



# 2008/22 dschungel

<https://jungle.world/artikel/2008/22/zementkoepe>

# Zementköpfe

Von **Elke Wittich und Boris Mayer**

<none>

Shampoo-Werbung gehört zum Entspannendsten, was es im Werbefernsehen zu sehen gibt. Denn das Risiko, dass man statt der bewährten Reklame-Bestandteile »Frau mit Haarproblemen, Verzweiflung, Lösung, wunderschöne seidige Haare« irgendwelche gleichermaßen ehrgeizige wie experimentelle Jungwerbefilmer-Spots zu sehen bekommt, tendiert gegen Null. Außerdem erlauben die Werbefilmchen einen interessanten Blick auf die Arbeitsweise der Kopfwaschmittel-Branche, die anscheinend rund um die Uhr im Einsatz ist, um neue Ingredienzien für Spülungen und Packungen zu finden, und, so lässt das atemberaubende Tempo, in dem Neuerungen eingeführt werden, befürchten, die Welt in shampoo-wirkstoff-tauglich und -untauglich einteilt. Denn die Entwickler machen vor nichts halt: Fruchtsäure, Nerzöl, Pferdemark, Kaviar, Seide, Aloe Vera, Koffein – alles, wirklich alles, was sich verflüssigen lässt, wird in Fläschchen gefüllt, um fortan gegen Spliss, Schuppen, trockenes, fettiges oder kaum noch vorhandenes Haar zu wirken. Und so hätte alles gut sein können, wenn nicht L’Oreal plötzlich auf eine ganz abstruse Idee gekommen wäre: Zement-Shampoo. Der Baustoff soll irgendwie kaputtes Haar wieder ganz machen und sei deswegen eine großartige Shampoo-Erfindung, heißt es sinngemäß, von Claudia Schiffer vorgetragen, in der Werbung. Zement? Und nicht nur das, Zement-Ceramide? Was zur Hölle soll das sein? Ceramide sind, so sagt Wikipedia, irgendwelche Fettstoffe. Zement-Fett gehört nicht zu den Dingen, die man sich unbedingt auf die Haare schmieren möchte, zumal dann nicht, wenn man schon einmal bei Fundament-Arbeiten zugesehen hat und weiß, wie schnell Zement hart wird. So geht das nicht, L’Oreal, what’s next? Tapetenkleister?