

Kravatterna på Stureplan

I de korruperade och förljugna kvällstidningarna har man på senare tid kunnat läsa om Valborgsmässohelgens kravaller vid Stureplan. Man skulle önska att misstagen och felaktigheterna i reportagen i vanlig ordning härrörde till journalisternas bristande kompetens och flagranta ignorans, men så är dessvärre inte fallet. Här är det fråga om ett regelrätt justitiemord!

Inte nog med att dessa populistiska murvlar har mage att misskreditera oss, Reklam the City, genom att återigen föra fram den renommésnyltande huliganorganisationen Reclaim the City. Det visar sig dessutom vid närmare granskning att huliganerna helt felaktigt blivit anklagade för vandaliseringen av Stureplan och butikerna i närområdet.



Jag är en bildmänniska säger Blondell och skissar snabbt och stilsäkert fram ett könsorgan på en bil som han hävdar att han äger.



Ungdomsrevolt eller några depraverade kreatörers unartade efterfest? Historierna går isär...

Det sanningsälskande nyhetsorganet RtC beslöt sig givetvis för att gräva vidare i denna svavelstinkande härva och, även om vi anade oegentligheter, blev vi minst sagt bestörta av det vi fann.

Det som vid första anblicken tedde sig som en hetlevrad och missriktad revolt från desillusionerade ungsportar, visade sig vara en blöt efterfest signerad ett antal reklamare från Stockholms finbyråer.

- Ja, vi skulle bara ta en god Hot Shot på Sture, men sedan började Mia ta in bilhandlarbricka efter bilhandlarbricka för visa att hon var en av grabbarna, snyftar en skamsen **Johan van der Schoot**.

Mia Cederberg, copywriter och bystdrottning på Storåkers, tillbakavisar dock anklagelserna och svartmålar istället skuraktigt **Mick Born**, Cole, Russel & Pryces egen Tom Selleck.

Reportaget fortsätter på sid 3.



Veckans reklamvits

Mästerfotografen Peter Gherke står och blandar drinkar i en bar. Björn Rietz och Frank Hollingworth beställer varsin GT.

Björn: - Ska du ha kontanter eller tar du kort?

Frank: - Klart han tar kort, han är ju fotograf.

Björn: - HAHAHAHAHAHAHAH

Frank: - HAHAHAHAHAHAHAH



Esteban

På filmproduktionsbolaget Esteban är stämningen tät. Här har många stora reklamfilmsepos skapats. Forbo Forshaga, Dressman, Jysk Bäddlager och Kyckling på fredag är bara några av dessa känsliga cineasters odödliga verk.

I köket hittar vi en svårt absinthstinkande **Alex-Ander Brügge**, Gävles egen **Lasse Åberg**.

– Om du sitter på en tiger kan inget stoppa dig, säger Alex dovt och puffar på en fransk cigarett av märket Gauloise.

Vi förstår att det var djupt sagt.

Alex berättar att han har lärt sig allt han kan av **Björn Ericstam** och **Patrik Forsberg**. Storsint, med tanke på att Patrik sparkade i stort sett hela besättningen på Esteban från sitt eget produktionsbolag, där de mest satt och slog dank.

Enligt ryktena skall sinnen ha runnit till på Patrik då han upptäckt att såväl Alex som **Katarina Nerell**, DR-kungens släkting, i smyg klippte propagandafilmer åt Hare Krishna-rörelsen.

– Jävla konsthatare, säger Katarina Nerell när saken kommer på tal.

Katarina som dessutom är djupt religiös vänder upp och ned på ett krucifix, samtidigt som hon börjar mumla pay-offer baklänges.

Vi frågar demonregissören Brügge vilka förebilder han har.

– **Bergman, Felix Herngren, Steven Spielberg, Francis Coppola, Stanley Kubrick...**

Ja, det är ju fina förebilder, säger vi.

– ...alla har de mig som förebild, fortsätter Alex och tar på sig en gammal basker från Kustjägarskolan.

– Själv har jag inga förebilder, jag är ju för fan förebild, påstår han framt.

– Nej, om man skulle göra lite nytta, fortsätter han och börjar regissera en film för Fonus med **Ole Söltoft** och **Janne "Loffe" Carlsson** i huvudrollen.

