

# Moden und Marotten im Journalismus (4): Von Selbstversuchen und Katalog-Rezensionen

geschrieben von Bernd Berke | 11. Dezember 2016

**Kennt ihr die vor einigen Jahren verstärkt aufgekommene Reporter-Marotte, alles an sich selbst auszuprobieren?**

Ich möchte nicht wissen, wie viele Journalistinnen (oder auch Journalisten) sich im Lauf der Jahre unter einer Burka (wahlweise Niqab) verborgen und die Reaktionen der Mitwelt aufgezeichnet haben.



Alle Uhrzeiger auf dieselbe Zeit getrimmt: Ausriss aus dem erwähnten Prospekt der Galeria Kaufhof.

Erst jüngst fingierte eine Kollegin, sie müsse davon leben, in Mülltonnen nach dem Nötigsten zu suchen – und schrieb ausführlich darüber...

Einmal in Rechnung gestellt, dass manche junge Journalistin tatsächlich nicht ihr hinreichendes Auskommen hat, durchwehte jenen Beitrag trotzdem mehr als ein Hauch von Zynismus.

„Elend“ mit eingebauter Rückkehr-Garantie. Hach, wie wärmt das ein herzensgutes Mittelschichts-Seelchen. Und das nicht nur zur Weihnachtszeit.

Einige mögen es auch hart. Ich kann mich an den Selbstversuch eines Reporters erinnern, der sich probenhalber als Preisboxer verdingte.

Auch im Kulturteil hat man die eine oder andere Mode mitgemacht, freilich auf die sanftere Tour. Und dabei rede ich nicht einmal vom so genannten „Debattenfeuilleton“, das besonders in den überregionalen Blättern alle gewichtigen Weltfragen um und um wälzte. Der Zenit dieser Gattung liegt auch schon wieder einige Zeit zurück.

Manchmal ließ man's hingegen gerade lässig angehen. Vor ungefähr zehn, fünfzehn Jahren wurde es Mode, das Feuilleton flockig aufzulockern, indem man etwa das Telefonbuch oder den Ikea-Katalog besprach und überhaupt manchen Jokus mit dem Rezensions-Instrumentarium oder sonstigem Besteck des Kulturberichterstatters betrieb. Zuweilen war's amüsant, doch nicht immer konnte es gelingen.

## **Anhang**

Stichpunkt Ikea-Katalog besprechen. Play it again, Sam. Aber ich greife nur einen einzigen, freilich wundersamen Aspekt heraus. Und es handelt sich diesmal nicht um die Elche.

Vor ein paar Tagen fielen mir aus der Tageszeitung zwei Prospekte der Warenhauskette Galeria Kaufhof entgegen. Diesmal war ausnahmsweise nicht Spielzeug an der Reihe, das wäre ein Thema für sich. Wie aber ebenfalls in dieser Jahreszeit üblich, wurden in beiden Beilagen vor allem Düfte, Schmuck und Uhren angepriesen.

In dem einen Werbeblättchen habe ich 85 Uhrenmodelle gezählt, im anderen noch einmal über 60. Du meine Güte, welche Vielfalt! Mal schlicht, mal überladen, mal technoid, mal

nahezu Fantasy, mal knatschbunt, mal einfarbig. Reichlich Auswahl für jeden Geschmack, wenn man denn in allen Fällen von Geschmack sprechen will.

Doch etwas war bei all diesen Uhren gleich, und zwar – die Uhrzeit. Die Zeiger sämtlicher Chronometer waren auf neun oder zehn Minuten nach zehn (10.10 Uhr) eingestellt.

Was sagt uns das?

Bevor wir uns irrwitzige Verschwörungstheorien basteln, deuten wir es lieber pragmatisch: Beim Kaufhof ist offenbar „Zug“ drin, zumindest wird uns dies signalisiert. Ein lenkender Wille bringt alle Uhren gleichermaßen „auf Vordermann“. Selbiges sollte dann wohl auch fürs Geschäftsgebaren der Kette gelten, die bekanntlich einer kanadischen Holding gehört. Es wäre sicherlich irritierend, wenn jedes Uhrwerk anders ginge. Pure Anarchie...

Zudem ließe sich über die konkrete Uhrzeit sinnieren, die sie da ausgewählt haben. Natürlich stehen nicht alle Uhren auf fünf vor zwölf, sondern zeigen eine hoffnungsvollere Zeit an: Um 10:10 Uhr ist der Tag leidlich in Gang gekommen, die meisten Leute sind einigermaßen wach und bei vollem Bewusstsein, außerdem hat der Kaufhof jetzt seit über einer Stunde geöffnet. Da weiß man doch, was die Stunde geschlagen hat. Konsumiere, du Wicht! Und zwar richtig. Wie hieß es früher so schön: „Kaufhof bietet tausendfach / alles unter einem Dach“.

Nur ein Rätsel bleibt noch übrig. Gerade mal fünf Uhren mit Digitalanzeige werden in den Prospekten feilgeboten. Sie aber – und nur sie – zeigen eine andere Zeit, nämlich allesamt exakt und sekundengenau 10:58:50 Uhr. Was hat das nun wieder zu bedeuten?

---

Anno 2012 hatte hier eine kleine Serie unter dem Titel „Moden

und Marotten im Journalismus“ begonnen – und alsbald wieder aufgehört. Damals sind erschienen:

[„Kunterbunte Spielzeugwelt“](#)

[„Stocksteife Scheinobjektivität“](#)

[„Die Welt als Quiz, das Leben als Liste“](#)

Jüngst hat noch eine (ebenso lose) Reihe unter dem Titel [„Geheimnisse des Journalismus“](#) angefangen – ohne jede Garantie auf Fortsetzung.

So viel zur chaotischen Systematik der „Revierpassagen“.

---

# **Pressereise zu den Projektoren: Mit Panasonic auf Kulturtrip nach Aarhus (oder auch nicht)**

geschrieben von Bernd Berke | 11. Dezember 2016

**Kinners, da hab' ich ja mal wieder eine ganz tolle Einladung zur Pressereise (Neudeutsch „Media Tour“) auf dem Tisch liegen. Demnach dürfte ich für zwei Tage ins dänische Aarhus kommen, immerhin Europäische Kulturhauptstadt 2017.**

Warum ich noch zögere, gar dankend ablehnen möchte? Beispielsweise, weil es sich gar nicht um eine generelle Stadtführung im Sinne des ehrenvollen Titels handelt. Sondern? Lediglich um den Besuch einer Ausstellung zum Thema Steinzeit, die zwar schon am 8. Oktober begonnen hat, aber noch über ein Jahr dauert. Nun gut, als Dreingabe wird noch ein Gefängnis-Museum besichtigt.



...außerdem war ich schon mal in Aarhus. (Foto von 2003: Bernd Berke)

Und wer lädt da ein? Der Elektronik-Konzern Panasonic. Warum ausgerechnet der? Weil in der Steinzeit-Schau über 100 Projektoren der Firma zum Einsatz kommen. Aha. Oder besser: Oha!

Verheißungsvolles Zitat: *„Panasonic kommt selbstverständlich für die Flüge, Verpflegung und Übernachtungskosten auf.“*

Na, prima. Mag sein, dass – ganz vereinzelt – Journalisten nach solchen Gelegenheiten gieren. Ich frage mich allerdings, was die Einladenden erwarten. Na, was wohl? Etwas Präsentables für den Pressespiegel, versteht sich. Vielleicht Baukasten-Sätze dieser rasend schnell gefügten Art:

*„Der Kontrast zwischen der Steinzeit und ihrer optisch perfekten HiTech-Präsentation könnte nicht größer sein. Über 100 Projektoren der Firma Panasonic katapultieren uns auf eine spannende Zeitreise in die ferne Vergangenheit...“*

Oder so, noch etwas plumper:

*„Dank sei dem Hersteller Panasonic, dessen über 100*

*hypermoderne Projektoren uns mitten in die Steinzeit versetzen. Das ist aufregende Vorgeschichte zum Anfassen...“*

Oder so:

*„Steinzeitfreunde, aufgepasst! ... (rhabarber rhabarber) ... Fazit: Ohne die lichtstarken Projektoren wäre die Ausstellung nur halb so eindrucksvoll.“*

Genug. Ihr wisst schon, was ich meine.

Liebe PR-Leute von Panasonic, schaut her, ich liefere solche Sätze völlig kostenlos; ohne eure Pressereise in Anspruch zu nehmen. Und sagt selbst: Die Ökobilanz dieses Beitrags kann sich sehen lassen, sie ist nahezu klimaneutral. Kein Kerosin- und Benzin-Verbrauch, nur ein kleines bisschen Strom für meinen Computer.

So, liebe Leser und User, Frauen inbegriffen. Wenn ihr demnächst irgendwo schnuckelige Berichte über die Steinzeit-Ausstellung in Aarhus vorfinden solltet, so kennt ihr einen mutmaßlichen Anstoß. Achtet mal auf etwaiges Product Placement. Womit ich natürlich überhaupt nichts unterstellt haben möchte.

---

## **Alle paar Tage ein „Album des Jahres“ – über das entgrenzte Rühmen in den Feuilletons**

geschrieben von Bernd Berke | 11. Dezember 2016

**Vielfach wurde und wird dieser Tage Leonard Cohens neues Album „You Want it Darker“ besprochen, und zwar zu allermeist feierlich, ja hymnisch, als wäre es ein quasi-religiöses,**

## **jedenfalls transzendentes Ereignis.**

Tatsächlich hat der in Würde gealterte große Meister mit letzten verbliebenen Kräften eine verehrungswürdige, berührende Platte geschaffen. Insofern ist all das Rühmen in diesem Falle sicherlich angebracht. Manche halten ja auch Leonard Cohen – und nicht so sehr Bob Dylan – für den wahren Anwärter auf den Literaturnobelpreis. Gerade bei ihm mögen also euphorische Höhenflüge am Platze sein. Ihm gebühren größere Worte als anderen.



Aus der Reihe „Unsinnige Vergleiche“: Was ist finsterer – das Telefon, der Kugelschreiber oder der Holzkorpus des Radios?  
(Foto: BB)

Doch die Neigung zu Hurra und Hallelujah, zu Superlativ und Überschreitung ist viel weiter verbreitet; auch dort, wo sie mutmaßlich nicht hingehört.

Um noch einmal bei der neuesten Cohen-Rezeption anzuknüpfen: Es werden unsinnige Konkurrenzen inszeniert. Da hieß es etwa jüngst in der FAZ, Cohens Düsternis übertreffe mit seiner neuen Produktion das gesamte Spätwerk von Johnny Cash (welch ein sinnloser Vergleich!) und lasse auch David Bowies verstörende Abschiedsplatte weit hinter sich. Ach, wenn doch

die Werke öfter für sich gewürdigt werden könnten und nicht ständig solchem Wettstreit unterworfen wären! Wir ahnen doch auch so, dass der Rezensent rundum alle möglichen und unmöglichen Vergleichbarkeiten parat hat. Davon sollte er vielsagend schweigen.

Zuständig für vorschnelle Steigerungen ist sonst gerne auch die Süddeutsche Zeitung. Da kann es beispielsweise geschehen, dass schon etwa Mitte Januar eilfertig das „Album des Jahres“ ausgerufen und mit großem Tremolo gepriesen wird. Im Dezember sind dann schätzungsweise 37 Alben des Jahres und 143 Alben (respektive Romane, Inszenierungen, Ausstellungen, Kinofilme) „der Stunde“ beisammen. Bei den vorweihnachtlichen Geschenketipps kommen dann noch ein paar Fuder hinzu. Ich übertreibe nur unwesentlich. Wenn überhaupt.

Habt ihr's nicht manchmal eine Nummer kleiner?

Der Drang zur zwanghaften, haltlosen, entgrenzten Lobhudelei gilt – unter etwas anderen Vorzeichen – auch für regionale Medien, bei denen der Kulturteil (intern wie extern) täglich um ein bisschen Anerkennung ringen muss, sofern er denn überhaupt noch nennenswert vorhanden ist. Da regiert die Furcht, sich mit den Feuilleton-Häppchen womöglich gar kein Gehör mehr zu verschaffen. Also muss man den Mund ziemlich voll nehmen und darf seine Gegenstände nicht durch „Verrisse“ zerfetzen, sondern muss sie noch und noch aufwerten. Motto: Was ich hier bespreche, ist ungemein wichtig und richtig. So erhöht man vor allem sich selbst. Andererseits: Nichts schreibt sich so süffig wie ein herzhafter Verriss.

Vielleicht hat ja auch die nur bedingt kulturaffine Chefredaktion mal wieder süffisant durchblicken lassen, dass kritische Äußerungen im Blatt längst nicht so willkommen sind wie nachdrückliche Empfehlungen. Dann wird's wieder höchste Zeit für ein bisschen „Service“, beispielsweise fürs nächste PR-Interview mit (gar nicht mehr so) furchtbar angesagten Popstars, die uns vor ihrem Auftritt das unvergleichlich Blaue

(oder Düstere) vom Himmel versprechen.

Beispiele gefällig? Gern. In einem bekannteren Ruhrgebiets-Blatt waren das jüngst Phil Collins, der gelobte, im Konzert „110 Prozent“ zu geben, und Robbie Williams, der laut Schlagzeile „Hungrig wie nie zuvor“ ist. Wenn das keine substantziellen Aussagen sind, dann weiß ich auch nicht.

P.S.: Viele Künstler und solche, die sich dafür halten, sehen das alles natürlich ganz anders. Sie reklamieren Lob und Preis fraglos für sich und sehen im angeblich ewig nörgelnden Kritiker den altbösen Feind, der stets hohnlachend auf Kulturvernichtung aus ist.

---

# Ritual und Routine zu Halloween

geschrieben von Bernd Berke | 11. Dezember 2016

**Ganz nüchtern statistisch betrachtet, war es so: Zwischen 18 und 20 Uhr haben heute insgesamt 18 Kindergruppen bei uns geschellt und „Süßes oder Saures“ verlangt.**

Die beiden größten Rudel waren 12 bzw. 10 Kinder stark, alles in allem standen da – wenn ich richtig notiert habe – 78 kleine Leute. Manche waren nur zu zweit unterwegs, zwei Kinder liefen (in Begleitung ihrer Eltern) sogar allein los. Das sah ein wenig traurig aus. Aber bitte, wer kennt die Gründe?



