

Die Kraft der Symbole - von Eulen, Kakteen und Einhorn-Toilettenpapier.

Category: Gesellschaft, Kultur, Unfug

26. Juni 2017



Symbole besitzen eine eigene Kraft. Sie sind Stellvertreter für Worte. Sie erzählen ohne zu sprechen. Universell in ihrer Art kennen sie keine Ländergrenzen oder komplizierten Deklinationen. Denkt man an das christliche Kreuz, die weiße Friedenstaube, das Hakenkreuz oder das @-Zeichen beginnt man zu begreifen, welche Gewalt Zeichen besitzen können. Fahnen, Wappen, Firmenlogos, sie alle zehren von der simplifizierend und zugleich facettenreich Kraft der Symbolik.

Genau wie unsere Polkappen, wird diese natürliche, beständige Kraft nun von der modernen Gesellschaft bedroht. Denn: Symbole werden zur Mode, mit Symbolik lässt sich plötzlich Geld verdienen. Tätowierer, Modehäuser und Inneneinrichter erfreuen sich der stetig steigenden Zahl der süchtigen *Symboliker*. Doch wie kam es dazu? Den Anfang nahm ein harmloses Wesen der Gattung Strigiformes.

Die Eule.

Ihre großen Telleraugen und die das Kindchenschema-bedienende rundliche Statur erfreuten bald nicht nur Ornithologen und Förster, sondern fanden sich auf Goldkettchen, Handyhüllen und Geburtstagskarten wieder. Damit sich weder Vegetarier noch Fleischfreunde ausgeschlossen fühlen wechseln sich fortan Motive der Flora und Fauna halbjährlich ab. Es folgten demnach Kissenbezüge, Knöcheltattoos und Kaffeetassen mit Palmen, Füchsen und Ananas. Zwar lassen sich nicht immer Tattoos umgestalten und mit der Zeit wird, je nach Körperstelle

und Erbgut des Bindegewebes, aus dem schönen Schmetterling ein bedrohlicher Flugsaurier - doch die Bebilderung unseres modernen Lebens lässt sich davon nicht aufhalten.

Derzeit befinden wir uns - ich denke, dass ist allen bewusst - im Zeitalter des Einhorns. Wer, wenn nicht ein Fantasiewesen, scheint das Umsatz- und Entzückungspotential der *Symboliker* auf eine magische Ebene gebracht zu haben. Es gibt beehornete Schokoladen, Verhütungsmittel, und Toilettenpapier. Wer nun erschöpft und mit unförmigen Tattoos übersät denkt, dass er mit dem Einhorn-Kondom seinen Höhepunkt erlebt habe und dass man nun wieder Schönheit der Farbe uni entdecken werde, sei bitte an Artenvielfalt unseres Planeten erinnert. Flamingo, gefolgt von Kaktus, Wassermelone und (Schellen-)Affe stehen bereits in den Startlöchern.

Das Einhorn war nicht der Endgegner, es war erst der Anfang.

Doch warum wischen wir uns mit Einhorn bedrucktem Toilettenpapier das Gesäß ab? Zum einen entfliehen wir dadurch blattweise der mitunter grauen Realität. Ein bisschen Glitzer wertet selbst den unglamourösesten Gang zu Toilette auf. Wir fühlen uns besonders - nur so lange es uns nicht alle gleich tun. Denn gleichzeitig sind Einhörner und ihre Nachkommen Ausdruck einer sich rasant selbstüberholenden Modewelt. Die Halbwertszeit unseres Zeitgeschmacks scheint sich stetig zu halbieren. Wer Silvester 2016 mit Einhorn-Sekt anstieß, galt als Visionär. Wer es 2017 tut, als Verlierer. Spätestens wenn wir jemanden, den wir unsympathisch und unmodisch finden wie z.B. Donald Trump, mit einem magischen Einhorn-Tshirt sehen, ist der Zauber vorbei. Und wir suchen nach dem nächsten kurzzeitigen Rauschmittel.



So vielfältig wie ihre Rauschmittel ist auch die Gruppe der Symbol-Suchtis selbst. Der gemeine Beobachter identifiziert jedoch drei Gattungen der *Symboliker*.

Die erste Gruppe der *Tchibos* sind *Symboliker*, die der Masse folgen. Sie konsumieren, ohne zu hinterfragen. Beliebte Motive sind hier der Anker (eine seltene Ausnahme aus der Flora-Fauna-Regel) oder die Schwalbe, die sich vermutlich auf dem Oberkörper deiner Zahnhygienikerin befinden wird. Als Quelle der Inspiration dient dieser Gattung das Sortiment eines Kaffeerösters.

Die größte und bekannteste Gruppe sind die *Hipster*. Symbole dienen hier zur uniformen Demonstration der Individualität. Hipster heben sich vom Mainstream durch einheitliche Screensaver und Socken ab. Die Eule nahm hier ihren Ursprung. Jeder Hipster würde jedoch leugnen jemals mit Eulen in Berührung gekommen zu sein. Beliebte Motive wie Ananas, *mustache* und Kakteen verdeutlichen: der *Hipster* mag es gerne bunt und stachelig. Inspiration findet er über das „Followen super nicer Influencer auf Insta“ - und durch Kindergeburtstagsdekurationsartikel. Genau hier hat die Eule übrigens ihren Ursprung.

