

Edeka die dritte: Von der Überflüssigkeit des Mannes



Immer wieder Edeka

Und da ist Edeka wieder – in guter Regelmäßigkeit liefert mir die Marketingabteilung der Einkaufskette Futter für meine Artikel. Das sag ich doch „Danke, Edeka.“ Was ist passiert? Nun, es wurde folgender spot veröffentlicht:

Um meine Meinung vorweg zu nehmen: Es ist ein spot, wie er dümmer und diskriminierender nicht sein kann (und er hätte gut

sein können!).

Was um Himmelswillen passiert denn dort?

Nun, kurzgefasst, alle gezeigten Männer versagen in allen möglichen Lebenslagen an ihren Kindern, (was Mama natürlich nie passieren würde, so als wäre es ihr angeboren, das ist zwischen den Zeilen zu lesen). Dazu hört man eine Kinderstimme, die zu den einzelnen Bildern sinngemäß Inhalte äußert wie: „Danke dass du alles für mich tust und immer für mich da bist. Du bist super, besser geht nicht“.

Die gezeigten Bilder zeigen aber genau das absolute Gegenteil, alle Männer sind unfähig und überfordert und scheinen eher unwillig. Ein klares schwarz-weiß-Denken, und auch der spot hat keine Farben, nur monochrome Tristesse.

Das Thema hätte man liebevoll und lustig darstellen können, und es wäre ja auch ok, wenn Männer nicht alles können, denn auch die Frau kann ja nicht alles im Leben. Und ich meine damit nicht *im Stehen pinkeln*. Wir alle haben Grenzen, wir sind keine Götter, so ist das Leben. Das ist o.k.

Was erzürnt mich an diesem spot so?

Zum einen: Er ist meiner Ansicht nach nicht witzig sondern pure Negativität (was sich eben auch in der fehlenden Farbe zeigt), es ist kein augenzwinkernder liebevoller Humor in Richtung des Mannes. Gut, mancher mag sagen „er muss auch nicht witzig sein“, und meine Meinung ist nicht die maßgebende, geschenkt.

Dennoch: Männer werden hier auch außerhalb von *Fähigkeiten* negativ besetzt, weil sie häßlich, nachlässig, dick, schmutzig, ungepflegt, dumm oder zu müde daherkommen, um dem Kinde abends eine Geschichte vorzulesen. Männer können *nichts*

im spot, es gibt nichts Gutes an ihnen, sie sind einfach schlechter als die Frau. Und genau das wird mit der offensichtlichen Diskrepanz zwischen Bild und gesprochenem Wort knallhart gezeigt.

Ja, ihnen haftet sogar eine proletenhafte Primitivität eines Pommes essenden Malochers aus dem Ruhrpott an, eine Empathielosigkeit und Klischeelastigkeit, die Ihresgleichen sucht.

Mama trumpft auf

Und dann kommt sie, die Mama, der strahlende Engel, der hinabsteigt in die lichtlosen Tiefen, in die dunkle Höhle des Neandertalers der dort haust, der sich Vater schimpft. Der so...

– überholt – unansehnlich – überflüssig – ist.

Es liegt eine schlummernde Aggressivität im spot die sagt: „Dich, Vater, braucht niemand“.

Viele Fragen tun sich auf:

Wo ist eigentlich die Mami spot, dass Papa alles alleine machen muss?

Warum kann der Mann das alles nicht? Hat schonmal jemand Edeka gefragt, wie es ist, wenn man als Mann nach 9 oder 10 Stunden von der Arbeit nach Hause kommt und „tot“ ist? Wenn man alles über sich ergehen läßt, um die Familie durchzubringen, jede Überstunde, jeden Anranzer des Chefs, jeden Stressmoment?

Weil man weiß, man muss durchhalten für die Familie? Die finanzielle Verantwortung oft ganz alleine trägt? Ist es nicht sogar verständlich, dass der Mann, und es ist nun mal ein noch sehr häufig vertretendes Rollengefüge, dass dieser die Kohle

allein heranschaffen muss, eben nicht die Übung in vielen Dingen hat, die Mütter tagtäglich ausführen am Kinde?

Der Kern ist:

Die Wertschätzung der Mutter wird in diesem spot durch die Abwertung des Vaters erschaffen.

Männer werden gegen Frauen ausgespielt. Der alte weiße Mann hat ausgedient, er ist das Relikt einer vergangen patriarchalischen Zeit. Es gibt in diesem spot nichts als Verachtung für den Mann, nicht einen Funken Wertschätzung.

Denn er scheitert ja nicht nur an seinen mangelhaften Fähigkeiten, nein er ist pauschal mit vielen negativen Eigenschaften belegt, die zum Teil nicht einmal änderbar sind.

Er *verhält* sich nicht nur schlecht, nein er *ist* schlecht.

Eigentlich müßte im Abspann die Empfehlung zur Scheidung kommen.

Und jetzt, liebe Marketingabteilung, erklärt mir, wie ihr eure Umsätze verbessern wollt, wenn ihr pauschal 50% der erwachsenen Bevölkerung abwertet, und zwar die 50%, die häufig die Kohle zum Einkaufen heranschaffen. Ich bin gespannt.

Warum genau sollte ich als alter weißer Mann doch noch bei euch einkaufen? (einen Afrikaner oder Asiaten habe ich, man sage mir wenn ich mich irre, schließlich nicht gesehen im spot)

Aber ihr könnt es wieder gut machen:

Dreht doch zum Vatertag einen spot mit Frauen, die nicht

Einparken können, zu schwach sind um auf dem Bau zu arbeiten, die statt zu Arbeiten die Fingernägel lackieren, rechts und links nicht unterscheiden können und die auch ins Zimmer ihres Sohnes hereinplatzen, wenn es ganz unpassend ist.

Zeigt doch ein paar Frauen, die bei einem Überfall völlig wehrlos sind, herumgiften wenn sie ihre Tage haben und die aussehen wie Mama bei den Flodders. Dick, schmutzig und mit Kippe im Mundwinkel.

Und dann zeigt einen adretten gepflegten und eloquenten Mann (ich stelle mich für Fotos zur Verfügung!) und blendet dann ein: „Gut, dass du nicht Mama bist, du bist supergeil“.

Ich bin sicher, das kommt gut an.

Psst... P.S.

Achja, unter uns: Der spot ist übrigens furchtbar diskriminierend. Das dritte Geschlecht existiert garnicht, es kann nichts, nicht mal etwas Schlechtes, weil es nicht da ist. Also, da hätte ich mehr von euch erwartet.

Wohl nicht ganz gender, was?

Also, als drittes Geschlecht würde ich Edeka verklagen.

Achja, das gleiche trifft für Schw... ähm... people of colour zu, oder wie das heißt. Und Homosexuelle und... Na ihr wißt schon, das Übliche halt.

Fröhlich bleiben!

Der youtubelink zu meinem Video ist [hier](#)