

EIN BERICHT VON RAHEL BOESINGER UND BIANCA KURY, WIRZ.

DEZEMBER 2008

# PLANWB

## SCHWEIZER WERBER OHNE KRISE.

*Trotz Finanzkrise herrscht in den Chefetagen der Schweizer Werbeagenturen eine erstaunliche Gelassenheit. Und wir wissen jetzt auch, warum. Schon längst haben sich die Chefs ein zweites Standbein gesucht. In Branchen, die auch in mageren Zeiten sicheren Bestand haben. Wer heimlich Häuser baut, Boote vermietet oder Leute unter die Erde bringt, lesen Sie hier.*



### WIE GERI AEBI SICH SO GUT TARNEN KONNTE,

*ist unbegreiflich. Schliesslich gibt es sein zweites Standbein schon seit 125 Jahren, und in Burgdorf ist sogar eine Bushaltestelle nach ihm benannt. Das ist so solide, da können noch ein paar Wirtschaftskrisen kommen.*



# KEIN WUNDER, HAT MARKUS RUF KEINE ZEIT

mehr, seine Kreativpreise abzuholen. Steht er doch mit seinem zweiten Standbein im Bauschutt herum. Ist auch solider als Werbung, hält länger und bringt ihn auf Goldideen wie «Gigantische Bauten» für ricardo.ch. Ob er da vielleicht doch auf ein echtes Projekt spekuliert?



# FÜR DANIELLE

Lanz war Oberried am Brienersee zu wenig urban. Deshalb finden wir ihren kleinen Coiffeursalon mitten in der Berner Innenstadt, direkt an der Shoppingmeile – Zufall? Der Salon gilt als absoluter Geheimtipp und liegt wohl nicht ohne Grund nur fünf Gehminuten vom Bundeshaus entfernt. Sehr schön, Frau Lanz.



# DICHTEN, IN FORM BRINGEN,

einfügen, ausbessern und streichen waren ja schon immer die Königsdisziplinen von Peter Brönnimann. Allerdings dachten wir bisher, dass es sich dabei nur um den Satzbau drehte. Jetzt wurden wir eines Besseren belehrt. So sorgt eben jeder auf seine Weise dafür, dass er auch während der Finanzkrise immer ein Dach über dem Kopf hat.

**GARAGE M. GUT**

*piezo bar*

Wahrs 160  
Diesel 187  
Automat  
S M

**NICHT GERADE DIE  
ROUTE 66,**

*aber immerhin die Glarnerstrasse 47 in Richterswil. Die Harley-Davidson-Kampagne seiner Agentur scheint bei Markus Gut selbst am besten gewirkt zu haben. Auf den Geschmack von Motorenöl und Benzinduft ist er auf jeden Fall gekommen. Das riecht nach doppeltem Erfolg.*

**FRANK BODIN  
HAT GANZ SCHÖN  
CLEVER  
GEHANDELT,**

*als er sein Pneuhaus aufgemacht hat. Ein östlich angehauchter Nachname (Bodin, Borodin etc.) wird bei Geschäften, die sich um Autos drehen, doch eher mit Verlustmeldungen in Verbindung gebracht. So ist es nur der Vorname geworden. Aber der dafür besonders oft. Wir haben dich gesehen, Frank.*



## **BENE ABEGGLEN IST GANZ IN SEINEM ELEMENT.**

*Mit Wasser konnte er in der Contexta ja schon richtig viel Erfahrung sammeln. Nur war es ihm anfangs noch zu hoch. Jetzt ist er richtiger Profi und behält auch während der Krise immer eine saubere Weste. Und wenn ihm das Wasser im Mattequartier mal wieder bis zum Hals steht, verdient er im Nachhinein gleich doppelt daran.*



## **ER IST, WER ER IST, DANK ALLEN ANDEREN.**

*Kaspar Loeb ist vor allen Dingen krisensicher – dank all denen, die gerne einkaufen. Während er auf Agenturebene gerade mal zwei Filialen hütet, sind es bei den Kaufhäusern bereits sechs Standorte, die bestens laufen. Geht doch, Herr Loeb.*



## **EINE HAND WÄSCHT DIE ANDERE, SAGT SICH ALEX JAGGY**

*und denkt dabei an seine linke und seine rechte. Oder ihn hat ganz einfach seine eigene Kampagne von Panasonic so sehr überzeugt, dass ihm eine einzelne Kamera nicht gereicht hat. Fest steht, dass die Fotojobs bei Jung von Matt viel günstiger werden und die Werbebudgets von Panasonic grösser. Wenn das mal kein Krisenmanagement ist.*



## **DANIEL KRIEG MEINT ES ERNST,**

*wenn er von seinem Schlachtplan spricht. Seinen zweiten Geschäftszweig geht er aber allein an. Ist der eigene Name im Fokus besser fürs Ego, oder können Schlupp und Bürge nicht ganz so viel mit Hühnerbrüsten anfangen?*





## **FÜR LIEBENSWERTE ALTE DAMEN**

*macht Martin Spillmann seit dem grossen Erfolg von Mary Woodbridge einfach alles: Kaffee und Kuchen. In seinem Café direkt am Rhein gibt es alles, was die Herzen von Mary und Co. erfreut. Und während der Krise kann er jetzt als Einziger behaupten, dass abwarten und Tee trinken wirklich hilft.*



**JETZT WOHL DOCH MIT EINEM RICHTIG  
GROSSEN TEAM  
UNTERWEGS**

*ist Pius Walker. Dass die Transportfirma auch in Drittweltländer liefert, ist noch unbestätigt, wäre aber im Hinblick auf Amnesty International eine gute Kundenbindungsmassnahme – gerade in diesen mageren Zeiten. Dass solche Massnahmen bei Walker gern gesehen sind, sieht man auch am Logo: ein eindeutiges Sponsoring von Fleurop.*



## **GESTORBEN WIRD IMMER.**

*Das dachte sich wohl Beat Mühlemann, als er sich auf der Suche nach einem lukrativen Nebenbusiness an all die Kampagnen erinnerte, die er im Laufe seiner Karriere zu Grabe tragen musste.*



## **WELLEN IM MATTERHORNFORMAT**

*sind wahrscheinlich nicht das Richtige für Dominique von Matts Bötchen. Immerhin hat er es hiermit auch mit seinem zweiten Standbein in die Medien geschafft. Wir sind gespannt auf die Reaktion von Jean-Rémy – und auf die Eröffnung der Zweigstelle an der Hamburger Alster.*



## **WIR HABEN VERSTANDEN,**

*warum es Cornelia Harder immer wieder in Agenturen zieht, die von Bauernhöfen umgeben sind. Es hat nicht etwa damit zu tun, dass sie den Kühen dort so gern das Tanzen und Fussballspielen beibringt. Nein. Es liegt einzig daran, dass sie ihre Agenturfreizeit in ihrer Schreinerei und damit ausgerechnet in Winterthur verbringt. Wir fühlen mit Ihnen, Frau Harder.*

