

Achtung, Kampagne! Jahrelang hat ein aalglatter Schnösel für die **Schokokugeln** von Rocher geworben. Mehr Biss hat der neue Spot mit Jan Josef Liefers.

Catrin Bialek
Düsseldorf

Nein, Werbung mit Schauspielern muss nicht platt sein. Sie muss auch nicht immer das Gefühl vermitteln, die verantwortlichen Markenmacher lehnen sich in ihren Bürostühlen zurück, während sie den teuren Prominenten ackern lassen. Dass es anders geht, beweist der neue Spot für die Goldkugeln von Ferrero Rocher. Bislang warb die Schokoladenmarke mit Howard, einem aalglatten Schnösel, der sich auf Schickimickipartys rumtreibt und alberne Ansagen macht wie „Ladies and Gentlemen - it's time for gold“.

Peinlich, peinlich. Jetzt kommt ein Neuer, und zwar der allseits beliebte Münsteraner „Tatort“-Gerichtsmediziner Karl-Friedrich Boerne. Nein, das ist natürlich Unsinn, es kommt selbstverständlich nur der Mime Jan Josef Liefers. Der Schauspieler, der abgewrackte Überlebenskünstler ebenso überzeugend spielt wie über-

hebliche Professoren, bedient sich in dem Spot seines Akademiker-Images.

Liefers ist ein unverbrauchtes Werbegesicht, es ist sein erster Auftritt als Testimonial in einem Spot. Und der geht so: Liefers spielt während einer feinen Stehparty mit dem güldenen Verpackungspapier der Schokokugeln. „Oft werde ich gefragt, wo man als Schauspieler seine schönsten Momente erlebt“, sagt er mit sonorer Vorlesestimme. Beim Segeln, beim Pferderennen, in der Oper? Gedankenverloren formt Liefers das Goldpapier zu kleinen Figuren (Boot, Pferd mit Jockey, Sängerin), die computeranimiert über den Tisch sausen. Ganz vertieft in sein Spiel stimmt er eine Arie an und erntet irritierte Blicke der Partygäste. Liefers nimmt's mit Charme: „Die Frage ist nicht wo, sondern wie“, sagt er und schiebt sich die Schokokugel in den Mund. Die kleine Kreativschmiede Lukas Lindemann Rosinski aus Hamburg hat diese Werbeidee gekonnt umgesetzt.



Jan Josef Liefers: Der Tatort-Darsteller macht Reklame für Ferrero.