

WIRB UND WERDE!

Yoëlle Reinle / Corina Farkas – Die Welt als Buch, Nils Röller, ZHdK, HS 2016

INHALT

Wir haben das Buch „Wirb und Werde! – Ein Lehrbuch der Reklame“ von Hermann Ullstein in der Bibliothek entdeckt und es ist uns aufgrund seines auffälligen Covers ins Auge gestochen. Es wurde 1935 publiziert und Ullstein lehrt darin, wie man gute Werbung machen soll. Beim durchblättern des Buches – bereits beim Lesen des Titels – fällt auf, dass sehr oft mit Imperativen gearbeitet wird. Das Buch zeigt einem nicht auf, wie man gute Werbung machen könnte, es sagt einem wie man gute Werbung machen muss!

Wir finden diesen Aspekt sehr interessant, da das Buch zwar in diesem Falle als Speicher sowie auch als Werkzeugkasten funktioniert, jedoch diese Funktionen geradezu manifestartig ausübt. Deshalb fragten wir uns, ob es möglich sein kann, das Buch nur auf seine Aufforderungen zu reduzieren und somit aus dem Kern des Buches ein neues Buch zu kreieren und trotzdem dessen Inhalt zu transportieren.

FORM

Ursprünglich wollten wir das Buch kaufen, um direkt in das Buch hinein zu arbeiten, zu streichen und hinein zu schreiben. Doch aufgrund zu langer Lieferfristen habe wir uns dazu entschieden die Imperative einzuscannen um somit den Originalcharakter beizubehalten. Diese Aussagen wollten wir dann stark wirken lassen, haben sie darum möglichst gross aufskaliert und ihnen viel Raum gegeben. Dadurch wollen wir auch den Charakter dieser Werbetechnik darlegen, laut und auffordernd. Durch die enge Ringbindung wird das Buch zwar etwas unhandlich, doch auch dick und fächerartig und schreit schon fast nach Aufmerksamkeit.

Zu jeder Aufforderung notierten wir Fragen, die uns beschäftigten wenn wir an die Umsetzung dieser Imperative dachten. Schnell merkten wir, dass jede grosse Aussage ganz viele kleine Fragen mit sich bringt – so klar wie sie auf den ersten Blick auch sein mag.



Wirb und Werde!

**Glaub' denen nicht, die in Reklame nichts
als Prahlerei und Ruhmsucht sehen!**

Wenn ich werbe, prahle ich dann nicht?

Wirb also für das Gute, aber wirb!

Wie weiss ich was Gut ist?

Wieso muss man für Gutes werben?

**Drum gerade, wenn du auf der Höhe zu
sein glaubst, raste nie!**

Was ist wenn Ideen schwinden?

Kommt Höhe nicht nur mit Tiefe?

Halte das Glück beim Schopf!

Wie weiss ich wenn das Glück da ist?

Wenn man Glück halten kann warum hat es dann nicht jeder?

Es kann nicht nur, es muss!

Kann man?

Muss man?

Was wenn es nicht kann?

Ist müssen nicht auch können?

Erzähle etwas Wahres von deiner Ware!

Nur etwas Wahres?

Wie viel Wahres braucht meine Ware?

INHALT

[REDACTED]

[REDACTED] 72

[REDACTED]

[REDACTED] 2 [REDACTED] 8

[REDACTED] 56 [REDACTED] 22 [REDACTED]

[REDACTED] 80 [REDACTED] 62 [REDACTED]

[REDACTED] 10 [REDACTED] 30 [REDACTED]

[REDACTED] 74 [REDACTED] 12

[REDACTED] 44 [REDACTED] 30

[REDACTED] 24 [REDACTED] 30

[REDACTED]

[REDACTED] 36 [REDACTED]

[REDACTED] 70 [REDACTED] 52 [REDACTED] 46

[REDACTED] 60 [REDACTED] 14 [REDACTED] 40 [REDACTED] 42

[REDACTED] 26 [REDACTED]

[REDACTED] 54

[REDACTED] 50 [REDACTED] 82 [REDACTED]

[REDACTED] 34 [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED] 84 [REDACTED] 32 [REDACTED] 28

[REDACTED] 48 [REDACTED]

[REDACTED] 20 [REDACTED] 58

[REDACTED]

Der Umschlag des Buches ist gleichzeitig ein auffallbares Plakat, um den Werbecharakter wiederum aufzugreifen. Es zeigt auf der Vorderseite eine Adaption des Originalcovers mitsamt der zweiten Ebene unserer Fragen. Auf der Rückseite sieht man das Inhaltsverzeichnis, welches aufzeigt wo im ursprünglichen Buch die Imperative gestrichen wurden und auf welcher Seite sie sich nun im neuen Buch befinden.

Die Arbeit war sehr spannend für uns, umso länger wir uns mit den Aufforderungen auseinander setzten, umso mehr und tiefer fingen wir an sie zu hinterfragen. Das war vor allem auch spannend, als wir auf Aussagen stiessen, die wir inhaltlich so unterstützten, da es in diesem Falle nicht einfach ist eine Frage dazu zu stellen. Dieser Prozess erinnerte uns daran auch in unserem Alltag stets Aussagen bewusst zu hinterfragen – ob wir sie befürworten oder nicht.



