

Serviettenwerbung

Dieser Tage treffen meine Frau und ich uns mit Freunden in einer Kölner Restaurantkneipe. Speisen, Getränke, Köbes – alles echt Kölsch. Am besten gefallen uns die Tischservietten. Auf ihnen sind, als Paragraphen durchnummeriert, elf Kölsche Regeln aufgedruckt, von „§ 1: Et es wie et es!“ bis „§ 11: Do laachs dich kaputt!“. Humor kann in Köln ja nicht überraschen, allenfalls seine Lautlosigkeit. Die Idee mit der Serviettenwerbung lässt mir keine Ruhe, trägt Humor doch zur Hebung des Stadtimage bei. Sogleich ist mir klar: Stadtypische Serviettenwerbung müsste auch in Duisburger Lokalen die Angereisten positiv stimmen! An Aufdrucktexten herrscht ja kein Mangel. Ich denke nur an so bewährte Slogans wie „Duisburg – in the Heart of Europe“, „Duisburg on the Rhine“, „Duisburg – größter Stahlstandort“, „Duisburg – Stadt von Wasser & Feuer“, „Duisburg, die größte Logistikkreuzung“ usw. Spätestens beim Lesen so humorvoller Slogans wie „Duisburg kann länger“ oder „Duisburg ist echt“ wird der begeisterte Besucher die Serviette vor ihrer Verwendung bewahren und sie unbelegt ins Jackett stecken. Daheim weckt so lustige Werbung bei Familie und Freunden Interesse an der originellen Stadt. Auch so entsteht ein positives Stadtimage. **HOS**