

einsteins

das eichstätter magazin

nr. 8/1998

Kulte + Kulturen

Rausch

Mein kleiner
grüner Kaktus

Bierzelt

Ein Dirndl
in Lederhose

Gurus

Wer's glaubt,
wird selig



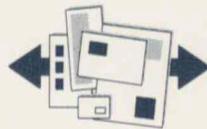
Bei uns ist nicht nur das Papier farbig ...



Erwarten Sie von einem jungen und dynamischen Unternehmen, daß es laufend mit den aktuellen Standards, dem notwendigen technischen Know-How und mit einem umfangreichen Background aus Wissen und Erfahrung Ihre individuellen Wünsche und Ideen zu Ihrer vollen Zufriedenheit in die Realität umsetzen kann?



Suchen Sie ein kreatives und agiles Team, das sich nicht nur Ihren Wünschen anpaßt, sondern sich auch richtungsweisend für neue Umsetzungsmöglichkeiten von verschiedensten Gestaltungsmitteln engagiert?



Setzen Sie für ein Unternehmen eine selbstverständliche Erweiterung des Leistungs- und Service-Angebots und eine laufende Aktualisierung des technischen Know-Hows für eine erfolgreiche Zusammenarbeit voraus ?



Ist für Sie die Qualität Ihrer gewünschten Dienstleistung mit dem pflichtgemäßen Einsatz von umweltfreundlicheren Papierdruckstoffen von großem Stellenwert?

Dann sollten Sie uns einfach anrufen:
TEL: 0 84 21/8 08 03 FAX: 34 03

E I C H E N - D R U C K
85072 Eichstätt · Ingolstädter Str. 54



editorial

Zwischen Ritual und Routine

Vom Zähneputzen bis zum Gutenachtkuß – unser Leben besteht aus Ritualen. Jeden Tag könnten wir ganz neu anfangen und ganz anders gestalten, aber meist folgen wir vertrauten Mustern. Das gilt auch für den Umgang mit unseren treuesten Begleitern, den Medien.

Etwa jeder dritte Zeitgenosse schaltet gleich nach dem Aufstehen das Radio ein. Eine kurze Musikdusche, Frühnachrichten – viele brauchen das wie die morgendliche Koffeindosis, um richtig wach zu werden. Auch die Zeitung ist vor allem ein Morgenmedium. Sie hat die höchsten Einschaltzahlen während des Frühstücks – und dann noch einmal zwischen acht und neun, wenn die Beamten ihre Büros erreicht haben.

Ganz anders das Fernsehen: Es zieht uns am Abend in seinen Bann. Mehr als die Hälfte der Bundesbürger sitzen zur „Tageschau“-Zeit vor dem flimmernden Kasten. Die traditionelle Zeit der Hochkultur, die Zeit der Kammerkonzerte, der Theateraufführungen und der Abendvorträge – sie ist inzwischen weitgehend vom Fernsehen absorbiert.

Die Medien synchronisieren nicht nur den Tag, sondern auch die Woche, den Monat, das Jahr. Montags ist, ganz nach Gusto, „Spiegel“- oder „Focus“-Tag, einmal im Monat kommen „Merkur“, „Marie Claire“ oder „Merian“ ins Haus, und jeweils am ersten Januar hängen wir den neuen Kalender an die Wand.

Die Simultanmedien Rundfunk und Internet haben die periodi-

schen nicht verdrängt und die periodischen nicht die Ad-hoc-Medien, die zu bestimmten Anlässen erscheinen: die Jubelbücher zu den Fußballweltmeisterschaften, die Gedenkbände für Lady Di. Die bunte Fauna und Flora der ereignisbezogenen Kleinpublizistik nicht zu vergessen: Geburtsanzeigen, Abzeitungen, Hochzeitskarten, Totenzettel... Kleine und große Drucksachen begleiten uns von der Wiege bis zur Bahre.

Rituale und Routinen bestimmen auch die Arbeit der Journalisten. Aus der Flut der Nachrichten wählen sie

Von Medienkulturen und Kommunikationskonventionen

nach professionellen Aufmerksamkeitsregeln aus. Vor Jahrzehnten schon hat Carl Warren in seinem „ABC des Reporters“ das Rezept beschrieben: Neuigkeit und Nähe, Konflikt und Kuriosität, Prominenz und Relevanz, Gefühle und Sex, Dramatik und Fortschritt sind die Hauptbestandteile der Medienmenüs.

Das Spektakuläre hat Vorrang: „Man bites dog“ lautet die Formel. Und damit das Außergewöhnliche die Leser, Hörer und Zuschauer nicht zu sehr irritiert, wird es immer wieder in den gleichen Rahmen gepreßt: Die Seiten der Zeitungen und die Formate der Sendungen folgen bewährten Gestaltungsregeln, die nur gelegentlich durch ein (Zeitungs-) Relaunch und eine (Programm-) Reform variiert oder geändert

werden. Manche Kommunikationskonventionen haben sich kulturspezifisch entwickelt: So schreiben (und lesen) wir die Buchstaben, Wörter und Sätze von links nach rechts und von oben nach unten – im Unterschied zu den Chinesen, die ihre Schriftzeichen in Säulen von oben nach unten und in Zeilen von rechts nach links aneinanderreihen.

Anderes ist importiert oder aus berufskulturellen Zusammenhängen zu erklären. So werden Nachrichten meist nach dem Modell der umgekehrten Pyramide verfaßt: Das Wichtigste zuerst, dann

die Details. Dieser „Lead“-Stil orientiert sich am Nachrichten Kern. Er bündelt zum einen die Aufmerksamkeit des Lesers, zum anderen ermöglicht er es dem Redakteur, bei knappem Raum die Agenturmeldungen von hinten zu kürzen.

Rituale und Riten, Kulte und Kulturen sind das Thema der vorliegenden Ausgabe von einsteins. Das Spektrum reicht vom Amoklauf bis zur Kaffeefahrt, von Volksbräuchen bis zur Jugendkultur, von Scientology bis zu Soap operas, von Weihnachtsriten bis zu Nationalstereotypen – und die Medien sind immer beteiligt.

Einige von ihnen erreichen selbst Kultstatus. Ob einsteins auch dazugehört?

WALTER HÖMBERG
einsteins 3

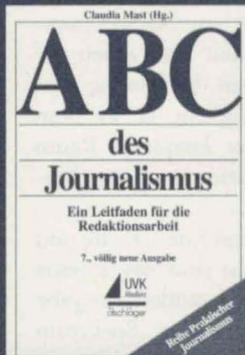
Fachbücher für Journalisten

Grundwissen

Heinz Pürer (Hg.)
Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen
1. Auflage 1991
432 Seiten, br.
ISBN 3-89669-012-4
DM 35,-/ÖS 273/SFr 35,-

Michael Haller
Recherchieren
Ein Handbuch für Journalisten
4., überarb. Auflage 1991
288 Seiten, br.
ISBN 3-89669-010-8
DM 32,-/ÖS 250/SFr 32,-

Michael Haller
Die Reportage
Ein Handbuch für Journalisten
3., überarb. Auflage 1995
336 Seiten, br.
ISBN 3-89669-011-6
DM 36,-/ÖS 281/SFr 36,-



Claudia Mast (Hg.)
ABC des Journalismus
Ein Leitfaden für die Redaktionsarbeit
7., völlig neue Ausgabe 1994
560 Seiten, br.
ISBN 3-89669-006-X
DM 39,80/ÖS 311/SFr 39,80

Hörfunk

Bernd-Peter Arnold
ABC des Hörfunks
1. Auflage 1991
288 Seiten, br.
ISBN 3-89669-017-5
DM 38,-/ÖS 297/SFr 38,-

Robert Sturm / Jürgen Zirkbik
Die Radio-Station
Ein Leitfaden für den privaten Hörfunk
1. Auflage 1996
384 Seiten, br.
ISBN 3-89669-003-5
DM 60,-/ÖS 468/SFr 60,-



Wolfgang Zehrt
Hörfunk-Nachrichten
1. Auflage 1996
240 Seiten, br.
ISBN 3-89669-026-4
DM 34,-/ÖS 265/SFr 34,-

Fernsehen

Michael Steinbrecher/
Martin Weiske
Die Talkshow
20 Jahre zwischen Klatsch und News.
Tips und Hintergründe.
1. Auflage 1992
256 Seiten, br.
ISBN 3-89669-020-5
DM 36,-/ÖS 281/SFr 36,-

Stefan Wachtel
Sprechen und Moderieren in Hörfunk und Fernsehen
2., überarbeitete und erweiterte Auflage 1995
192 Seiten, br.
ISBN 3-89669-025-6
DM 32,-/ÖS 250/SFr 32,-

Hans Dieter Erlinger u. a. (Hg.)
Handbuch des Kinderfernsehens
1. Auflage 1995
628 Seiten, br., 35 SW-Abb.
ISBN 3-89669-028-0
DM 48,-/ÖS 375/SFr 48,-



Ressorts



Gunter Reus
Ressort: Feuilleton
Kulturjournalismus für Massenmedien
1. Auflage 1995
320 Seiten, br.
ISBN 3-89669-024-8
DM 38,-/ÖS 297/SFr 39,-

Josef Hackforth
Christoph Fischer (Hg.)
ABC des Sportjournalismus
1. Auflage 1994
360 Seiten, br.
ISBN 3-89669-014-0
DM 39,80/ÖS 311/SFr 39,80

Gottfried Aigner
Ressort: Reise
Neue Verantwortung im Reisejournalismus
1. Auflage 1992
272 Seiten, br.
ISBN 3-89669-019-1
DM 39,-/ÖS 304/SFr 39,-

Karl Roithmeier
Der Polizeireporter
Ein Leitfaden für die journalistische Berichterstattung
1. Auflage 1994
224 Seiten, br.
ISBN 3-89669-021-3
DM 38,-/ÖS 297/SFr 38,-

**UVK
Medien**

*Eine Auswahl aus unserem Programm,
bitte Gesamtverzeichnis anfordern!*

UVK Medien Verlagsgesellschaft mbH
(mit Verlagsprogramm Ölschläger)
Postfach 10 20 51 · D-78420 Konstanz
Tel. 0 75 31/90 53-0 · Fax 90 53-98
Internet: <http://www.uvk.de>

einsteins

Kulte + Kulturen



KULTUHR

Kölsch oder Alt: Zwischen Köln und Düsseldorf wird heiß gekämpft – wer hat das bessere Bier?.....	6
Brauchtum: Tradition auf der roten Liste.....	8
Weihnachten: Wie andere Nationen das Fest der Liebe feiern.....	8
Baum statt Rosen: Am ersten Mai bekommt die Liebste ein Bäumchen.....	9
Altes Handwerk: Im schwäbischen Bauernhofmuseum Illerbeuren sind Traditionsberufe immer noch lebendig – ein Fotoalbum.....	10
Heiraten: Ganz in Weiß mit einem Blumenstrauß und andere Hochzeitsriten.....	13
Eichstätter Volksfest: Ein Mädels aus dem Ruhrpott zwischen Maßkrug und Blasmusik.....	16

KULTUS

Kultur: Warum Regeln in der Gesellschaft nötig sind – ein Interview mit dem Eichstätter Volkskundler Walter Pötzl.....	18
Latein auf dem Lehrplan: Pro und contra.....	20
Studentenverbindungen: Ist der „Schmiß“ noch zeitgemäß?.....	22

MULTIKULT

Von Göttern und Gurus: Die indische Glaubenslehre als Weg in eine andere Welt.....	24
Boule: Wenn Deutsche sich an Frankreichs heiligen Kugeln vergreifen.....	26
Peyote-Kaktus: Indianer zwischen Rausch und Religion.....	27
Teezeremonien: „Der Weg des Tees“ oder die Aufmerksamkeit für den Augenblick.....	28
Stierkampf: Die Deutschen haben ein falsches Bild von der spanischen Tradition.....	29

KULTGEBUNG

Dorfdiscos im Trend: Die Stadtjugend tanzt jetzt auf dem Land.....	30
Tupperware online: Im Web soll dem Plastikschüsselkönig neue Kundschaft ins Netz gehen.....	32
Fußball-Rituale: Was den wahren Fan ausmacht.....	33
Kultfilm: Star Trek & Co. – können Bilder süchtig machen?.....	34
Amoklauf: So rastet man richtig aus. Ein Ratgeber.....	36
Tomato: Kein Gemüse – Ein Desigerteam aus London macht Kunst weit ab aller Konventionen.....	37
Kaffeefahrten: Was billig scheint, ist oft ein teures Vergnügen.....	38
Fitneßwahn: Sport-Junkies trainieren bis zum Umfallen – die Gesundheit wird zur Nebensache.....	40
Markenartikel: Warum Jugendliche voll auf Labels abfahren.....	41
Scientology: Verbieten verboten – ein Interview.....	43
Seifenopern: Wenn in der eigenen Nachbarschaft nichts los ist, gibt es immer noch die „Lindenstraße“.....	44

Editorial.....	3
Rätsel.....	45
Kalkofe.....	46
Impressum.....	46

Bierzelt

In Haferlschuhen und Lederhosen auf dem Eichstätter Volksfest. Eine Norddeutsche stellt sich dem Abenteuer bayerisches Bierfest und lernt so einiges dazu...