Ganz ohne Kürbis geht die Chose nicht... (Foto: BB)

Vor Jahresfrist waren es im selben Zeitraum noch über 20 marodierende Grusel-Formationen gewesen. Manche Zeitungen würden jetzt atemlos hechelnd von einer Trendwende sprechen und solche Fragen aufwerfen: Hat „Halloween“ seinen Zenit überschritten?

Über all die kleinen Auftritte vor der Haustür ließe sich glatt eine multiple Rezension schreiben, hochnäsige Urteile über Mimik, Gestik, Sprechkultur und Choreographie inbegriffen. Doch das lassen wir lieber bleiben. Auch wollen wir nicht über einige ältere Herrschaften wettern, die sich in abgedunkelten Wohnungen verschanzen und ihre Türen verschlossen halten. Ob sie hartherzig sind? Nun ja...

Tatsache ist, dass sich nicht mehr allzu viele Kinder die Mühe machen, wenigstens noch ein gereimtes Sprüchlein aufzusagen oder ein garstiges Liedchen zu schmettern. Manche stehen gar vollends stumm da und halten nur die mitgebrachten Beutel auf. Man ist versucht, eine solche Handlungsweise phantasielos zu nennen. Aber das ist pädagogisch wahrscheinlich nicht korrekt, weil nicht ermutigend.

Eigentlich sollte der Tag, wenn er denn schon so begangen werden muss, den Kindern unter 10 vorbehalten bleiben. Die haben noch wirklichen Spaß daran. Gelangweilte Trittbrettfahrer über 14 stehen eher ratlos neben sich. Sie machen das, weil „man“ es halt macht. Aber so richtig cool

finden sie es eben auch nicht mehr.

Die Kostümierungen beruhen nur selten auf Eigenschöpfungen, das Allermeiste ist fix und fertig gekauft. Alles durchkommerzialisiert? Naja, ein bisschen schon. Und nachher weiß man, wer bei welchem Discounter gewesen ist.

Durch Erfahrung gewitzt, versorgt man sich inzwischen vorab mit etlichen Süßwaren, und zwar in Packungsformen, welche sich gut auf Kindergruppen verteilen lassen; wie denn überhaupt Ritual, Routine und Gewohnheit einen Großteil der Sache ausmachen.

Übrigens sind in diesem Jahr offenbar mehr wachsame Eltern mitgegangen, wahrscheinlich, um etwaige Gruselclowns abzuschrecken, die sich leicht ins Geschehen hätten mischen können. Oder hat man sich das nur eingebildet?

Viel ungesundes Zeug füllte schließlich die Beutel, die offenbar von Jahr zu Jahr größer werden (wie auch jene für „Kamelle“ zu Karneval). Nur die Frau an der nächsten Straßenecke hat den Kindern Äpfel gegeben. Sie lebt in London und ist zu Besuch. Immer diese Sonderwege. Immer diese Insulaner...

---

## **Originelle Museen in Berlin – aber die Currywurst würde ebenso gut ins Revier passen**

geschrieben von Hans Hermann Pöpsel | 11. Dezember 2016

Wenn es in der Stadt Bochum ein Bergbaumuseum gibt, dann kann man für seine Existenz und den Standort Ruhrgebiet gute Gründe

finden – die Geschichte des Kohle-Abbaus eben. Nach Berlin fahren viele Menschen nur wegen der reichhaltigen Kunstmuseen, das hat eine Hauptstadt nun einmal zu bieten. Berlin glänzt aber auch mit kuriosen Ausstellungen, für die es natürlich ebenfalls lokale Begründungen gibt.



Einheitsladen für Berliner Currywurst. (Foto: Pöpsel)

Da rühmt sich das „Spy-Museum Berlin“ zum Beispiel damit, die Geschichte der „Hauptstadt der Spione“ zu zeigen, multimedial natürlich und mit 350 Ausstellungsstücken auf 32.000 Quadratmetern. Ebenfalls auf die Teilung der Stadt geht das „DDR-Museum“ in der Nähe des Doms zurück, passend an der Karl-Liebknecht-Straße angesiedelt.

Auch auf die damalige Ostzone gehen das „Trabi-Museum Berlin“ in der Nähe des Checkpoint Charlie und das „1. Berliner DDR-Motorrad-Museum“ zurück. Letzteres zeigt neben dem Alexanderplatz ausschließlich „The History of east german Motorbike Production“. Besonders bekannt in dieser Reihung ist die „East Side Gallery“, das bemalte Stück Berliner Mauer, ein Freiluft-Museum, das ständig durch Bauherren gefährdet ist.

Eine Einrichtung allerdings weckt im Ruhrgebiet zwiespältige Gefühle: Das „Currywurst-Museum“ an der Schützenstraße / Ecke

Friedrichstraße, eine „interactive exhibition“. Schließlich sieht sich der Ruhrpott genauso wie Berlin als Geburtsstätte dieser kulinarischen Spezialität. Herbert Grönemeyer hat sie besungen, und während hier im Westen die Bratwurst als Grundlage dient, wird in der Hauptstadt eine Knackwurst zerschnibbelt.

Vielleicht macht ja mal jemand in Dortmund ein konkurrierendes Currywurst-Museum auf, oder zumindest ein Museum für die berühmte „Pommes Schranke“. Aber dann kommt bestimmt wieder ein Belgier und nimmt das Urheberrecht für sich in Anspruch.

---

# **Spießig sein – aber genüsslich!**

geschrieben von Bernd Berke | 11. Dezember 2016

**Auf der nach oben offenen Spießigkeits-Skala habe ich weitere Trittstufen erklommen.**

Wie konnte das nur geschehen?

Nun, da war zuerst der Umzug aus dem Innenstadt-Quartier in einen halbwegs stadtnahen Vorort. Egal. Das Umfeld ist nun jedenfalls weniger urban und mehr so... naja, ihr ahnt es sicherlich. Man hört hier halt schon mal den einen oder anderen Rasenmäher. Auch wird an wärmeren Wochenenden – man denke nur – hie und da gegrillt.



Immer diese Sonderangebote...  
(Foto: BB)

Es wird aber noch krasser.

Der Edeka steckt jeden Samstag Prospekte mit den Angeboten der kommenden Woche in die Briefkästen. Während ich bisher recht freihändig eingekauft habe, achte ich neuerdings zusehends auf wöchentlich wechselnde Sonderangebote. Kaffee für die Hälfte? Katzenfutter stark herabgesetzt? Lieblingsbutter deutlich reduziert? Günstiges Weinchen? Ha! Da bin ich dabei.

Neulich bin ich gar in Versuchung geraten, Rabattmarken zu sammeln und einzukleben. Hier müsste jetzt ein „horribile dictu“ eingestreut werden. Doch wenn man dann zum Lohn den Akkuschrauber viel billiger krieget? Oha, am Ende wird man noch einer von diesen Schnäppchenjägern.

Apropos sammeln. Man sollte mal alle Anzeichen auflisten, die einen zum Spießler stempeln. Desgleichen entlastende Faktoren. Bausparvertrag? Hab' ich nicht. Wöchentliches Autowaschen? Mach' ich nicht. Das sind dann wieder vermeintliche Pluspunkte im linksliberal getönten Diskurs.

Doch was nützen derlei Relativierungen, Beschönigungen, Beschwichtigungen? Nix. Drum muss man wohl lernen, genüsslich ein Spießler zu sein. Wie damals in der Sparkassen-Werbung.

---

# Aus dem Ressort „Kulturlosigkeit“: Die windigen Methoden eines Schlüsseldienstes

geschrieben von Bernd Berke | 11. Dezember 2016

Wer länger bei einer Zeitung gearbeitet hat, hat das vielleicht mal erfahren: Wenn einen Chefredakteur etwas ärgert, was rings um seinen privaten Dunstkreis geschieht, spricht er entweder auf kurzem Weg den (Ober)-Bürgermeister bzw. den zuständigen Dezernenten der Kommune an – oder er gibt „seiner“ Redaktion die „Anregung“, doch mal kritisch über die hochinteressante Begebenheit zu berichten. Im Interesse aller Leserinnen und Leser. Was haben Sie denn gedacht?

Wie komme ich nur darauf? Weil ich jetzt auch eine Chose aus dem eigenen Umfeld ausbreite. Die hat zwar reinweg gar nichts mit Kultur zu tun, ist aber womöglich punktuell lehrreich und kündigt nebenbei von einer gewissen Verwilderung der Sitten. Also geht's doch um Kultur. Oder besser: um deren Abwesenheit. Irgendwie.



Die sollte man möglichst bei sich haben... (Foto: BB)

Zum Thema: Immer mal wieder ist in diversen TV-Sendungen vor unseriösen Schlüsseldiensten gewarnt worden. Man denkt, nur unbedarfte Omas fielen darauf herein – so kennt man's ja von damals aus Ede Zimmermanns „*Vorsicht Falle! Nepper, Schlepper, Bauerfänger*“ (un)seligen Angedenkens. Doch manche Firmen haben seither ihre Masche verfeinert. Hier also die detaillierte Chronologie eines tatfrischen Dortmunder Vorfalls, einstweilen ohne direkte Nennung von Ross und Reiter. Denn es ist gleichsam noch ein schwebendes Verfahren.

### **Unter falscher Flagge**

1. Das Elend beginnt damit, dass die Firma unter falscher Flagge segelt. Sie erweckt den Anschein, familiär und lokal in Dortmund verwurzelt zu sein („Familienbetrieb seit...“ – es folgt eine weit zurückliegende Phantasie-Jahreszahl). Tatsächlich versteckt sich häufig bundesweit ein und dieselbe Firma hinter solchen lokalen Trugbildern. Natürlich soll man durch die behauptete lokale Nähe Vertrauen schöpfen. Ein offenbar weit verbreiteter Täuschungs-Trick. Man könnte auch Adressschwindel dazu sagen.

### **Anschein des Seriösen**

2. Der angeblich örtliche Anbieter, mit dem wir es zu tun bekamen, gibt sich in Branchenbuch- und Internet-Einträgen den Anschein besonderer Seriosität, indem er frechweg mit derselben Adresse auftritt wie die Handwerkskammer. „Ehrbares Handwerk“ also. Soll man jedenfalls denken. Seltsam nur: Der vermeintliche Chef sieht auf verschiedenen Internet-Seiten immer wieder ganz anders aus. Das Ladenlokal sollte man lieber gar nicht erst aufsuchen, denn es wird – wie es online weiter heißt – derzeit „gründlich renoviert“. Das kann lange dauern. Sehr lange. Eine Überprüfung an Ort und Stelle ergibt denn auch, dass dort kein lokaler Schlüsseldienst seinen Sitz hat.

### **Dreiste Anmaßung**

3. Erhöhte Dreistigkeit: Die Dortmunder Fake-Anschrift stimmt auch noch mit jener der Verbraucherzentrale NRW e. V. überein. Ausgerechnet. Es sieht fast so aus, als hätte da jemanden der

Hafer gestochen. Etwa nach dem Motto: „Ihr kriegt uns sowieso nicht“.

### **Nahezu anonyme Hotline**

4. Man wählt also jene (Dortmunder) Telefonnummer, wird aber hernach per Computerstimme aufgefordert, noch eine weitere Ziffer einzutippen. Die schaltet einen dann sonstwohin. Weiß der Teufel. Die Mitarbeiter der Hotline, die nun hinter der lokalen Nummer stecken, melden sich nur mit „Schlüsseldienst“ oder mit einem (erfundenen?) persönlichen Nachnamen, aber nicht als konkret benannte Firma. So sind die Herrschaften nicht so recht fassbar, sie bleiben nahezu anonym. Es lässt sich überdies bezweifeln, dass es mit dem schließlich auf der Quittung angegebenen Hauptsitz seine Richtigkeit hat. Von Briefkastenfirmen ist ja neuerdings viel die Rede.

### **Preise sind Geheimsache**

5. Besagte Hotline gibt auf Anfrage keinerlei Auskunft über Preise, nicht einmal über den ungefähren Kostenrahmen. Das könne erst „vor Ort“ beurteilt werden. Hört sich plausibel an, ist aber eine Ausflucht.

### **Druck und Einschüchterung**

6. Sobald man auch nur skeptisch nachfragt oder gar widerspricht, beschweren sie sich harsch über den „unverschämten Tonfall“ des widerspenstigen Kunden. Und zwar alle Mitarbeiter, samt und sonders. Es ist ganz offenkundig – wie alles andere auch – Teil einer bewussten Strategie, die den Mitarbeitern gewiss in internen Schulungen eingetrichtert wird. Druck und Einschüchterung gehören wesentlich zur ausgeklügelten Methode.

### **„Ich hab’ Polizei...“**

7. Es wird am Telefon versichert, der Handwerker, der die Tür öffnen soll, werde schon in etwa 10 Minuten eintreffen. Dann dauert es eine Dreiviertelstunde, bis er kommt – ohne jegliche Entschuldigung. Auf Nachfrage heißt es nur kryptisch, er habe kurzfristig noch „für die Polizei“ tätig werden müssen. Da

denkt man unwillkürlich an Jan Böhmermanns Song „Ich hab' Polizei“... Eine Aussage, die auf jeden Fall Eindruck schinden soll. Allerdings ist es nur schwer vorstellbar, dass die Polizei wirklich mit einer solchen Firma kooperiert. Außerdem dient das Wartenlassen zumindest der Verschärfung der auszunutzenden Notlage derjenigen, die nicht in ihre Wohnung gelangen. Sie sollen auf diese Weise noch ein wenig „weichgekocht“ und zermürbt werden.

### **Zwei Minütchen Arbeit**

8. Der Schlosser (oder was er nun ist) mahnt vorab, wenn er bohren müsse, könne es richtig teuer werden. Auch könne es sein, dass man das ganze Schloss ersetzen müsse. Als er ans Werk geht, dauert der eigentliche Vorgang etwa 2 Minuten. Er zieht ein eingeschweißtes Stück Papier durch den Schlitz zwischen Türblatt und Rahmen – und klick! Die Tür ist auf. Man ist erleichtert und vielleicht sogar einen Moment lang dankbar fürs glimpfliche Davonkommen. Denn er hat ja gar nicht gebohrt...

