

Michael Sailer

Konsumdrill unter Fettdampfswolken

„HL-Markt, miniMAL und REWE laden Jung und Alt ein!“ – einmal jährlich zu „Happy Family“ auf der Münchner Theresienwiese, wo es dann „einen Tag voller Spiel und Spaß“ geben soll, der hauptsächlich darin besteht, Produkte zu kaufen. Ein Spaziergang in der Kauf-Hölle.

Auf dem Boden liegt eine alte Zeitung und schreit: „Rasierter Affe als Baby verkauft!“. Obwohl diese Meldung nirgends so gut herpaßt wie hier, verhält sie ungelesen. Man ist nicht gekommen, um etwas zu erfahren, sondern um zu erwerben, und auch nicht „etwas“, sondern: soviel wie möglich. „Happy Family“ ist „Das Paradies für Schnäppchenjäger“: „Super Angebote zu supergünstigen Preisen“! „Gewinnen Sie drei Autos!“ Kein Wunder, daß die Theresienwiese gefüllt ist wie sonst nur am finalen Oktoberfest-Sonntag.

Es ließe sich darüber nachdenken, ob eine Veranstaltung wie diese (oder, mangels Vergleich: diese Veranstaltung), zu der drei „Waren-Discounter“ geladen haben, eine Art bayerisches Friedensangebot in Sachen PISA ist, denn was hier an potentiell verblödenden Botschaften auf den Nachwuchs geböllert wird, übersteigt jedes denkbare Maß. Aber zum Nachdenken kommt man nicht, denn man geriete in Gefahr, totgetrampelt zu werden. „Wenn die Frau mal nervt: eine praktische Handkreissäge!“ brüllt es links. „Ich will zehn nackte Friseurinnen!“ dröhnt es rechts. Dort werden von einer LKW-Ladefläche riesige Beutel voll mit Beuteln voller Knabbersubstanzen verkauft; man drängelt sich, gibt auf Kommando „bißchen Applaus“, läßt sich mit bedruckten Mützen und anderen Textilien (die man sofort anlegt, um sich gewissermaßen selbst in ein Produkt zu verwandeln) sowie kleinen Plastikschachteln ungewissen Inhalts bewerfen. Auf die Frage, was sie da kaufen wolle und was es koste, weiß eine junge Frau weder das eine noch das andere, reckt aber weiterhin mit leerem Blick ihren Geldschein dem Verkaufsanimatör entgegen, der aussieht wie eine sprechende Chips-Tüte und über die „Moos hamma! Schee samma!“-Beschallung hinweg verkündet, es gehe „jetzt los, hier!“ Von ferne ähnelt das Billig-Spektakel einer nordamerikanischen Vorstadt, wie man sie aus kulturpessimistischen Bildbänden kennt, umrahmt von kulturpessimistischen Essays, die doch bisweilen eine gewisse Bewunderung oder Frappierung nicht verbergen können angesichts des titanischen Ausmaßes der Verwüstungen, die der Konsum anrichtet, und ihrer schreienden Sinnlosigkeit. Begibt man sich (auch der Münchner Oberbürgermeister Ude als „Schirmherr“ kann den Dauerregen nicht verhindern) in eines der „Schnäppchen-Zelte“, wird man jedoch sofort Teil einer Gemengelage aus Körpern, Müll und Gebrüll, wie sie ein Hieronymus Bosch nicht ärger erträumen hätte können. Natürlich, denkt man: Hier kriegen die verbliebenen Normal-Münchner, die sich noch nicht von zugezogenen oder entsozialisierten New-Economy-Ferraristen in Betonschachtel-Schlafstädte zwischen den Autobahnkreuzen am Alpenrand vertreiben haben lassen, mal was für ihr Geld.