Seite 16

Gurus

Indische Riten üben seit jeher große Faszination aus. Anhänger des Gottes Krishna gibt es überall, doch die Unterschiede zu den gläubigen Indern könnten größer nicht sein.

Seite 24

Rausch

Beim Peyotekult verschmelzen Rausch und Religion. Die Indianer schreiben der Kaktusfrucht neben einer großen Heilwirkung auch magische Kräfte zu.

Seite 27

KULTUR

Angefangen hat die Rivalität zwischen Köln und Düsseldorf im 13. Jahrhundert.

Was vom Städteclinch in Nordrhein-Westfalen übrigblieb, ist jeweils

das Bewußtsein, das bessere Bier zu brauen: Kölsch!

- oder eben Alt.

einsteins forschte weiter nach weltweiter Weihnacht, dem Brauch des Maibaums und dem Sinn und Unsinn des Heiratens.

Alte schwäbische Tradition fand **einsteins** im Bauernhofmuseum zu Illerbeuren;

genauso zünftig - aber eher bayerisch - war's im Bierzelt auf dem Eichstätter Volksfest.

Köln und Düsseldorf im Clinch. Bekämpften sie sich einst mit Schwertern, pflegen sie heute ihre Haßfreundschaft vor allem beim Thema Bier.

Zwölf Kölsch“, ruft der heraneilende Köbes im Kölner Brauhaus „Sion“ seinem Kollegen hinterm Tresen zu. Der schnappt sich einen Kranz mit Stangen, den typischen Kölschgläsern und öffnet den Zapfhahn des 50-Liter-Fasses. Das Bier schießt sofort ins erste Glas und bildet eine Schaumkrone. Mit Geschick dreht der Köbes den Kranz unter dem Hahn; ein Glas nach dem anderen füllt sich in Windeseile.

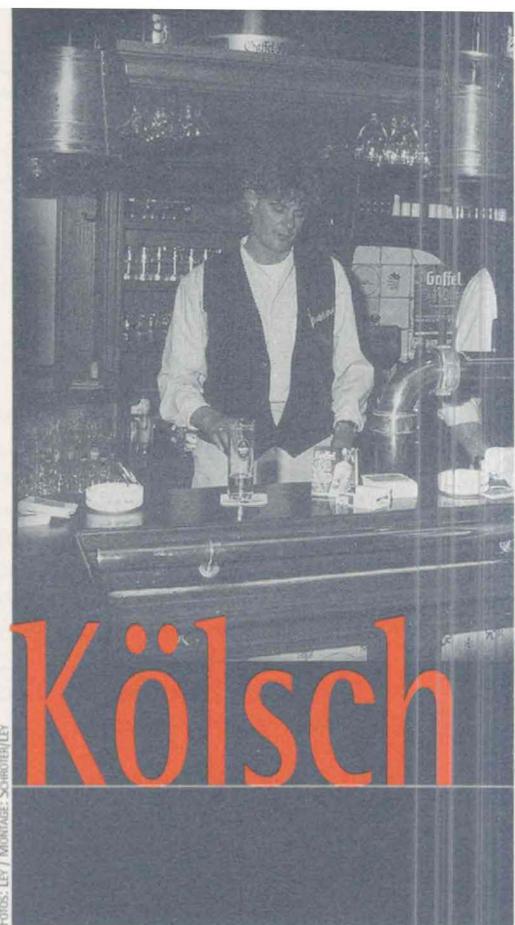
Köbesse gehören zum kölschen Biertum wie „et Salz en de Zupp“. Köbes kommt von Jakobus und war früher die Bezeichnung für den Brauknecht, der nach seiner Arbeit in der Brauerei die Gäste im Brauhaus mit Kölsch und kleineren Speisen bediente.

„Mach mal zwei klar“, ruft Manfred Kaufhol dem Mann am Zapfhahn zu. Derweil leert sein Freund Uwe Offer ein Glas Kölsch in einem Zug. „Ich komm' in Deutschland viel rum“, sagt der Vertreter. „Trotzdem bin ich immer wieder heilfroh, wenn ich in Köln bin und mein Kölsch trinken kann.“

Köln und Kölsch, eine Stadt und ihr Getränk. In keiner anderen deutschen Stadt gibt es so viele Brauereien wie in Köln: 16 an der Zahl, die rund 24 Marken nur einer Biersorte brauen - Kölsch.

Eine ähnliche Verbundenheit zwischen der Stadt und ihrem Bier gibt es in Düsseldorf. Dort wird vor allem das Altbier gebraut.

Die Liebe der Düsseldorfer zu ihrem Alt und der Kölner zu ihrem Kölsch ist ein Symbol der Verschiedenheit. Die Kölner finden die „Bürokraten von der Düsel“ versnobt, die Düsseldorfer werfen den Kölnern Konservatismus vor. Was vom jahrelangen

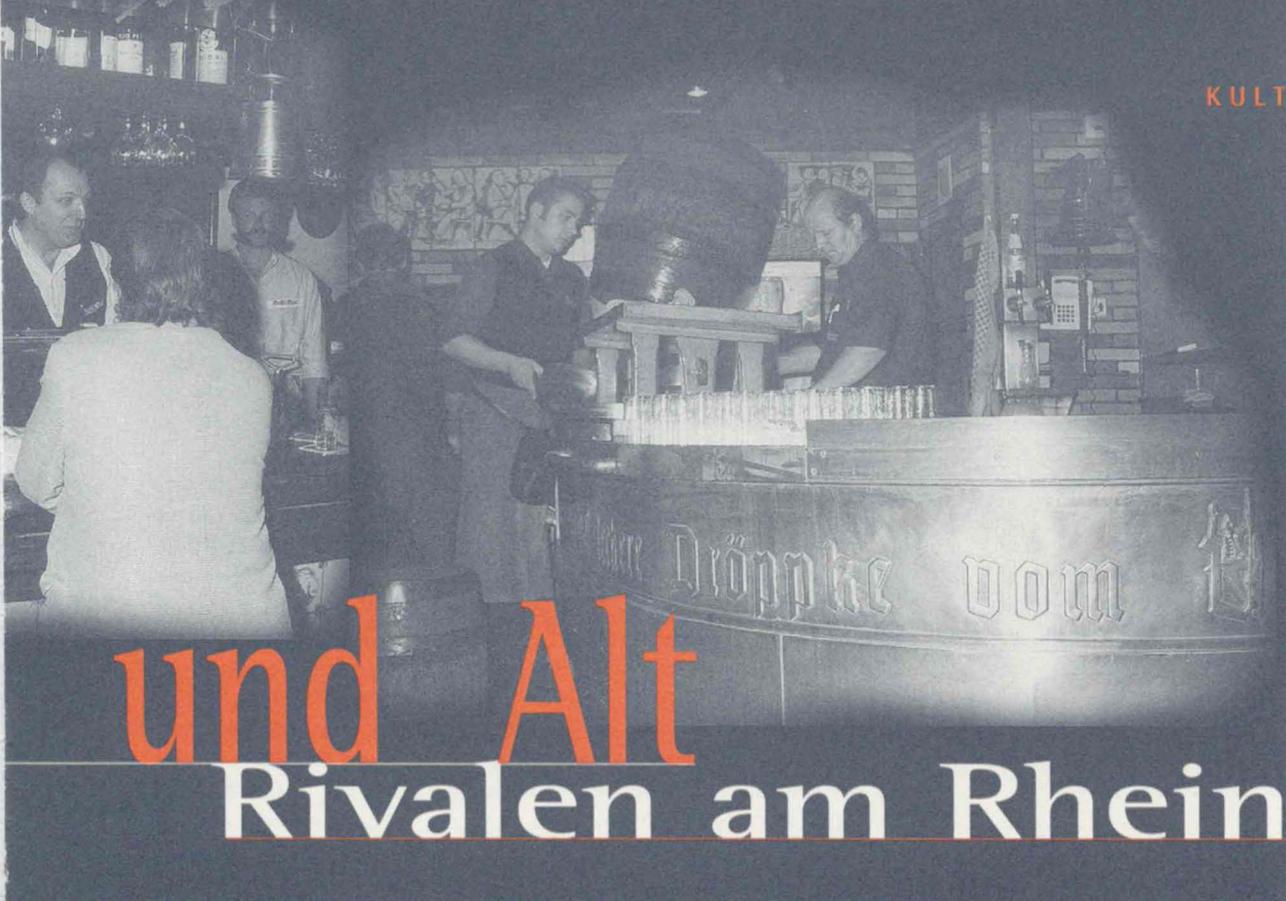


Städteclinch übrigblieb, ist jeweils das Bewußtsein, das bessere Bier zu brauen. Ursprung der Rivalität sind kämpferische Auseinandersetzungen im 13. Jahrhundert. 1288 wurde der Kölner Erzbischof in der Schlacht von Worringen vernichtend geschlagen. Die Kölner Vormachtstellung am Rhein war gebrochen.

Jens Huwald, Student und Altbiertrinker in Düsseldorf, hat seine eigenen Beobachtungen gemacht: „Kölner wie Düsseldorfer nehmen ihre historischen Gegensätze nicht mehr so bierernst, sondern reiben sich humorvoll daran.“ Spaß muß sein, doch beim Bier hört er auf. Da ist man Lokalpatriot.

Nee, ein Kölsch würde ich nie trinken, kriegt man hier auch gar nicht“, entrüstet sich Philip Schneider, Gast im Düsseldorfer Brauhaus „Uerigen“. „Am besten schmeckt immer noch Alt“, fügt er hinzu, „vor allem das Alt im Uerigen“, dann schwenkt er sein Altbier im Glas und nimmt erneut einen tiefen Schluck. „Trüb, dunkel, würzig“,

Kölsch oder Alt – am Rhein ist das eine Gewissensfrage. Dabei werden beide Biere nach dem gleichen Verfahren gebraut.



und Alt Rivalen am Rhein

charakterisiert Hans Reimers das Traditionsbier.

Das dunkle Altbier ist wie das Kölsch ein obergäriges Bier, das heißt, es wird mit obergäriger Hefe hergestellt. Die dunkle Farbe erhält es durch den Zusatz von geröstetem Malz. Den Namen „Alt“ trägt es, weil die obergärige Methode älter ist als die untergärige.

An den blankgescheuerten Holztischen des „Uerigen“ zwängen sich mittlerweile Touristen neben Düsseldorfer, Lehrlinge neben Studenten. Keiner wird ausgeschlossen. Doch ausgerechnet an den Universitäten, Zentren der akademischen Wissensvermittlung und der Toleranz, gärt der Bruderzwist der Rheinstädte weiter. Sprüche wie „Gib Köln keine Chance“ und „Cool bleiben in Düsseldorf“ zieren Wände und Aufzüge in der Düsseldorfer Universität. Regine Jeromin nennt diesen „Nachbarzaun-Rassismus“ lächerlich. Am Anfang ihres Studiums fühlte sie sich in der „arroganten, kühlen Düsseldorfer Atmosphäre“ nicht wohl. Das ha-

be sich aber geändert.

„Köln ist häßlich und lebendig. Düsseldorf ist schön und tot“, sagt die Kölner Studentin Annette Volmers. Helche Schwinem, seit drei Jahren in der Domstadt, liebt die Art der Kölner: „Sie sind frecher, gröber, vielleicht einfacher, aber sie reden immer so, wie ihnen die Schnauze gewachsen ist.“ Trotzdem trinkt Helche Schwinem nach wie vor lieber Alt als Kölsch. Einem Kölner Urgestein wie dem Schauspieler Willi Mollo-witsch kämen angesichts dessen die Tränen, und die Kölner Musikgruppe „Bläck Föös“, würde bestimmen eine weitere Lobeshymne auf das „Kölsche Wasser“, komponieren.

Einer möglichen Verwässerung der Marke Kölsch ist seit 1985 ein Riegel vorge-schoben. Mit der Kölsch-Konvention schufen sich die Brauer Regeln, um ein unverfälschtes Kölsch zu erhalten. So darf es nur in Köln gebraut werden, mit Ausnahmen von fünf Brauereien, die nicht im Kölner Stadtgebiet liegen. Die Stange,

ein schlichtes, 15 Zentimeter großes, gradliniges Glas, wurde als einzig gebräuchliches Kölsch-glas festgelegt. Die Abgrenzung des Produktes spiegelt sich vor allem in der Tradition der Brauereien wieder. Die Brauerei Früh etwa begann 1904 als kleine Hausbrauerei in der Kölner Innenstadt. Noch 1967 produzierte sie nur 12 000, dreißig Jahre später 452 000 Hektoliter Kölsch. Nicht zuletzt durch steigenden Absatz wird seit 1988 in einem modernen Braubetrieb im Stadtteil Feldkassel produziert. „Das Fundament für unseren Erfolg ist die Familientradition. Das Rezept von Früh-Kölsch wurde über Generationen gepflegt und verfeinert“, verrät Geschäftsführer Hermann Müller.

