

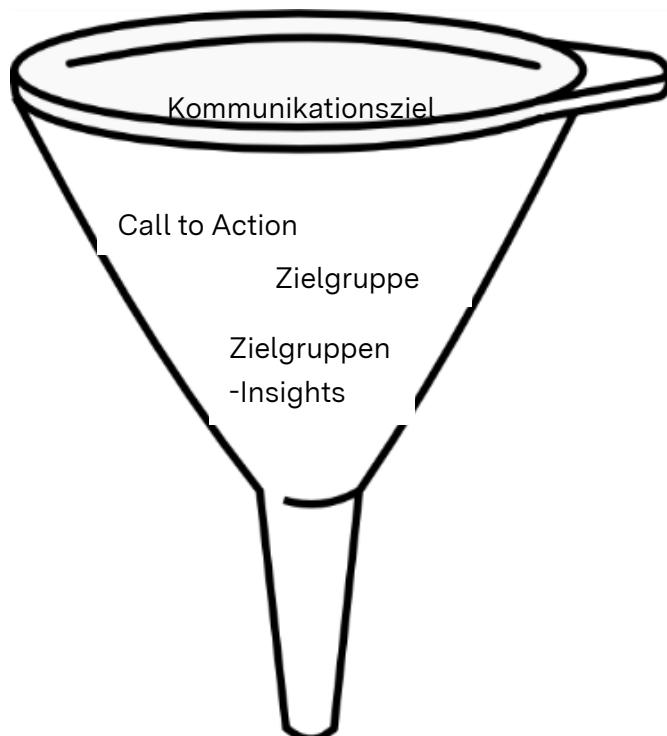
Der Küchenzuruf – eine einprägsame Kernbotschaft

Ein Küchenzuruf, ein Werkzeug aus der Kommunikationswissenschaft, ist eine kurze, prägnante und verständliche Information, die so einfach ist, dass sie auch während eines beiläufigen Gesprächs in der Küche vermittelt werden kann.

Stellen Sie sich vor, Sie kommen nach Hause, voller Eindrücke von einem spannenden Tag. Statt langatmig zu erklären, was Sie alles gelesen oder erlebt haben, rufen Sie einfach die eine, prägnante Erkenntnis in die Küche, die den Kern der Geschichte trifft. Genau das ist ein Küchenzuruf: die Essenz einer Botschaft, so klar und einprägsam, dass sie haften bleibt.

Für einen guten Küchenzuruf braucht es Mut, viele Nebeninformationen rauszulassen, um den einen zentralen Punkt herauszukristallisieren. Der Küchenzuruf sollte für die Zielgruppe so relevant sein, dass er im Gedächtnis bleibt.

Sie wissen bereits, welches ihr Kommunikationsziel ist, welche Handlung Sie auslösen wollen, wer Ihre Zielgruppe ist und was die zentralen Werte, Bedürfnisse und Besonderheiten Ihrer Zielgruppe sind. Jetzt geht es um die hohe Kunst, all dies in einer zentralen Kernbotschaft, einem prägnanten Küchenzuruf, zu verengen und auf den Punkt zu bringen:



Fiktive Beispiele für Küchenzurufe

Gute Beispiele	Schlechte Beispiele	Erläuterung
Kosten, Sicherheit und Wertentwicklung einer Immobilie können durch die richtige neue Heizung verbessert werden.	Die Wärmepumpe ist die klimaschonendste Heizung!	<p><input checked="" type="checkbox"/> Alltagsnah, nutzt persönliche Vorteile (Kosten, Sicherheit, Wert) und erzeugt Identifikation.</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Technisch, abstrakt, kein Bezug zu Alltagsnutzen oder Emotion.</p>
Wärme aus der Nachbarschaft – spare Kosten, bleib unabhängig, stärke Mörsch!	Nahwärme für ein besseres Klima - machen Sie mit!	<p><input checked="" type="checkbox"/> Emotional, lokal verankert, kombiniert individuelle und gemeinschaftliche Vorteile.</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Allgemein, appellativ, ohne konkreten Mehrwert oder Ortsbezug.</p>
Naturnahe Gärten machen weniger Arbeit und schaffen mehr Lebensräume für Tiere und ein besseres Klima für dich und deine Nachbarn!	Verzichten Sie auf Steingärten und schonen Sie die Umwelt.	<p><input checked="" type="checkbox"/> Positiv formuliert, zeigt persönlichen Nutzen + Gemeinschaftseffekt.</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Moralisierend, mit Verzichts-Rhetorik, ohne emotionale Ansprache.</p>
Die Klimawoche bietet Raum für neue Ideen, Spaß für die Familie und die Chance, gemeinsam die Zukunft zu gestalten.	Besuchen Sie unsere Klimawoche und informieren Sie sich über Klimaschutz in der Kommune.	<p><input checked="" type="checkbox"/> Einladend, motivierend, verbindet Emotionen mit Teilhabe.</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Nüchtern und belehrend, kaum Anreiz oder Nutzen erkennbar.</p>

