

Diesen Artikel finden Sie unter: http://www.neue-oz.de/information/noz_print/interviews/20100119-Haiti-Erdbeben-Deutsches-Handwerk-stoppt-Imagekampagne.html

Ressort / Ausgabe: Interviews

Veröffentlicht am: 19.01.2010

Haiti-Erdbeben: Deutsches Handwerk stoppt Imagekampagne

cl Osnabrück.

Der Zentralverband des deutschen Handwerks hat seine neue bundesweite Imagekampagne in TV und Kinos nach Zuschauerprotesten vor dem Hintergrund des Haiti-Erdbebens mit zigtausenden Toten gestoppt.

Wie unsere Zeitung am Dienstagnachmittag erfuhr, ließ das Präsidium den erst am Samstag erstmals ausgestrahlten Werbespot wieder vom Markt nehmen.

Grund seien negative Reaktionen einiger TV-Zuschauer gewesen, die die Werbung im Anschluss an die Fernsehnachrichten aus dem Katastrophengebiet offensichtlich als geschmacklos angesehen hätten, hieß es beim Zentralverband in Berlin, der insgesamt 50 Millionen Euro für die Imagekampagne ausgeben will.

In dem umstrittenen Werbefilm mit dem Titel „Was wäre die Welt ohne das Handwerk“ gerät Berlin völlig aus den Fugen: Häuser, Autos, U-Bahnstation zerbröseln zu Staub. In wenigen Sekunden wird in dem Spot die Zivilisation in die Steinzeit zurückkatapultiert.

„Einige Zuschauer verbanden mit dem Werbefilm Assoziierungen mit den Bildern aus dem Katastrophengebiet.“ Um die seit mehr als einem Jahr geplante Kampagne nicht zu beschädigen, werde der TV-Spot ausgesetzt und in den kommenden vier Wochen nicht mehr ausgestrahlt, hieß es in Kreisen des deutschen Handwerks. Die Werbung sollte vor allem Jugendliche für das Handwerk begeistern.

Der Fall erinnert an die Entscheidung deutscher Radiosender Ende 2004, die angesichts der Flutkatastrophe in Asien mit unzähligen Toten den damaligen RadioHit „Die perfekte Welle“ der Popgruppe Juli aus dem Programm genommen hatten.

© Neue OZ online 2009

Alle Rechte vorbehalten.
