neu gruppiert und umgestellt, Waren in den Regalen neu geschichtet oder gleich an ganz anderer Stelle untergebracht. Ergebnis: Der Kaufakt wurde unglaublich anstrengend, dauerte viel länger als üblich und am Ende kaufte ich weniger als sonst, weil ich manche Produkte nicht mehr finden konnte.

Warum floppen so viele Innovationen? Warum ist es so schwer, die Menschen aus ihren gewohnten Wahrnehmungs- und Handlungsmustern herauszulösen? Warum gehen die meisten „kreativen“ Ideen nach hinten los? Die mit Abstand stärksten Verbündeten einer Marke in bewegten Zeiten sind die Gewohnheiten ihrer Kunden. Im Zweifel werden sie das Gewohnte gegenüber dem Neuen immer bevorzugen. Gewöhnung - Vertrautheit - Vertrauen ist der Dreiklang aller nachhaltig erfolgreichen Marken. Gewohnheiten helfen den Menschen, sich in neuen, ständig verändernden Umfeldern immer noch zurecht zu finden. Je mehr Veränderung, desto wichtiger sind Gewohnheiten.

Nutzen Sie die Gewohnheiten Ihrer Kunden. Halten Sie sich an das Markengesetz Nr. 1: Nutzen, was im Kopf des Kunden bereits drin ist. Klinken Sie sich ein, aber versuchen Sie nie, gelernte Gewohnheiten zu Ihren Gunsten zu verändern. Es wird Ihnen nicht gelingen. Daran sind selbst die größten Marken der Welt schon gescheitert.



**Klaus-Dieter Koch**  
Der Autor ist Markenstrategieberater und Gründer von Brand:Trust