### **Mondpreis sofort bezahlen!**

9. Umso überraschender dann der Preis für die ausgesprochen kurze und leichthändig absolvierte Arbeit. Mit Mehrwertsteuer und Anfahrt sind in diesem Falle satte 260 Euro fällig – und das kurz nach 16 Uhr, am Nachmittag eines gewöhnlichen Werktages. Einzige Zahlungsmethoden: Sofort in bar oder sofort per EC-Karte. Und ab dafür... Dass man im Gegenzug keine ordentlich ausgeführte Rechnung, sondern nur einen notdürftig ausgefüllten Wisch erhält, versteht sich fast schon von selbst.

### **Hätte man doch nur verglichen**

10. Nachträglicher Vergleich: Ein tatsächlich ortsansässiger Anbieter, der übrigens die Schließanlagen für Reichstag und Kanzleramt erstellt hat, nimmt für die Türöffnung tagsüber (bis 17 Uhr) lediglich 69 Euro (inklusive Anfahrt und Steuern), von 17 bis 22 Uhr dann alles in allem 109 Euro. Diese Preise sind kein Dumping, sondern reelle, faire Beträge,

durchaus marktüblich bei seriösen Anbietern. Und wie soll man dann die 260 Euro nennen? Etwa „Wucher“?

### **Hoffentlich versichert**

11. Damit man die fette Kröte leichter schluckt, hat der Handwerker zwischendurch behauptet, die Hausversicherung übernehme derlei Kosten. Ach so, na dann... Freilich ist es in Wahrheit nicht die Gebäude-, sondern die Hausratversicherung und auch nur dann, wenn man sich gegen solche Wechselfälle – über den Standardtarif hinaus – eigens mitversichert hat. In aller Regel ist es also nichts mit der Übernahme durch die Versicherung. Schade eigentlich.

### **Ein klitzekleiner Betrugsversuch**

12. Übler noch: Der Mann will einen auch noch zu einer milden Form des Versicherungsbetrugs anstiften. Er schlägt vor, man solle doch behaupten, Kinder hätten die Tür beim Spielen zugeschlagen. Das komme bei den Versicherungen immer gut an. All diese Finten sollen die überhöhte Summe erträglicher erscheinen lassen.

### **Nachbesserung nötig**

13. Nun nimmt die Sache noch eine andere Wendung. Als der Security-Mitarbeiter eilends abgezogen ist, stellt man sogleich fest, dass sich die Tür nunmehr einfach widerstandslos aufdrücken lässt und nicht mehr einrastet. Als technischer Laie weiß man vielleicht nichts vom kleinen Häkchen namens „Schnapper“, das wieder zurückgestellt werden muss. Die Wahrscheinlichkeit, dass der Schnapper beim Türöffnen durch den Handwerker (absichtlich?) verstellt und so belassen worden ist, erscheint außerordentlich hoch. Selbstverständlich ruft man die Firma sofort noch einmal an, um Nachbesserung zu verlangen.

### **Widerwillige Rückkehr**

14. Das sei mit erneuten Kosten verbunden, heißt es daraufhin. Jeder Einwand wird in unfreundlichem Ton niedergebügelt. Ein Telefonist bricht das Gespräch kurzerhand ab, weil er keine

Widerrede erdulden mag. Beim nochmaligen Anruf muss man schon sehr entschieden auftreten, um die Leute zur Rückkehr zu bewegen und bereits anzudeuten, dass man einen etwaigen Aufpreis nicht bezahlen wolle. Denn es muss ja der ursprüngliche Zustand der Tür wiederhergestellt werden.

### **„Geld mitnehmen!“**

15. Der Mitarbeiter, der noch im unmittelbaren Umkreis des Einsatzortes gewesen sein muss, trifft alsbald erneut ein, stellt mit einer Handbewegung den „Schnapper“ zurück auf die Ausgangsposition – und verlangt dafür unglaubliche 189 Euro netto, sofort fällig. Zahlungsverweigerung ist die einzig richtige Antwort darauf. Der Mann ruft daraufhin bei eingeschaltetem Handy-Lautsprecher die Zentrale an und fragt „Wie sollen wir jetzt vorgehen?“ Die Frau am anderen Ende der Leitung schnappt nur: „Geld mitnehmen!“ Erneute Weigerung. Nun lässt er sich mit seinem Chef verbinden (kurze Irritation, weil der offenbar die Kollegin überhaupt nicht kennt). Der Boss wird pampig und besteht ebenfalls auf Sofort-Zahlung. Und natürlich droht er bereits mit einer Inkassofirma. Deren oft rüde Methoden sind berüchtigt.

### **Und jetzt?**

16. Und jetzt? Nun, der Rest muss notfalls juristisch geregelt werden. Mal sehen... Wobei der erwähnte Schlüsseldienst-Boss schon postuliert hat: „Sie haben keine Chance! Wir gewinnen jedes Verfahren!“ – Und künftig? Zweitschlüssel bei netten Nachbarn hinterlegen und schon jetzt eine seriöse Schlüsseldienstnummer notieren. Was sonst?

---

# Neckische Gewinnspiele und sonstige PR-Aktionen? – Nö, hier jedenfalls nicht!

geschrieben von Bernd Berke | 11. Dezember 2016

**Nur noch mal zur kurz Klarstellung:**

Nein, die Revierpassagen werden keine Pressemitteilungen zum [„Speed-Dating“](#) „ausgeben“, wie es ein unbedarfter Anrufer uns jetzt angesonnen hat.

Diese aufgekratzten PR-Fuzzis halten es nicht für nötig, sich auch nur ansatzweise über ihre Ansprechpartner zu informieren. Sie wollen nur, dass man begeistert, ja womöglich ekstatisch mitmacht, bei welchem Humbug auch immer. Und sie verstehen es gar nicht, wenn jemand ablehnt. Ihr Anliegen ist doch so cool, krass und fantastisch. Welches Zeug haben sie nur genommen? Vielleicht Speed?



Hauptsache Speed... (aber hier mal in sympathischer Ausprägung). (Foto: BB)

Mag sein, dass ich in solchen Fällen am Telefon manchmal etwas ruppig geworden bin. Tschuldigung. Aber auf längere Dialoge hat man da einfach keine Lust. Speed-Dating? Nö. Höchstens Speed-Bashing! Oder besser noch: rapides Wegdrücking nutzloser

Gespräche.

Schweigen wir lieber von jenen PR-Mäuschen, die schon mit passend naiven Stimmchen ihrem Job nachgehen. Jederlei Rückfrage irritiert sie in ihrem Tun. Im Pop-Bereich duzen sie einen sogleich frechweg. Einfach zurücksiezen, heißt die Devise.

Genug der sexistisch behauchten Boshaftigkeit. Was ich eigentlich sagen wollte: Wie jede(r) wissen kann, der/die ab und zu auf diese Homepage schaut, machen wir beispielsweise auch keine neckischen Gewinnspiele oder Kartenverlosungen, um zweit- bis drittklassige Bands zu promoten. Trotzdem kommen immer mal wieder Anfragen dieser Güteklasse. Mögen andere auf solch korrumpierende Weise Klicks generieren. Sicher, das ist hochkultureller Hochmut, was sonst?

Aber wie lautet noch jene goldene Grundregel des Journalismus, geprägt vom legendären TV-Moderator Hanns Joachim Friedrichs? Genau, man soll *„Distanz halten, sich nicht gemein machen mit einer Sache, auch nicht mit einer guten...“*

Aber derlei Weisheit kursiert heute wohl nur noch in längst eingeweihten Kreisen. So hoch wollen wir ja auch gar nicht greifen. Es reicht fürs Erste schon, wenn etwas weniger Unsinn verzapft wird. Dann sehen wir weiter.

---

**Die Sache mit den  
Schokoriegeln oder: Jetzt**

# zittern die Konzerne vor uns!

geschrieben von Bernd Berke | 11. Dezember 2016

Ich bin kein sonderlicher Freund des unbeschränkten Unternehmertums. Gar zu gern wittere ich in diesen Bereichen Lobbyismus, Korruption und Durchstecherei. Dazu muss man kein „Kommunist“ sein.

Manchmal aber denke ich, man sollte die Hersteller nicht so sehr bedrängen, wie es inzwischen üblich ist. Neuester Fall: Mars.



Hilfe! Wir haben auch welche gekauft. Was jetzt? Müssen wir jetzt alle sterben? (Foto: Bernd Berke)

Da will eine einzige Kundin ein Plastikteilchen in Schokoriegeln gefunden haben – und schon ruft der Konzern seine Erzeugnisse in 55 Ländern zurück. Man beachte die Verhältnismäßigkeit.

Sämtliche Formate von Mars, Snickers und Milky Way sollen

betroffen sein, die Mindesthaltbarkeitsdaten der Rückruf-Artikel reichen vom 19. Juni 2016 bis zum 8. Januar 2017 (Quelle: [Süddeutsche Zeitung online](#)).

Preisfrage: Wer hat denn wohl k e i n e Süßigkeiten aus diesen umfangreichen Chargen gekauft? Menschen mit Kindern dürften wohl fast durchweg „in der Verlosung“ sein.

Bevor die ideologisch korrekte Gegenfrage kommt: Nein, ich will nicht verantwortlich sein, wenn etwa Kleinkinder die Plastikteile verschlucken. Gleichwohl denke ich, dass die juristischen Bedenken hier mal wieder überwogen haben und dass das wirkliche Risiko verschwindend gering ist. Wie wär's denn, wenn man den Verbrauchern ein wenig Eigenverantwortung überließe?

Wenn ich wollte, könnte ich also eine große Firma an den Rand der Pleite führen. Müsste ich nicht nur ein beliebiges Plastik- oder Metallteil ins Lebensmittel-Produkt pressen und sodann hysterisch Alarm schlagen, am besten mit einer Internet-Petition unterfüttert? Einige Juristen und sonstige „Experten“ würden mir sicherlich schnell beipflichten.

Aber – pssst, pssst! – müsste man denn gleich alles an die große Glocke der Öffentlichkeit hängen? Könnte man nicht ein wenig andeuten und mit sanftem Nachdruck fordern...? Ach, das wäre eine Handlungsweise am Rande der Erpressung? Nun, dann wollen wir mal ganz schnell davon Abstand nehmen.

---

**Lachen über „kuriose**

# Kundschaft“

geschrieben von Bernd Berke | 11. Dezember 2016

Gewiss: Meine grippale Fieberkurve steigt kontinuierlich. Doch noch schreibe ich dies bei klarem Verstand. Zur Sache:

Über Amazon kann man sagen, was man will. Beispielsweise, dass der Riesenkonzern seine Mitarbeiter nicht immer gut behandelt, um es mal vornehm auszudrücken. Als Versandkunde hingegen kann man sich kaum beklagen. Da orientiert sich die Weltfirma am Servicegedanken, wie nur je im US-amerikanischen Handelsgeiste üblich.



Wie ich darauf komme? Was hinter den Kulissen geschieht, weiß ich nicht. Aber nie und nimmer würde sich Amazon öffentlich über seine Klientel lustig machen. Das überlassen sie beispielsweise einer Klamotten-Klitsche wie [www.WeAre.de](http://www.WeAre.de), die ihren neuen (gedruckten) Katalog damit einleitet, dass sie aus Mails und Briefen an den „Kundenservice“ (och!) zitiert, in denen sprachlich und/oder semantisch etwas schief gegangen ist. Ha-ha-ha, wie überaus lustig.

Das Ganze läuft unter der Zeile „Auszüge aus dem WeAre.de Kuriosenordner“.

Also, Folks. Entweder „aus dem kuriosen Ordner“ oder „aus dem Kuriositätenordner“. Die selbstgefälligen Schlaumeier, die offenbar selbst linguistische Dilettanten sind, zitieren anschließend aus Zuschriften einiger Leute, die vielleicht nicht die ganz großen Bildungschancen hatten oder sich als Migranten vielleicht sehr um die deutsche Sprache bemühen, z. B. so: „Ich wollte fragen ob meine Bestellung ist schon im

weg“. Will man einen solch unschuldigen Satz, bei dem man doch wohl weiß, was gemeint ist, dermaßen bloßstellen, muss man schon ziemlich zynisch sein.

Ein paar verschrobene Beschwerden über geliefertes Schuhwerk werden sodann ebenso weidlich ausgekostet wie kleine bis mittlere Sprachschnitzer oder Ungeschicklichkeiten im Umgang. Hie und da scheint es auch Menschen zu geben, die den Versand bei Retouren und dergleichen übers Ohr hauen wollen. Doch selbst solche Befunde sollte man nicht offen zu Markte tragen; erst recht nicht in einem Höker-Verzeichnis, das als schickes Trendmagazin aufgemacht ist.

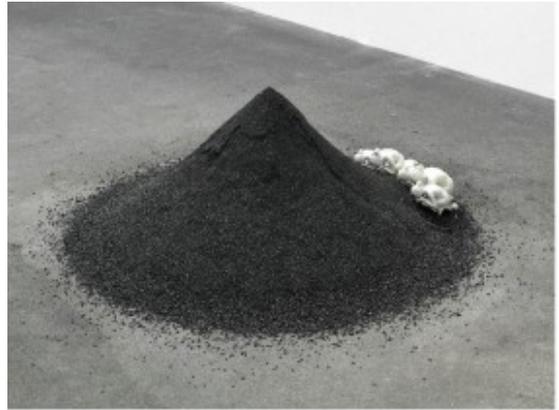
Das Fazit scheint zu lauten: Seht her, auch so beschränkte und impertinente Leute kaufen bei uns. Die so hämisch angesprochenen (klügeren?) Kunden sollen wohl gemeinsam mit der Firma lachen. Doch worüber eigentlich?

Ganz früher hätten sie uns ermahnt: Das gehört sich einfach nicht. Manchmal, heute, schätze ich solche altmodischen Sätze.

