

„Das war's, war schwer“

Die ARD-Fernsehlotterie präsentiert die Kampagne mit Monica Lierhaus

VON SIMONE SCHELLHAMMER

Noch nie war das Interesse an einer Pressekonzferenz der ARD-Fernsehlotterie so groß wie am Donnerstag in Hamburg. Obwohl die ehemalige Sportmoderatorin Monica Lierhaus, die das neue Gesicht der ältesten Soziallotterie Deutschlands wird, nicht anwesend war, wollten rund 50 Journalisten die neue Werbekampagne kennenlernen und noch einmal die Frage nach dem Honorar stellen. Von Geschäftsführer Christian Kipper gab es zu den 450 000 Euro, die Lierhaus angeblich im Jahr bekommen soll, weder eine Bestätigung noch ein Dementi. Es sei richtig, dass in früheren Zeiten Schauspieler wie Curd Jürgens oder Peter Ustinov ehrenamtlich für einen Werbespot fünf Mark in die Kamera gehalten hätten. „Heute muss ein Werbegesicht entsprechend bezahlt werden“, so Kipper.

Dafür seien damit aber auch umfassendere Aufgaben als früher verbunden. Lierhaus, die vor zwei Jahren bei einer Operation ins Koma gefallen war und seither unter körperlichen Behinderungen leidet, wird in der ARD unter anderem die jährlich rund 50 TV-Sendungen zur Ziehung der Wochengewinner präsentieren. Außerdem ist geplant, dass sie bei Grundsteinlegungen oder Scheckübergaben in Einrichtungen, die von „Ein Platz an der Sonne“ unterstützt werden, dabei ist. Kipper bestätigte, dass es bei der Fernsehlotterie Los-Kündigungen wegen des Lierhaus-Honorars gegeben hätte. „Es schmerzt jedes Los“, sagte er. Man versuche, das wieder wettzumachen: „Monica Lierhaus hilft uns dabei, den mit dem Losverkauf verbundenen karitativen Zweck bekannter zu machen und vielen Menschen zu ihrem Platz an der Sonne zu verhelfen.“ Er präsentierte dazu das Plakativmotiv mit dem Claim „Ich weiß, wie wichtig Hilfe ist“, das ab nächster Woche an 4600 Stellen in Deutschland zu sehen sein wird. Darüber hinaus werde es Losbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften, Werbebriefe und in einigen Wochen auch Hörfunk- und TV-Spots geben.

Den Journalisten wurde vorab ein Videobeitrag des Fotoshootings mit Monica Lierhaus in Hamburg gezeigt, der jetzt auch auf Youtube unter dem Titel „Monica Lierhaus Botschafterin der ARD Fernsehlotterie“ zu sehen ist. Darin sagt sie – weiterhin sichtlich gehandicapt – Sätze wie: „Ich möchte weitergeben, was ich bekommen habe.“ In einer Einstel-



Umstritten. Der Geschäftsführer der ARD-Fernsehlotterie, Christian Kipper, neben einem Werbeplakat mit dem Konterfei der Lotterie-Botschafterin Monica Lierhaus. Foto: dpa

lung steht sie bei Eiseskälte an der Alster, als zufällig – so versichert die zuständige Agentur – Johannes B. Kerner vorbeijoggt kommt, sie kurz begrüßt und umarmt. Am Ende des Beitrags meint sie: „Das war's, war schwer.“

Tatsächlich stellt sich beim Betrachten dieses Videos ein ähnlich beklemmendes Gefühl ein wie bei ihrem „Goldene Kamera“-Auftritt im ZDF, als sie erstmals nach zwei Jahren wieder in der Öffentlichkeit erschien. Erste Pressterting mit Lierhaus, die weiterhin intensiv therapiert wird, und Dreharbeiten für die Werbespots werde es noch im Frühjahr geben, so Geschäftsführer Kipper. „Wie in einem solchen Fall üblich, zahlen wir das Honorar für Monica Lierhaus als eigenständiges Unternehmen vollständig aus unserem Marketing und Werbebudget“, sagte er.

Pressesprecher Mario Czipull wies noch einmal darauf hin, dass die ARD-Fernsehlotterie keine Gebührengelder bekomme und auch keine Spendenorganisation sei: „Wir erhalten unsere Erlöse nur über die Losverkäufe und müssen

uns auf einem harten Glücksspielmarkt behaupten.“ Da die Soziallotterie nicht im Internet werben darf und der Publikumsverkehr in Banken, Sparkassen und Postämtern, wo die Lose ausliegen, immer mehr zurückgeht, sei man mehr denn je auf prominente Namen angewiesen. Auf 170 Millionen Euro belaufen sich die jährlichen Einnahmen. Rund 40 Prozent davon fließen in soziale Zwecke. So unterstützt die Fernsehlotterie rund 300 gemeinnützige Projekte zugunsten von hilfebedürftigen Kindern, Senioren sowie kranken und behinderten Menschen. Seit ihrer Gründung hat sie eine Gewinnsumme von rund 53 Millionen Euro an insgesamt 700 000 Losbesitzer ausgespielt.

Frank Elstner, der acht Jahre für „den Platz an der Sonne“ warb, sei sehr glücklich über seine Nachfolgerin, so Geschäftsführer Kipper, der durch Monica Lierhaus auch ein jüngeres Publikum ansprechen möchte. Nach dem Ende des Werbevertrags mit Elstner wird sich die Fernsehlotterie nun auch an der Beteiligung am „Unglaublichen Quiz der Tiere“ (ARD) zurückziehen und sich nach einem anderen Format umsehen. Die sonstigen Sponsoring-Aktivitäten halten sich eher in Grenzen: Man unterstützt den FC St. Pauli, ein Beachvolleyballturnier und den Kirchentag in Dresden.

Kerner joggt vorbei, begrüßt und umarmt