2008/20 dschungel

https://www.jungle.world/artikel/2008/20/woelkchen-terror

Wölkchen-Terror

Von **Elke Wittich und Boris Mayer**

<none>

Natürlich ist es äußerst abscheulich, Vorurteile zu haben, und sie öffentlich zu äußern, ist selbstverständlich noch viel abscheulicher. Manchmal aber muss es sein: Die Werbebranche besteht aus komplett drogenverseuchtem Pack, das versucht, sämtliche seiner Unzulänglichkeiten, die im Einzelnen aus extremer Dummheit, unheilbarer Lernbehinderung, widerlichem Aussehen und fiesem Körpergeruch bestehen, wenigstens für sich selber interessant zu koksen. Was regelmäßig misslingt, weswegen Reklametreibende in ihrer Freizeit in hässlichen Cafés namens Morena (Berlin, Kreuzberg) oder so ähnlich herumsitzen und den ekelhaftesten Kaffee von allen, eine in plumpsigen Schalen servierte, leidlich koffeinhaltige Milchmatsche, trinken müssen.
Was insgesamt eine verhältnismäßig milde Strafe für die Höllenbrut ist, die den unzumutbarsten Werbespot aller Zeiten kreierte: den Knöllchen-Hüngerchen-Wölkchen-Mist, der die vollkommene Abwesenheit von Originalität, Ideen oder auch nur Ambiente durch nicht ansprechende Schauspieler zur Vollkatastrophe vereint.
Grob geht es in dem Machwerk darum: Ein Mann, der aussieht wie jemand, der schon viele, viele Praktika in Werbeagenturen gemacht hat, hat sein Auto im Halteverbot abgestellt. Und wurde prompt von einer Politesse, die so aussieht, wie hippes Reklamevolk sich eben Politessen vorstellt, erwischt. Nach einem deppigen Dialog mit vielen Diminutiven verzehren beide einträchtig »ein Becherchen« Fertigpudding.
Da der unguckbare Verniedlichungs-Terror nun aber in die zweite Runde gehen darf, hat der unschuldige Fernsehgucker nunmehr das Recht auf Selbstverteidigung. Hiermit geschehen, jetzt geht bitte einfach weg.

© Jungle World Verlags GmbH