2012/32 dschungel

https://jungle.world/artikel/2012/32/lumpen-pr

Lumpen-PR

Von **Leo Fischer**

<none>

KiK, der Lumpenhändler mit dem blutverschmierten sprechenden Hemd, möchte ein anderes Image. Für die Agenturen eine ungeheure Aufgabe, ist KiK doch allen verhasst: Die Unterschicht hasst sich selbst, weil sie sich nur KiK leisten kann; die Mittelschichtler hassen KiK, weil sie dieselben Kleider, allerdings gelabelt, für das Hundertfache in ihren Schnickschnackboutiquen kaufen müssen; und die Oberschicht hasst die Mittelschichtler, weil die keine handgestrickten Leibchen aus fair geschöpfter Biobaumwolle von einem Bauernhof im Allgäu kaufen, sondern unseren Planeten zerstören. Wie lässt sich diesem Laden, dessen Initialen für Korruption, Infamie und Krätzmilben stehen könnten, dessen schon 3 000 Filialen wie große rote Klumpen Cholesterol die Adern unseres Wirtschaftslebens verstopfen und dessen erloschene Angestelltenzombies sich nicht entblöden, »Ich arbeite gerne hier«-T-Shirts zu tragen, statt ihre Abteilungsleiter aufzuknüpfen, wie also lässt sich diesem beständig wachsenden Wirbel aus Barbarei, Jauche und Selbstentmündigung das Funzellicht eines besseren Scheins verleihen? Nun, erinnert sich noch jemand an McDonald’s? Jungen Menschen mag es nicht mehr geläufig sein, aber früher war es verpönt, dort zu speisen, diverser Weltvernichtungsbestrebungen wegen. Die gibt es zwar immer noch, die politisch bewussten Bevölkerungsschichten können da aber wieder essen, weil man da auch lecker Kaffee kriegt und »Qualitätsscouts« aufs Land geschickt werden, um sich mit kotverkrusteten Kartoffeln fotografieren zu lassen. Nächstes Jahr sehen wir uns dann im KiK-Café und blättern im Nachhaltigkeitsbericht des Vorstands. Dort sehen wir dann Bangladeschi-Jungs beim Fußballspielen und denken: »Immerhin.« Immerhin!

Leo Fischer ist Chefredakteur des Satiremagazins »Titanic«.

© Jungle World Verlags GmbH