



Andy Kübler, Verantwortlicher für Radiowerbung, Migros Zürich, fotografiert in der Mühle Tiefenbrunnen, Zürich

## Radiospotfreak

**A**m 11. Radiospot-Wettbewerb der ARD für beispielhafte Funkwerbung im deutschsprachigen Raum steht sein Name unter so renommierten Werbeagenturen wie Saatchi&Saatchi oder Springer&Jacoby: Andy Kübler aus Zürich. Als einziger Schweizer wurde er 1990 mit einem silbernen Mikrofon ausgezeichnet, was um so erstaunlicher ist, als die Migros-Radiospots ja in Dialekt gesprochen sind. Seit Herbst 1988 ist dafür der heute 34jährige Andy Kübler verantwortlich, weshalb ich in einem Gespräch versuchte, dem Macher auf die Schliche zu kommen. Doch vorerst wollte ich hören, was die für Schweizer bisher seltene Auszeichnung der ARD für ihn bedeutet.

«Ich weiss zwar, dass manche Werber preissüchtig sind, für mich aber ist dies einfach eine Bestätigung meiner Arbeit. Aus dem Publikum ist das Echo auf meine Radiospots positiv, was mich freut und in bezug auf Werbung ja auch das Wichtigste ist», ist Kübler überzeugt. Ursprünglich im Detailhandel ausgebildet, erstaunt sein werbetechnisches Know-how, weshalb ich ihn bat, etwas mehr über seinen Werdegang zu verraten. «Nach der Detailhandelslehre absolvierte ich in Florenz das Liceo Artistico. Dann betätigte ich mich als Musiklehrer an der Zürcher Gitarrenschule und als Studiomusiker, wirkte bei Plattenpro-

duktionen mit, komponierte Jingles für TV-Spots und gründete 1980 das Tonstudio Flex in Zürich. Zum Medium Radio kam ich drei Jahre später, wo ich beim Zürcher Lokalradio Z von der Stunde Null an als Techniker mitwirkte und die ganze Aufregung, Nervosität und Spannung der Schweizer Lokalradioanfänge miterlebte», erzählt Kübler begeistert. Diese Begeisterung fürs Medium Radio ist es denn

*«Als Techniker von Radio Z erlebte ich die Schweizer Lokalradioanfänge von der Stunde Null an.»*

auch, die ihn nicht mehr losliess und ihn, wie er sagte, aus dem grauen Studio hinaus in die Selbständigkeit trieb. Sein Tonstudio Flex hatte er mittlerweile verpachtet, so dass sich Andy Kübler als Texter, Konzepter und Realisator von Radiospots selbstständig mache. In dieser Funktion und zuerst als Freelance übernahm er für Migros Zürich das Konzipieren und Realisieren von Radio- und TV-Spots. Dass er sich dann dort fix anstellen liess, muss ja seine Gründe haben, meinte ich zu Kübler. «Das ist richtig. Die Migros ist bekannt für innovative TV-Werbung, und ich habe hier Gelegenheit, innovative Radiowerbung zu machen. Es ist für mich reizvoll, mit der

populären Migros-Melodie zu arbeiten. Sei dies mit Champagnerkorken, mit Gläsern oder eben mit einem Reissverschluss ganz auf die Musik zu verzichten und nur noch mit den Geräuschen zu arbeiten», erklärte Kübler mit verschmitztem Lachen. Es ist dieser Reissverschluss-Mode-Spot, der ausgezeichnet worden ist. Ein sehr witziger Spot, dabei hört man doch immer, wir Schweizer seien humorlos. Doch dieses Vorurteil teilt Andy Kübler nicht: «Jeder Radiospot sollte ein Kurzhörspiel sein, das unterhält und mit Witz überzeugt.» Im Durchschnitt läuft jede Woche ein neuer Migros-Spot in den Zürcher Lokalradios. Das bedeutet für den Allrounder Andy Kübler, fünfzig Mal im Jahr eine gute Idee zu haben,

*«Jeder Radiospot sollte ein Kurzhörspiel sein, das unterhält und mit Witz überzeugt.»*

was er aber sofort mit diesem Satz relativierte: «Auch ich baue ab und zu Mist, denn grundsätzlich will ich beim Radiohörer Visionen erzeugen und nicht die banale Realität wiedergeben. Schon als Kind fand ich die Realität wenig interessant. Meine zwei Brüder und ich haben uns immer in Szene gesetzt, Theaterstücklein erfunden und gespielt. Beim Radiospot ist dies noch abstrakter, weil die Optik fehlt. Ich muss also mit dem Text und der Akustik alleine interessant und anders als die Konkurrenz sein, was mich am Anfang einer jeden Ideenfindung immer überlegen lässt, was eigentlich tönt. Wie tönt Mode (z. B. der Reissverschluss) oder Ostern (z. B. das Lachen des Osterhasen)? Und darum herum baue ich dann eine unterhaltende Kurzgeschichte mit einer einzigen Idee, die in wenigen Sekunden durchkommen muss.»

Wer Andy Kübler einmal in einem Gespräch vis-à-vis gesessen hat, glaubt sofort, dass er Geschichten erzählen kann. Doch so einfach, wie das als Zuhörerin jetzt tönt, so komplex stelle ich mir die Zusammenarbeit in einem Grossbetrieb vor. Aber auch in dieser Hinsicht scheint Kübler eine besondere Lösung gefunden zu haben: «Wie früher ein Hofnarr am Königshaus, geniesse ich in der Migros Zürich eine gewisse Narrenfreiheit. Das zeigt sich auch im Organigramm, ich bin nicht der Werbung, sondern der PR unterstellt. Zwei mal jährlich werden in einer Redaktionssitzung mit den Verantwortlichen aus PR, Marketing, Werbung, Kulturelles, Personelles und Soziales die Schwerpunktthemen erarbeitet. Und damit hat es sich; das Resultat hören diese Personen dann erstmals am Radio! Ich produziere durchschnittlich alle vierzehn Tage im Tonstudio. Dazwischen kreiere ich Spots und bin zu etwa zwanzig Prozent auch für Public Relations besorgt. Das ist ein weiterer Vorteil bei der Migros: Ich kann mich in Fachkursen ständig weiterbilden.» Dass ihm die Ideen ausgehen könnten, kann sich der agile Kübler nicht vorstellen. Laufend beobachtet er Menschen, Situationen, macht Notizen, interessiert sich für alles und jedes. «Als Kreativer ist das meine innere Haltung, vielleicht auch einfach ein tiefes Bedürfnis», sinnierte Andy Kübler.