



2013/50 dschungel

<https://jungle.world/artikel/2013/50/es-stinkt>

Talmi

Es stinkt

Von **Leo Fischer**

<none>

Einige Gäste dieser Kolumne kommen immer wieder. Der Deodorant-Produzent Axe gehört dazu. Seine brutal frauenfeindliche, kaum durch Ironie gemilderte Werbung, präzise auf die sexuellen Allmachtsphantasien heranwachsender Knaben ausgerichtet, erklimmt stets neue Gipfel der Infamie. Vor einiger Zeit schickte der Parfümeur seine müffelnde Klientel per App durch deutsche Großstädte, auf dass sie dort versteckte Bilder nackter Frauen aufspürten; im Netz gab es ähnlichen Unsinn zu tun, Astronautinnen mussten ausgezogen werden oder so ähnlich, es ist ja auch wurscht. Die Idee ist stets die gleiche: Die Frau soll vollkommen verfügbar gemacht werden; sie wird durch penetrante Düfte enthemmt und dann im Internet von der männlichen Community verwaltet. Was in Romanen wie »Das Parfum« romantische Phantasie ist, völlige erotische Selbstaufgabe durch die animalische Gewalt des Geruchssinns, wird in der Axe-Werbung ins Industriezeitalter gehoben: Willenlosigkeit in Dosen, Ekstase aus der Sprühflasche. Nun tritt mit »Axe Mature« eine neue Schweinerei auf den Markt: Die ältere Frau, der Cougar, muss erobert werden. In den Spots flirten mehrere Damen mittleren Alters bei Puffbeleuchtung mit der Kamera und sagen Quatsch wie: »Wäre schön, wenn du mich morgen in der Uni wieder siezt.« Junge Männer können nicht mehr nur gleichaltrige Mädchen niederduften, das ist die Botschaft, sie können sogar die Macht weiblicher Autoritätspersonen brechen, die Emanzipation rückgängig machen. Man kann nur vermuten, welcher Zusammenhang zwischen der traurigen Selbstverständlichkeit sexueller Gewalt an den Schulen und der Axe-Werbung besteht. Sicherheitshalber wäre man gut beraten, die Axe-Hersteller zur Sicherungsverwahrung in Güllefarmen im Oberbayerischen unterzubringen.