

„Unboxing“-Videos: Wenn der Nerd die neuen Geräte auspackt

geschrieben von Bernd Berke | 16. November 2019



Bildnis mit Gerät und Nutzer: Screenshot aus einem Erklär-Video vom sich selbst so nennenden „Technikfaultier“. Vorgeführt und gleichsam rezensiert wird hier das iPad 10.2 (2019) von Apple.

Ich muss ein Geständnis ablegen: Ich bin ein Fan von gut gemachten „Unboxing“-Videos.

Der Laie fragt entgeistert: Nanu? Nein, es hat nichts mit Boxen oder anderlei Körperverletzung zu schaffen, sondern ist ein eigenes, sehr weit verbreitetes Genre, zumal bei YouTube. Da treten zahllose Freaks und Nerds mit mehr oder minder ausgeprägten Spezialbegabungen an, um neue Geräte zu erklären. Stiftung Warentest 4.0, wenn man so will. Aber nicht ganz so stockseriös. Denn das käme beim wohl vorwiegend jüngeren Publikum auch nicht so gut an. Es wäre nicht „cool“ genug.

Und was hat es mit dem Wort „Unboxing“ auf sich? Nun, es steht

schlicht und einfach fürs Auspacken neuer Ware (aus der Box/Schachtel holen), vor allem betrifft es technische Gerätschaften aus den Bereichen Computer, Smartphones oder Audio.

Gewiss, da gibt es Gähnstoff-Videos zum alsbaldigen Einschlafen, die das Entfernen jeder, aber auch wirklich jeder Umverpackung ausführlich im kaum bewegten Bild dokumentieren, bevor es dann schließlich bräsig zur Sache geht. Da wird halt rasch weggeklickt.

Die besseren YouTuber dieser Richtung gehen allerdings deutlich flotter und zielgerichtet zu Werke. Schließlich wollen sie möglichst einige Tausend Zugriffe ernten, um sodann von den Herstellern mit brandneuen Apparaten kostenfrei bemustert zu werden.

Nützliche Tipps – vorher oder nachher

Ist man drauf und dran, ein Gerät zu kaufen oder ist gar die Sendung schon unterwegs, kann man sich hier schon mal etwas schlauer machen, was Qualitäten, Mängel und Handhabung angeht. Häufig wird konkrete Vorfreude geweckt. Die gewiefteren „Influencer“ (verzeiht mir bitte dieses grippale Unwort) zeigen jedoch durchaus auch Schattenseiten der ausgepackten Ware, wenn auch zumeist freundlich-unterhaltsam verbrämt. Hin und wieder aber auch sehr freimütig.

Im Nachhinein, wenn man ein Teil schon erworben hat, gibt es hier noch manchen nützlichen Tipp. Wenn's gut läuft, nimmt man dann noch rechtzeitig sein Widerrufsrecht wahr. Oder man lernt, mit den kleineren Mucken eines Geräts fertig zu werden. Oder man ist und bleibt angetan, nun aber quasi fundiert.

Man wird in diesen Filmen wohl nicht mehr versteckte werbliche Aussagen finden als – sagen wir mal – im Reise- oder Motorteil einer Tageszeitung (zwei besonders anfälligen Ressorts also). Es scheint weithin üblich zu sein, dass man ganz offen sagt, von der Industrie kostenlose „Rezensions-Exemplare“ bekommen

zu haben. Gut so. Solche Transparenz hilft bei der Einschätzung.

Zwischen Warenfetischismus und persönlicher Eitelkeit

Mit der Zeit wird man den oder jenen Ratgeber (tatsächlich sind es auf diesem Gebiet meistens jüngere Männer) entdecken, dem man besonders vertraut. Einer, der mir schon durch seinen pfiffigen Spitznamen aufgefallen ist, zählt dazu. Er nennt sich „Technikfaultier“ und ist immer mal wieder für ein paar brauchbare Hinweise gut. Andere tun es ihm gleich. „Technikfaultier“ hat übrigens 226.000 Abonnenten bei YouTube (also mehr Dauernutzer als die meisten deutschen Tageszeitungen) – vom virtuellen „Laufpublikum“ ganz zu schweigen.

