



RTC

REKLAM THE CITY

NO:9 2003

Reklamare utan gränser

Nu när kriget i Irak är över och Saddam Hussein har störtats, gör vi en återblick på det inträffade ur reklamsynpunkt. Kort sagt har vi besökt "Reklamare utan gränser". För oss oupplysta som bara förknippar krigsreklam med ransonerings, upplysningar om var skyddsrummen finns och propaganda öppnar sig en helt ny värld av Solidiers of Fortune and Advertising.

– Alla krig är viktiga för oss, säger brigadgeneral Magnus Fältman som till vardags driver combatbyrå Fältman och Malmén.

– Varhelst kriget bryter ut, bryter vi sidor och typograferar. Vi skriver rubriker, plåtar regisserar och ser till att det snurrar pall.

Dessutom måste det se jävligt fräscht ut, fortsätter han.

Slaget står ju som bekant på slagfältet i öknen, men även i butik. I krigets inledningsskede är det viktigt att befinna sig i frontlinjen.

– Ett bra sätt att nå ut med sitt budskap är att skicka med lite DR i bombplanen, förklarar flygmajoren och Art Directorn Johan Jäger på Ogilvy Airbourne Advertising and Fashion.

– I Irak valde vi att göra en kampanjinsats tillsammans med den första divisionen stealthbombare, fortsätter han.

Kampanjen blev synnerligen lyckad. Just som bomberna började träffa sina mål hade alla på marken i och omkring målområdet fått ta del av budskap som "Huvudvärk kan komma plötsligt", "Ibland sitter jag utanför ditt hus och spelar trummor" och "Ingen vet varför, men på 70-talets glada maskerader fick man tydligen huvudvärk". Samtidigt som markstyrkorna rycker fram är det oerhört effektivt att bestycka ett par lastbilar



Ett slagkraftigt DR har ofta mer "impact" än traditionella annonser, säger den gränslösa reklamaren Johan Jäger på Ogilvy Airborne.

med stora högtalaranläggningar.

– När man ligger i ett skyttevärn och kulorna viner om skallen är man extra mottaglig för budskap som "Nu finns det en vuxenblöja för män", "Efter matchen kan du både tvåla in dig och ditt hår med denna enastående produkt" berättar en stolt Hasse Werne som själv har ett eget litet mobilt tryckeri i en kamouflagemålad skåpbil.

Reportaget fortsätter på sid 3.



Vuxenblöjan för män sålde som smör när bomberna taladelsjängsmattrade över Kabul, trots att det är en riktig SKIT-produkt, gapflabbar Werne.

Lika som bär...



Udo Dirkschneider



Annika Rehn

Veckans reklamvits

Göteborgarna Staffan Forsman och Roy Andersson stöter på varandra på en strand i Cannes.

Staffan: - Hallå, mannen!

Roy: - Ipre-mannen!?

Staffan: - HÔHÔHÔHÔHÔHÔ

Roy: - HÔHÔHÔHÔHÔHÔHÔ



HEMMA HOS

NAMN: Fille Hansson YRKE: Reklamlegend FAMILJ: Ja

Det vackra och genretrogna Hemma Hos-reportaget från Björn Hjalmar's idylliska straffkoloni resulterade i säckvis med beundrapost från våra läsare. Men mitt i drivorna av lovord fanns också ett brev fullt av besvikelse och uppbragthet från en man som kände sig orättvist behandlad: Reklamvärldens självutnämnde Mahatma Gandhi, mer känd som Fille Hansson.

Det som gjorde Fille Hansson så upprörd i vårt förra reportage var att vi råkade avslöja att hans tomt var en skalenlig och exakt kopia av Versailles landskapade trädgårdar. När han ringer upp RtC-redaktionen låter han nästan uppgiven:

– Alltså, killar, så där kan ni bara inte skriva. Folket kommer ju tro att jag är bara är en oerhört framgångsrik och platinaäggsvinande reklamlegend som tjänar pengar som gräs på det krassa konsumtionssamhället, och det stämmer ju inte alls! Ni kan väl åtminstone komma hit och göra ett riktigt reportage, säger Fille och bjuder därmed in RtC-redaktionen på ett "Oväntad besök".

