



Werbewunder Walter Lürzer: Rund 500 Arbeiten von Kreativen aus aller Welt erhält die Redaktion seines Fachmagazins täglich.

# „Die Dummheit ist überall“

Walter Lürzer, Herausgeber von „Lürzers Archiv“ und Doyen der heimischen Werbeszene, wurde dieser Tage in die „Hall of Fame“ der besten Werber aufgenommen. Er führt die Ehrung vor allem auf sein fortgeschrittenes Lebensalter zurück.

Interview: Suzanne Sudermann, Fotos: Michael Hetzmanseder

*4c: Herzlichen Glückwunsch. Sie sind ja nun in die „Hall of Fame“ der deutschen Werbung aufgenommen worden. Wer ist denn da noch so dabei?*

**Walter Lürzer:** 22 des gesamten Altersheims der deutschen Werbeszene.

*4c: Hat sich mit der Auszeichnung was für Sie geändert?*

**Lürzer:** Nein. Stress hatte ich schon vorher. Jeder, der in diese Hall of Fame aufgenommen wird, muss einen Film über sich und seinen Werdegang drehen, der dann bei der Gala gezeigt wird. Die Dreharbeiten waren aufwändig, aber jetzt habe ich wenigstens etwas Nettes für die Nachwelt.

„Konzeption ist das Wichtigste. Wenn die fehlt, hast du gar nichts.“

*Sie haben 1984 „Lürzers Archiv“ gegründet – mittlerweile ein absolutes Must Have für Kreative und Werber. Wie ist die Idee dazu entstanden?*

**Lürzer:** Bis dahin gab es als Fachlektüre nur Bücher und die waren sauteuer. Die Zeit war einfach reif für ein Fachmagazin. Ganz ehrlich: Ich brauchte einfach einen Abschreibeposten für meine Reisen. Eigentlich wollte ich das Magazin nur „Archiv“ nennen, aber mein Kollege Michael Conrad hat mich gezwungen, meinen Namen in den Titel zu setzen. Heute freue ich mich darüber. Denn das hat mir eine Bekanntheit gebracht, die mir vor allem im Ausland fast alle Türen öffnet.

Welche Auflage hat Ihr Magazin denn mittlerweile?

**Lürzer:** 45.000 Stück werden in Frankfurt gedruckt und weltweit vertrieben, die Hälfte davon geht an Abonnenten von New York bis Tokio. Unser Chefredakteur sitzt in Berlin und alle zusammen müssen wir täglich bis zu 500 Arbeiten aus der ganzen Welt sichten und für das Heft auswählen.

Wie viel kann grafisches Geschick kompensieren, wenn die Grundidee, der Claim, schon mal schlecht ist? Wie sehr sind also heute Photoshop und Co. die besten Freunde des ideenlosen Werbers?

**Lürzer:** Das sind gute Freunde, vielleicht für viele sogar die einzigen, aber garantiert die falschen. Konzeption ist das Wichtigste. Wenn die nicht stimmig ist, hast du gar nichts. Bei uns an der Angewandten entwickeln Studenten am liebsten Ideen,

„Ein Kreativer muss schizophr sein.“

ich aber habe die Aufgabe, diese Ideen zu strukturieren. Ich mache also aus der Eierspeise wieder ein ganzes Ei. Marketing ist auch so ein wichtiges persönliches Asset für Kreative, obwohl die Marketing zuerst einmal verabscheuen. Erst später, wenn sie in den Agenturen arbeiten, merken sie dann, dass sie einen Vorteil haben, wenn sie sich beim Marketing auskennen.

Eine Ihrer Studentinnen hat mal gemeint, dass Sie vermitteln, Konsumenten keinesfalls für dumm zu verkaufen und die Mittel intelligent einzusetzen. Welche Kampagne hält denn den Konsumenten für besonders blöd?

**Lürzer:** Die Dummheit ist zwar überall, aber dumme Werbung ist nicht automatisch erfolglose Werbung. Je simpler, desto einprägsamer. Die Kampagne für den XXX Lutz gehört ja zum Beispiel zum Schlimmsten, was es gibt. Aber sie hält sich schon lange, also muss da irgendetwas richtig gemacht worden sein.

Welche Eigenschaft macht einen Kreativen erfolgreich?

**Lürzer:** Er muss schizophr sein. Das heißt, er muss die Fähigkeit haben, Macher und Empfänger zugleich zu sein.

Langweilt Sie Werbung heute?

**Lürzer:** Schwer zu beurteilen, weil ich nicht weiß, ob ich wirklich schon alles gesehen habe. Einige Male war ich schon enorm gelangweilt. Aber es ist auch schwer zu beurteilen, ob an der Langweile der Kreative oder das Publikum schuld ist.

Danke für das Gespräch. ■

## ► Mehr im Web

Walter Lürzers Film können Sie auf [www.4-c.at](http://www.4-c.at) in voller Länge ansehen.

# Ihr Handy hat jetzt auch eine Medikamenten-Ausgabe.



Schnelle Hilfe wirkt:  
SMS-Spende an  
Ärzte ohne Grenzen.

**0664 660 1000**

Wir danken  mobilkom austria

