

Wie ein Werbefachmann Werbung sieht

„Kannst du als Werber eigentlich noch normal Werbung kucken?“ Ich antworte dann in der Regel „Ist Werbung kucken normal?“ Vor Paul Potts, dem britischen Goldkehlchen aus der Telecomwerbung, hat mir das den einen oder anderen zustimmenden Lacher eingebracht, inzwischen kann die Antwort auch lauten „Ja, natürlich“.

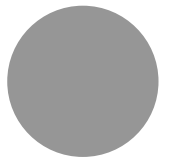
Aber solche werblichen Highlights sind dünn gesät. Viele Fernsehspots funktionieren nach einem einfachen Naturgesetz: Ein irgendwo Wegzappen ist gleichzeitig auch ein irgendwo Hinzappen. Und so geriet ich an Yvonne Catterfeld. Die heißt nicht nur so wie einem Courts-Mahler-Roman entsprungen, sie sieht auch so aus. Und das hat sie Proactive Solution zu verdanken. Sagt sie. Denn während Ihres Studiums in Leipzig habe sie Hautprobleme gehabt. Kaum zu glauben, stimmt aber. Sie hat in Leipzig laut Wikipedia zwei Jahre an der Musikhochschule studiert. Das „kaum zu glauben“ bezog sich natürlich eigentlich auf die Hautprobleme. Zum Beweis wird ein Schwarz-weiß-Foto eingeblendet. Warum schwarz-weiß? Das signalisiert uns, das Studium sei 40 Jahre her. Dabei sieht sie erst aus wie 30. „Donnerwetter, dieses Proactive ist schon ein dolles Zeug!“

Aber zurück zu studentischen Hautproblemen. Zum Zwecke vertiefender Beweisführung zoomt die Kamera auf das Foto. Und tatsächlich, jetzt sieht man es. Frau Catterfeld hat Pixel! Gab damals halt noch kein HDTV. Und in diesem verschwörerischen Ton, den sonst nur Ulrike Jokiell so gut drauf hatte – Ulrike Jokiell? Die Älteren werden sich erinnern. Die Yogurette-abhängige Tennisspielerin, die sogar nachts heimlich aufstand, um Kühlschränke von Joghurt-Schokolade zu befreien. Die war aber schon in Farbe, das muss also nach Catterfelds Studium gewesen sein.

Genau in diesem verschwörerischen Ton des Nachts-Heimlich-Aufstehens verrät uns Frau Catterfeld also, dass sie durch Proactive ein neuer Mensch wurde. Und auch die Proactive Solution Internetseite verrät uns etwas. Nämlich, dass es Proactive Solution seit acht Jahren gibt. Da hat Frau Catterfeld dann im Studium wohl noch die guten schwarz-weißen ORWO-Filme aus Wolfen aufgebraucht, aus DDR-Restbeständen. Außerdem erfahren wir auf der Seite, Proactive Solution sei „das meistverkaufte kosmetische System zur Bekämpfung von Hautunreinheiten in den USA“. Ach, das wirkt hier gar nicht?

Ich jedenfalls sitze vor dem Fernseher und bin mir sicher, dass ich fernsehe wie jeder normale Mensch. Und ich stelle mir auch die gleiche Frage: „Was zahlen die ihr bloß dafür?“

Dirk Friemann, Geschäftsführer Strategische Planung



POINT WERBEAGENTUR GmbH & Co. KG
Wittelsbacherallee 59
32427 Minden
Tel. +49-571-83759-0
Fax +49-571-83759-90
point@point-werbeagentur.de
www.point-werbeagentur.de