Die eigentlichen Trendsetter sind die kleine Minderheit der liebevoll zu bezeichnenden *Bekloppten*. Sie sind äußerst progressiv in ihrer Bildsprache. Man denke an mit Strass versehene Totenköpfe oder Bockwürste als Motiv einer Oberarmtätowierung. Sie lassen sich weder von Menschen noch Tieren inspirieren, sondern ziehen ihre kreative, schöpferische Kraft einzig und alleine

aus ergiebigen Drogenrauschen.

Wenn du nun leichtfertig denkst „*Symboliker*, wie albern. Den Quatsch habe ich doch noch nie mitgemacht“, drehe einmal deine Handyhülle, Kaffeetasse oder Bettwäsche um. Zum Trost alle derer, die nun in die Augen eines Einhorns oder Flamingos blicken: Nachts sind alle Symbole dunkel. Sei einfach froh, dass du selber keine Eule bist.

Jammern als Kulturgut - warum ich meine erstgeborene Tochter Mimimi nenne.

Category: Gesellschaft,Kultur,Leben
26. Juni 2017



Es ist eine deutsche Tradition junge Generationen nach großen identitätsstiftenden Einflussgrößen jener Zeit zu benennen. Friedrich. Wolfgang. Karl. Katharina. Meine erstgeborene Tochter wird daher einen ebenso identitären Namen unserer modernen Bundesrepublik tragen.

Sie soll Mimimi heißen.

Stiftungen, Straßen und Parks werden nach ihr benannt werden. „Kennst du das Café Ecke Mimimimeile und Einhornallee?“ „Wir präsentieren Ihnen den Ehrenträger der Mimimi Kotzowski Stiftung für destruktive Weltanschauungen.“

Jammern ist nun mal Deutschlands wertvollstes Kulturgut. Wo Franzosen

philosophieren, Italiener la bella vita propagieren, wo Skandinavien stilvolles Design und Familienglück für sich abonnieren – da jammert, motzt, zetert und hadert der Deutsche. Welch Leidenschaft! Großartig! Nichts verbindet eine Gesellschaft mehr als ein einstimmig genuscheltes „Naja, geht so.“



Ehrlich, direkt, unverfroren legt der Deutsche den Finger in die – sich sicherlich entzündenden – Wunden unserer Gesellschaft. Das von zu kalkhaltigem Wasser getrübe Glas ist immer halb leer. Das Wetter zu heiß, zu kalt, zu nass, zu trocken. Was regt er sich über zu viele Baustellen, zu viele marode Straßen, zu hohe Spritpreise, zu billige Fertigbrötchen auf. Und wie dankbar sind die Deutschen ihrer Bundesbahn. Ohne sie wäre der Alltag nur halb so bemotzbar. Kein Unternehmen transportiert so viel Hass und so viele Menschen zugleich. Das Sinnbild der deutschen Jammerkultur sind nicht zuletzt die Mundwinkel ihrer eignen Regierungschefin.

Um ein Missverständnis aus dem Weg zu räumen: dem Jammerbürger geht es nicht um die Glorifizierung der Vergangenheit (unsere erinnerbare Geschichte ist ja auch eher nichts wo man sagt „Mensch toll, diese Einmärsche in fremde Länder und Nachkriegsarchitektur“). Es geht einzig und alleine um die Gegenwart, die eben äußerst mimi-mies ist. Ändern möchte man an den Umständen nichts. Warum auch? Dann würde man sich um seine jammervolle Zukunft berauben. Es geht lediglich um eine sachliche Bestandsaufnahme der katastrophalen allgemeinen Gemengelage.

Skurril wird es, wenn der Deutsche auf Reisen geht. Denn: deutsche Motzerei macht niemals Urlaub. Sie kommt an idyllischen Karibikstränden und in flirrenden Metropolen erst richtig in Fahrt. Rikscha-Fahrten zum Preis einer Salatgurke? Zu teuer. Die Klimaanlage ist zu kalt. Der Kaffee zu stark. Gegessen

wird zu spät. Mein Gott, und dieser Lärm überall. Der Deutsche antwortet getreu seiner Ideologie als Einziger auf die Frage „Hi, how are you?“ mit „Schon mal besser. Hab Herpes und vermutlich ein Mahnschreiben meines Vermieters im Briefkasten.“ In der Ferne ertappt er sich sodann dabei, festzustellen, dass in der Heimat vielleicht doch nicht alles menschenunwürdig ist. Wie war der Urlaub? „Schön, aber wir hatten keinen Meerblick und das Wetter war sehr wechselhaft. Und schau dir jetzt meinen Rasen an. Desolat.“

Von Flensburg (zu flach) bis Garmisch (zu bergig), von Aachen (zu alt) bis Leipzig (zu jung), von Berlin (zu modern) bis München (zu traditionell) - nichts verbindet dieses Land mehr als seine Kultur des Haderns und Heulens. Herrlich. Was freue ich mich auf die Zeit, wenn ich mit Mimimi über zu volle Autobahnen fahre, in verspäteten Zügen oder an niemals fertiggestellten Flughäfen sitze und ich ihr das weinerliche Wesen der deutschen Kulturnation näherbringen kann.

Und wenn es ein Junge wird? Naja, geht so. Heißt er halt Mimirich.