

Wer? Ich? Nein. Danke. Wüsste nicht warum. Oder?

Kindergärteler sind die besseren Menschen. Sagen die Werber der Stadt Winterthur. Und packen wieder einmal ein Plakat mit Mikrotext voll. Weil sie es nicht schaffen, in der Headline zu sagen, worum es geht.

Alle paar Monate wieder verheddert sich die Stadt Winterthur in einer neuen verschwurbelten Werbeidee. Hier ist ihr neuester Streich. Gesehen habe ich dieses Plakat an einer Strasse ohne Trottoir, mitten in einem bodendeckenden Gestrüpp und nur vom Auto aus sichtbar: Eine Menschengruppe, dazu die superaussagekräftige Headline «Und Sie?» – Hä? Wer? Ich? Wieso?

Werbung für Einsteiger, Lektion 1: «Sprechen Sie die Leute direkt an!» Erfüllt, Bravo. Ein echter Hingucker!

Eines Morgens habe ich es nicht mehr ausgehalten und mein Auto einfach um die Ecke ins Parkverbot gestellt, weil ich endlich wissen wollte, worum es da denn eigentlich geht. Bin durch den Juniperus horizontalis Wiltonii zu besagter Affiche gestolpert. Und habe gestaunt: Die Leute im Grünen, das ist eine Horde von Kindergärtlern!

Werbung für Einsteiger, Lektion 2: «Wenn Sie Ihr Zielpublikum emotional packen möchten, setzen Sie Kinder oder junge Hunde ins Bild!» Begriffen und erfüllt.

Und jetzt sehe ich auch, was die lieben Kinderlein da treiben: Sie halten Winterthur sauber! Draussen, auf einer Kuhwiese, irgendwo am Waldrand, und winken in die Kamera!

Und dann steht da noch in mikroskopisch kleiner Typografie:

«Eine saubere und gesunde Umwelt nützt allen.
AUSSERDEM

Wer Abfälle nicht nach Vorschrift entsorgt, macht sich strafbar.»

Mit anderen Worten: die herzigen Knöpfe spielen gar nicht Rotkäppchen im Walde, sondern winken



Wir halten Winterthur sauber.

Das Wetter ist gerade nicht ideal. AUSSERDEM. Die Kinder sind sehr nett und freundlich. Bitte nicht ärgern!

Und Sie?

www.sauberkeit.winterthur.ch Stadt Winterthur 

mit den Drohfingern! Jööö, wie lieb, nicht? *Werbung für Einsteiger, Lektion 3: «Falls jemand Ihre geniale Kampagne nicht begreifen sollte: Dafür gibt es den Lauftext / die Copy.»* Super. Erfüllt! Im Foto, für den normalsichtigen Betrachter unsichtbar, hat es übrigens noch eine Bildlegende (der grammatikalische Stolperer ist original!): «Sie wünschen sich ein sauberes Winterthur: Die Klasse des Kindergartens Roggenstrasse, im Namen der 1300 Kinder, die sich an den Sauberkeitstagen 2007 beteiligen.»

Werbung für Einsteiger, Lektion 4: «Die Bildlegende ist nach der Headline das meistgelesene Textelement.» Knapp erfüllt. Die Legende ist zwar da, aber mit der Leserlichkeit hapert es noch ein wenig.

Plötzlich brüllt mich ein Stadtgärtner an, in seinem Kriechwacholder hätte ich nichts zu suchen. Auch keine Bildlegende! Und eine freundliche Politesse hat entgegenkommenderweise bereits einen persönlichen Parkbussen-Einzahlungsschein für mich ausgefüllt.

Giorgio hat keine Zeit, mir einen Sirup zu bringen (mehr kann ich mir nach der Begleichung der Busse nicht mehr leisten). Denn er ist damit beschäftigt, vor dem Blauen Himmel die Hinterlassenschaften einer marodierenden Kindergärtlerbande zu beseitigen, die vor ein paar Minuten auf ihrem Nachhauseweg vom Sauberkeitstag vorbeigezogen ist: Glacépapierli auflesen, Kaugummi vom Boden kratzen, Spatzen von den runtergefallenen Znüni-brötlihälften verscheuchen...

Porcheria taminanema!