

Kabarett rund um Verkaufsstrategien

Philipp Weber lobt bei seinem Auftritt bei „Kunst im Kreishaus“ das schöne Lipperland.

Detmold (rb). Zum Jahresauftakt der Kulturreihe „Kunst im Kreishaus“ ist der Kabarettist Philipp Weber mit seinem Programm „Weber No.5: Ich liebe ihn!“ in Detmold zu Gast gewesen. Auf der Kreishausbühne zeigte der gebürtige Franke, dass er sich gut für seinen Auftritt in der Residenzstadt vorbereitet hatte: Die exakte Einwohnerzahl kannte er ebenso genau wie den Namen von Bürgermeister Rainer Heller, darüber hinaus lobte er die vielen „schönen Gegenden“ im Lipperland.

Besser kannte sich Weber nur noch im tiefen Dickicht der Werbeindustrie aus. Wortreich, in rasantem Sprechtempo und mit fast schon übertriebener Rastlosigkeit redete er auf das „Kunst im Kreishaus“-Publikum ein. Weber warnte ebenso eindringlich wie humorvoll vor all den dubiosen und diebischen Werbe- und Marketingstrategien, die heutzutage an jeder Ecke lauern. So würde kein Deodorant



Kabarettist Philipp Weber warnt im Kreishaus vor den Heimtücken der Werbeindustrie.

FOTO: RAPHAEL BARTLING

der Welt Frauen wuschig machen, so wie es regelmäßig in der Werbung versprochen werde. „In der Pubertät habe ich alle Sorten getestet. Ich habe mich nicht parfümiert, sondern mariniert.“ Ebenso absurd sei für Weber der Werbeslogan „Ich liebe es“ einer großen Fastfood-Kette. „Wenn ich

„Liebe“ höre, denke ich an Friedrich Hölderlin, aber doch nicht an Cheeseburger!“

Doch ob Werbung nun Manipulation oder einfach nur die gut durchdachte Präsentation eines Produktes sei, müsse jeder mit sich selbst ausmachen. Weber gab zu, dass er selbst auch Opfer der Werbeindus-

trie werde. Ihm persönlich hätten es Küchenutensilien angeht: So brauche kein Mensch ein 45-teiliges Messerset, eine ukrainische, 800 Watt starke Salatschleuder, oder unzählige Versionen von Milchaufschäumern. „Manchmal bin ich mir gar nicht mehr sicher: Bediene ich noch meinen Milchaufschäumer oder bedient mein Milchaufschäumer mittlerweile schon mich?“

Weber analysierte, gab Beispiele und ergründete neben all den satirischen Seitenhieben gegen Unternehmen auch noch das menschliche Unterbewusstsein anhand der Maslowschen Bedürfnispyramide. Mit der Projektion von Emotionen lasse sich laut Weber alles verkaufen. Er selbst habe sich etwa bei einem Baumarktbesuch mit der Freundin selbst einen neuen Räucherofen erfennt. „Misstraut Menschen, die euch zum Fühlen bringen wollen“, riet Weber. Die Gefahr sei groß, dass sie in Wirklichkeit bloß etwas verkaufen wollten.