

# VIEL MEHR ALS NUR EIN MÄRCHEN

Wie führt man eine 90-minütige Produkteschulung durch, ohne dass ständig gelangweilt auf die Uhr geschaut wird? Das Rezept heisst «Late Night Show» – eine professionelle Mischung aus Cabaret, Märchen, Songs, Interaktionen ... und griffigen Kernbotschaften zu ausgewählten Produkten.

Text: Jürg Lendenmann



1 «So ein Theater» im Zürcher Bernhard-Theater war bestens besucht. Die Produkteschulung von Eucerin Schweiz kam an. 2 Der rote Faden der Show: Prinz Eucerin macht sich auf, eine Prinzessin zu erlösen. 3 In den Hauptrollen: Uwe Sachs (links) und Christoph Rabl. 4 Rabl als Märchenerzähler. 5 Dr. Dr. Beiersdorfer alias Uwe Sachs wird charmant bezirzt.

So ein Theater. So lautete das Motto einer Produkteschulung, zu der Teams von Apotheken und Drogerien von Eucerin Schweiz ins Bernhard-Theater eingeladen worden waren.

Wie zuvor in andern Schweizer Städten, war die «Late Night Show» in Zürich am 4. Juni bis zum letzten Platz besetzt.

## Auch Erwachsene brauchen Märchen

Es war eine mit Höhepunkten vollgepackte Schau, welche die beiden Schauspieler und Multitalente Christoph Rabl und Uwe Sachs abzogen: Während Sachs als Bauchredner die Puppe Annick Produkthighlights verkünden liess und als urkomischer Dr. Dr. Beiersdorfer wissenschaftliche Facts vortrug, fungierte der ebenso eloquente Rabl als Antipode – als Sänger und Märchenerzähler.

Das Märchen vom Prinzen Eucerin, der sich mit fünf Gefährten aufmacht, eine Prinzessin zu erlösen, zog sich als roter Faden durch den kunterbunten Abend und war ganz bewusst als zentrales Element gewählt worden. Christoph

Rabl: «Kognitive Inhalte, also alle Wissensinhalte, können dann gut gemerkt werden, wenn sie emotional codiert sind. Mit einer märchenhaften Erzählung kann man Emotionen aufbauen. Die starken emotionalen Impulse werden sofort mit kognitiven Inhalten verknüpft, die wichtig sind. Das funktioniert bei Kindern ebenso wie bei Erwachsenen.»

## Merkel und Obama diskutieren über «EU-cerin»

Zu den Highlights der Show, die haften bleiben, zählt die «unbekannte Auftraggeberin», die – eine Hommage an James-Bond-Filme – ihre Katze streichelt. Sodann der Dialog zwischen Angela Merkel und Barack Obama über «EU-cerin» ... und natürlich der von Rabl komponierte und vorgetragene Eucerin-Song. Und immer wieder wurde das Publikum aktiv in das Geschehen miteinbezogen.

Knapp zwei Monate hätte die Netto-Arbeitszeit ihres 15-köpfigen Teams betragen, bis alles stand, sagt Rabl. «Die Umsetzung war inso-

fern eine leichte Übung, weil die Produkte gut sind. Zudem hatten wir auch von Beiersdorf her ganz viele Freiheiten, unsere kreativen Impulse umzusetzen; das ist für uns als Künstler besonders toll.»

## Wenn nicht nur die «erste Wahl» haften bleibt

Hansjörg Netzer, Division Director bei Beiersdorf, ist mit dem Erfolg mehr als zufrieden: «Wir hatten bei allen Events überfüllte Theatersäle – bis jetzt insgesamt 1400 Teilnehmende in der Deutschschweiz. Nun versuchen wir, die «Late Night Show» auch in Deutschland und Österreich durchzuziehen.» Einzige Zielsetzung des Fortbildungsabends sei, dass die Gäste beim Nach-Hause-Gehen wissen: Eucerin ist dank des heutigen Produktsortiments in der Beratung die erste Wahl bei empfindlicher Haut. Nicht nur dürfte dieses Ziel bei allen erreicht worden sein; viele werden vermutlich zum ersten Mal erfahren haben, dass Produkteschulung auch grossen Spass machen kann. //