

# ACHTUNG, KAMPAGNE!

## Suche nach Rosemarie

„Ich suche eine Teilnehmerin in der Goethestraße 46 in Hamburg“, flüstert ein nackter Mann mit Dreitagebart ins Telefon, während seine namenlose Eroberung der letzten Nacht neben ihm schlummert. Da gebe es mehrere Anschlüsse, Name oder Telefonnummer bräuchte sie schon, sagt die nette Dame im Call-Center. Jaha, den Namen, den weiß er ja nicht, aber halt, die Telefonnummer steht doch auf dem Display. Die Call-Center-Mitarbeiterin erkennt den Ernst der Lage, lächelt nachsichtig und flüstert nun ebenfalls: „Rosemarie Neumann“. „Ach, richtig“, entfährt es dem Romeo. Diese amüsante Episode wird in einem der insgesamt sechs TV-Spots gezeigt, die die Münchener Agentur For Sale zum Start der neuen Telefonauskunft 11818 (sprich „eins 18 18“) kreiert hat. Ab kommender Woche steigt die Bertelsmann-Tochter Arvato in das Geschäft mit Telefonauskunftsdiensten ein – und will mit Schnelligkeit und Kompetenz punk-



ten. Diese beiden durchaus löblichen Eigenschaften werden in den Spots zum Beispiel durch schnelle Kamerafahrten durch das Call-Center visualisiert. Die Mitarbeiter sitzen dort in Reih und Glied, alles wirkt klinisch-bläulich, fast wie in ei-

ner Zahnarztpraxis. Blitzschnell geben sie die gewünschten Antworten, sie lächeln, ihre Stimmen lächeln, es ist eine wahre Freude, mit ihnen zu telefonieren. Ach, wenn doch die Realität auch so schön wäre. | bia