

»Super Werbung für die Stadt«

Warum der Offenburger Schuhmacher Udo Meier einen Cowboystiefel für McDonald's entworfen hat

Wer stept denn da in der McDonald's-TV-Werbung? Ganz klar: Stiefel von Schuh Meier in Offenburg spielen die Hauptrolle. Udo Meier hat das Paar für den Spot fit gemacht und mit Zwiebel und Gurke dekoriert. Der 55-Jährige berichtet, wie es dazu kam.

BETTINA KÜHNE



Cowboystiefel sind eine Spezialität von Udo Meier. Der Schuhmacher hat einen Stiefel für McDonald's entworfen (rechts).
Fotos: Ulrich Marx

Offenburg. Udo Meier grinst. »Ich bin grottenstolz, dass ein kleiner Laden aus Offenburg das machen durfte«, sagt der Offenburger Schuhmacher. Bekannt ist der 55-Jährige als Spezialist für Cowboystiefel. Auch die Suchmaschine Google weiß das, und deshalb flatterte ihm per E-Mail die Anfrage einer Agentur aus Berlin ins Haus. Ob er ein Paar Stiefel in Einzelanfertigung herstellen könnte, hieß es; in der Anlage befand sich ein erster Entwurf. »Da hat mir noch nichts gedämmert«, sagt der passionierte Stiefeleinschneider, in dessen Regalen auch Schuhe mit Kaktus oder Chilischote zum Verkauf stehen.

Dennoch hat er die Anfrage der Dame aus der Bundeshauptstadt freundlich beschieden und ihr Vorschläge gemacht, wie es klappen könnte. Denn: »Einen Stiefel mit dem Design neu nähen, das macht keiner, auch nicht in Mexiko.« Aber er könnte welche herrichten mit den gewünschten Elementen.

Auf der Farbe beharrt

Die Auftraggeberin suchte daraufhin das Netz nach gelben Stiefeln ab. Als sie so auf die Farbe beharrte, dämmerte es Meier, dass es bei dem Vorhaben um die Werbung des bekannten Hamburger-Restaurants geht: »Plötzlich sah ich das typische Logo.«

Dieser gelbe McDonald's-Bogen ist im 30-Sekunden-Clip

auch als Erstes von den Stiefeln zu sehen: Der Cowboy tritt durch die Schwingtür in den Salon, die Kamera heftet sich auf die Stiefel. »Ich habe das so lange vergrößert, bis es gut aussah«, sagt Meier.

Er suchte bei sich ein gleichermaßen strapazierfähiges wie bequemes Grundmodell aus. »Mein Sohn musste probieren, der hat auch 44«, sagt er. Als der passende Schuh gefunden war, machte er sich kreativ ans Werk. Einige E-Mails gingen hin und her: Aus braunem, roten, weißem und grünem

Leder hat er den Burger nachdesignt. Er schnitt sich die »Zutaten« des beworbenen Burgers aus dem verschiedenfarbenen Leder zu.

Es war keine einfache Arbeit, etwa, weil das Leder der Gurken nicht das richtige Grün hatte. Es war zunächst zu dunkel. Vor allem musste der Schuhmacher an den Zwiebeln tüfteln, berichtet Meier. »Aber jetzt sehen sie aus wie die frisch geschnittenen, die in der Werbung auf den MC Rib

fallen«, freut er sich. Inklusiv 3-D-Effekt.

Nachdem sein Entwurf Zustimmung gefunden hatte, machte er sich mit seinem Kumpel Robert ans Nähen: »Mit einer solchen Kontur sieht es einfach besser aus.« Dann wurden die Elemente auf die Stiefel geklebt. Zwei Sonntage rückte er an diese Arbeit ran, beäugt von der Familie: »Die fanden das Projekt auch cool.« Dann waren sie fertig, die beiden gleichen und doch unterschiedlichen Filmstars.

Schon über 6300 Klicks

»Bestimmt 20-mal« hat Meier den Werbefilm inzwischen gesehen, der auch bei Facebook schon über 6300 Klicks sowie ein »Hinter den Kulissen« hatte. Neues entdeckt er nicht mehr, dazu kennt er die Stiefel »made in Offenburg« viel zu gut. Aber er kann den Blick der anderen Betrachter lenken: »Haben Sie schon den türkisfarbenen Stern entdeckt?« Der war ebenfalls gewünscht, verrät Meier.

Was nach dem Dreh mit dem besonderen Paar Stiefel



passiert? »Bei mir im Regal würden sie sich gut machen«, sagt er und lacht. Doch soviel er weiß, will das Unternehmen sie wohl für einen guten Zweck versteigern. Und das findet er auch prima. Genauso wie ihm gefällt, dass ein Produkt aus Offenburg im TV-Spot und im weltweiten Netz mitmischte: »Das ist doch eine super Werbung für unsere Stadt!«