

Konkurrenz für Wetterschmöcker

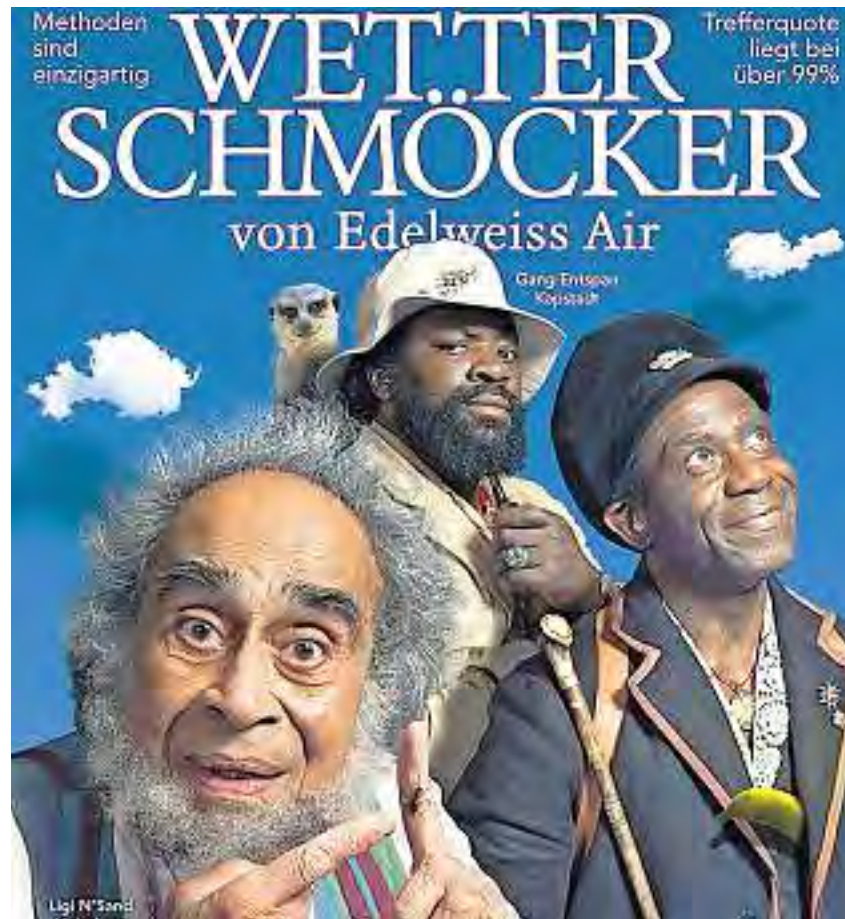
Auch Edelweiss Air hat jetzt Wetterschmöcker. Die drei Konkurrenten sind ebenso knorrig wie die Innerschwyzer Originale. Ihre Trefferquote liegt jedoch wesentlich höher.

Von Silvia Camenzind

Innerschwyz/Zürich. – Sie heissen Kum Gobada, Ligi N'Sand und Gang Entspan und sind die Wetterschmöcker der Edelweiss Air. Sie kommen aus Mauritius, den Malediven und Kapstadt und haben ihre eigenen Methoden. Ihre Erkenntnisse beziehen sie nicht von Tannzapfen, Feldmäusen oder Murmeltieren. Sie beobachten Sandameisen, Bananen und Erdmännchen. Die drei exotischen Originale sind Berufskollegen der Innerschwyzer Wetterschmöcker und sagen auf einem amüsanten Werbefilm auf der Edelweiss-Air-Homepage das Ferienwetter voraus.

Treffsicherer als die Originale

In Sachen Treffsicherheit sind die Wetterschmöcker von Edelweiss Air den Innerschwyzern weit voraus. Die Trefferquote liegt bei sagenhaften 99 Prozent. Sie haben es auch leichter. Bei ihnen ist es von September bis



Profitieren vom Bekanntheitsgrad der Muotathaler Wetterpropheten: Die drei Edelweiss-Air-Botschafter.

April durchgehend sonnig und warm. Die Botschaft der Filmproduktion: Ferien buchen und ab ins Flugzeug.

Ibächler machte die Werbung

Verantwortlich für die Werbung ist ein Heimweh-Ibächler. Die Wetterschmöcker-Werbung stammt von der Agentur ForsterEhrler. Das sind Art Directorin Hélène Forster und Texter Stefan Ehrler. Ehrler ist in Ibach aufgewachsen, lebte in Schwyz und zog dann nach Zürich um. Er ist seit 15 Jahren in der Werbung tätig. Vor einem halben Jahr gründete er mit seiner Frau eine eigene Werbeagentur. Die exotischen Wetterschmöcker für Edelweiss Air sind als Viralkampagne konzipiert und somit im Internet abrufbar. Zudem sind die Filme auf Flügen der Edelweiss Air zu sehen. Weiter werden Plakate in Reisebüros platziert.

Der Input zum Werbekurzfilm kommt von Wetterschmöcker Martin Horat, Rothenthurm. Stefan Ehrler erinnerte sich an einen seiner Sprüche. Horat sagte, man könne das Wetter überall auf der Welt «schmökern», nur hätten es die in Afrika einfacher. Es zeichnet den Werber aus, dass er die Idee aufnahm und daraus ein unterhaltsamer Spot entstand.

Zu sehen unter www.edelweissair.ch