

# AXAs Tierleben: Die Winterthur bleibt auch fran- zösisch lustig.



*Werber sind kreativ. Erfinden nicht nur neue Namen für alte Versicherungen, sondern revolutionieren auch die Zoologie. Beziehungsweise die Idee darüber, was für neue Vogelarten noch zu entdecken wären.*

Als ich heute im zeitunglosen Bistro-Kiosk der Philomena Casanova (ich lasse täglich meinen «Landboten» dort auf dem Tisch liegen und erhalte dafür jeden Montag einen Gratiskaffee) mein Morgenblatt aufschlage, trifft mich fast der Schlag: Mitten im Lokalteil brüllt es mich weiss auf rot an «Sie Glückvogel.»

Was bitte soll ich sein? Ich, ein Vogel? Ein Glückvogel sogar? Hilfe! Schlagzeilenalarm!

Als Texter weiss ich: Es gibt Texter, die eine unverständliche Headline schreiben, in der Hoffnung, dass der geneigte Leser dann in der Copy nach der Lösung sucht. Gut, mach ich doch. Überschnuret.

Und was lese ich da? «Alles Gute für morgen.» Danke, lieber Texter. Morgen habe ich eine grössere Familienzusammenkunft. Aber es wird schon gut gehen. Ich bin ganz zuversichtlich. Übermorgen allerdings, übermorgen werde ich wieder einmal an einem offiziellen Turnier mit Eisenkugeln nach dem armen kleinen roten Schweinchen schmeissen. Und dafür hätte man mir doch alles Gute wünschen können, oder nicht?

Weiterlesen, vielleicht kommts ja noch...

Aber da kommt nix. Ausser «AXA und Winterthur sind jetzt gemeinsam für Sie da.» Wunderbar, dann baue ich morgen doch gleich einen kleinen Haftpflichtfall und bitte beide zur Kasse. Denn wie heisst doch der nächste Satz so schön: «Für Vertrauen im Leben.»

Haalt, hart bleiben und weiter lesen – nämlich noch den neuen Slogan. Und der heisst (aber hallo!): «Finanzielle Sicherheit». Nochmal zum

Geniessen: Sie Glückvogel, wir sind gemeinsam für Sie da für Vertrauen im Leben, alles Gute für morgen und finanzielle Sicherheit!

Verstanden?

Ich glaube, ich kenne die Lösung der Geschichte. Den Neuen von AXA hat nämlich die Werbung der Alten von Winterthur nicht gefallen. Sie erinnern sich: die Unternehmensversicherung mit der Headline «Stacheln im Hintern? – Oder abgehen wie eine Rakete!» Deshalb haben sie gleich ihren eigenen Texter aus Paris mitgebracht. Ihm einen Langenscheidt in die Hand gedrückt und gesagt: «Fais-donc, so gutt wie ceux-là bist du schon lange, mais bien sûr, abär gutt sischer!»

Und der rédacteur-conceptioniste aus Paris textete los. Fand im Dictionnaire verblüffende Wortspiele, spannende Allgemeinplätze und eine nette Ansprache der chers clients de Winterthur, abär gutt sischer. Da der artiste-graphiste leider seinen avion verpasst hatte, gestaltete unser Texter das Inserat gleich selbst. Dummerweise waren aber seine Auftragsgeber, die cadres und directeurs de l'AXA, gerade am Feiern der Vereinigung beziehungsweise in der Ambassade de la France am Wählen (Sarko l'hongrois! Non! La belle Ségolène!), und konnten sein Werk nicht bewundern. Die Banausen von der Winterthur wollte er lieber nicht fragen, und so schickte er seine Vorlage sofort per courriel an den «Landboten», der schliesslich froh ist um jeden Inserat franken. Eh voilà!

«Was heisst das?» fragt mich abends Giorgio im Blauen Himmel, der gerade die Zeitung durchblättert. «Was isch ucello fortuna bi Versicherig?» Ich weiss nicht, Giorgio. Beim besten Willen nicht. Bring mir ein Glas Roten. Neftenbacher heute, nicht Château Garage. Französisches schlägt mir momentan ein bisschen auf den Magen!