



Werbeblock: Mache Deinen Brotkasten selbst

Werbung kann manchmal zu intellektuellen Streuverlusten führen. Die Kölner Marketingberatung Endmark zeigt in ihren Studien immer wieder, dass deutsche Konsumenten oft nicht in der Lage sind, englische Werbesprüche richtig zu übersetzen. 2003 machte die Handelskette Douglas die unerfreuliche Erfahrung, dass ein großer Teil der Kunden die Aufforderung „Come in and find out“ falsch interpretierte: „Komm rein – und finde wieder raus.“ Nun hat Endmark nachgelegt und aktuelle Werbekreationen untersucht. Prominentes Beispiel ist das Videoportal Youtube mit dem Spruch „Broadcast yourself“, was sinngemäß bedeutet „Sende (Dich) selbst“. 30 Prozent der Probanden in deutschen Großstädten verstanden das auch so. Der Rest kam zu kuriosen Übersetzungen wie „Füttere Dich selbst“, „Entdecke Dich selbst“, oder „Mache Deinen Brotkasten selbst“. Nicht bewiesen ist, ob diese Testpersonen den Namen „Youtube“ mit „Du Tube“ übersetzen: „Mache Deinen Brotkasten selbst, Du Tube“ oder „Mache aus Deiner Tube einen

Brotkasten“. Da sage mal einer, die Deutschen seien nicht empfänglich für kreative Werbesprache ←

Prof. Dr. Christoph Moss leitet den Studiengang „Communications & Marketing“ an der International School of Management. Er ist Autor des Buchs „Deutsch für Manager“ und Gründer der Kommunikationsberatung „mediamoss“. Für absatzwirtschaft wird der Kommunikationsexperte ab sofort jeden Monat an gleicher Stelle die Sprache der Werber augenzwinkernd unter die Lupe nehmen. Erreichbar ist der Autor unter info@christoph-moss.de.

