

6 konkrete Vorwürfe

Vorwurf 1:

Folgende Idee wurde übernommen:

Lianenstreifzug im „Tarifdschungel“

Ein **Dschungelbewohner** schwingt sich an einer **Liane** durch einen **stilisierten Dschungel an Telefontarifen** („Tarifdschungel“).

Vorwurf 2:

Folgende Idee wurde übernommen:

Symbolisches Beiseiteschieben von dichtem Blattwerk

Um die **Dichte** diese Tarifgewirrs zu symbolisieren, wird ein einprägsames Bild benutzt: Der Dschungelbewohner **schiebt dichtes Blattwerk** vor seinen Augen **mit den Händen beiseite**, um freie Sicht zu erhalten.

Vorwurf 3:

Folgende Idee wurde übernommen:

Product-brand als farbiger Fremdkörper im Dschungel

Das eigene **Produkt-Brand** wird **als farbiger Fremdkörper** mitten im grünen Dschungel positioniert und löst dort entsprechendes **Staunen des Dschungelbewohners** aus.

Vorwurf 4:

Folgende Idee wurde übernommen:

Zoom-Out und letzte Kameraeinstellung

Um das Gefühl des **Überblicks über den Dschungel** zu gewinnen, wird ein **rasches Zoom-Out** eingesetzt. Danach zeigt die **letzte Kameraeinstellung den Dschungel von oben**.

Vorwurf 5:

Folgende Idee wurde übernommen:

Fremdkörper Wegweiser mit Minutenpreis

Ebenfalls als Fremdkörper und mitten in einem Dschungel recht unerwartet stehen **hölzerne Wegweiser**, auf denen der **Minutenpreis** zu lesen ist.

Vorwurf 6:

Folgende Idee wurde übernommen:

Beobachtung durch die Konkurrenz

Die **Konkurrenz**, stilisiert durch Papageien und Speckmänner, **beobachtet von oben** hilflos die Szene.

Aufbau, Bildwelt, Storyboard und Dramaturgie: Der direkte Vergleich der TV-Spots von AMIGA und Telering

1. Lianen-Streifzug

Amiga 2005



Lianen-Streifzug durch den Dschungel:
Der Dschungelbewohner schwingt sich an einer Liane durch den symbolischen Tarifdschungel

Telering 2006



Lianen-Streifzug durch den Dschungel:
Der Dschungelbewohner schwingt sich an einer Liane durch den symbolischen Tarifdschungel

2. Das Dickicht

Amiga 2005



Der Weg zum Produkt führt durch das Dickicht:
Der Dschungelbewohner bahnt sich den Weg durch wuchernde Dschungel-Pflanzen

Telering 2006



Der Weg zum Produkt führt durch das Dickicht:
Der Dschungelbewohner bahnt sich den Weg durch wuchernde Dschungel-Pflanzen

3. Die Entdeckung

Amiga 2005



Dem Weg durchs Dickicht folgt die Entdeckung:
Mitten im Dschungel entdeckt der Dschungelbewohner staunend das beworbene Produkt.

Telering 2006



Dem Weg durchs Dickicht folgt die Entdeckung:
Mitten im Dschungel entdeckt der Dschungelbewohner staunend das beworbene Produkt.

4. Raus aus dem Dschungel!

Amiga 2005



Raus aus dem Dschungel:
Nach der Produkterklärung: Rasantes Zoom aus dem Dschungel!
Letzte Einstellung: Der Überblick über den Tarifdschungel inklusive Logo!

Telering 2006



Raus aus dem Dschungel:
Nach der Produkterklärung: Rasantes Zoom aus dem Dschungel!
Letzte Einstellung: Der Überblick über den Tarifdschungel inklusive Logo!

5. Das „Dschungelschild“

Amiga 2005



Kurios: Ein Hinweisschild - mitten im Dschungel!?
Zentrale Produkt-Botschaften werden auf einem Schild mitten im Tarifdschungel präsentiert.

Telering 2006



Kurios: Ein Hinweisschild - mitten im Dschungel!?
Zentrale Produkt-Botschaften werden auf einem Schild mitten im Tarifdschungel präsentiert.

6. Die Konkurrenz

Amiga 2005



Die Konkurrenz muss zusehen!
Die argwöhnische Konkurrenz muss das Geschehen aus erhöhter Beobachter-Perspektive verfolgen.

Telering 2006



Die Konkurrenz muss zusehen!
Die argwöhnische Konkurrenz muss das Geschehen aus erhöhter Beobachter-Perspektive verfolgen.