

Chanson-Reise durch die kunterbunte Werbewunderwelt

Zu Risiken und Nebenwirkungen fragen Sie Ihren Arzt oder Apotheker. Oder Fräulein Cilly! Garantiert gluten – und laktosefrei präsentiert Alexandra Völkl im Paulaner-Gemeindehaus ein Chanson-Kabarett mit Nostalgie-Charme.

Amberg. (kmo) „Die Veranstaltung ist das Ende einer wunderbaren Reihe von starken Frauen“, ließ Siegfried Kratzer, Vorsitzender des evangelischen Bildungswerks, die vergangenen Wochen noch einmal Revue passieren. Das EBW hatte seit Beginn des Jahres viele Veranstaltungen rund um starke Frauen organisiert. Nur wenige Tage nach dem Weltfrauentag fand diese Reihe nun ihr Ende in Fräulein Cillys Werbewunderwelt.

Milch und müde Männer

„Nach dem Abend sind 99 Prozent ihres täglichen Kulturbedarfs gesättigt“, versprach Fräulein Cilly (Alexandra Völkl) in bester werbesprachlicher Manier. Dann ging sie los: Die garantiert gluten- und laktosefreie Reise quer durch die deutsche Werbelandschaft. Im Gepäck: Tausend schöne Sachen, die das Leben leichter machen. Unterstützung bekam die gebürtige Ambergerin Alexandra

Völkl bei ihrem Heimspiel von Budde Thiem am Piano. Wie einfach sich Werbeslogans im Gedächtnis festsetzen, durfte das Publikum gleich zu Beginn selbst unter Beweis stellen. Auf das kleine Wörtchen „Milch“, antwortete es schallend im Chor: „Macht müde Männer munter!“

Geiz eher nicht geil

Bevor Fräulein Cilly in die Nostalgie-Charme-Offensive ging, widmete sie sich aktuelleren Problemen, zum Beispiel dem Online-Shopping, Pair-Shipping und der Stimmbandbelastung durch den Zalando-Schrei. „Geiz ist geil bewirkt bei mir das Gegenteil“, stellte sie entschuldigend fest. Auch wichtigen Lebensfragen wandte sie sich zu. Zum Beispiel: Wie klappt's auch mit dem Nachbarn? Na mit Calgonit natürlich!

Schnell war klar: Die musikalische Reise ist eine Wiederbegegnung mit starken Marken und unvergesslichen Werbefiguren. Dank Calgonit klappt's mit dem Nachbarn, doch was, wenn der seine Nachbarin abservieren will? Fräulein Cilly weiß Rat: Klopapier als veganer Gänseblümchen-Ersatz. „Dass man Klopapier heute auch für eine Er-liebt-mich-er-liebt-mich-nicht-Abzählung benutzen kann, verdanken wir Hans Klenk von Hakle, der das erste Papier mit perforierter Rolle und garantierter Blattzahl produziert“, erklärt sie elegant. Ganz so, als sei sie selbst einem Werbespot der 50er-Jahre entsprungen, verkauft Alexandra Völkl, im roten Kleid mit Retro-Muster dem Publikum Produkt um Produkt, gespickt mit jeder Menge nützlichem Wissen rund um die Werbewelt. Wer hätte sonst gewusst, dass der erste Werbespot in Deutschland am 3. November 1956 im Bayerischen Rundfunk lief? Seitdem gilt: „Persil. Da weiß man, was man hat.“

Alles begann 1886

Die geschichtliche Zeitreise geht noch weiter: 1886 engagierte Julius Maggi den damals unbekanntenen Frank Wedekind und ernannte ihn zum Leiter der Reklameabteilung. Sein Tütensuppen-Kontrahent, Karl Theodor Knorr, erfand unter dessen die bis heute bekannte Erbswurst. Dann wechselt die Werbesache so schnell wie im TV. Als Meisterin der Übergänge stellt Fräulein Cilly nur Sekunden später fest: „Wie man sich füttert, so wiegt man“ und taucht in die Welt von „Du darfst“ und Diäten ein. Mit einem fröhlichen „Der Bauch, der bleibt“ und einem Regen aus Merci-Pralinen fürs Publikum, verabschiedet sich Fräulein Cilly in die 20-minütige Werbepause.



Unverkennbar: Alexandra Völkl alias Fräulein Cilly als Marlboro Man.

Danach geht es beschwingt weiter mit Klassikern wie Frauengold, einer Zeitreise durch die Zuckerwerbung oder den besorgten Pädagogen wegen der lilafarbenen Milka-Kuh namens Adelheid. Bekannte Melodien verknüpft Alexandra Völkl in ihrem Chanson-Kabarett dabei stets mit neuen Texten und eigenen Interpretationen. So begegnet das Publikum an diesem Abend nicht nur einer singenden Kaffeebohne, sondern auch dem Marlboro Man, Fräulein Antje oder dem cholerischen HB-Männchen. Das Anfangsversprechen der

Extra-Dosis Kultur einlösend, taucht Fräulein Cilly ihre Finger in Schälchen mit Palmolive und zaubert Allerlei aus ihrem Weidenkorb hervor. Die gesanglichen und kabarettistischen Einlagen wechseln sich harmonisch ab und sind dabei viel mehr als nur Reproduktion der Produktwerbung. Ganz im Sinne der „starken Frauen“ stehen dabei die Künstlerin und ihre Alter Egos als patente, selbstbestimmte Frauen immer wieder im Mittelpunkt des tollen Auftritts. Man könnte sagen: Alexandra Völkl – da weiß man, was man hat.



Als singende Kaffeebohne zieht die Sängerin im Paulaner-Gemeindehaus die Blicke auf sich. Bilder: kmo (2)