

Weihnachtliches aus der Kneipe

18. December 2023



Auch in einer Kneipe kann weihnachtliche Stimmung sein

Quelle: Unsplash / Patrick Schneider

In der Vorweihnachtszeit ändern manche Werbeclips ihre Botschaft: Da geht es um Nächstenliebe und Gemeinsinn und der Einsamkeit wird der Kampf angesagt. Manche dieser Clips gehen sogar viral...

Natürlich wollen Discounter und Supermärkte auch an Weihnachten etwas verkaufen – sollen sie auch. Aber seit Jahren schalten einige von ihnen in der Adventszeit Werbung der anderen Art: Da geht es nicht nur um Weihnachtsschnäppchen und Geschenke, sondern um Themen, die man eher in Gottesdiensten erwartet: Wie kann ich über die Feiertage mit Einsamkeit umgehen? Was mache ich, wenn ich enttäuscht werde? Wie kann ich anderen Liebe zeigen? Viele Clips werden mit grossem Budget und herzerwärmend gedreht – oft sind sie ziemlich kitschig, aber sie rühren an der grossen Frage, die Menschen gerade zu den Feiertagen stellen: Da muss es doch mehr geben als Konsum...

Fremde oder Freunde?

Charlies Bar ist ein typischer Pub in Enniskillen, einer kleinen Stadt in Nordirland. Inzwischen ist der Pub berühmter für seinen Weihnachtsclip als für sein Bier. Im [Werbespot, der dieses Jahr online](#) ging, geht ein älterer Mann über den Friedhof, legt dort Blumen nieder und geht dann einsam durch die Stadt. Kontakte ergeben sich keine, erst als ihn ein Pärchen in den Pub einlädt. Zunächst sitzt er noch allein vor seiner Pint Guinness, doch bald leisten ihm die beiden Gesellschaft und sitzen schliesslich fröhlich zusammen. «Hier gibt es keine Fremden», wird eingeblendet, «nur Freunde, die du noch nicht getroffen hast.» Der zweiminütige Clip ist anrührend gemacht, aber die Produzenten hätten nicht damit gerechnet, dass er bei TikTok und YouTube jeweils über eine Viertelmillion-mal angesehen wurde.

Kraft für Familie

Auch die Online-Apotheke DocMorris bemüht einen alten Mann als Helden. Nach einem Blick auf die Fotos an seiner Zimmerwand scheint er eine Idee zu bekommen. Er geht in seinen Werkzeugschuppen und holt ein schweres Gewicht hervor. Das versucht er zu heben. Zunächst ist das vergeblich, doch unter den misstrauischen Augen seiner Nachbarin wird es immer erfolgreicher und trainiert täglich damit. Schliesslich steht er im guten Anzug bei seiner Tochter und deren Familie im Wohnzimmer und kann seine neu gewonnenen Kräfte gut einsetzen. Die Auflösung findet sich [hier](#). «Damit du dich um das kümmern kannst, was im Leben zählt», heisst es zum Schluss. Über zwei Millionen Menschen haben den Film seit 2020 gesehen.

Keine Zeit?

Der Renner im deutschsprachigen Raum ist bereits acht Jahre alt und stammt von Edeka. Wieder ist ein Rentner die Hauptperson. Wie schon so oft an Weihnachten erhält er von seinen Kindern, die über die ganze Welt verstreut leben, Absagen. Sie können ihn nicht besuchen kommen. «Nächstes Mal klappt es bestimmt», hört er auf dem Anrufbeantworter. Dann hat er eine Idee... Eigentlich haben die meisten deutschsprachigen Menschen [den Clip](#) schon gesehen – immerhin 69 Millionen –, das überraschende Ende soll hier trotzdem nicht verraten werden.

Mit «Zeit heimzukommen» wirbt das Unternehmen an Weihnachten ebenfalls für Gemeinschaft und Familiensinn. Filme wie dieser werden hochprofessionell mit einem gewaltigen Budget realisiert – «heimkommen» stammt aus der Feder der Top-Agentur Jung von Matt und wird nicht nur von Profischauspielern dargestellt, sondern hat auch einen eigens komponierten Titelsong, [worauf die Marketingseite «One to One» hinwies](#).

Licht sein

Können christliche Produktionen hier mithalten? Finanziell sicher nicht. Aber gerade das Beispiel des irischen Pubs zeigt, dass eine gute Idee schwerer wiegt als jeder Geldbeutel. So gibt es immer wieder Kirchen, Gemeinden und Einzelpersonen, die «Werbung» für Weihnachten machen und damit die christliche Botschaft von Versöhnung, Liebe und auch dem Herauskommen aus der Einsamkeit thematisieren. «Ein Licht im Alltag» mag als Beispiel dazu dienen. Eine jüngere Frau sitzt dort bei der Arbeit und ist frustriert von den schlechten Nachrichten, die aus aller Welt auf sie einströmen. Auf dem Heimweg begegnet sie verschiedenen Menschen, die alle ihre Probleme haben: einem Obdachlosen, einem Blinden und einem Paar, das sich ums Geld streitet. Zuhause angekommen zündet sie eine Kerze an und hat eine Idee: Wie wäre es, nicht zu klagen, sondern selbst Licht weiterzugeben? [Das tut sie – mit versöhnlichem Ausgang](#).

Wie die kommerziellen Filme erklärt auch dieser Clip nicht die Welt, aber er berührt und wirft Fragen auf. Und er nimmt sich selbst beim Wort, denn er zeigt, dass es besser ist, ein Licht auf einem Leuchter anzuzünden, als es unter einen Scheffel zu setzen, wie es Jesus in [Matthäus, Kapitel 5, Vers 14-16](#) beschreibt.

Zum Thema:

[*Wunsch nach Zusammenhalt: Aldi macht mit christlichem Lied*](#)

[*Weihnachtswerbung*](#)

[*Global Outreach Deutschland: Mit 220'000 Klicks meistgesehenes YouTube-Weihnachts-Special*](#)

[*Adventszeit: Advent ist, was man daraus macht*](#)

Autor: Hauke Burgarth

Quelle: Livenet

Tags