

Bildschirm MAX 4/94  
Bacardi oder Drombuschs?

Die Ergebnisse einiger Umfragen aus jüngster Zeit verwundern mich: Mehr und mehr Bundesbürger sagen, sie wären genervt von der Werbung im Fernsehen und würden deshalb steigend umschalten, wann immer Spots gezeigt würden. Mir geht das vollkommen anders. Ich finde professionelle und kreative Werbung auf dem Bildschirm spannender und attraktiver als zwei Drittel der normalen Serien und Shows des normalen redaktionellen Programms.

Zumindest die guten Spots schaffen kleine Welten für sich und sind prägnant erzählte Kurzgeschichten oder Stimmungsbilder.

Man sieht ihnen an, daß hinter ihren 30 Sekunden oft der Etat einer halbstündigen Sendung steht. Ihre Jingles werden zu Hits (Bacardi, C&A etc.), ihre Erlebniswelten zu Lebensgefühlen. Nicht selten greifen sie Zeitströmungen sensibler auf als ihr redaktionelles Umfeld.

Deshalb hätte ich nichts gegen eine Lockerung der Werberestriktionen für das öffentlich-rechtliche Fernsehen (außer im Kinderprogramm), würden die zusätzlichen Einnahmen in mutigeres, innovativeres und unangepaßteres Programm gesteckt. Und manchmal denke ich sogar, es könnte à la MTV einen eigenen Sender geben, der ausschließlich Commercials bringt, allerdings nur die guten!

Florian Langenscheidt