

persönlich

November 1997 DIE ZEITSCHRIFT FÜR WERBUNG, MARKETING UND MEDIEN. IN ASSOCIATION WITH Advertising Age



**Die GGK
im Jahre 2540.**





In Asien hat das 2. Jahrtausend längst begonnen! Die buddhistische Zeitrechnung beginnt im Jahre 543 v. Chr. mit der Geburt Buddhas. Wir schreiben heute also das Jahr 2540.

Martin Donecke

Die GGK im Jahre 2540. Oder die Chronik einer Agenturgründung in Thailand.

Ist es eine Illusion, als mittelgrosse Schweizer Werbeagentur in Asien Fuss fassen zu wollen? Können das bloss internationale Ami-Agenturen mit dicker Brieftasche? GGK Basel wollte es wissen.

Für den
Wolf
im Biermann.

HARTMANNSDORFER PILSENER BEER, MANN.
Der Auftrag: Die Plakatkampagne für Hartmannsdorfer.

THE BEER FROM GERMANY.

8. 10. 96: T.P.: „You want to buy an agency in Bangkok?“
M.B.: „No, we want to open up one.“ T.P.: „Are you kidding?“

17. 8. 97: Das erste GGK-Paket für Bangkok. Keep it simple.

August 1996: Seit gut einem Jahr ist die GGK Basel nun für die Brauerei Hartmannsdorfer in Hartmannsdorf, im Osten Deutschlands, tätig: Wir bewerben deren lokale Biermarken hier in der Region, u. a. mit einer Plakatkampagne, die für Ossi-Verhältnisse ziemlich frech daherkommt. Wie wir als Schweizer Agentur zu einem lokalen Budget in dieser gottverlassenen Gegend Deutschlands kamen, ist nochmals eine ganz andere Geschichte. Nur soviel: Ganz in der Nähe in diesem vermeintlichen Niemandsland der Werbung feierte kurz nach der Wiedervereinigung Deutschlands eine ehemalige Uhrenmanufaktur ihre Auferstehung und glänzte kurz darauf mit den exklusivsten Luxusuhren der Welt: A. Lange & Söhne in Glashütte. Die Kommunikation für diese Meisterwerke der deutschen Feinuhrenmacherkunst wurde einer Schweizer Agentur anvertraut: GGK Basel. **17.9.:** Heiko Klemme und ich sollen heute die neuen Vorschläge für die Hartmannsdorfer Plakatkampagne in Hamburg präsentieren. Die Hartmannsdorfer gehören nämlich zu einem der grössten Konzerne Thailands, der seine Europazentrale in der Hansestadt hat: Boon Rawd. Deren bekanntestes Produkt kennt zumindest in Thailand jeder: Singha Beer. Die Präsentation ist ein Erfolg. Der Kunde, Dr. H., ist begeistert. Ob wir nicht auch interessiert wären, einige Projekte in Thailand zu betreuen? Wir geben zu bedenken, dass das von Zürich und Basel aus vielleicht etwas schwierig wäre. Wieso macht Ihr nicht eine Agentur in Bangkok auf? Ja, wieso eigentlich nicht? **18.9.:** Ich sitze alleine in der Abflughalle in Hamburg, da Heikos Maschine nach Basel schon weg ist und ich auf den Flug nach Zürich warte. Die Idee mit einer Agentur in Bangkok scheint mir jetzt doch ziemlich surreal. Eine Agentur in Hamburg oder so, das allein würde wohl unser Expansionsmütchen mehr als kühlen.

Aber Bangkok scheint doch eine Nummer zu gross. Beschliesse, in den nächsten Tagen doch mal B.S. anzurufen, ein Freund aus alten Tagen der GGK, der lange Zeit im Fernen Osten gearbeitet hat. Wo steckt der überhaupt? Habe ihn seit mehr als 2 Jahren nicht mehr gesehen. Mein Flug wird aufgerufen, ich besteige noch immer in Gedanken an B.S. den Bus zum Flugzeug. Und da steht plötzlich B.S. neben mir im Bus. (Zu der Zeit kannte ich Asien noch nicht, und hielt das für Zufall. Heute, nach einem Jahr Asienerefahrung, weiss ich: Das ist Karma.) **8.10.:** B.S. hatte mir auf dem Flug von Hamburg nach Zürich so einiges über die Werbeszene Asiens erzählt und mir die Adresse von T.P. gegeben: Der sei Inhaber einer grossen Agentur in Bangkok gewesen und lebte heute abwechselungsweise in Rom und Bangkok. Rufe also T.P. an und erzähle mal so ein bisschen über unsere Absichten: „You mean, you want to buy an agency in Bangkok?“ „No, we want to open up one.“ „Are you kidding?“ **21.10.:** T.P. war dennoch bereit, mit mir zu reden. Wir sind für heute in Rom verabredet. Um 16.00 Uhr beim Trevi-Brunnen. „You can't miss me, when you see me.“ Es ist dann allerdings gar nicht so leicht für einen Europäer wie mich, ihn in der Masse der japanischen Touristen auszumachen. **25.10.:** Wir besprechen das Thai-Projekt in der GL-Sitzung der GGK Basel. Mark Stahl, Kurt Schmid, Mati Meier und ich. Ich bin selbst noch nicht sicher, ob ich eigentlich dafür oder dagegen bin. T.P. hat mir wiederum eine Adresse in Bangkok gegeben, an die ich mich wenden könnte, wenn wir dann tatsächlich Leute suchen sollten. Schlege der GL vor, nochmals mit unserem Thai-Kunden zu reden: Denn laut T.P. können wir als Europäer nur eine Agentur gründen, wenn ein Thai-Partner die Mehrheit halten würde. Wir brauchen also einen verlässlichen Partner in



