



KULT WERBUNG

ZEHN JAHRE HAMPE-SPOT

Den meisten Kinobesuchern entlockt er nur noch ein müdes Stöhnen, der Werbespot für die Firma Hampe-Recycling, der vor jedem Kinofilm im CinemaxX läuft. Trotzdem schaut man immer wieder gerne hin, wenn die liebe Oma dem bösen Umweltsünder, der sein altes Auto in einem Erdloch entsorgen will, zur Horror-Melodie von Psycho mahnend mit dem Stock auf die Finger haut und ihm das Telefonbuch mit der Hampe-Anzeige unter die Nase hält. Zehn Jahre gibt es diesen Spot bereits. Für die einen ist er Kult, für die anderen einfach nur noch nervig. So oder so: Der Spot hat die Bekanntheit der Firma in Göttingen enorm gesteigert. Wer sein altes Auto loswerden will, wird wohl unweigerlich an Hampe denken. Passend zum Zehnjährigen haben wir nachgefragt, wie der Spot seinerzeit überhaupt entstanden ist.

Wie kam es damals zu der Idee für den Spot?

Wir haben uns das damals alle zusammen ausgedacht. Die Idee war, einen Realwerbespot zu machen, um den Umsatz im Bereich Altkar-Verwertung ein bisschen zu pushen. Und dann haben wir uns da hingesetzt und überlegt, was man da machen kann. Wir hatten einen groben Rahmen, in dem sich das ganze bewegen sollte – da läuft einem die Fantasie ja auch schnell aus dem Ruder. Am Anfang stellt man sich vor: Hier ein Schnitt, da ein Effekt – und wenn man dann loslegt, merkt man, dass das alles ziemlich schnell in sich zusammenfällt.

Wie lief das mit der technischen Umsetzung?

Von der Werbeverwaltung aus Hamburg waren zwei Leute da, ein Kameramann und ein Regisseur, der das ganze ein bisschen in die richtigen Bahnen gelenkt hat. Der hat uns auch viel erklärt, wie das technisch alles abläuft, damit es nicht so aussieht, als wenn man da mit dem Camcorder in der Landschaft herumrennt. Der hat auch immer ganz klar gesagt, was geht und was nicht. Das war sehr gut, da eine technische Anleitung zu haben.

Wie lange haben denn die Dreharbeiten gedauert?

Das ging relativ schnell. Wir haben einen Tag gebraucht, von morgens 8 Uhr bis abends 17 Uhr. Wir haben auch nicht groß geprobt. Im Grunde standen die Parameter, die sich der Regisseur in Absprache mit uns überlegt hatte. Das einzige, was wir an Vorbereitung zu treffen hatten, war das Loch mit dem Bagger auszuheben. Das war hier auf dem Nachbargrundstück.

Der Spot an sich hat ja schon lange Kultcharakter erreicht. Wie kommt es dazu?

Oh, das kann ich gar nicht sagen. Wahrscheinlich liegt es an der älteren Dame – das ist übrigens die Mutter von unserem heutigen Seniorchef. Vielleicht liegt es aber auch an der permanenten Kinopräsenz. Der Spot läuft ja wirklich immer im Cinemaxx.

Werden Sie auf der Straße auch manchmal auf den Spot angesprochen?

Ja, ich werde ab und zu mal auf der Straße angesprochen. Der Wiedererkennungswert ist auf jeden Fall gegeben. Die meisten Menschen sagen dann immer: „Ach ja, Hampe. Das ist doch der mit dem Werbespot!“

Also: Kinowerbung wirkt!

Es ist natürlich nicht immer genau zu messen, was das jetzt bringt und wie viele Kunden tatsächlich mehr zu uns kommen. Aber ganz klar: Die Bekanntheit unserer Firma ist durch diesen Spot natürlich enorm gestiegen. Und das nicht nur im Bereich der Autoverwertung. Hampe ist im Laufe der Jahre ein echter Begriff für die Menschen geworden.

Vielen Dank für das Gespräch!

Text und Foto: Sebastian Mauritz