Kaufhol und Offer haben mittlerweile vom „Sion“ ins „Gaffelhaus“ am Alter Markt gewechselt, denn „das beste Kölsch is Gaffel“, sagt Kaufhol mit schwerer Zunge. Kaum haben die beiden das Lokal betreten, wenden sie sich dem Tresen zu: „Köbes zwei Kölsch!“

STEPHAN LEY
einsteins 7

Umfrage

World Wide
Weihnachten

Norihito, 24, aus Japan: „Daheim feiern wir Weihnachten nicht; die meisten Japaner sind Buddhisten. Wir feiern Neujahr mit Feuerwerk und gutem Essen. Außerdem gehen wir an Silvester zum Tempel und beten.“



Xun, 24, aus China: „Weihnachten ist keine asiatische Tradition, sondern kommt aus dem Westen. Das große Fest in China heißt Neujahrstag. Ich liebe Weihnachten und freue mich darauf, in Deutschland zu feiern.“



Cindy, 33, aus Kanada: „Pute ist ein typisch kanadisches Weihnachtessen. Danach gibt es Pudding mit Rosinen und Rumsoße. Ich werde in diesem Jahr das erste Mal an Weihnachten in Deutschland sein, aber wir packen die Geschenke wie gewohnt am 25. Dezember aus.“



Francesca, 25, aus Italien: „In Deutschland hängt viel zu viel Weihnachtsschmuck am Baum. Weihnachten ist ein Fest der Familie. Es gibt ein italienisches Sprichwort: Das Weihnachtsfest feierst Du mit Deinen Eltern, das Osterfest mit wem Du willst.“



Guido, 24, aus Argentinien: „Wir singen, trinken viel Sekt und Wein. Dann gibt es noch ein großes Feuerwerk wie zu Silvester. Meine Großeltern gehen in die Kirche, ich aber nicht.“



Julien, 20, aus Frankreich: „Wir essen an Weihnachten immer sehr, sehr viel – vor allem viel Schokolade. Geschenke gibt es für die Kinder, die Älteren bekommen oft Geld.“

INES TREFFLER

FOTOS: LAURIS

Brauchen wir
Brauchtum?

Deutschland nimmt, was Tradition und Brauchtum angeht, eine Sonderstellung ein. Nach dem verlorenen Krieg wurde ein Vakuum geschaffen: Das alte Traditionelle verschwand mit den deutschen Armen, das neue Amerikanische übernahm man geradezu in Rekordzeit. Leicht beschämt verabschiedete man sich von der durch die Nazis gepflegten „Heile-Welt-Idylle“ der Tradition. Es entstand eine einzigartige Melange. In der einen Ecke Jukebox und Petticoat, in der anderen zünftige Geselligkeit mit Volksmusik und Biergarten.

Den Begriffen „Tradition“ und „Brauchtum“ haftet seitdem eine Art angestaubte Erbpeinlichkeit an. Grund genug für den gerade wiederaufgestellten Staat, eine schützende Hand über die

Kultur zu legen. Nicht nur in Bayern verfocht man deshalb die Ansicht, daß die Heimatpflege sachkundige Berater und Helfer braucht. Was lag näher, als die zuständige kommunale Gebietskörperschaft einen Heimatpfleger bestellen zu lassen, um das geliebte Kulturgut zu erhalten. Es wurde geschützt, gepflegt und ins Museum gestellt. Das gelebte Brauchtum blieb davon allerdings ausgeschlossen. Ergebnis ist ein Spagat zwischen der „Früher war alles besser“-Fraktion und den „Anderen“, die Tradition nicht als schützenswertes Museumsstück betrachten, sondern als sich ständig verändernden Alltag.

Mundart, Architektur, klassische Musik – alles Kultur, alles

Tradition. Discolieben, Performance Art, die ehemals entartete Kunst – auch das alles Kultur und Tradition?

Die staatsministerielle Kultur wird inhaltlich allerdings nicht näher bestimmt. Die niederbayerische Lederhose, die erst durch König Maximilian in den Adelsstand der Tracht gehievt wurde, fällt genauso darunter wie der Maschkerer in der Fastnacht, Architektur, Bodendenkmäler, Trachten und Mundart. Alles Schlagwörter, die im großen Eimer der schützenswerten Güter aufgefangen werden. Die Arbeit eines Stadt- oder Kreisheimatpflegers ist deshalb schwammig,

Trachten, Musik und
Mundart –
auch sie werden im
großen Eimer
der schützenswerten
Güter aufgefangen.

auf die Initiative des Amtsinhabers kommt es an. Das kann dann entweder ein beschränkter Traditionalist sein, der auf die Sinn- und Haltlosigkeit der Jugend

schimpft und ihren Kulturverlust bejammert. Oder ein aufgeschlossener Querkopf, für den Kultur genauso im Computer zuhause ist wie im Theater und für den Housemusik im Vergleich zu Brahms nicht unbedingt von minderer Güte sein muß.

Man findet sich oft genug in der Rolle des Opfers wieder – der Kulturpolitik hilflos ausgeliefert. Es kann nicht der Sinn sein, Rituale und Gegenstände mit Formalin haltbar zu machen und ein Horrorkabinett toten Lebens anzulegen, nur weil sie ein gewisses Alter erreicht haben. Viel wichtiger wäre es, Altes sterben zu lassen und Neues anzuerkennen als haltgebende, neue Tradition.

SASCHA MATTERSTOCK

Was bringt einen jungen Mann dazu, nachts ganz leise fremde Hauswände hinaufzuklettern und über die Dächer zu schleichen? Nein, er ist kein Einbrecher und auch kein Schornsteinfeger im Spätdienst. Wenn es sich um die Nacht zum ersten Mai handelt, ist es ein verliebter junger Mann, der einen alten Brauch pflegt: Er setzt seiner Freundin in dieser Nacht einen Maibaum als eine Art Liebesbeweis – manchmal auf's Dach, manchmal direkt ans Fenster.

Vor allem am Niederrhein – zwischen Düsseldorf und dem niederländischen Venlo – hält man noch an diesem Brauch fest. Hier nennt man den Maibaum, meistens eine junge Birke und etwa einen Meter hoch, „Maier“.

„Das ist doch viel spannender als am Valentinstag“, erklärt Hubert (19), warum er einen Maibaum setzt. Und Guido (21) fürchtet: „Meine Freundin wär' stinksauer, wenn sie von mir keinen Maibaum bekäme.“

Schon Tage vor dem 1. Mai bereiten die jungen Männer ihre „Maier“ vor. Die Birken werden häufig aus dem nächsten Wald gestohlen. Das Grünflächenamt im

Der erste Maibaum ist mindestens so wichtig wie der erste Kuß.

niederrheinischen Viersen hat sich darum eine Alternative einfällen lassen: Für eine Mark pro Stück kann man die Birke in städtischen Wäldern selber und völlig legal schlagen. Auch die Landwirte zeigen Verständnis und überlassen den Verliebten die Bäumchen oft kostenlos.

Geschmückt wird der Maier mit bunten Bändern. Früher wurden die Bänder aus Stoffresten zusammengesucht, heute benutzen die meisten farbiges Kreppband. Der Nachteil: Wenn es regnet, sehen die Bäumchen schnell sehr blaß aus. Und: Die ausgewaschene

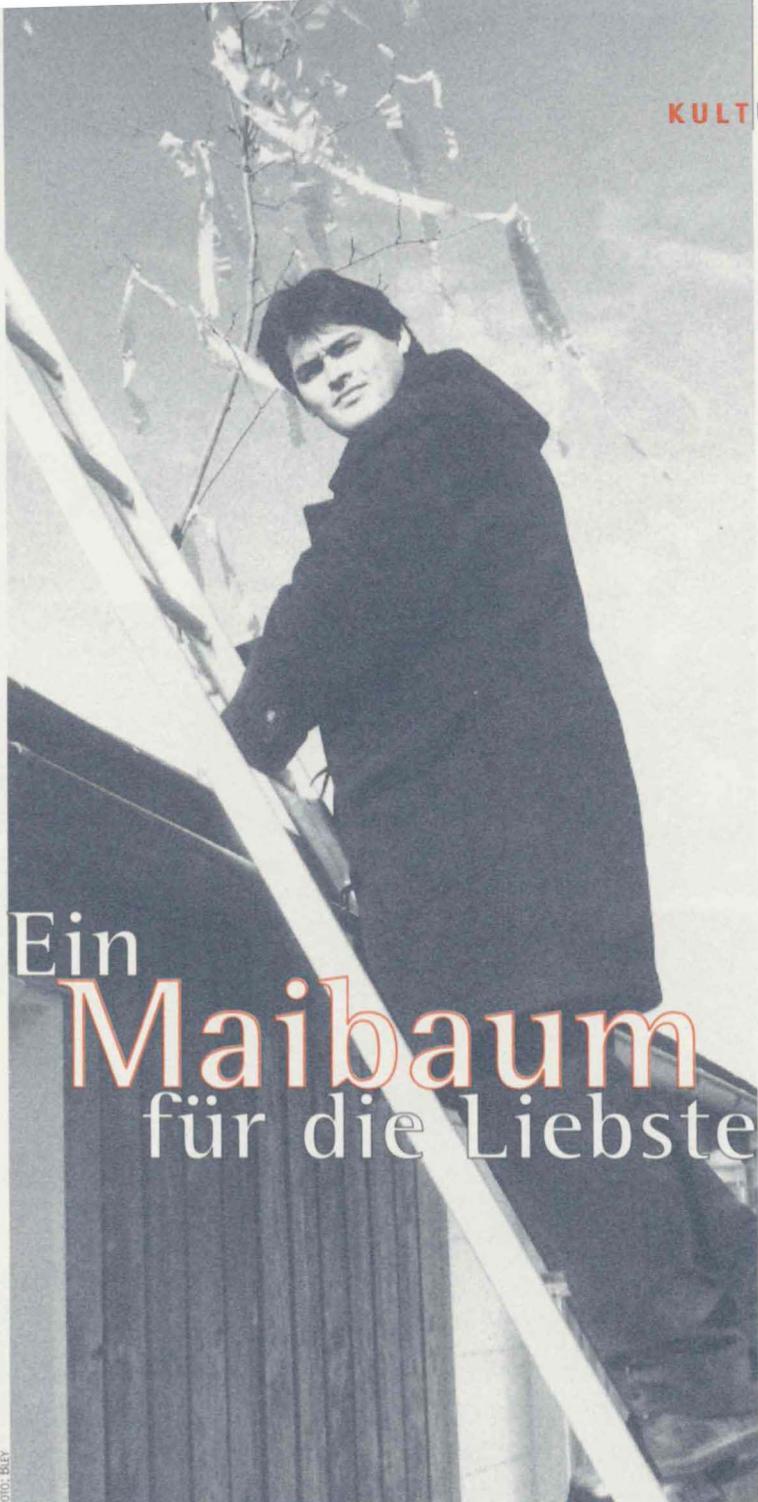
Farbe verschmutzt das Hausdach der Liebsten.

Der erste Maibaum ist mindestens so wichtig wie der erste Kuß. Melanie (22) erinnert sich noch gut an ihren ersten Maier: „Ich war so stolz, daß ich ihn zuerst das ganze Jahr auf dem Dach stehen lassen wollte, damit auch alle Leute sehen, daß ich einen bekommen habe.“ Für die frischen Maier gibt

es eine weitere Gefahr: Die jungen Männer versuchen, die Bäume zu stehlen. Schließlich soll ihre Freundin ja den Schönsten haben. Maria Heines (60) hat bis heute noch diesen Verdacht: „Weder ich noch meine beiden Schwestern haben jemals einen Baum bekommen. Dabei hätten wir bestimmt Chancen gehabt.“

ANTJE KÜCKEMANN

einsteins 9



Ein Maibaum für die Liebste



Auch die Wolle für Teppiche oder Pullover und Jacken haben die Allgäuer einst aus Flachs gesponnen.



Chemie kommt dem Museumsbäcker nicht ins Brot. Und von Gewürzen läßt er auch die Finger. Sein Brot bekommt im Holzofen den richtigen Geschmack.

