WERBUNG

„‚Dittsche‘ bleibt draußen“

Der Komödiant Olli Dittrich („Dittsche“), 51, über seinen Ausflug ins Media-Markt-Reklamegeschäft

SPIEGEL: Was kann man in einem Elektromarkt über Deutschland lernen?
Dittrich: Großmärkte sind sicher eine Art repräsentative Vertretung der Bundesrepublik. Jede Bevölkerungsschicht ist anzutreffen. Wenn ich früher einen Durchhänger hatte, bin ich gelegentlich in Baumärkte gegangen. Ich wollte gar nichts kaufen. Es hat mich nur beruhigt, nicht allein zu sein.
SPIEGEL: Ihre Media-Markt-Rollenspiele werden von Kritikern, Werbern und Konsumenten gelobt. Wie viel Deutschland bilden Sie in diesen Spots ab?
Dittrich: Deutschland im Ganzen abzubilden war zunächst gar nicht das Klassenziel. Eher unterschiedlich anstrengende Leute zu finden, die – komisch überhöht – eine große Bandbreite deutscher Kundschaft zeigen. Lustig, skurril, nervig, aber doch liebenswert.
SPIEGEL: Wie viele standen zur Wahl?
Dittrich: Es gab 20 bis 30, zunächst eher zweidimensionale Figurenideen, von der Klingelton-infizierten 17-Jährigen bis zum langweiligen Bürohengst, der eine Mikrowelle kaufen will. Mein Ansatz war immer, am Ende echte Menschen zu zeigen, keine Karikaturen. Das ist meine Welt. Da kenne ich mich aus. Dann haben wir eingegrenzt, und es blieben acht Charaktere übrig, die nach wochenlanger Tüftelei anfingen zu leben. Es ist großartig, wenn das passiert.
SPIEGEL: Wie schafft man das?
Dittrich: Mit Hilfe eines tollen Teams und Genauigkeit: modellierte Zähne, handgeknüpfte Perücken, aufwendige Kostümarbeit. Selbst Manschettenknöpfe, die man gar nicht sieht, müssen stimmen. Innere Haltung und äußeres Erscheinungsbild müssen einfach perfekt aufeinander abgestimmt sein.
SPIEGEL: Ihre neueste DVD zeigt Ihre Wandlungsfähigkeit. Wie tief stecken Sie in solchen Momenten in einer Figur?
Dittrich: Die Spots zum Beispiel haben wir fünf Tage in einer kurz vor der Eröffnung stehenden Filiale in Emden gedreht. Pro Charakter ein halber Tag. Allein die Maske dauerte zwei, drei Stunden. Selbst in den Drehpausen blieb ich in der jeweiligen Figur. Ich kann gar nicht anders.
SPIEGEL: Strengt das nicht an?
Dittrich: Anstrengend war eigentlich nur, als Möchtegern-Prada-Tante Claire vier Stunden auf Highheels herumzulaufen und dabei immer weiblich geschmeidig zu bleiben, nicht irgendwann wie eine billige Transe rüberzukommen.
SPIEGEL: Welchen Ihrer Figuren würden Sie eine Medienkarriere zutrauen?

Werbekampagne mit Dittrich

Dittrich: Wenn man es darauf anlegen wollte – allen.
SPIEGEL: Warum taucht ausgerechnet Ihr berühmtestes Zweit-Ich, „Dittsche“, nicht zwischen den Regalen auf? Auch der braucht doch gelegentlich einen Fön oder eine Kaffeemaschine.
Dittrich: „Dittsche“ bleibt draußen. Er hält sich nicht in diesem Kosmos auf, sondern lebt beschützt in seinem Imbiss. Bei Ingo.

VERLAGE

Umbaupläne bei „Bild“

Die „Bild“-Gruppe soll trotz des anstehenden Umzugs des Boulevardblatts von Hamburg nach Berlin enger zusammenrücken. Bereits im Dezember hatte der Springer-Verlag Zeitungen und Zeitschriften der „Bild“-Familie unter Vorstand Andreas Wiele gebündelt und die bisher getrennte Anzeigenvermarktung zusammengelegt. Nun soll auch der Austausch von Inhalten zwischen dem Massenblatt „Bild“ und den in Hamburg verbleibenden Zeitschriften wie „Bild der Frau“ forciert werden. „Bild“-Chefredakteur Kai Diekmann,

CHRISTIAN O. BRUCH / VISUM

Diekmann

seit Dezember zugleich Herausgeber aller „Bild“-Titel, ist für die Vernetzung unter dem Stichwort „Kompetenztransfer“ zuständig und will seine Ideen Anfang des Jahres den Chefredakteuren vorstellen, heißt es im Verlag. So könnten etwa „Bild der Frau“ oder „Computer Bild“ künftig fertigproduzierte Mode- oder Autoseiten für das Massenblatt beisteuern. Vor allem die frisch installierte Ratgeberseite vier der „Bild“ könnte dann weitgehend an die Spezialtitel der Gruppe ausgegliedert werden. Das würde auch Kosten sparen. Die Auflage der „Bild“-Zeitung ist seit Jahren rückläufig, bisher konnte der Verlag jedoch über Preiserhöhungen immer wieder Rekordgewinne einfahren. Weil einige „Bild“-Mitarbeiter wohl ohnehin nicht mit nach Berlin gehen, biete der Umzug nun auch die Chance, über Stellenbesetzungen und bessere Ressourcennutzung nachzudenken, heißt es im Haus.