



2012/13 dschungel

<https://shop.jungle.world/artikel/2012/13/vergessene-spots>

Vergessene Spots

Von **Elke Wittich und Boris Mayer**

<none>

Eigentlich sollte an dieser Stelle ein Werbespot von ausgesuchter Ekelhaftigkeit vorgestellt werden, dessen Handlung sich verhältnismäßig leicht zusammenfassen lässt: Ein kleiner Junge leckt ausgiebig an einer Fensterscheibe und hinterlässt dabei natürlich viel Spucke. Leicht zähflüssige Spucke, um genau zu sein, die Schlieren bildet und allgemein sehr unschön anzusehen ist. Und genau deswegen kann auf dieses Werbefilmchen leider nun nicht näher eingegangen werden, denn vor lauter Abscheu schaltet man auf der Stelle um und erfährt somit auch nicht, für wen oder was das speichelabsondernde Kind denn nun eigentlich Reklame macht.

Allerdings herrscht in der Kreativbranche ja kein Mangel an dummen Ideen. Oder an solchen, die Leuten Angst machen sollen. Zum Beispiel vor Osteoporose: Ein Spot zeigt eine ältere Dame beim Armdrücken mit einem Jungen (vermutlich nicht dem Scheibenbespucker, aber genau weiß man's nicht). »Knochen brechen leichter«, heißt es dazu bedrohlich, was dazu führt, dass die Frau den Wettkampf kurz unterbricht, um einen skeptischen Blick auf ihren Unterarm und ihren Ellenbogen zu werfen. Die, so zeigt es die folgende Röntgenansicht, jede Menge Knochen enthalten, was für den weiteren Verlauf des Werbefilms nichts Gutes ahnen lässt. Urgs. Aber statt mit unschönem Geräusch splitternden Knochen, knallend reißenden Sehnen, lauten Schmerzensschreien, viel Panik, Blaulicht, lauten Sirenen und der umgehenden Einlieferung ins nächste Unfallkrankenhaus, wo der Schaden in einer vierstündigen, sehr blutigen Operation wieder repariert wird, passiert dann doch nichts. Fröhlich setzen die beiden Kontrahenten ihre Armdrückerei fort. Die am Ende die Frau mit einem entschlossenen Ruck gewinnt. Warum? Weil sie nämlich irgendein Präparat mit viel Kalzium genommen hat. Dessen Namen wir jedoch leider aus grundsätzlichen Gründen vergessen haben.