Rank	Agency Name	Revenue (Million Baht)
1.	Amnarat Paris Lintas	4532
2.	Ogilvy & Mather	4137
3.	Spa Advertising	3000
4.	Publicis & FCB	1600
5.	J. Walter Thompson	1510
6.	Lee Burnett	1324
7.	Far East	1200
8.	Denton, Young & Rubicam	1000
9.	McCann Erickson	750
10.	Omnicom (Thailand)	520
In Millionen Baht		

Thailand Top 10 Ad Agencies (1998)

23.2.: Metallwand - der Schreckens sitzt tief.

UBC II Baiding, 17. Folge: GKG/PA Advertising.

8. 3. 97: Der Staatsanwalt für die Kleinfürstentum Thailand in Schloss Albrechtsberg in Dresden: Wir sind alle die Leute neben Heiko und Martin?

16. 3. 97: Königin Sirikit (Mitte) besucht mit ihrer Tochter Prinzessin Prof. Dr. Chulabhorn (2. v. l.) auf Einladung von P. B. G. J. Hartmannsdorfer Brauerei.

Man gewöhnt sich dran.

Bangkok. Und mehr als einer fällt uns da nicht ein. **4.11.:** Heiko und ich kommen um 7.30 Uhr in Bangkok an. Nach einer stundenlangen Taxifahrt sitzen wir am gleichen Morgen im Head Office der Boon Rawd Brewery mit unserem Kunden zusammen. P.B., der zusammen mit anderen Familienmitgliedern das Unternehmen leitet, würde die Agenturgründung als Partner unterstützen. So irgendwie verstehen wir das jedenfalls zwischen den Zeilen eines Gesprächs, das sich irgendwie um's Geschäft dreht und irgendwie auch nicht. Dann holt P.B. erst einmal ein paar Flaschen Singha Beer aus einem grossen Kühlschranks im Büro nebenan. Die Flaschen haben hinten zusätzliche weisse Etiketten mit handschriftlichem Gekritzel drauf, und das Bier schmeckt komisch. Als dann ein Thai in einem weissem Kittel kommt und uns die Flaschen etwas aufgeregt wagnimmt, wird klar wieso: In den Flaschen war Bier, das im Labor zu Forschungszwecken mit irgendwelchen Chemikalien verändert wurde. Abends: Wir sind beim Kunden zu Hause eingeladen. Der Chauffeur holt uns um 19.00 Uhr ab. Wieder eine gute Stunde Fahrt für 5 km. Dann genießen wir zusammen mit 4 Vertretern eines grossen deutschen Technologie-Konzerns thailändische Gastfreundschaft. Es gibt köstlichen Thai Food und dazu Chateau Mouton-Rothschild 1988. Dann geht's in den Party-Keller des Hauses. Karaoke! Alle Entschuldigungen, nicht singen zu können, nützen nichts. Nachdem Rüdiger aus Deutschland Frank Sinatra gesungen hat, sind Heiko und ich dran. Unsere 4 deutschen Freunde reden mit P.B. und Dr. H. über Flugzeuge zu Sonderkonditionen, während wir „She loves you, yeah, yeah, yeah“ ins Mikrofon grölen. **5.11.:** Mittagessen mit T.P., meinem Freund aus Rom, der jetzt wieder in Bangkok ist. Er hat uns einen Anwalt organisiert, der uns

