



2009/30 dschungel

<https://jungle.world/artikel/2009/30/verona-pooth-20>

Das Medium

Verona Pooth 2.0

Von **Elke Wittich und Boris Mayer**

<none>

Es wäre schön gewesen, wenn an dieser Stelle etwas über Sascha Lobo und die gesamtgesellschaftliche Relevanz seines Auftritts im neuesten Vodafone-Spot gestanden hätte. Jibbet aber nicht, zum einen, weil der dicke Mann mit seiner Frisur gestraft genug ist, und zum anderen, weil rund 99 Prozent derjenigen, die sich in unerheblichen Blogs über sein Mitwirken in diesem Reklamefilmchen empören, einfach nur sauer sind, weil niemand sie kaufen will – und wir reden hier von Leuten, die echt billig zu haben wären. Wie geldgierig die Bloggerszene ist, kann man relativ einfach selber überprüfen, indem man sich bspw. beim Marketing-Network Trigami akkreditiert und anschließend die eingehenden Angebotsmails studiert. Angst, dass man eventuell nicht berücksichtigt werden könnte, muss man nicht haben, denn Details wie thematische Ausrichtung oder Schreib-/Leseschwächen interessieren die Reklame-Vermittler nicht. Nach der unkomplizierten Anmeldung kann es auch schon losgehen. »Ihr Blog hat soeben eine neue Advertorial-Ausschreibung erhalten«, wird es dann in einer Mail heißen, wobei »Advertorial« eine wirklich schöne Umschreibung ist für: »als ganz normaler Blogeintrag getarnte Werbung«. Kurz und knapp werden dann die Anforderungen geschildert: »XXX ist ein Kissen für Säuglinge und Kleinkinder, das Müttern und Vätern weltweit das Leben leichter macht. Sie können für diese Kampagne 32,92 EUR (Gegengebot möglich) verdienen, falls Ihre Bewerbung vom Advertiser akzeptiert wird.« Interessant ist es nun, die Angebotsmails zu sammeln und nach ein paar Wochen per Google-Blogsuche zu überprüfen, wer da alles zwischen ganz normalen Einträgen enthusiastische Beiträge über den Krempel verfasst hat und sich im schlimmsten Fall nur wenige Seiten später darüber empört, dass der dicke Mann mit der fieser Frisur in einem Reklame-Spot zu sehen ist.