

Liebe Coop-Zeitung

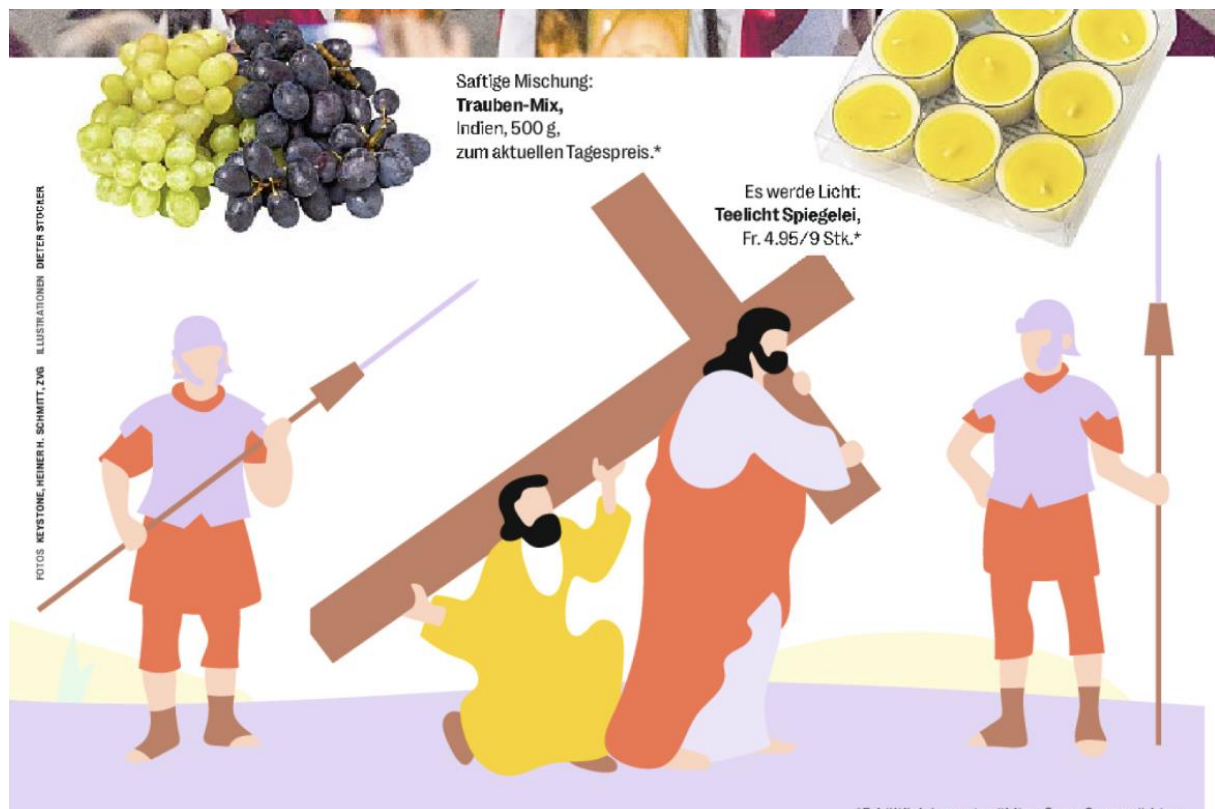
Herzlichen Dank für den etwas knappen aber informativen Artikel über die Freilichtaufführung der Kreuzwegprozession in Mendrisio. Die Bilder stimmig und einprägsam – so soll es sein.

Mit der grafischen Rundumgestaltung aber hast du, liebe Coop-Zeitung, eine Chance verpasst, ganz gezielt Werbung zu machen für geeignetere Coop-Produkte!



Eine *Spass-Deko Serviette Flowers green* für Fr 4.95 / 33x33 cm mit einer fröhlichen Biene, die über Gänseblümchen hinwegfliegt, mag ja vielleicht neben einen Osterhasen gehören. Ich finde, Coop hätte bessere Produkte, um sie auf einem Kreuzweg zu promoten.