über die rechtlichen Aspekte einer Agenturgründung schlau machen kann. Vom Hotel Erawan bis zum Anwalt sind's etwa 5 Kilometer, aber das Taxi braucht 2 Stunden: Wir gewöhnen uns dran. Beim Anwalt geht's dann rassistig. Wir bekommen einen Haufen Formulare, die wir im Falle einer Agenturgründung auszufüllen hätten. Die Anwältin spricht flüssig englisch. Die Formulare sind in Thai. Abends: Wieder sind wir bei unserem Kunden zu Gast. Diesmal anlässlich der Eröffnung eines neuen Restaurants von Boon Rawd, das erste einer neuen Kette mit einem Namen, der uns vertraut ist: Hartmannsdorfer Brauhaus. Die ganzen VIPs von Bangkok sind da. Vom Bankdirektor bis zu Miss Thailand. Dr. H. stellt uns einem deutschen Önologen vor, der für Boon Rawd jetzt auch Wein in Thailand produzieren soll, und wir fassen an der Party schon mal den Auftrag, uns Gedanken über Etiketten, Namen und Launch-Kampagne zu machen. Dazwischen essen wir viel Sauerkraut und Würstchen, trinken viel Hartmannsdorfer und verteilen viele Visitenkarten. **14.11.:** Die Vision, in den boomenden Märkten Asiens Fuss zu fassen, begeistert auch Mark, Kurt und Mati. Die GL der GKG Basel beschliesst, das Projekt GKG Bangkok weiterzuverfolgen. Jedenfalls vorläufig. **26.11.:** Erste Lektion in Thai. Von nun an jede Woche eine Doppellektion. **16.12.:** Heiko Klemme trifft Bruno Biondi, der soeben als Mitglied der GL von Amirati Paris Lintas in Zürich das Handtuch geworfen hat. Wieder scheint alles Fügung zu sein: Ausgerechnet jetzt läuft einer frei auf der Wildbahn rum, der nicht nur die nötige Werbeerfahrung mitbringt, sondern auch noch perfekt Thai spricht und schreibt. Wir suchen ja inzwischen einen Manager für die GKG Bangkok. Jedenfalls vorsorglich. **14.1.:** Bruno Biondi erklärt sich prinzipiell einverstanden mit dem Job als

Agency Manager der GKG Bangkok. Jetzt haben wir also einen Manager. Fehlt nur noch die Agentur. **17.1.:** Wieder mal in Bangkok. Wollen Bruno vorstellen. Haben einen Business-Plan ausgearbeitet, mit dem wir unseren Kunden auch als Partner für die Agenturgründung gewinnen möchten. Das Meeting mit dem Kunden ist zwischen Montag und Mittwoch vereinbart. Typisch für Thailand findet es bei Bier, Wurst und Sauerkraut - und ohne Business-Plan - statt. Und zwar am Mittwoch abend, zwei Stunden vor unserem Rückflug. **25.1.:** Bruno schaut jetzt in Thailand für uns zum Rechten. In Udon Thani, wo er erst einmal die Familie seiner Frau besucht, reitet er in traditioneller Kluft auf einem Elefanten durch die Stadt. Und ist am nächsten Tag prompt auf der Titelseite von Thai-Rat (dem thailändischen Blick). **26.1.:** Sonntag. Heiko und ich gehen in Bangkok Golf spielen, was nicht viel mit der spröden Art des Golfs in der Schweiz zu tun hat. Wir spielen zusammen mit 5 (!) Thais in einem Flight. Jeder der Mitspieler hat 2 bis 3 Caddies, seine Frau und ein Elektromobil mit Whisky-Bar dabei. So bewegt sich eine fröhliche Karawane von fast 40 Leuten von Loch zu Loch. Nach jedem dritten Loch findet sich übrigens ein Restaurant in der Grösse eines mittleren Hotels, wo man warm essen kann. (Für Nicht-Golfer: Auf Schweizer Golfplätzen gibt's 18 Loch lang nicht einmal eine Toilette.) **27.1.:** Bruno ist (immer noch vorsorglich) auf Personalsuche. Zu diesem Zweck trifft er sich mit einem australischen Headhunter. In Zürich erhalten wir per Fax laufend Lebensläufe von thailändischen Agenturgrößen. **21.2.:** Auch mal wieder in Bangkok. Diesmal, um Nägel mit Köpfen zu machen. Im Gepäck den überarbeiteten Business-Plan. Aber erst einmal sind wir abends zu Gast bei meinem Freund T.P. (der aus Rom):