Viele Unboxing-Videos zeigen lediglich das besprochene Gerät, was sehr leicht in Warenfetischismus ausarten kann. In anderen Beiträgen lassen sich auch die Urheber blicken – oft nicht ganz uneitel (manche hören sich sehr gerne reden), gelegentlich auch mitsamt ihrer Wohnungseinrichtung oder anderen Accessoires. Es muss eben jeder selbst wissen, wie er sich und seine Lebensweise vor einem potenziellen Millionen-Publikum offenbart.

„YouTuber(in)“ als Berufswunsch bei Kindern

Wo wir schon mal so traulich beim Thema sind: Bereits unter Acht- bis Zehnjährigen kursiert derweil „YouTuber(in)“ als häufiger Berufswunsch. Tierärztin und Fußballspieler können damit noch halbwegs mithalten – aber dann wird es schon dünn. Nun gut, das gibt sich in ein paar Jährchen.

Ein anderer, jedoch verwandter Fall sind die unzähligen Erklärvideos im Netz, die einem auch noch die letzten Kniffe en détail beibringen sollen: beispielsweise, wie, womit und was man kochen oder grillen soll; beispielsweise, wie, wann und warum man Rasen mäht oder Flecken entfernt – und das sind nur die populärsten Beispiele. Es gibt da wahrhaft exotische

„Lebenshilfe“, die einem in netzlosen Zeiten so nicht zur Verfügung gestanden hat. Ganz ehrlich: Es sind darunter womöglich unbedarfte, aber keineswegs die unsympathischsten Seiten im www.

„Sei Teil unserer Bücherwelt!“ – Wie sich der Piper Verlag seine Rezensenten wünscht

geschrieben von Bernd Berke | 16. November 2019



Was Goethe wohl zu all dem gesagt hätte? Wahrscheinlich doch wieder sein berüchtigtes „Schlagt ihn tot, den Hund! Es ist ein Rezensent.“ (Foto: Bernd Berke)

Der [Piper Verlag](#) hat sicherlich seine langjährigen Verdienste. Doch jetzt, in Zeiten der Digitalisierung (*gähn*), bricht er offenbar zu neuen Ufern auf. Auch für Blogger(innen) zeigt sich das Münchner Haus neuerdings aufgeschlossen; allerdings nur unter gewissen Bedingungen, die auf der [Piper-Homepage](#) unter der nüchternen Zeile „Unsere Kriterien zur Zusammenarbeit“ dargelegt werden.

Zusammenarbeit also. Nicht etwa kritische Öffentlichkeit oder dergleichen Schmonzes von vorgestern. Und wohl auch kaum ein Gedanke an herkömmliche Rezensionen, die vielleicht mal weniger günstig ausfallen könnten. Gefragt ist allenfalls das, was manche neckisch „Rezis“ nennen – ganz so, als würden sie „Supi“ sagen.

Wohin die Reise bei Piper geht, lässt sich im weiteren Verlauf ahnen. Alle Zitate mit Hervorhebungen wie im Original:

- „*Dein Blog oder Youtube-Kanal existiert **länger als ein Jahr** und verfügt über ein gültiges **Impressum**.*
- *Du schreibst und postest **regelmäßig** auf Deinen Kanälen.“*

So weit sicherlich nachvollziehbar. Der Piper Verlag, seit März 2016 von der vormaligen FAZ-Literaturchefin Felicitas von Lovenberg geleitet, will sich halt nicht mit gar zu flüchtigen sozialmedialen Erscheinungen oder Phantomen plagen, die womöglich nur Rezensions-Exemplare einsacken wollen und dann ihre Portale löschen oder verwaisen lassen.

Am liebsten total virale Influencer?

Allerdings fällt hier schon auf, dass man es eben auch – und vielleicht ganz besonders? – auf YouTuber(innen) abgesehen hat. Wäre es denkbar, dass dem Hause Piper mittlerweile jene „Influencer“, die ein Buch ohne hochtrabendes Gelaber

empfehlend in die Kamera halten, lieber sind als kritische Geister, die sich mit wirklichen Rezensionen abmühen? Hätten sie eventuell am allerliebsten hipstermäßige Leute mit der viralen Mega-Power eines Rezo, die ein Buch kurzerhand als „cool“ oder „geil“ bezeichnen?

