

## Blindtext-Kampagne der CBM

*Interview mit Dirk Bittermann von BBDO  
Düsseldorf*

Als Kreativer ist der „Blindtext“ ein alltägliches Arbeitsmittel, das allenfalls von jungen Kreativen am Beginn ihrer Karriere noch hinterfragt wird. Diesem Text einen Sinn zu geben, der über reinen Nonsense hinausgeht, ist eine kostengünstige und dennoch sparsame Methode, was bei NGOs unglaublich wichtig ist.

### **Wie kam es zu dieser Idee?**

Die CBM Christoffel Blindenmission steht wie viele Non-Profit-Organisationen vor der Herausforderung, mit minimalem Aufwand maximale Aufmerksamkeit zu erzielen. Als Agentur suchen wir deshalb immer wieder nach innovativen Wegen der Kommunikation. Dabei fiel den Kreativen ein bis dato nicht benutztes ‚Medium‘ auf, das natürlich alleine vom Namen schon perfekt passt: der Blindtext, den wir alle in Agenturen tagtäglich verwenden.

### **Wie erfolgte die „Übergabe“ an die Kollegen anderer Agenturen?**

CBM hat an viele führende Agenturen in Deutschland ein von uns entwickeltes Mailing verschickt mit der Bitte, zukünftig den ‚neuen‘ Blindtext in Layouts einzusetzen. Dazu lag dem Mailing ein USB-Stick bei, auf dem der Blindtext als Datei zu finden war.

### **Welche Erfahrungen haben Sie nach dem Versenden des Textes an Kollegen gemacht? Gab es Rückmeldungen? Gibt es evt. schon Agenturen, die diesen Text dem Standard Platzhaltertext vorziehen?**

Ja, wir haben begeisterte Reaktionen bekommen. Sowohl von Medien, die über die Idee berichtet haben, als auch von einigen Agenturen, die uns berichtet haben, dass sie ab sofort mit dem neuen Blindtext arbeiten. Die kleine, charmante Idee hat ein großes und ausnahmslos positives Echo erzeugt!

### **Welche Anforderungen wurden an das Wording gestellt?**

Kurz, prägnant, charmant. Genau so sollte der Blindtext sein.

### **Der Text ist mit nur 52 Wörtern sehr kurz und wiederholt sich dann. Hätte man nicht noch mehr Details unterbringen können und den Text somit länger und informativer gestalten können?**

Natürlich, aber uns war es wichtig, dass der Leser auch bei kurzen Texten die ganze Botschaft lesen kann und nicht das Gefühl hat, mitten im Text ‚aussteigen‘ zu müssen.

### **Da es sich eher um ein textliches Projekt handelt, war die Gestaltung hier weniger wichtig. Dennoch wurde das Mailing auch gestaltet. Was war dabei wichtig? Welche Gestaltungselemente sind eingeflossen?**

Wir sprechen mit Agenturen, also sollte das Mailing auch in der Umsetzung aussergewöhnlich sein. Der USB-Stick befindet sich zum Beispiel in einer schwarzen Kartonage, auf der in Braille-Schrift geschrieben steht ‚Der erste Blindtext, der Blinden hilft‘. Derselbe Text findet sich innen natürlich noch einmal in Druckschrift.

### **Sind „spürbare“ Reaktionen in Form von höheren Spendeneinnahmen erfolgt?**

Die Spendeneinnahmen der CBM haben sich insgesamt gut entwickelt. Wenn unser Mailing dazu beitragen konnte, freut uns das, ein genauer Betrag lässt sich aber nicht beziffern.

**Gibt es Überlegungen diesen Text aus der Agenturebene in die private Ebene zu holen, um auch die Bevölkerung anzusprechen? Bzw. kann das mit fachfremdem Publikum überhaupt funktionieren, da dieser Text ja normalerweise ersetzt wird, bevor er an die Öffentlichkeit geht?**

Ich denke es macht Sinn, sich zunächst auf die weitere Verbreitung in Agenturen zu konzentrieren. Darin steckt noch genug Potenzial drin. Über den Multiplikator-Effekt bei Kunden und Dienstleistern können wir zudem viele weitere Menschen erreichen.

