

## **DJ Scheiße**

### **Nur Penny ist anders ...**

Im vergangenen Sommer besuchte ich das Rockfestival in Scheeßel. Nach zweieinhalb Tagen des Aushaltens rang ich mich endlich dazu durch, einen Toilettenwagen aufzusuchen, um abzuführen. Während ich da so saß, machte in der Zelle zu meiner Linken ein Handy seinen Besitzer auf einen Anruf aufmerksam.

Mein Zellennachbar war unerschrocken und ging ran. Er sagte nur einen Satz. Ich hörte einen ausgewachsenen Mann sagen: „Ich bin jetzt fertig.“

Gestern ging ich einkaufen, ich wollte nicht, aber ich musste, denn das Klo-papier war alle. Im Geschäft erfasste mich Verwirrung: Ich fragte mich, warum jeder Artikel einen eigenen Namen haben muss? Diese Frage verfolgt mich, seit der Kaffee bei Aldi nicht mehr *Albrecht t*, sondern *Markus* heißt. „Warum ausgerechnet *Markus*?“

Was ist das überhaupt für ein Beruf, Produktnamenerfinder?“ Da sitzt du dann und überlegst dir, dass der klebrige und viel zu lange Schokoriegel sich vielleicht trotzdem verkaufen lässt, wenn du ihn nur *Lecker-Schmecker* nennst. Diät-Lebensmittel nennt man einfach *Du darfst*, das ist piffig, weil der Zusatz *aber Du willst nicht* fehlt.

Bei Marmelade war schon mal jemand overschlau und nannte sie *Bonne Maman*. Das erzeugt Widersprüche, weil nicht das drin ist, was drauf steht. Trotzdem können wir davon ausgehen, dass die Käufer von *Bonne Maman* nicht wirklich *Gute Mutter* essen wollen, so wie die Käufer von *Lion* keine potentiellen Verspeiser von englischem Löwen sind.

Es geht darum, Bilder im Kopf der Konsumenten zu erzeugen, die sie irgendwie mit dem Produkt in Verbindung bringen. Dafür gibt es Werbung: Die erklärt die Bilder und stellt den Zusammenhang her. Pack alles in schöne Bilder – und schon kaufen die Trottel den Quatsch.

Nur *Penny* ist anders: Hier heißen die Taschentücher *tatü*. Und es gibt kein *tata* zu kaufen.

Aber – ich wollte ja Klopapier. Klopapiernamen erweisen sich als problematisch, wenn es darum geht, ein schönes Bild zu erzeugen. Das aus Altpapier heißt zum Beispiel *Danke*: Voll positiv besetzt. Aber wer bedankt sich hier eigentlich bei wem und für was? Etwa das Papier beim Käufer für dessen Stuhlgang?

Ganz falsch: „Danke“ sagt nicht das Papier, sondern in einem übertragenen Sinne die Umwelt, die sich beim Abführenden für das anschließende Abwischen mit Altpapier bedankt. – Hier ist das Bild!

Ich habe sogar schon mal geträumt, es könne sprechen – und für jedes Blatt,

das ich abriss, ertönte ein kleinlautes „Danke“. Dabei fiel mir auf, dass es genauso gut *Bitte* heißen könnte – und ich würde bestimmt antworten ...

Einen ähnlichen logischen Umweg hat auch der Hauptkonkurrent von *Danke* genommen – *Mach mit* ... Das erinnert an Initiativen zur Volkserziehung aus den Siebziger Jahren wie „Trimm Dich fit“ oder so. *Mach mit* – Wobei? Beim Abführen? Natürlich, gerne – Bitte, danke, alles klar!

Gemeint ist auch hier wieder die Umwelt, für die wir eben alle *mitmachen* sollen, wobei es *Mach mit* ... ziemlich piepe ist, *wer* bei *wem wie* beim Machen mitmacht oder eben nicht, Hauptsachen man macht mit *Mach mit* ...

