

Wiener Werbe Dogma

LEITFADEN FÜR
UNTERNEHMER
ZUFALLSPRODUKTION
07

TJA, DAS
WERBE-
BUDGET-
WIEDER IN
EINEM
TIEEEEFEN
LOCH
VERSCHWUNDEN

ICH KANN GAR
NICHT HINSCHAUEN-
DER MANN KENNT
DAS WIENER
WERBE-DOGMA
NICHT!



**DAS WIENER WERBE-DOGMA
TRENNT DIE UNSINNIGEN WERBEAUSGABEN VON DEN
SINNVOLLEN.**

**SIE BRAUCHEN ES NUR DURCHZULESEN, SCHON WISSEN
SIE, WAS SIE VERMEIDEN SOLLTEN.**

**DAS WIENER WERBE-DOGMA VON DER
ZUFALLSPRODUKTION
IST UNFEHLBAR!**





WER DESIGN-MANUALS IN AUFTRAG GIBT UND IN VERKEHR BRINGT, MACHT SICH SCHULDIG!

1. AN DER MARKE. DIE VERSTAUBT, BIS SICH EIN SPRÖDES 80ER-JAHRZEITGEIST-MANUAL AMORTISIERT.

2. AM JUNIOR-GRAFIKER. DER VERSTAUBT ÜBER DEM MANUAL, STATT SICH MIT IDEEN AUSZUTOBEN ODER SICH FORTZUPFLANZEN.

Don't Nr. 1. :

Keine dicken Design-Manuals!

Sperren Sie ihre Marke nicht hinter Gitter! Machen Sie ihr keine unnötigen Vorschriften"

Design-Manuals von mehr als 2mm sind Zwangsjacken und das Gegenteil von einer grossen Vision!



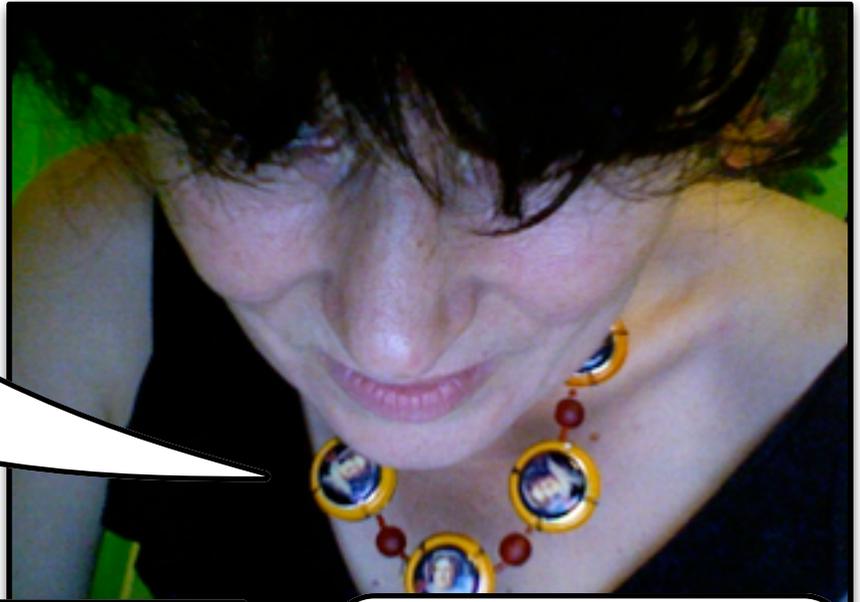
WIENER WERBE-DOGMA

NEVER-EVER-TABOOO NR.!



KEINEN
EURO FÜR
WERBE-
PROMIS

Vorsicht PROMI- FALLE



NEVER-EVER-TABOO Nr. 2

Do never ever trust a Prominente Person. Auch nicht einer Celebrity.

Nix gegen Hungerkünstler und solche, die von ihrer Kunst leben können.

Aber gewissenlose Unternehmer haben eine Neue Sorte gezüchtet: Sogenannte Werbe-Künstler. Sie verstopfen die Fernseher unter dem Mäntelchen der Produktwerbung und erhöhen auf unser aller Kosten ihren Bekanntheitsgrad. Ich sag nur Clooney. Wer hat den gekannt vor Nespresso?

Merke: Jeder Promi, den Sie engagieren, frisst die Aufmerksamkeit von ihrem Produkt weg.

GEGENMITTEL NR. 1:

ERFINDEN SIE EINEN EIGENEN CHARAKTER UND MACHEN SIE DEN BERÜHMT. DAS MICHELIN-MÄNNCHEN, DAS PLAYBOY-BUNNY, DIE FAMILIE PUTZ ETC.

GEGENMITTEL NR. 2:

VERLANGEN SIE VOM HALB-, VIERTEL- ODER ACHTEL-PROMI GELD, WENN ER MIT AUFS PLAKAT WILL. SIE WERDEN SEHEN, ER ZAHLT.



