

DIE WERBETROMMEL



JETZT MIT
ECHTEN
LOGOS

Strafarbeit von Leolo Riemenschneider

WIE ALLES BEGANN

„Wir machen jetzt einen Sitzkreis“, klatschte Frau Schönfeld mit der Energie von sechs Wochen Ferien in die Hände. Leolo wusste, was kam.

Es war wieder einmal einer dieser Schulanfänge, wie er sie schon seit Ende der Grundschule zum Kotzen fand. Die Schönfeld tat, was schon viele vor ihr meinten, tun zu müssen: „Jetzt erzählt jeder, welchen Beruf seine Eltern haben.“ Andre Zapatek war der erste, sein Vater Bauingenieur, und er konnte von Brücken und Autobahnen erzählen, bis auch die Jungs einschließen.

Dann Nico; wie mit einer Erfahrung von hundert ersten Schultagen sagte er beinahe regungslos: „Mein Vater ist Frauenarzt.“ Das saß. Die Lehrerin lief ob der zu erwartenden Erläuterungen eines frühpubertierenden Zwölfjährigen kurz rot an, um dann schnell den nächsten aufzurufen: Leolo.

„Papa macht Werbung“, sagte der und dachte: „Scheiße. Der gleiche Fehler wie letztes Jahr.“ Denn die Schönfeld war so begeisterungsfähig wie all ihre Kolleginnen bei allen Schulanfängen zuvor, und außerdem musste sie den Frauenarzt dringend in Vergessenheit bringen.

„Uiiii, das ist aber ein seltener Beruf! Hängt dein Papa Plakate auf? Oder macht er die Anzeigen in der Zeitung?“

Leolo war sauer. „Du hast null Ahnung!“, rief er aus voller Brust. „Mein Papa kauft für 500 Euro eine Schrift, verbiegt sie, kassiert dafür 5.000 Euro, und haut dir das Ding so lange um die Ohren, bis du kaufst, was er will!“

Bei der Schönfeld lief das Fass über. Nur Papas, und dann noch ein aufmüppiger Werbersohn: Strafarbeit, gleich am ersten Tag – für Leolo die einzige Chance, um den Rest seines Schuljahres vor jemanden zu retten, der keine Ahnung hatte.

Übersetzt aus dem Werbischen von Stephan Y. Schmidt
Illustrationen von Gwendolyn Boos und Peter Morgner

DIE WERBETROMMEL

Strafarbeit von Leolo Riemenschneider

Hosentaschenbuchausgabe
von Viertel nach Acht bis Achtzig

Deutsche Erstausgabe
© farbe8.com, Kempten im Herbst 2004
Alle Rechte vorbehalten

Gestaltung und Repro: farbe8.com
Druck: Immler Druck & Medien GmbH, Kaufbeuren,
auf 100% Recyclingpapier mit dem Blauen Engel

Mit freundlicher Unterstützung von



Unaussprechlicher Biergenuss



erbung fängt meist mit einem Telefonat in Papas Agentur an. Und meist dann, wenn er nicht darauf wartet, sondern „der Schreibtisch gerade eh randvoll ist“, wie er sagt.

Bei Patrizias Vater gegenüber ist es umgekehrt: Der ist immer fürchterlich geschäftig, aber er muss überall selbst anrufen. Den ganzen Tag, und im Sommer hört man durch das offene Fenster, wie er Leute stundenlang volltextet, bis sie einen Staubsauger kaufen.

Papa ruft nie bei anderen an, die er gar nicht kennt, und die gar keine Kunden werden wollen. „Werbung braucht Vertrauen und nicht verdreckte Teppiche“, sagt er manchmal.

