

Alle werden Ossis

Ostdeutsche Werbung funktioniert besser als westdeutsche. Zu diesem Ergebnis ist ein Fachmann namens Alexander Mackat gekommen, indem er westdeutsche Kampagnen gemäß den »Werten und dem Lebensgefühl von Ostdeutschen« veränderte, dabei vor allem auf »übertriebenen Lifestyle« verzichtete. Die veränderten Anzeigen seien in Ost und West besser angekommen als die Originale. Der Super Illu erklärte Mackat, Ostdeutsche seien geprägt von einem »eigenartigen, aber zukunftsorientierten Wertemix«. Dieser vereine traditionelle Werte wie Pflichtbewußtsein, Familie oder Gemeinwohl mit moderneren Werten wie Eigeninitiative, Spaß, Kreativität. Der Westen nähere sich diesem Mix immer mehr an. (AFP/jW)
<https://www.jungewelt.de/artikel/89657.alle-werden-ossis.html>