

Versuch über den Kitsch

Erhard Taverna

Der Diskurs über den guten Geschmack ist so alt wie die Philosophie. Das Schöne ist wahr und edel, das Gegenteil ist verlogen und trivial. Kitsch, ein deutsches Wort unklarer Herkunft aus dem 19. Jahrhundert, ist von mehreren Sprachen übernommen worden. Als ästhetisches, moralisches oder politisches Urteil ist der Begriff schnell zur Hand, abwertend und ausgrenzend von dem, was Experten und Pädagogen für wertvoll halten.

Schlagerschalz, Kioskeftchen, gestickte Schutzengel oder röhrende Hirsche über dem Bett, jede Generation pflegt ihren eigenen Kitsch. Die Liebesromane von Courths-Mahler (1857–1950) haben unsere Grossmütter begeistert, die Heimatromane von Ludwig Ganghofer (1855–1920) waren nicht nur des deutschen Kaisers Lieblingslektüre. Beide Autoren fanden zahlreiche Nachahmer und haben eine treue Fangemeinschaft bis in unsere Tage. Mit Liebe, Leidenschaft und jeder Menge Gefühl, aber auch mit wahren Helden, Banditen, rauchenden Colts und Romanzen zwischen Tal und Gipfel versorgt der Bastei-Verlag Millionen Leser und Leserinnen. Das Personal hat sich angepasst, die Kommerzienräte, Leutnants und verarmten Witwen sind verschwunden, geblieben sind die Förster und höheren Töchter, die Pfarrer, Mediziner, Hüttenwarte, Jäger und aktuellen Vertreter besserer Stände. Die patriotische Andacht hat ausgedient, die frommen Gefühle sind weniger überschwänglich. Das Vokabular ist leicht entschlackt, die Kumulation der Effekte wird sparsamer eingesetzt. Doch nach wie vor herrschen innige Ergriffenheit, zarte Hingabe und ruchloser Betrug. Alles wird aufgeboten, «was gut und teuer ist».

Am Kitsch und Schund hat sich seit je die Gesellschaftskritik entzündet. Walter Benjamin analysierte die Kunst im Zeitalter der Reproduktion. Schriftsteller wie Hermann Broch sahen darin «Das Böse im Wertsystem. Eine allgemeine Lebensheuchelei, verirrt in einem ungeheuren Gefühls- und Konvenügestrüpp», Milan Kundera nannte «das ästhetische Ideal des kategorischen Einverständnisses mit dem Sein eine Welt, in der die Scheisse verneint wird und alle so tun, als existiere sie nicht».

Die heutige Philosophenzunft bleibt gespalten. Die einen definieren den sozialen Typ des distanzlosen und selbstverliebten Kitsch-Menschen, der alles genüsslich seinem Geniessen unterordnet. Andere preisen den postmodernen Stilpluralismus und dessen ästhetischen Schein, in dem sie eine spielerische, reflektierende, emanzipatorische und heilsame Wirkung entdecken. Fest steht, dass populäre Kitschfiguren Identifikationen mit positiven Vorbildern und Trost in schwierigen Lebenslagen bieten. Sie ha-

ben sich gegenüber allen Verurteilungen als resistent erwiesen und gehören zum festen Repertoire einer überbordenden Unterhaltungsindustrie. Mit nur formal-stilistischen Kriterien ist dem Kitsch nicht mehr beizukommen. Wenn man ihn auf die typischen Merkmale der Übertreibung und Inszenierung festlegt, dann hat er sich in allen Lebensbereichen erfolgreich durchgesetzt. Der spielerische Umgang mit Assoziationen, Symbolisierungen und Narrativen gehört zum Produktemarketing jeder kaufkräftigen Konsumgesellschaft. Die Choreografie der Emotionen ist ein entscheidender Teil der Verkaufslogik. Die Verpackung übertrifft den Inhalt. Zur Funktion gehört die Fiktion, zum Beispiel der Kult um eine Marke. Was Büchern an Sinnstiftung zugeschrieben wird, sollen auch konfektionierte Produkte und Dienstleistungen ermöglichen. Einen individuellen Lebensstil, Romantik Luxus, Image, Gruppenzugehörigkeit, ein Gesamtereignis, wie der kulinarische Höhepunkt, das ultimative Reiseabenteuer, ein Wellness-Wochenende, die Geburt in einer Spezialklinik, die Verjüngungskur oder den Schönheitseingriff. In der Eventkultur hat sich der Kitsch als professionelle Leistung etabliert.

Die Medizin als Weltbühne bietet alles, was das Genre heute benötigt: existentielle Situationen, Intensität, starke Metaphern, Technik, Emotionen, Rollenbilder, Stars, Hygiene, Codierungen, Rituale, Mythen, Erotik und Karriere. Kein Fernsehkanal verzichtet auf eine Arztserie, kein Verlag auf medizinische oder paramedizinische Themen. Dank der Alternativmedizin hat auch die Esoterik ihren unverzichtbaren Auftritt. Zahlreiche Studien untersuchen den mentalen Zustand von Kliniksoap-Zuschauern. Sie zeigen, wie die Filmserien Patienten und Krankenhauspersonal konditionieren oder die Berufswünsche von Medizinstudenten beeinflussen. Diktatoren und Millionäre lieben den Kitsch. Hitler, Stalin und Mao hatten klare Vorstellungen von der richtigen und wahren Kunst. Süssliche Chromolithografien des 19. Jahrhunderts sind wieder im Handel. An aktuellen Kunstmessen scheint wahr und schön zu sein, was auch teuer ist. Ein Platinschädel mit Diamanten, ein Hai in Formaldehyd, ein riesiges Polyesterherz in Versailles, goldene Zwiebeltürme und Knollensäulen, sie alle erzielen fantastische Preise. Damien Hirst, Jeff Koon oder Friedrich Hundertwasser machen Schule. Ein schlechter Klinikdirektor, der sich daran kein Vorbild nimmt.



erhard.taverna[at]saez.ch