2010/41 dschungel

https://www.jungle.world/artikel/2010/41/non-cheri

Non, chéri

von **Elke Wittich und Boris Mayer**

<none>

Gegen die Praline mit der Piemont-Kirsche liegt eigentlich nichts weiter vor, zumal sich ihr Hersteller niemals irgendwelchem Modeterror gebeugt hat und nie auf die Idee kam, die Süßigkeit in einer Light-Version oder gar in einer alkoholfreien Variante anzubieten. Und dazu noch stur daran festhält, das Produkt in wunderschön-luxuriös glitzerndem rosa Papier einzuwickeln statt in ökologisch korrekter beigefarbener Recyclingverpackung.
Wären da nur nicht diese Werbespots. Gut, immerhin verzichtet man auf das übliche langweilige Sinnlichkeitsgedöns, also beispielsweise auf glänzendrote Frauenlippen, die sich, untermalt von kaum hörbarem Stöhnen, langsam-lasziv um Schokostücke schließen.
Stattdessen setzt man bei Mon Chéri auf zu Herzen gehende Spots, die zum Schmunzeln anregen sollen. Oder so.
Ein Schulhof in den fünziger Jahren. Drei Mädchen stehen kichernd da, während sich ihnen ein Junge nähert und – »Eine für dich, eine für dich und eine für dich« – jedem Mädchen eine Kirsche schenkt.
Wohnzimmer, heute: Die Mädchen von einst sind erwachsene Frauen und beginnen, den kleinen Jungen von einst zu verhören. »Wie kommt es, dass einer wie du noch nicht die richtige Frau gefunden hat?« möchte eine wissen. Auf diese Frage gibt es mehrere mögliche Antworten, zum Beispiel »Geht euch einen Scheißdreck an« oder »Weil ich schwul bin« – alkoholhaltige Pralinen mit Kirschen zu servieren, gilt allerdings unter keinen Umständen als auch nur halbwegs sinnige Anwort. Aber wir sind im Werbespot-Land, und deswegen kichern die Frauen den Mann liebevoll an, bevor eines der Ex-Mädchen liebevoll feststellt, dass er ja immerhin »der Kirsche treu geblieben« sei.
Bäh. Piefig. Langweilig.
Dann doch lieber rot lackierte Lippen.

© Jungle World Verlags GmbH