Nichtökologische Klopapiere sind keinen Deut besser, die heißen beispielsweise: *Sanft und Sicher*. Nur – wen geht es was an? Ob es eher sanft war, oder doch mehr das Gegenteil? Und wovor bin ich sicher? Gibt es da Gefahrenquellen, von denen ich bisher noch nichts ahnte? Und wie kann mich ausgerechnet dieses Klopapier davor schützen?

Die Antworten darf man sich mal wieder selbst denken, wie bei den Ökos. Nur Penny ist anders: Hier heißt das Klopapier: *Happy End* – und niemand will ein Bild dazu!

Wirklich interessant wird es bei Küchenrollen – wenn Lebensmittel nicht verpeist, sondern verkleckert und in der Gegend verspritzt werden. Auch hier heißen die Ökos wieder *Danke* und *Mach mit*, was die Vermutung nahe legt, diese Hersteller hätten sich ausschließlich Demente und total Bekloppte als Zielgruppe gewählt. Aber den Trick kennen wir ja schon ...

Und die Nicht-Ökos? Hier gibt es kein *Sanft und Sicher*, dafür aber *Wisch & weg* – Niemand braucht eine Küchenrolle, die *sanft und sicher* ist!

Andersherum ist *Wisch & weg* als Klopapiernamenname zwar möglich, aber schwer zu bebildern – Ich stelle mir einen Werbespot mit Clint Eastwood vor, der, lässig am Tresen lehnd, gemächlich einen Whisky vernascht, dann holt er sein Handy raus und wählt eine Nummer. Aus dem Off ertönt eine Stimme und sagt: „Ich bin jetzt fertig!“.

Und Eastwood antwortet ganz cool: „Wisch und weg!“

Spätestens jetzt ist klar, warum *Wisch-&-weg*-Konkurrent *Dick und Durstig* kein Klopapier produziert.

Nur Penny ist anders: Hier heißt die Küchenrolle *Sylvana* und niemand weiß, warum ...

Wir halten fest: Unverdaute Lebensmittel werden *Dick und Durstig wegge-wischt*, verdaute Lebensmittel *sanft und sicher* entsorgt – sonst gibt's kein *Happy End*!

Unverdaute und unverkleckerte Lebensmittel hingegen heißen *Lecker Schmecker*, aber nicht *sanft & sicher*; *Bonne Mamam*, aber nicht *Wisch & weg*; *Du darfst*, aber nicht *Dick und Durstig* – noch nicht mal bei Penny!

Umgekehrt geht es überhaupt nicht mehr: Papierrollen, egal welchem Zweck

sie dienen, dürfen keinesfalls *Bonne Maman* heißen. *Du darfst* ist ebenso bekloppt, und wer *Lecker Schmecker* vorschlägt, sollte mindestens einen guten Anwalt haben –

Lassen wir das. Natürlich haben Lebensmittel andere Namen als Klopapier und Küchenrollen.

Denkt man. Ist aber nicht so:

Es gibt da noch den großen Gleichmacher: Der Geniestreich von Minimal und Toom – schlicht und einfach: JA! Das komplette Durchleuchten dieses ganzen Namenswahnsinns: JA! Alles darf JA! Heißen – mit Ausnahme von Kindern vielleicht. Kein *Nein*, kein *vielleicht*, oder *weiß nicht*, einfach nur JA!

Wer könnte dazu schon NEIN sagen, wenn es schon JA! heißt? Vom Schokoriegel bis zum Tampon, vom Duschgel bis zur Zigarettenhülse: Alles JA! – so elegant wird der Sozialismus in der kapitalistischen Warenwelt von hinten wieder eingeführt! Alle Waren sind gleich, denn sie sind alle JA! Da hätten Erich & Co. auch mal drauf kommen können ...

Nur Penny ist anders: Es gehört wie Minimal und Toom zur Rewe-Gruppe, aber es gibt kein JA! Dafür aber eine *Finale Cola*. Ich frage mich nur: Warum haben sie den Wodka nicht so genannt? – Ich wünsche weiterhin viel Vergnügen.

Guten Abend!