

Unterrichtsmaterial 13

Engel in der Werbung

Nicht nur der Film, sondern auch die Werbung nutzt die Figur der Engel für ihre Zwecke und hat sie zu einem beliebten Darstellungsmittel auserkoren. So lächeln sie uns von Pralinen- und Käseverpackungen entgegen, stecken in verführerisch erotischen Posen in der neuesten Unterwäsche, helfen bei der Herstellung von neuen Autos, zieren Swatch – Uhren, moderne Bettwäsche oder individuelle Boxer-Shorts; sie versprechen den Erwerb von Flügeln beim Verzehren eines Energy-Drinks, werben für Jeans und schwärmen über den himmlischen Geschmack eines Frischkäse-aufstrichs. In ihrer Funktion der Umsatzsteigerung werden zwar noch Bezüge zu den religiösen Vorstellungen erkennbar, doch insgesamt zeigt sich dabei eine starke Trivialisierung der Motive. So werden Engel meist in realistisch menschlicher Form dargestellt, wobei allerdings das typisch ikonographische Repertoire aus der Kunst übernommen wird: Flügel, weißes Gewand, Heiligenschein, Harfe, Schönheit usw. Religiöse Vorstellungen liegen hier,



wenn überhaupt, nur in sehr verkappter und unbewusster Form vor. Warum aber nutzt die werbetreibende Wirtschaft so gerne das Engelsmotiv? Was erhofft sich die Verkaufsindustrie mit der Vermarktung der himmlischen Wesen? Engel sind Sympathieträger; sie verzaubern die Welt und lassen Sehnsüchte der Kunden wach werden. So wie sich Gott den Menschen in der Bibel durch die Engel mitteilt, verheißen und preisen die himmlischen Wesen heute die Vorteile eines Produktes. Die Aufgaben des Himmlischen Hofstaates mit der Seligpreisung Gottes werden hier eindringlich auf die zu

verkauften Produkte übertragen. Die Werbung sucht immer nach neuen heil- und erfolgsbringenden Propheten. Engel bieten sich da einfach an: Als selbstlose Streiter einer guten Sache beschützen sie die Menschen in brenzligen Situationen und vor falschen (Kauf-) Entscheidungen, sind verständnisvoll und schweben dazu auch noch über den Dingen. Das Image stimmt und stellt die beworbenen Produkte/Leistungen in das richtige Licht. Und so sind es vor allem Produkte, deren Kauf der einzelne Mensch nicht mit rationalen Argumenten zu rechtfertigen vermag, die von Engeln beworben werden, z.B. Alkohol.

Damit zeigt sich eine wichtige Funktion, die Engel in der Werbung einnehmen. Mit ihrer übernatürlichen Aura machen sie Produkte attraktiv, zeichnen sie mit himmlischen Attributen aus und verleiten zum Kauf. Ihre äußere Gestalt, die dem Betrachter sofort ins Auge fällt, schafft es selbst den gelangweilten Fernseh-



konsumenten zu erreichen. Besonders häufig begegnet uns der Engel der Werbung in seiner Funktion als Schutzengel. Hier weist er insbesondere eine Nähe zu Unternehmen auf, welche genau diese Sicherheit verkaufen wollen. So taucht er als rettender und Rat gebender „gelber Engel“ des ADAC auf oder wirbt für eine Versicherungsgesellschaft. Es ist demnach vor allem auch die Unbestimmtheit und Vieldeutigkeit des Engelmotivs, welches ihm ungeahnte Möglichkeiten für den Einsatz in der Werbung ermöglicht.

Prof. Dr. Hartwig Frankenberg, Düsseldorf hat die Gründe für die Attraktivität der Engel in der Werbung folgendermaßen zusammengefasst:

1. Der hohe Bekanntheitsgrad und die Verankerung der himmlischen Wesen bei einem Großteil der Bevölkerung.
2. Die positiv konnotierte Wesensbestimmung der Engel, die als Symbol für Hoffnung, Geborgenheit und Vertrauen stehen.
3. Der hohe Wiedererkennungswert der Engel, der dennoch variable Darstellungen zulässt.
4. Die Anpassungsfähigkeit an nahezu alle Produkte und Branchen.
5. Die himmlische und übermenschliche Aura der Engelgestalt.
6. Das erotische Motiv, das im Engelmotiv frei verwendet werden darf.
7. Die dienende Funktion der Engel, die auf Höheres hinweist.
8. Die repräsentative Funktion der himmlischen Wesen, die stets im Auftrag einer übergeordneten Macht handeln.