

# Trams anmalen? Aber bitte mit Sahne!

Das Wort «Shitstorm» ist laut geworden. Voll bemalte Trams sind ja keine Neuigkeit. Sunrise hat mit ihrer Gestaltung der Idee mehr geschadet.



**Theophil Butz, einst Starwerber (Ringier), heute Inspirator und ab jetzt auch noch Motzer. «Nicht eine einfache, aber eine notwendige Rolle, die ich hier alle 14 Tage wahrnehme.» Sachdienliche Hinweise bitte an theophil@undbutz.ch.**

**U**m was geht es geht: Seit mehreren Jahren macht die VBZ mit vollbemalten Fahrzeugen Werbung für Institutionen. Das Energietram, das Ewigi-Liebi-Tram, das Frauentram und viele mehr. Jetzt kommt das Sunrise-Tram, und die meisten sind empört.

Meine Theorie: Es gibt Kritik, dass man für die Werbung eingespannt wird und erst noch dafür bezahlen muss. Ich glaube, dass das nur vorgeschobene Gründe sind. Der wahre Grund dafür ist, dass die Gestaltung dieser Cobra «grottenhässlich» ist, wie ein Facebook-Nutzer meinte. Da liegt das ganze Problem begraben. Nicht nur bei den stationären, öffentlichen Plakaten, sondern jetzt auch hier, bei den rollenden, regen sich die Ästheten auf, und das sind eben viele. «Sunkotz-Tram» nennt es die Interessengemeinschaft Plakat/Raum/Gesellschaft, die gegen die Werbeflut im öffentlichen Raum kämpft. Wiederrum hat ein Unternehmen die erst beste Lösung getroffen. Wenn die Identity, die wahrlich kein

Highlight ist, eins zu eins auf die Cobra übertragen wird, ist das ein Armutzeugnis für unsere Branche. Keine Anstrengung wurde unternommen, um auf dieser grossen Fläche origineller, frecher und witziger aufzutreten. Jetzt kostet so ein Teil 480 000 im Jahr, und weil's so was von unoriginell ist, hagelt es Kritik und ist somit Antiwerbung.

Seit 1965 bin ich im Werbe- und Gestaltungs-Business tätig. Früher war es enorm wichtig, was auf einem Werbeträger platziert war. Heute ist dieses Handwerk verloren gegangen. Mit dem Computer hat man die Sunrise-CI-Farbschattierungsstreifen auf die Cobra-Vorlage geknallt. Super sieht das aus. Ist aber eben keine Idee! Vielleicht hat das ja auf einem A4-Blatt gut gewirkt (was ich aber bezweifle). Dass man sich nicht überlegt hat, wie so was in Gross auf genau 36 x 3,6 x 2,5 Metern aussieht und ein ganzes Jahr vom umworbenen Betrachter geliebt werden soll, ist dumm.

Das nächste vollbemalte Tram soll im März auf die Schienen kommen. Ich hoffe, dass dieser Kommunikationschef nicht wie Andreas Gregori von Sunrise schon von einer unkonventionellen Lösung spricht, indem er die Tatsache, ein Tram zu bemalen, als unkonventionell bezeichnet.

Ich wiederhole mich: Ob es darum geht, einen TV-Spot, ein Plakat oder eine Doppelseite zu schal-



Eine attraktive Idee sind diese Werbetrams. Aber die Chance, eine originelle, junge Lösung zu bieten, wurde total vertan. Wörter wie verhunzt, grottenhässlich oder Sunkotz-Tram wurden als Reaktion darauf geschrieben.

ten: Auf den Inhalt kommt es an. Ich empfehle Sunrise, das ganze Tram nochmals neu zu gestalten. So sind die 480 000 Trameinsatz für meinen 20-jährigen Sohn kein Anreiz, sein Abo zu wechseln.

Lieber Heinz Vögeli, wir haben doch schon vor vier oder fünf Jahren eine solche Tram-Aktion vorgeschlagen. Damals war eine solche aber noch zu auffällig.

Der Aufsteller der Woche kann für einen Basler nur sein, im Joggeli miterlebt zu haben, wie der FCB den Bayern die Lederhosen ausgezogen hat.