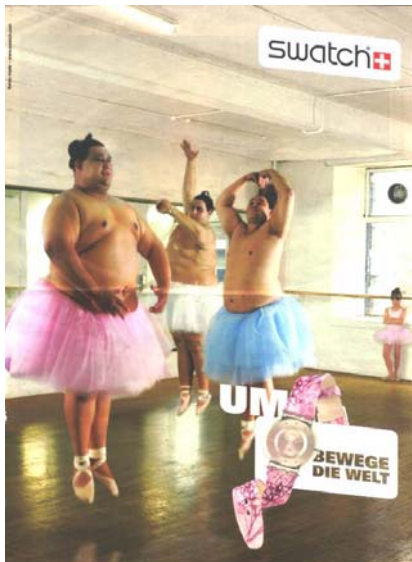


DIVERSITY MARKETING

Aus: Diversity Newsletter 22 – Januar 2006

Swatch: Ein Sprung erschüttert die Welt

Wer die neueste Kampagne des schweizerischen Uhrenherstellers Swatch kennt, weiß, dass die wohlbeliebten Sumō Ringer wieder landen werden und die nördliche Welthälfte zum Beben bringen. „Bewege die Welt“ lautet der aktuelle Slogan von Swatch. Zu sehen sind drei, mit romantisch knielangem Tutu bekleidete Sumō Ringer, die aus einer leichtfüßigen Bewegung heraus über das Parkett in augenscheinlicher Schwerelosigkeit schweben. Bringen sie sonst, ausschließlich und berufsbedingt, ihre Gegner aus dem Gleichgewicht – werfen die Ringer mit graziösen Bewegungen diesmal die BetrachterInnen der Anzeige aus der Balance. Sumō Ringer in Röcken brechen auf amüsante Art Stereotype auf und zeigen, im Sinne eines positiven One-Size-Fits-All-



Konzepts, dass eine Swatch die vielfältigen Lebenswelten der Gesellschaft widerspiegelt. Der Anzeige gelingt es, den Marketing-Spagat zwischen (Körper)-Masse und Individuum elegant auszuführen. Eine in vielerlei Hinsicht bunte Gruppe transportiert die Botschaft von Vielfalt – auch in den TV-Spots der Kampagne. Zu sehen sind Menschenmengen, die Punkt 10:10 Uhr in die Luft springen und den anderen Teil der Welthälfte in Bewegung versetzen. Durch die Darstellung bunter Lebenswirklichkeiten und deren Hüpfen auf dem Erdball wird ein Gefühl der Mobilisierung entfacht. Mit diesem Gefühl und der Illustration einer kulturell vielfältigen Welt suggeriert der Uhrenhersteller, dass KonsumentInnen beim Kauf einer Swatch eine kulturübergreifende Revolution hervorrufen könnten. Die Welt wird bewegt: Prima Ballerina – Prima Swatch!