

Wenn Bilder überraschen

Beinahe täglich gibt es mehr technische Möglichkeiten, mit dem Verbraucher zu kommunizieren. Eine weitere gute Nachricht: Werbung genießt eine hohe Akzeptanz, wenn sie nicht stört und im richtigen Moment kommt.

Andrerseits ist Aufmerksamkeit zu einer der knappsten Ressourcen unserer Zeit geworden: Dutzende TV-Sender, hunderte Radiosender, mehrere Hundert Zeitungen und noch mehr Zeitschriften kämpfen um die Zeit der Konsumenten. Bereits 2005 meldete die Swisscom, dass 71,8% der Bevölkerung das Internet gelegentlich nutzen und 48,3 % täglich oder fast täglich. Über 3000 Werbebotschaften sollen täglich auf uns einprasseln – aber nur 52 würden wir überhaupt wahrnehmen. Wie fällt man in dieser Informations- und Werbeflut noch auf? Wie erreicht man die zwingend

notwendige Aufmerksamkeit, um die Botschaft hinüber zu bringen und zur Handlung zu veranlassen?

Bilder können geschickte Türöffner sein! Das Inserat mit der Arche Noah in der Gratiszeitung 20 Minuten fiel sicher auf, weil es ganzseitig war, vor allem aber, weil es ein Gemälde war (Fotos sind das Gewohnte) und weil es sofort emotional berührt hat: Was hat die uralte Geschichte der Arche Noah aus der Bibel mit den Verkehrsbetrieben der Stadt Zürich zu tun? Mit einem Augenzwinkern wird darauf hingewiesen, dass es der Umwelt dient, die VBZ zu benutzen: «Grosse Vehikel haben schon einmal vor Umweltkatastrophen bewahrt.» Im Kleingedruckten wird – ohne zu moralisieren – darauf hingewiesen, wie die Trams und Busse der VBZ zur Lebensqualität in Zürich beitragen. Gelingen!

Ebenso der Prospekt zur aktuellen SWISSAID-Kampagne: Ein Sarg als Tanksäule! Was für ein Hingucker! Auf der Innenseite des Prospekts wird die Botschaft präzisiert: «Eine Tankfüllung Agrotreibstoff entzieht einem Menschen Nahrung für eine Jahr». Und SWISSAID handle.

Zwei Beispiele, die in der täglichen Werbeflut aufgefallen sind. Überraschende Bilder – komplexe Geschichten einfach erzählt – Botschaften, die ankommen!

Peter Rusterholz | 24.2.2009

Quellen:

- 20 Minuten, 17.2.2009, S. 26.
- Swissaid-Spenden-Aufruf, Februar 2009
- Internetnutzung in der Schweiz. www.swisscom.com, 15.6.2005
- Die Herausforderung an die Kommunikation der Zukunft. www.innovations-report.de, 19.10.2005

