

# NEN ROLLI HATTE ICH NOCH NIE PRESSE INFO

## KURZE INFO

**In „Nen Rolli hatte ich noch nie“ dreht sich alles um die kreativen Menschen, die uns täglich mit den schönsten Plakaten und lustigsten TV-Spots versorgen. Es geht um den Typ Mensch, der sich gegen einen Acht-bis-Fünf-Job entschieden hat und stattdessen das zeitfressende Agenturleben bevorzugt.**

**Kleine Geschichten und Anekdoten analysieren auf lustige und ironische Weise den Durchschnittstypen der Werbebranche und zeigen anhand von Statistiken, wie dieser so drauf ist und was ihn interessiert.**

Das Buch erfasst die Klischees gegenüber Stereotypen in der Werbebranche und widerlegt diese mit ironischer und gewitzter Kritik, um deren tatsächlichen Alltag zu beschreiben. Hier werden Themen wie Vorlieben und Abneigungen, Berufsalltag und Freizeit, aber auch die Macken der Agenturmenschen aufgegriffen und anhand von Statistiken, Infografiken und Texten sowie reicher Bebilderung dargestellt.

Das inhaltliche Grundgerüst basiert einerseits auf einer Onlineumfrage, an der rund 330 Personen teilnahmen sowie auch zahlreicher Besuche und Interviews in Agenturen in Köln, Hamburg, Berlin und im Rhein-Main-Gebiet, im Rahmen einer Zwischenprüfungsarbeit. Vorbereitung und Ausarbeitung spielten sich im Zeitraum des Wintersemesters 2008/2009 ab.

## LANGE INFO

Die Idee zu diesem Thema kam mir, als ich aus meinem Fenster auf das gegenüberliegende Architekturbüro schaute. Im Zentrum dieses Büros steht ein großer Tisch, an dem etwa zehn verschiedene Stühle namhafter Designer stehen. Ich fragte mich, wie es wohl in anderen Agenturbüros aussehen mag und vor allem, wie die Menschen aus dieser Branche wohl so drauf sind. Daraus entwickelte sich anfangs folgende Fragestellung, die im Laufe des Projekts noch erweitert wurde:

*„Wie sehen die typischen Damen und Herren in den kreativen Berufen aus? Welche Musik hören sie und wie kleiden sie sich? Welche Autos parken vor den Agenturen und auf welchen Stühlen sitzen sie? Wofür geben sie ihr hart verdientes Geld aus und wie gestalten sie ihre Freizeit? Haben Sie Vorbilder und wenn ja, welche? Was unterscheidet den typischen Grafiker vom Kontakter oder dem Geschäftsführer? Was ist in Hamburg anders als in Köln, Berlin oder Frankfurt?“*

Um auf diese Fragen Antworten zu bekommen, wurde eine Onlineumfrage erstellt, die für quantitative Ergebnisse sorgte. Dieser Fragebogen beinhaltete eher oberflächliche und konsumorientierte Fragen. Parallel dazu habe ich etwa 50 Agenturen aus Köln, Düsseldorf, dem Rhein-Main-Gebiet, Hamburg und Berlin angeschrieben, um bei einem persönlichen Treffen ein besseres Bild über die Menschen, die dort arbeiten und über das Unternehmen gewinnen zu können. Die Antworten, die sich aus diesen Gesprächen ergeben haben, dienten dem qualitativen Teil dieser Studie. Um einen persönlicheren Eindruck als bei der Onlinebefragung zu bekommen, wurde der Fragenkatalog wie folgt erweitert:

*„Was ist ihnen wichtig, was interessiert sie, wie wirkt sich der Job auf das Privatleben aus? Welche Träume, Wünsche und Ziele haben sie? Wie werden sie von der Stadt, in der sie leben und arbeiten inspiriert? Finden sie die Werbebranche überhaupt so cool, wie es Aussenstehende tun? Was sind die Vor- und Nachteile, wenn man einen kreativen Beruf ausübt und ist dies ein Traumberuf?“*

Für die Ergebnisse dieses Projekts sorgten 330 ausgefüllte Online-Fragebögen, 15 besuchte Agenturen, 50 Interview-Partner und 40 zum Teil sehr kreativ ausgefüllte persönliche Fragebögen in Papierform. Dazu kamen noch ca. 300 Fotos aus den Agenturen und Büros.

AUSGEZEICHNET MIT EINEM  
**DDC-AWARD**  
**GUTE GESTALTUNG 10**  
IN DER KATEGORIE ZUKUNFT

## HARDFACTS

### Buch

Softcover  
68 Seiten  
250 x 194 mm  
2/2-farbig HKS  
Tauro Offset (300 gr & 150 gr)

### Poster

500 x 388 mm  
2/2-farbig HKS  
Tauro Offset (150 gr)

## KONTAKT

Alex Ketzner  
Maybachstraße 167-169  
50670 Köln  
T 0160.92851620  
hello@alexketzer.com  
www.alexketzer.com