**Verwenden Sie selbst in der Arbeit sowie im Privaten diesen besonderen Blindtext?**

Natürlich arbeiten die Art Direktoren bei uns mit dem neuen Blindtext. Privat schreibe ich allerdings eher selten Blindtexte ... ;-)

**Wie verlief die Arbeit mit der CBM? Wie wurde die Idee aufgenommen?**

Die CBM ist ein Traumkunde und wir arbeiten seit vielen Jahren sehr erfolgreich zusammen. So haben wir zum Beispiel für unsere Fundraising-Kampagnen zwei Social Effies gewonnen. Auch der weltweit neue Markenauftritt wurde von uns entwickelt. An der Zusammenarbeit verdienen wir deutlich weniger Geld, die Arbeit gibt einem aber das gute Gefühl, Sinnvolles mit Kommunikation zu bewirken. Wenn das dann noch mit kreativen Ideen geschieht - umso besser. Die CBM war und ist hier sehr aufgeschlossen und begeisterungsfähig, wie das Beispiel ‚Blindtext‘ zeigt.

Interview: Nadine Roßa & Nicole Zimmermann  
Gestaltung: Nicole Zimmermann



## DER ERSTE BLINDTEXT, DER BLINDEN HILFT:

Ich bin der erste Blindtext, der Blinden hilft. Der erste Blindtext, der Sinn macht und mehr ist als ein Platzhalter. Denn durch mich erfahren Sie, dass man blinde Menschen mit nur 30 Euro heilen kann. Unter [www.christoffelblindenmission.de](http://www.christoffelblindenmission.de). Und das ist doch sinnvoller als alle lorem ipsums, quick brown fox und oxmox zusammen. Ich bin der erste Blindtext, der Blinden hilft. Der erste Blindtext, der Sinn macht und mehr ist als ein Platzhalter. Denn durch mich erfahren Sie, dass man blinde Menschen mit nur 30 Euro heilen kann. Unter [www.christoffelblindenmission.de](http://www.christoffelblindenmission.de). Und das ist doch sinnvoller als alle lorem ipsums, quick brown fox und oxmox zusammen. Ich bin der erste Blindtext, der Blinden hilft. Der erste Blindtext, der Sinn macht und mehr ist als ein Platzhalter. Denn durch mich erfahren Sie, dass man blinde Menschen mit nur 30 Euro heilen kann. Unter [www.christoffelblindenmission.de](http://www.christoffelblindenmission.de). Und das ist doch sinnvoller als alle lorem ipsums, quick brown fox und oxmox zusammen. Ich bin der erste Blindtext, der Blinden hilft. Der erste Blindtext, der Sinn macht und mehr ist als ein Platzhalter. Denn durch mich erfahren Sie, dass man blinde Menschen mit nur 30 Euro heilen kann. Unter [www.christoffelblindenmission.de](http://www.christoffelblindenmission.de). Und das ist doch sinnvoller als alle lorem ipsums, quick brown fox und oxmox zusammen. Ich bin der erste Blindtext, der Blinden hilft. Der erste Blindtext, der Sinn macht und mehr ist als ein Platzhalter. Denn durch mich erfahren Sie, dass man blinde Menschen mit nur 30 Euro heilen kann. Unter [www.christoffelblindenmission.de](http://www.christoffelblindenmission.de). Und das ist doch sinnvoller als alle lorem ipsums, quick brown fox und oxmox zusammen. Ich bin der erste Blindtext, der Blinden hilft. Der erste Blindtext, der Sinn macht und mehr ist als ein Platzhalter. Denn durch mich erfahren Sie, dass man blinde Menschen mit nur 30 Euro heilen kann. Unter [www.christoffelblindenmission.de](http://www.christoffelblindenmission.de). Und das ist doch sinnvoller als alle lorem ipsums, quick brown fox und oxmox zusammen. Ich bin der erste Blindtext, der Blinden hilft. Der erste Blindtext, der Sinn macht und mehr ist als ein Platzhalter. Denn durch mich erfahren Sie, dass man blinde Menschen mit nur 30 Euro heilen kann. Unter [www.christoffelblindenmission.de](http://www.christoffelblindenmission.de). Und das ist doch sinnvoller als alle lorem ipsums, quick brown fox und oxmox zusammen.

TEXT  
WE  
T  
D  
N  
L  
B