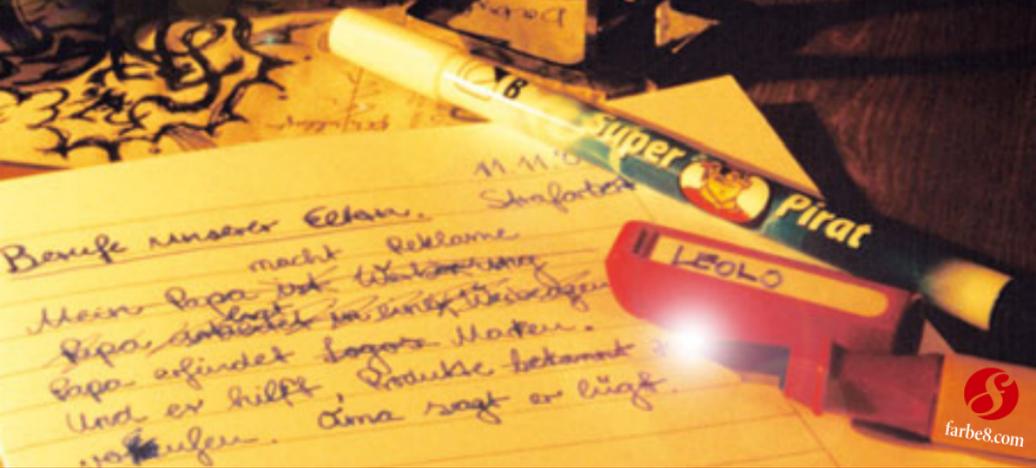


Heute hat wieder einer angerufen“, stöhnt Papa, als wir im Biergarten sitzen. „Jammer doch nicht, sei froh, wenn was reinkommt“, hatte Mama früher immer gesagt – was oft im alten Streit endete, warum er trotzdem nicht nur von neun bis fünf Uhr Ideen für seine Kunden haben könnte.

„Angerufen? Ein Staubsaugervertreter?“, frage ich, und Papas Freund René, Grafiker in der Agentur, fällt vor Lachen fast von der Bank. Nein, der Anrufer hatte die Hosenfabrik seines Vaters geerbt. Sein Name war dummerweise Franzig, Vorname Franz. „Auweia“, hatte sich Papa gedacht, „Franz Franzig Hosenfabrik“, das ist doch kein Name, bei dem die Leute Hosen kaufen wollen. Aber es sei ein altes Familienunternehmen, das man nicht umbenennen wolle. Die Hosenmodelle wären altmodisch, und Herr Franzig möchte nun schicke Jeans produzieren, die sich besser verkaufen ließen. Und ob Papa ein Werbekonzept dafür erfinden wolle, mit allem drum und dran. Denn so ist es meist mit Papas Kunden. Sie haben überhaupt keine Zeit für tolle Ideen und welche Wörter und Bilder auf Plakate kommen, oder das Wissen, um selber Plakate zu malen, denn sie haben einen anderen Beruf: Sie müssen den ganzen Tag rechnen und aufpassen, dass in ihrer Fabrik alles funktioniert.

Lügt Leolo, der Werbersohn? Oder lügt die Werbung?
Das kleine Buch für die ganze Werbefamilie. Auf dass es auch Tante Elfriede kapiert.

Das alles und noch viel mehr:
WWW.DIE-WERBETROMMEL.COM



Süddeutsche Allgemeine: Ein Buch zu schreiben soll selbsteilende Kräfte entwickeln. Manchmal tut's auch ein Büchlein. • **Berliner Beobachter:** Von der anfänglichen Kindlichkeit zur beißenden Kritik an allem, was krecht und fleucht und dabei meint, Werbung zu machen. Die Strafarbeit eines Werbersohnes, die ganz andere schreiben müßten. • **Werben & Absetzen:** Ein hochglanzloses Bild, das wir bisher so nicht kannten und auch nicht wissen, ob wir's kennen sollten. • **Die Kontakterin:** Es fehlt die Hoffähigkeit eines von Matt, stattdessen ist's zu dunkel und nicht glatt, aber bei Licht kann man's lesen. • **Psychologie tomorrow:** Kreative Paranoide – gibt es ein Leben nach dem falschen Studium? • **Neueres Deutschland:** So chaotisch wie das ganz normale Werberleben, auch wenn uns bourgeoise Amtsagenturen andere Seelenzustände vorgaukeln. • **Management Maniac:** Sie gründen eine Werbeagentur? Beten Sie zu Gott, dass Ihr Kreditsachbearbeiter dieses Buch niemals in den Händen hält.