Wie wäre es mit sportlichen Sandalen so unter dem Motto: 'Mit diesen Sandalen werden auch die schwersten Wege federleicht!' Die beiden Figuren links von den Servietten sehen ja schon so aus, als ob sie ein paar anständige Schuhe gebrauche könnten.



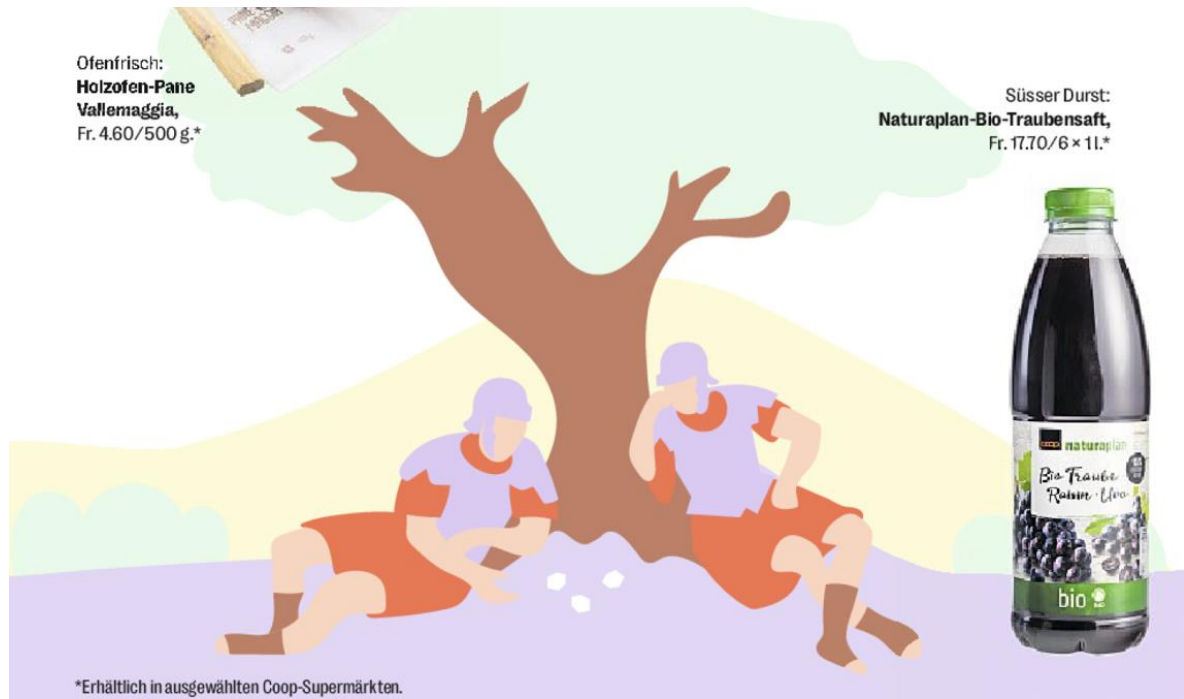
Dass gleich neben dem Kopf vom kreuztragenden Jesus mit einem Zitat aus Genesis 1 *Es werde Licht* auf *Teelicht-Spiegelei* für 4.95 / 9Stk (erhältlich in ausgewählten Supermärkten) hingewiesen wird, hat mich ja beinahe zu Tränen gerührt. So schön!

Welcher Werbetexter kommt denn auf die kongeniale Idee, den kreuztragenden Jesus mit einem biblischen Zitat und erst noch Teelicht-Spiegelei zu kombinieren? Das muss der Werber des Jahres sein! Dass gleich oberhalb noch auf die saftige *Mischung Trauben Mix, Indien, 500g, zum, aktuellen Tagespreis* hingewiesen wird, erfrischt die ganze Szene ungemein. Wirklich Klasse!