Vid en gammal Avid hittar vi **Macke "Markus" Ernerot** som inte vill vara med på bild.

– Jag gillar film, reklam, konst och allt som kommunicerar, berättar han.

På skärmen kan vi se hur Macke håller på att klippa om en film för Lambi toalettpap-



– Jag fick ingen Merca när jag var liten, säger Alexander "Lill-Marit" Brügge och koketterar med sin olyckliga barndom.

per och försöker lägga på en Mix Megapol logotype.

– Jag gör det här på spek, förklarar han. Mix är ju en jävla skitkanal så jag tänkte att jag skulle köra lite dasshumor. Det kommer funka jävligt bra på widescreen, skrattar han.

Macke förklarar att innan han träffade ståuppkomikern, tillika före detta kollegan, **Patrik Larsson** var han en skinntorr typ som fick mycket stryk på gården hemma i Orminge, eller "Snake City" som han säger.

– Patrik har lärt mig allt jag kan om humor och vad som är roligt, berättar Macke stolt.

Medan Macke fortsätter sin utläggning om sitt groteska liv försvinner vi ut i den glättiga och ytliga reklamnaten. Kanske träffar vi **Bosse Rönnberg** på Sturehof, kanske inte. Spelar roll, det är ju bara reklam.



RtC:s utsände råkar slarvigt nog berömma Forsberg & Co, varpå Katarina och hennes väninna Snuw brister i gråt.

forts från första sidan.

– Mick var förbannat oförsämd och klädde inte av mig med blicken en enda gång, så jag var helt enkelt tvungen att kröka ner honom totalt för att få lite uppskattning, säger en försmådd Mia Cederberg.

Den överförfriskade guppen rumlade sedan vidare till inrestället Crazy Horse, där de fortsatte sitt hotfulla översittarbeteende mot barpersonalen.

– Jag hälsade vänligt, men då sa de åt mig att hålla käften och hotade med att varumärka mig om jag inte bjöd på Galliano och chilipuffar, säger en märkbart uppskrämd **Tom of Nilson**, fd CD på Leo Burnett, numera bartender på Crazy Horse.



Efter ett gott dagsverke på skyltfönstret tvingas Rasmus följa Siljas kredo och "Ta en paus".

Efter bartömningen och en hel del headbangande till Scorpions-ballader, blev dock Reklamligan alldeles blasé, så där som trendkänsliga personer lätt blir, och drog ut på Stureplan.

Utanför Silja Lines butik mötte gruppen AD:arna **Rasmus Nilsson** och **Joakim Blondell** som firade en sofistikerad Valborg genom att tillsammans boffa en god tub epoxy-lim.

Rasmus, som misstog Johan van der Schoot för **Lasse Kronér**, tänkte att det var läge att imponera en aning.

– Kolla Lasse! Jag trashar min egen kund!, skrek den omtöcknade Rasmus och slängde en förvånad Joakim Blondell genom Siljafönstret.

Reklamligan blev förstas rysligt imponerad av detta kreativa utspel och började själva slå sönder och klottra efter bästa förmåga. Mick Born feltolkade storstilat situationen och började frenetiskt plocka glasbitar från trottoaren:

– Kolla vilken jädra "gangsta" jag är! Här ska jävlar i mig städas!



Arrestera Mick istället! Min pappa betalar er inte för att ni ska ofreda hans dotter, domderar överklassynglet Mia Cederberg med en säkerhet bara riktigt besuttna besitter.

Blondell, som blev rosenrasande av denna vandalismens "faux pas", ringde förstas polisen som genast gav Mick ett välförtjänt kok spö.

De andra reklamarna lyckades dock klara sig undan både stryk och arrestering. Utan att tära märkbart på sina överdådiga löner mutade de helt enkelt polisen att sy in några stackars förbipasserande originalare från Ogilvy istället.

Skrattande fortsatte det uppsluppna reklamgänget helt ostört sitt valborgsfirande till långt in på småtimmarna.

RTIC SLÅR LARM



Krutröken har knappt hunnit lägga sig på redaktionen efter vår Actionspecial när skrämmande fakta om hur utbudsreklam utnyttjar den lilla individen dyker upp.

Många affärskedjor rear ut sina varor under förespegligen att detta kommer att gynna konsumenten. Ett billigt trick som i förlängningen kan komma att sänka kvalitén hos varorna själva.

