



2010/22 dschungel

<https://www.jungle.world/artikel/2010/22/tolle-sache-das>

Tolle Sache, das

Von **Elke Wittich und Boris Mayer**

<none>

Das Unschöne an Fußballweltmeisterschaften ist die Werbung. Mit Ausnahme von Tampon-Herstellern, Shampoo-Firmen und den Produzenten von Limousinen des Luxus-Segments glaubt nämlich anscheinend praktisch jedes Unternehmen, dass es auf der Stelle pleite gehen wird, wenn es keine Reklame mit irgendwelchem Fußballbezug zeigt. Da nun aber die Zahl der deutschen Nationalkicker überschaubar ist, gibt es ein Problem. Nicht jede Firma kann einen abbekommen, um ihn stolz in einem Werbespot dabei zu präsentieren, wie er sich das Produkt aufs Brot schmiert, darin herumfährt oder es mit Anmerkungen wie »Tolle Sache, das« in die Kamera hält.

Was bislang noch kein Unternehmen davon abgehalten hat, trotzdem WM-Werbung zu zeigen. In aller Regel sitzen dann Männer vor dem Fernseher und gucken Fußball, trinken Bier und lamentieren herum. Da das allein noch nicht Spot-füllend ist, kommt manchmal noch eine Frau hinzu, die was zu Essen auf den Tisch stellt. Alternativ wird gegrillt und nebenher ein bisschen gekickt, umgeben von Deutschland-Fähnchen.

Produkte, die selbst mit viel gutem Willen weder mit dem Freiluftverzehr von Wurst noch mit Biertrinken vor der Glotze in Verbindung gebracht werden können, haben es natürlich schwer. Ihre Produzenten behelfen sich deswegen meist, indem sie einen Kleindarsteller in ein Schland!-Trikot stecken und beglückt dreinschauen lassen. Oder eben Jerseys und Bälle mit DFB-Emblem als kostenlose Dreingabe versprechen, wenn man ihr Zeugs innerhalb der nächsten drei Wochen kauft. Schön ist das alles nicht, aber unausweichlich. Und solange niemand Tampons, Luxusautos und Shampoo mit Deutschland-Fähnchen drauf vertickt und in eigenen Werbespots anpreist, besteht Hoffnung.