Wir geniessen hervorragende italienische Küche (T.P.'s Frau ist Italienerin). Nebst dem Boss eines französischen Textilmultis ist noch der Chef eines anderen französischen Textilmultis eingeladen. Ja, und auch der Schweizer Botschafter ist da und sagt uns seine volle Unterstützung zu. **22.2.:** Haben Personalgespräch mit einem Bewerber abgemacht. Sollten uns um 18.00 Uhr in einem Restaurant in der Nähe des Hotels treffen. Fahren um 18.30 mit dem Taxi los. Um 21.00 Uhr sind wir endlich dort. K.S., unser Mann, sitzt noch dort und findet unsere Verspätung nicht aussergewöhnlich. Wir auch nicht. **23.2.:** Böses Erwachen im Swisshotel in Bangkok. Vor unseren Fenstern in der 21. Etage ist's zappenduster. Dicke Rauchschwaden und Helikopterlärm: Das Hotel gleich neben uns brennt lichterloh. Menschen hängen vor den Fenstern und auf dem Dach und kämpfen um ihr Leben. Für 4 kommt die Hilfe zu spät. **24.2.:** Überarbeiten unseres Strategiepapiers mit Bruno. Die Vision einer GKG in Asien (nein, nicht nur in Thailand) nimmt Formen an. Wir besichtigen Büros, die uns sofort gefallen. Nur das Mobiliar, das man uns auch noch andrehen will, gefällt uns nicht. **25.2.:** Bruno arbeitet die ganze Nacht durch an einer PowerPoint-Präsi für unseren Thai-Partner. Er hat sein mobiles Office im Hotel eingerichtet. Stromschwankungen im Netz treiben ihn in den Wahnsinn. Kann kein Dokument richtig ausdrucken. So gegen 14.00 Uhr ist er fertig. Traffic Jam an der Sukhumvit, und wir treffen eine Stunde verspätet ein. Die formelle Präsi interessiert dann allerdings niemanden. Aber endlich wird's konkret: AK wird bestimmt. Und dann wird bereits schon über mögliche Agenturgründungen in Vietnam, Laos und Burma diskutiert. Zum Beweis, dass wir nicht träumen, erhalten wir schon mal den Auftrag zur Lancierung eines



7.7. 87: Khun Boj, Khun Lat, Khun Teey, Khun Jit, Khun Chan, Khun Bruno. Wie wir Hanoi aus verlassen, fragen alle Thai Mitarbeiterinnen zuerst einmal den Fahrer, ob sie sich mit GSK/PA einlassen sollen. Erst dann treten sie die Stelle an. Ghaz (mit Gürtel) Handfragen läuft in Thailand oben geradlos.

Total Expenditure	11,264 (1995)
	30,331 (1994)
	27,444 (1993)
Television	45 %
Newspapers	28 %
Magazines	9 %
Radio	12 %
Cinema	7 %
Outdoor/ Transit	5 %
(in Mrd. Baht)	

Thailand Advertising Expenditure by Medium.



11.7. 87: Auch in Thailand einer der Award-Winner: Volkswagen.



8. 6. 87: „Der 17. Stock ist für eine Kommunikationsagentur das äusserste Limit. Ihr breicht den Kontakt zur Erde.“



Adichan Fang Shai, einer der berühmtesten Fang-Shai-Maleiter Thailands.



Whiskys in Thailand. **26.2.:** „Letter of Intent“ wird überarbeitet. Motorradkuriere fräsen kreuz und quer durch Bangkok, um Unterschriften einzusammeln. Um 18.00 Uhr halten wir die kompletten Dokumente in der Hand. Etwas Schriftliches – ich kann's kaum glauben. Heiko reist am Abend ab. Bruno und ich gehen so richtig thailändisch essen: Warmer Quallensalat, gefüllter Saumagen und ein paar frittierte Heuschrecken. Und ein paar Singha Beers, of course. **27.2. bis 10.3.:** Bruno ist beschäftigt mit Personalinterviews (nicht mehr vorsorglich) und Möbelleferanten. **12.3.:** Bruno ist pünktlich zu den ersten Tönen des Temptation-Konzertes wieder in der Schweiz. Muss jetzt seinen Haushalt auflösen, Auto verkaufen usw. **13.3.:** Bei der GSK Basel liegt erstmals die Bangkok Post auf. **9.3.:** Scheinbar haben wir irgendetwas nicht ganz falsch gemacht. Sind jedenfalls zum Staatsempfang der Königin von Thailand in Dresden geladen. Im Schloss Albrechtsberg findet dann das Gala-Diner mit der Königin statt. Dort treffen wir nicht nur unsere Thai-Partner P. B. und Dr. H. wieder. Sondern auch G. B. van A. Lange & Söhne: Er überreicht der Königin offiziell eine Lange-Damenuhr, Modell Arkade, verziert mit Brillanten. Bei der Rückfahrt zum Hotel erwische ich den falschen Bus. Statt in demjenigen für die geladenen Gäste lande ich in dem für den Hofstaat der Königin. Man lässt mich, da der andere Bus schon weg ist. Ich und dreissig königliche Hofdamen werden zum Hotel Kempinsky gefahren. Wieder allein an der Bar, bestelle ich beim Kellner mit den Worten „Bring er uns ein Bier“ noch einen Gute-Nacht-Trunk. **10.3.:** Königin Sinkit besucht auf Einladung von P. B. die Hartmannsdorfer Brauerei. Heiko und ich sitzen an einem langen Festhüttentisch inmitten hoch gestapelter Bierkisten, 3 Meter neben dem Tisch der gut gelaunten Königin von

