

DIVERSITY MARKETING

Aus: Diversity Newsletter 54 – Dezember 2008

Werbeagentur verkauft Küchengerät im Regenwald

Werber und Werberinnen sind für ihre flotten Sprüche und provokanten Motive bekannt. Mit einer aktuellen Anzeigenkampagne, die in verschiedenen Fachmedien geschaltet wurde, wirbt die Agentur „Lowe GGK“ einmal nicht für ihre Kunden, sondern für sich selbst – und will damit potenziellen Unternehmen ihre Kreativität unter Beweis stellen. Der persönliche Spaßfaktor dürfte dabei allerdings erheblich schwanken. Das Motiv zeigt einen indigenen Einwohner im Regenwald, dem das Wasser in seinem Boot bis zu den Knöcheln steht. Aus sicherer Entfernung haben die Grafiker hübsch ein modernes Küchenrührgerät in das Bild montiert. Untertitelt wird das Ganze mit dem Spruch „Wir können alles verkaufen.“ Der beabsichtigte Witz, einem Menschen ohne Stromanschluss ein elektronisches Küchengerät zu verkaufen, wirkt schal und dürfte für viele den Bogen überspannen. Richtig mitlachen möchte man nicht – erinnert die Anzeige doch allzu sehr an die koloniale Überheblichkeit vergangener Tage. Und überhaupt, beruht der Verkaufserfolg nun auf intelligenten Marketingkonzepten oder der Dummheit der Konsumenten? Wertschätzung gegenüber Kunden und kulturelle Sensibilität sieht jedenfalls anders aus.



WIR KÖNNEN ALLES VERKAUFEN

