2015/03 dschungel

https://jungle.world/artikel/2015/03/hyper-hyper

Hyper Hyper

Von **Leo Fischer**

<none>

Immer cooler und cooler wird Edeka: Es ist noch kein Jahrzehnt her, da haftete den Läden der Supermarktkette etwas rührend Omahaftes an. Stets wähnte man sich immer auch ein bisschen in einem Tante-Emma-Laden alten Schlags, wo es schon mal zwei Wochen lang keine Zwiebeln gibt, weil Bauer Jupp es gerade mit dem Rücken hat. Dann kam der schon so geniale wie sinnlose Spruch »Wir lieben Lebensmittel«, unter dem sich nun wirklich jeder alles vorstellen kann: Die Abonnenten von Hochwertfutter sehen ein Versprechen von Nachhaltigkeit, wo gar keines ist, der ökonomische Typ sieht clevere Einkäufer in den Großmarkthallen gewitzt um den besten Preis feilschen, und der etwas alberne Typ kann sogar ein krudes Bekenntnis zur Objektophilie darin erkennen. Mit Friedrich Liechtenstein und seinem Song »Supergeil« wurde diese inhaltsleere Garantieerklärung sogar noch um Selbstironie und hedonistische Verschwendungssucht erweitert. Der neueste Spot setzt diese Linie fort: Wenn H.P. Baxxter im Supermarkt zu einem spontanen Gig genötigt, seine Frage »How much is this fish?« mit einer exakten Preisangabe für die »Gut und günstig«-Ware beantwortet wird, dann ist schließlich auch noch die Klientel der Trashkonsumenten bedient. So erweist sich Edeka als Supermarkt für die klassenlose Gesellschaft: Jedem nach seiner Konsumideologie, jeder nach seiner Geldbörse. Während sich die Discounter brutale Preiskriege ums Gammelfleisch liefern und die VeganSupermärkte gar nicht exklusiv und esoterisch genug sein können, sich im Klassenkampf also immer einseitiger positionieren, zielt Edeka, unterm Vorzeichen postmoderner Ironie, noch einmal auf die ganze Volksgemeinschaft, ohne Ansehen der Kreditwürdigkeit. Wer weiß? Vielleicht kommt Tante Emma ja als DJane Auntie auch wieder zu Ruhm.

© Jungle World Verlags GmbH