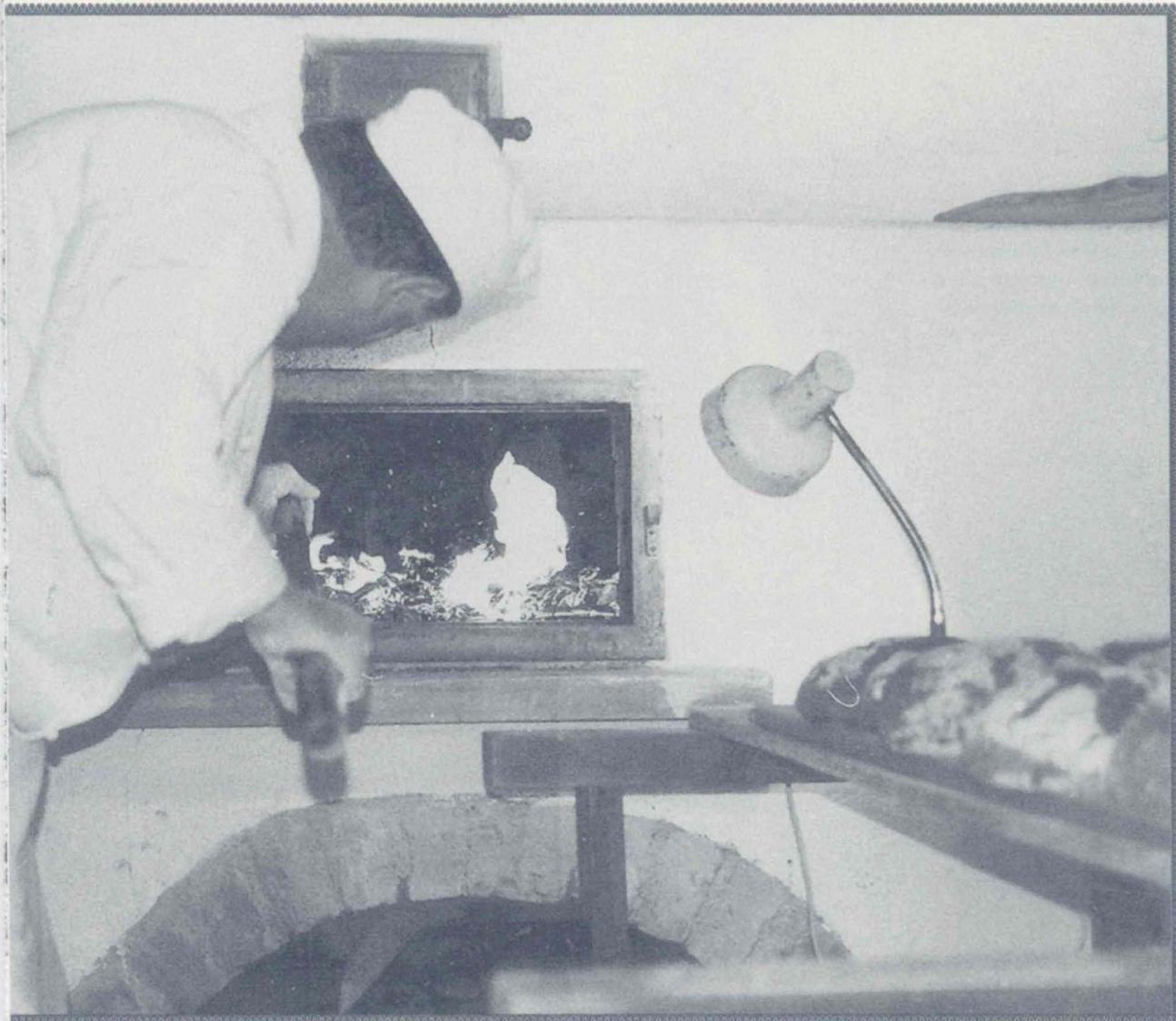
Wem Kässpätzlen oder Landente zu üppig sind, der läßt sich Schupfnudeln schmecken, die Gnocchi des Allgäus.



Bis aus den dünnen Flachsfäden ein kräftiger Tau geworden ist, muß der Seiler noch viele Runden drehen .

Beim Bäcker duftet es nach Sauerteig, die Töpferin gräbt ihrer Hände in den Ton. Das Handwerk hat einen goldenen Boden – jedenfalls auf dem Grund des schwäbischen Bauernhofmuseums in Illerbeuren bei Memmingen. Ein Fotoalbum von Jan Pawlofsky

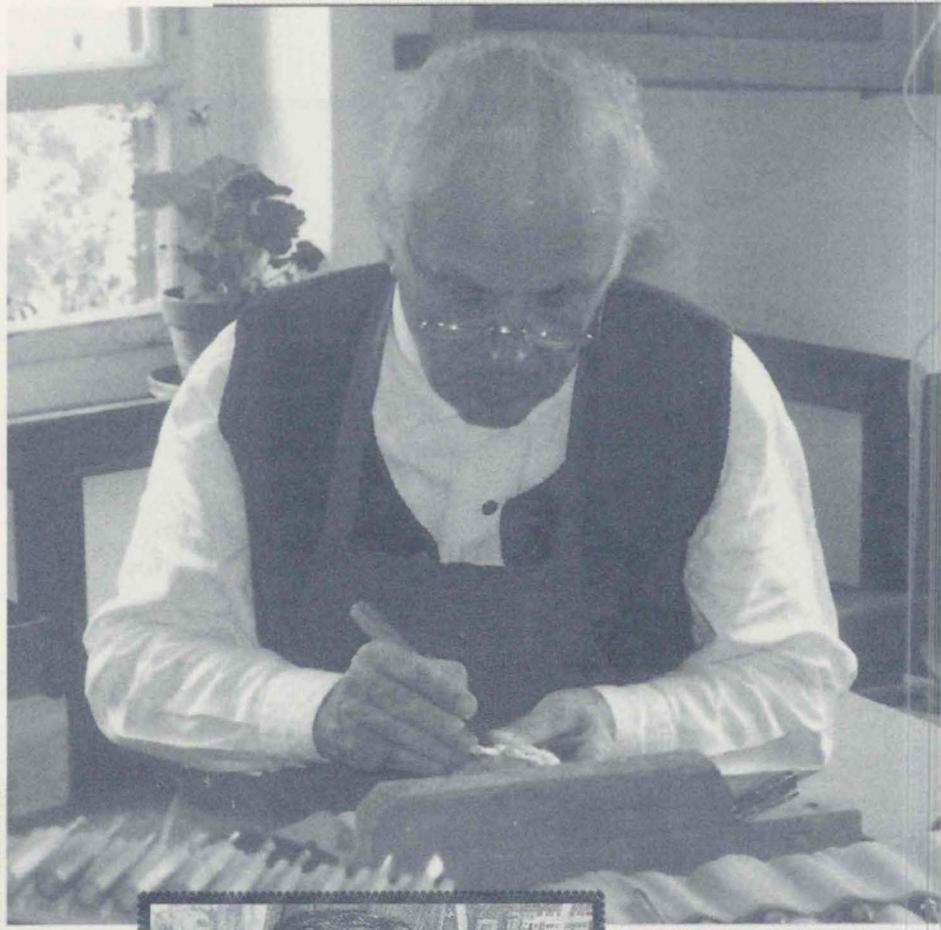
Neuer Boden



für goldenes Handwerk



Grobe Schnitzer darf der Schnitzer sich nicht erlauben: Ein Ausrutscher und seine daumengroße Krippenfigur ist zerstört.



Der Schmid braucht vor allem Geduld. Im Holzofen wird das Eisen nur ganz allmählich weich.



Der Korbmacher hat wunde Hände, da ihn die spitzen Enden der Ruten piksen. Kraft ist bei diesem Handwerksberuf weniger gefragt als Fingerspitzengefühl.

Schuhe, bei denen nichts drückt. Schließlich fertigt der Schuster nach Maß. Dafür kostet das Paar auch stolze 500 Mark.



„Ja, ich will“

Haben sich zwei Menschen gefunden, dann wird geheiratet – nicht immer, nicht immer gleich, manchmal nicht für immer, aber seit Jahrtausenden immer wieder.

„Bitte recht freundlich.“ Der Fotograf gibt letzte Anweisungen, der Mann und die Frau vor der Linse strahlen. Noch ein bißchen weiter links, dann ein Stück nach rechts. Die Pose soll perfekt sein. Schließlich heiratet man – überwiegend zumindest – nur einmal im Leben. Ein professionell geschossenes Erinnerungsfoto krönt bei den meisten Ehepaaren in Deutschland den Tag der Hochzeit.

Üblich ist, so vermitteln die Aushänge bei vielen Fotografen: Er trägt Schwarz, sie Weiß. Doch das ist kein Muß. Heutzutage tritt das Paar in den unterschiedlichsten Outfits und Farben vor den Traualtar oder ins Standesamt. Es wird geheiratet – je nach Geschmack, Religion, Land oder Gegend.

Heiraten hat eine jahrtausendealte Tradition. Auch früher gab es unterschiedliche Gewänder, und im Laufe der Zeit haben sich recht eigenartige Sitten und Gebräuchen entwickelt. Manche sollten der Fruchtbarkeit des Paares dienen, andere wiederum böse Geister vertreiben, und viele waren bloßer Ulk.

Einige Riten haben sich bis heute gehalten. Bereits um 400 nach Christus zerschlugen beipiels-



FOTOS: SWEGAN

weise Hochzeitsgäste alte Tonkrüge und Tongefäße, um dem Brautpaar Glück zu bringen. Klar, an was dies heute erinnert: an den Polterabend. Nicht auf den Boden fallen sollte heute allerdings der Hochzeitsstrauß. Schließlich kündigen die Blumen eine neue Feier an: Die Fängerin wird die nächste

Braut sein. Ein jahrhundertealtes Ritual: Damals wurde der Schleier am Schluß der Hochzeit zerrissen und unter die Gäste geworfen. Das Mädchen, das als erste einen Teil des Stoffes auffing, sollte noch im selben Jahr heiraten.

Als verheiratet gilt heute, wenn Partnerin und Partner im Stan-

Koller

seit 1876

seit 1987

wieder

OPTIK



OPTIK KOLLER

Spezialgeschäft für Augenoptik

ab 1997 im Kollerhaus am Domplatz



TYPISCH diese JENUWEIN - Leistungen

- * Erstklassige, fachgerechte Modeberatung
- * Kurzfristige Sonderbestellung
- * EC-Karte genügt, kein Scheckformular
-keine PIN Nummer
- * Reservierungsservice
- * Kauf ohne Risiko : Umtauschrecht
- * Auswahlservice (bequem zu Hause aussuchen)
- * Perfekter Änderungsservice
- * Geschenkgutscheine
- * Bonus Punkt Partner

HERRENMODEN

JENUWEIN

MASSGEBEND FÜR MÄNNERMODE

85072 Eichstätt Westenstr.10 Tel 08421/9987

N^o 1

85072 Eichstätt Pfahlstraße 49 Tel.08421/9987

Mode-Eck

85072 Eichstätt Marktplatz 2 Tel.08421/99860

gutmann

wirtshaus und kleinkunst
am graben 36 eichstätt
tel 08421 8381

bar
stuben
stammtisch
saal

theater
musical
kabarett
puppenspiel
musik
lesung
seminar
ausstellung
kino
party

veranstaltungsbüro

kreativ und offen für alle
von früh bis spät 8381

Kommentar

desamt mit Trauzeugen per Unterschrift in die Heirat einwilligen. Die Zahl derjenigen, die sich so an ihren Partner binden, ist allerdings seit Jahren rückläufig. Wenn ein Paar heiratet, tut es dies laut Statistik am liebsten im Mai; im Januar herrscht Hochzeitsflaute.

Der Heiratsmonat garantiert heutzutage jedoch für nichts. Seit Anfang der 90er nimmt die Zahl der Scheidungen stetig zu: „Jede dritte Ehe ist davon betroffen.“ Die Zeiten, in denen die Worte „bis daß der Tod Euch scheidet“ noch weitestgehend Bestand hatten, scheinen vorbei zu sein.

Diese Formel haben die Priester im übrigen vor 450 Jahren zum ersten Mal in der Kirche gebraucht. In der Karolingerzeit, weitere 500 Jahre früher, wurde noch zu Hause geheiratet – ohne Priester. Die Ehe war dann erst durch die Hochzeitsnacht gültig, wenn die Brautleute, umringt von der gesamten Hochzeitsgesellschaft, versuchten, einen Nachkommen zu zeugen.

Auch ohne Beischlaf-Bezeugung ist das Fest heute noch ein großes Spektakel mit vielen Gästen. Zwar bleibt das Paar nach der Feier meist alleine, trotzdem kann es sein, daß die Hochzeitsnacht gestört wird: Manche Scherzbolde nageln das Schlafzimmer zu oder füllen es bis unter die Decke mit Hobelspänen auf.