Thailand, und essen Sauerkraut und Würstchen und unterhalten uns darüber, dass uns das sowieso niemand glauben wird. **3. bis 14.4.:** Bruno ist wieder in Bangkok. Haussuche und weitere Termine mit Möbelleferanten, Computerfirmen, Telefonfirmen, Personal- und PR Firmen. Bekommt vorübergehend das Büro von P. B., unserem Partner. Von da weg ist sein Ansehen bei den Mitarbeitern des Kunden im Himmel. Die Maid, die ihm jeweils Wasser bringt, zieht sich jedesmal die Schuhe aus, bevor sie sein Büro betritt. **16.4.:** Mein Freund T.P. und seine Frau sind in Zürich. Wir gehen natürlich italienisch essen und können den ganzen Abend nicht aufhören, über Werbung zu reden. T. P. gefällt der Werbestil der GSK: „Position yourself in Thailand as the creative boutique from Europe.“ **17.4.:** Realisieren für Mitwaidler Löwenbräu – die zweite Hausmarke der Hartmannsdorfer Brauerei – POS-Plakate und Anzeigen für Burma. **3.5.:** Diesmal fliegen Heiko, Enrico (Texter bei GSK Basel) und ich nach Bangkok. Wir sollen Briefing für das Whisky Projekt erhalten. Logieren diesmal lieber in einem kleineren Hotel. Bruno ist schon da. **4.5.:** Briefing beim Kunden. Wir werden informiert, dass Whisky bereits im August gelauncht werden soll. Wir brauchen also sofort Ressourcen vor Ort. Besprechen die Idee, mit kleiner Kreativagentur zu mergen. Müssen jetzt schleunigst mit den Büroräumlichkeiten zu Ende kommen. Abends: Wir essen so richtig Thai, inkl. ein paar schmackhafte Wasserwanzen. Enrico sieht ziemlich blass aus am Ende des Tages. **5.5.:** Unsere Agentur macht die Runde, noch bevor sie steht. Zwei Grossagenturen sind interessiert an einer Zusammenarbeit mit uns. Treffen Management der einen Agentur bei einem Nachtessen: Wir fühlen uns geschmeckelt. Enrico sieht noch viel bleiser aus als gestern. **6.5.:** Geben Okay zu Büros im UBC II Building. Die

21.9. 18.00 Uhr: Hirnen an TV Commercial für Whisky. In der Agentur wird es schweiss und wärmer. Bei 22 Grad geben wir auf! Klimaanlage läuft vorzeitig nur bis 17.00 Uhr. Verlangung müsste 1 Tag vorher angemeldet werden und kostet extra (und zwar viel extra).





Empfang am Airport.



13. 9. 97: Bruno fährt wie gewöhnlich zur Arbeit.



Kommt, kommt nicht, kommt, kommt nicht, kommt, kommt nicht...

1. S&AT Electricity	393	11. Breeze Detergent	145
2. Cellular	229	12. Worldphone Mobile Tel.	138
3. Singha Beer	221	13. The Mail Dept.	138
4. Toyota Car	196	14. Benz Dealer Ads	125
5. Johnny Walker Whisky	167	15. Bear Powder Milk	119
6. PTT Gasoline	159	16. Organica Shampoo	118
7. Central Opt.	156	17. Honda Car	116
8. World Mobile Tel.	152	18. Pantene Shampoo	115
9. Carlsberg Beer	148	19. TOT	114
10. Sunakl Shampoo	146	20. Chang Beer	107

On Millionen Baht!

Thailand Top 20 Advertisers (1995).



26. 9. 97: Heiko, Martin und Bruno bei der Whisky-Konferenzanalyse.