---

## **Kunst und Bier in inniglicher Verbindung – Ausstellung „Dortmunder Neugold“ im U**

geschrieben von Rolf Pfeiffer | 11. Dezember 2016



Zwei Tonnen Kohle: „Die Trinkenden“ von Alicia Kwade (Foto: Dortmunder U/Olbricht Collection/Roman März)

**Der Titel ist eigentlich nicht schlecht. Bier als das neue Gold der Stadt paßt ja rein farblich schon viel besser als Kohle, die man deshalb etwas verschämt auch immer als schwarzes Gold bezeichnete. Wenngleich: Neu ist das Bierthema für Dortmund eher nicht, und dem Bier ging es in der Stadt schon mal deutlich besser. Bedenklich schwankt das Pilsglas auf absteigendem Ast, und die Versuche der Dortmunder Brauereien, wieder mit Export zu punkten, waren in jüngerer Vergangenheit nur von mäßigem Erfolg gekrönt. Doch jetzt gibt es wieder einen Versuch, und die Hoffnung stirbt zuletzt. Nein, der Verfasser dieser (sag es nicht!) goldenen Zeilen hat noch nicht diverse Pilsse intus, aber das Thema Bier setzt einfach in hoher Dosis Assoziationen frei. Nun aber: Disziplin!**

### **500 Jahre Reinheitsgebot**

Im Dortmunder U gibt es auf der 6. Etage eine hübsche neue Ausstellung zu bestaunen, die „Dortmunder Neugold – Kunst, Bier und Alchemie“ heißt und ihr Entstehen dem deutschen Reinheitsgebot (für Bier) verdankt, das im kommenden Jahr seinen 500. Geburtstag feiert.

Die Ausstellung ist eine Kooperation mit dem Brauerei-Museum und mit der einzigen in der Stadt noch ansässigen Großbrauerei Brinkhoff, die (endlich!) zum Jubiläum ein Union-Bier auf den Markt wirft, mit großem U auf dem Etikett der behäbigen Literflaschen. Auch ist das neue Jubiläumsbier kein Pils, sondern traditionsreiches Exportbier mit viel sättigender Stammwürze und mäßiger Hopfung, und last not least gibt es für jeden Besucher der Ausstellung bei Nachweis der Volljährigkeit ein Schlückchen davon, ist im Eintrittspreis mit drin. Die Marketing-Leute der Brauerei wollen als Reklame für dieses süffige Bierkulturprojekt 20 bis 30 Millionen Bierdeckel mit Werbebotschaften für Bier und Kultur drucken lassen, und alles in allem klingt das doch recht gut. Hier wächst, nicht nur aus der Perspektive des Marketing, endlich zusammen, was zusammengehört. Prost!



„In der Alchemie wurde der Prozeß der Fermentation und das daraus resultierende Ergebnis unter anderem mit der Geburt des Phoenix illustriert. Die Künstlerin Dörte Kraft verwendet diese Symbole

für ihre eigene Interpretation des Prozesses.“ Ohne Titel, 2012, Mischtechnik auf Leinwand, 220 x 200 cm. (Foto: Dortmunder U)

## **Ernsthaft, nicht bierernst**

Vor diesem Hintergrund nun möglicherweise aufkeimende Befürchtungen, auch die Ausstellung selbst sei nur eine Marketingaktion an historischer Stätte und deshalb belanglos, sind unbegründet. Stefan Riekeles, Jahrgang 1976 und Kurator von „Dortmunder Neugold“, hat hier mit gutem Gespür für die Raumwirkung von Bildern und Objekten und mit dankenswertem Mut zur Reduktion eine ernsthafte, nicht aber immer bierernste Kunstschau aufgebaut. Er macht den Aspekt der Wandlung zum zentralen Begriff seiner Konzeption. Für ihn ist die Geschichte von Bier und Stadt und Industrie ein fortlaufender Prozeß des Werdens und Vergehens, der im Baukörper des ehemaligen Kühlhauses mit dem markanten U auf dem Dach ebenso seine Entsprechung erfährt wie im Strukturwandel des Ruhrgebiets. Auch die Entstehung von Bier aus Wasser, Malz und Hopfen könne als Wandlung begriffen werden, einige Kunstwerke greifen diesen Gedanken auf.

## **Kreislauf des Bieres**

So stoßen Besucher gleich im ersten Raum, ganz nahe bei den offenbar unvermeidlichen Säcken mit Hopfen und Braugerste, auf eine konzeptionelle Arbeit von Ayumi Matsuzaka. In „Future Beer Cycle“ thematisiert sie den agrarischen Kreislaufprozeß der Bierproduktion. Aus Urinalen in Dortmund und Berlin sammelte sie Urin, um damit Ackerboden zu düngen und mit Stickstoff anzureichern. Auf dem Boden wuchs Braugerste, die die Künstlerin zu Bier verarbeitete, welches schließlich – der Kreis schließt sich – an die selbstlosen Urinspender ausgeschenkt wurde. Nun ja.



Alkoholischer Absturz – Foto von Eva Teppe aus der Serie „Shinjuku Twilight“ von 2008 (Foto: Dortmund U)

Eine Begegnung mit der „Alchemie“, die der Untertitel der Ausstellung verheißt und die man kurz und knapp vielleicht als ein furchtloses Experimentieren in vornaturwissenschaftlicher Zeit bezeichnen kann, gibt es ebenfalls im ersten Raum der Ausstellung. Hier hocken trinkende Frauen, aus weißem Porzellan gebrannt, am Fuß eines tonnenschweren Kohlehaufens und „trinken“ gleichsam von ihm. Kohle ist nicht Bier, gewiß, doch Kohle, sagt uns diese Arbeit von Alicja Kwade von 2011, nährt die Menschen, befriedigt trotz der nicht zu leugnenden Klimaschädlichkeit elementare Bedürfnisse.

Das Material Porzellan, aus dem die Trinkenden (nach einem Entwurf von Ernst Wenck aus dem Jahr 1924) geschaffen wurden, ist so ziemlich das Einzige, was die Alchemie im europäischen Raum an Sinnvollem hervorbrachte. Eigentlich, hallo Hintersinn, wollte man im alchemistischen Labor ja Gold erzeugen. So kommt hier in Raum 1 alles zusammen: Das schwarze Gold des Ruhrgebiets, das flüssige Gold aus Gerste und Malz und schließlich auch noch das richtige Gold, das indes, oh Sprachverwirrung, aus dem Dortmunder Rats-Silber herbeigeschafft wurde.

## Prunkleuchter aus Kaisers Zeiten

Zwei goldene Leuchter stehen in den Vitrinen, sehen nach Mittelalter aus, stammen aber aus dem Jahr 1899, als Kaiser Wilhelm II Dortmund besuchte. Die Brauer hatten für dieses Geschenk zusammengeschmissen, und schaut man genauer hin, so sieht man, daß sie sich mit dezenten Prägungen im gelbstrahlenden Metall verewigt haben. Symbolisierte Handwerke rund um die Braukunst, die Stadttore, der heilige Reinoldus und andere Dortmundereien zieren die Stücke, die nach heutigen Geld je um die 150000 Euro kosten würden. Man kann sie kitschig finden oder auch schön und vielleicht einen Gedanken daran verwenden, daß es zur Zeit der Entstehung dieser Kerzenständer auch schon die Impressionisten und Osthaus und fortschrittliches Industriedesign gab. Auf jeden Fall werden sie eindrucksvoll präsentiert, scheinen leicht zu schweben, weil sie auf Glasböden in ihren Vitrinen stehen.



Michael Sailstorfers „Hang Over“ (2004) ist so etwas wie ein Kronleuchter aus Bierflaschen, Eisen, Neonröhren und Elektronik. (Foto: Dortmunder U/Courtesy Michael Sailstorfer und König Galerie, Gert Elsner)

Prozessuale Elemente, um noch einmal daran anzuknüpfen, sind dem Bier- bzw. Alkoholgenuß ja in besonderer Weise eigen.

Trinken erzeugt Rausch und Hochgefühl, späterhin Absturz und Kater, wenn man nicht aufpaßt. Iva Vacheva hat die Freuden der alkoholischen Enthemmung 2009 in Acryl auf bunte Großformate gemalt, die „Auf die Freundschaft“, „Gloria, Gloria!“ und „Kultus“ heißen. Daneben hängt in strengem Schwarzweiß eine Fotoserie von Eva Tepe, die im Tokioter Vergnügungsviertel Shinjuku entstand und im Morgengrauen die Alkoholopfer der Nacht zeigt, wie sie auf Treppenstufen und in Hauseingängen schlafen. Deprimierend und sicherlich nicht nur ein japanisches Phänomen.

### **Überzeugendes Raumkonzept**

Die Veränderung des Raumkonzepts in der 6. Etage des Dortmunder U, die schon der Bestandsausstellung der Dortmunder Museen „Meisterwerke – Caspar David Friedrich bis Max Beckmann“ zugute kam, macht sich auch bei dieser Ausstellung bezahlt: Die Anordnung der Kojen auf der Etage mit zahlreichen Durchgängen und Blickachsen gibt dem Publikum das gute Gefühl, sich gänzlich frei bewegen zu können. Stefan Riekeles nutzt diese Möglichkeiten der Räumlichkeit und ordnet fein die Kunst zusammen, die (mehr oder weniger) zusammengehört, gibt mit gemessener Ironie (wie man wohl vermuten kann) aber auch dem spießigen, vom Gelsenkirchener Barock geprägten „Reich des deutschen Bieres“ Raum und präsentiert die unvermeidlichen Humpen, Gläser und Plakate (einige sogar aus Japan).



Endlich am Markt, wenn auch nur für begrenzte Zeit: das U-Bier für die U-Ausstellung. (Foto: Dortmunder U)

### **Superfritz beim Frauenarzt**

Großen Reiz bezieht das „Dortmunder Neugold“ aus einigen burlesken Kunstwerken, die das alkoholischen Thema möglicherweise in besonderer Zahl hervorbringt. Zwar sind Zecherrunden und trinkende Mönche in der Präsentation dankenswert sparsam plaziert, doch trifft man in Koje Nummer 6 – hinter einem Vorhang, der wohl eine gynäkologischen Praxis symbolisieren soll – auf den roh aus Holz zusammengezimmerten „Superfritz“, den der holländische Künstler Dick Verdult geschaffen hat; überlebensgroß liegt er dort auf der Liege, und wenn von Besuchern ein Kontakt ausgelöst wird, erklingt Superfritzens fröhliches Credo, daß er nicht schwanger sei, sondern Bier seinen Leib geformt habe. Anmerken wollen wir noch, daß Dick Verdult an vielen Stellen aktiv ist, unter anderem im Institut für bezahlbaren Wahnsinn (IBW) und im

Centro Periferico Internacional, ein bunter Vogel offenbar.

Ein anderer Künstler, der den burlesken, nicht aber hintersinnfreien Auftritt liebt, ist Herbert Achternbusch. Von ihm läuft das Video „Bierkampf“, in welchem er, in eine Polizistenuniform gekleidet, durch ein Bierzelt des Oktoberfestes stolziert und mehr oder minder trunkene Gäste maßregelt. Man ist erstaunt und ein bißchen erschrocken, was mit Uniform und herrischem Auftreten möglich ist.

### **Ein politischer Herbert Achternbusch**

Diese Achterbusch-Arbeit aus dem Jahr 2003 zeigt allerdings auch, was vielen anderen Exponaten der Biergoldschau weitgehend fehlt: das Politische, das Entlarvende, das über einige skeptische ökologische Befunde Hinausgehende. Vielleicht ist das beim Thema Bier aber auch ein bißchen viel verlangt, sozusagen nicht das Bier des Dortmunder Neugolds.

Auf jeden Fall gibt es einiges an passabler, kluger, vorwiegend junger Kunst zu sehen, nicht alles konnte in dieser Besprechung Erwähnung finden. Außerdem haben Besucherinnen und Besucher aus der 6. Etage des Dortmunder U einen sehr schönen Blick auf die Stadt. Von hier oben sieht Dortmund ganz schnuckelig aus, richtig ordentlich und aufgeräumt und sauber.

### **Nachsatz**

Kleine Überlegung noch am Rande: Der Kohlehaufen mit den Trinkenden von Alicja Kwade ist eine Leihgabe aus der Sammlung Olbricht, die vor einigen Jahren im „alten“ Essener Folkwang-Museum präsentiert wurde, bevor dort die Bauarbeiten begannen. Der Privatsammler besitzt viele spannende Spitzenarbeiten der Gegenwartskunst, die man selten in deutschen Museen sieht, weil die so etwas wg. Geldmangel kaum in ihren Beständen haben. Sollte man auf diesem Feld nicht nach Kooperationsmöglichkeiten suchen? Sammlung Olbricht (oder ein anderer Privatsammler von Rang) im Dortmunder U, das wäre eine Attraktion weit über die Stadtgrenzen hinaus. Nur mal so als

Idee.

- „Dortmunder Neugold – Kunst, Bier, Alchemie“, Ausstellung im Dortmunder U, Leonie-Reygers-Terrasse, 44137 Dortmund,
  - Bis 1. Mai 2016.
  - Geöffnet Di+Mi 11-18 Uhr, Do+Fr 11-20 Uhr, Sa+So 11-18 Uhr. Heiligabend, 1. Weihnachtsfeiertag, Silvester und Neujahr geschlossen. Eintritt 6 €
  - [www.dortmunder-neugold.de](http://www.dortmunder-neugold.de)
- 

# Die Sache mit dem Schulspartag

geschrieben von Bernd Berke | 11. Dezember 2016

Vor einigen Tagen hat Stefan Laurin bei den „Ruhrbaronen“ über das Bochumer [Privatunternehmen Cheersmed](#) berichtet, das mit (nach seiner Ansicht) zweifelhaften Bewegungsprogrammen in etliche NRW-Schulen vordringt und dort kräftig Werbung machen darf. Da sind kritische Nachfragen schon mal angebracht; auch wenn man weiß, dass Laurin sich liebend gern an allem abarbeitet, was esoterisch oder anthroposophisch anmutet.

Auf den ersten Blick weniger anrühlich ist jener lang geübte Brauch, nach dem die Sparkasse Dortmund in den Schulen der Stadt zum „Schulspartag“ aufruft, als wäre dies just eine Veranstaltung der Schulen oder wenigstens eine gemeinsame Aktion von Sparkasse und jeweiliger Schule. Auch könnte man meinen, der Schulspartag sei eine höchst offizielle Institution wie etwa der Weltspartag.