MARKTFORSCHUNG IST
EINE FEINE SACHE, WENN
MAN GRAD PLEITE IST
UND ZU EINER
BLINDVERKOSTUNG
INTERNATIONALER
BIERSORTEN GEBETEN
WIRD.

MARKTFORSCHUNG IST NIX FÜR DIE BREITE MASSE!



WIENER WERBE-DOGMA

NEVER-EVER-TABOO NA

VORSICHT BEI MARKTFORSCHUNG! FRAGEN SIE IHRE FREUNDIN, ABER FRAGEN SIE NIEMALS DAS VOLK! SIE SIND NICHT AUF DER WELT, UM ES ALLEN NÖRGLERN RECHT ZU MACHEN.

SIE SIND HIER, UM GUTE WERBUNG ZU MACHEN FÜR GUTE PRODUKTE. ALSO FRAGEN SIE NICHT DIE LEUTE, DIE DAVON KEINE AHNUNG HABEN.

KLEINE DROHUNG BEI ZUWIDERHANDLUNG: AUF DEM TOTENBETT WERDEN SIE BITTER BEREUEN, WENN SIE NICHT DIE WERBUNG GEMACHT HABEN, DIE SPASS MACHT.



DIESE GANZE HEILE WELT
UM MICH HERUM GEHT MIR
SCHRECKLICH AUF DEN
ZEIGER...

Schluss mit heiler Welt!

Denken Sie
einfach an eine
Fernsehserie, die
"Happy Housewives"
heißt. Wer will sich
sowas anschauen?



WIENER WERBE-DOGMA

WIR LEBEN IN EINER SUPERSAUBEREN WELT. UNS
KANN NIX PASSIEREN. WIDERLICHE EHEPARTNER
WERDEN WIR DURCH SCHEIDUNG LOS, UND WENN WIR
NICHT MEHR AUFSTEHEN WOLLEN, WERDEN WIR
ZWANGSERNÄHRT.

ES IST DIE AUFGABE DER WERBUNG, DIESEN
ROSENGARTEN EIN BISSCHEN ABENTEUERLICHER ZU
GESTALTEN. MIT VIRTUELLEN GEFAHREN!

Her mit
Bedrohungen!
Schüren Sie
Neid &
Missgunst.
Erfinden Sie
Mikroben,
Katastrophen,
Gemeinheiten
und Böse
Hexen. Da
guckt man hin!



WIR HABEN
SCHON ETLICHE
KÜNSTLER
GESPONSORT
UND JETZT
SUCHEN WIR
SELBER EINEN
SPONSORNÖ,
GEKOCHT HABEN
WIR NICHTS....

SPONSORING?

**STOPP
JETZT
SOFORT**

SPONSORING. DA LACHEN DIE HÜHNER. SCHON
DAS WORT IST SO HÄSSLICH. UND DANN...



NEVER-EVER-TABOO Nr. 5

... DIE GESPONSORTEN VERANSTALTUNGEN
SIND MEIST UNSÄGLICH
(OPERETTENFESTSPIELE,
OPERNFESTSPIELE, KINOFESTSPIELE,
BALLSPIELE UND DERGL. MEHR,) ALLES
MÜLL, MIT DEM DIE WELT ÜBERSCHWEMMT
WIRD.
UND WAS KEINER BRAUCHT. MACHEN SIE DA
NICHT MIT, ES TUN EH SCHON ALLE.

Das Werbe-Dogma empfiehlt:
Steuern statt Sponsorn.

Ja, es klingt schrecklich, aber damit
sind sie einzigartig und haben einen
echten USP.

Sie können das Geld auch
verschenken, aber bitte klassisch ohne
Gegenleistung, also ohne dass Sie ihr
armes Logo wie ein Flittchen in der
Gegend herumziehen lassen.
Sie können auch in Champagner baden
oder ein 17. Monatsgehalt einführen.

Jedenfalls: Ihre Mitarbeiter dürften
schon dankbar sein, wenn sie nicht
mehr auf den elendigen
Kulturveranstaltungen rumsitzen
müssen. Stop Sponsoring now.

DAS WIENER WERBE-DOGMA 07
VERSTEHT SICH NICHT ALS EWIG
GÜLTIGES REGELWERK FÜR
ERFOLGREICHE UNTERNEHMEN,
OBWOHL MAN VERSUCHT SEIN
KÖNNTE, DIES ANZUNEHMEN.

GEDACHT IST ES LEDIGLICH ALS
KURZFRISTIGE MASSNAHME GEGEN
AKUTE MISSSTÄNDE - SO WIE
SEINERZEIT DIE 95 THESEN ZU
WITTENBERG ODER DIE
BESCHLÜSSE DES 8. PARTEITAGS
DER KPDSU

FÜR DIE NÄCHSTEN JAHRE DÜRFTE
ES SICH AUSZAHLEN, DAS WIENER
WERBE-DOGMA 07 BEI JEDER
KOMMUNIKATIVEN ENTSCHEIDUNG
ZU RATE ZU ZIEHEN.

