



Fahrzeugwerbung unter der Lupe

Autorin Heidrun Kessel

Im Herbst letzten Jahres erreichte mich eine Anfrage eines Dozenten der Universität Kassel. Prof. Vilmos Ágel fragte darin an, ob er für sein Hauptseminar „Feste Wortverbindungen in Theorie und Praxis“ denn die Werbeslogans der Stadtreiniger nutzen dürfe.

Mit der Zusage lieferte ich Herrn Ágel verschiedene Werbeinhalte der letzten Jahre. Die Studenten wählten daraus fünf Motive aus: „Aus dem Hund gekommen“; „Klebewohl“; „Sauberes Plätzchen“; „Rein gemacht“ sowie „Geben Sie's uns“, und erarbeiteten dazu jeweils einen Fragebogen.

Neben demografischen Angaben zur Person sollten die befragten Germanistik-Studenten die einzelnen Werbe-Slogans

und -Motive hinsichtlich ihrer Bekanntheit, Wirkung und Bedeutung beurteilen. Rund 270 Studenten nahmen an der Befragung teil.

Leider ließ mit dem Zeitverlauf der Vorlesung die Motivation immer mehr nach und die letzten Punkte im Fragebogen ereilte das Schicksal einer nur noch sehr oberflächlichen Betrachtung. Das Ergebnis der Befragung war dennoch zufriedenstellend. Die Stadtreiniger werden als sympathisch und zuverlässig wahrgenommen. Die Bekanntheit der Motive wurde mit „wenig bekannt“ bewertet, was wohl auch daran lag, dass die gewählten Motive bereits vor einigen Jahren im Einsatz waren und in letzter Zeit immer weniger

verbreitet wurden.

Neben dem Befragungs-Team bildete sich noch ein Kreativ-Team heraus, welches für Die Stadtreiniger zukünftige Werbeslogans entwickelt hat. Darunter waren zwei bis drei Vorschläge, die einer Nachbetrachtung wert sind. Evtl. werden die Slogans unter Nennung der „Schöpfer“ ihren Weg auf einen unserer Müllwagen oder Winterdienstfahrzeuge finden.

Insgesamt war es ein spannendes Projekt mit glücklichem Ausgang! Herzlichen Dank an Herrn Prof. Ágel und seinen Germanistik-Studenten Magnus Boucsein sowie allen Studenten, die an der Befragung teilgenommen haben!



Diese Motive wurden von den Studenten analysiert.