Reklame mal anders

Mit einer Lichtinstallation wird für das Karlsplatzfest geworben

msr. Manchem kam es bekannt vor: eine Lichtshow auf einer Fassade in der Altstadt – aber am falschen Ort. Statt der Akademie der Wissenschaften am Karlsplatz wurde das Psychologische Institut in der Hauptstraße zur Leinwand. Wer sich an das Karlsplatzfest im letzten Sommer erinnert fühlt, liegt genau richtig: Um für das Karlsplatzfest im September dieses Jahres zu werben, wurde am Sonntagabend im Kleinen gezeigt, was im Großen zu erwarten ist, nämlich eine spektakuläre Licht- und Lasershow, bei der unter anderem Szenen aus dem neuen Programm des frisch renovierten Theaters an die Fassade projiziert werden.

Die Fußballfans, die an vorgestern Abend zwischen 22.45 und 23.15 Uhr auf dem Heimweg vom Public Viewing waren, sahen einen Fassadenkletterer, der mit einer Spraydose Werbung an die Wand sprühte. Später erschien der Hausmeister des Gebäudes, um das Werk wieder zu entfernen. Natürlich handelte es sich um einen Griff in die Trickkiste der Optik: In Wirklichkeit wurde die Szene lediglich an die Fassade projiziert. In mühevoller Arbeit wurde die Fassade im Studio nachgebaut, um die Szene originalgetreu aufzunehmen. Einige Computereffekte später war die Illusion geboren.

Als Schauspieler fungierten Angestellte der Stadtwerke. Den Hausmeister, der im Video die Schmierereien entfernt, spielte Johannes Dörr, der Messebauer der Stadtwerke. „Das war für mich schon was Neues", meint Dörr. Der Sprayer wurde von einem echten Graffitikünstler aus Mannheim dargestellt, der unter dem Namen „René F" bekannt ist.

Die Marketingleiterin der Stadtwerke, Katharina Schimek, die selbst kurz im Werbespot auftrat, kündigte an, dass diese etwas ausgefallene Werbeaktion vor dem Karlsplatzfest weitere Male zu sehen sein werde. Die Entstehung des Werbeprojekts wurde in einem kurzen Dokumentarfilm festgehalten, der in den Heidelberger Kinos als Werbespot laufen wird.

Roland Albrecht von der Heidelberger Werbeagentur „GoYa!", die sich auf Livekommunikation zu Werbezwecken spezialisiert hat und von den Stadtwerken mit der Konzeption und Umsetzung des Projekts beauftragt wurde, sagt: „Durch solche Aktionen wollen wir nicht nur werben, sondern auch Spaß vermitteln." Dieses Ziel wurde erreicht: Viele Fußgänger machten auf ihrem Heimweg halt und spendeten Beifall.

Das zweite Karlsplatzfest steigt in der Nacht vom 7. auf den 8. September. Vielleicht wird das Fest ja zu einer Tradition.

So sah die ausgefallene Lichtinstallation am Sonntagabend am Anatomiegarten aus, als die Fußballfans daran vorbeizogen. Scheinbar zu sehen sind die aufgesprühte Werbung für das Karlsplatzfest im September und ein schockierter Gebäudereiniger. Foto: Kresin