## Unser Schulspartag

Liebe Eltern!

Der 07. September 2015

ist ein Schulspartag in der  
[redacted] Schule

Bitte geben Sie Ihrem Kind an diesem  
Tag die Schulspardose mit in die Schule.

Was ist ansonsten notwendig?

1. Wenn Ihr Kind bereits ein Spar-  
buch bei der Sparkasse Dortmund  
hat, brauchen wir nur noch einen

Ausschnitt aus  
dem Handzettel  
der Sparkasse  
Dortmund. (Repro:  
BB)

Unter der Überschrift „Unser Schulspartag“ (wer ist wohl mit „unser“ gemeint?) werden also von der Sparkasse Handzettel und Spardosen verteilt, verbunden mit der Aufforderung: „*Liebe Eltern! Der \*\*. September ist ein Schulspartag in der \*\*\*\*\*-Schule. Bitte geben Sie Ihrem Kind an diesem Tag die Schulspardose mit in die Schule.*“

Es folgen Angaben darüber, wie man dem Kind ruckzuck ein Sparbuch bei der Sparkasse einrichtet, dessen Grundstock sich möglichst in der Spardose befinden sollte. „*Danke für die Mithilfe und auf eine schöne Schulspartaktion – Ihr Schulsparteam*“. Und wieder klingt all das so, als wären auch Schulleitung und Kollegium am Spartag quasi beteiligt.

Am besagten Schulspartag entsteht denn auch ein – von den Sparkassen-Leuten geschickt genutzter – sanfter Gruppendruck von ganz allein, sollten einzelne Kinder in der Klasse sich etwa nicht oder nicht sofort beteiligen. Ach, du machst nicht mit?

Nun ist die Sparkasse ein vergleichsweise seriöses,

öffentlich-rechtliches Unternehmen mit (noch) ziemlich vielen Filialen in der Stadt und ausgeprägten Förderprogrammen, ohne die beispielsweise manche Kulturveranstaltung darben müsste. Freilich befinden sich die Sparkassen auch im kommerziellen Wettbewerb mit anderen Instituten und versuchen, mit dem Schulsparen frühzeitig einen Fuß in die Türen der Elternhäuser zu bekommen.

Man setzt dabei auf emotionale Bindung. Ist erst ein Sparkonto eröffnet, bedeutet dies meist eine Perspektive auf Jahrzehnte hinaus, wenn nicht fürs Leben. Dann bleibt man der Bank eben treu, die man schon als Kind gekannt hat. Man hängt geradezu daran.

Bei mir hat's seinerzeit übrigens auch nachhaltig funktioniert. Auch ich habe mein erstes Sparkassen-Sparbuch aus Kinderzeiten bis heute aufbewahrt. Und jetzt ratet mal, wo ich noch heute mein Konto habe.

---

## **Sie sind jung und schön und hören gerne Zaz oder Milky Chance**

geschrieben von @scherl | 11. Dezember 2016

...ok, Zaz hab ich sogar schon mal gehört.

Das sind halt junge schöne glückliche Menschen, die sich freuen, dass sie ihren Platz in der Kultur-Industrie gefunden haben (hauptberuflich Designer, Fotografen, Foodblogger, Modeblogger, Techblogger, Pornodarsteller und Aufnahmeleiter bei Jamie Oliver etc.) und viele Fans auf Instagram und Twitter. Und sie sind glücklich und schön, weil sie jung und

schön und glücklich sind und ihren Platz in der Kultur-Industrie gefunden haben und Designer, Fotografen, Foodblogger, Modeblogger, Techblogger, Pornodarsteller und Aufnahmeleiter bei Jamie Oliver sind etc.



Ihr Sternzeichen ist der Smoothie aus Bio-Früchten und fettarmem Bio-Joghurt oder der Veggie-Burger mit biologischen Süßkartoffelpommes für 14,95 (Getränke extra). Sie sind für die Umwelt und für Bioklamotten und für Bioessen, weil das irgendwie dazugehört und eh besser ist für die Umwelt, fahren am Sonntagmorgen mit dem SUV, das ist sicherer!, Brötchen vom Bäcker nebenan holen und [stehen da in der Schlange, weil sie das aus der Rama-Werbung kennen](#) und freuen

sich, dass sie in der Schlange stehen, weil sie das aus der Rama-Werbung kennen und das ist alles so schön und warm und so vertraut und so heimelig und Kinder wollen sie ja eh mal, zwei, n Jungen undn Mädchen, weil Kinder sind doch so wichtig für alles und so und wenn die einen dann so anlachen. Außerdem können sie dann auch bald nen eigenen YouTube-Channel mit Spielzeugtests machen und aus den Werbeeinnahmen was zum Haushalt dazugeben. Aber das mit den Flüchtlingen ist echt schlimm.



Die Frauen tragen weite Strickpullover mit zu langen Ärmeln, Wollsocken und Flip-Flops und halten die Tasse mit koffeinreduziertem senseo-Latte in beiden Händen, während sie die neue Country Homes aufm ipad durchblättern, den manufactum-Katalog studieren, die greenpeace-Überweisung machen und noch eben die online-Petition für die Flüchtlinge unterzeichnen und nachher nachm Büro gehts noch zur urban-knitting-Gruppe, weil das ist ja wichtig für uns alle und so und die

Männer tragen Bart oder auch nicht, weil das ja unhygienisch ist, trinken mit guten Freunden ein craftbier (max.) und sind fast so lustigdoof wie der Golden Retriever, stinken aber weniger, wenn man ihnen jeden Tag sagt, dass sie duschen und auf jeden Fall mehrmals täglich Deo verwenden sollen und auch Zahnseide und sone Pflegeserie für ihn.

Aber irgendwie ist der Retriever dann doch irgendwie, naja, kuscheliger und so und man muss ihn nur ab&zu mal rauslassen und Futter geben und er passt ja auch besser zum Sofa und lecken kanner ja auch und wenn dann erst mal die Kinder da und aus dem Gröbsten raus sind, naja.

—

[Zeichnungen ©scherl]

[Lehrreiches: urban knitting]

---

# Die Typen mit den bauchigen Taschen

geschrieben von Bernd Berke | 11. Dezember 2016

**Zu beklagen ist ein weit verbreitetes Phänomen unserer Tage, das sich in einem Gegenstand manifestiert. Gemeint ist die große blaue Ikea-Tasche (siehe die geknipste Formlosigkeit eines erschlafften Exemplars).**

Diese dumpfen Leute haben schon so oft vor uns in der Schlange ihr Wesen getrieben. Sie rücken vorzugsweise mit besagter Tasche oder anderen XXL-Tüten an, die sie ungemein bau(s)chig vollgepfropft haben. Beispielsweise mit ca. 77 kleinen Pfandflaschen.



Da passen soooo viele Pfandflaschen hinein... (Foto: BB)

So stehen sie dann vor dir am Rückgabeautomaten und legen Flasche um Flasche ein, all der Wartenden nicht achtend. Nicht nur einer steht da vor uns, sondern einer nach dem anderen. Am allerliebsten zur ohnehin belebtesten Zeit. Es ist zum Ananas-auf-die-Theke-Hauen.

Es handelt sich wohlgermerkt nicht um die Bedürftigen, die das Pfandgeld etwa zum Leben und Überleben bräuchten. Nein, es sind mehrheitlich die, die für sich auch noch den letzten Cent

herausholen wollen, obwohl sie schon alles Nötige haben. Diese wandelnden Anspruchshaltungen bedienen sich ungerührt der Welt ringsum. Sie nehmen sich eh alle Freiheiten; was ihre grundsätzliche Unzufriedenheit allerdings nicht mindert.

Die wohlstandsverwahrlosten Schnäppchenjäger also, jene Spezies des rücksichtslosen Selbstversorgertums. Mit ihrer ständigen, stets bauernschlau und doch unendlich dümmlich auf dem Sprung befindlichen Gelegenheiten-Nutzerei geht eine bestürzende Achtlosigkeit einher. Minimales Beispiel: Werden bestimmte Flaschensorten nicht vom Automaten akzeptiert, so nehmen sie sie keinesfalls wieder mit, sondern lassen sie einfach auf dem Boden liegen. Sollen doch mindere Knechtsgestalten das Zeug wegräumen. Mit dieser Haltung schlurfen sie durchs Dasein. Sollen wir sie schlurfen lassen?

---

# **Abscheulicher Sonntag: 17 Dinkelbrötchen und kirchliche Anwendungen**

geschrieben von ©scherl | 11. Dezember 2016

...

**ächz. 7:25**

...

**8:45 Kaffee beim Bäcker**



Zuverlässig die gleiche Klientel wie beim vorigen Mal.

Am meisten verabscheue ich die jungen glücklichen erfolgreichen geldgepolsterten Jogger, die noch eben Brötchen holen gehen, die jungen glücklichen erfolgreichen geldgepolsterten Hundeausführer, die noch eben Brötchen holen gehen und die jungen glücklichen erfolgreichen geldgepolsterten Eltern, die noch eben Brötchen holen gehen. Ihre Kinder verabscheue ich auch.

Die Rentner sind ok, wenn sie die Schnauze halten.

»Schönen Sonntag noch!«.

»Sitz!«.

»Willst du nochn Schokocroissant?«.

»Du musst dein Rad hier nicht anschließen, Liebes.«

Probieren Sie auch Baby-Vollkornbrot!

SUV und gepa-Jutetasche.

Die Kinder heißen »Pünktchen« und »Kalle«.

Pünktchen.

Kalle.

»18€43«

»11€78«

»24€19«.

Zur Erinnerung: Das ist der Bäcker und bei der Aufzählung oben hab ich die Schwangeren vergessen, seh ich grad.

»Bitte doch nicht 14 Mohnbrötchen, sondern 17 Dinkelbrötchen.«  
»Und acht Dinkelcroissants.«.

Sie stehen Schlange bis auf die Straße raus, dafür ists im Laden leer. Das machen sie so, weil sie das aus der rama-Werbung kennen.

Angebot: Weltmeister-Brot.

### **10:00 Kirche**

»Guten Morgen!«

Uff.

Bedauerlicher Verhörer: »Josef könnte uns Kram sein.«



Psalm 92 (Nr. 737 in der Formelsammlung). Müssten hier nicht noch eigentlich Sprengstoffgürtel erwähnt werden?

Auf »HErr, erbarme Dich unser.« Mit »Passt schon.« antworten. Die Konfirmandin guckt und kichert. Die heilige Kirche, ein steter Quell der Freude, gell?

»Gebenedeit seiest Du unter den Weibern.«

Später sagt man dann: der Pfarrer hat wieder einen Unsinn verzapft. Aber schön gesungen hatter, der Herr Pfarrer. In Wahrheit sagen sie: der Herr Pfarrer hat wieder schön geredet. Und schön gesungen hatter, der Herr Pfarrer.

»Das war ein Typ, der hatte lange Haare und ganz viele

Schallplatten. Der hat immer Sachen ausprobiert, die sonst niemand gemacht hat, zb ist er arbeiten gegangen.«

Pegida fühlt sich nicht genug versorgt. Aha.  
Man kann von Katholiken lernen. Aha.

Eh – wie wärs eigentlich mal mit nem Scherl-Genesungswerk?

Herr, wir prizen dich.



Geht das klar, wenn ich während dem Abendmahl mein Franz-Brötchen freiß?

*(Diesen Beitrag habe ich ähnlich bereits am 30. juni 2015 als Facebook-Notiz und am 2. juli auf meinem Blog veröffentlicht.)*

---

# Ohne Wachstum und gewaltfrei Leben: „Das konvivialistische Manifest“

geschrieben von Wolfgang Czesla | 11. Dezember 2016

Eine neue Zeit der Manifeste scheint gekommen. Nach Stéphane Hesses manifestartigem Pamphlet [„Empört Euch!“](#) und dem [„Akzelerationistischen Manifest“](#) erschien im September 2014 in deutscher Übersetzung „Das konvivialistische Manifest“, das inzwischen mehr als 2.500 Unterzeichner gefunden hat.

Seit Ivan Illichs Veröffentlichung von „Tools of Conviviality“ (dt.: „Selbstbegrenzung. Eine politische Kritik der Technik“, 1975) ist Konvivialität im politisch/soziologischen Diskurs – mehr noch im anglo- und frankophonen Bereich als in Deutschland – ein fester Begriff. Ein Jahr vor Illichs Erstpublikation des Buchs in den USA (1973) war der Bericht für den Club of Rome, „Die Grenzen des Wachstums“, erschienen, der seitdem in mehreren Neuauflagen aktualisiert worden ist, dessen Einschätzungen und implizite Warnungen bis heute jedoch nichts an Dringlichkeit eingebüßt haben.



Ausgehend von einem Kolloquium in Tokio im Jahr 2010

veröffentlichten 64 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler unterschiedlichster politischer und religiöser Überzeugungen unter dem kollektiven Autorennamen „Les Convivialistes“ das konvivialistische Manifest, das die wesentlichen globalen Herausforderungen benennt und Chancen aufzeigt, wie ein gewaltfreies Zusammenleben unter gleichzeitiger Schonung der Ressourcen unseres Planeten möglich sein könnte.

### **Der Markt dringt in jeden Winkel vor**

Konstatiert wird, was nicht zu übersehen ist, ein Vordringen ökonomischen Denkens in Bereiche, die noch bis in die 1970er-Jahre weitgehend frei von marktwirtschaftlichen Ansprüchen waren. „*Benchmarking* und ständiges *reporting* werden nun zu den Grundwerkzeugen des *lean management* und der Verwaltung durch Stress.“ (S. 55) Veränderungen im Gesundheitswesen, Hochschulranking, Stadtmarketing, effizienteres Kulturmanagement – jedem Leser und jeder Leserin wird zu diesen Stichworten eine Vielzahl von Beispielen einfallen. Das Manifest begnügt sich zusammenfassend mit dem Hinweis auf ein „Neomanagement“, das nicht nur in den Wirtschaftsunternehmen ausartet, sondern auch den öffentlichen Sektor erfasst, bis der Markt auch den letzten noch unterkapitalisierten Winkel unserer Freizeit besetzt hat.