Aber das meiste, was die Leute da kaufen und auf geliehenen „Bollerwägen“ (deren Leihgebühr jedem Preisvorteil ohnehin Hohn spricht) durch die Gegend karren, ist nicht billiger als sonst und zur menschlichen Ernährung oder Lebensgestaltung sowieso unbrauchbar: In erster Linie erwirbt man Plastik in Form aller möglichen Behältnisse, die mit Mehl-Fett-Glutamat-Gemisch, Milchpulverderivaten, bunten Industriezuckerlösungen und all dem Zeug gefüllt sind, das jeder kennt, der schon einmal eine Müllkippe gesehen hat, und das sich höchstens für ein Ratespiel eignet: Was könnte ein „Quickzelt“ sein, eine „Dreibein-Liege“, ein „Svengeti-Set“, ein(e) „Cool-Bug“? Im „Frische-Paradies“, wo man sich um Alpen von Melonen tummelt, gibt es „Wraps mit Salat“ („Mexiko-Wrap, Italien-Wrap oder Indien-Wrap“) – ein Häufchen Mehl-Wasser-Teig mit Gemüse-Öl-Pampe zum Preis einer ganzen Pizza. Beim Anblick der Übergewichtigen, die das Zeug in der freien, bloßen Hand halten und sich in die Mundgegend schmieren, kommt der Gedanke an die Motten und Nachtfalter, von denen man sich an Sommerabenden immer schon gefragt hat, warum sie eigentlich so

stur und beharrlich ins Licht drängen, sich dabei stoßen und zerrupfen und verbrennen und endlich verenden: Müßte man nicht lediglich das Licht löschen, um ihr Leben zu retten? Ein Stand namens „Hitgarantie“ verscheuert „Shitparade“-CDs für fünfzehn Euro, eine Toastbrot-Bude nölt mantraartig: „Das ist ja sagenhaft heute hier, Tüte für Tüte sagenhaft, also seien Sie dabei, machen Sie mit!“

Das ist die Botschaft: Ohne euch geht es nicht, ihr müßt kaufen, kaufen, kaufen, damit Deutschland vorankommt und ein „Wachstum“ und ein „Aufschwung“ kommt. Selten treten Verzweiflung und Aggression, die sich des Kapitalismus bemächtigen, sobald es darum geht, die einmal produzierten Produkte gegen Geld einzutauschen, so nackt und konkret zutage wie in jenen Momenten, wenn die Opfer unter sich sind: Die einen müssen das Zeug loswerden, um ihren Job und damit den Lebensunterhalt nicht zu verlieren; die anderen stehen unter dem hypnotischen Zwang, jede Gelegenheit auszunützen, Waren für einen geringeren Preis als üblich zu erwerben, selbst wenn es Waren sind, die keinen wirklichen Wert haben und die sie eigentlich gar nicht wollen. So schreien die einen mit kaum überspieltem Abscheu in die überforderten und angesichts der Zumutungen mürrischen, mißtrauischen Gesichter der anderen, während jene ganz anderen, die das Geld, das bei dem perversen Rummel übrigbleibt, abschöpfen, unsichtbar bleiben hinter der Kulisse von Lärm, Gestank und grellen Farben und doch alles irgendwie steuern.

Die frischgebackene Besitzerin eines blauen, in Folie eingeschweißten Plastikübels mit der Aufschrift „Badartikel“ erklärt auf Nachfrage, „so was“ könne „man immer brauchen“, weiß aber nicht zu sagen, wofür. Aus dem gigantischen Lautsprecher im Zelt tönt eine herrisch motivierende Stimme, draußen mache es „plantschi-plantschi“, empfiehlt aber unverdrossen Plantschbecken für fünfunddreißig Euro und (kann das wirklich sein?) ein „Gerede-Set“. Dann setzt wieder die Frohsinns-Beschallung ein: „Wir wollen Party, Palmen, Weiber und ein Bier, darum sind wir hier!“ Eine alte Frau, die kaum so groß ist wie ihre drei Tüten, murmelt den Text mit unwillkürlich wippendem Oberkörper leise mit, erst bei „Der schönste Schlaf ist doch der Beischlaf!“ verstummt sie, steht wieder still und starrt in den trübgelben Regen hinaus, als überlegte sie, ob es sich lohnen würde, eine Lungenentzündung zu riskieren, um wenigstens bis zum Rand der Theresienwiese zu entfliehen. Die blecherne Stimme krakeelt derweil weiter zum Umz-umz-umz: „Es gibt fünfzigtausend Weiber, die haben einwandfreie Leiber, doch ich sag no!“