Dagen därpå blir vi upplockade av några beduiner som medelst kameler och mulåsnor fraktar oss den långa vägen till Filles bostad, som tydligen inte alls ligger i Djursan, utan mitt i Afghanistan's otillgängliga bergsområden. Färden går dock snabbare än väntat och innan vi vet ordet av så tas bindlarna från våra ögon och vi står vid foten av vad som inte kan vara annat än bergskedjan Hindukush's Panshirdal, straxt utanför Kabul.

Ut ur ett mycket enkelt tält av ihopsydda trasor kommer en likaledes enkelt klädd man.

– Välkommen kära killar, säger mannen som visar sig vara Fille själv.

– Kom in i mitt visserligen usla men ändå kärleksfulla, folkliga och medmänskliga hem.

Fille leder oss barfota in i tältet där söta små afghanska barn leker med ulliga små lamm. Barnen hurrar och sträcker sina tacksamma händer mot reklamlegenden som frikostigt bjuder dem på honungskakor och sötade dadlar.

– Barn och djur älskar mig eftersom de ser att jag verkligen bryr mig, säger Fille och slår ut med armarna i en Jesusliknande pose.

– Jag skulle gärna bjuda er på en kopp örtte och lite kravodlade alger, men eftersom ni är

välstående västerlänningar och jag lagt alla mina pengar på en friskola för blinda pandor i en avlägsen bangladeshisk provins så får ni inget. Men vi kan ju alltid röka den här torrkade Jakdyngan om ni vill?

Till och med våra oskyldiga ögon ser direkt att det inte alls är frågan om djurspillning, utan det finaste svarta afghan man kan tänka sig. Fille drar själv några djupa och vana bloss på pipan och skickar den vidare till oss. Trots vår avogva inställning mot droger känner vi att situationen kräver att vi tar emot denna utsträckt fredspipa. Vi har ju trots allt misskrediterat honom med helt felaktiga uppgifter och det skäms vi förstås väldigt över.

Som debutanter i narkotikaträsket blir vi snabbt vansinnigt yra av den sötfräna tobaken och börjar ramla omkring i det lilla tältet. En av RtC:s reportrar blir så vinglig att han faller omkull och i fallet råkar han slita tag i tältduken. Tältet brakar samman och barn och molnliknande lamm hoppar av och an för att komma ut ur den instörtande tyghimlen.

Ett av lammerna krockar hårt med en liten flicka, men istället för gråt och tandagnisslan så börjar det gnissla och ryka om den lilla tösen. Med en knall flyger huvudet av och blottar avancerad kryoteknik och metallomspunna kablar. Även lammerna verkar ha gått



- Fille är en förkortning av filantrop som betyder medmänniska, ljuger reklamlegenden.

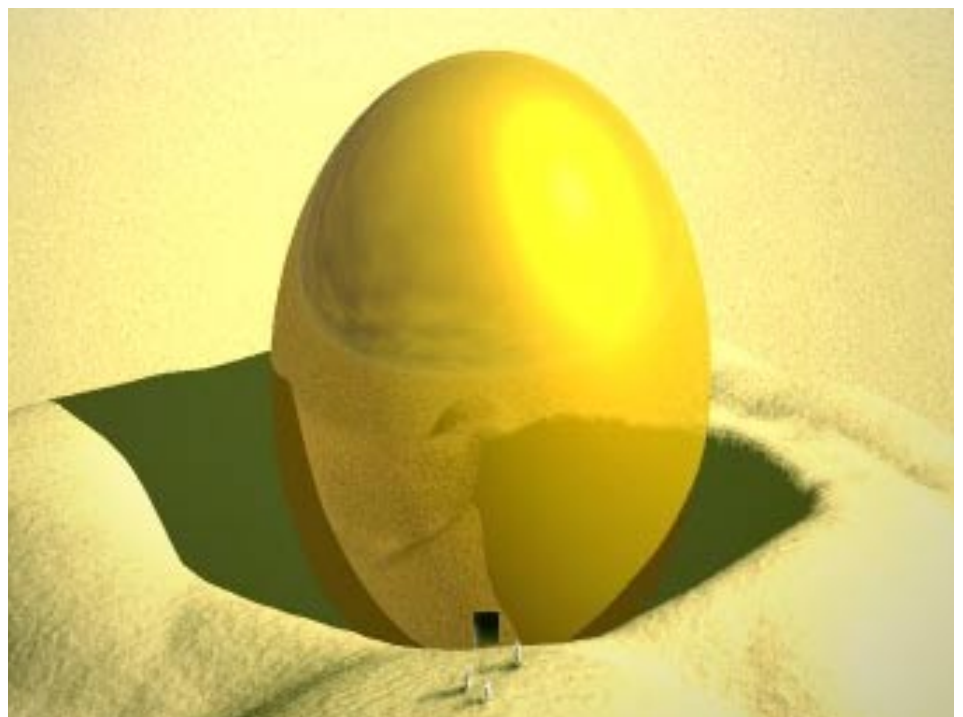
sönder och springer med gnisslande titanknän runt tills det brakar rakt in i berget.