„Es gibt keine erwiesene Korrelation zwischen monetärem oder materiellem Reichtum einerseits und Glück oder Wohlergehen andererseits“, schreiben die Autor(inn)en (S. 68). Statt einer Verkürzung der Arbeitszeit durch technischen Fortschritt, wie sie John Maynard Keynes um 1930 voraussagte, erhöht die Automatisierung den Arbeitsdruck. Psychische Defekte wie Depression und Burnout gehen mit diesen Entwicklungen einher.

Die Standard-Wirtschaftswissenschaft gelte es in ihre Schranken zu verweisen. Von den Autoren des Manifests ist es vor allem der Ökonom Serge Latouche, der in den letzten Jahren mit Überlegungen zu einer möglichen Wachstumsrücknahme an die Öffentlichkeit getreten ist. „Degrowth“ im Englischen, bzw.

„décroissance“ als das französische Äquivalent und, da der Glaube an Wachstum als eine Quasi-Religion angesehen werden kann, spricht Latouche analog zum Atheismus, auch von „acroissance“.

Selbstverständlich müssen für die weit und die weniger weit entwickelten Länder unterschiedliche Maßstäbe angelegt werden, will man die nicht zuletzt im Zusammenhang mit der Flüchtlingsfrage stets beteuerten Politikerfloskeln, die Situation in den Herkunftsländern der Flüchtlinge verbessern zu müssen, beim Wort nehmen und einen wirtschaftlichen Ausgleich anstreben.

### **Die Maßlosigkeit bekämpfen**

„Das Niveau des weltweit universalisierbaren materiellen Wohlstands entspricht annähernd demjenigen der reichsten Länder um das Jahr 1970, vorausgesetzt, man erreicht es mit den heutigen Produktionstechniken.“ (S. 67) Das würde nicht nur Selbstbegrenzung in den Industrienationen erfordern, sondern eine Neudefinition der Ziele. Vom wirtschaftlichen Wachstum ist nicht nur keine Rettung zu erwarten; es führt geradewegs in den Untergang. Einfacher Wohlstand, der mit einem Konzept vom „guten Leben“ einhergeht, wird von den Konvivialisten anvisiert. Dazu müssen die der Zocker-Mentalität der Spekulanten eigene, zerstörerische Maßlosigkeit und die Auswüchse der Finanzwirtschaft bekämpft werden. Die Autor(inn)en setzen sich nicht nur für ein Mindesteinkommen, sondern auch für ein Höchsteinkommen ein.

Alternative Formen von Ökonomie sieht Alain Caillé, einer der maßgeblichen Initiatoren des konvivialistischen Manifests, in der „Schenkökonomie“, wie der französische Soziologe/Ethnologe Marcel Mauss sie in seiner Schrift „Die Gabe“ unter anderem am Beispiel des indianischen Potlatsch und des melanesischen Kula beschreibt.

Sicherlich ließen sich einem modernen Mitteleuropäer oder

Nordamerikaner archaische Vorstellungen von der Beseeltheit und dem Eigenwillen von Dingen, etwa Geschenken, oder die unter Drohung von Ehr- und Gesichtsverlust unbedingte Verpflichtung des Beschenkten zur Gegengabe schlecht vermitteln und taugen kaum als Modelle zur Rettung der Welt. Doch lesen sich manche Gedanken aus dem 1925 veröffentlichten Werk erstaunlich aktuell. „Und wir müssen ein Mittel finden, um die Einkünfte aus Spekulationen und Wucher einzuschränken. Nichtsdestoweniger muss das Individuum arbeiten. Es muss veranlasst werden, mehr auf sich selbst zu bauen als auf andere. Andererseits muss es sowohl seine Gruppeninteressen wie seine persönlichen Interessen verteidigen. Allzuviel Großzügigkeit und Kommunismus wäre ihm und der Gesellschaft ebenso abträglich wie Selbstsucht unserer Zeitgenossen und der Individualismus unserer Gesetze“, schreibt Marcel Mauss.

### **Aufwertung des Unentgeltlichen**

Die Verfasser(innen) des Manifests weisen in diesem Zusammenhang auf zahlreiche bereits praktizierte unentgeltliche Aktivitäten hin – Fair Trade, Open-source-Projekte, Ehrenämter, Non-Profit-Organisationen, digitale Netze als Gemeineigentum oder das Konzept einer „Weltzivilgesellschaft“. Das sind keine neuen Erfindungen, doch scheint in einer durchökonomisierten Welt das Bedürfnis gestiegen, auf den unentgeltlichen Dienst am Mitmenschen besonders hinzuweisen.

Der *homo oeconomicus*, wie die Wirtschaft ihn sich vorstellt, kenne nur „äußerliche Motivationen“ – Streben nach Gewinn und hierarchischem Aufstieg. In diesem System, folgern die Autorinnen und Autoren, wird sich jegliche intrinsische Motivation – Arbeit, die ihren Wert in sich selbst hat, Freude an gutem Handwerk, Drang nach sinnvoller Betätigung, Handlungen aus Solidarität oder aus Pflichtgefühl – zurückentwickeln.

Was kann man machen? Ulrike Herrmann,

Wirtschaftskorrespondentin der taz und Autorin des Buchs „Der Sieg des Kapitals“ (2013), sagte in einem im Gespräch in der Reihe „Essay und Diskurs“ im Deutschlandfunk am 19.04.2015: „Wenn man sehr massiv in dieses System [des Kapitalismus‘] eingreift, wäre der einzige Effekt, dass es wirklich einbricht. Und das wäre ein chaotischer Prozess, den man sich auch nicht friedlich vorstellen darf. Da wären Verluste zu verkraften, und an Sicherheit, dass die Leute alle panisch würden.“

### **Was der Ritus vermag**

Die Gefahr sehen auch die Autor(inn)en des konvivialistischen Manifests. „Die schwierigste Aufgabe, die dazu erfüllt werden muss, besteht darin, ein Bündel politischer, wirtschaftlicher und sozialer Maßnahmen vorzuschlagen, die es der größtmöglichen Zahl von Menschen ermöglichen, zu ermessen, was sie bei einer neuen konvivialistischen Ausgangssituation (einem *New Deal*) nicht nur mittel- oder langfristig, sondern sofort zu gewinnen haben. Schon morgen.“ (S. 74)

In seinem 1962 erschienenen Werk „Das wilde Denken“ erläutert Claude Lévi-Strauss, dessen ethnologische Arbeiten Marcel Mauss viel verdanken, den Unterschied zwischen Spiel (mit Wettkampfcharakter) und Ritus. Das Spiel gehe von einer prästabilen Ordnung aus und schaffe in seinem Verlauf Ungleichheit. Der Ritus dagegen habe eine Ausgangslage der Asymmetrie – profan und sakral, Gläubige und Priester, Tote und Lebendige, Initiierte und Nicht-Initiierte – und möchte alle Beteiligten auf die Gewinnerseite bringen, so Lévi-Strauss. Er nennt das Beispiel einer Ethnie in Papua-Neuguinea, die das Fußballspielen gelernt hat, „die aber mehrere Tage hintereinander so viele Partien spielen, wie nötig sind, damit sich die von jedem Lager verlorenen und gewonnenen genau ausgleichen.“ Den Wettkampf funktionieren sie zu einem Ritus um. Die großen Wirtschaftskonzerne werden sich diese ehrenwerte Haltung sicher nicht zum Vorbild nehmen. Die Hoffnung lastet auf den Zivilgesellschaften.

**Les Convivialistes: „Das konvivialistische Manifest. Für eine neue Kunst des Zusammenlebens“.** Herausgegeben von Frank Adloff und Claus Leggewie in Zusammenarbeit mit dem Käte Hamburger Kolleg / Centre for Global Cooperation Research Duisburg, übersetzt aus dem Französischen von Eva Moldenhauer; [transcript] Verlag, Bielefeld, 2014; 09/2014, 78 Seiten, kart.; 7,99 Euro; kostenloser Download über <http://www.transcript-verlag.de>

---

Diese Besprechung wurde in ähnlicher Form ebenfalls im Hotlistblog veröffentlicht: <https://derhotlistblog.wordpress.com/2015/06/26/affirmatives-vom-firwitz-2/>

---

## **Wenn der Minister von Wurst und Käse erzählt**

geschrieben von Rudi Bernhardt | 11. Dezember 2016

Ein Minister, dessen ministrable Realexistenz mir immer erst dann wieder bewusst wird, wenn er sich zu ziemlich unwesentlichen Politikbereichen äußert (vermutlich geschieht das immer dann, wenn er sich von der allgemeinen Vergessenheit bedroht sieht); diesem Minister also (es handelt sich um einen gewissen Christian Schmidt aus der unvermeidlichen CSU) fiel es ein, dass er sich nach wiederholtem Flachsinn, den sein heimischer Ministerpräsident Seehofer von sich gegeben hat, auch mal wieder zu Wort melden musste.

Erstens, um den Nachweis zu erbringen, dass es ein Bundesagrarministerium wirklich gibt.



Natürlich künstlich: Wurst und Käse aus dem Kinder-Kaufladen. (Foto: Bernd Berke)

Zweitens, um den Nachweis zu erbringen, dass nicht nur sein Ministerpräsident in München dummes Zeug mundartlich verbreiten kann.

Drittens, um zu zeigen, dass ein deutsches Bundesagrarministerium im Themenzusammenhang mit dem TTIP – das ist ein Abkommen zwischen EU und den USA, das den freien Handel zwischen den Kontinenten nach Jahrhunderten der boshaften Vorschriftengrenzziehungen erst möglich machen soll (das war ein Scherz!), dass also dieses Bundesagrarministerium etwas zu sagen hat.

Und was sagt er Herr Schmidt? *„Wenn wir die Chancen eines freien Handels mit dem riesigen amerikanischen Markt nutzen wollen, können wir nicht mehr jede Wurst und jeden Käse als Spezialität schützen!“* Seitdem ich das las, frage ich mich, ob er mit Wurst vielleicht sich selbst meinte und mit Käse das, was er da erzählt.

Aber im Ernst. Der bodenständige Bayer Schmidt will mit seinen generösen Angeboten den Amis ein Zückerchen hinwerfen, das es ihnen erleichtert, dem Abkommen zuzustimmen, dessen Verhandlungsinhalte hierzulande nur wenigen und denen auch nur rangbedingt in ausreichendem Maße bekannt sind (wird ja von der EU verhandelt).

Ob Thüringer Bratwurst, Allgäuer Emmentaler, Oude Gouda oder Schwarzwälder Schinken, das könnten doch wohl keine Hindernisse sein, bloß weil der Herkunftshinweis EU-rechtlich geschützt ist. „Es wäre unseren amerikanischen Handelspartnern schwer vermittelbar, dass sie keinen Tiroler Speck oder Holländischen Gouda zu uns exportieren dürften, wenn wir in Europa selbst den Schutz nicht konsequent durchsetzen würden“, wird er vom „Spiegel“ zitiert.

Au weia. Ich sehe schon die blühende Freihandelszukunft: „Original Holländischer Gouda“ aus Wisconsin. Gleichzeitig droht dem Mimolette (dem Gouda ähnlicher Festkäse aus Frankreich) die Massenvernichtung durch den amerikanischen Zoll. Oder „Original Schwarzwälder Schinken“ von Monsanto (amerikanischer Saatgutkonzern, der eigene Schweineherden weltweit patentieren lassen will, weil die Viecher so schön schnell wachsen). Oder wie wäre es mit „Original Pfälzer Saumagen“ oder „Original Thüringer Bratwurst“ aus Milwaukee? Im Gegenzug, so schwebt es dem pfiffigen Herrn Schmidt vor, könnte man seitens der USA ja auf die ominösen Chlor-Hähnchen verzichten.

Mieses Geschäft. Wie wäre es denn, wenn wir aus Sachsen „Original BigMacs“ liefern, aus Bayern mit der Produktion von „Original Kentucky Fried Chicken“ auf den Markt der noch nicht erschlossenen Märkte träten? Oder wenn wir den Bremer Labskaus in New Mexico anböten (ach nein, dem würde ja gleich wieder von der dortigen Lebensmittelaufsicht wegen seines Erscheinungsbildes das Schicksal des Mimolette-Käses angedroht).

Aber nochmal, im Ernst. Der famose Herr Schmidt schafft es mit ein paar geplapperten Sätzen, die dann auch noch todernst via „Spiegel“ breit getreten werden, die Bedrohungen des TTIP („Transatlantic Trade and Investment Partnership“) auf Chlor-Hähnchen und Bratwürste zu reduzieren. Dabei sind die ernsthaften Kritiker dieser Befreiung des Handels hin zu einer Machtübergabe an weltweit operierende Konzerne (Stichwort

Investorenschutzklage) auf ganz anderen Ebenen unterwegs und haben sich ernsthaft mit den möglichen Folgen und der damit verbundenen Entdemokratisierung zugunsten einer gierigen Wirtschaft auseinander gesetzt.

---

## Einkaufen früher und heute

geschrieben von Hans Hermann Pöpsel | 11. Dezember 2016

**Ein hundert Jahre altes Foto: Es zeigt ein Fachwerkhaus im Dörfchen Voerde, heute ein Ortsteil der Stadt Ennepetal, das Haus mit einer Art Schaufenster, sonst keine Werbung außer dem Namen des Ladeninhabers. Einkaufen in einem solchen Kolonialwaren-Geschäft war damals normal. Und heute? Discounter und Supermärkte bestimmen unseren Alltag.**

In solchen Läden wurde die Ware noch aus Fässern und Schubladen in Papiertüten gefüllt oder in Zeitungspapier eingewickelt, Heringe lagerten in der Tonne, Zucker und Mehl stand in Säcken auf dem Boden, und weil es keine Autos gab, fand man natürlich derartige Geschäfte der „Grundversorgung“ an jeder Ecke.



Ein Dorfladen in Voerde vor  
100 Jahren. (Foto:  
Stadtarchiv Ennepetal)

Heute wird diese allgemeine Versorgung mit den wichtigsten Lebensmitteln von Supermärkten oder Discountern übernommen, und die kleinen Eckläden mit ihrer „Tante Emma“ sind verschwunden. Das führt in Gesprächen meist zu nostalgischen Seufzern – früher sei das doch besser gewesen.