Gefeiert wird normalerweise nicht länger als zwei Tage. Das war bei den Völkern des Altertums anders. In einer Quelle aus früherer Zeit heißt es: „Mindestens sieben Tage, wenn nicht gar noch eine weitere Woche, pflegte man das freudige Ereignis zu feiern.“

Vor dieser siebentägigen Feier schloß der Bräutigam mit dem Brautvater einen mündlichen Ehevertrag – jedoch immer ohne die Einwilligung der Braut einzuholen. Ein wirkliches Mitspracherecht blieb aber auch dem Bräutigam versagt.

Eine Hochzeit geht mit dem Spießertum Hand in Hand. Heiraten ist unzeitgemäß, bürgerlich, prude und vollkommen überflüssig. Für Sex benötigt man keinen Trauschein, zusammengezogen ist man längst, und mit einer offiziellen Urkunde verwandelt sich auch der Ehemann nicht in einen Hausmann. Also wozu das Ganze? Warum ein Fest organisieren für die Verwandtschaft, die man eh nicht sehen will, warum Zeit und Nerven verlieren, für ein Projekt, das einem auch noch den letzten Penny raubt?

Weil eine Hochzeit mehr bringt, als sie kostet. Die ungeliebten Verwandten drücken oft ungeahnte Summen ab.

Außerdem, weil man mal richtig auf den Putz hauen kann, und die Show einem ganz alleine gehört. Weil die Eltern happy sind, wenn ihr Zögling endlich unter der Haube ist. Weil der geliebte Gatte dann nicht mehr so

schnell davonlaufen kann. Wenn doch, dann muß er wenigstens kräftig für Unterhalt und Alimente sorgen. Geht alles gut, sorgt sogar Vater Staat für das junge Eheglück.

Also, Gründe genug um sich auf den Bund der Ehe einzulassen. Und ach ja, da war ja noch einer: Liebe.

DIANA BAUHAMMER



Nicht er wählte seine Braut aus, sondern seine Eltern bestimmten, wen er heiraten sollte. Und diese achteten darauf, daß die Braut aus dem gleichen Dorf oder dem gleichen Stand kam wie ihr Sohn. Während heute, im besten Fall, die Liebe im Mittelpunkt einer Heirat steht, dominierte früher eindeutig deren Nutzen. In der Aristokratie beispielsweise standen bei der Heirat immer dynastische Überlegungen im Zentrum. Besitz und Geld waren wichtig. Sex und Liebe wurden außerhalb der Ehe gesucht.

Im 17. Jahrhundert rückte die Liebe allmählich stärker in den

Mittelpunkt der Heirat. Doch erst in diesem Jahrhundert hat sich dieses sogenannte „bürgerliche Ehemodell“ vollständig durchgesetzt. Die Stellung der Frau wurde gestärkt, Scheidungen waren möglich.

Trotz gegenteiliger Prophezeiungen ist das Ende der Ehe kaum in Sicht: Zu fest sind die heutigen Heiratssitten und -gebräuche in unserer Gesellschaft verwurzelt; zu stark ist wohl bei vielen Menschen immer noch der Wunsch, die Eheringe zu tauschen und dann auf dem Foto um die Wette zu strahlen.

TANJA LIEBMANN

Bavaria Buam, Bier in Maßen und eine ausgelassene Menge, die auf den Tischen tanzt. Auf dem Eichstätter Volksfest erfuhr eine Norddeutsche neben einem Kulturschock noch eine ganze Menge über Bayern und seine Tradition der Bierfeste.

Ein Dirndl



Foto: Pawlowsky

Da Madl, nimm an ordentlichen Schluck.“ Seine Augen leuchten. Er hält den Maßkrug ermunternd herüber und nickt bekräftigend. Die Bavaria Buam stehen auf der Bühne und geben alles, die Menge steht gröhrend auf den Bänken und verwandelt das Festzelt in eine Sauna. „Everybody need somebody to love...“, schallt der Blues Brothers Song von der Bühne. Seine Hand greift nach meinem Ärmel, und wir schunkeln im Takt der Musik. Das Volksfest hat Tradition. Seit 185 Jahren feiern die Eichstätter in den ersten Septembertagen ein Fest auf „ihrer Wiesen“. Aber: „Zugroasde kenna em net versteh, wos des Volksfest für uns Eichstätter bedeit“, hatte Markus, mein einheimischer Begleiter, gesagt, als er mir am Samstag nachmittag die Lederhose überreichte. „Die is vom Großvater von am Freund.“ Markus grinst. „Und der is drin gstorm. Es is a Ehre, wenn ma so a Erbstück trong derft“, erzählt er munter weiter.

in Lederhose

„Weißes Hemd, g'scheite Socken, Haferlschuha und a Messer“, zählt mein bayerischer Kavalier die Dinge auf, die unbedingt zu einem Lederhosenoutfit gehören. Ohne Messer und ohne Haferlschuhe, aber in Lederhosen stehe ich um halb acht im Festzelt. Um mich herum eine Menge von riesigen Bierbäuchen. Mein bayerischer Held postiert sich vor mir, um sich den Überblick zu verschaffen. Seine langen Beine stecken ebenfalls in Lederhosen. Das Zelt ist mit über 4000 Menschen voll besetzt. Freie Plätze sind rar. Es ist heiß, Zigaretten-

Musi...

rauch formiert sich zu Nebelbänken, der Geruch von gebratenen Schweinshaxen zieht durch das Zelt. Endlich, wir sitzen.

„Daß a Volksfest zu dem wird, was is, mit Musi, Gaudi und am g'scheiten Bier, dazu braucht ma des Dreigestirn“, erklärt Festwirt Conny Rudingsdorfer. Mit einem Lächeln fügt er hinzu, „des Dreigestirn besteht aus dem Volksfestausschuß, dem Bräu und am anständigen Festwirt.“ Der Volksfestausschuß ist für die Organisation und die Finanzen zuständig. Der Bräu kümmert sich um das Bier, und der Festwirt muß vor Ort für einen reibungslosen Ablauf sorgen und auf die Stimmung der Gäste achten.

Die Band macht eine Pause. Zeit, um frische Luft zu schnappen. Langsam gewöhne ich mich an die bayerische Tracht. Das hellbraune Leder ist vom vielen Tragen angenehm weich. Die etwas zu weiten Hosenbeine schlottern beim Gehen um die Knie, und viele dunkle Flecken zeugen davon, daß das Bier wohl öfters

am Ziel vorbeigeflossen ist. Ein ergrauter Herr kneift mir auf dem Weg zurück ins Festzelt ungeniert in den Hintern. Die Buam erscheinen wieder auf der Bühne. Die hinteren Reihen lichten sich. Die Menge strömt nach vorne. „Ladys and Gentleman“, dröhnt eine tiefe Männerstimme vom

...Gaudi...

Tonband, „die Bavaria Buam präsentieren Ihnen heute abend die Hits großer Weltstars.“ Die ersten Fans stellen sich auf die Bänke, um mehr zu sehen. „Drei, zwei, eins“, die Band setzt ein. Der 1,70 Meter große Sänger geht leger auf der Bühne hin und her. „Start spreadin, the news, I'am leavin, today, I want to be a part of it“, die Menge stimmt lauthals ein, „New York, New York“.

Der zweite Frontmann betritt die Bühne. Schwarze Tuchhose, schwarzes Sakko, schwarzer Hut, schwarze Sonnenbrille. Er überragt seinen Kollegen, der nun im gleichen Outfit neben ihm steht, um gut einen Kopf. Jemand tippt von oben an meine Schulter und weist mit dem Finger auf den leeren Stehplatz neben sich. Ich steige sofort auf die Bank. Begeistert klatsche ich im Takt der Musik. „Everybody need somebody to love ...“ Die Menge tobt. Als Louis Armstrongs „Wounderful World“ erklingt, wird es etwas ruhiger. „I bin da Hannes“, brüllt mir mein Nachbar ins Ohr, „i bin Fliesenleger in Eichstätt. Du muaßt laut mitsinga“, ruft er weiter, „die nehma heit a Live-CD auf, dann bist du a mit drauf.“

Die Bavaria Buam sind ein Highlight. Nicht nur wegen ihrer Show, die sie zu später Stunde bieten, sondern auch wegen ihrer

Herkunft. Die Musiker kommen aus dem Eichstätter Umland, einige aus Eichstätt selbst. Deshalb ist der Auftritt auf dem Volksfest für die Truppe selbstverständlich; genauso wie es für die Eichstätter keine Frage ist, wo sie diesen Abend verbringen. Von März bis Oktober absolvieren die Amateure zwischen 40 und 50 Auftritte. „Im Winter setze ich mich hin und komponiere neue Stücke oder schreibe Notenmaterial so um, daß es für unsere 14 Leute paßt“, erzählt Georg Irmer, Frontmann und musikalischer Leiter der Buam.

Von der Klarinette über die Posaune bis hin zur E-Gitarre reicht die Instrumentenvielfalt in der Gruppe. Stolz sind die Einheimischen schon auf „ihre Musiker“. Immerhin reisen sie nächstes Jahr zum dritten Mal nach Amerika. Dort spielen sie in einem „Bavarian Village“ in Kalifornien. Irmer selbst sieht sich und seine Männer als bayerische Bierzelt-Gaudi-band, „die einfach Spaß hat am musizieren“.

... und a g'scheidts Bier

Schon lange stehe ich nicht mehr neben Hannes. Mein blaues Edelweißstuch fängt den Schweiß auf, der obere Knopf des weißen Hemdes steht offen, die Hosenträger der Lederhose baumeln herunter. Die Menge singt, gröhlt, tanzt und bittelt um Zugabe. Nach einem langen, tosenden Applaus setzt die Band zum letzten Mal ein. „Verdamp lang her, dat ich fast alles ähzn nohm. Verdamp lang her, dat ich ahn jet jegläuv...“ Georg Irmer singt zum Abschluß in bestem BAP-Kölsch ein kleines Schmankerl für die „Preissen“.

SIMONE NOTTER

KULTUS

„Die Verehrung eines Stars oder die Pflege des menschlichen Körpers können Ersatz für religiösen Kult sein. Vor allem Menschen, die sich von der Religion abwenden, sind dafür anfällig.“

Welche Rolle Kult und Tradition in unserem Leben spielen, hat Professor Walter Pötzl für **einsteins** erklärt. Außerdem in der Diskussion bei KULTUS, der akademischen Abteilung bei **einsteins**: Studentenverbindungen - heute noch „in“ oder längst links überholt? Lateinunterricht - Schülerschikane oder sinnvolle Grundlage für künftige Europabürger?

KUL

Wozu brauchen wir

Herr Professor Pötzl, können Sie den Begriff Kult für unsere Leser definieren?

Eine gültige Definition im Sinne der Naturwissenschaft gibt es nicht, weil die Begriffe, mit denen wir in der Volkskunde arbeiten, weite Bereiche menschlichen Lebens erfassen. Die lassen sich nicht in ein Begriffskorsett zwingen. Kult beinhaltet zunächst allgemein immer das Hineinwirken des Göttlichen in das menschliche Leben. Das ist der ursprüngliche Kultbegriff. Daß wir heute auch von Körperkult oder Starkult sprechen, ist eine Anleihe daran. Die Verehrung eines Stars oder eben auch die Pflege des menschlichen Körpers können Ersatz für religiösen Kult sein.

Und gerade Menschen, die sich von der überkommenen Religion abwenden, sind am stärksten anfällig für solche Ersatzformen.

Also Stars oder der eigene Körper als Ersatzgötter?

Mag schon sein, ja. Sicher hat auch das christliche Volk früher herausragende Leute geehrt. Oder die Gesellschaft hat Persönlichkeiten der Politik hochgeschätzt. Man hat aber nie von einem Kult gesprochen wie heute bei den Stars, weil der Kultbegriff auf das Religiöse festgelegt war.

Was ist dann Tradition? Wie kann man das definieren?

Beide Begriffe sind natürlich eng miteinander verbunden.

Ist Kult eine Form der Tradition?

Ich würde eher sagen: Kult setzt sich in Traditionen fort. Tradition kann auch außerhalb des Kultes stattfinden, das gilt für den Bereich des weltlichen Brauchtums.

Brauchtum ist ja nicht nur religiös bedingt, denken Sie an das Maibaumsetzen zum Beispiel.

Tradition begründet natürlich viel. Wobei die Frage, wie lang etwas in Übung sein muß, bis man von einer Tradition spricht, nicht näher bestimmbar erscheint. Die Zeitspanne ist nicht das wesentliche Element des Brauches, sondern der Umstand, daß es gesellschaftlich verpflichtend ist.

Zum Beispiel?