Nun, ganz so hoch (bzw. eigentlich tief) liegt die Latte nicht. Wir lauschen weiter und erfahren etwas über die Mindestanforderungen:

- *„Dein **Instagram** Account hat mindestens **2.000 Follower**, auf **Facebook und Twitter** folgen Dir mindestens **1.000 Fans** und mindestens **5.000 Abonnenten** schauen Deine Videos auf **Youtube**.“*

Instagram, Facebook und Twitter scheinen also schon mal Pflicht zu sein, desgleichen YouTube. Aber das alles genügt noch nicht. Die jeweiligen Gefolgsleute müssen auch möglichst zahlreich und lebhaft reagieren, am besten trampeln und johlen, wenn das denn ginge:

- *„Damit wir sehen können, dass Deine Follower an Deinen Inhalten interessiert sind, ist uns auch eine gute Interaktionsrate wichtig.“*

Damit wäre die intellektuelle Spreu vom kaufmännischen Weizen gesondert. Es würde einen schon interessieren, welche Verlags-Kontrollettis auf welche Weise die Interaktionsrate ermitteln und beurteilen. Überdies wäre es interessant zu erfahren, was nach ein oder zwei negativen Besprechungen geschähe. Dann wäre doch höchstwahrscheinlich Schluss mit lustig.

Aber selbst im Falle des Wohlverhaltens bleibt noch mehr zu tun, nämlich dies:

- *„Deine Besprechungen pflegst Du in die gängigen Online-Shops und Communities ein.“*

Sprich: Die Empfehlungen soll man z. B. auch bei Amazon, Thalia usw. verbreiten – mit ganz, ganz vielen *****

Sternchen, versteht sich. Womit man dann endgültig ein verlängerter Arm oder besser ein nützliches Sprachrohr der Piper-Presse- und PR-Abteilung wäre. Wie lautet doch gleich die in eine rosarote Wolke gepackte, geradezu enthusiastisierende Überschrift auf der entsprechenden Webseite:

„Sei Teil unserer Bücherwelt!“

Nein, danke!

„Familie Hauser“ als (un)heimlicher Internet-Hit: Viele Millionen Klicks für herzige Playmobil-Filmchen

geschrieben von Bernd Berke | 16. November 2019

Kürzlich war hier von der [Spielzeugfirma Schleich](#) die Rede, deren langer Arm in so manches Kinderzimmer reicht. Nun geht es um ein weiteres Universum, in dem sich wahrscheinlich noch weitaus mehr Kinder bewegen – um die Welt von Playmobil, genauer: um deren ebenso einfältige wie vielfältige Video-Präsenz bei YouTube, vornehmlich in Gestalt der [„Familie Hauser“](#). Kein Vertun: Wir reden über einen Internet-Auftritt mit Abermillionen Klicks.



Playmobil-Familie „Hauser“ mit beigefügtem Hund: links Michael und Anna, rechts Nicole und Lena. (Foto: Bernd Berke)

Gewiss: Die hauptsächliche Zielgruppe sind Kinder so etwa zwischen 4 und 9 Jahren. Doch selbst aus der Perspektive von Sieben- oder Achtjährigen kommt manche Hauser-Geschichte schon so treuherzig und naiv daher, dass es zum Steinerweichen ist. Die dick aufgestrichene rote Marmelade bzw. der Ketchup, die besonders bei Verletzungen der Playmobil-Kinder zum Einsatz kommen, wirken schon fast wieder selbstironisch. Aber eine solche Ebene existiert hier nicht.

