

# der werber

URS-VERLEIHUNG  
2003, SEITE 18

UNABHÄNGIGE BEILAGE ZUR WERBE(R)-LANDSCHAFT BERN

5. Jahrgang Nr. 1

DIENSTAG, 9. SEPTEMBER 2003

## GASTKOLUMNE

Lahor Jakrlin



Fruitcake

## Werbung & Sozialismus

**A**chtung: Wahlen! Alle vier Jahre hat «Bern» Hochkonjunktur: die Nachfrage übersteigt das Angebot, und so reichs nur den wenigsten für «Bern» (Gott, wir danken dir).

Und immer wenn viele um die Gunst der Käufer/innen (Wähler/innen!) buhlen, schlägt die Stunde der Werbung. Denn: **Demokratie** und **Pluralismus** sind andere Worte für Verdrängungskampf und freie Marktwirtschaft, und Wirtschaft ohne Werbung ist undenkbar. In diesem Zusammenhang ist es darum interessant zu beobachten, wie jene handeln, die die Marktwirtschaft mehr oder weniger offen bekämpfen – die Roten. Das Verhältnis der Linken zur Werbung ist nämlich zwiespältig und hochinteressant. Zwar gehört es bei der Linken zum guten Ton, Werbung zu verteufeln – und doch bedient sich ihrer keine andere Partei subtiler und unverschämter als die SP.

Ohne Publizität kommt ein Sozi nicht aus. Modellfall der nächste Stapi, A. Tsch. Ein Marketingprodukt, ohne populistische Selbstinszenierung (mit Cüpli und neuerdings Presslufthammer) wär er ein unbekannter Beamter. Aber Tsch. ist ein propagandistischer Artist und vermarktet sich hervorragend. Rezeptur:

ein bisschen unrasiert, Töffli-fahren ohne Helm, neckische Postkarten, 12-m<sup>2</sup>-Plakate (grösstes gängiges Format!), und dann an jedem Anlass, wo Fotografen zugegen sind, dabei – dieser Marketing-Mix garantiert einen hohen Bekanntheitsgrad und funktioniert in der urbanen Beliebigkeit wunderbar.

Die **Kosten**? Unwichtig. Das Einkommen in staatlichen Ämtern ist hoch (Gemeinderat Tsch. verdient jährlich fast eine Viertelmillion), und wer in höchste Lohnklassen will, investiert gerne in Werbung und PR. Die PR, in der Medienlandschaft für Bürgerliche entweder unerschwinglich oder kategorisch vernichtend, kriegt die Linke nachgeworfen. Exemplarisch das in weniger als 20 Exemplaren aufgehängte «Deiss-Plakat» der SP oder ihre zweifelhafte Persiflage des Rütlichschwurs – obwohl beides inhaltliche und gestalterische Katastrophen, schafften sie es locker in ALLE Tageszeitungen und in Radio und TV. Grob geschätzt schenken die Medien der SP an Werbe-/PR-Fläche und Radio-/TV-Sekunden ein Werbebudget von über zwei Millionen . . . zum Nulltarif.

Doch für den echten Sozi ist das kein Widerspruch, denn, frei nach Lenin: «Der Zweck heiligt die Mittel.»

Und wo stehen wir Werber/innen? Ists möglich, im Zentrum der Marktwirtschaft zu arbeiten und links der Mitte zu wählen? Rein logisch unmöglich. Aber Opportunismus ist nicht Politiker/innen vorbehalten, auch in der Werbung gibts solche, sie sich in Dienste der eigenen Gegner begeben und sogar die eigene Mutter verkaufen würden.

Sie sehen, liebe Leser/innen: Werber/innen sind auch nur Menschen.