

Über Schönheit und Konsum

von Petra Stechele

„Im Ausland stellte sie fest, dass die Verwandlung von Musik in Lärm ein weltweiter Prozess war, der die Menschheit in die historische Phase der totalen Hässlichkeit eintreten ließ. Die Totalität der Hässlichkeit äußerte sich zunächst als allgegenwärtige akustische Hässlichkeit: Autos, Motorräder, elektrische Gitarren, Pressluftbohrer, Lautsprecher, Sirenen. Die Allgegenwart der visuellen Hässlichkeit würde bald folgen“, sagt Milan Kundera in „Die unerträgliche Leichtigkeit des Seins“. „Ohne es zu wissen, komponiert der Mensch sein Leben nach den Gesetzen der Schönheit, sogar in Momenten tiefster Hoffnungslosigkeit.“

Wahrnehmung ist individuell und unterliegt zeitbedingtem Wandel. Schönheitsideale verändern sich. Globalisierung und „Massenkonsum“ haben eine Welt der „Massen“ entstehen lassen, in der alles auf ein grausiges jämmerliches Mittelmaß nivelliert wird. Da nützt uns auch das Guinness-Buch der noch viel traurigeren Rekorde nichts, die nur beweisen, was Menschen tun, um einmal im Leben „jemand zu sein“. Immer absurder werden die Versuche, denn leicht ist es nicht, sich hervorzutun – und hervortun müssen wir uns.

Wer sich die meisten Reißzwecken durch die Zunge pierct oder einbeinig über Flaschenhalse balancieren kann, fühlt sich als Held, als Held der Flaschenhalse und Reißzwecken. Wir müssen Bungee springen, um unser Herz schlagen zu hören, weil man uns schon Shopping als Abenteuer verkauft. Herausragen aus der Masse! Irgendwie muss es doch möglich werden! Der Konsum wird beständig angekurbelt damit, dass man uns einredet, wenn wir ein Produkt erwerben, dann sind wir ein ganz anderer Mensch, ein viel besserer, ein ganz besonderer. Und wenn wir feststellen, dass es auch diesmal wieder nicht geklappt hat, dann kaufen wir das nächste, fallen auf ein anderes Produkt herein. Diesmal – aber wirklich! – macht es uns schöner, begehrter, erfolgreicher, gefragter, besonders!! Für wie lange?

Das bringt uns die verlorene Schönheit nicht wieder. Architekten betrauern die tristen gleichförmigen Vorstädte, Horte ideenloser Fadheit und Monotonie. Gebäude, die nach 12 Jahren abgerissen werden, billig und hässlich erbaut, nur auf kurzfristigen Nutzen getrimmt, rücken sie uns als Geschwüre im Stadtbild ins Blickfeld. Geschäfte verkommen zu Baracken in Gewerbezentren, ein Shoppingkarree reiht sich an das andere, Konzentrationslager des Konsums. Der fahle leidende Konsument darin hechelnd im Entscheidungszwang, unfreundlich misshandelt von gehetzten Verkäufern, frönt seinem zwanghaften Wahn, fürchtet zu „verhungern“, wenn er nicht sofort wieder „Nahrung“ bekommt, „Food“, das morgen schon „Waste“ ist. Die meist rotgelben, ab und an noch blauen, um Aufmerksamkeit buhlenden Werbeschilder gieren billig billig billig nach uns und lassen uns noch fahler erscheinen. Nuancen verblassen zur Farblosigkeit unter den Knalleffekten und bringen der Ästhetik den raschen Tod auf pinkfarbenen und speigrünen chinesischen Gummitretern, frisch entronnen dem 1Euroshop, der nichts hat, was irgendjemand wirklich bräuchte.

Ferienhaussiedlungen, die ganze Gebirgszüge säumen, Landflächen bedecken, für die Hügel abgetragen wurden, um ihnen Reihenhäuser aufzusetzen, die die meiste Zeit unbewohnt sind. Seen und Flüsse entwässert, um Swimmingpools zu füllen in endlosen Siedlungen von einförmiger Künstlichkeit und Golfplätze zu berieseln. Felder, die folienbedeckt und giftbesprüht sich erstrecken, soweit das Auge reicht, Strände gesäumt von Betongeschwüren.

Megacities, leerstehende Hochhaustürme, Kunstinseln, die sich das Meer zurückholt. Menschen schrumpfen zu Ameisen und Käfern, im Dunkel von U-Bahnschächten bleich und zerknittert in Ölmief und Gestank überhitzter Bremsen, ohne Licht, ohne Sonne, ohne einen Hauch von Luft, außer der Zugluft, die die Ausdünstungen Hunderter hastender Menschen durch die Schächte peitscht. Nichts sehen von der Stadt, von der Welt, bleiche Maden, die irgendwo blinzeln ans Licht kommen, orientierungslos auftauchen im Abgas der sich stauenden Pkws durch bombastische Regierungs- oder tote Büroviertel.

