



→ TOTAL LOKAL

Nicht nur Würze in der Kürze

In der Kürze liegt die Würze, weiß jeder Werbetreibende. Man hält sich gern an das Kiss-Prinzip der Informatik (Keep it simple and stupid): Bring die Lösung eines Problems auf eine verständliche Kurzformel! Allerdings wirft betonte Kürze auch schon mal Verständnisfragen auf, vor allem bei Kleinanzeigen. Wer kurz mit „Fernsehkummer?“ wirbt – hilft er mir wirklich über den Kummer mit den ätzenden Polittalk- und Kochshows hinweg? Oder was werde ich sonst noch, wenn ich mich dem Institut anvertraue, das mit „Erfolgreich und glücklich. Mindestens“ wirbt? Und „Entrümpelungsdienst, besenrein!“ legt die Frage nahe, ob sich „besenrein“ auf den Dienst oder meinen Keller nach dem Dienst bezieht. Die selbst fragende Anzeige „Keller undicht?“ spricht mich sehr an, ist aber momentan nicht aktuell. (In einem künftigen akuten Fall finde ich sie bestimmt nicht wieder.) Eine andere Frage beschäftigt mich schon lange: Der Kleinlaster eines Tiefkühlheimservice, der regelmäßig durch den Duisburger Süden kurvt, wirbt am Heck mit „Kollege gesucht“. Sucht der immerhin selbstständige Fahrer wirklich einen neuen Konkurrenten oder ist ihm der bisherige Kollege durchgebrannt?

HOS