

# Ossis bestimmen Westwerbung

**DISKUSSION** Renaissance des Wir-Gefühls: Alexander Mackat eröffnet Ost-West-Gespräche des Kulturstadt e.V.

Frohe Kunde 20 Jahre nach dem Mauerfall: Die Wessis orientieren sich am Werte-Mix der Ostdeutschen, sagt der Werbe-Unternehmer.

Von Carola Hein

Vom Osten lernen, heißt siegen lernen. Jedenfalls im Marketing. Das hat Alexander Mackat herausgefunden. Der 39-Jährige leitet die Werbeagentur Fritsch & Mackat in Berlin und formuliert diese Maxime im Kundengespräch natürlich etwas diplomatischer: „Wenn eine Werbestrategie im Osten funktioniert, funktioniert sie auch in ganz Deutschland.“ Na, wenn das keine frohe Kunde ist, 20 Jahre nach dem Mauerfall! Mackat hat „Das deutsch-deutsche Geheimnis“ – so der Titel seiner Studie über den Einfluss der Werteentwick-

## WENDE

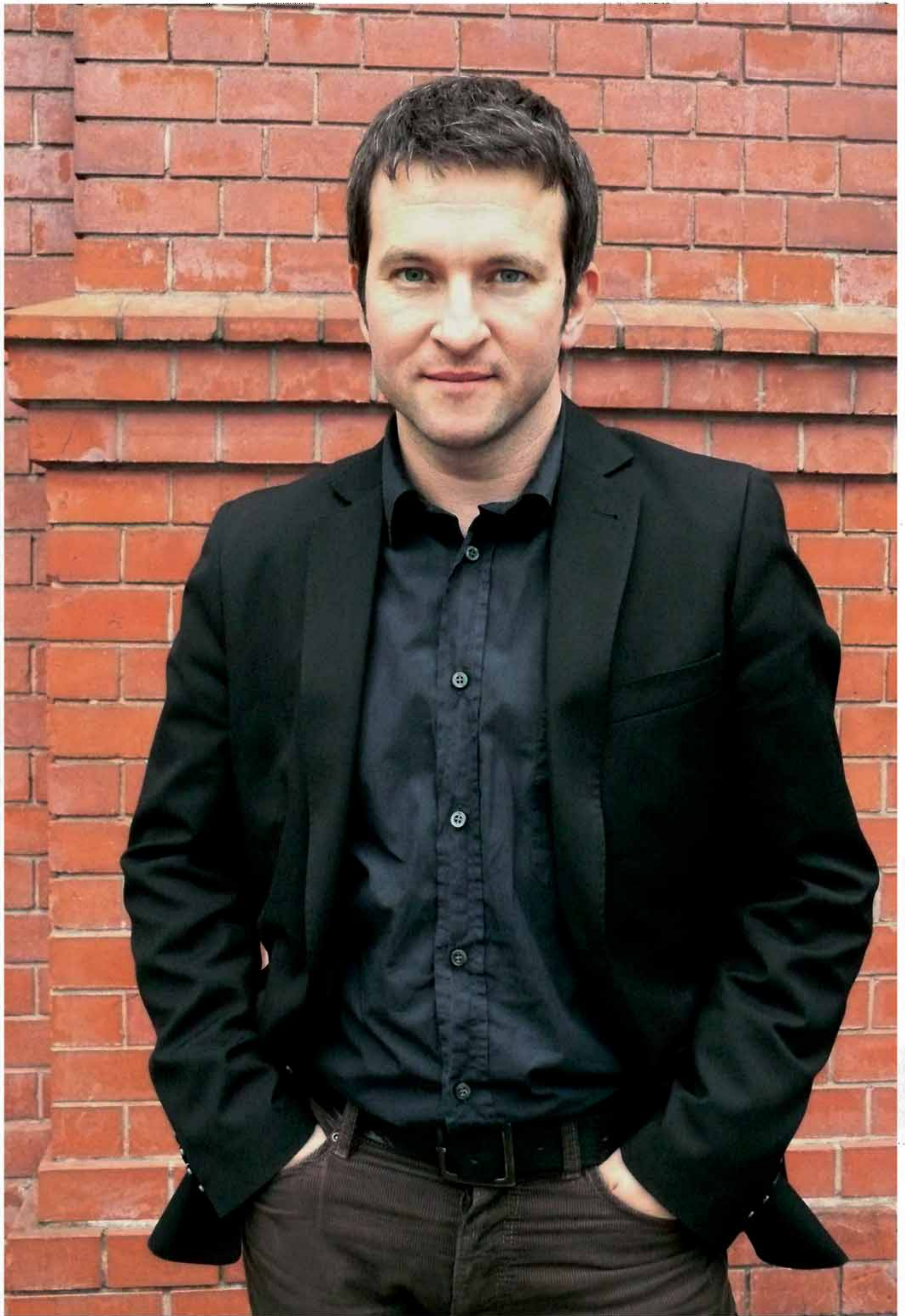
JAHR  
1989

lung in Ost und West auf den gesamtdeutschen Markenerfolg – gelüftet: In jedem Wessi steckt inzwischen ein Ossi, lautet sein Fazit! Wie das zu verstehen ist, will Mackat am 30. Januar im Treffpunkt Freizeit genauer erklären, als erster Gast in der vom „Kulturstadt Potsdam“-Verein initiierten Reihe „Ost-West-Gespräche“. Im Februar wird der Fernsehjournalist Günther Jauch erwartet.

Mackat und das Marketing – das war Liebe auf den zweiten Blick. Eigentlich hatte der in Odessa geborene Sohn eines ostdeutschen Journalisten und einer Russin andere Pläne. Kameramann wollte er werden, sammelte erste Erfahrungen beim DDR-Fernsehen. Doch der FDJler machte nicht alles mit, was man in Adlershof von ihm verlangte,

