

DIVERSITY MARKETING

Aus: Diversity Newsletter 27 – Juni 2006

Das große Geschäft mit der Mehrheit

Während in Deutschland die VerbraucherInnen auf Schritt und Tritt mit Fußball-Motiven und – Produkten terrorisiert werden, bietet sich die Schweiz frech und findig als Alternative an. Die eidgenössische Fremdenverkehrsorganisation Schweiz Tourismus denkt einfach und clever: Fußball ist eher was für Männer, die dann ihre Frauen vernachlässigen, also bieten wir eine persönliche Betreuungsalternative. Und was für eine. Für einen Clip, der eindeutig zweideutige Angebote macht, haben die Tourismus-Werber Models abgelichtet, die es mit den vergleichsweise rüpelhaften Fußballern (und ihren Fans) locker aufnehmen können, darunter auch der letztjährige Mr. Schweiz –

seines Zeichens Bündner Biobauernsohn (ganz rechts im Bild...). Inszeniert wurden die Beaus in klassischen um nicht zu sagen traditionellen schweizerischen Urlaubs-

Umfeldern: Bergwiesen, Bergbahnen, Bergsteigen

sowie Seeschifffahrt und Landwirtschaft. Die Kampagne ist umso pikanter als dass gleich vier Nationalmannschaften derzeit in der Schweiz ihr Trainingslager absolvieren. Dass die Aktion mehr als ein Werbegag darstellt, zeigen die konkreten Angebote, die verschiedene Destinationen in der Schweiz unter dem Motto „WM-Alternative“ unterbreiten. In der Zentralschweiz kann frau das Special „No Soccer“ genießen: Am Abend jeweils 2 Folgen Desperate Housewives und dazu einen „Naturbursch“ - in Form eines Cocktails. Im Marketing stellt diese Kampagne eine schöne Form der Gleichberechtigung und eine Herausforderung der Werbeleitkultur dar. Aus Diversity-Sicht lassen sich zudem einige „Spill-over-Effekte“ identifizieren: Die herr-liche Werbung spricht nicht nur Frauen an – laut Schweiz Tourismus interessieren sich vor allem Männer für den Spot, der seit März im deutschen, italienischen und schweizerischen Fernsehen läuft. Online über www.myswitzerland.com



Sie sind hier: [Home](#) » [Sommer](#) » WM TV Spot

Fussball Sommer 2006: Unser Alternativprogramm für Frauen

Frauen, verbringt doch den WM-Sommer dort, wo sich die Männer weniger um Fussball kümmern, dafür mehr um Euch: Zum Beispiel in den Schweizer Bergen.