

Freitag, 2. Februar 2007

LHI Polen, wir nehmen Sie beim Ort.

Wie gerne agieren auch Werber am liebsten aus ihrem Elfenbeintürmchen. Verbunden mit der sicheren Überzeugung, die Welt da draußen bestens zu kennen. So lange sich die zu bewerbenden Produkte und Dienstleistungen im selben Turmzimmerchen befinden, kann das gelingen. Aber was aus dem Blickfeld gerät, oder nie ins Blickfeld gelangt ist, das wird fremd bleiben. So nähert sich viel Werbung nur der Zielgruppe, bleibt dabei aber zu weit weg, um von dieser verstanden zu werden. Da hilft es nicht, die Zielgruppe zu beleidigen, sondern man muss raus. Man muss die Sicht der Dinge aus deren Augen betrachten. Aber wer will das schon? Wir sind so drauf. Weil wir gerne reisen und weil wir den Dingen gerne auf den Grund gehen. Und weil wir wenigstens den Versuch unternehmen wollen, von der Zielgruppe verstanden zu werden. Die LHI Polen ist in Polen. Genauer gesagt in Warschau. Die Menschen in Polen ticken anders. Ganz anders. Wir wissen das. Denn wir waren da. Wir haben uns das gerne reingezogen. Wir haben hingesehen, zugehört und mitgemacht. Deshalb ist uns auch nichts fremd, vor allem die nicht die Menschen mit ihren völlig anderen Zielen, Werten und Umgangsformen. Dieser Job war uns eine große Freude. Denn wir durften viele neue Blickwinkel und Ansichten hinzugewinnen. Danke. Und Geld gab es auch noch dafür. Ein polnisches Unternehmen lässt sich von einer deutschen Werbeagentur eine Imagebroschüre machen. Zu deutschen Preisen. Das wollte ich zum Schluss noch mal erwähnen. Ach ja, einen Traum habe ich mir dabei auch noch erfüllt, ich habe nachts alleine genau an der Stelle niedergekniet, an der Willy Brand seiner Zeit auf die Knie fiel. Es war unbeschreiblich. Auch das erlebt man im Elfenbeinturm nicht.

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 07:30