# 2015/04 dschungel

https://jungle.world/artikel/2015/04/leben-spueren

# Leben spüren

Von **Leo Fischer**

**<none>**

In einer Folge der bitterbösen britischen Fernsehserie »Black Mirror« werden Leute, die im Fitnessstudio zu wenig Leistung bringen, dadurch bestraft, dass sie sich zu Hause stundenlang personalisierte Werbung ansehen müssen, die sie nicht abschalten können – und das ist natürlich keine düstere Dystopie, sondern behutsam akzentuierter Realismus. Wenn man sich beispielsweise entschließt, die zehn Stunden einer schlaflosen Nacht mit Hunderten »Adult Swim«-Clips auf Youtube zu verbringen statt mit analogem Hin- und Hergewälze, dann hat man den allerneuesten Airwick-Werbespot sicherlich hundert Mal gesehen, und natürlich wird man ihn von nun bis an sein Lebensende zitieren können, gleich, welche wertvolle Kindheitserinnerung dafür Platz machen muss in der ohnehin schon stark zerrütteten Hirnarchitektur. »Wir atmen durch, wenn wir das Leben spüren«, sagt da die Gruppenseele einer Reihe blonder Rauhbeine, die ihr bisschen Lebensgefühl beim Sporteln am Strand oder beim Produzieren von Gitarrenmusik offenbar nur dann in genügend großer Erlebnisintensität genießen können, wenn sie dabei auf einem Stück aromatisiertem Plastik herumkauen. Gleichzeitig, und das ist das schier Geniale an diesem Spot, macht er Werbung für das Prinzip Youtube-Werbung selbst – denn die traurigen Bröckchen Unterhaltung, die die Plattform ausspuckt, werden ja stets mit dem immer gleichen Klumpen Werbung verbunden, der über allem sein ranziges, immer gleiches Aroma ausgießt. So spüren wir mit jedem Werbeblöckchen ein bisschen das Leben aus uns herausfließen, fühlen uns ein bisschen weniger als Individuen und ein bisschen mehr wie die enthirnten Freizeitzombies aus den Spots, die gar nicht mehr so tun, als sei ein Leben abseits des Kaugummigeruchs der Konformität möglich.

© Jungle World Verlags GmbH