

{TS-Kritik}

Regal unterm Arm statt Brett vorm Kopf

*Eine Beobachtung und Reflexion von **Marla Elan***

Marla ist wieder auf Netzspaziergang, aber erst ein kleiner Schwenk auf ein altmodisches Medium:

WÜRDEN SIE IKEA ANHAND SEINER TOLLEN PROSPEKTE BEURTEILEN?

Selbstverständlich! Finden Sie die nordisch blonde Mami in der Landhausküche, die über das Chaos, das Klein Thore mit seinem Smörbröd anstellt, gewinnend lächelt, nicht auch sympathisch? Ist es nicht einfach gemütlich, sich die skandinavische Schneelandschaft draußen vorm Fenster vorzustellen, während man drinnen im Tingby oder Ole sitzt/liegt, umgeben von Billy und Kerzenschein?

Hiermit ist also bewiesen, IKEA ist ein sozial engagiertes, selbstloses, ökologisch achtsames,

kinderfreundliches und bescheidenes Unternehmen, das eigentlich, wenn es deutsch wäre, IKEA e. V. heißen müsste.

Werbung - you know?

Sie finden meine Schlussfolgerungen abwegig? Sie glauben nicht, dass eine bestimmte Schokocreme ein gesundes Frühstück ist, eine bestimmte Bank aus Ihrem bisschen Geld viel Geld macht und ein Deo so toll riecht, dass man sich vor sexuellen Avancen nicht retten kann? Das ist Werbung, Herrgott nochmal, muss ich mich von Ihnen zurechtweisen lassen! Ich soll auf der unkritischen Gefühlsebene angesprochen und so zum Kauf verführt werden, Kunde werden, mein Geld bei IKEA und Co. lassen und am besten noch meine Freunde mit ins Geschäft schleppen, damit sie auch Kunden werden.

ACH SO!

Reingefallen! Schön, dass Sie mir auseinandergesetzt haben, was Werbung ist. Sie haben nicht wirklich geglaubt, ich wäre so dumm, zu glauben, mit meinem Billyregal gleich die skandinavische Schneelandschaft und Lebensart sowie eine nette Familie mit süßem Kind und leckerem Mann gekauft zu haben?

Tierschutz-Werbung

Aber solche Leute gibt es. Sowie die Werbung online passiert, tut die halbe Menschheit so, als handle es sich um Berichte der Stiftung Warentest oder hoch seriöse Untersuchungsergebnisse des Bundesrechnungshofes. Wahrscheinlich stehen im Impressum der Homepages die Wirtschaftsweisen, der Bundespräsident, Stephen Hawking und mein alter Ethikprofessor.

Da steht etwas von Tierschutz und man hält das für wahr. Warum eigentlich? Die Gästebücher von solchen Homepages quellen über von Lobhudeleien durch Leute, die nur die Homepage gesehen haben, aber die tolle Arbeit der Tierschützer loben. Das Billyregal lässt grüßen.



Augen-Schein!

Foto: Dirk Paeschke, <http://www.kostenlos-fotos.de/>

Überzeugungstäter der Selbstdarstellung

Haben Sie im Supermarkt schon mal Werbepersonal gesehen, das Ihnen eine neue Joghurtmarke schmackhaft machen will und Sie dabei über die volksverblödenden Behauptungen des „functional food“ aufklärt? Nicht wirklich, oder? Warum glauben Sie dann an die Objektivität und den Informationsgehalt von Homepages im Tierschutz? Das kann alles gelogen sein.

Haben Sie schon mal den angebotenen neuen Joghurt ausgeschlagen und sind daraufhin von Freunden der freundlichen Werbedame bis nach Hause verfolgt, beschimpft, beleidigt und bedroht worden, bis sie den Joghurt endlich nahmen oder ein anderes Opfer auftauchte, das auch wegen Joghurtverweigerung seine Lektion erteilt bekommen musste? Nicht wirklich, oder? Im Tierschutz passiert das pausenlos. Kritiker und Frager werden nicht geduldet. Am Umgang mit Andersdenkenden zeigen sich dann doch einige unschöne Charakterzüge des

Tierschützers. Zumindest aber ein Punktsieg ist den Tierschützern immer gewiss, denn Kritiker zerstören das Billy-Idyll.

Stürzen Sie sich ruhig in die „Einkaufswelt“, essen Sie dort Fastfood in der Kantine, als wäre sie das *Vier Jahreszeiten*, kaufen Sie, tun Sie, was Ihnen beliebt. Aber wenn Sie mit Ihrem Billyregal unterm Arm das Geschäft verlassen, denken Sie daran, es ist nur ein Regal, keine Religion.

***Ein Regal ist ein Regel ist ein Regal
(Autor unbekannt)***

