

Sie sind hier: Startseite > onLeben > Lifestyle

Der Osten is(s)t anders



Im Osten ein Renner:
Spreewaldgurken. (Foto: dpa)

Er trinkt lieber Hasseröder Bier als Warsteiner, isst lieber Spreewaldgurken und streicht sich Bautz'ner Senf statt Löwensenf auf die Halberstädter Bockwurst. Der Ossi isst und trinkt einfach anders. Er liest lieber Super-Illu statt Stern, schaut lieber MDR und RTL statt ARD und ZDF. Der Werbefachmann Alexander Mackat hat sich in seinem Buch *Das deutsch-deutsche Geheimnis* mit diesen Unterschieden befasst. "Der Osten gleicht seinen Lebensstil schon längst nicht mehr dem Westen an", sagt er im Gespräch mit onLeben. Mackat meint sogar: Der Westen "verostet".

Zum Durchklicken [Küchenschrank-West und -Ost](#)

Fotoserie [Diese Ostprodukte sind Kult](#)

Zum Durchklicken [Werbung Ost - Werbung West](#)

Fotoserie [Wohnen in der DDR](#)

Anzeige

Willkommen in der Beauty-Oase

Probieren Sie professionelle Stylingtipps und Schmink-tricks. Sehen Sie die neusten Trends bei Make-up und Frisuren. Ermitteln Sie in Tests Ihr typgerechtes Beauty-Programm. Alles für Ihre Schönheit bietet [beautylive](#).



Ossis achten auf Markenware

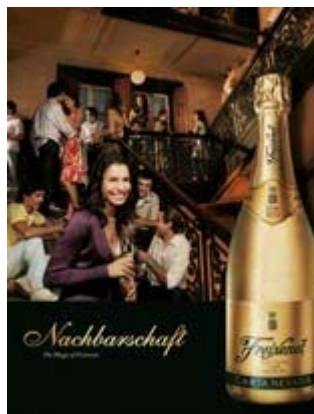
Zwar haben viele Ostprodukte im Osten überlebt und verkaufen sich dort gut. Jedoch ist der Osten auch markenbewusst. Manche Westmarken sind in Meck-Pomm, Thüringen und Sachsen sogar viel erfolgreicher als in den alten Bundesländern. Kaffee zum Beispiel: Jakobs und Dallmayer sind dort die Renner. Jacobs verkauft in der ehemaligen DDR fast fünf mal so viel Kaffee wie im Westen und bietet sogar eine extra starke Meisterröstung für den Kaffeetrinker Ost an. Kaffee billiger Handelsmarken von Discountern wie Aldi haben es dort schwer.

Der Osten riecht schwerer

Volvic, Lätta, Ariel und Pall Mall haben im Osten mehr Erfolg. Und der Ostdeutsche duftet auch anders, etwas schwerer, aber vornehm: Die Edeldüfte von Chanel, Dior, Bulgari und Lacoste sind hier beliebter als im Westen. Und im Durchschnitt gibt man in den neuen Bundesländern 15 Prozent mehr für Parfum aus als der Westen.

Ossis sind "ostimistisch"

"Ostalgie ist tot", sagt Mackat. Dass der Osten anders isst, trinkt und lebt, habe andere Gründe. "Ostismus" nennt das der Werbefachmann: "Die turbulente Wende ist verdaut und der Blick optimistisch nach vorn gerichtet, jedoch nicht ausschließlich gen Westen. Es gibt ein eigenes Lebensgefühl: weniger Statusdenken, eher bodenständig. Kein Porsche vor der Villa, sondern der Kombi vor dem Einfamilienhaus", beschreibt Mackat dieses Lebensgefühl.



Werbung auf ostdeutsch ist erfolgreicher

Mackat glaubt, dass dieses Feeling auch mehr und mehr im Westen Fuß fasst: "Traditionelle Werte wie Familie und Pflichtbewusstsein sind in den alten Bundesländern wieder im kommen. Man nähert sich hier dem Ost-Lebensgefühl an." Daher seine These: Werbung, die im Osten funktioniert, kommt auch im Westen besser an. In seiner Studie hat er Werbekampagnen von Ossis und Wessis bewerten lassen. Ergebnis: Werbung für den Westen kam im Osten gar nicht gut an. Jedoch Kampagnen, die speziell für den Osten gemacht waren, mochten auch Westdeutsche.

Zum Durchklicken [Werbung Ost - Werbung West](#)

[Bild großklicken](#)

Diese Werbung kommt gut im Osten gut an. (Foto: Fritsch &

Mackat Werbeagentur GmbH)



Besser leben: Wegweiser Bauchgefühl!

In Job, Liebe und Familie die richtigen Entscheidungen treffen? Hören Sie doch mal auf Ihren Bauch! Wie Sie das schaffen? Mit Tipps und Aufgaben jede Woche bei Ihrem kostenlosen Lifestyle-Ratgeber bei onLeben. Und Sie können sich testen: Sind Sie ein Kopf- oder Bauchmensch?

[Besser leben](#)

Mehr aus onLeben:

Makellos schön? [Auch die Stars schaffen das nicht](#)

Beziehung ohne Sex [Kann das funktionieren?](#)

Gut zu wissen [Verbrauchertipps kompakt](#)

Was tun, wenn's zwickt? [Tipps für schmerzfreies Joggen](#)

bri

Diesen Inhalt finden Sie unter dieser Adresse: <http://onleben.t-online.de/c/11/95/64/66/11956466.html>

Rechtshinweis:

© Copyright Deutsche Telekom AG, T-Com

Die Inhalte sind urheberrechtlich, als wesentliche Teile von Datenbanken oder als sonstige gewerbliche Schutzrechte geschützt. Alle Rechte vorbehalten.

Insbesondere sind öffentliches Zugänglichmachen der Inhalte, zum Beispiel durch Aufnahme in fremde Internetangebote und Online-Dienste, Links auf die Seite der Deutsche Telekom AG, T-Com, sowie Vervielfältigungen der Inhalte auf Datenträger aller Art, z.B. CD-ROM, DVD-ROM usw., auch auszugsweise, nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung durch die Deutsche Telekom AG, T-Com erfolgen. Die Deutsche Telekom AG, T-Com haftet nicht für unverlangt übermittelte Inhalte, Manuskripte, Fotos etc. Für Inhalte von Webseiten, auf die durch einen Link verwiesen wird und Inhalte, die ausdrücklich oder konkludent, z.B. mittels Urhebervermerk oder entsprechendes Branding als fremde Inhalte gekennzeichnet sind, übernimmt die Deutsche Telekom AG, T-Com keine Haftung.