Kaufen macht, die ohrenbetäubende Hit-Wumme hämmert es uns unablässig ein, „sexy“, „happy“, „lucky“ und zwar „all over the world“. Da aber Konsumieren an sich ein unnatürlicher und wenig erheiternder, sondern peinlicher Vorgang ist, der das Schamgefühl ähnlich anspricht wie körperliche Ausscheidungen (weshalb zu seiner spaßhaften Ausübung ähnlich ausdauernde Trainingsbemühungen nötig sind wie etwa zum fröhlichen Kollektivkotzen), wird zwischendurch Spaß gehabt, daß sich die Wies'n biegt. Kinder dürfen zu Tumpf-Gedröhn auf monströs blinkenden Bühnen Jennifer Lopez imitieren, Plastikugeln über eine Plane rollen, beim „Todessprung“ mit Rollschuhen über Bierbänke zuschauen und sich fragen lassen, wie sie drauf sind („Ja was! Das muß lauter gehen!“). Und vor allem: hüpfen, hüpfen, hüpfen. Das, so weiß man, tut der Entwicklung gut; damit diese nicht auf die schiefe Bahn gerät, warnt die Polizei im eigenen Zelt per Falblatt vor Alkohol und Ecstasy, empfiehlt: „Be hard!“ und läßt zu diesem Zweck die Kleinen schon mal kräftig am Motorrad-Gasgriff drehen. Etwas Ältere lassen sich am „Topspin“, einer Art Waschmaschine für Menschen, willig kreischend schleudern und spülen, danach erbricht man die Bratwurstsemmel hinter die Laster der Müllabfuhr, die abseits des Geschehens geduldig warten, in der Gewißheit, daß ihre Stunde kommt. Vielleicht denken etwas ähnliches auch die Mitarbeiter der „Münchner Suppenküche Tischlein Deck Dich“, deren Stand gänzlich unbeachtet in der Gegend herumsteht. Nebenan preßt sich einer in ein Filzkostüm, um dem blaugelben Nilpferd-Abkömmling zu ähneln, der auf der Hüpfburg thront, wahrscheinlich nicht den verblichenen Jürgen Möllemann darstellen soll und es seltsamerweise trotzdem tut. Und hinter der „Oberpfalz-Festhalle“, aus der brechreizerregende Schwaden von Fettdampf quellen, steht ein Einsamer am Restmüll-Gitterbehälter, klammert sich an die Bierdose und verkündet per T-Shirt: „Wir haben fertig!“ Während das vielstimmige und dennoch schauerlich monotone „Ein verrücktes Einkaufen hier! Total optimal hier! Sagenhaft! Heute! für! nur!“-Gebell wie ein Chor von Geisterstimmen durch den Kopf hallt, nähert sich der Beobachter dem Rand von Konsumgewühl und Fassungsvermögen und denkt in unwillkürlicher Pluralisierung: Wir auch.

Wer konsumiert, bricht keine Gesetze, und so gibt es wenig zu melden für die Polizisten, die mit einer berufsspezifischen Form von Gemütlichkeit in Kleingruppen durch die Massen schlendern: „Bloß paar vermißte Kinder.“ Für die steht am Ende des Geländes das einzige Zelt, in dem jemand ohne Profit- und Reklameabsicht etwas loswerden möchte: die Kinderfundstelle. Daneben die Pressestelle, deren zwangsfröhliche Mitarbeiterin hemmungslos lügt: „Bis jetzt alles ruhig!“ Und ganz hinten, wo die Theresienwüste in kiesiger Öde nach dem Münchner Westen ausläuft, ragt einsam die „Hauptbühne“, auf der im strömenden Regen ein paar Kinder zu müdem Norm-HipHop-Tralala gedrillte Synchronbewegungen durchführen.

Zurück ins anarchische Gewimmel, in die Ursuppe der Konsumwirtschaft, die der Pesthauch glutamatisierter Döner-Brennerei durchweht. Und dort, umgeben von gehetzten Fratzen, verzweifelt weinenden Kindern und Plastiktüten, die aneinandergelegt wahrscheinlich bis zum Jupiter reichen würden, ist der Reporter plötzlich selbst den Tränen nahe und flieht, vorbei an heulenden Rettungswägen und unablässig herandrängenden Herden von Kaufwilligen, in angebots- und nachfragefreie Gefilde.