



2014/48 dschungel

<https://www.jungle.world/artikel/2014/48/german-pure-sensitive>

German Pure Sensitive

Von **Leo Fischer**

<none>

Man möchte ja schon ein bisschenl verzweifeln angesichts der unverhohlenen Faschisierung, die auch die Warenwelt neuerdings bewegt; seien es die rechtsradikalen Umtriebe der Manufactum-Macher, die Bücher von Akif Pirinçci herausgeben und Tischhefter aus Flintenstahl bewerben (Talmi berichtete); sei es die Sparkasse, die am Wochenende zum 9. November am Brandenburger Tor fröhliche rote Fahnen mit schwarzweißem Logo hängen ließ; seien es die PR-Wiesel von Volkswagen, die allen Ernstes mit einer »Kinderprämie« werben und demnächst wohl auch Mutterkreuzschaltung und einen Kraft-durch-Freude-Fahrmodus anbieten, seliger Gründungszeiten eingedenk – hach, wenn das der Marktführer noch erleben könnte! Andererseits ist nicht alles verloren: »Hakle Feucht« zum Beispiel heißt seit diesem Jahr »Cotonelle Pure Sensitive«. Ja, Hakle Feucht! Eine Marke, so alt, echt und urdeutsch wie Schrottbrot und Bitterfleisch; ein Name, rau wie ein hervorgebellter Befehl und gleichzeitig so apothekenhaft-g'schamig, als würde man eine Packung lila Elektronippelkondome bestellen – diese Marke nun wird von der Landkarte gefegt! Und dann durch so etwas total fluffiges, vollständig unseriöses, gar aus gleich zwei alliierten Fremdsprachen, Französisch und Englisch, montiertes »Halbwesen« (S. Lewitscharoff) wie »Cotonelle Pure Sensitive« ersetzt. Und kommt dabei auch noch von hinten! Nun könnte man der Firma Kimberly-Clark gratulieren zur Zersetzung des deutschen Hinterlands – doch ach: Es ist alles nur fauler Zauber, lediglich einer vorübergehenden Marktbereinigung geschuldet. Schon Mitte 2016 erlischt die Vertragsklausel, an deutsche Ärsche kommt wieder nur der alte deutsche Wisch, und in der Werbewelt gelten wieder die üblichen Scheißhausparolen.