



© DMB (4)

XXXLutz- & Putz-Geschichten

Über die Jahre hat man viele Geschichten erzählt; aktuell inszeniert man sich selbstironisch. Nicht jedem ist die Werbung des Möbelriesen sympathisch, aber alle kennen sie.

Generationen zu repräsentieren. Aber als Kunstfiguren sind sie relativ alterslos. Natürlich hat sich die Familie aber immer wieder weiterentwickelt. Zum Beispiel haben wir 2002 eine Freundin zur Seite gestellt – die Ixi. Vielleicht kommt es hier ja mal zu Nachwuchs im Möbelhaus ...

medianet: In einem ähnlichen Fall hat damals die Bawag zwischen 1980 und 1993 die immer gleichen zwei Spot dreizehn Jahre on air gelassen. Warum würde das heute nicht mehr funktionieren?

Demner: Im Gegensatz zur Bawag läuft ein XXXLutz-Spot kaum länger als einige Wochen. Wir produzieren jährlich über ein Dutzend neuer TV-Spots, weil die Familie immer für Überraschungen gut sein soll und sich daher ständig neu und frisch inszeniert. Wir leben in der Zeit, gehen mit der Zeit und beziehen sie in unsere Themensetzung ein. So tragen wir dazu bei, XXXLutz immer zeitgemäß und frisch wirken zu lassen.

medianet: Wie sehr schränkt so ein fixes Setting die Kreation ein, denn wie auch immer der Spot aussieht, es ist immer die Familie Putz.

Demner: Ich denke, wir haben in der Vergangenheit unzählige Male bewiesen, dass sich diese Familie in kein Korsett zwingen lässt. Wir waren mit ihnen im All, sind Möbelkopter geflogen, waren auf Möbelsafari in Südafrika, sie waren geschrumpft oder parodierte Politik und Popkultur. Zudem war die Familie immer offen für interessante Gäste. Die Familie schränkt uns nicht ein, ich würde vielmehr sagen, mit der Familie ist alles möglich.

medianet: Im Laufe der Jahre wurde eine Protagonistin aus Altersgründen ausgetauscht. Gab es jemals Überlegungen,

auch einen quasi nicht typischen Österreicher in die Familie aufzunehmen, etwa als neue Freundin des Sohnes?

Demner: Wie gesagt: Mit der Familie ist alles möglich. Schauen wir doch einfach, was die Zukunft bringt.

”

Es gab eine Bemerkung des Kunden, der meinte, es würde ihn interessieren, einmal einen ganzen Tag und eine Nacht im Möbelhaus zu leben.

“

Mariusz Jan Demner

medianet: So erfolgreich die Spots für den Auftraggeber sind (letzte Nationalratswahlen), immer wieder gibt es auch Beschwerden über einzelne Ideen, die dann beim Österr. Werberat landen. Kalkuliert man Aufreger als Werber mit ein, weil sie gut für das Geschäft sind?

Demner: Wir haben das Glück, einen sehr mutigen Kunden zu haben, der Polarisierung durchaus auch als Wirkungschance versteht. Eine Beschwerde beim Werberat ist von uns nie beabsichtigt. Unsere härtesten Kritiker werden jedoch immer etwas finden, mit dem sich der Werberat dann auch beschäftigen muss. Zu einer Verurteilung kam es allerdings nie.

medianet: Nun, nach 20 Jahren, wie sieht die Zukunft der Familie Putz aus?

Demner: Um unseren Kunden Thomas Saliger zu zitieren: „Wir haben noch Ideen für weitere 20 Jahre.“ (lacht)

20

Dauerhaft

Geht es nach Mariusz Jan Demner, soll die Familie Putz für den Kunden XXXLutz noch lange ihre Dienste tun; Ideen hätte man für weitere 20 Jahre.