Die Form des Grüßens zum Beispiel. Früher hat man sich in respektvollerer Weise begrüßt, heute legerer in der Sprachform. Sie sagen nur „Hallo!“, aber Sie begrüßen sich! Wer einen Gruß, den Sie er bieten, nicht erwidert, den halten Sie für ungezogen, der unterliegt in gewissem Sinn Ihrer gesellschaftlichen Ächtung. Das ist ein wesentliches Element des Brauches. Die Formen können sich natürlich wandeln.

Der Mensch neigt dazu, das, was er von Kindheit an kennt, als uralte zu betrachten, weil er es immer schon so erfahren hat. Der Adventskranz etwa hat Tradition, obwohl er erst eine Generation besteht. Es besteht eine gewisse Verpflichtung, in der Adventszeit einen Kranz aufzustellen. Noch stärker ist diese Verpflichtung beim Christbaum. Selbst die, die sich von Religion weitgehend verabschiedet haben, stellen einen auf. Sie können ruhig sagen, das ist ein gesellschaftlicher Zwang.

Sind Traditionen neben Zwang nicht auch Stütze in der Gesellschaft?

Natürlich. Zwang ist ja nichts Negatives. Es ist eine Illusion zu glauben, man könne ohne gesell-

TUR Herr Professor Pötzl? KULTUS

schaftliche Konventionen zusammenleben. Gerade in der Zeit, wo man glaubte, man müsse alles über Bord werfen, sind ganz neue Ordnungen entstanden; es geht nicht ohne ein gewisses Gefüge.

In den 80er Jahren haben Psychologen und Soziologen die Ursachen für die Grundangst des Menschen erforscht. Vorher dachte man, das sei die Atombombe, der nukleare Kollaps. Die Forschungen ergaben aber, daß das gar nicht stimmt. Sondern daß die tiefere Wurzel der Angst darin liegt, daß die Menschen nicht mehr wissen, was gilt und worauf sie sich verlassen können.

Vor diesem Hintergrund greift man, welche wichtige Funktion Ordnung hat. Natürlich muß man bestehende Ordnungen immer wieder in Frage stellen – und

jeder Brauch tendiert auch zu Mißbrauch. Aber Ordnungen geben dem Leben einen festen Halt.

Wäre denn der Mensch ohne Traditionen freier?

Das würde ich nicht sagen. Man sitzt da einer Utopie von Freiheit auf. Sie werden, auch wenn Sie noch so freiheitsbegierig sind, immer wieder auf das Leben in der Gesellschaft zurückkommen – und das kann sich nur in bestimmten Regeln vollziehen. Am einsichtigsten ist das im Verkehr. Auch der größte Freiheitsfanatiker begreift Ampeln nicht als Beschränkung seiner Freiheit, sondern als Notwendigkeit, ohne die man nicht zusammenleben kann.

Wäre Zusammenleben ohne Traditionen also nicht möglich?

Möglich mag es sein. Ob die Menschen damit ihr Leben besser bewältigen, möchte ich bezweifeln. Wir befinden uns allerdings in einer gesellschaftlichen Situation, wo die Übereinstimmung, was gilt, minimal geworden ist.

Woher kommt das?

Das ist eine Auswirkung der

68er, der Bewegung, mit allem Überkommenen zu brechen. Das mag als solches legitim erscheinen. Die Schwierigkeit besteht darin, daß man für das Zerstörte nicht etwas anderes Tragendes gesetzt hat. Dadurch entstand eine gewisse Leere, die den Menschen vor das Nichts stürzt.

Neue Ordnungen in der Jugendbewegung: Skater-Kleidung, Rappersprache – ist das Ersatz für gesellschaftliche Konventionen?

Sicher. In diesen Gruppen bilden sich sofort Konventionen, Dinge, an die sich der einzelne hält. Die, die groß die Freiheit propagieren, sind dann die rigoresten, wenn es darum geht, Verhaltensnormen einzufordern.

Hat die Jugend heute wieder mehr Interesse an gesellschaftlichen Konventionen?

In der jungen Generation hat in den letzten zehn, fünfzehn Jahren ein Trend zurück zur Wertbindung eingesetzt. Vor 20 Jahren war mehr der Trend: Kinder binden, hemmen die Karriere. Heute sagen viele junge Paare ganz bewußt ja zum Kind.

Luxus und Lebensgenuß vermögen dem Leben wohl letztlich nicht den tieferen Sinn zu geben. Diese Entwicklung beurteile ich als positiv.

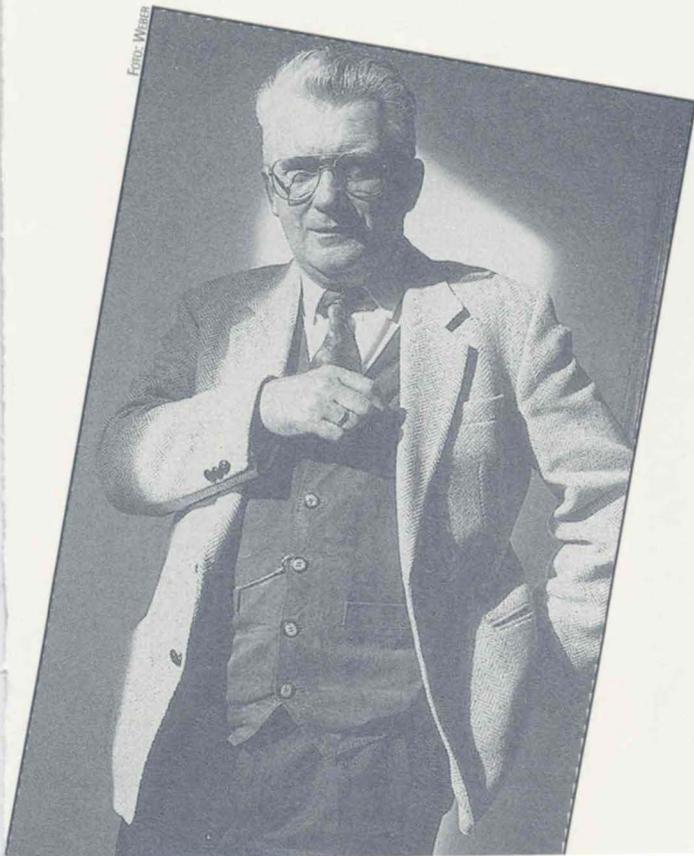
Das große Schreien nach Ungebundenheit war aber vielleicht notwendig, um wieder zum gesunden Maß zurückzukehren.

Gab es denn vor der 68er-Revolution besonders strenge Konventionen?

Schon: In der bürgerlichen Enge war vieles erstarrt. Eine ähnliche Bewegung wie die 68er Revolution war auch die Jugendbewegung Anfang unseres Jahrhunderts: ein Aufbegehren gegen bürgerliche Verkrustungen, auch im religiösen Bereich.

So gibt es immer wieder diese Bewegungen, ein Auf und Ab. Aber man findet doch immer wieder zu bestimmten Ordnungen zurück.

Foto: Wien



"Wer einen Gruß, den Sie erbiten, nicht erwidert, den halten Sie für ungezogen."

Professor Walter Pötzl kennt sich aus mit Tradition und Kult. Er lehrt Volkskunde an der Uni Eichstätt.

„Das Branchenblatt“

Focus über MediumMagazin

„Das Branchenblatt“

Der Spiegel über MediumMagazin

„Das Branchenblatt“

Deutsche Journalistenschule
über MediumMagazin

Jeder kann sich irren. Bilden Sie sich selbst eine Meinung und testen Sie MediumMagazin, Deutschlands große unabhängige Zeitschrift für Journalisten. Wir schicken Ihnen gerne ein Probeexemplar.

Tel. 0043/662/66 10 73, Fax 0043/662/66 10 75.

Pro

Latein – ich bin dafür! Ich gehöre zu denjenigen, deren erste Fremdsprache in der Schule Latein war. Sicher habe ich diese Entscheidung damals weder bewußt noch selbständig getroffen. Trotzdem gehört Latein seit meinem zehnten Lebensjahr zu mir. Und ich bin froh darüber.

Sieben Jahre lang habe ich Latein gelernt, und es hat mir fast immer Spaß gemacht. Daß es sich dabei um eine „tote“ Sprache handelte, war mir immer bewußt, aber niemals zuwider. Ich habe gerne über komplizierten Sätzen gebrütet und an jedem Wort der Übersetzung gefeilt. Ich habe mich für die Inhalte interessiert. Mich hat die Sagenwelt der Römer und die Geschichte des Römischen Reiches fasziniert.

Der unmittelbare Nutzen des Lateinunterrichtes mag schwer erkennbar sein. Doch Lateinkenntnisse erweisen sich sowohl in schulischen als auch außerschulischen Zusammenhängen als hilfreich oder notwendig.

Hilfreich in vielen Studiengängen: Latein ist die Sprache der Wissenschaft, man denke nur an die Medizin. Notwendig wird Latein bei Lehramtsstudiengängen. Das Latinum ist Voraussetzung für das Staatsexamen in Deutsch, Fremdsprachen und Geschichte. Ebenfalls vorgeschrieben ist es für die Magisterprüfung oder Promotion in geisteswissenschaftlichen Fächern und den Rechtswissenschaften.

Wer dieses Wissen schon während seiner Schulzeit erworben hat, muß im Studium keine zwei Semester fürs Latinum opfern. Quer durch alle Disziplinen sind Studenten immer wieder froh über ihre Lateinkenntnisse: Sie können Fremdwörter ableiten und so schneller verstehen und lernen.

Ohne eine Hierarchie herstellen zu wollen: Latein ist europäische Basissprache. Studien wider-

sprechen zwar der Auffassung, daß Wissen in einer Fremdsprache auf andere Sprachen übertragbar ist. Latein schafft aber, so denke ich, eine günstige Grundlage dafür. Latein ist der Ursprung vieler Fachbegriffe und erweitert die Ausdrucksfähigkeit. Das kann meiner Meinung nach keine andere Fremdsprache besser leisten.

Oft wird gefordert, den Lateinunterricht zugunsten moderner Fremdsprachen abzuschaffen – immer im Hinblick auf ein geeintes Europa. Ich meine: Stundenplanänderung ja – aber

es lebe

nicht auf Kosten von Latein. Die alten Sprachen und ihre überlieferten Texte zeigen uns die Anfänge unserer europäischen Kultur. Durch sie lernen junge Leute die Ursprünge unserer Zivilisation kennen.

Lateinische Literatur ist europäische Literatur, denn sie zeigt Europa als Ganzes auf. „Eine Gegenwart, die ihr Latein verlernt, wird provinziell“, hebt die FAZ die europäische Bedeutung der Sprache hervor. „Historische Kommunikation“ wird die Fähigkeit genannt, sich mit antiken Texten auseinanderzusetzen und sie in die Gegenwart zu übertragen. Lateinische Texte ermöglichen, die eigene Gegenwart mit der Vergangenheit zu vergleichen und ein selbständiges Verhältnis zur Gegenwart zu entwickeln.

Latein sollte in unserem Schulsystem nicht etwa eine herausragende Position einnehmen, die Existenz ist jedoch durchwegs berechtigt und keineswegs hinderlich oder rückschrittlich. Wer alte Sprachen lernen kann, und sie beherrscht, dem bieten sich auch im alltäglichen Leben ganz neue Perspektiven.

CHRISTINA ZUBER

LATEIN

ist tot

Daß Latein wohl fast alle Sprachen dieser Erde mitgeprägt und beeinflusst hat, will ich gar nicht bestreiten. Ihre Bedeutung für unsere heutige Zeit wird trotzdem überschätzt. Schon die Überheblichkeit vieler Altphilologen, das Patent auf die Weisheit zu besitzen, stört mich.

Schüler jahrelang eine tote Sprache lernen zu lassen, das

ist geradezu lächerlich. Und Latein ist zweifellos tot.

Außer vielleicht für Theologen, Botaniker und Mediziner. Nichts für ungut, ich achte diese Berufszweige wie alle anderen. Wer Latein braucht, der soll es lernen. Mich jedoch hat Latein jahrelang als Bleikugel am Fuß begleitet, und manchmal hing es wie ein Damoklesschwert über meiner Stirn. Ich gestehe, daß mich zu meiner Schulzeit jede andere Sprache, die ich zusätzlich zu Englisch hätte lernen müssen, genauso gequält hätte wie Latein. Momentan würde mir aber jede andere mehr nützen. Denn in meinem Studiengang schert sich niemand darum, daß ich das große Latinum habe, sondern nur darum, ob ich Konversationskenntnisse in zwei modernen Fremdsprachen besitze.

Ich möchte nicht dazu auffordern, alle Lateinlehrer zu entlassen und die Sprache Cäsars in einer Schublade verstauben zu lassen. Man sollte darüber nachdenken, wo die Schwerpunkte in der Bildung liegen sollen. Schließlich lehrt man die Kinder an den Schulen heute gleich den Umgang mit Computern und fängt nicht erst bei der Schreibmaschine an.

