2009/45 dschungel

https://jungle.world/artikel/2009/45/hustenschnupfenheiserkeit

Hustenschnupfenheiserkeit

Von **Elke Wittich und Boris Mayer**

<none>

Rein reklametechnisch ist der Herbst die trostloseste Zeit des Jahres. Und das liegt nicht etwa daran, dass gleichzeitig mit dem Auftauchen erster Lebkuchen und Marzipankartoffeln mit der Ausstrahlung ausgesprochen widerlicher Werbung für Schnupfenmittelchen und Hustensäfte begonnen wird, neinnein, damit hat man in diesem Jahr – vielleicht wegen der Schweinegrippe, vielleicht aber auch nur, weil die Preise für Spots wegen der Wirtschaftskrise weiter gesunken sind – schon deutlich früher als sonst begonnen.

Nun ist es niemals schön, mäßig begabten Schauspielern bei der Darstellung von Erkältungssymptomen zuzugucken, wie es eben auch nicht besonders angenehm ist, animierte Filmchen anzusehen, die die Wirkung von Sprays und Lutschtabletten auf grundlegend verrotzte Körperregionen zeigen.

Noch viel fieser aber ist, dass der Herbst die Hochsaison der Auto-Versicherungswerbung ist, wegen der Wechselfristen, die zwar mittlerweile irgendwie abgeschafft sind, was aber erst demnächst in Kraft tritt, weswegen das geballte Elend aus langweiligen Spots voller betonter Seriösität, gepaart mit sensationellen Angeboten plus viel »Wechseln Sie jetzt!«, im Grunde pausenlos auf den arglosen Zuschauer niederprasselt.

Der, entnervt von den hässlichblauen KFZ-Rundum-Pakete-Spots, kann nur eines tun: den Fernseher ausschalten, die Wohnung verlassen und irgendwo hingehen, wo garantiert keine doofe Werbung läuft, also in die Kneipe. Wo man sich natürlich auf der Stelle mit Hustenschnupfenheiserkeit anstecken wird, aber was ist schon die Schweinegrippe gegen Versicherungswerbung?

© Jungle World Verlags GmbH