Vi står gapande vid sidan och iakttar detta märkliga scenario som, hur gärna vi än vill, inte kan skyllas på hallucinationer. Det lilla robotlammet slås nämligen inte till marken av bergsväggen utan tvärt om. Men hur kan ett litet lamm vältas ett berg? Visserligen är det ett lamm gjort av stål och kretskort, men ändå. Jo, den gigantiska bergsväggen visar sig bara vara en oerhört påkostad kuliss.

Vid sammanstötningen faller den gigantiska bergskulissen samman med ett dånande som åtföljs av ett avgrundsbråll från vår värld:

– NEEEEEEJ!!!! JAG ÄR AVSLÖJAD, gallvrålar reklamgiganten när hans verkliga bostad blottas.

Hänfödda står vi inför en glänsande elliptisk byggnad, tiofaldigt större än Globen, men aningen spetsigare: Fille Hansson's vidunderliga Platinäggspalats.



Vi är små jämfört med reklamlegenden Fille, men mikroskopiska jämfört med hans gigantiska platinapalats.

Reklamare utan gränser forts från första sidan.

– Den kööpte ja på ena ackchon i Tiahölm, berättar han stolt.

Hasse Werne har för övrigt en bländande karriär som reklamfilmare tillsammans med Västergötlands andre store son, Mats-Helge Olsson.

– Ha, ha, ha, se, flåsar han. Vi gjorde ena felm om ena käring som åt ejäl säck på Familjen Dafgårds överkörda skator i sur mjölk, får vi veta.

Men alla som deltar i krig är inte direkt destruktiva eller aggressiva. Underhålls- och signalförband är mycket viktiga länkar i, vad

man kallar, “Det Totala Kriget”.

– Film, outdoor och annonser anser jag som lågt stående och trubbiga redskap, förklarar Mattias ”Gnistan” Jersild och fortsätter med övertygad röst:

– Nej, tacka vet jag morse! Förut var pennan mitt viktigaste vapen, nu är det koppartråd och kortvåg, myser han.

På frågan om han är orolig över verksamheten nu när stridigheterna verkar i det närmaste över, svarar han käckt:

– Inte alls! Vi har ju lärt känna en hel del människor här nere som är väldigt flinka på att få igång nya “projekt”.



Bra sponring handlar om att synas i rätt sammanhang med sitt varumärke, säger Fältman.

TORGET

Säljes:

15 ateljés-lavar, vita, bra bruksskick, billiga i drift, säljes till högstbjudande, dock minst 150 spänn styck. Ev. byte mot klanlva och/eller medlemskap i Lidingö Golfklubb. //Tulpanen

På grund av akut pengabehov tvingas jag nu motvilligt sälja min kompletta samling av RtC. Mint condition! Endast lästa en försiktig gång.

Endast seriösa spekulanter. Förståsigpåare och däcksparkare göre sig icke besvär. Pris: Tio papp, p.o.k.. //B. Berner.

Köpes:

Samtliga nummer av RtC #5, där jag förekommer i en missklädsam brottardräkt. Jag tycker att jag ser tjock ut och vill radera samtliga nummer. Även papperskopior. //Honken

Veckans Kanon & Kalkon



Kanon.



Kalkon.

USCH, SÄGER VI!



Vill du jobba kreativt med krut?



Vi söker nämligen kreatörer