

Werder-Fans vor Millionen Zuschauern

Ditte Höfel aus Brettorf und Thomas Bahlke aus Dötlingen drehen Werbespot im Rahmen der ARD-„Sportschau“

BRETTORF/BREMEN

(dut) ■ Noch schöner als der 3:0-Sieg gegen Mönchengladbach am vergangenen Sonntag im Weserstadion war für die Mitglieder des Dötlinger Werder-Fanclubs „WFC 27801“ die Tatsache, dass zwei Fanclub-Mitglieder aus ihren Reihen für einen Fernseh-Werbespot vor der Kamera stehen konnten. Ditte Höfel aus Brettorf und Thomas Bahlke aus Dötlingen durften zwei Stunden lang für einen Spot, der während der ARD-„Sportschau“ gezeigt wird, als Protagonisten agieren.

Mit den Worten „Anpfiff mit Karstadt-Quelle-Versicherungen“ oder „Pause mit Karstadt-Quelle-Versicherungen“ sind die beiden Dötlinger in einer der kommenden „Sportschau“-Sendungen auf dem Bildschirm zu sehen. Hintergrund der Aktion ist die Tatsache, dass der Direktversicherer zur neuen Saison Programmsponsor der ARD-Sendung ist. Von jedem Bundesliga-Verein produziert das Unternehmen einen solchen Spot.

Da lag es nahe, dass die Produzenten beim Beitrag über Werder Bremen auf den mitgliederstarken „WFC 27801“ aus Dötlingen stießen. „Ihnen hat unsere Homepage gut gefallen, und so sind sie auf mich zugekommen mit der Bitte, etwa zehn



Probeaufnahmen mit Provisorium: Ditte Höfel während der Testaufnahmen in Aschenstedt.

Foto: privat

Mitglieder für ein Casting auszusuchen“, blickt WFC-Präsident Ingo Kläner zurück.

Danach ging alles ganz schnell: Elf Dötlinger Werder-Fans erschienen am 13. August zum Probedreh in Aschenstedt. Am Ende fiel

die Wahl auf Ditte Höfel und Thomas Bahlke. „Eine tolle Werbung für unseren Fanclub“, freute sich Präsident Kläner mit den Auserwählten.

Am Sonntag fanden vor dem Spiel im Bremer Weserstadion die Dreharbeiten für

den Spot statt. Mit einer Besonderheit: Normalerweise sind während der Werbung nur zwei Fans zu sehen, dieses Mal bildeten weitere 20 Werder-Fanclub-Mitglieder die Kulisse. Somit wirkten insgesamt 22 Dötlinger bei dem Dreh mit. „Es hat viel

Spaß gemacht. Einfach eine runde Sache“, resümierte Kläner gestern. „Wann bekommt man schon einmal eine solche Chance, während der ‚Sportschau‘ im Fernsehen zu sehen zu sein?“

Anstrengend sei es für die

Protagonisten schon gewesen, räumt der Brettorfer ein. Von den mehr als zwei Stunden dauernden Dreharbeiten bleiben am Ende nur Sekunden übrig. „Aber der Aufwand hat sich für dieses tolle Erlebnis auf jeden Fall gelohnt“, hieß es. Übrigens wurde am Sonntag auch der Spot mit Gladbacher Fans abgedreht.

Reich werden die Werder-Fans mit ihrem Auftritt allerdings nicht. „Für die beiden gab es 100 Euro als Aufwandsentschädigung“, berichtete Kläner. Das sei für die Mühen zwar nicht gerade viel Geld, aber der Spaß stand bei dieser Sache eindeutig im Vordergrund.

Wann der Spot im Fernsehen zu sehen ist, steht noch nicht fest. Die Mitglieder des Fanclubs wollen die Dötlinger rechtzeitig informieren, damit sie den Auftritt ihrer Mitbürger auf der Mattscheibe verfolgen können – neben vielen anderen Zuschauern. Die ‚Sportschau‘ versammelt nämlich jeden Sonnabend mehr als fünf Millionen Fußballfans vor dem TV-Gerät. Mit der Schiefelage der Quelle-Gruppe hat der werbende Direktversicherer Karstadt-Quelle im Übrigen nichts zu tun. Seit 2002 gehört das Unternehmen zu ERGO, einer Versicherungsgruppe in Europa und damit zur Münchener Rück, einem der weltgrößten Rückversicherer.