



**ZUNEHMENDER FISCH**

Stellen Sie sich vor, Sie würden bei Ihrer Geburt fast nichts wiegen und wären 2 Millimeter groß. Dann ver- sechzigmillionenfachen Sie Ihr Gewicht auf zwei Tonnen und sind mit drei Metern Länge der größte Knochenfisch der Welt. Das sind beileibe noch nicht alle Weltrekorde, die der Mondfisch hält, und Sie wissen auch noch nicht, warum der Mondfisch Mondfisch heißt.

Er weiß es selbst nicht. Trifft er nämlich beim Baden auf Amerikaner, rufen die ihm ein zwar freundliches, aber dennoch irritierendes ‚Hello sunfish‘ zu. Ja, was nun, fragt sich das arme Tier und geht der Sache auf den Grund. Nach ein paar Denkblasen kommt ihm die Idee, dass seine Vorliebe für Sonnenbäder, die er gern auf den Wellen driftend nimmt, ihm den Namen ‚Sunfish‘ eingetragen haben könnte. Typisch Amis, denkt er - so oberflächlich. Die Deutschen haben bei meiner Namensgebung bestimmt tiefgründiger geschürft. Also noch mal abtauchen und tatsächlich: Unter der Wasseroberfläche findet er zig winzig kleiner Gründe, warum er Mondfisch genannt wird. Abermillionen Parasiten und Mikroorganismen haften an seinen Schuppen. Aber der Mondfisch wäre nicht der Mondfisch, wenn er nicht irgendwelche Tierchen an seine Haut ließe. Leuchten müssen sie können, und dann leuchtet auch er. Nachts. Wie der Mond.

Vielleicht hilft ihm das Leuchten, in den lichtlosen Tiefen des Meeres Beute anzulocken. Vielleicht aber dient die Illumination dem eigentlich eingefleischten Einzelgänger auch als Lockstoff. Denn als vom Aussterben bedrohte Art ist eine Paarung von Zeit zu Zeit ja durchaus angeraten. Überhaupt ist es unverständlich, warum ein Wesen, das 120 Jahre alt werden kann, eine 13 Zentimeter dicke Haut und keine natürlichen Feinde hat, zu den Gewesenen gehören sollte. Zumal der Mondfisch zusätzlich noch über die beste Lebensversicherung verfügt, die man als Tier haben kann: er schmeckt nicht. Jedenfalls nicht uns Menschen.

Womit wir auch schon beim Grund sind, warum wir als Kommunikationsagentur Ihnen die Mondfisch-Geschichte erzählen. In der Werbewelt gibt es die Weisheit, dass ein Köder dem Fisch, nicht dem Angler schmecken muss. Ein treffendes Bild für konsequentes Denken von der Zielgruppe her. Wer diesen Spruch beherzt und die Kunst der adäquaten Zielgruppenansprache beherrscht, dessen Arbeiten können leuchten und locken. Wie der Mondfisch.