Komik durch ungelenke Bewegungen

Andere Szenarien sind (oft unfreiwillig) immens komisch; auf eine putzige, rührende Art, die auch mit den ungelenken Bewegungen der Playmobil-Figuren zu tun hat, welche nur notdürftig in Filmsprache überführt werden können. Auf ihre spezielle Weise üben diese harmlos vor sich hin ruckelnden Geschichtlein, in denen die Kinder immerzu freudig „Au, jaaaa!“ rufen, einen geheimen Sog aus. Mit einer einzigen wird man sich nicht begnügen wollen. Man verlangt, wie nicht nur

Kinder es tun, nach Wiederholung und Fortsetzung. Oh wunderbar authentisch und arglos wirkende Amateurhaftigkeit, oh schlichte Herrlichkeit dieser einfachen, modisch ausgedrückt „unterkomplexen“ Welt! Aber nach einer halben Stunde ist es dann auch genug.

Unter den inzwischen 414 Hauser-Filmen (!) zu je fünf bis zehn Minuten sind einige veritable Viral-Kracher. Mehrere Hunderttausend Klicks haben sie praktisch alle eingesammelt. Spitzenreiter ist derzeit die gar simple Story der Hauser-Tochter Lena, die sich an einer Glasscherbe verletzt hat und anschließend liebevoll mit Mull und Pflaster versorgt wird. Dieses Nichts an Handlung hat über 6 Millionen Aufrufe generiert – kaum zu fassen, aber wahr!

Aus der Werkstatt einer schwäbischen Hausfrau

Es ist ja auch staunenswert, wie die Urheber, eine offenbar kreuzbrave Familie vom Bodensee, aus den Plastikfiguren von Playmobil (Kenner sagen „Playmo“) einen wahren Kosmos geschaffen haben. Da entstehen vor unseren Augen ganze Jahrmärkte oder Volksfeste, Kaufhäuser, Spaßbäder, Freizeitparks, Rudelguck-Areale, ein Zoo, ein Weihnachtsmarkt, eine Klinik, eine Bowlingbahn, ein Friseursalon und wohl hundert andere Schauplätze. Von Kita, Schule und Häusern der Nachbarschaft ganz zu schweigen.

Die Mutter der Familie leiht nicht nur der Playmobil-Hauptfigur Nicole Hauser ihre Stimme, sondern auch anderen Frauengestalten, zum Beispiel der Lehrerin, der Kindergärtnerin oder dieser und jener Verkäuferin. So herrscht alleweil derselbe bedächtige Duktus mit südwestdeutschem Einschlag vor. Sehr gemütlich. Und ziemlich unbedarf.

Derweil vertont der Familienvater nicht nur Nicoles Mann namens Michael, sondern auch dessen Schwager (praktischerweise ein Polizist, der jeden Kriminalfall im Handumdrehen aufklärt) und etliche weitere Männer bis hin zum Taschendieb („Manni

Mütze“) oder Juwelenräuber. Die beiden Kinder spielen unterdessen die Kinder Lena und Anna sowie deren Freundinnen und Freunde in Grundschule und Kita. Mit anderen Worten: Die ganze Familie ist gehalten, sich von klein auf hingebungsvoll mit den Playmobil-Protagonisten zu identifizieren. Wie es im wirklichen Hause der „Hausers“ aussieht, kann man sich ungefähr ausmalen.

Den Brotberuf auf Eis gelegt

Man fragt sich, ob diese Frau Hauser außer den vielen, vielen, teils recht aufwendig erstellten Playmo-Filmchen noch irgend einen „normalen“ Job erledigen kann, so aufopfernd und ausufernd detailfreudig sind diese Alltags-Drämchen gestaltet. Und tatsächlich: Im April 2017 erschien der [Blog-Bericht eines Kölner Journalisten](#) über „Frau Hauser“ (die bürgerlich natürlich anders heißt). Wir erfahren, dass die seinerzeit 37-Jährige ihren Beruf als Augenoptikerin ruhen lässt, während ihr 43-Jähriger Mann weiter als Informatiker tätig ist. Der gutmütige Mensch wird trotzdem ständig mit eingespannt.

Apropos Aufwand: Bei Gelegenheiten wie Karneval, Kirmes oder Schwimmbadbesuch bringt Mama Hauser dermaßen viele Figuren zum Einsatz vor der Kamera, dass sie entweder enorm viel Geld ausgegeben haben muss oder Unterstützung vom Hersteller erhält – in welcher Form auch immer. Vielleicht filmt sie mittlerweile gar im Auftrag oder wenigstens mit aktiver Billigung?