16. 9. 97: Benetton Produktion und der erste Schweizer Film: „Gelb“

Möbel müssen wir jetzt nicht übernehmen. Aber den Spannungspic. Übrigens: Wie schlecht Enrico heute aussieht, wissen wir nicht. Er bleibt im Hotel. **7.5.:** Bruno hat inzwischen 1 Beraterin und 1 Assistentin zugesagt. Telefonistin, Aufräumerin, Chauffeur will er diese Woche noch verpflichten. Besuchen Enrico im Hotelzimmer. Er sieht noch nicht besser aus. **8.5.:** Niemand in Bangkok würde Büros beziehen, welche nicht vorher von einem Feng-Shui-Meister auf die Harmonie der Naturkräfte überprüft wurden. Haben also einen der berühmtesten Feng-Shui-Meister von Bangkok verpflichtet, der heute mal bei uns zum Rechten sehen soll. Der Feng-Shui-Meister kommt, schaut sich um, wie er Witterung aufnehmen würde. Sagt zuerst mal „nice, nice“, was uns schon mal beruhigt. Dann geht er in eines der Büros, breitet auf dem Stuhl ein Taschentuch aus, setzt sich drauf und bittet uns, den Raum für 39 Minuten zu verlassen. Nach 39 Minuten dürfen wir wieder rein. Dazu seine erste Frage, die uns ziemlich schockiert: „Müsst ihr in diesem Haus bleiben?“ Sein Urteil über die Umstände ist nicht schlecht. Sondern katastrophal. Beraterin und Assistentin von Bruno sind entsetzt. Ob sie überhaupt noch hier arbeiten wollen, ist unter diesen Umständen mehr als fraglich. Gemäss dem Feng-Shui-Meister helfen in unserem Falle nicht mal regelmässige Sitzungen mit Mönchen viel. Die einzige Hoffkaxing auf Linderung ist Bruno. Der Feng-Shui-Meister will ein Horoskop von ihm erstellen. Sollte dieses positiv sein, so könnte Bruno der negativen Energie im Haus entgegenwirken. Wenigstens einigermaßen. Denn dieses Haus sei gebaut worden, ohne die Einwilligung der zuvor hier wohnenden Erdgeister einzuholen. Ein nicht wieder gutzumachender Fehler. Abends: Wir fahren zum Flughafen. Enrico ist zumindest transportfähig. **9.5.:** Enrico meldet

sich krank. **10.5.:** Enrico meldet sich krank. **12.5.:** Bruno meldet: Wir haben ein Bankkonto. Unser Partner hat das AK einbezahlt. Diese gute Nachricht kommt mit einer Entwarnung von der Feng-Shui-Front: Der Feng-Shui-Meister hat übersehen, dass eine der vier Strassen, die rund ums Haus angelegt sind, eine Sackgasse ist. Damit seien wir nicht mehr total vom Markt abgeschnitten und unsere Lage damit merklich besser. Den Geistern sei Dank. **13.5.:** Enrico meldet sich noch immer krank. **21.5.:** Bruno beantragt für die Whisky-Lancierung höheres Mediabudget. Erhält den Auftrag, Marktanalyse zu erstellen. Abends fliegt er zurück in die Schweiz. **22.5.:** Wir unterschreiben beim Notar in Basel die Gründung einer Holding-Gesellschaft, welche unsere Anteile an der GGK/PS in Bangkok halten soll. **6. bis 20.6.:** Bruno ist das letzte Mal in Thailand, bevor er als Expat ganz übersiedelt. Kümmert sich um Mitarbeiterverträge, Möbel, Computer, Firmeneintragung, Telefon usw. **26.6.:** Der Thai Baht wird vom Dollar abgekoppelt. Sofortiger Kurssprung: Für einen Franken gibt's jetzt 20 statt 17 Baht. **5.7.:** Bruno wandert aus. Er trifft frühmorgens mit Sack und Pack und Hund in Bangkok ein. Braucht anschliessend 9 Stunden, um seinen Hund aus dem Zoll rauszukriegen. Danach geht's Bruno noch schlechter als dem Hund. **6.7.:** Bruno ist in seinem neuen Zuhause. Ohne Möbel. Also Badetücher als Decke und zusammengefaltete Badetücher als Kopfkissen. Leere Bierdosen als Aschenbecher und Food von der Strassenküche. **7.7.:** Erster Tag von Bruno in den neuen Büros. Sein Schreibtisch misst genau 70x100 cm (Leihgabe von unserem Partner), am grossen Schreibtisch sitzen seine sechs Mitarbeiter. Sitzungen werden am Boden abgehalten. Seine Frau ist seit 9.00 Uhr am Flughafen und versucht, die Möbel aus der Schweiz aus dem Zoll zu kriegen. Um 11.00 Uhr kennt sie

