

Anschrift der Redaktion / Editors' Office:

novum – World of Graphic Design
c/o New Media Magazine Verlag GmbH
Dietlindenstraße 18
D-80802 München
T: +49-89-36 88 81-80
F: +49-89-36 88 81-81
ISDN/Leonardo-Mac:
+49-89-36 88 81-88
www.novumnet.de
Leitung Redaktion: Hermann Will

Redaktion / Editors:

Bettina Ulrich, (bu, Chefredakteurin, verantwortl.,
ulrich@novumnet.de)
Oliver Klyne (Art Director, klyne@novumnet.de)
Sabine Hensel (layout)
Christine Moosmann (cm, Redakteurin,
moosmann@novumnet.de)
Christian Deppisch (cd, Redaktion,
deppisch@novumnet.de)
Claudia Heim (ch, Redaktion,
heim@novumnet.de)
Christian Eisenhofer (ce, Grafik / Redaktion)

Korrespondenten / Correspondents:

Victor Garcia (vg, Buenos Aires, ARG)
Peter Gyllan (pg, Kopenhagen, DEN)
Herbert Lechner (hl, Marklkofen, GER)
Susanne Schaller (ss, Rom, ITA)
Lanny Sommese (ls, Port Matilda, USA)

Übersetzungen / Translations:

English Experts, München
englishexperts@compuserve.com

Anschrift des Verlages / Publishing house:

Stiebner Verlag GmbH
Nymphenburger Straße 86
D-80636 München

Herausgeber / Publisher:

Erhardt D. Stiebner
Dr. Jörg D. Stiebner

Geschäftsführung / Management:

Dr. Jörg D. Stiebner
Hans-Peter Copony

Verantwortlich für Anzeigen /

Responsible for advertising:

Hermann Will
T: +49-89-36 88 81 86
F: +49-89-36 88 81 81
Anzeigenpreisliste Nr. 35
gültig ab 01.01.2004

Vertrieb und Abonnentenbetreuung /

Distribution and subscription:

T: +49-7 11-72 52-2 32
F: +49-7 11-72 52-3 33
Zenit Pressevertrieb GmbH
Postfach 81 06 40
D-70523 Stuttgart
novum@zenit-presse.de



Abonnements im Ausland /

Distributors abroad

Bruil & van de Staaij
Postbus 75
NL-7940 AB Meppel
T: +31-5 22-26 13 03
www.bruil.info/novum

Lange und Springer
Otto-Suhr-Allee 26/28
D-10585 Berlin
www.novumnet.de

Preise / Prices:

Einzelheft/Single copy 9,80 €
Einzelheftbestellung über
Brockhaus Commission
F: +49-71-54 13 27 13
Jahresabonnement 108,- € inkl.
Porto (82,80 € für Studenten)

**novum-Einzelhefte können Sie jederzeit bei
Brockhaus Commission nachbestellen.**

Brockhaus Commission

T: +49-71 54-13 27-0
F: +49-71 54-13 27-13

Annual subscription 108,- € incl.
postage via mail or 150,- € via
air mail (82,80 € for students via
mail or 126,- € via air-mail)

ISSN 1438-1753

Druck / Print

Kessler Verlagsdruckerei
Michael-Schäffer-Straße 1
D-86399 Bobingen

stiebner

© Stiebner Verlag GmbH

Diese Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen
einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheber-
rechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb
der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes
bedarf der Zustimmung des Verlages. Unverlangte
Sendungen, für die weder Verlag noch Redaktion
eine Haftung übernehmen, werden nur dann
zurückgesandt, wenn ausreichend Rückporto
beiliegt. Kurierkosten werden generell nur nach
Absprache übernommen!

This magazine, including all articles and illustrati-
ons, is copyright protected. Any utilization beyond
the tight limits set by the Copyright Act is subject
to publisher's approval. Unsolicited material, for
which we assume no responsibility, will only be
returned if return postage has been added.

Gedruckt auf HELLO SILK.
HELLO ist ein Produkt von SAPPi und exklusiv
erhältlich bei Deutsche Papier



**Sam Lazay, freier Werbetexter,
Creative-Coach und Dozent für
Kommunikations-Design an der
Akademie an der Einsteinstraße,
München.**



ÄHM... ÄHM... EMOTION???

KEINE STUNDE, keine Minute, kein Wimpernschlag der Chef-Planerin vergeht, ohne daß in den Labors der Marketingkommunikation die Emotion als Endlösung tagtäglicher Werbeoffensiven gepriesen wird. Emotional impact hier, emotional value dort. Emotion ist prima. Emotion ist groß. Emotion ist sexy. Emotion ist neu. Und Emotion ist Profit. Es soll sogar Agenturen geben, die für ihre Kunden ein eigenes Firmenkonto namens Emotion angelegt haben, auf das sie immer wieder gerne »einzahlen«. Denn nichts im Leben läßt sich einfacher steuern, kalkulieren und berechnen wie Emotionen. Fast so simpel wie die Renditeprognosen bolivianischer Renten-Fonds. In der täglichen Werbe-Praxis funktioniert das ganz einfach so:

Der prozentuale Wert gestützter Markenerinnerung, multipliziert mit dem durchschnittlichen Alter der Zielgruppe, dividiert durch die Summe der Media Spendings plus der Frauenquote in der Agentur ergibt die Breite des Lächelns des Werbeprotagonisten im Verhältnis zur Größe des Packshots.

Oder in Worten ausgedrückt: »Komm, Schatz, laß uns meinen Ertragswinkel steigern, denn mit Vanish Oxi Äktschn ist das Rohr ganz schnell wieder frei. Rein emotional, versteht sich. Emotion ist schließlich die Summe aller richtigen Entscheidungen.«

Und so schmelzen wir dahin, wir deutschen Endverbraucher, gestreichelt, liebkost, gerührt und verzaubert vom emotionalen Artilleriefeuer auf unsere Herzen.

Im Hinblick auf weitere emotionale Regungen der Kommunikations-Industrie möchte ich mit der Veröffentlichung dieses Artikels sicherheitshalber schon mal Urheberrechtsschutz für folgende Headlines anmelden: Neu! Jetzt mit noch mehr Emotion. Zwanzig Prozent mehr Emotion in jeder Packung. Aus Liebe zur Emotion. Das Gefühl von Abenteuer und Emotion. Verwöhnaroma Emotion. Herzhafte Emmentaler-Emotionen. Seine Emotionskraft macht ihn so ergiebig. Emotion wirkt da, wo die Zahnbürste nicht hinkommt. Wäscht so emotional, emotionaler geht's nicht. Jetzt wertvolle Emotionspunkte sammeln. Nie waren wir so emotional wie heute. Ähm... wie Emotion. *Sam Lazay*

Die Inhalte geben die Meinung der Autoren, nicht unbedingt die der Redaktion wieder.

Hier geben wir Kreativen die Möglichkeit, Themen zu behandeln, die sie aktuell beschäftigen. Wenn Ihnen auch etwas unter »den Nägeln brennt«, freuen wir uns auf Ihren Beitrag: redaktion@novumnet.de

vorschau / preview



Clarissa Tossin (BRA)



Wäsch Design (GER)

Die nächste novum erscheint am 12. August 2005 mit dem novum-plus-Thema »Modedesign«.