

C: Gut, okay. Der Block ist ansprechender. Da ist ... weil das auf die Jugend bezogen ist. Da ist das mit dem Englischen auch. Ich finde das ...

I: Bei dem Schutz für ... bei Reiserücktritt für Schüler und Studenten?

C: Ja, genau.

I: Bei dem Englischen?

C: Ja.

I: Okay.

C: Und da ist das jetzt vom Englischen her ... ja, das ist ja bloß da dieser Schultrip und School-Trip und Study 'n' travel oder Study 'n' travel. Das ist okay. Das find ich flotter, den Teil auf jeden Fall. Für Familien finde ich jetzt den Teil besser. Wobei mit dem Kind, der erste Eindruck war, das geht um Versicherungen für Kinder. Nicht für Familien. Also mit dem Kind hätte ich jetzt gedacht, das ist für Kinder speziell.

I: Aber da findest du die Version besser?

C: Da finde ich die Version besser. Wobei ... also mich stört das Canceln. Da finde ich das Stornieren besser. Wobei der Schutz für Weltenbummlern, da finde ich den Globetrotter besser, weil das geläufiger ist wie der Weltenbummler. Der ist also vom Sprachgefüge her meines Erachtens ... und da ist die Einmalreise durch den One-Trip ... also das wiegt sich ... ja, das wiegt sich auf. Das ... also da finde ich das vielleicht von der Einmalreise her, ja, verständlich. Was heißt verständlicher? Passt dann besser. Also ... ja, doch. Und ... also das find ich doch ganz gut für die jungen Leute. Das finde ich optimal. (...?) dazu ... ja, das hat mehr Pfiff.

I: Okay. Und das wäre zu ...?

C: Zu bieder.

I: Zu bieder?

C: Ja. ((lacht)) Das wäre mir zu bieder. ((lacht)) Muss ich ganz ehrlich sagen. Da für die Familien, da finde ich das dann ... also das Canceln, das würde ich lassen. Weil das ... na ja, Canceln ... das ... aber den Globetrotter, den würde ich lassen. Weil den, finde ich, ist mehr Umgangssprache wie ein Weltenbummler. Der ist mir geläufiger. Canceln, da würde ich stornieren lassen. Also wenn man das austauscht.

I: Und von den Namen her? Was gefällt dir da besser?

C: Ach so. Da hab ich noch gar nicht ... Das.

I: Das Deutsche?

C: Ja, das Deutsche.

I: Warum?

C: Warum? Weil ich glaube, dass ... mit dem ersten, das ist Wurscht, der Firmenname. Aber das können viele nicht umsetzen, was es ist.

I: Der Claim Travel Insurance at its best?

C: Ja. Genau.

I: Okay. Was das heißt quasi, wäre nicht klar?

C: Ja, genau. Was es eigentlich sein soll. Bis du dann ... und da ist eigentlich klar, Reiseversicherung in Bestform.

I: Okay.

C: Genau.

I: Wenn du dir jetzt mal so einen typischen Konsumenten vorstellst, also jemand, der das dazu buchen würde, würde sich der bei den beiden Versionen unterscheiden? Oder würden sich da andere Leute angesprochen fühlen von den beiden Versionen?

C: Ja. Ja. Da fühlen sich junge Leute angesprochen. Und das sind Familien. Da finde ich ...

I: Okay. Aber nur bei dem Block. Und jetzt von den beiden? Also wenn man es jetzt so trennt? Von der Version oder von der Version?

C: Also wenn ich nur die zwei Möglichkeiten hätte, dass ich das nicht austauschen kann, würde ich die deutsche Version nehmen. Also ohne den englischsprachigen Text. Jetzt speziell für Reise-Rücktritt.

I: Warum?

C: Ja, weil ich halt den Eindruck hab, dass, wenn man schaut, wer Reisen bucht, das sind ja zum Teil ... ja, in Anführungszeichen einfache Leute, die also nicht viel mit Englisch (...?) haben und das besser verstehen.

I: Also von dem sprechen sich auch ... oder mit dem kann man auch einfachere Leute ansprechen, die weniger Englisch sprechen?

C: Ja, ja. Genau. Auf jeden Fall.

I: Und für wen wäre die Anzeige oder die Version?

C: Also das ist auf jeden Fall für, ja, Junge und junge Familien. Also jetzt nicht so Familien so ... ja, die so zwischen Mitte 20 und Mitte 30 Kinder haben und (...?) und unterwegs sein wollen. Und ich denke, für die ... und das ist sowieso klar, für junge Leute, was einfach auf Reisen gehen wollen. Was erleben wollen. Und das ist für junge Familien. Und das finde ich halt, ist für Familien, die ... oder sagen wir mal nicht für Familien, sondern das wär eher was für Oma und Opa mit einem Enkelkind.