GEORG KLEESATTEL



In vollem Wuchs – das hohe Präsidium des Münchner Corps Makaria.



Verbindliche Tr

Die Lichter im Haus an der Ungererstraße mitten in Münchens Traditionsstadtteil Schwabing gehen aus. Nur mehr flackerndes Kerzenlicht erhellt jetzt den kleinen Saal im ersten Stock, in dem an drei langen Tafeln etwa vierzig gutgekleidete Herren sitzen. Mit dem lauten Ruf „Silencium zum Einzug der Chargierten“ erstirbt jedes Gespräch.

Damit hat der „offizielle Teil“ des Abends begonnen.

Wenn das Lied zu Ende ist, prostern sich die „fidelen Sänger“ gern mit einem „kräftigen Schluck“ zu. Alles verläuft nach fest definierten Regeln und ist hoch offiziell.

Die „Kneipe“, wie diese Feier heißt, hat Tradition – wie so vieles im Alltag eines Verbindungsstudenten. „Sie ist seit fast zweihun-

schon die ersten grauen Haare auf dem Kopf, und hier und da entdeckt der Beobachter auch jemanden, dem die Haartracht schon vor etlichen Jahren schütter geworden ist.

Einer Studentenverbindung tritt man auf Lebenszeit bei. Wer eintritt, ist erst einmal in der Regel vier Semester lang „Aktiver“. Für ihn bedeutet das, Aufgaben in der Organisation der Verbindung zu übernehmen. Nach seiner „Inaktivierung“ kann er sich dann voll auf sein Studium konzentrieren, mit dessen Ende er „Alter Herr“ wird.

Doch die Zahlen der „Füxe“, der Neuzugänge bei den Verbindungen, ist seit Jahren stark rückläufig. Nur etwa ein Prozent aller Studenten ist heute noch in einer Verbindung. „Das liegt ganz einfach daran, daß die ihren rechten Ruf nicht loswerden“, erklärt zum Beispiel Stefan, 24, seine Abneigung gegenüber den Studentenorganisationen. „Wenn ich an der Uni einen Aushang sehe: ‚Studentenverbindung sucht männlichen deutschen Mitbewohner...‘, dann hab ich den Kaffee schon auf.“

Was früher zum guten Ton an den Universitäten zählte, ist heute in der Studentenschaft eher verpönt: Die Mitgliedschaft in einer Studentenverbindung. Wer bei einer christlichen Verbindung, bei einem Corps oder auch einer Burschenschaft aktiv wird, erntet oft Unverständnis bei Kommilitonen.

Alle Blicke folgen den drei jungen Männern, die sich nun zielstrebig dem Kopf der Tafel nähern. Dann erheben sich alle und stimmen zusammen ein Lied an. „Student sein“, heißt es, ist schon viel älter als jeder der Sänger im Raum und handelt vom Leben als Verbindungsstudent.

dert Jahren keinem Wandel unterworfen“, sagt Frank Meißner, „aktiv“ bei der Münchener Verbindung Corps Makaria. „Vielleicht ist das auch der Grund, warum hier so viele verschiedene Altersgruppen gemeinsam feiern.“ Die meisten sind Anfang bis Mitte zwanzig, doch andere haben

Rechtslastigkeit zählt zu den Hauptvorwürfen, die heute an Verbindungen gerichtet werden. „Dabei ist es leider so, daß wieder mal einige schwarze Schafe das Gesamtbild trüben“, sagt Frank Meißner. Eine wirkliche Rechtslastigkeit kann man nur den Burschenschaften zusprechen, die in ihren Statuten eine klare politische Linie vorgegeben haben. Bei ihnen werden zum Beispiel keine Wehrdienstverweigerer aufgenommen. Anders ist dies bei den Corps und christlichen Verbindungen, die weitaus zahlreicher sind. Den Corps etwa ist die Freundschaft oberstes Gebot für



„Und sauft's“ – Feiern bis zum Umfallen gehört auch zur Kneipe

adition

eine Aufnahme in die Verbindung. Politische Richtung, Staatsangehörigkeit oder Religion sind unwichtig. „Wir versuchen uns immer von Burschenschaften zu distanzieren“, erklärt Frank Meißner. „Das Problem ist nur das im Grunde gleiche Erscheinungsbild.“

Das rechte Image rührt gerade von der Traditionspflege der Verbindungen her. Begriffe wie „Freiheit“, „Ehre“, „Vaterland“, die sich noch immer in den Wappen und in den Kneipliedern der Studenten finden, stoßen heute aufgrund veränderter Bedeutung auf empfindliche Ohren. „Man muß sich jedoch klarmachen, daß das zur Gründerzeit der Verbindungen liberale Gedanken waren“, betont Meißner. „Heute identifizieren sich die meisten gar nicht mehr damit, es ist nur noch Tradition.“

Für viele sind Studentenverbindungen gerade deshalb nur noch antiquiert und realitätsfern. Dem widerspricht Meißner allerdings in vielerlei Hinsicht: „Es geht ja nicht nur um Tradition. Die Fähigkeiten, die in der Verbin-

dung vermittelt werden sollen, sind absolut zeitgemäß.“ So soll der Student durch Mitarbeit in der Verwaltung der Verbindung organisatorische Talente unter Beweis stellen können. Durch Reden bei offiziellen Anlässen werden rhetorische Fähigkeiten

ketung bei Siemens, die jedes Jahr zwischen 2500 und 3500 Absolventen einstellt. „In der Verbindung lernen die Leute zu koordinieren und Ergebnisse zu erwirtschaften. Das kann der späteren Arbeit in der Wirtschaft zu Gute kommen. Wir bewerten das äh-

Freiheit, Ehre, Vaterland – sind Verbindungen ein Hort rechten Gedankengutes?

geschult, und auch die „Mensur“, das Fechten mit blanker Waffe, das den „schlagenden Verbindungen“ ihren Namen gibt, erfüllt einen Zweck: „Selbstdisziplin. Die wird schon dadurch erreicht, daß man fünf Mal in der Woche um sechs Uhr morgens raus muß, um zu trainieren“, sagt Frank Meißner.

Auch wenn Verbindungsstudenten bei ihren Kommilitonen oft nicht sonderlich beliebt sind, bei der späteren Jobsuche kann das mitunter ganz anders aussehen. „Engagement ist immer etwas Positives“, formuliert es Hans Bernd Fischer, Leiter der Abteilung Hochschulmar-

lich positiv wie das Engagement in einer Fachschaft.“

„Auf der Kneipe“ in der Ungererstraße wird ein letztes Lied angestimmt. „Nein, ihr könnt uns nicht begreifen...“ ertönt es aus vierzig Kehlen an die Adresse allerer, die nichts mit Verbindungen zu tun haben wollen. Dann ist der offizielle Teil des Abends vorbei, und man geht zu einem zwangloserem Rahmen über. Die Studenten reden, trinken und feiern bis in die Morgenstunden. Das ist auch nicht anders als vor zweihundert Jahren – und wird sich wahrscheinlich auch im nächsten Jahrhundert nicht ändern.

MICHAEL HARNISCHMACHER

MULTIKULT

Der Legende nach erschien Gott Krishna vor ungefähr 5000 Jahren auf Erden, nahe bei Delhi.

Wunderliche Gurus sind seither hauptsächlich in Indien anzutreffen.

Doch nicht nur indischem Kult war **einsteins** auf der Spur.

Quer über die Kontinente führt die KultTour:

einsteins besucht das französische Boulespiel, die berausenden Kakteen der Peyote-Indianer, eine japanische Teezeremonie und das Markenzeichen der spanischen Kultur: den Stierkampf.



Report: Veselje Petre Lonc / Monografie: Pawlowsky

Stichwort

Mantra: Das Mantra, das als eins mit Gott betrachtet wird, enthält den Kern der Anweisungen des Guru. Der Schüler soll es geheim und heilig halten und über diesen Aspekt Gottes unaufhörlich meditieren. Die regelmäßige Wiederholung des Mantra läutert das Denken und führt schließlich zur Verwirklichung Gottes.

Das Mantra-Singen soll die „acht transzendentalen Verzückungen“ auslösen: Sprachloses Innehalten – Schweißausbruch – Sträuben der Körperhaare – Brechen der Stimme – Zittern – Ohnmacht – ekstatisches Weinen – Trance.

Sannyasi: Mensch, der der Welt entsagt hat und in völliger Besitzlosigkeit lebt.

Die Indian Standard Time um drei Stunden zurückgerechnet: 3.30 Uhr morgens in Deutschland. In Hamburg ist es im November um diese Zeit noch stockdunkel. Mit einem Satz springt Lukas vom Bett unter die kalte Dusche. Fünf Minuten müssen reichen, um wach zu werden. Den Blick auf die Zeitung von gestern gerichtet, gießt die eine Hand den Orangensaft neben das Glas, während die andere versucht, die Jeans zuzuknöpfen.

In acht Minuten beginnt die Frühschicht des Krankenpflegers. Hastig wirft er Schlüssel und Kartals, die indischen Schellen, in seinen Rucksack, truppelt die Treppen hinunter und schwingt sich auf sein Fahrrad. Bei geringem Verkehr sind es nur zwei Minuten bis zum Uni-Klinikum.

Kerzengerade im Schneidersitz hat Naresh auf einer Reismatte am Boden der Meditationshalle Platz genommen. Die Augen halb geschlossen, hält er die Kette mit den hundertundacht Kugeln aus seinem Gebetsbeutel in den Händen und beginnt, die Krishna-Mantras zu „chanten“. In der Folge der Gebetskette singt er die 16 Silben des Hare-Krishna-Mantra hundertundacht Mal hintereinander.

Einer Legende nach erschien Gott Krishna vor ungefähr 5000 Jahren auf Erden, in Vrindávan bei Delhi. Dort wuchs er als Kuhhirtenjunge auf, umgeben von zahlreichen Gespielinnen und Verehrerinnen, den „Hirtentöchtern“ oder Milchmädchen von Vrindávan.

Auf Sanskrit, der heiligen Sprache der Hindus, heißt Hirtentöchtern „Gopi“. Eine Art Seelenverwandtschaft verbindet sie mit diesem Gott, der für die Hindus als Gott der Sinne gilt. Jeder dieser hundertundacht engsten Gespielinnen Krishnas ist eine Strophe des Hare-Krishna-Mantra gewidmet. Durch das stete Wiederholen einer einzigen Tonfolge versetzt sich Naresh in einen

Götter auf Erden

MULTIKULT

Die dienende und liebende Hingabe der Hare Krishna-Jünger an ihren Gott ist die wichtigste Voraussetzung für das Glück aller Lebewesen.

meditativen Zustand, der in die Kontemplation, das geistige Sich-versenken, übergeht.

Zimmer 112 auf der Inneren Abteilung des Hamburger Klinikums. Zwischen Infusion und Katheter schiebt Lukas eine esoterische Übung. Lukas steht für einen der rund 200 deutschen Hare Krishna Jünger. Aus den Lehren ihres Geistigen Meisters Swami Prabhupada wissen sie, was sie durch die Meditation erreichen können. Einen Zustand, in dem die Seele erfüllt wird mit Gottesbewußtsein. Das Rad der Wiedergeburt wird angehalten, Sinn und Voraussetzung für das Glück aller Lebewesen ist die dienende, liebende Hingabe an Gott, Krishna.

A llerdings können sie aus eigener Kraft nicht zu diesem Krishnabewußtsein gelangen. Für sie gilt der Guru Swami Prabhupada als der große Gottgeweihte. Der Geistige Meister steht in direkter Verbindung mit Krishna, und deshalb wird jede Bewegung, jeder Gedanke von Krishna selbst inspiriert. Ramakrishna, der größte indische Mystiker des 19. Jahrhunderts, warnte seine Schüler davor, das Predigen als bloße Routine zu betrachten: „Man kann die Menschen nicht belehren, wenn man nicht einen direkten Auftrag von Gott hat. Die Menschen werden nicht auf Euch hören, wenn ihr ohne Autorität lehrt. Lukas betrachtet seinen Guru als unfehlbar. Sein Verlangen nach göttli-

cher Verehrung und „Bhakti“, der vollkommenen, dienenden Hingabe, sucht er in den kurzen Pausen während seiner Arbeit zu befriedigen.

D urch kontrolliertes Atmen setzt Lukas Energie frei, um die ruhende Kraft zu finden. Jene universelle Kraft, die ihm hilft, das ewige Selbst zu verwirklichen und die Furcht vor der Zeit zu überwinden. Jemand reißt die Tür auf. Intubation vorbereiten für eine Sechsjährige mit akutem Asthmaanfall.

