

Multitasking im Unruhestand

Rente mit 67? Da kann Bernd M. Michael nur schallend lachen. Der Jahrhundertwerber ist auf Draht wie nie, missioniert die Seinen mit dem ihm eigenen Timbre als New-Media-Apostel – sehr zur Freude seiner Frau, wie er im Clap-Gespräch verrät.

Im Grunde ist der Mann ja kaum zu fassen: „Ich komme gerade aus China, da hab ich mir mal angesehen, wie weit die sind, in Sachen Neue Medien“, feixt ein fühlbar stimulierter Bernd M. Michael. Mentale Erektion statt körperlicher Erschöpfung. „Wir drohen hier einen Trend zu verschlafen und müssen uns endlich auf die Socken machen“, keilt der omnipräsente (und unverändert omnipotente) Ex-Europa-Chef des Reklame-Universums Grey.

Mit „wir“ sind Deutschland im Allgemeinen und seine eigene Zunft im Besonderen gemeint. Das musste noch raus – schon immer verspürte Bernd M. die pure Lust daran, den Kollegen die Leviten zu lesen. Wie viel mehr Spaß mag es ihm erst bereiten, seine Pfeile nun aus dem so wohlver-

dienten wie sicheren Unruhestand zu schießen? Sein Faible für neue Technologien und sämtliche Multimedia-Auslegware ist weithin bekannt – und dient ihm als Köcher. Zuletzt beteiligte sich Michael an der Mobile-Marketing-Agentur 12snap. Der Mann hat keine Zeit für Müßiggang, schon gar nicht jetzt, mit 65 Jahren – übrigens eines der letzten, erst vor kurzem offiziell gelüfteten Branchengeheimnisse um seine Person. Wofür das M. im Namen steht (für „Martin“, so heißt auch sein Sohn) dürfte indes zum Allgemeinwissen zählen. Doch genug: Schnell klappert Michael sein ohnehin nur halb geöffnetes Privatalbum wieder zu.

„Ich hatte immer nur Spaß“

So viel lieber geniert er sich als Mann ohne Eigenschaften, ein Leben lang elektrisiert allein von der Markenschnitzerei, die Michael – das hat er sich versprochen – im Diesseits und ganz unbedingt zur Advertising 4.0 führen will. „Wenn ich heute noch mal 25 wäre, würde ich wieder eine Agentur gründen, mit der ich die meisten Kollegen in Sachen New Media fordern würde“, sagt da einer erfrischend unbescheiden. Thema? Na klar: innovative Werbeformen.

Woher nimmt der Typ die Energie? „Ich hab nie gearbeitet, hatte immer nur Spaß“,

kokettiert der freundliche Herr mit der hohen Stirn, markanter Brille und grau meliertem Haarkranz. Kurze Unterbrechung, Michael muss eine SMS beantworten. Flink schweben seine Finger über die Tastatur seines Handys – „das haben mir meine Kinder eingebrockt, weil sie nicht mehr mit mir sprechen, sondern nur noch simsen“. Wieder dieses Haifisch-Lächeln. Tochter und Sohn, 21 und 25 Jahre, hätten ihn also „gezwungen, mir als altem Sack die Neuen Medien reinzuziehen“. Yo! Heute bezeichnet sich Michael als „SMS-Profi, dabei allerdings die Form wählend“. Denn leider sei im Zuge der modernen Kommunikation ein „bescheuerter Kulturverfall“ zu beklagen. Auch von diesen „dämlichen Abkürzungen“ ist der Silver-Surfer par excellence nicht begeistert – bis auf das „HDSSL“.

„Hab Dich sehr, sehr lieb“, so simst die Tochter an den Papi – wern ginge da nicht das Herz auf? Nun aber wirklich genug Privates, Michael ändert den Konversationskurs, doziert über autistische Werber und ihre Gefährdung durch Giganten wie Microsoft oder Google. Mithin löse sich die Trilogie aus Medien, Werbungtreibenden und Agenturen auf – „und Letztere braucht in diesem Spiel keiner mehr, wenn sie sich nicht schnellstens neu aufstellen“.

So wie der Kasper auf das Krokodil einschlägt, rempelt Michael kurz den Bran-

chenverband an („der GWA hat derartige Themen früher nur halbherzig aufgegriffen!“), um dann die Zunft selbst am Ring durch seine Manège zu führen: „Uns fehlen echte Ausbildungsstätten im Bereich Werbung/Neue Medien. Wir müssen in Deutschland viel mehr für den Nachwuchs tun, es gibt kein klares Berufsbild – eher viele intelligente Quereinsteiger.“

Schwer auszuhalten

In Shanghai etwa – da kommt Michael wie erwähnt gerade her – sei er auf der Nanjing Road gefahren. Fünf Kilometer lang, gut 35 Ampeln. Wer hier im Auto sitze, der sehne das nächste Rotlicht geradezu herbei, um dann über Handy und Bluetooth Verbindung mit den dortigen Werbefächern zu schaffen und an Gewinnspielen teilnehmen, Infos laden oder Produkte bestellen zu können. Welch ein Eldorado für Werber! „Es wäre wunderschön, wenn sich die neue Kultur auch bei uns schnellstens mit der alten vernetze“, postuliert Michael und schickt das Buzzword „Konvergenz“ gleich nach. Soll er doch reden, denkt sich seine Frau. Sie sei so glücklich, dass ihr Bernd auch nach der aktiven Zeit als CEO ein Betätigungsfeld gefunden habe, offenbart er. Männer in Aktion statt Papa ante portas: „Sie sagt zu mir: Bleib lieber weg, zu Hause bist Du schwer auszuhalten!“