I: Okay.

C: Das würde ich dahin setzen. Und das für junge Familien. Und das junge Leute, sowieso.

I: Okay. Glaubst du, dass man da einen Preisunterschied wahrnehmen würde bei den beiden Anzeigen? Würde eins vielleicht teurer wirken? Oder günstiger? Oder wäre es gleich?

C: Nein. Glaube ich nicht. Nein. Dass man keinen Preisunterschied feststellen kann. Nee.

I: Gut. Dann habe ich jetzt noch zwei.

C: Ja.

I: Von einem anderen Produkt.

C: Genau. Schauen wir mal. (...?). Ja, was haben wir denn da? Apfel, Zitrone. Zisch. Aha. Saftige Erfrischung. Gut.

I: Gefällt dir eine besser oder spricht dich eine mehr an?

C: Es ist eigentlich nur hier Englisch/Deutsch. Also mich persönlich würde jetzt die ansprechen.

I: Die Juicy Refreshment?

C: Ja. Genau.

I: Warum?

C: Ja, das ist einfach so ein Bauchgefühl. Ich finde, die ... durch das, durch die ganze Werbung kommt ja immer mehr Englisch raus und man hat ... also das sind jetzt so ganz einfache Begriffe, bei dem Reiseding, da waren andere. Das weiß jeder, dass das Apfel und Zitrone ist. Und dass das ein Saft ist und dass das frisch ist. Das bin ich mir eigentlich ziemlich sicher, dass das so im Sprachgebrauch ist. Auch schon von, ja, jetzt sagen wir mal, bestimmt 50-, 60-Jährigen auch schon. Also die Alten ist klar, die lesen das. Und ...

I: Also du meinst, oder für wen wäre das besser?

C: Das wäre so ... ja, für Ältere. Für Oma, Opa wäre das, die saftige Erfrischung mit dem Apfel, Zitrone. Aber das ist also für die Jugend sowieso. Und das Mittelalter nimmt ... bin ich der Meinung, dass das auch besser annimmt.

I: Okay. Glaubst du, sieht irgendeins der beiden Produkte gesünder aus? Oder was Inhaltsstoffe angeht? Oder?

C: Nein. Gar nix. Das sagt gar nix aus. Weder die Farben noch irgendwie die Äpfel oder so. Das ist einfach nur so ein Augenfänger.

I: Auch vom Preis her, würde man da einen Unterschied wahrnehmen?

C: Nein.

I: Eins teurer? Eins billiger?

C: Nein.

I: Nee?

C: Nein, glaube ich nicht. Also da würde man nichts wahrnehmen.

I: Okay. Was gefällt dir denn vom Namen her besser? Das eine hat ein Apostroph, das andere hat keins

C: Zisch's. Das gefällt mir besser.

I: Mit Apostroph?

C: Ja. Das gefällt mir besser. Zisch's.

I: Was verbindet man denn damit, mit Zisch's? Nach was klingt denn das?

C: Wenn man eine Flasche aufmacht, wenn die Kohlensäure rauskommt.

I: ((lacht))

C: ((lacht)) Genau so was verbindet man damit.

I: Und Lemon oder Zitrone? Klingt eins irgendwie süßer, saurer? Verbindet man damit was anderes?

C: Also Lemon oder Zitrone hat für mich persönlich sowieso immer den sauren Touch. Und ja, Apfel/Zitrone. Also ich persönlich würde das nicht nehmen, weil die Mischung mag ich nicht, Apfel/Zitrone. ((lacht)) Also das ist das, aber wenn jetzt da zwei andere Früchtenamen dorten wären, also die Farben machen es nicht aus, sondern vom Geschmack her mag ich die Mischung nicht. Was mich also ... mich persönlich jetzt nicht ansprechen, aber so von der Gestaltung her, von den Farben ist schon eigentlich schon was, wo man drauf zielt.

I: Okay. Dann hab ich jetzt noch zwei letzte.

C: Ja. Nur her damit. ((lacht))

I: Ist jetzt wieder was ganz anderes.

