

Martin Doering
... (Straße) ...
... Berlin

Martin Doering • ... (Straße) ... • ... Berlin

eprimo GmbH
Flughafenstraße 20
63263 Neu-Isenburg

Berlin, den 27.12.2016

Sehr geehrte Damen und Herren,

auf Ihre Firma bin ich im Internet aufmerksam geworden. Eigentlich wollte ich nur ein paar Videos auf der 1&1-Website anschauen, doch fast jedes Mal starteten diese mit einem etwa 30 Sekunden langen Werbespot von Ihnen, den man weder vorspulen noch überspringen konnte. Das hatte bei mir fatale Folgen, und deshalb muss ich Ihnen schreiben.

Gleich zu Anfang wurde ich jedes Mal mit einer „eprimoooooooooooooooo!!!“-Arie angesungen. Schon nach einigen Malen bemerkte ich ein leichtes Nachlassen der Sensibilität für andere Vokale, dachte mir aber noch nichts dabei. Später jedoch (nach gefühlt 20-30 weiteren eprimo Werbespots) konnte ich nur noch das „O“ wahrnehmen. Mein Ohrenarzt ist am Ende seiner Weisheit – einen solchen Fall gab es in seiner Praxis bisher noch nicht. Er erklärte mir, dass der einzige bisher bekannte Fall einer Rezeptionsbeschränkung auf den Buchstaben „O“ in einer TV-Sendung von Vicco von Bülow aufgetreten war, in der Dr. Sommer von der tierpädagogischen Hochschule Cuxhaven seinen sprechenden Hund vorgestellt hatte. Der Reporter meinte, nur den Buchstaben „O“ gehört zu haben und behauptete, der Hund könne gar nicht sprechen. So in etwa können Sie sich auch meinen Fall vorstellen.

Doch das ist noch nicht alles: Durch das optische Dauerfeuer aus neongrün, orange und gelb hat sich auch meine visuelle Wahrnehmung verändert, so dass sich eine Unfähigkeit zur Wahrnehmung anderer Farben ausgebildet hat. Die Ärzte nennen es eine Art Blau-Allergie, sind aber ansonsten ratlos.

Vor diesem Hintergrund bereitet mir große Sorge, dass der Darsteller in Ihrem Werbespot die Zuschauer beschwört, „mehr“ anzuklicken und sich noch „mehr“ von eprimo anzusehen. Ich halte das nach meinen Erfahrungen für keine gute Idee und hätte mir nicht „mehr“, sondern *weniger* gewünscht, nämlich weniger „O“-perngesang und weniger grelle Farben.

Da die Mediziner mit meinem Fall überfordert sind, wende ich mich an Sie in der Hoffnung, dass Sie mir helfen können. Vielleicht haben Sie ja bereits von anderen Kunden gehört, denen es ähnlich erging? So hoffe ich auf Ihre Erfahrung und Hilfe, oder dass meine Symptome irgendwie von selbst verschwinden, wenn ich mich nur lange genug von Ihrer Werbung fernhalte. Nur kann das eigentlich nicht Ihre Absicht sein, d.h. dann verstehe ich Ihre Werbung nicht. Vielleicht können Sie mich auch darüber aufklären.

Mit freundlichen Grüßen

Martin Doering