

Aus der Welt der Werbung

Eine Glosse von Gabriele Frydrych

Gleich fängt die Tagesschau an. Wie immer spricht vorher jemand über Bauchschmerzen, Krämpfe und Durchfall. Ein kleines Mädchen kräht begeistert: „Papa hat ständig gepupst!“ Papa rät leicht verlegen zu einem wunderbaren Medikament mit japanisch angehauchtem Namen. Das hilft übrigens auch im umgekehrten Fall, wenn überhaupt nichts mehr geht. Diese Werbung erwische ich ständig. Wenn ich den Fernseher früher einschalte, erfahre ich auch, was man gegen Schwindel, Vergesslichkeit, nächtlichen Harndrang und schmerzende Knie tun kann. Mein Neffe grinst: „Weißt du nicht, dass nur Rentner ARD und ZDF sehen? Denen kann man doch nicht mit Freiheit, Suff und Abenteuer kommen.“ Aha. Der ältere Mensch reibt sich also nur noch jammernd seine Gelenke ein...

Was fand ich früher Werbefilme toll! In den 60er Jahren kauften unsere Eltern einen (Schwarzweiß)Fernseher mit drei Sendern, weil sie für die Durbridge-Krimis nicht immer zu einem schratigen Junggesellen wandern wollten. Wir Kinder mussten unterschreiben, das Gerät nur mit offizieller Erlaubnis einzuschalten. Kaum waren die Eltern aus der Tür, saßen wir vorm Fernseher. Die Filme waren uns relativ wurscht, aber wir liebten die Vorabendwerbung! Das HB-Männchen, vom Leben so genervt, dass es vor Wut an der Decke klebte und erst run-



Bild von Oberholster Venita auf Pixabay

tersank, wenn ihm jemand eine bestimmte Zigarette reichte. Geplagte Hausfrauen, die sich ständig fragten, ob Wäsche und Hände weiß und weich genug waren. Uwe Seeler mümmelte an einem staubtrockenen Rührkuchen. Seriöse Herren schwenkten Kognakgläser und prosteten ihrem Spiegelbild zu: „Mit dir trink ich am liebsten!“. Dazwischen hüpfen quiekende Mainzelmännchen durchs Bild. Wir konnten die Dialoge von Ariel-Clementine und Käse-Antje auswen-

dig. In unseren Träumen ertrank Tilly in Palmolive und Meister Proper verprügelte den weißen Riesen. Klopapier und Monatshygiene waren in diesen verklemmten Zeiten für die Werbung kein Thema. Kinder und Jugendliche auch nicht. Anscheinend hatte das Taschengeld noch nicht genug Kaufkraft.

Mit der Einführung des Privatfernsehens gab es Werbung rund um die Uhr. Zum Ende eines spannenden Spielfilms hin alle drei Minuten. Schöne junge Menschen segelten durch die Südsee, liefen schnittig Ski, hielten elegante Zigaretten in der Hand und tranken Bacardi-Cola. Sie rauschten mit schicken Autos gen Süden. Echte „Cis-Männer“ ritten zum Bohneneintopf

ans Lagerfeuer und arbeiteten intensiv an ihrer Teerlunge. Am Nachmittag wurden in den Werbepausen krabbelnde Baby-Puppen, Fruchtzwerg, kleine Köfferchen mit Perücken für Barbie und Naschwerk mit gaaanz viel Milch eingeblendet. Also alles, was die kleine Frau so braucht. Auf die Werbung für kleine Männer habe ich nicht so geachtet. Spätabends kam die interessantere Werbung: auf den Sportkanälen, die anscheinend nur von Männern goutiert wurden. Bier, Baumärkte und junge Frauen, die nervös ihre Oberweite kneteten und dringlich flehten: „Ruf mich an!“ War das nun Werbung für Miederwaren oder für die Telekom?



Bild von [LoggaWiggler](#) auf [Pixabay](#)

Im Kino konnte man sich stundenlang die originellsten Werbefilme aus allen möglichen Ländern ansehen. Z.B. hört man auf einer Party die Frauen verzückt aufschreien und kreischen. Warum? Sie bewundern den riesigen begehbaren Kleiderschrank der Gastgeberin. Bis sie irritiert das Gebrüll und laute Krakeelen ihrer Männer vernehmen. Sie rennen zum Ort des Lärms und sehen ihre Partner im begehbaren Kühlschrank des Gastgebers. Dort bejubeln sie Hunderte von eisgekühlten Bierflaschen...



[Wandersmann](#) / [pixelio.de](#)

Wenn im Deutschunterricht Stilmittel der Lyrik auf dem Lehrplan standen, beglückten wir als Lehrer die Jugendlichen mit Beispielen aus der Werbung: „Milch macht müde Männer munter!“ (Alliteration) , „Nogger dir einen!“ (Neologismus) oder „Pack den Tiger in den Tank!“ (Metapher).

Ursprünglich haben mich die vielen Werbepausen im Privatfernsehen ja gestört, aber man kann sie wunderbar nutzen, bevor es mit James Bond oder Günther Jauch weitergeht: schnell die Wäsche aufhängen, Bier holen, ne Stulle schmieren, aufs Klo gehen. „Werbung ist was für die Knechte des Kapitalismus!“, hat mein Mann früher getönt. Jetzt hat er stets einen Zettel neben sich und notiert all die herrlichen Produkte für seine Zielgruppe: Hormonhaarwasser, Reizdarpillen, Arthrosehemmer, Pferdesalbe und komische Telefonnummern („Ruf mich an!“).

Kommentar meines Bruders: „Früher brauchte man Werbung für die Infantilisierung der Bevölkerung, heute verblöden sich die Leute selbst mit den sogenannten sozialen Medien!“



Über die Autorin

Gabriele Frydrych, geb. in Jena, lebt seit ihrem vierten Lebensjahr in Berlin. Studium der Slawistik, Germanistik und Publizistik. Anschließend Referendariat an einem pfälzischen Landgymnasium, danach im Dienst an Berliner Gesamtschulen, meistens an sog. Brennpunktschulen. Die Eindrücke, die sie in den verschiedenen Schulen (inkl. drei Jahre Realschule), in vielen Unterrichtsfächern, Klassen und Kollegien gewann, hält sie seit einigen Jahren in ironischen Texten fest, die in diversen Zeitungen und Zeitschriften erschienen sind. Dabeimachen ihr besonders „Bildungsexperten“ und –journalisten große Freude....

Veröffentlichungen

Frydrych, G. (2019): „Man soll den Tag nicht vor dem Elternabend loben“. Pieper Verlag

Frydrych, G. (2017): Mein wundervoller Garten. DuMont Verlag

Frydrych, G. (2013): "Die Dümmersten aus meiner Klasse sind Lehrer geworden!" Books on Demand

Frydrych, G. (2010): Von Schülern, Eltern und anderen Besserwissern: Aberwitz im Schulalltag / Mit 14 Fotos von Claudia Nitzsche, Piper Verlag

Frydrych, G. (2006): Dafür hast du also Zeit!: Wenn Lehrer zu viel Spaß haben. Books on Demand

Kontakt:

gfrydrych@posteo.de