Kostenlose Werbung oder Auftragsarbeit?

Der Werbeeffekt für den Hersteller und überhaupt für den Spielwarenhandel dürfte nicht gering zu veranschlagen sein. Dennoch heißt es auf der Hauser-Website im „Disclaimer“ (Haftungsausschluss) wörtlich: *„Dieser YouTube Kanal ist unabhängig. Playmobil® ist eine Marke der geobra Brandstätter Stiftung & Co. KG, durch die die vorliegende Webseite weder gesponsert noch autorisiert oder unterstützt wird.“* Soso. Es

fällt schwer, das in allen Punkten zu glauben.



Titelseite des YouTube-Kanals der „Familie Hauser“. (Screenshot von <https://www.youtube.com/channel/UCxLxvbyyN-Zl3yKFMaiuKug>)

Jedenfalls gibt es einen eigenen YouTube-Kanal, den man längst auch (kostenlos) abonnieren kann, über 412.000 Leute beziehen nach heutigem Stand regelmäßig die deutschsprachige Version. Mehr noch: Familie Hauser erlebt ihre kleinen Abenteuer inzwischen u. a. auch auf Englisch, Französisch, Spanisch, Portugiesisch, Italienisch, Arabisch, Polnisch und Niederländisch. Bei Instagram, Facebook und Google+ ist man ebenfalls online.

Was da vor etwa drei Jahren als Hobby begonnen haben mag, klingt jetzt nach einer ziemlich großen Nummer. Kann es denn wirklich stimmen, dass die Bodensee-Familie ganz allein den vielfachen Übersetzungs-Aufwand betreibt und auch noch Muttersprachler(innen) engagiert?

An anderer Stelle heißt es, dass die Firma immerhin schon mal ein paar Gratis-Figuren zur Verfügung stellt. Das wäre aber auch das Mindeste. Denn mehr Klicks brächte wohl keine professionelle und hochbezahlte PR-Agentur zustande. Seit November 2016 kann man jene vierköpfige Familie Hauser denn

auch als Playmobil-Set käuflich erwerben. Ein Schelm, wer daraus finanzielle Schlussfolgerungen ziehen will. Inzwischen machen die Hausers – jenseits ihrer Geschichten – ja auch schon mal werbliche Filme für Playmobil-Produkte, beispielsweise für die Ausstattung eines Baby-Zimmers.

Und was wird geschehen, wenn die Kinder eines Tages zu alt werden? Soll es dann trotzdem weitergehen? Übernehmen dann andere Leute, vielleicht gar Profis? Dann wäre vielleicht der Charme des Ganzen dahin. Ihr seht, wir machen uns Sorgen.

Bastel-Ideen erweitern den kleinen Kosmos

Einstweilen ist Aufhören jedoch kein Thema. Im Gegenteil: Mit den bloßen Geschichten ist es nicht getan. In speziellen Filmen (Motto: „Pimp your Playmobil“) zeigt uns diese Nicole Hauser außerdem, wie man mit viel kleinteiliger Bastelarbeit die Spielzeug-Welt Zug um Zug erweitern und verfeinern kann oder wie man eine komplette Luxusvilla neu ausstattet. Auch das kostet viel Zeit. Pfiffige Tüftel-Ideen kann man Frau Hauser dabei wahrlich nicht absprechen. Es gibt demnach kein Wesen oder Objekt, das nicht im Playmobil-Format nachgeahmt werden könnte – vom Haustier bis zum Handy, von jedwedem Küchengerät bis zu allen Einzelheiten des Mobiliars und des Hausstandes. Hie und da grenzt das Streben nach Vollständigkeit an Besessenheit.

Mit dem Inhalt der originalen, noch nicht durch Bastelei erweiterten Playmobil-Kartons werden ja allerlei Situationen des Alltags nachgestellt, die darauf hinauslaufen, dass mit jedem Set nur eine begrenzte Spielsituation entsteht und somit die Sammelwut immer aufs Neue angefacht wird. So gibt es in der Reihe „City Life“ wahrhaftig eine Lieferung, die nur aus einer Figur besteht, welche Scheine am Geldautomaten zieht, oder auch einen Mann, der am Kugelgrill steht und Würstchen zubereitet. Wie gut, dass phantasievolle Kinder solche beengenden Vorgaben bei weitem sprengen. Sie kombinieren alles mit allem und schaffen ein eigenes Dasein.

