

EINE GEGENWARTSDIAGNOSE:

# DER MENSCH ALS TÜTENSUPPE

Text: Kristin Lüders



Es ist ein Virus. Es breitet sich aus. Rasant. Mein Wohnungsnachbar ist schon infiziert. Neulich morgens traf ich ihn im Treppenhaus, als er gerade seinen tollen computergesteuerten Whirlpool mit eingebauter Unterwasser-Stereoanlage gegen einen sperrigen handgeschnitzten Holz-Badezuber austauschte. „Im Supermarkt bekam ich beim Anblick des Dosenregals plötzlich Angstzustände und Herzrasen. Da wusste ich, ich muss mein Leben ändern“, keuchte er, während er mit drei anderen Männern versuchte, den Zuber durch seine Wohnungstür zu schieben. „Und mit dem Zuber fang' ich an.“ Die Frage, wie man Angstzustände vorm Dosenregal mit Holzzubern in den Griff bekommt, und wie man das Wasser nach dem Baden wieder rauskriegt aus dem Zuber, beschäftigte mich, bis ich auf der Straße zufällig meinen alten Freund Martin traf. Er hatte einen heftigen roten Ausschlag im Gesicht und sah auch sonst recht angegriffen aus. „Neuerdings bekomme ich immer Ausschlag, wenn ich Werbespots sehe“, sagte er. „Und bei jedem Spot wechselt er die Farbe. Das hier“, fuhr er fort und zeigte auf seine roten Pusteln, die in der Augengegend besonders schlimm waren und sogar ein wenig nässten „das hier ist mein Media-Markt-Ausschlag. Der ist ganz heiß und juckt wie verrückt. Echt, ich will dich bestimmt nicht verarschen!“ Klarer Fall, auch Martin war infiziert. „Und ich glaube, es geht vielen anderen ebenso“, sagte er verschwörerisch, als wir uns verabschiedeten. „Ich lese jetzt lieber Dostojewskij statt fernzusehen. Hab keine Lust, mir von der „Bachelorette“ die Gürtelrose einzufangen.“

Was ist das aber nun für ein Virus, das sich nicht nur durch den jahrelangen Anblick von Dosenregalen und Werbespots, sondern beispielsweise auch durch exzessiven Konsum von Tagespolitik und Berliner Talkrunden überträgt? Sein Name: Authentizikarias desiderium vulgaris. Ein Virus, das den sofortigen unwiderstehlichen Drang nach Authentizität auslöst und dabei in vielerlei Gestalten auf sich aufmerksam macht. Irgendwann befällt es alle, die sich in der unreflektierten Alltäglichkeit ihres Konsumverhaltens hoffnungslos selbst abhanden gekommen sind. Erste Symptome einer Infektion sind unter anderem: Harpunieren von Sushi-Häppchen im Restaurant, Wiederbelebungsversuche an Grillhähnchen, den Fernseher solange an den Marterpfahl binden, bis er gesteht. Als Spätzeichen gilt, wenn einem plötzlich auffällt, daß die Jeans, die man trägt, mehr Seele hat als man selbst, und wenn man bemerkt, daß man sich selbst nicht mehr vom tiefgekühlten Fischfilet im Spar-Markt unterscheiden kann. Oder wenn man sich für eine Schönheits-Op bei „The Swan“ bewirbt und den Operateur anfleht, doch bitte gleich den ganzen Kopf wegzuschneiden. Was bleibt eigentlich von uns übrig, wenn wir die Summe all unserer materiellen, medialen und gesellschaftlichen Lebensgewohnheiten und Soll-Erfüllungen von uns abziehen? fragte ich mich, während ich weiter die Straße entlang trottelte. Was tritt dann zu Tage? Eine leere Tütensuppe? Ein verzückter Derwisch?

Das zweckhafte, zwanghafte Verdrängen innerer Ideale, eine Gesellschaft, die sich selbst nicht mehr glaubt: Das ist der Boden, auf dem Authentizikarias desiderium vulgaris entsteht. Es ist das Virus gegen die Selbstentfremdung der Gesellschaft. Wer es in sich trägt, bildet im Laufe der Zeit Antikörper gegen die herrschende Kultur der Scharlatane und Kulissenschieber, an denen das einzig Glaubwürdige ihre Unglaubwürdigkeit ist. Denn nur mit ausreichender Immunität gegen die Endlosschleifen sinnzersetzender Rede- und Bilderdauerwürste, die uns allerorts umschlingen, haben wir die Chance, uns selber wieder auf die Spur zu kommen und zu erkennen, wie ein Leben aussehen könnte, das den Begriff „Mein Leben“ auch wirklich verdient – ohne dabei ausgegrabene Traditionen und neue Moden einfach nur zu kopieren.

Der Begeisterungsschrei meiner Bekannten Ina riss mich aus diesen schlichten Betrachtungen. „Schau nuuuur, ist das nicht toooolll!“ kreischte sie und hielt mir drei vollgepfropfte H&M-Tüten unter die Nase. „Alles echt von Kaaarl!“ Vom Kampf um die besten Billig-Karls hatte sie ein blaues Auge und eine Abschürfung unter der rechten Augenbraue davongetragen. Aber eigentlich hatte sie sich nicht um Mäntel und Blusen geprügelt, sondern nur um ihren Anteil an fremder schöpferischer Authentizität, welche auch einer komplett Wesensentkernten Trägerin die erhebende Illusion eines kleinen Stückes mehr Echtheit in ihrem Leben schenkt. „Wir machen übrigens dieses Jahr drei Wochen Urlaub im Schwarzwald“, sagte Ina beim Weggehen. „Mit den Schwiegereltern. Das ist irgendwie authentischer, als auf Hawaii den Ego-Trip zu schieben. Und so ein bisschen Spießigkeit ist jetzt ja wieder sehr modern.“ Nein, diese Frau war nicht vom Authentizikaria-Virus befallen. Sie war nur masochistisch.

Aber was ist eigentlich mit Ihnen? Sind Sie schon infiziert?

*Kristin Lüders ist freie Autorin und Texterin.*