23 Beamte beim Vornamen, aber der Zuständige ist noch nicht dabei. 9 Stunden und 54 000 Baht später trifft sie samt Möbeln an der neuen Adresse ein. Um Mitternacht hilft Bruno beim Entladen der Lastwagen. **8.7.:** Zweiter Tag, und schon kein Geld mehr auf dem Firmen-Konto. Alles für Vorauszahlungen draufgegangen. Die Überweisung aus der Schweiz hat sich verzögert. **11.7.:** Trefte in Bangkok ein (und mit mir auch unser AK auf der Bank). Habe jetzt auch ein kleines Zuhause im Gästehaus von Bruno, das ich als Untermieter beziehe. Bruno hat es bereits eingerichtet – japanisch. Gehe dann sofort in die Agentur. Ein Teil der Möbel ist ausgeliefert worden. Ich bekomme vorübergehend den 70x100 Tisch, der mit einem Telefon drauf schon ziemlich voll aussieht. Aber wenigstens funktioniert das Telefon. Abends: Besuchen mit unseren MitarbeiterInnen die Tact-Awards-Ceremony. Das ist so etwa das ADC-Fest auf Thai-Art. Die Organisation ist super-professionell. Die Thai-Werbung übrigens auch. Tolle Commercials, vielleicht etwas weniger tolle Anzeigen insgesamt. Und einen Big Winner gab es auch: Leo Burnett holt etwa 30% aller Awards. **12.7.:** Mittagessen mit potentiell Creative Director. Allerdings wissen wir immer noch nicht so recht, auf welchen Zeitpunkt wir ihn einstellen sollen, da der Whisky Launch inzwischen auf September verschoben ist. **13.7.:** Mittagessen mit einem weiteren potentiellen Art Director. **14.7.:** Bruno hat den ersten New Business Termin (Pizza). Ich sollte heute eigentlich zurückfliegen, nur weiss ich das zu diesem Zeitpunkt noch nicht. **15.7.:** Dinner mit Management der anderen Grossagentur. Sind interessiert an kreativem Hotshop. 23.00 Uhr: Verabschiede ich mich von Bruno und fahre zum Flughafen. 3 Stunden später stehe ich wieder vor Brunos Türe: Abflug 0.50 Uhr nach Zürich war schon richtig,

aber wäre gestern gewesen: Flugtickets müsste man lesen können (gail, Manuele). **16.7.:** Fliege def. zurück. **17.7.:** Heiko hatte einen New Business Termin bei Thai Airways in der Schweiz. Wir dürfen für eine aktuelle Geschichte sofort präsentieren. **22.7.:** Crash in Thailand: 58 Finanzinstitute werden per Regierungsdekret geschlossen. **24.7.:** Kunde informiert Bruno, dass der Whisky wegen Depression in Thailand nun erst im November kommt. **25.7.:** Präsentation eines TV Commercials bei Thai Airways: Das halbe Management der Thai Schweiz ist z.Zt. in Bangkok. Für uns kein Problem. Bruno präsentiert den einen in Bangkok, wir gleichzeitig den anderen in der Schweiz. Das können nur wir. Von beiden Kontinenten erhalten wir grünes Licht: Produziert wird der Spot in Thailand. Bruno klärt ab. **28.7.:** Bruno berichtet aus Bangkok: Vom Hochhausbau gegenüber unserer Büros verschwinden die Baukrane. Finanzierung geplatzt. Nicht das einzige Projekt in dieser Situation. Hard Times for the Thais. **12.8.:** Bruno berichtet: Der Baht ist mittlerweile auf 23. Und der Whisky soll gemäss neusten Kundeninfos erst im Dezember kommen. Dafür sollen wir jetzt Dosen für einen Energy Drink gestalten, der in Burma auf den Markt kommen soll. Name: Rhino Power. Briefing: Macht die Dosen ja nicht zu dunkel, weil es in den Läden Burmas kaum Licht hat. **13.8.:** Bruno berichtet: Mehrwertsteuer in Thailand soll auf 10% angehoben werden. Die neunte Benzinpreiserhöhung seit 1. Juli. Und die Regierung erweist sich als inkompetent. Business-Kreise fordern Neuwahlen unter einer neuen Verfassung, die der Korruption den Riegel schiebt. Diese neue Verfassung muss aber noch die Parliamentshürde schaffen. **2.9.:** Bruno berichtet: 11. Benzinpreiserhöhung. Hamsterkäufe setzen ein. **6.9.:** Bruno berichtet: Der Premier äussert sich in TV-Interview zur neuen



September 87: Eine neue Verfassung. Wenn auch die 16. seit 1932, ist es die erste Verfassung, die von Volk mitgestaltet wurde. Über 800.000 Thais haben in 79 Provinzen an Public Hearings teilgenommen. In Zukunft, so sieht die neue Verfassung vor, soll der bis dahin übliche Stimmzettel bei Abstimmungen verhindert werden, und Parlamentarier müssen ihre Vermögensverhältnisse offenlegen. Das kann nicht allen recht sein. Wen's jedoch recht ist, der bekommt Farbe. Und die ist Grün.



So demonstrieren die Thais für eine neue Verfassung.



21. 9. 97: Vorbereiten für Thai Airways im alten Feuerwächhaus neben dem „Oriental“.



G&K / P&B Advertising 591 Sukhumvit Soi 22, Khong Toei Nue, Khong Toei, Bangkok 10110. Telefon 02-2500154/58. Fax 02-2500093.



Hier eingeschlagen: Die „grüne“ Anzeige, nur mit Signatur G&K/P&B.

Verfassung. O-Ton „Neue Verfassung? Ich? 100%.“ Thai diplomatisch vergisst er zu sagen, ob 100% dafür oder 100% dagegen. Die ersten Demos werden organisiert. Die Farbe der Befürworter ist „Grün“.