P.S.: Um komplizierte politische oder wirtschaftliche Vorgänge fassbarer zu machen, hat namentlich die FAZ-Sonntagszeitung sie häufig mit Playmobil-Figuren illustriert, so auch wieder am gestrigen Sonntag.

Und wo bleibt der Ruhrgebiets-Bezug des Themas? Na, hier! Bis zum 23. September 2018 gibt es im Hammer Maximilian-Park eine umfangreiche Ausstellung mit zahllosen Playmobil-Figuren.

Ein Herz für Hassende im Internet – „Flammende Köpfe“ von Arne Vogelgesang im Dortmunder Theater

geschrieben von Rolf Pfeiffer | 16. November 2019



Arne Vogelgesang, Autor, Regisseur und Darsteller von „Flammende Köpfe“ (rechts), neben Videoprojektion (Foto: Birgit Hupfeld/Theater)

Dortmund)

Theater ist das eigentlich nicht. In der „Video-Lecture“ mit dem Titel „Flammende Köpfe“ von und mit Arne Vogelsang, jetzt zu sehen im Dortmunder „Megastore“, sitzt der Nämliche in Bühnenraummitte hinter seinem Schreibtisch am Computer, erzählt (bzw., es ist ja eine lecture, liest sein Manuskript vor) und bespielt zwei große Projektionswände links und rechts von sich mit Ausschnitten aus YouTube-Videos, in denen Haß-Menschen Haß-Reden halten.

Vogelsang ist, wie er selbst beschreibt, fasziniert von diesen oft wutschnaubenden, manchmal mahnenden, manchmal larmoyanten Selbstdarstellern aus der, wie man wohl sagen kann, rechten bis ganz rechten Ecke. Mit ihnen und ihresgleichen verbringt er (am Computer) mehr Zeit als mit seiner Frau, sagt er. Sein Verhältnis zu ihnen ist geradezu zärtlich, er weiß unglaublich viel über sie und nennt sie bei ihren Vornamen.



Zart und verletzlich:
„jugendlicher“ Avatar (Foto:
Birgit Hupfeld/Theater
Dortmund)

Animierte Avatare

Aus seiner lange schon währenden Computer- und Internet- Obsession hat der 40jährige Autor, der in Berlin (Ost) zur Welt kam und in Wien Regie am Max-Reinhardt-Seminar studierte,

eine Art Soloabend gemacht, zu dessen besonderen Ausschmückungen es gehört, daß Vogelsang die Köpfe seiner Haßprediger am Computer nachbaut und zu animierten Avataren macht. Sie bilden eine Art Ahnengalerie über der Bühne, die sich (qua Projektion) im Laufe des Abends immer weiter füllt.

Die animierten Köpfe sehen putzig aus, wenn sie sich bewegen, ein weiterer Sinn des Nachbaus erschließt sich indes nicht. Daß sie sich alle recht ähnlich sind, ist für sich genommen noch keine aufrüttelnde Message. Ebenso erschließt sich nicht recht der Mehrwert einer weiteren inszenatorischen Maßnahme: Statt den 0-Ton zu bringen, spricht Vogelsang manche Textpassagen seiner Figuren. Das ist nett, der Mann kommt ja vom Theater, aber doch weit entfernt von jeder Anmutung eines Erkenntnis befördernden Brechtschen V-Effekts.



Arne Vogelgesang, Video eines Haßredners (Foto: Birgit Hupfeld/Theater Dortmund)

Was sind das bloß für Leute?

Und jetzt muß ich mal kurz persönlich werden. Für jemanden wie mich, der das Internet eher lästig findet, das iPhone verschmäht und seit ewigen Zeiten um 20 Uhr Tagesschau guckt, ist Vogelsangs Typen-Panoptikum der Ausflug in eine fremde Welt. Was sind das für Leute, die in reicher Zahl Wut- und Haß-Videos von sich drehen und sie ins Netz stellen? Hat es

die früher auch gegeben? Sind sie von Moskau ferngesteuert (wie man zu Zeiten des Kalten Krieges hätte mutmaßen können)? Sind sie gefährlich? Sind sie das Volk (wie viele von ihnen auf die eine oder andere Weise behaupten)?

