



**Татьяна ЯКУШЕВА**  
(Москва) — копирайтер  
агентства Grey Worldwide

## Фрау Шмидт против тети Аси

Татьяна Якушева комментирует рекламные ролики Frau Schmidt

### Две Домохозяйки

От рекламы бытовой химии уже давно не ждешь сюрпризов. С тех пор как приехала теть Ася, мы видим шаблонные истории, построенные по схеме «проблема — решение», и неотличимых друг от друга персонажей. Неоднократно высказывалось мнение, что именно такие ролики продают, и раз так, то надо и впредь придерживаться отработанного сценария. Хотя возможно, продают не столько сами ролики, сколько огромный медиавес в сочетании с налаженной дистрибуцией. Хорошие продажи не стимулируют крупных рекламодателей искать другие креативные решения.

Главная героиня большинства роликов этой продуктовой категории — Счастливая Домохозяйка. Единственное, что может нарушить ее безоблачное существование, это пятна на одежде, недостаточная мягкость махровых полотенец и, конечно, бактерии под ободком унитаза. Впрочем, Счастливая Домохозяйка тем и отличается от своих незадачливых подруг, что знает, как справиться с этими проблемами. Даже придирчивая свекровь вынуждена признать ее превосходство на хозяйственном фронте. Роль остальных домочадцев — мужей и детей — сводится к минимуму. Они дополняют картину семейной идиллии и пачкают вещи.

Счастливая Домохозяйка появилась не на пустом месте. За этим персонажем стоит представление рекламодателя о целевой аудитории — Домохозяйках Простых. Простая Домохозяйка — существо недалекое, невероятно доверчивое и начисто лишенное чувства юмора. Ее интересы и устремления не выходят за рамки малогабаритной квартиры, а при слове «новинка» в ее мозгу включается программа «срочно купить». Счастливая Домохозяйка занимает почетное место в пантеоне ее домашних богов и служит непререкаемым авторитетом. Остается только добавить, что Простая Домохозяйка встречается в природе не чаще, чем Счастливая, и является очередным Франкенштейном, порожденным маркетологами.

Однако недавно в уютное царство Домохозяек вторглась властная брюнетка, ломающая стереотипы. Зовут ее фрау Шмидт. Язык не повернется назвать фрау домохозяйкой. Она — Хозяйка Дома и всего, что в нем есть, включая стиральную машину и инфантильного мужа. Кстати, роль мужа у фрау Шмидт примерно та же, что и у Счастливой Домохозяйки, — в обоих случаях он не столько живой человек, сколько предмет интерьера. Но если у Домохозяйки этот факт стыдливо прикрывается «семейными ценностями», то фрау Шмидт откровенно заявляет: «Берем мужа...» Несмотря на это, герр Шмидт получился гораздо более ярким персонажем, чем мужья Домохозяек. Чего стоит эпизод, когда он пытается съесть средство для стирки!

Фрау Шмидт — настоящий кошмар Счастливой Домохозяйки. Еще бы, женщина-доминатрикс, заставляющая мужа стирать свои блузки и оставляющая его на время отпуска дома с одним яйцом. Кто-то скажет, что наши российские женщины, покупательницы бытовой химии, совсем не такие, что им ближе советы тети Аси, а не мастер-классы заезжей фрау. Но воспринимать героиню этих роликов всерьез так же нелепо, как верить в существование Идеальной Домохозяйки или Санта-Клауса. И есть все основания полагать, что покупательницы достаточно умны, чтобы понимать условность ситуации ролика.

Сможет ли эксцентричная фрау Шмидт продавать не хуже привычной тети Аси? Смотря кому. Целевой аудитории, состоящей из придуманных кем-то «простых домохозяек», — вряд ли. Реальным женщинам, которые устали от того, что рекламодатели обращаются к ним как к примитивным домашним «баба-роботам», — скорее всего, да. По крайней мере, ролики про фрау Шмидт не останутся незамеченными, а для вывода на рынок нового бренда это уже большой плюс. ■

### Ломая стереотипы



▲ Мастер-класс от фрау Шмидт. Узнаем, как научиться больше доверять своему мужу. «Здравствуйте, я — фрау Шмидт, — говорит с экрана симпатичная женщина с легким налетом стервозности. — Узнаем, — продолжает она, — как превратить обычный вечер в по-настоящему романтический. — Интерьеры комнаты стремительно меняются на уютную спальню. — Берем мужа, заводим его в спальню, гасим свет и ослепляем», — на экране появляется жена в ослепительно-белом нижнем белье. Муж хватается за голову и падает без чувств. Голос за кадром: «Белье белее белого от фрау Шмидт. Идеально отбеливает деликатное кружевное белье. «Фрау Шмидт» — чистота в деталях»



▲ На экране все та же фрау Шмидт. «Узнаем, как научиться больше доверять своему мужу», — говорит она свою сакраментальную фразу. В это время муж сидит на диванчике и читает газету. «Берем мужа, стиральную машину и вашу любимую блузку», — безапелляционно заявляет она. Бросает ее мужу. Достает таблетки для отбеливания. «Даю подсказку», — и показывает сбитому с толку мужу на открытую дверцу в стиральной машине. Он справился! Безупречность и белизна! «Фрау Шмидт» — чистота в деталях».



▲ В очередном ролике фрау Шмидт дает урок о том, как избежать головной боли во время отпуска. Рецепт похож: «берем мужа, холодильник и делаем запас продуктов». Но, самое главное, оставляем мужу одно яйцо — поглотитель запаха от «Фрау Шмидт». Свежесть и уют. А теперь самой можно спокойно отдохнуть