9. 9.: Def. Okay zum Thai Airways Commercial. Bruno organisiert Dreh in Thailand. **12. 9.:** Bruno hat News vom Kunden: Der Whisky kommt nun evtl. doch nicht mehr in diesem Jahr. **13. 9.:** Bruno muss den Messenger Boy mit Motorrad bemühen, um zur Agentur zu kommen: Die Strassen stehen nach ergiebigen Regengüssen unter Wasser. **16. 9.:** Heiko ist in Bangkok für den Dreh des Thai Airways Commercials. **17. 9.:** Die ganze Production Crew (15 Leute) und Heiko fliegen nach Phuket. Es regnet. Der Dreh muss verschoben werden. **18. 9.:** Es regnet noch immer. Der Dreh wird nochmals verschoben. **19. 9.:** Komme in Bangkok an. Will vor allem Ferien machen. Heiko ruft aus Phuket an: Dort schien heute für eine halbe Stunde die Sonne. Gerade lang genug, um die Szene dreimal abzdrehen. **21. 9.:** Studioredirektion in Bangkok. Es sind mehr Leute auf dem Set als bei Aufnahmen zum neusten 007. Abends: Bruno, Heiko und ich hocken zusammen, um Eigenwerbung zu konzipieren. Wir müssen uns jetzt endlich bemerkbar machen. Haben die Idee, eine grüne 1/1-Seite in den grossen Tageszeitungen Thailands zu machen: Nur grün und unser Logo. Grün, weil dies eben die Farbe derer ist, welche die neue Verfassung unterstützen. Und dazu gehört fast die ganze Business-Community.

22. 9.: Bruno und Heiko zeigen die „grüne Seite“ Dr. H., einem unserer Thai-Partner. Der ist begeistert. **25. 9.:** Bin mit meiner Freundin Nicole in den Ferien auf Phuket, als unsere „grüne Seite“ erscheint. Bruno telefoniert: Bekommt laufend Anrufe von CD's aus Thai-Agenturen und Gratulations-Faxe. Der CD von JWT, die an der gleichen Adresse zu Hause sind wie wir, schaut persönlich bei ihm vorbei. Kommentar: „Khun Bruno khosana ni go di mag mag toi. Chen tschob mag doching dsching. Khon khosana khon thai dscha tog tschai pa

na.“ Auf deutsch: „Geil, macht Eindruck.“ Auch die Presse meldet sich: Bruno wird von einer Wirtschaftszeitung zum Interview geladen. Eine einzige Anzeige – und wir sind weltberühmt in Bangkok. **27. 9.:** Resendemo für die neue Verfassung an der Silom und Sanam Luang. Vorherrschende Farbe: Grün. Stunden später: Das Parlament nimmt die neue Verfassung an. Fliege nachts mit 0 Kopie des Thai Commercials im Gepäck nach Zürich. **30. 9.:** Bruno berichtet: Hatte heute Lunch der Swiss Thai Business Association besucht. Ein Botschafts-angestellter habe ihn mit den Worten „Do chunnut da vo de gruána Seite“ vorgestellt. (Übrigens: Der Botschafter, der uns seine volle Unterstützung zusagte, ist nicht mehr im Amt.) Und dann noch News von der Whisky-Front: Der Whisky kommt jetzt doch – und zwar noch vor Weihnachten. **1. 9.:** Australischer Konzern ruft an, hat von uns und unserer grünen Seite gehört. Sucht kreative Agentur. Bruno schickt Credentials. **3. 9.:** Australischer Konzern gibt uns Budget für ein Vitamin-C-Produkt. **9. 10.:** Bruno darf unsere Agentur bei grossen Thai Konzern (mit ca. 30 Unternehmen) vorstellen. **13. 10.:** Thai Konzern ruft an. Wollen briefen. Produkt: Snack. Bruno ist aus dem Hauschen. Muss ihm am Telefon sagen, dass er trotzdem noch nicht Golf spielen darf. **14. 10.:** Bruno berichtet: Evtl. kommt der Whisky wegen technischer Probleme doch nicht. **28. 10.:** Bruno präsentiert Vitamin C. Kunde ist begeistert. Gibt uns 3 weitere Produkte zur Lancierung im gleichen Konzept. **29. 10.:** Rufe Bruno an. Müssen uns etwas für die „Persönlich“-Geschichte einfallen lassen. **10. 11.:** Rufe Bruno an, dass wir uns wirklich langsam etwas für die „Persönlich“-Geschichte einfallen lassen müssen. **15. 11.:** Mir fällt auch nichts ein, wie wir diese Thailand-Geschichte erzählen sollen. Auser wir erzählen sie einfach. **20. 11.:** Bruno teilt mit, dass der Kunde mitgeteilt hat, dass der Whisky jetzt definitiv im März 98 kommt. Er hat jetzt auch einen Namen: **West End.**