und so konnte er ein Studium an der Babelsberger Filmhochschule vergessen. „In Moskau gab es auch eine, dort haben sie mich genommen“, erzählt Mackat. Doch dann kam die Wende, er kehrte nach Berlin zurück. Mit seinem ersten als Aushilfskellner schwer verdienten Westgeld heuerte er ein Kamerateam an und produzierte eigene TV-Beiträge. Zum Beispiel über den angeblichen Drogenkonsum der Ostdeutschen. „Da gab es die tollsten Gerüchte, und ich fand, ich müsste das mal klarstellen“, so Mackat. Die Filme verkaufte er an SAT.1 und war bald gut im Geschäft. Weil er perfekt Russisch spricht, schickte ihn der Privatsender auch nach Moskau, als dort die Panzer rollten. In jenen aufregenden Jahren wanderte Mackat zwischen den Welten, seine Schule war das Leben.

Und dann kam die Sache mit Club Cola. „Hurra, ich lebe noch!“ hieß die Kampagne für die DDR-Brause, die Mackat mitentwickelte. Erstmals spiegelte sich das Lebensgefühl der Ostdeutschen in der Werbung wieder – mit durchschlagendem Erfolg. 1993 gründete Selfmade-Mann Mackat mit Partnern die Werbeagentur, die heute 30 Mitarbeiter beschäftigt. In der Kundenkartei finden sich große Ostmarken wie f6, Cabinet, Pneumant, Lichtenauer, Spee und Florena, aber auch nationale Marken wie Freixenet, Schöller und Persil. Das Mineralwasser wird auch dem Gast angeboten. „Das ist üblich in der Branche, wir sollen das Produkt ja kennenlernen“, sagt Mackat und erzählt, dass die Eisfabrikanten sogleich eine Tiefkühltruhe mit dem süßen Sortiment anliefern. „In jenen Monaten haben wir alle ganz schön zugenommen“, erinnert er sich lachend an die Gratis-Eiszeit. Auch politische Kampagnen hat die Agentur schon gemacht, etwa 1994 für die brandenburgische SPD, damit „Manfred Stolpe als Landesva-



Vom Kameramann zum Experten für Ostmarken: Alexander Mackat.

