

Hinter den Kulissen



Er kommt so schleimig rüber, dass es einen schüttelt. Dominik Weber, der Darsteller in der **SolvoHexal-Werbekampagne**, erinnert sich gern an die Dreharbeiten: „Das war schon sehr lustig“.

Wer's noch nicht gesehen hat: Unter www.sternmeinesherzens.de schleimt Weber rum, was das Zeug hält. Hexal setzt damit auf eine neue Art der Werbung: Komödiantisch zugespitzt und auf humorvolle Weise soll der Produktnutzen (Schleimlöser bei Erkältung mit Schnupfen) hervorgehoben werden.

Dabei wird eben dieses Produkt in den Szenen selbst gar nicht erwähnt. „Man kommt erst zum Schluss drauf“, sagt Weber im Interview und findet das richtig gut: „Bei den Amerikanern und Engländern gibt's das ja schon länger.“

Handgeschriebener Brief Angefangen hat Hexal seine Kampagne mit einem roten, parfümierten,

handgeschriebenen Brief an viele Apotheken – auch die Redaktion von „DIE PTA IN DER APOTHEKE“ erhielt einen –, der nur so vor Komplimenten strotzte. Kein Absender stand darauf und eine richtige Briefmarke klebte oben rechts, das machte neugierig. Innen lag dann neben dem Brief eine Art Visitenkarte mit dem Hinweis auf die Werbekampagne.

Da Apotheken tagtäglich unzählige Werbeschreiben erreichen, entschied sich das Unternehmen bewusst für einen solchen Weg, um auf sein noch junges Produkt und die Kampagnenwebsite aufmerksam zu machen. „Unser Ziel war es, auf eine bewusst übertriebene, humorvolle Weise die Kernbotschaft des neuen Erkältungsproduktes, die Schleimlösung, zu kommunizieren und viral zu verbreiten“

spots wurde eine Wohnung in Hamburg angemietet und dort zwei Tage gedreht. Mittels diverser friseurtechnischer Produkte wurden Webers Haare so sehr geglättet, dass die Figur bereits äußerlich so richtig schön schleimig wirkte. Eine „tolle Kostümbildnerin“, so der Schauspieler, verpasste der Figur dann noch taillierte Anzüge in Glitzerfarben, merkwürdige Hemden und ein haut-

arrogant und schnöselig gezeichnet und ihm eine besondere Sprache verpasst: „Das ist so eine affektierte Theatersprache. Wie ein Mensch, der zu lange im Sprechunterricht gesessen hat.“ Der Schleimer, er hört sich immer sehr bedeutungsschwanger an und auch ein wenig so, als habe er eine heiße Kartoffel im Mund. Der Satz „Wenn ich dich sehe, dann geht die Sonne auf“ ist dann nicht erha-

»Hallo! Du wunderbarer Mensch!«

ten“, erklärt Volker Balles, Head Marketing OTC bei Hexal. „So haben wir den „Schleimer“ ins Leben gerufen. In kurzen Videos gibt dieser in überkandidelter Manier überzogene Komplimente zum Besten, die abrupt mit dem Markenversprechen unterbrochen werden: „SolvoHEXAL – Wir haben etwas gegen Schleim.“

Mal etwas anderes „Mit dieser Idee wollen wir Spaß in den Apotheken-Alltag bringen“ beschreibt es Ingo Zacher von der zuständigen Werbeagentur „Integer“. „Das „Schleimer“-Konzept bietet Abwechslung zur reinen Produktkommunikation. Wir differenzieren uns bewusst von den Konventionen in der Apothekenkommunikation und zum Wettbewerb.“

Für die Spots startete die Firma ein richtiges Casting; zahlreiche Schauspieler bewarben sich, um am Prenzlauer Berg in Berlin vorzusprechen. Dominik Weber erinnert sich: „Es gab nur diese eine Punch Line – „Wir haben etwas gegen Schleim“ – und dann sollten wir improvisieren.“ Weber brachte ein Geburtstagsständchen per Videobotschaft an seine imaginäre Angebetete und wurde genommen.

Schleimiges Outfit Der Schauspieler, der zuletzt in den Bozen-Krimis mit Christian Kohlund auffiel, hat im „Naturzustand“ wilde rote Locken und ist ein eher natürlicher Typ. Für die Produktion der Werbe-

enges Shirt, sodass er vor der Kamera richtig loslegen konnte. Da kommen dann Sätze wie: „Tun deine Füße nicht weh? Du gehst mir schon den ganzen Tag durch den Kopf“ oder „Hey Süße, du bist wie mein Lieblingsfilm, ich will dich immer wieder sehen.“ Weber bringt das Kunststück zustande, den Schleimer so darzustellen, dass der sich als Person durchaus ernstnimmt, und genau das ist das Komische.

Er süzt im Hawaiihemd in die Kamera („Hallo! Du wunderbarer Mensch!“), sitzt mit Herzchenkissen und Schlafzimmerblick auf dem Sofa („Ich möchte dir einen traumhaften Geburtstag wünschen, du zuckersüße Sahneschnitte“), wirft sich im Dancefloor-Outfit in den Bildausschnitt („Ich habe nicht an die Liebe auf den ersten Blick geglaubt – bis zu diesem kurzen Moment, als ich dich das erste Mal sah“). Wie Weber alias der Schleimer durch die Wohnung rockt und schließlich die Disco-Kugel küsst, das ist schon ziemlich witzig. Die Szenen in „Der Schleimer privat“ sind übrigens komplett improvisiert, dafür gab es kein Drehbuch. „Wir haben einfach mal rumgesponnen“, berichtet Weber und man merkt ihm immer noch an, dass die Dreharbeiten wohl sehr viel Spaß gemacht haben.

Affektierte Sprache Wie hat er die Rolle angelegt? In Mimik und Gestik hat Weber den Schleimer zwischen

ben, sondern peinlich – und das soll er auch sein.

Mit dieser viralen Werbekampagne geht die Herstellerfirma neue Wege. Auf der Website tritt zum einen der Schleimer als Verfasser des schwülstigen Liebesbriefes an die Apotheken in Erscheinung. Und mit der Aufforderung „Schleim deine Freunde voll“ können die witzigen und übertrieben romantischen Komplimente zudem über die Apotheken hinausgetragen werden – möglich wird dies durch Video-Botschaften und eCards, die über die Website versendet und geteilt werden können.

Schauspieler und Comedian Für den Schauspieler Dominik Weber war der Werbedreh eine interessante Erfahrung, er mag es, die Leute zum Lachen zu bringen, und wenn er sich etwas wünscht, dann sind es mehr Komödien im deutschen Film. Neben dem Drehen und der Theaterarbeit – gerade jetzt spielt der 33-Jährige eine Rolle am Schauspiel Stuttgart in dem Stück „Fahrenheit 451“ – ist er an seinem Wohnort Berlin gern als Stand-Up-Comedian unterwegs. Und wer noch ein wenig warten kann, wird ihn im Laufe des Jahres in einer weiteren Folge von „SOKO Wismar“ sehen. Welche Rolle er dort spielt, darf er uns nicht verraten, auf jeden Fall „nicht den Kommissar“.

Alexandra Regner,
PTA/Redaktion