Vi har fått många samtal från arga och uppgivna produkter. En **Panasonic DVD** för 999 kr på OnOff säger upprört:

– Känns förjävligt. Jag gör exakt samma jobb som min kollega på Expert! Man tappar sugen, jag funderar allvarligt på att skippa min stillbildsknapp.

Ett kilo **Blodapelsiner** 29.50 på Konsum instämmer med eftertryck.

– Vi smakar lika gott som de på ICA, men om man inte får uppskattning finns det ju ingen anledning för oss att ens innehålla C-vitamin längre.

När redaktionen besökte McDonald's visar det sig att även här, har smugit sig in konsumtionsdiskriminering. Vi stannade upp mitt i en tugga när **Cheeseburgare 6 kr** stirrade på oss med tårar i ögonen.

– Ät mig inte, jag tror inte att jag är så god.

Efter en lång diskussion med Cheeseburgare 6 kr förstår vi att han fått extremt dåligt självförtroende av Prispromotion kampanjen som McDonald's just genomfört på stortavlor och TV. Cheeseburgare 6 kr slokar uppgivet på senapen och fortsätter.

– Jag tyckte att jag precis lika mycket värd som **Hamburgare 9 kr** säger Cheeseburgare 6 kr, ja med tanke på att jag innehåller ost! Men... men nu vet jag inte längre.

Vi åt upp den lilla gynnaren och konstaterade mycket riktigt att Cheeseburgare 6 kr är minst lika god som Hamburgare 9 kr, men det är icke desto mindre tragiskt.

Det är bedrövligt att sån här form av diskriminering förekommer på tjugohundratalet, och behovet av en produktombudsman har väl aldrig kännas så angeläget som nu.



Lågprisvaror i alla länder skall en dag förena sig och resa sig mot sina förtryckare.



– Jag känner mig så billig och har börjat hata "sexköparna", säger Hamburgare 6 kronor.

Huka sig, fru Ulvskog, nu tar RtC över!

Som ett led i vår eviga strävan att vara folket till gagn har RtC-redaktionen kollektivt sökt VD-posten på Sveriges Radio. Vi, liksom du kära läsare, emotser med spänning SR:s svar.

STOCKHOLM 2003 04 26



God dag i stugan.

Med anledning av den vakanta tjänsten som verkställande direktör för Sveriges Radio vill vi härmed anmäla oss som sökande. Förutom att vi har lång och gedigen erfarenhet från reklambranschen och alla dess media, driver vi sedan en tid ett eget mediaimperium, kallat Reklam The City. Se bilaga 1, 2 och 3.

Vidare kan vi stolt meddela att vi genom vår stora erfarenhet har tillskansat oss kunskaper, med vars hjälp vi tror oss kunna öka Sveriges Radios intäkter och därmed stärka dess urusla ekonomi.

Vi hade tänkt oss ett handlingsprogram i tre steg. Steg ett går ut på att sortera bort det som ligger till last och tär på resurserna. Med andra ord bör till exempel alla nyhetsändringar förutom Dagens-eko kvartifem utgå. Vi koncentrerar nyhetsflödet till en punkt på dagen, för att på så sätt vara säkra på att vi når så kallade "heavy users".

I steg två segmenterar vi det återstående programutbudet genom dagen, så att vi kan koncentrera oss på en målgrupp i taget. Till exempel kan man sända psykologiprogram på natten när de som har ångest ligger vakna och lyssnar i skräck.


Steg tre, slutligen är ämnat åt att sälja reklam- och sponsorsutrymme. Vi har nu skapat en statlig reklammarknad som särskiljer sig från det övriga mediautbudet. Vi kan till exempel skraddarsy sponsorspaket till alla de enskilda nyheterna i Dagens Eko. Det kan låta så här: Nyheterna från kriget i Irak sponsrades av Bofors.

Eftersom vi inte bara är en, utan hela tre mediagurus vill vi ha lön därefter. Detta gäller för övrigt alla övriga förmåner.

Med vänliga hälsningar


Per Jonsson


Kalle Rinaird


Robin Tesch

Veckans Kanon & Kalkon



Kanon.



Kalkon.

USCH, SÄGER VI!



Jag vill
fista raggarrhönan
i COOP-filmen!

