
NNUNCIO OFFICI
RIUNIONE


NNUNCIO OFFICI
RIUNIONE

WILKINSON-MARKTANTEILE

Zwischen den Sechziger- und den Siebzigerjahren beschränkte sich der Rasurmarkt noch weitgehend auf die klassische Rasierklinge, und jeder Hersteller gab sein Bestes.

Die Branche war von der Propaganda zur Überredung übergegangen und dann zu etwas, das man nur Nachahmung im Auftrag nennen konnte. Jedes Unternehmen folgte derselben ungeschriebenen Regel.

Wollte man von ein und demselben Produkt mehr verkaufen, empfahl das Marketing stets dieselbe Lösung:

Das Kleid wechseln. Den Namen wechseln. Der Körper bleibt derselbe.

Manchmal aber genügte ein einziges Wort, um eine emotionale Bindung zu den Verbrauchern zu schaffen.

Genau das geschah mit den Bolzano-Klingen.

Die Bozner Stahlwerke begannen mit der Herstellung von Rasierklingen unter dem Namen Falco-Klinge, aus der später die berühmte Bolzano-Klinge wurde.

Zwei Millionen Klingen im Monat stellte eine Belegschaft von 350 Beschäftigten her, die meisten von ihnen Frauen. Und das war kein Zufall.

Es gibt auch ein politisches Detail, das selten erwähnt wird.

Die Fabrik entstand auf direkte Weisung der Regierung Mussolini, die die industrielle Entwicklung in Bozen fördern und die Italianisierung Südtirols vorantreiben wollte, eines Gebiets, das nach dem Großen Krieg erworben worden war, aber überwiegend von deutschsprachigen Gemeinschaften bewohnt wurde.

Die Bolzano-Klingen waren also mehr als ein Industrieprodukt.

Sie waren auch ein Werkzeug nationaler Identität.

Der Werbeslogan ließ wenig Raum für Deutungen:

„Bolzano-Klinge, rasier dich italienisch.“

Der Wirtschaftsboom der Nachkriegszeit wurde auch zum Boom der Marke. Bolzano wurde zu einem der Symbole des italienischen Massenkonsums.

Dann kamen die Siebzigerjahre.

Die Einwegrasierer kamen.

Der Niedergang begann.

Die Marke tat sich schwer mit der Anpassung, bis ein letzter Versuch unternommen wurde.

Eine Pressemitteilung verkündete stolz:

„BOLZANO-KLINGE ist offizieller Lieferant von Wilkinson Sword, London."

Die italienischen Journalisten stürzten sich auf die Meldung.

Es war eine Bombe, die explodierte, als der Krieg längst vorbei war.

Die Folgen ließen nicht auf sich warten.

Eine Journalistin führte das Interview mit bemerkenswertem Geschick.

Nachdem sie den Boden sorgfältig bereitet hatte, fragte sie den Geschäftsführer:

„Sind in der Zahl der Klingen, die Sie angeblich verkaufen, auch Messer enthalten?"

Der Manager war verdattert.

„Warum fragen Sie mich das?"

Die Journalistin antwortete:

„Damit Sie eins nehmen und den ganzen Unsinn durchschneiden können, den Sie uns hier erzählen."

Der Saal brach in Gelächter aus.

Wilkinson antwortete nie.

Wie es ihr Stil war.

Eine aristokratische Tante von edler Herkunft, die Italiener lieber gar nicht erst isst, nur um sie hinterher nicht verdauen zu müssen.

Heute ist von jenem großen industriellen Abenteuer wenig geblieben.

Ein Kreisverkehr.

Ein Schild.

Ein paar verblassende Erinnerungen.

Und der Unsinn, an dem die Italiener — ich selbst allen voran — mit Stolz hängen.

Via UK
Ferdinando