Allerdings übersehen viele dieser Wehmutsmenschen, dass die Kleingeschäfte mit Alleininhabern für die Käufer ein teures Vergnügen waren. Mit den Erlösen bauten sich die Ladenbesitzer große Mehrfamilien-Mietshäuser, die Rendite ihrer Geschäfte lag meist im zweistelligen Bereich. Schon vor hundert Jahren versuchten die Konsumgenossenschaften der Arbeiterbewegung, dagegen anzugehen, doch auch sie waren nicht viel billiger.

Durch den Konkurrenzdruck arbeiten die Handelskonzerne heute mit sehr viel geringeren Margen. Die Preise sind im Vergleich zum Arbeitslohn günstig, und die Waren sind frischer und vor allem viel hygienischer verpackt und damit allgemein gesünder. Man denke nur daran, dass den größten Anteil an der Verlängerung der Lebenszeit der Menschen die Verbesserung unseres Trinkwassers hatte, also die Hygiene im weitesten Sinne.

Nostalgie macht zwar viel Spaß, führt aber rational manchmal auch ein wenig in die Irre.

---

**Aus der hiesigen Hotline-**

# Hölle: Unitymedia

geschrieben von Gerd Herholz | 11. Dezember 2016

Buddha – zwei Finger am Tastentelefon verloren?

Foto: Gerd Herholz

**Nach sechs Jahren ist unser TV-Receiver ins Wackelkoma gefallen. Schluss, aus, Elektroschrott. Asocial freezing: Andauernd fror das Bild ein. Also resetten (vulgo: Stecker raus – Stecker rein), damit das Dingsbums zumindest für eine Weile bewegte Bilder flimmerte.**

Nach Dutzenden Versuchen, Kontakt aufzunehmen, meinte vor zwei Wochen unser „Was kann ich für Sie tun?“-Kundenberater, tja, da müssten *wir* wohl den Receiver ersetzen, Kosten ca. 120 Euro. Hurra, der Kundendienst sei tot, es lebe der dienende Kunde. (Nein, das hat er natürlich nicht gesagt.)

Der neue Receiver – so der versierte Callcenter-Agent – würde am Dienstag, spätestens am Mittwoch eintreffen. 14 Tage sind vergangen – und wo sind sie, all die abgehetzten, unterbezahlten Paketboten, von denen man jetzt überall hört? Nicht einer klingelte uns raus aus unserer Lethargie. Mittlerweile schauen wir am liebsten Werbepausen, da ist es eigentlich schnuppe, wann das Bild einfriert. Am besten passt's natürlich, wenn Tiefkühlspinat beworben wird.

Gestern habe ich endlich die Zähne zusammengebissen, um erneut mit einem Kundenverräter bei Unitymedia zu sprechen. So naiv hätte ich mich besser bei [SETI](#) beworben. Die lauschen seit Jahrzehnten aus amerikanischer Wüste auf Signale aus dem All, um in Teleskopschüsseln neben kosmischem Grundrauschen so etwas wie Antwort außerirdischer Intelligenz herauszufiltern. Ich Kleinmütiger habe dagegen nur 15 Minuten in der Warteschleife meines Premium-Anbieters durchgehalten, dann noch einmal fünf, bevor ich entnervt auflegte. Seitdem verwest meine Frau beim Versuch, einmal bei der Hotline des „alternativen“ lokalen Kundendienstes durchzukommen.

Übrigens: Immer, wenn ich mich zu dem für mich zuständigen Heißdrahtler durchtastelte, verblüffte eine Service-Stimme mit dem Satz: „Bitte beachten Sie, dass Gespräche zu Qualitätszwecken mitgehört werden können.“ Gespräche, welche Gespräche? Mit mir spricht doch überhaupt keiner. Nie hätte ich gedacht, dass ich einmal froh darüber wäre, wenn geschulte Profi-Abhörer dieses mich zermürbende renitente Schweigen, dieses stumme Stalking, aufmerksam mithören und zu Qualitätszwecken auswerten würden. Gut, dass wir auch in Deutschland dafür noch Spezialisten haben.

Und bitte – fragen Sie mich jetzt bloß nicht, wie ich’s in der Warteschleife ausgehalten habe bei elektronischer – sagen wir mal – Musik und dem Ohr- & Oralverkehr mit der verlockenden Stimme der automatischen Hinhalte-Tusse. Sonst müsste ich Ihnen nämlich in den Hörer hauchen:

Ich bin sofort für Sie da – Der nächste freie Mitarbeiter ist bereits für Sie reserviert – In wenigen Augenblicken bin ich für Sie da – Einen kurzen Moment noch – Ich bin sofort für Sie da – Der nächste freie Mitarbeiter ist bereits für Sie reserviert – In wenigen Augenblicken bin ich für Sie da – Einen kurzen Moment noch – Ich bin sofort für Sie da – Der nächste freie Mitarbeiter ...

So. Und jetzt gehe ich Standbild schauen. Meditiere vorm TV wie einst [Siddharta](#) unterm Bodhi-Baum und hoffe auf plötzliches Erwachen – vor allem in jenem Callcenter, das die in die reine Leere führende Unitymedia-Hotline betreut. Wahrscheinlich liegt es bei Kushinagar, Indien, unweit der Stelle, wo selbst Buddha sterben musste, immerhin aber als Erleuchteter von Warteschleifen – also vom Kreislauf des Leidens – seitdem verschont geblieben.

---

# TV-Nostalgie (30): Als das HB-Männchen vor Wut in die Luft ging

geschrieben von Bernd Berke | 11. Dezember 2016

Kann man in diesem Falle von TV-Nostalgie reden? Nun ja, wie man's nimmt. Wir lassen mal fünfe gerade sein. Fernseh-Legenden müssen jedenfalls nicht unbedingt aus Fleisch und Blut sein. Manche waren auch mit feinem Stift und noch dazu schwer vom Leben gezeichnet: allen voran das immerzu gestresste HB-Männchen.

Das Kerlchen, dem jedes Vorhaben schiefging, war eine der bekanntesten Werbefiguren des Fernsehens. Von 1957 bis 1974 war das zornige HB-Männchen auf den Bildschirmen zu sehen, danach war Zigarettenreklame nur noch für ein weiteres Jahrzehnt (bis 1984) im Kino erlaubt.

## Arabisch rückwärts gezetert

Inoffiziell hieß das HB-Männchen Bruno. Doch er selbst hat uns in den Trickfilmen (Urheber: Roland Töpfer) nie seinen Namen verraten, denn Bruno „sprach“ ganz und gar unverständlich. Angeblich war es Arabisch, das mit überhöhter Bandgeschwindigkeit rückwärts abgespult wurde. Je zorniger dieser Bruno wurde, umso mehr verzerrte sich sein Gezeter, bis er buchstäblich in die Luft ging.



HB-Männchen Bruno scheitert  
an einem Paternoster-Aufzug  
(Screenshot aus:  
[http://www.youtube.com/watch  
?v=5R6384xqWx4](http://www.youtube.com/watch?v=5R6384xqWx4))

Das HB-Männchen war ein Wutbürger sondergleichen und ein hartnäckiger Einzelkämpfer mit offenbar enorm hohem Blutdruck. Nie hat man gesehen, ob er vielleicht Frau und Kind(er) gehabt hat. Doch er war von Herausforderungen des Alltags umgeben, hatte lauter Dinge als Widersacher und geriet häufig in Zeitnot. Dies waren auch Zeichen der Wirtschaftswunder-Jahre.

### **Die Tücke der Objekte**

Nur ein paar Beispiele: Da waren unendlich viele Geräte, die nicht funktionieren wollten; da war der Ventilator, der im Büro alles Papier aufwirbelte; das Klappbett, das ein Eigenleben führte; da waren Hammer und Säge, mit denen er sich verletzte; Dosen und Flaschen, die er im Lebensmittelladen umriss. Und so weiter und so fort in mehr als 400 Filmen. So viel Pech auf einem Haufen.

Das Schema der kleinen Geschichten war durchweg gleich: Immer hatte Bruno mit der Tücke der Objekte zu kämpfen. Anfangs piff er noch fröhlich und unternehmungslustig („Freut euch des Lebens“ oder „Auf in den Kampf, Torero“). Aber beim Versuch, den jeweils ersten, noch geringen Schaden zu beheben, machte er alles nur noch schlimmer und schlimmer, bis schließlich ein furchtbares Chaos oder eine schreckliche Sauerei angerichtet war. Dann ging das HB-Männchen vor Wut explosionsartig in die Luft.

### **„Dann geht alles wie von selbst“**

Doch immer nahte Rettung. Der völlig erschöpfte Bruno wurde eingefangen von einer freundlichen kleinen Figur mit königlichem Mantel. Mit den Worten „*Halt, mein Freund! Wer*

*wird denn gleich in die Luft gehen?“* reichte die Gestalt eine Zigarette der Marke HB – und schon beim ersten Zug waren Brunos Probleme behoben, alles klappte nun ohne sein Zutun: *„Dann geht alles wie von selbst“*, hieß die Formel zum guten Schluss.

Welch eine dreiste Lüge, die auf diese Art höchstens im Trickfilm möglich war! Trotzdem (oder gerade deshalb?) hat man sich damals über die Filmchen gefreut, sie waren oft der kurze Höhepunkt des gesamten Werbefernsehens. Da mag heimliche Schadenfreude ebenso mitgespielt haben wie das Gefühl der Entspannung am Ende. Außerdem war Rauchen damals in allen Lebenslagen noch so selbstverständlich, dass man sich keine Gedanken darüber machte...

---

#### **Vorherige Beiträge zur Reihe:**

“Tatort” mit “Schimanski” (1), “Monaco Franze” (2), “Einer wird gewinnen” (3), “Raumpatrouille” (4), “Liebling Kreuzberg” (5), “Der Kommissar” (6), “Beat Club” (7), “Mit Schirm, Charme und Melone” (8), “Bonanza” (9), “Fury” (10), Lorient (11), “Kir Royal” (12), “Stahlnetz” (13), “Kojak” (14), “Was bin ich?” (15), Dieter Hildebrandt (16), “Wünsch Dir was” (17), Ernst Huberty (18), Werner Höfers “Frühschoppen” (19), Peter Frankenfeld (20), “Columbo” (21), “Ein Herz und eine Seele” (22), Dieter Kürten in “Das aktuelle Sportstudio” (23), “Der große Bellheim” (24), “Am laufenden Band” mit Rudi Carrell (25), “Dalli Dalli” mit Hans Rosenthal (26), “Auf der Flucht” (27), “Der goldene Schuß” mit Lou van Burg (28), Ohnsorg-Theater (29)

*“Man braucht zum Neuen, das überall an einem zerrt, viele alte Gegengewichte.” (Elias Canetti)*

---

# Kratzer am Bild von Ikea

geschrieben von Bernd Berke | 11. Dezember 2016

**Gibt es da draußen jemanden, der noch kein Ikea-Regal zusammengebaut hat? Wohl kaum. Eine Reportage über das „unmögliche Möbelhaus“ geht uns also alle an.**



Ordentlich eingekauft: Eine Familie verlässt ein Ikea-Einrichtungshaus. (Bild: WDR/Thomas Brill)

Viele verbinden mit Ikea eine entspannte, freundliche und familiäre Atmosphäre. Doch „Der Ikea-Check“ (ARD), der über weite Strecken überzeugte, fiel nicht ganz so schmeichelhaft aus. Ein erster Vergleichstest mit einem großen Kölner Möbelhaus ergab, dass der Einkauf bei Ikea offenbar deutlich stressiger ist – Körpersensoren brachten es an den Tag.

## Die Lust am Zusammenbauen

Erstaunlich, wie Versuchsgruppen ein und dasselbe Nachtschränkchen teurer einschätzten, wenn es noch zusammengebaut werden musste, als wenn es schon fertig vor ihnen stand. Allen Flügen beim Hämmern und Schrauben zum Trotz: Das Zusammenbauen macht letztlich meistens Spaß und

bringt auch ein wenig Stolz mit sich. Ein raffiniertes Prinzip, das weltweit Kunden an die Firma bindet.

### **Ein bisschen Schwund...**

Ein Klassiker wie das „Billy“-Regal ist mit den Jahren billiger geworden. Wie kann denn das angehen? Nun, ein Tischler prüfte nach: Die Maße sind geschrumpft, die Qualität von Holz und Schrauben ist gezielt gesenkt worden. In Dekra-Testreihen erzielten die untersuchten Ikea-Produkte gerade mal das Prädikat „ausreichend“.

### **Fabrik im Lande des Diktators**

Schließlich die „Fairness“. Ikea behauptet beispielsweise, eine bestimmte Kommode werde in Litauen gefertigt. Verdeckte ARD-Recherchen ergaben hingegen, dass zumindest wesentliche Mengen im diktatorisch regierten Weißrußland produziert werden, wo Löhne und sonstige Kosten noch sehr viel niedriger sind und wo Gewerkschaften nichts zu melden haben. Ikea zeichnet jedoch ein ganz anderes Bild von den eigenen Gepflogenheiten. Darf man hier von Vortäuschung falscher Tatsachen sprechen?

Da mag die Pressesprecherin noch so sehr begütigen: Manche Leute, die diese Sendung gesehen haben, dürften beim nächsten Ikea-Einkauf vielleicht ein bisschen nachdenklicher werden.