Herausgeber:
Zufallsproduktion, Cosima Reif
Schleifm ü hlgasse 3/5 !040 Wien
zufall@chello.at
++43 1 581 11 83



NEVER-EVER-TABOOO Nr. 6

NEVER
FORGET YOUR
FRIENDS!

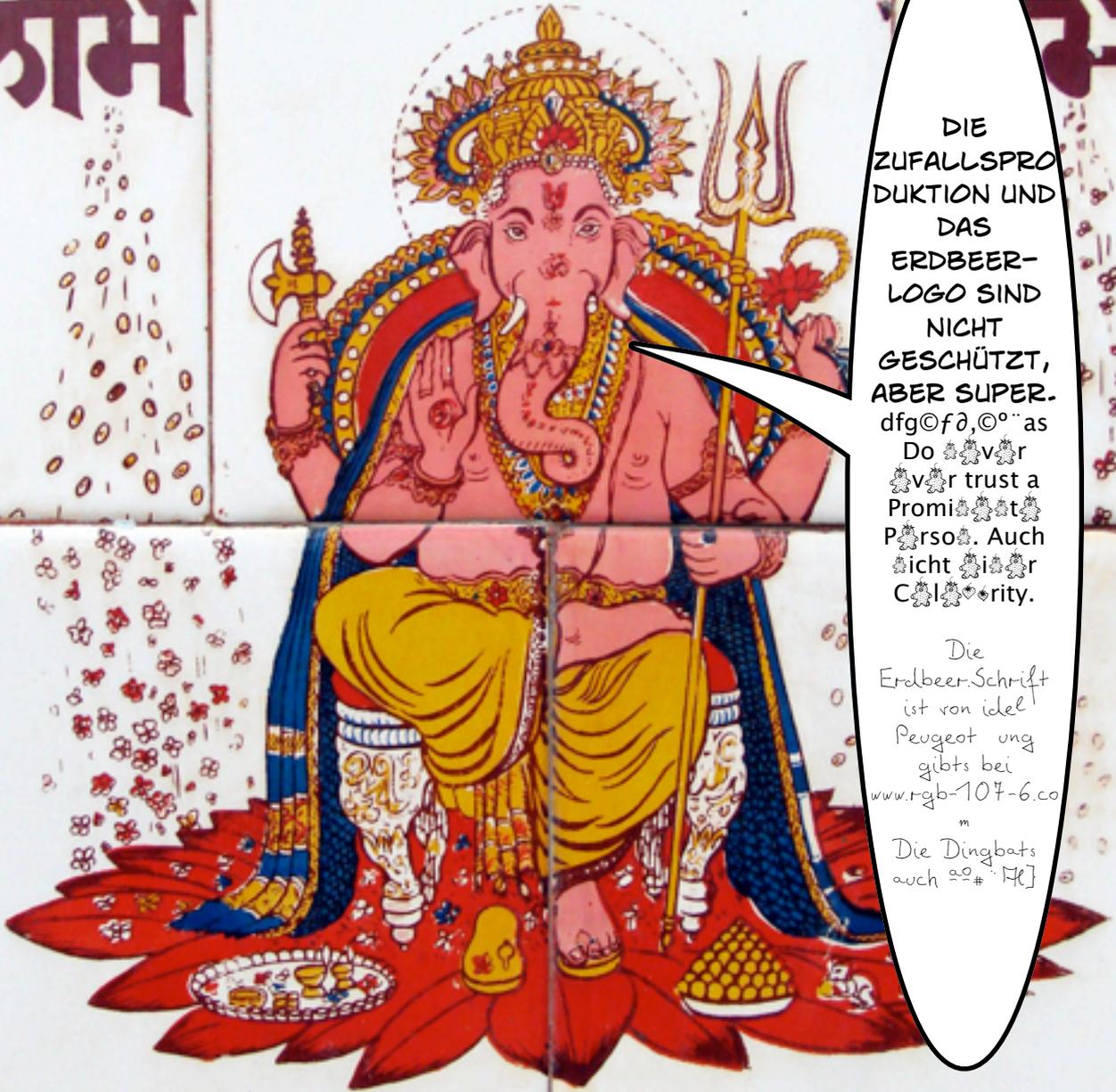
IMPRESSUM:

IDEE UND DESIGN:
ZUFALLSPRODUKTION.
FOTOS: ALLE DR. PETER STÖCKL.

WIR DANKEN:
KLASSE GRAFIK WERBUNG DER
ANGEWANDTEN WIEN
INDIEN
JÜRGEN MICHALSKI
ELISABETH KOPF
MARTIN MACHAC & DV5

लाम

भ



DIE
ZUFALLSPRO
DUKTION UND
DAS
ERDBEER-
LOGO SIND
NICHT
GESCHÜTZT,
ABER SUPER-
dfg©fð,©°as
Do ✨v✨r
✨v✨r trust a
Promi ✨ ✨
P✨rso. Auch
nicht ✨i ✨r
C ✨ ✨rity.

Die
Erdbeer.Schrift
ist von idel
Peugeot ung
gibts bei
www.rgb-107-6.co

Die Dingbats
auch 20# [H]