C: So. Goldnest. Da hab ich das Gefühl, so wie das aufgebaut ist, das geht also schon in die gehobene Klasse, wo man mehr Geld ausgibt und weiter wegfährt, spricht die mehr an. Weil wer solche Reisen macht, der weiß, dass es in den englischsprachigen Raum geht. Und der kann das auch alles lesen. Und jetzt wenn ich mir da den Achim vorstelle, brauch ich nicht. ((lacht)) Also egal, ob das Deutsch oder Englisch ist, brauch ich nicht. Also ich denke, dass das mit dem englischen Text, also mit den englischen Wörtern drin auch das Publikum anspricht, dass da hin fahren will und soll. Oder das angesprochen werden soll. Weil da ...

I: Wer soll denn davon angesprochen werden?

C: Das sind Leute, die, ja, sich das auch spontan leisten können. Also die jetzt da nicht drauf hinsparen müssen, sondern die sagen, da mag ich jetzt einmal hinfahren, das gönne ich mir jetzt, aber ohne jetzt irgendwie groß in finanzielle Schwierigkeiten zu kommen. Egal, ob das jetzt ... ja, gut, wenn das jetzt so Städtereise ist, wobei man dazu sagen muss, dass die jetzt, wenn du ein schönes Hotel haben willst und dir was anschauen willst und was gönnen willst, ist so eine Städtereise auch nicht billig. Aber das ist schon ein bisschen gehobener, das Ganze da.

I: Okay. Also eher ...

C: Also vom Publikum, denk ich, ... also so, wenn jemand drauf sparen muss, lange Zeit, der tät es sich so nicht anschauen. Das ... der kriegt das woanders her.

I: Du meinst, das wirkt zu hochpreisig dann, wenn man da noch drauf sparen muss?

C: Ja.

I: Okay.

C: Ja.

I: Also wirken die beiden Anzeigen ... wirkt das teurer oder weil du gesagt hast, da würden eher Leute sich das leisten können hinfahren.

C: Ja.

I: Oder liegt es an dem Englischen? Oder woran liegt es?

C: Ja.

I: Ja?

C: Mit Sicherheit liegt das am Englischen. Ganz ... ganz sicher. Weil das ist halt, da weißt du, dass du schon irgendwo in den englischsprachigen Raum gehst.

I: Also wirkt das internationaler?

C: Ja.

I: Okay.

C: Ja.

I: Wenn du dir mal da diesen Satz da oben anschaust, den Claim. Fällt dir dazu irgendwas ein?

C: Wo deine Zeit still steht. Tja, das ist eigentlich ein Anspruch darauf, dass du total relaxen kannst. Dass also die Firma, die Büroarbeit nicht mitgeht und ... ja, wie man halt sagt, alle Viere [sic!] grad sein lassen. Und ja, soweit Abstand hast, dass also das, was dich daheim belastet, nicht mitnimmst.

I: Okay. Ist das bei beiden gleich? Oder wäre das jetzt bei ...

C: Nein. Das da.

I: Bei dem Englischen?

C: Also mich spricht ... ich hab ... tendiere mehr zu dem Bild. Das ... ja, das liest man und ... also das lese ich anders wie das hier. Das tu ich jetzt lesen und ja, mein Gott ...

I: Wo deine Zeit still steht.

C: Ja, genau. Aber da ... mit dem Englischen verbindet man schon was anderes. Da schaut man sich zwar die Fotos an und sagt, ja, schön. Zack. Aber irgendwie, da geht es über den englischen Text ... assoziiert der schon was anderes wie der deutsche Text. Das ist so sofamäßig.

I: Okay. Glaubst du, dass es einen Qualitätsunterschied geben würde, was zum Beispiel Sauberkeit anbelangt oder die Qualität der Verpflegung oder irgendwas? Nimmt man da was wahr?

C: Das erst mal ... dass ich eigentlich auch wieder zu dem englischsprachigen ... das sind einfach ... Es ist zwar mit Sicherheit gleich, aber man vermutet, dass da der Standard besser ist.

I: Internationaler Standard? Oder?

C: Also ich ... Ja.

I: Wo, glaubst du, wäre denn ... wo führen denn die Reisen hin? Führen die bei beiden ins Gleiche? Oder in die gleichen Orte? Oder verbindet man damit auch unterschiedliche Lagen?

C: Ja, also da würde ich auf jeden Fall Fernziele in erster Linie damit verbinden. Also nicht so diese ... hier Städte ... also Städtereisen ja, aber dann schon im Ausland. Also nicht unbedingt jetzt irgendwelche Städte im nächsten europäischen Ausland. Sondern wirklich Fernreisen. Also wo man wirklich weit unterwegs ist. Das würde mich jetzt mehr ... na, wie hat denn das geheißen, was man von (...?) geschenkt gekriegt haben? Das assoziiert man mehr, das ... das mit dem Hotel zum 60. Geburtstag.