Orte, Natur, die man früher als schön empfand, werden nun unbetretbar, ohne Gegenwehr zerstört, was einst alle anzog. Tourismus fällt wie

Heuschrecken ein, weidet Gebiete ab, den Kahlschlag ästhetischer Vernichtung zurücklassend.

Die Macht der Verführung , die Schwäche der Verführbarkeit weltweit, der kein Volk letztlich widerstand. Weil wir nichts durchschauen, übernehmen wir die Verantwortung für unsere (politischen) Entscheidungen nicht. Wir haben ein fehlgeleitetes Schönheitsideal: Normiertes, Wiederholbares, „Geschöntes“, Monotones erscheint als schön, nicht das Einzigartige, das Besondere. So erzeugen wir Massenkultur und Langeweile – und gieren nach Neuem, immer wieder Neuem. Und doch bleibt es bloß Masse, Massenware. Welch ein Widerspruch! Unser Versuch einzigartig sein zu wollen, erreicht das genaue Gegenteil.

„Lieber flüchten, um der Niedertracht des Alltags zu entkommen, dem Geheul der Wachstumsnarren und ihren penetranten Aufrufen zum Anhäufen von Klimbim. Nie habe ich einen dieser Marktschreier plärren hören: „Lasst euer Hirn anschwellen! Mehrt euren Mut! Werdet tapferer! Verschwendet mehr Liebe! [...] Steigert euren Empathie-Quotienten! Vervielfacht eure Sehnsucht nach den – André Gide hat darauf bestanden – émotions fortes, den starken Gefühlen! Ja, denkt mehr! Lest mehr! Spürt mehr!“ Nie gehört. Nur ihren ultimativen Krimskrams wollen sie loswerden, dessen Erwerb die Glücksspanne von fünf Minuten nicht überschreitet.

[...] Wollen wir nicht, wenigstens ab und zu Aristoteles zuhören, der eines blau strahlenden Morgens vor 2400 Jahren auf dem Marktplatz von Athen stand und entzückt ausrief. „Noch nie sah so viele Dinge, die ich nicht brauche!“

Und so schleichen die einen davon, während die Müllmänner und Müllfrauen – all jene eben, die gern Müll shoppen – zurück in ihrem Viel-Tonnen-Haus bleiben vor der Fünf-Tonnen-Garage, der Zwei-Tonnen Blechkuh, ja sie selbst – die unbeweglichen Stubenhocker – schon zur Tonne mutierten: Weil so viel Besitz keinen Auslauf mehr erlaubt, weil er bewacht, umzäunt, diebstahlversichert, alarmknöpfe-vermint, ja abgestaubt, neu gestrichen, frisch geschmiert, vertieft, erweitert, vergrößert werden muss. Damit sie im Kuhdorf Quakenbrück (nur ein

Beispiel) jeden Tag um die Wette protzen können: Wer hat am dümmsten seine Lebenszeit vertan? Wer stirbt als Erster an Raffsucht? Wer will der Reichste auf dem Friedhof sein. Wer hat noch immer nicht kapiert, dass hinter Quakenbrück die Welt anfängt?

Die intensive Beschäftigung mit erlesen abgestimmtem Zubehör als Ersatz für ein lauwarmes Herz.

Aber ich fühle, als wäre ich die Erde selbst. Jede Warze Hässlichkeit, jeder Betonklotz, jede Schneise Raffgier in einen Wald, jeder Ruf nach noch mehr Luxus, nach noch mehr Fressen, nach noch mehr Ansprüchen, nach noch mehr „Nie-den Hals-Vollkriegen“ ist ein Schwinger auf mein Herz. Ich verkrafte sie einfach nicht mehr, die Profitganoven, deren Maß aller Dinge einzig ihre Maßlosigkeit ist.

Wie sagte es Karl Lagerfeld kürzlich: „Zu viel darf nicht genug sein.“ (gesamter Textauszug aus „Gebrauchsanweisung für die Welt“ von Andreas Altmann)

„Romantischere“ Lebensstile blühen zum Glück als Gegenbewegung auf: Generationenhäuser, Selbstversorgerdörfer, (Künstler-)Wohngemeinschaften, Sharing und Upcycling-Ideen, Nahrungsmittelkooperativen und vieles mehr. Warum nicht hier Einzigartiges leisten? Warum nicht ohne Ausbeutung der Natur, der Welt, kreativ leben, wirklich etwas erleben, etwas erzeugen, etwas kreieren? Warum nicht hier etwas Neues wagen?