



2008/16 dschungel

<https://shop.jungle.world/artikel/2008/16/die-preis-revolution>

Die Preis-Revolution

Von **Elke Wittich und Boris Mayer**

<none>

Aus der Wölkchen-, Anti-Kalk- und Altersvorsorgewerbung sticht derzeit ein Spot hervor: Täuschend echt aussehende Doubles bekannter Sozialisten machen Reklame für den mit knapp über 7 000 Euro extrem günstigen Dacia Logan, denn »It's time for another revolution«, sagt Ché.

Das viele Linke begeisternde Filmchen beginnt damit, dass Fidel Castro, mit einem Kofferchen in der Hand, eine etwas heruntergekommene südamerikanische Villa betritt, die auf den ersten Blick eine Art WG für linke Ikonen ist.

Erst auf den zweiten Blick wird allerdings klar, dass der Maximo Lider nicht zur Erholung hierhergekommen ist: Alle, die er begrüßt, Mao, Lenin, Martin Luther King, Gandhi, sind schon lange tot, entsprechend zeigt der Werbespot Fidels Ankunft im Sozialistenhimmel, oder wo auch immer Revolutionäre nach ihrem Tode landen.

Die Ostblock-Optik des Filmchens kommt dabei nicht von ungefähr und hat nicht nur damit zu tun, dass die Werbeagentur 40 Jahre nach 1968 Reklame mit ehemaligen Polithelden für eine witzige Idee hielt. Und auch nicht nur damit, dass der Preis und die schlichte Ausstattung des Dacia in der Tradition der sozialistischen Autoproduktion stehen. Der Dacia wird von jeher in Rumänien gefertigt. Er ist aber eigentlich ein Renault. Denn Ende der neunziger Jahre übernahm Renault die Marke. Seit 2004 wird der Logan nun gebaut – wenn die Arbeiter nicht gerade, wie letzte Woche, für mehr Lohn und bessere Arbeitsbedingungen streiken. Was die für den Dacia werbenden alten Männer im Sozialistenhimmel irgendwie nicht mitbekommen zu haben scheinen.

www.dacia.de