

FRUITCAKE
Werbeagenturen · 031 838 33 33
www.fruitcake.ch



unic

Internet Consulting
www.unic.ch



DIE INTERNET

4

DER WERBEBUND, DIENSTAG, 11. SEPTEMBER 2001

BILDUNG

GASTKOLUMNE

Werbung lügt. Ein Klischee?



LAHOR JAKRLIN, FRUITCAKE

Die SP ist die Arbeiterpartei, und die SVP ist die Neinsagerpartei. Nun, die SVP ist keine Neinsagerpartei, und in der SP-Spitze finden Sie keine Bützer. Und trotzdem halten sich gängige Klischees hartnäckig, Münsterli:

Die Schweiz ist sauber. Die SBB sind pünktlich. Im Winter schneits nicht mehr. Appenzeller sind klein. Ehen zwischen Schwarz und Weiss scheitern. Buchhalter sind Bünzli. Das Schweizer Fernsehen ist politisch unabhängig und Teil des Service public. Engländer trinken Tee. Männer sind die besseren Autofahrer (stimmt). Latinos sind Machos. Bei Teppichhändlern beginnt der Rabatt – auf reduzierten Preisen! – bei 50 Prozent. Schlangenfans sind merkwürdig. Was symbolisieren weisse Socken und gemusterte Hemli von Veillon? Lehrer tragen Birkenstöcks. Birkenstockträger sind im VCS. Italienische Autos rosten. Journalisten saufen und kiffen. Beamte verdienen viel. Polizisten haben Schnäuze. Der Berner Gemeinderat ist wirtschaftsfeindlich. Schwedinnen sind blond. Schwarze singen schöner als Weisse. Anwälte tragen Krawatte. Schwinger sind Landeier und finden Ogi intelligent. Krebs ist tödlich. Zahnärzte sind Abreisser.

Fussballer sind faul. Die Löhne müssen rauf. Klassische Musik ist anspruchsvoller als moderne Musik. Unternehmer sind Abzocker. Albaner sind Jugos. Jugos tragen Trainer. Techno ist Bumbum. Billige Schuhe sind ungesund. Francine Jordi ist natürlich. Im Bauwesen ist die Wahrheit ein scheues Reh. Alexander Tschäppät ist witzig. Rolf Knie ist ein Künstler. Rolf Knie ist kein Künstler. Linke Gewalt ist humaner als rechte Gewalt. Silberschmuck ist cool. Tennisspieler können nicht reden. Es gibt Zentrumslasten. Housi Knecht ist Scientologe. Die Expo.02 ist elitär. Es kommt nicht auf das Aussehen an. Hollywoodfilme sind seicht. Balletttänzer sind schwul. Die NZZ ist bürgerlich. Asterix muesch uf Französisch läse. Nike-Turnschuhe werden in der Dritten Welt von Kindern gemacht. Hamburger machen dick. Zürcher sind arrogant. Rohkost macht dich fit. Bern pflegt die Kleinkunstszene. Frühenglisch macht das Land kaputt.

Und wie stehts um Ihre Vorurteile, etwa gegenüber der Werbe-welt? Kennen Sie diese Klischees: Werber fahren Saab oder Jaguar. Werber sind oberflächlich. Fruitcake ist auf dem Land (stimmt. Und essen tun wir mit Holzbesteck). Art-Directors tragen Schale mit T-Shirt und Turnschuhen (übrigens: die wirklich guten Art-Directors haben keinen Rossschwanz mehr, den haben heute Autolackierer). Grafikerinnen müssen sich schwarz kleiden. Eine Website, die man versteht, ist schlecht. Werbung aus England ist lustig. Werbung lügt.

Und jetzt, soll man gegen Klischees ankämpfen? Nö, bringt nichts. Interkulturelle Vorurteile geben Halt, wir brauchen Klischees, es lässt sich damit leben. Denn Valserswasser bleibt gut, Fondue git ä guäti Luune, und kluge Köpfe schützen sich.

Lügt Werbung?