

Alles nur Werbung

'Die Geschichte der Menstruation ist eine Geschichte voller Missverständnisse!', Sie können sich doch noch an diesen Webeslogan erinnern? Jeden Tag, zur selben Zeit, im selben Programm und in verzweifelter Stimmlage.

So ein Unsinn, als ob diese Geschichte wie eine der Großen in unseren Büchern verankert wäre! Selbst eingefleischte Feministinnen haben sich mit der Naturgegebenheit abgefunden und würden auch keinen Gedanken daran verschwenden diese Tatsache als Missverständnis abzuhandeln.

'Das weiße X, wäscht weißer als weiß!', wie wenn es von Weiß noch eine Steigerung geben würde.

'Y, die längste Praline der Welt!', in keiner Jahresausgabe des Guinness Buchs der Rekorde auch nur irgendwie erwähnt.

'Z, denn Geiz ist geil', wo man doch schon in der Bibel lehrt, mit seinen Brüdern und Schwestern zu teilen, um ihnen das letzte Stück Brot zu offerieren.

Hinweg mit all den fadenscheinigen Worten, den abgedroschenen Slogans und den heuchlerischen Ansagen, die nur darauf aus sind ihr Publikum zu manipulieren. Jetzt sind wir an der Reihe für Reklame zu sorgen. Werbung für Jedermann, Werbung fürs Herz, Werbung für ein anständiges und ehrliches Miteinander!

'*Schnupfi* - für eine offene Nase! Das Taschentuch mit garantiertem Kratzgenuss. Schon nach einer Packung *Schnupfi* leuchtet Ihre Nase wie die Abendsonne bei Capri!'

Frau Karin aus Klagenfurt weiß wovon sie spricht: "Ohne *Schnupfi* hätte meine Familie die letzte Verkühlung nicht überstanden. Nein, wir wären erst gar nicht krank geworden, denn nur *Schnupfi* reißt schon so früh auseinander, dass Ihr Gegenüber keine Chance mehr hat!"

'Der neue *Blissan Torero* - mit der Zapfsäule in das nächste Jahrhundert!'

Herr Otto aus Wien ist hingerissen: "Seit ich den neuen *Torero* besitze, weiß ich erst wofür ich arbeiten gehe! Ein wunderbarer Wagen und anstelle des neuen Swimmingpools haben wir uns den Traum eines eigenen Benzintanklagers erfüllt. Wir sind ja so glücklich, stimmt's Gerti?"

Die Frau steht neben der hauseigenen Zapfsäule, greift strahlend nach dem Tankrüssel, während das Auto, computeranimiert, zufrieden mit den Scheinwerfern zwinkert!

'*Dreckweg* - und nicht nur Ihre Flecken werden blass! Das Putzmittel mit Verätzungsgefahr. Denn nur wo Säure drin ist, kommt auch Säure raus!'

Frau Renate, derzeit Patientin der Innsbrucker Uniklinik, erklärt: "Seitdem ich *Dreckweg* verwende gibt es im ganzen Haus keine schmutzigen Stellen mehr. Mein Mann ist glücklich und zufrieden, obwohl ich mit schweren Verätzungen im Spital liege!"

Ihr Gatte beugt sich zu ihr hinab und ergänzt: "Auf *Dreckweg* ist eben Verlass!" Er küsst seine Frau auf die Stirn, schreitet den Gang hinaus und klatscht der vorbeikommenden Krankenschwester zärtlich auf den Hintern, dass diese kokett aufschreit: "Dreckweg!"

'*Fiffi* – die Strumpfhose für schnelle Momente!'

Frau Alexandra, Sekretärin aus Graz, streift mit den Händen ganz langsam über ihren Rock hinab: "Die neue Ouvert-Strumpfhose, aus dem Hause *Fiffi*, hat mich bei meinem Boss noch

nie im Stich gelassen. Kein lästiges Ausziehen mehr und keine Angst plötzlich nackt überrascht zu werden!"

Schwenk auf drei heiße Girls im Teufelchen-Kostüm, die alle über einen Schreibtisch gebeugt ihre prallen *Fiffi-Hintern* in die Kamera recken. Dazu die sinnlichen Worte: "*Fiffi*, für die schnelle Nummer zwischendurch!"

Nun ja, vielleicht sollte man diese Werbung nicht im Hauptabendprogramm senden, aber zwischen dem Streifen *Jodeln aus der Lederhose* und der Wiederholung des *Musikantenstadels* wäre sie allemal gut aufgehoben.

'*Babbalut* und *Babbalapper* sind für Kinder gut ... mhh, Sabber!' Zwei knollendicke Kremser Kleinkinder sitzen am Boden - vor Ihnen ein Gläschen *Babbalut* und ein Fläschchen *Babbalapper*. Während der Junge grinst weint sein Schwesterchen aus vollem Hals. Mutter Ilse öffnet das Glas und stopft dem Mädchen schnell einen Löffel in den Mund. Diese bekommt einen knallroten Kopf und droht daran zu ersticken - dann kotzt sie alles auf den Teppich. Erleichtert grinst sie in die Kamera, ehe der Bruder ihr nun das Fläschchen über den Kopf gießt.

"Wie gut, dass wir noch genügend *Babbalut* und *Babbalapper* zu Hause haben, nicht wahr Kurt?", witzelt die junge Mutter gespielt.

Der Vater erscheint nun ebenfalls im Bild, bewaffnet mit einer Dose *Babba-Teppichschnee*, dem neuen Verkaufshit der *Babba-Werke*!

'*Knack* - der Partysnack mit Zahnarztgarantie! Haben Sie auf Ihre Kontrolle schon vergessen? *Knack* ruft Ihnen diese wieder in Erinnerung. Mit freundlicher Genehmigung der Zahnärzteschaft Österreichs.'

'*Oh LaLa* - Das Kondom, das eine Schwangerschaft *nicht* verhindert!'

Frau Heidi aus Eisenstadt kann es kaum noch erwarten. Trotz ihrer Überredungskünste möchte ihr Freund noch keine Kinder. Also hat sie für heute Abend eine Packung *Oh LaLa* gekauft.

Szenenwechsel - zehn Monate später. Die rundliche Burgenländerin sitzt mit einem Baby vor dem Kamin und ist glücklich. Dass sich ihr Freund aus dem Staub gemacht hat stört sie nicht im Geringsten. Seinen Abschiedsbrief wirft sie ins Feuer!

Im Hintergrund ertönt das Lied ... *Oh mein Papa, oh LaLaLa - oh LaLaLa!*

Einmal losgelassen würden mir noch unzählige andere Artikel einfallen, die bei ehrlicher Werbung wohl allesamt Kassenschlager wären. Leider sehen die Medienmacher diese Sache ganz anders und so wird uns wohl nichts anderes übrigbleiben als weiterhin die größten, besten, schönsten, schnellsten, weißesten, sichersten, wohltuendsten, sparsamsten Verbrauchsgüter zu bewundern und gegebenenfalls auch zu kaufen, da es ja keine anderen gibt!