---

# **Fast alltäglich – eine Stadt ohne Buchhandlung**

geschrieben von Hans Hermann Pöpsel | 11. Dezember 2016

**Ennepetal ist eine Stadt mit gut 30.000 Einwohnern am Südrand des Ruhrgebietes, eine mittlere Kleinstadt, viel**

**mittelständische Industrie, ein großes Gymnasium mit 1.400 Schülern, ein privates Theater, drei Talsperren, und als Attraktion die heilklimatische Kluterthöhle. Bis Ende März dieses Jahres hatte Ennepetal auch eine richtige Buchhandlung, gut sortiert und angesehen, doch das ist Vergangenheit.**



Das ist  
Vergangenheit:  
Die  
Buchhandlung  
in Ennepetal.  
(Foto: Hans H.  
Pöpsel)

Die Buchhandlung hat am 31. März für immer geschlossen, in ihren Räumen befindet sich seit Anfang Mai der Kinderkleider-Laden des örtlichen Kinderschutzbundes – ein ehrenhaftes und ehrenamtliches Geschäft, aber eben keine Buchhandlung. Deren Inhaberin hatte sich monatelang bemüht, eine Nachfolgerin oder einen Nachfolger zu finden, sie wollte sogar die Einrichtung (fast) verschenken, doch wer in die Bilanz der letzten Jahre geschaut habe, der habe sich schnell abgewandt. Eigentlich eine inzwischen fast alltägliche Entwicklung in deutschen Städten.

Nun muss ich gestehen, dass ich Kunde bei Frau Bäcker war, aber dass ich manchmal – zwar nicht bei amazon – aber bei Weltbild bestellt habe. Das passt in das Bild vom allgemeinen Wehklagen: Jeder trauert dem verschwundenen stationären Buchhandel nach, aber als Kunde ist man nicht konsequent treu geblieben.

Nicht nur lokale Buchhandlungen gehen diesen Weg. Die Geschäfte in den Innenbereichen der Klein- und Mittelstädte bluten langfristig aus, und das haben letztlich stets die Kunden so entschieden. Sie bestellen immer öfter bei Zalando oder amazon, und wenn sie doch einmal „in die Stadt“ gehen, dann um Leute zu treffen, einen Kaffee zu trinken, etwas zu erleben. Diesem Bedürfnis entsprechen nicht alle Städte, und wenn sie es hinbekommen, wie zum Beispiel die Städte Hattingen oder Gevelsberg, dann ist dort auch deutlich mehr Leben zu spüren.

Die Ennepetaler haben zum Glück die beiden etwa gleich großen Nachbarstädte Schwelm und Gevelsberg ganz in ihrer Nähe, und da gibt es immerhin noch fünf Buchhandlungen. Noch.

---

## **Tanztheater Cordula Nolte: Verstörendes aus der neuen Konsumwelt**

geschrieben von Katrin Pinetzki | 11. Dezember 2016



In der Legebatterie. Foto:  
Jochen Riese

**Ich bin, also konsumiere ich. Ich konsumiere, also bin ich. Aber was wird aus all dem Konsum – und was macht er mit mir, aus uns? Verstörende, schockierende, auch komische Antworten darauf sind nun im [Tanztheater Cordula Nolte](#) in Dortmund zu sehen. „Auf der Kippe“ heißt das jüngste sozialkritische Stück der freien Tanzbühne. Am Samstagabend feierte es umjubelte Premiere an der Rheinischen Straße/Ecke Paulinenstraße.**

Es gab schon Abende, an denen man mehr gelacht hat in der charmantesten und vielleicht unbekanntesten Bühne der Stadt. Doch obwohl die Bilder, die das zehnköpfige Ensemble um Choreografin Cordula Nolte produziert, Schock-Momente und Gänsehaut produzieren – parallel muss man einfach staunen über die Kraft der Bilder, die tänzerische Ausdruckstärke und den Ideenreichtum, mit dem das Ensemble die Konsequenzen des Kauf-Wahns in Szene setzt. Dieser Kommentar auf die Konsumgesellschaft macht sicher mehr Spaß und bewirkt womöglich mehr als die aktuelle Titelgeschichte des Spiegel, der mit dem Aufmacher „Konsumverzicht“ an den Kiosk kommt.



Die Waage halten  
inmitten des  
Konsums – das ist  
schwierig. Foto:  
Jochen Riese

Zu Beginn hängen sie mit ausdruckslosen Gesichtern an der Stange, Stirn an Stirn, nackter Schenkel an nacktem Schenkel, dazu im Hintergrund monotones Gegacker: eine Legebatterie. Wie sediert vegetieren die Hühner-Menschen dahin, schaukeln autistisch, wimmern und keuchen, bis der Wagen kommt, um sie abzuholen und, Keule an Keule, in Folie zu verpacken. Dann rollen die Einkaufswagen auf die Bühne. In Schnäppchen-Laune balgen sich Frauen in Blümchenkleidern um die Wagen und hüpfen hinein – der Kampf beginnt. Indem der Mensch konsumiert, wird er selbst zur Ware – ein Gedanke, der sich durch den ganzen Abend zieht.

Und schon verwandelt sich die ganze Bühne in eine Müllhalde. Immer und immer mehr Plastikabfälle schleppen die Tänzerinnen und Tänzer in Einkaufstaschen auf die Bühne und werfen sie auf den Boden – shoppen im Rückwärtsgang. Bald ist der ganze Boden bedeckt mit leeren Milchtüten, Chipsdosen, Folie und Pappkartons. Auf diesem Boden bewegen sich die Darsteller – zwanghaft, gehetzt und freudlos. Mit gequälten Gesichtern, wie am Fließband absolvieren sie fast automatisiert Bewegungsmuster, bewegen sich von A nach B. Olaf Nowodworskis monotone, rhythmische Musik-Samples dazu verstärken den Eindruck der Getriebenheit.



Konsum produziert Opfer – das nimmt man in Kauf. Bild: Jochen Riese

Doch dann: süße Geigenklänge. Eine Frau im luftigen Kleid

(Sabine Siegmund) scheint über den Abfall zu schweben, etwas zu suchen. Erwartungsvoll reckt und streckt sie sich bald hierhin, bald dorthin, bis sich die Erfüllung endlich einstellt: Das richtige Produkt ist gefunden. Selig hält sie es in die Höhe – eine Szene wie aus der Werbung.

Doch die Schatzsuche schien mehr Befriedigung verschafft zu haben als der Besitz, das Glück währt nur kurz. Mehr und mehr Produkte grabscht sie aus dem Haufen, stopft sie unters Kleid. Das Lächeln verschwindet, es folgt die Ernüchterung nach dem (Kauf-)Rausch. Die Frau kratzt sich, fühlt sich sichtlich unwohl im eigenen Körper – und fällt schließlich einfach um.

Die Frau mit Kinderwagen (Alexandra Grothe), die als nächste die Bühne betritt, nimmt die leblose Figur inmitten der Waren durchaus wahr. Sie versucht, einen Bogen um sie zu machen, sie zu ignorieren – erfolglos. Schließlich packt sie die Frau einfach mit in den Korb. Konsum produziert eben Opfer, die man kaufend in Kauf nimmt.



Her mit den Waren...

Foto Jochen Riese

In einer starken Ensembleszene demonstrieren die Tänzerinnen in synchroner Monotonie die Gleichförmigkeit des Arbeits- und Alltagslebens: Sie stecken in grauen Anzügen, nur ein farbiger

Schal sorgt vermeintlich für Individualität. Marionettenhaft, wie fern gesteuert kreisen sie zugleich die Schultern, reiben die Nase, werfen den Oberkörper nach vorn, eine perfekt laufende Maschine.

Doch es gibt einen Störfaktor: Einer der Tänzer (Holger Quiering) versucht, die anderen zum Innehalten zu bewegen, sie aufzurütteln. Doch egal, ob er seine Kolleginnen in die Luft hebt, ihre Bewegungen grotesk übertreibt oder sie gar von der Bühne trägt – nichts kann das Funktionieren des Systems stoppen. Dann fällt die erste einfach um – was ein kurzes, aber ebenfalls wenig nachhaltiges Innehalten bewirkt.



Die ewige Wiedergeburt des Mülls. Foto: Jochen Riese

Der Abend gerät nach der Pause sogar noch bilderstärker – und verlangt den Tänzerinnen und Tänzern einiges ab, verbringen sie doch den Großteil des zweiten Teils in festgebundenen Müllsäcken. Das Publikum erlebt die endlose Wiedergeburt des Mülls: Aus dem Loch einer bühenfüllenden Plane quillen immer neue Müllsäcke und führen ein Eigenleben auf der Kippe – komisch-verstörende Bilder, die in einem Vulkanausbruch gipfeln: Der Plastikberg auf der Bühne spuckt hunderte bunte Plastiktüten. Ein heiteres Bild, ein Bild von Schönheit und Überfluss – ja, Konsum macht auch Spaß! Doch dann der Schluss: Eine riesige Müllwelle rollt direkt auf die Zuschauer zu. Vorhang.

Nächste Termine: Sa., 10. Mai 2014, 20 Uhr / So., 25. Mai 2014, 19 Uhr.

---

# **„Kannibalismus“ in unseren Innenstädten – ein neues Beispiel in Hagen**

geschrieben von Hans Hermann Pöpsel | 11. Dezember 2016

**In der Innenstadt von Hagen kann man ihn wieder erleben, den Kannibalismus der geschäftigen Projektentwickler: Eine Galerie jagt die nächste, eine moderne Mall verdrängt die junge alte.**

Es ist noch gar nicht so lange her, dass in Hagen ein Teil des Rathauses abgerissen und an seiner Stelle ein überdachtes Einkaufszentrum errichtet wurde – die „Volmegalerie“, benannt nach dem Flüsschen Volme, das hinter dem Gebäudekomplex in Richtung Ruhr fließt. Integriert wurden dort ein Sportartikel-Kaufhaus und ein Saturn-Elektronikmarkt.

Gut zehn Jahre später entsteht nun direkt nebenan eine ganz neue Mall, wieder etwas heller, wieder etwas moderner, wieder etwas größer. Auch dafür wurde ein ganzer Häuserkomplex abgerissen, und wenn diese „Rathaus-Galerie“ demnächst eröffnet wird, ist auch Saturn wieder dabei: Die ziehen nämlich um von der jungen alten in die dann schon bald wieder veraltete junge Galerie. Auch andere Geschäfte wandern mit, und so sieht man jetzt schon, wie in der Volme-Galerie die ersten Läden leergezogen werden.

Und wie helfen sich die Volmer? Es wird umgebaut und auf Optimismus gemacht – es wird alles noch schöner und aufregender, liebe Kunden, bleiben Sie uns treu! Aber dieser

Kannibalismus wird immer weiter gehen, das liegt wohl im Wesen unserer Marktwirtschaft. Und warum ist das so? Wir als Kunden wollen es doch so, wenn wir nicht schon längst zum Kaufen ins Netz abgewandert sind.

Bestellt wird da fast alles, nur den Cappuccino und die Bruschetta kann man sich noch nicht heiß von Amazon schicken lassen. Kommt vielleicht auch noch.

---

# Wie neue Lebensmittel kreiert werden

geschrieben von Bernd Berke | 11. Dezember 2016



Produktentwicklerin Karin Tischler mit einer neuen Muffin-Kreation. (© ZDF/SWR/Lothar Zimmermann)

**Gibt es nicht schon mehr als genug verschiedene Lebensmittel? Dieser Überfluss allüberall! Doch die Industrie muss mit immer neuen Sorten und Einfällen aufwarten. Eine Systemfrage. Wer rastet, der rostet. Sonst springt der Verbraucher womöglich ab. Um das zu verhindern, gibt es „Die Lebensmittel-Erfinder“ (3Sat).**

TV-Reporter Lothar Zimmermann brachte sich leider selbst über Gebühr in seinen Bericht ein. Er spielte gleichsam den Fragesteller und Vorkoster der Nation. Auch gab er sich gern den Anschein, exklusiv Geheimnisse zu enthüllen. Oft genug war er im Bild. Oft genug klangen seine Sätze ebenso auswendig gelernt wie banal.

### **Das perfekte Knack-Geräusch für Kekse**

Allzu viele Hintergründe konnte er freilich nicht beleuchten. Der durchweg abgesprochen und gestellt wirkende Beitrag erschöpfte sich eher im begriffslosen Staunen und Stirnrunzeln über einige Phänomene der Lebensmittel-Branche. Mit welchem Aufwand Ton-Designer allein das perfekte Knack-Geräusch für Kekse modellieren!

Im Mittelpunkt der Sendung stand die Produktentwicklerin Karin Tischler, die sich mit dem Team ihrer bei Düsseldorf angesiedelten Firma ständig neue Lebensmittel ausdenkt und auf Verbrauchergeschmack wie Zeitgeist zuschneidet. Auch nationale und regionale Vorlieben müssen bedient werden. Und den Chefs der Lebensmittel-Firmen muss es natürlich auch zusagen.

### **Die Inszenierung eines Minikuchens**

Frau Tischler genoss es sichtlich, ihr Ideenlabor im Fernsehen vorführen zu dürfen. Bei Geschmacksproben war „lecker“ das häufigste Wort. Aber hinter den Kulissen geht es sicherlich professionell zu. Da werden trendgerechte Minikuchen nach US-Vorbild inszeniert, auf dass die kalorienreiche Versuchung gar groß werde.

Man sah also, wie in langwierigen Versuchsreihen neue Cupcakes (Muffins mit Cremehäubchen) entstanden – im Auftrag einer Großbäckerei. Wirkliche Geheimnisse wurden dabei selbstverständlich nicht verraten; auch nicht bei Abstechern zum Schoko-Hersteller Ritter Sport, wo Lebensmittel-Ingenieure eine neue Kokos-Sorte entwarfen, und zu Pulmoll, wo man Stevia statt Zucker als Süßungsmittel erprobte. Keine leichten Jobs.

Die Floprate für neue Lebensmittel liegt bei über 75 Prozent...

### **Die Wurst, in der der Senf schon drin ist**

Der Reporter verfolgte auch einen kreationswilligen Stuttgarter Metzger bei seinem Bemühen, neue Sachen auf den Markt zu bringen, beispielsweise eine Wurst („Stuggi“), in der der Senf schon drin ist, und frittierte Maultaschen („Schwaben-Chips“). Der lebenswerte Tüftler hat wahrscheinlich kaum eine Chance gegen Konzerne und ihre Forschungsabteilungen. Geradezu rührend war es zu sehen, wie er seine Ideen bei der Münchner Backmesse anpreisen wollte. Aber vielleicht gelingt ihm ja noch der große Glücksgriff.

---

## **Klutertkäse reift in der kühlen Felsenhöhle**

geschrieben von Hans Hermann Pöpsel | 11. Dezember 2016