FOTO: FRITZSCH & MACKAT

ter gut überkommt“. Nach 15 Jahren in der Werbewirtschaft versteht sich Mackat als „Brückenbauer zwischen Ost und West“. Die Rechnung der Konzerne, dass die Ostdeutschen früher oder später so konsumieren wie die West-

deutschen ist nicht aufgegangen. Das belegen Marketingstudien. Rund 75 davon hat Werber Mackat in Kooperation mit „Super-Illu“ zwei Jahre lang ausgewertet, um hinter das „Das deutsch-deutsche Geheimnis“ im Marketing zu kommen. Seit 2000 orientieren sich die Wessis zunehmend an den traditionellen Werten der Ossis, die schon zu DDR-Zeiten darauf bedacht waren, die Balance zwischen Leistung und Vergnügen, Recht und Pflicht zu halten. Das Umdenken zwischen Kiel und Konstanz hat verschiedene Ursachen: „Klima- und demografischer Wandel, Terrorangst, schwindende Sicherheiten“, zählt Mackat auf. Dadurch seien für viele Zeitgenossen die Sekundärtugenden wieder wichtiger geworden, mehr Wir-Gefühl statt Ich-Bezogenheit. Die Mentalität der Ossis und ihr Werte-Mix sind der Schlüs-

sel zu bundesweitem Werbeerfolg, ist Mackat überzeugt, und verkündet dies nun als Vortragsreisender republikweit. „Die im Westen rüttle ich mit solchen Erkenntnissen richtig wach. In Bayern herrscht stets die größte Verwunderung, die mit irgendwelchen mir unverständlichen Kraftausdrücken kommentiert wird“, sagt Mackat lachend.

Auch ins Tagesgeschäft mischt sich der 39-Jährige ein und fühlt sich dabei zuweilen wie ein Zirkusdirektor: „Ich sage nur Künstler und Termine!“ Einmal im Jahr kommt die Sinnkrise. „Wenn ein Kunde jünger ist als ich“, sagt Mackat, „frage ich mich schon, wie lange kannst du das noch machen?“ Der Unternehmer in ihm zögert nicht lange mit der Antwort: „Ganz klar, uns fehlt unter den Premium-Marken noch ein Auto-Hersteller.“

## Ost-West-Gespräche Potsdam – die Termine

■ **30. Januar**, 19.15 Uhr: Das deutsch-deutsche Geheimnis – Die Werteentwicklung in Ost und West. Impulsvortrag von Alexander Mackat. Moderation: Michael Geffken.  
■ **26. Februar**, 19.15 Uhr: Die Macht der Medien – Welche Verantwortung haben Journalisten? Erfahrungen und Wertevorstellungen der Medienmacher aus Ost und West, Ost: Lothar Mahrla (stellvertretender Chefredakteur MAZ), West: Günther Jauch (Moderator, Stern-TV, RTL), Moderation: Bärbel Wichmann (Ressortleiterin Rbb Brandenburg aktuell).

■ **26. März**, 19.15 Uhr: Mit Risiken und Nebenwirkungen – Wettbewerb oder Einheitskasse? Ärzte als kritische Zeitzeugen des Gesundheitswesens in Ost und West. Ost: Elisabeth Will (Kinderärztin Waldstadt), West: Tanja C. Fischer (Fachärztin für Dermatologie/Allergologie), Moderation: Jörg Trinogga (Pressesprecher AOK Brandenburg).  
■ **23. April**, 19.15 Uhr – Was macht die Kunst? – Künstlerische Freiheit in Ost und West. Filmemacher diskutieren ihre Erfahrungen. Ost: Andreas Dresen (Regisseur „Sommer-

vorm Balkon“), West: Wolfgang Becker (Regisseur „Good bye, Lenin“). Moderation: Thomas Bastian (Inhaber Thalia-Art-house).  
■ **4. Juni**, 19.15 Uhr: Wissen ist Macht – Bildungsalltag in Ost und West. Lehrer aus Berlin-Brandenburg erklären die Systemunterschiede im Bildungswesen. Ost: Sabine Mersch (Deutsch/Geschichte Europaschule Storkow), West: Leo Morsch (Deutsch/Geschichte; Schadow-Gymnasium Berlin-Zehlendorf), Moderation: Ingo Müller (Schulleiter Peter-Joseph-Lenné-Gesamtschule).