Der große Stammtisch im Internet

„Es genügt nicht, keine Meinung zu haben; man muß auch unfähig sein, sie auszudrücken“, formulierte vor vielen Jahren der große Kabarettist Wolfgang Neuss. Er meinte die geradezu empörend unpolitisch sich gebende Bundesrepublik der frühen Jahre, die „Weiter so“- und „Schwamm drüber“-Volksgenossen nach der Weltkriegskatastrophe. Geäußert werden die Menschen sich indes damals schon haben, am notorischen Stammtisch vermutlich, an Orten, wo man unter sich war. Und ein bißchen was hat das Internet ja wirklich von einem großen Stammtisch, an dem allerdings der direkte Dialog nicht mehr möglich ist. Das gebiert einen spezifischen Autismus, der mehr oder minder allen Monologisierern in diesen Videos eigen ist. Dieser Autismus enthemmt, was logisch ist, weil die sozialen Regulationen wegfallen.



Arne Vogelgesang am Schreibtisch, Avatar-Typenkabinett in der Hintergrundprojektion (Foto: Birgit Hupfeld/Theater Dortmund)

Keine Kommunikation

In gewisser Weise – ich hoffe, ich kriege die Kurve noch – paßt Wolfgang Neuss' Beobachtung aus den frühen 60er Jahren bruchlos auf die Redenschwinger im Internet. Ob sie wirklich eine Meinung haben oder nur Objekte ihrer düsteren Affekte sind, wird nicht wirklich klar. Auf jeden Fall aber haben sie eigentlich alle ein Vermittlungsproblem. In nahezu jedem Vortrag fällt auf, wie schlecht sie die vermeintlichen Mißstände beschreiben. Was soll man beispielsweise damit anfangen, daß jemand sich über „den Tagesspiegelkommentar im Deutschlandfunk“ unglaublich erregt? Man müßte den Kommentar ja erst einmal lesen, um ihn verstehen zu können. Am ehesten noch werden Haßtiraden verständlich, wenn ihre Ausgangspunkte mit Schlagworten zu benennen sind, „Ausländer“, „Kölner Ereignisse“, „Deutschland in Gefahr“, „Merkel muß weg“ und ähnliches. Doch Begründungen, saubere thematische Ableitungen oder was immer des denkenden Menschen Verstand erfreuen könnte, bleiben seltene Ausnahmen. Man gewahrt Irre, denen normale verbale Kommunikation nicht mehr zur Verfügung steht.

Nicht ohne Küchenpsychologie

Das Unbewußte, à propos, bricht sich natürlich immer wieder Bahn. Die Frau, die sich in „Merkel muß weg“-Tiraden ergeht, wird plötzlich ganz süffisant: Nein, den Tod wünsche sie der Verhaßten nicht, sondern ein langes, langes Leben. In Ketten. In einer engen Zelle, in der es keine Kommunikationsmaschinen gibt, mit einem taubstummen Wärter. Küchenpsychologisch könnte man sagen, daß diese Folterphantasien der realen Existenz vieler Haß-Redner in ihrem autistischen Alltagsdasein recht nahe kommen dürften, der diffusen Wahrnehmung ihres qualvollen Kommunikationsdefizits in der Projektion auf das Haßobjekt.

Wenn ich es richtig in Erinnerung habe, hat Vogelsang in seiner Einleitung gesagt, daß der Bestand an YouTube-Material weltweit in jeder Sekunde um fünf Stunden zunimmt. Es war jedenfalls eine imponierende Zahl, die auf ihre Art auch

tröstlich ist; sagt sie doch aus, daß der Wert jedes einzelnen Haß-Beitrags kontinuierlich an Bedeutung verliert. Aber verstörend sind diese Verstörten schon, keine Frage.

- **Nächster Termin: 30. April 2017, 18.00 Uhr**
- www.theaterdo.de