

DIVERSITY MARKETING

Aus: Diversity Newsletter 20 – November 2005

Levis blind vertrauen

... ist die Botschaft einer aktuellen Anzeigenkampagne von Levis. Zu sehen ist ein attraktiver, junger Mann, bekleidet mit einer blauen Jeans. Dass das abgebildete Model blind ist, verrät erst der nebenstehende Text. Aaron, so sein Name, verlor sein Augenlicht im Alter von acht Jahren. Der Markenartikelhersteller verzichtet bei der Darstellung auf das ach so typische Bild eines blinden Menschen: Alt, mit abgedunkelter Brille und womöglich noch mit einer Armbinde versehen. Im Gegenteil, hier wird geradezu das Ideal eines männlichen Körpers abgebildet, womit sich Levis bewusst von stereotypen Illustrationen distanziert. Der Texteintrag „Meine Beine sagen mir, wie gut sie sitzt“, vermittelt KonsumentInnen, dass man Levis blind vertrauen darf und unterstreicht die gefühlsbetonte Bindung zur traditionsreichen Jeansmarke. Gleichzeitig spielt Levis mit den BetrachterInnen der Anzeige: Nur in schwacher Schrift ist der Slogan der Kampagne zu erkennen – so werden die BetrachterInnen selbst ein Stückweit in die Lage eines Menschen mit Sehschwäche versetzt. Die Anzeige beweist, dass Werbung in der Lage ist auch gesellschaftlich wenig beachtete und oft stigmatisierte Menschen einzubeziehen, ohne dabei die Attraktivität des Produkts aufs Spiel zu setzen. Die Abbildung öffnet Augen „gegenüber Blinden“ und schafft es Stereotype aufzubrechen.

