

Alex & Bill – Projektmarketing

... oder die Balance zwischen Marketing und Projektarbeit ...

Der Wiedererkennungseffekt

Als Alex ins Wohnzimmer kam, saß Ines gemütlich in ihren Sessel gekuschelt und las. Alex drückte ihr einen Kuss auf die Wange und blickte auf das Buch. „Was ist es denn dieses Mal?“ Ohne den Blick von dem Buch zu lassen, hob Ines es hoch, so dass Alex den Titel lesen konnte „The Well of Lost Plots“. „Ein neuer Thursday Next?“

Ines brummelte. Alex verdrehte die Augen und ging rüber in die Küche, um sich etwas zu trinken zu holen. Okay, gegen Ines Lieblingsheldin hatte er keine Chance. Das kannte er schon, bloß nicht ansprechen war die Devise.

Er setzte sich Ines gegenüber, nahm einen Schluck und stellte das Glas ab. Zurückgelehnt beobachtete er seine Frau. Eine Strähne fiel ihr über das Gesicht und sie war so tief in ihrem Buch versunken, dass sie wahrscheinlich noch nicht mal mitbekommen würde, wenn hier eine Bombe einschlug. Er schloss die Augen und ließ den Tag noch einmal an sich vorbeiziehen.

In seiner Branche ging es gerade steil bergab, Kurzarbeit drohte und keiner wusste, wie die Zukunft aussehen würde. Er dachte an sein Meeting, auf dem sie ihre Arbeiten für weitere Forschungsprojekte besprochen hatten. Es war eigenartig gewesen. Sie planten, als ob alles wie immer weitergehen würde, weil sie nicht wussten, was sie sonst hätten tun sollen. Sie konnten ja schlecht alles niederlegen, vielleicht ging es doch wie gehabt weiter.

Und dann der Anruf von Gracia. Alex seufzte. So sehr er mittlerweile verstand, wie wichtig die Öffentlichkeitsarbeit für das Ministerium war, allmählich ging es ihm auf die Nerven. Sie hatten gerade wirklich andere Probleme als über Projektmarketing nachzudenken. Genaugenommen war Marketing überhaupt das letzte Thema, über das er nachdenken wollte. Und bei Schlagworten wie Corporate Identity oder Project Identity – wie Gracia es scherhaft in ihrem Projekt nannte – konnte er eigentlich nur noch die Augen verdrehen. Alex öffnete wieder seine Augen und betrachtete Ines. Sie war natürlich immer noch in ihr Buch versunken. Manchmal hörte er ein leises Kichern, das Umblättern der Seiten, dann wieder Stille. „Ines“, rutschte es Alex heraus, „wie suchst du dir eigentlich deine Bücher aus? Wie bist du auf Thursday Next gekommen?“

Ines hob leicht unwillig den Kopf, die Augen immer noch auf das Buch gerichtet und äußerte so etwas wie: „Hnnnuuh?“, was wohl ein verkapptes „lass mich in Ruh“ sein sollte. Alex beschloss es zu ignorieren.

„Wie wirst du auf ein Buch aufmerksam? Warum kaufst du es?“ Alex beugte sich vor, um ihre Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen. Ines seufzte und richtete ihren Blick auf ihn.

„Alex, es ist gerade spannend“.

„Das ist es nachher auch noch.“

Ines verzog ihren Mund, legte ein Lesezeichen in das Buch. „Du gibst ja doch keine Ruhe, wenn dir was durch den Kopf spukt.“

„Stimmt“. Alex lächelte sie an. „Und, wie kommst du zu deiner Kaufentscheidung?“

„Naja, manchmal hat mir jemand ein Buch empfohlen. Manchmal gehe ich auch einfach durch die Buchhandlung und lasse meinen Blick schweifen bis er auf irgend etwas stößt.“

„Das heißt das Titelbild oder der Umschlag fällt dir auf?“

Ines nickte. „Ja, entweder weil es sich von der Menge abhebt oder weil das Titelbild etwas in mir auslöst. Dann überfliege ich kurz die Rückseite und die ersten Sätze auf der ersten Seite. Ich glaube, es ist eine gewisse Originalität, die mich aufmerksam macht. Manchmal gibt es aber auch hartnäckige Bücher.“ Ines lächelte. „Die fallen mir immer wieder auf und ich denke, vielleicht ist es doch etwas für mich. Ris ich.“



Alex Lister

Jasper Fforde, *The Well of Lost Plots*, Hodder-Verlag: Thursday Next (wörtlich übersetzt „Donnerstag Nächster“) ist die Protagonistin in einer Reihe von Romanen des walisischen Autors Jasper Fforde. Die Romane mischen geschickt Science-Fiction mit Fantasy-Elementen und gleichen im Erzählstil ein wenig den mit skurrilem Humor geschriebenen Büchern von Douglas Adams.

(Quelle: Wikipedia)

Newsletter edacentrum Probeauszug

Bestellen Sie sich den kompletten Artikel über newsletter@edacentrum.de

edacentrum, Hannover, April 2009