I: Ach so.

C: Das würde ich in die Sparte geben. Und das täte ich also mehr von exklusiveren Fernreisen ... tät ich damit jetzt verbinden. Mit dem ganzen Text. Und das, das wäre mehr bodenständiger.

I: Was hab ich denn ... was hältst du denn generell von Englisch in Werbetexten?

C: Das ist unterschiedlich. Manchmal kann man mit Englisch was viel pfiffiger ausdrücken als im Deutschen. Da wirkt das gar nicht. Da kann man das mit der Werbe nicht rüberbringen. Also wenn es pfiffig ist. Aber wenn es dann wieder so blöde Sachen sind wie irgendwo am Corner steht irgendjemand und solche Sachen, die finde ich also plump. Da gefällt es mir gar nicht. Also wenn es eine richtig pfiffige Werbung ist, dann finde ich das mit Englisch schon ganz gut. Aber nicht alles. Zum Beispiel von Pepsi und von Cola ist oft die englische Werbung, obwohl es die gleiche ist, irgendwie vom Ding her spritziger als wie die deutsche. Die ist nicht so ...

I: Ist die denn für Deutschland gemacht oder für das englischsprachige Ausland?

C: Ja, eigentlich ist es ja für alle gemacht, weil das ... ich kenne das ja eigentlich nur als dem Euro-Sport, die englische Werbung. Und da ist sie ja eigentlich für alle Nationen gemacht. Nicht nur für den englischsprachigen Raum.

I: Also ist die englische Werbung dann für den internationalen Markt gemacht?

C: Ja. Ja. Genau.

I: Okay. Glaubst du, dass es da Verständigungsprobleme gibt oder Verständnisprobleme gibt grade in Deutschland?

C: Ja. Ja.

I: Schon?

C: 100-prozentig. 100-prozentig.

I: Aber würde das das trotzdem rechtfertigen, wenn man sie weiter auf Englisch macht? Oder?

C: Also wenn man es nur so wie jetzt im Euro-Sport, da gibt's nur ausschließlich englische Werbung. Und da hat es mit Sicherheit Verständnisschwierigkeiten. Außer der Film ist fast selbsterklärend. Dass man sagt, das kann man aus dem Film rausnehmen. Aber wenn es also mehr verbale Werbung ist, dann führt es mit Sicherheit zu Missverständnissen oder wird total falsch verstanden.

I: Und gibt's denn einen Produktbereich, bei dem du glaubst, dass englische Begriffe unpassend sind? Oder irgendeine Produktkategorie? Irgendwas?

C: Ja, ob das jetzt rein englische Dinger sind, aber so Ceralien und so ein Zeug, da weißt du eigentlich gar nicht, was das ist, find ich im Produktbereich ... also solche Begriffe total daneben. Die nichtssagend sind. Wo man sich also nix drunter vorstellen kann.

I: Okay. Zum Beispiel bei Medikamenten-Werbung?

C: Oh. Da hab ich eigentlich ...

I: Würdest du jetzt spontan sagen, das passt? Oder ist schwierig?

C: Ist schwierig.

I: Ja?

C: Ja. Tāt ich schon sagen. Medikamente dürfte schwierig sein. Denk ich, da ist die deutsche Werbung, also die landessprachliche muss man halt immer sagen, wo es grad ist, ist besser. Verständlicher wahrscheinlich für den, der sich für ein Medikament oder sagen wir mal, so ein Drogerieprodukt oder so was interessiert.

I: Gut, dann, wie gut sprichst du denn Englisch?

C: Ja, nicht so gut. ((lacht))

I: ((lacht)) (...?) viele Jahre Englisch gehabt und gemacht.

C: Ja, ja. Ja, ja.

I: Und wie lange?

C: Ja, ich hab jetzt insgesamt vier Jahre, aber da hab ich mal zehn Monate ausgesetzt zwischendrin.

I: Das heißt, du hast wie viele Kurse ... waren das jetzt?

C: Ja, ich hab halt Englisch vom Grundkurs bis zum ... oh, wie heißt denn der? Die haben immer andere Namen. Ja, so gute Mittelstufe. Ja.

I: Hast du irgendwo Probleme gehabt beim Verständnis von den?

C: Nein, nein.

I: Okay. Ja, gut.

C: Gut.

I: Dann sag ich vielen Dank für deine Hilfe.

C: Ja, gern.