Dennoch, auch hier hätte Coop auch andere Artikel gehabt, die man hätte aufführen können, ja müssen: Zum Beispiel den Holzzuschnitt-Service im Jumbo mit dem Slogan: 'Heute würden die Römer ihre ~~Folterwerkzeuge~~ Kreuze millimetergenau im Jumbo zuschneiden lassen!' Oder auch ein Hinweis auf das ganz tolle Sortiment an Nägeln im Jumbo in jeder Grösse: 'Die halten – da steigt dann keiner mehr vom Kreuz herab!'... doch, doch, nur keine falsche Bescheidenheit.

Auch wäre Simon von Kyrene (das ist der in gelb, der Jesus hilft, das Kreuz zu tragen – Anm. des Red.) DER sympathische Werbeträger für ein

Fitnessstudio: 'Fitness mit Simon – und die Kreuze, die du trägst, werden leichter!' Liebe Coop Zeitung, das sind vertane Chancen!



Und schliesslich die würfelnden römischen Soldaten: Da hättest Du unbedingt auf ein Monopoly-Spiel hinweisen müssen. Ist ja auch ein Spiel, in dem es darum geht, einander fertig zu machen – also thematisch gar nicht so weit weg von dem, was die römischen ~~Henkersknechte~~ Soldaten tun. Ganz originell wäre ein Internet-Würfelspiel gewesen, bei dem man ein T-Shirt mit einem Jesus-Bild hätte gewinnen können: 'Würfeln sie um das Jesus-T-Shirt!' Viel näher kann man die biblische Geschichte den Menschen gar nicht bringen! Dass das Brot *Ofenfrisch, Holzofen-Pane Valleraggia Fr. 4.60 / 500g. (Erhältlich in ausgewählten Coop-Supermärkten)* und *In vino veritas: Toscana IGT Santa Cristina Antinori, Fr. 6.65 statt Fr. 9.95/75cl (ebenfalls erhältlich in ausgewählten Coop-Supermärkten bis zum 2.April2025 -hier nicht im Bild)* ein eleganter Hinweis auf das Abendmahl sind, ist schon ein geiler Schachzug. Ein Abendmahl mit Santa Cristina und dem Holzofen Pane sind sicher ein unvergleichliches Erlebnis und deutlich billiger als 30 Silberstücke.

Dass Du, liebe Coop-Zeitung, dabei auch an AbstinenzlerInnen gedacht hast, finde ich doch sehr rücksichtsvoll: *Süsser Durst: Naturaplan-Bio-Traubensaft, Fr 17.70/6*1l.* Damit haben sich die beiden römischen

Soldaten sicher den Feierabend nach getaner ~~Hinrichtung~~ Arbeit sicher versüssen können.

Thematisch wäre da aber vielleicht eine Flasche Essig besser gewesen. Denn Essig ist in dieser Geschichte aus der Bibel der einzige erwähnte Durstlöscher. Um dem ganzen noch das Tüpfelchen auf das kleine i zu setzen, hätte man ein Bild von einem Schwamm neben die Essigflasche positionieren können, mit dem Hinweis, dass sich römische Soldaten mit dem Schwamm, mit dem sie Jesus mit Essig die Lippen befeuchtet haben, sich normalerweise den Arsch abwischten. So hätten auch religiös nicht interessierte Menschen etwas gelernt.

Gell, liebe Coop-Zeitung, man lernt nie aus...

Ich wünsche dir, liebe Coop-Zeitung, eine frohe Osterzeit.

Freundliche Grüsse

Cédric

PS: Und solltest Du meine Ratschläge als geschmackslos empfinden, dann überleg Dir einfach, wie diese paar Werbe-Seiten auf die gewirkt haben könnten, denen die äusserst brutale Geschichte von Jesus und gerade die seines Todes am Kreuz wirklich etwas bedeutet. Sonst schau Dir doch mal 'The Passion of Christ' von Mel Gibson an – imho zwar ein schlechter Film – aber da bringst Du dann keine niedliche Papierserviettenwerbung auf einem Kreuzweg mehr, versprochen!