

Schon im Kindesalter merkt der Mensch: Das Leben ist hart. Diese Seite des Lebens sieht man selten in der Werbung.



Unfreiwilliger Spagat - eine Szene aus der Tine Melk-Werbung.

Die norwegische Firma Tine Melk nimmt sich dieses Themas an, und lässt Kinder in einem Werbespot sich wehtun. Wie im richtigen Leben. Der dänische Regisseur, Martin Werner, der von der norwegischen Agentur Try engagiert wurde, hatte die Aufgabe, den Schmerz der Kinder in Szene zu setzen.

Dazu lässt er sie vom Dach oder vom Tisch fallen, sie bekommen einen Ball ins Gesicht, landen neben dem Trampolin oder fallen vom Skateboard, nur um anschließend ein Stück des Parcours' auf ihren Weichteilen zu spüren.

Dazu läuft der Song „It's a Hard Knock Life“ aus dem Musical „Annie“. Eine passendere

Untermalung ist kaum möglich.

<https://www.youtube.com/watch?v=hCenyT1Irp8>

Der Spot macht Spaß, man fühlt mit, Ziel erreicht, Milch verkauft. Aber keine Sorge, dem Zuschauer tut das Zuschauen mehr weh als den Kids die Stunts. Tatsächlich soll bei den Dreharbeiten kein Kind zu Schaden gekommen sein.

Wer es nicht glaubt, kann sich das „Making-of“-Video dazu anschauen.

*ap*