Naresh hat von all den in Rishikesh wirkenden Sadhus Mauni Baba auserkoren. Er ist einer von den etwa 10 bis 12 Millionen in Indien lebenden Sadhus, den

Ein wirklicher Sannyasi gleicht einer Biene. Die Biene wird sich nur auf einer Blume niederlassen. Sie wird nichts als Honig trinken. Aber ein Gläubiger, der in der Welt lebt, ist wie eine Fliege. Die Fliege setzt sich sowohl auf eine schwärende Wunde als auch auf eine Süßigkeit. RAMAKRISHNA-SCHAUSPIELER GOTTES

Mönchen, die Gott verwirklichen wollen und der Welt entsagt haben. Mancher Asket sehnt sich so sehr danach, sich von den äußeren Einwirkungen zu befreien, daß er seine ganze Energie auf nahezu selbstzerstörerische Übungen verwendet.

So kasteien sich einige dadurch, daß sie auf Nägeln gehen oder eine Hand so lange über dem Kopf halten, bis der Arm durch Muskelschwund verkümmert. In sich selbst versunken wenden die Asketen ihre ganze Aufmerksamkeit nach innen und gehen „von Dun-

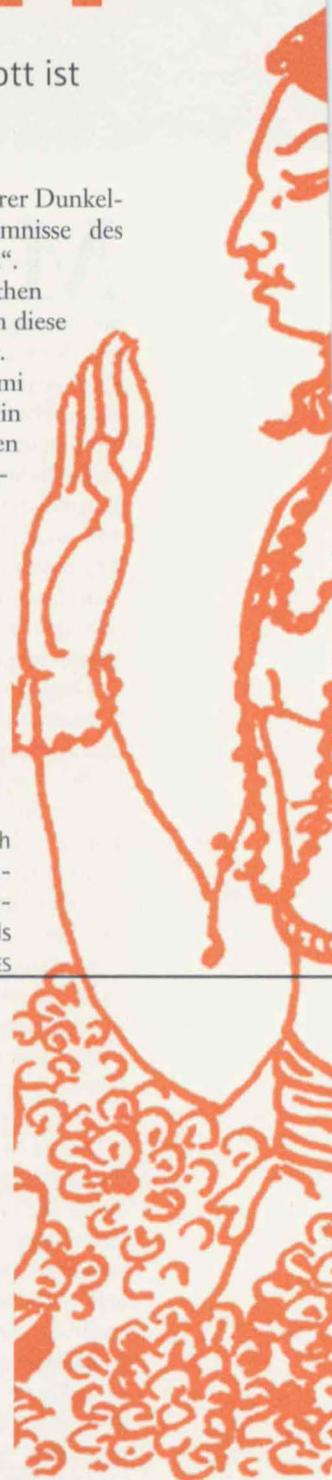
kelheit zu immer tieferer Dunkelheit, um die Geheimnisse des Kosmos zu ergründen“.

A bsurde Mythen ranken sich um diese Zaubermeister.

Wie jene über Swami Rama, der Wasser in der Hand erhitzen kann, oder die des Gurus Nanak, der den Indischen Ozean zu Glas erstarren ließ, damit er seine Anhänger von Indien nach Sri Lanka führen konnte. Einmal in der Woche erscheint der ehemalige Lagerraum in

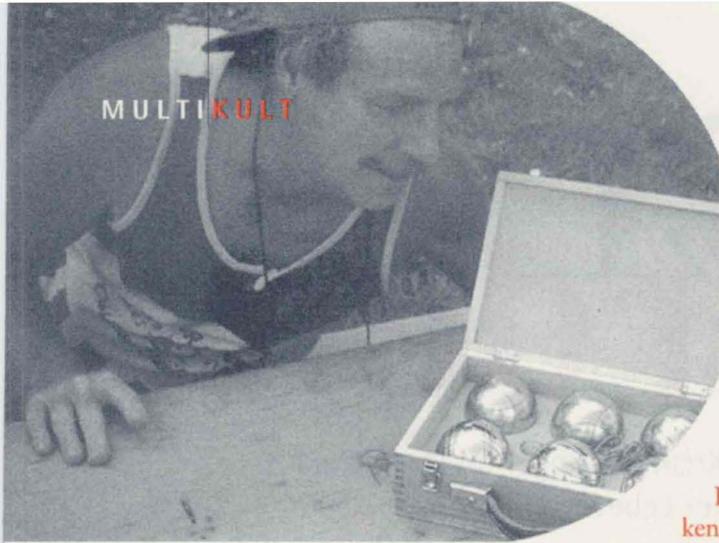
der Innenstadt Hamburgs im Tempelglanz. Lukas hat die Arme segnend erhoben. Seine Finger, die eben noch behutsam die blauen Armvenen von einem Patienten klopfen, schlagen ekstatisch auf die Schellen ein, zum Rhythmus des Krishna Mantra.

LENA KUDER



Boule

Die Kugeln sind gefallen:
Der **französische** Nationalsport, und was die Deutschen daraus machen.



FOTOS: DWIGEL

Mit lautem Gepolter werden Bierbänke aufgestellt und Sonnenschirme aufgespannt. Die Frauen bringen Kaffee und Kuchen. Kurze Zeit später kann es losgehen. Mannschaften werden gebildet, bunt gemischt: Männer, Frauen und Kinder. Jeder, der Boulekugeln besitzt, hat sie mitgebracht, und irgendwie sucht sich jedes Team seine sechs Kugeln zusammen. Das metallische Klacken erfüllt den Platz, als die ersten zu spielen beginnen.

Die alten Männer stehen konzentriert am Rande des Spielfelds. Der nächste Werfer putzt seine Kugel noch einmal mit dem weißen Stofftuch ab. Seine Augen fixieren das Ziel. Mit seinem Wurf muß er der kleinen Holzkugel möglichst nahe kommen, die sie in Frankreich liebevoll „cochonnet“ nennen, was soviel bedeutet wie „Schweinchen“. Sie liegt etwa acht Meter von ihm entfernt. Langsam hebt er den Arm. Die Männer um ihn herum geben keinen Laut von sich.

Die Kinder kreischen fröhlich. Das macht Spaß, die Metallkugeln durch die Gegend zu werfen. Die Erwachsenen müssen die Kinder immer wieder zähmen. Schließlich wird hier nach Regeln gespielt. Und zwar nach den original französischen Regeln. Zumindest so halbwegs:

„Wie wird denn das jetzt gewertet?“ „Das spielt doch überhaupt keine Rolle – nächster Wurf!“

Die alten Männer stehen, in die mannigfachsten Denkerposen versunken, zwischen den herumliegenden Kugeln und schätzen die Entfernung zur Zielkugel. Die liebe sich auch messen, zu jeder Boule – Ausrüstung gehört ein Maßband. Aber messen heißt: mißtrauisch sein. Außerdem gehört gerade das Diskutieren um jeden einzelnen Wurf mit zum Spiel.

Nachdem alles geklärt ist, beginnt die nächste Runde. „Komm jetzt ich?“ „Ach, sonst mach ich halt.“ „Ist doch egal.“

Es läuft quer über das Spielfeld und sammelt die Kugeln ein. An den

Bierbänken gibt es lautes Gelächter, weil doch tatsächlich einer darauf bestanden hat, beim nächsten Spiel wieder die gleichen Kugeln zu nehmen.

Auch die Männer am Spielfeldrand legen ihre Kugeln nie zur Seite. Es ist klar, woran sie denken, wenn ihre Finger gedankenvoll die Rundung abtasten. Ein lautes Knacken, gefolgt von einem anerkennenden Raunen geht über den Platz. Soeben hat ein „tireur“ die Zielkugel weggeschossen. Das ganze Spiel ist wieder offen. Der eine ist gut im Abschießen gegnerischer Kugeln, der andere, der sogenannte „placeur“, wirft die Kugeln exakt an die richtige Stelle.

So hat jeder seine Aufgabe. Und die nimmt er ernst, denn schließlich, sagen sie hier in der Provence, liegt im Boule der Sinn des Lebens. Boule füllt dich aus und verbindet dich mit deinem Nächsten. Kommunikative Heiterkeit, modern ausgedrückt.

Während der Mann an seiner Tasse nippt, fällt sein Blick auf drei Kugeln, die achtlos im Gras liegen. Dabei bemerkt er, daß die Boules anhand der unterschiedlich eingepägten Ringe sogar auseinander gehalten werden können. Nach ein paar fröhlichen Runden sammelt die muntere Gesellschaft die Kugeln wieder ein, die Bierbänke wandern wieder in die Autos.

Ein richtig schöner Nachmittag. Und mal was anderes. Das könnte man vielleicht sogar

öfter machen.

Bis die letzten Sonnenstrahlen verschwunden sind, wird weitergespielt. Die alten Männer prägen sich jeden einzelnen Wurf ein. Anschließend, im Bistro, wird dann über alle Spiele nochmals diskutiert.

Draußen vor der Kneipe liegt die Boulebahn still und verlassen. Der Kiesbelag ist glattgeharkt. Müde gehen die Männer spät in der Nacht nach Hause. Zurück zu ihren Frauen, ihrer Familie, in die Normalität der zähen Tage.

Natürlich wird in Deutschland längst Boule gespielt. Aber es muß dennoch ein anderes Spiel sein...

JOACHIM DANGEL



Jeder Millimeter zählt:
Boule ist Maßarbeit.

Der Mediziner wirft Wacholder ins Altarfeuer und fächert seinem Patienten den Rauch auf die nackte Brust. Er reicht ihm 14 vorgekaute Peyote-Stücke. Rausch und Religion verschmelzen bei der indianischen Zeremonie. Eine Kürbisrassel macht die Runde. Acht Stunden dauert der nächtliche Peyote-Trip. Die Indianer sind auf den Spuren einer Gottheit in Hirschgestalt. Aus den Fußspuren des Naturgottes wächst der Kult-Kaktus.

Der Heilbronner Prähistoriker Thomas Eschenweck hat die Rituale untersucht, die sich um den Kaktus ranken: „Die Indianer begeben sich auf bis zu zweiwöchige Wanderschaft, um die Kakteen zu sammeln. Und zwar ohne Sex, Nahrung und Schlaf.“

Peyoteros heißen die Anhänger des Kultes, der nicht kleinzukriegen war. „Der Peyote-Kult konnte nicht bekämpft werden, da er sich nicht gegen Weiße richtet“, erläutert der Prähistoriker. 1966 legalisierte dann der amerikanische Kongress den Kaktus-Kult.

Thomas Eschenweck fordert das Recht auf den Peyote-Rausch – der nicht süchtig macht. Die In-

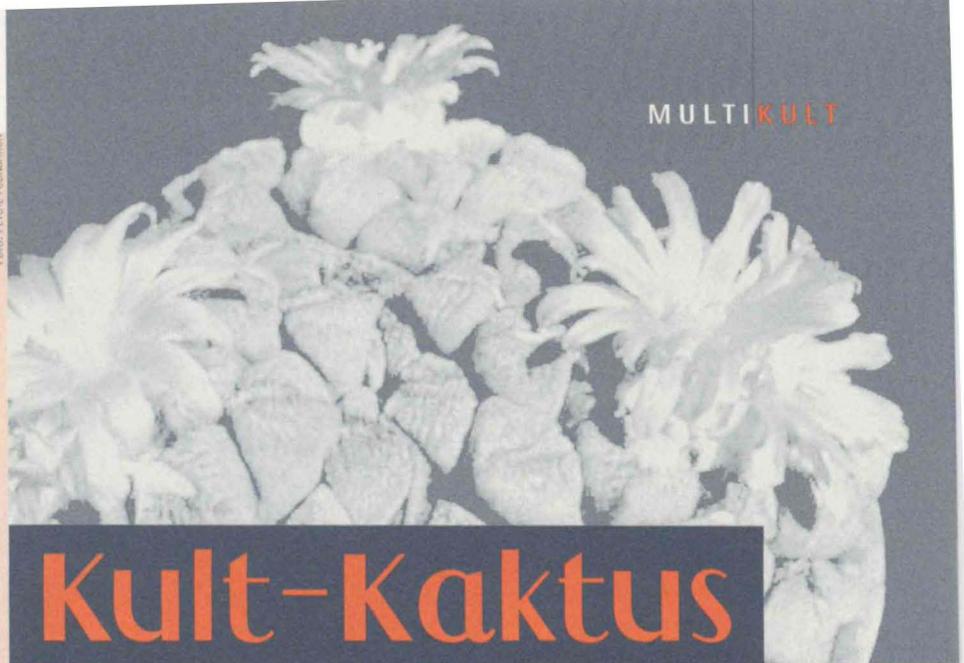
Stichwort

Halluzinogene rufen Sinnestäuschungen hervor oder verändern Sinneseindrücke. Sie können psychisch abhängig machen. Das bekannteste Halluzinogen ist LSD. Aber auch Mescaline, das Alkaloid des stachellosen Kaktus Peyote und anderer südamerikanischer Kakteenarten, ist eine dieser Substanzen.

Mescaline erzeugt Farbhalluzinationen. Von einer Halluzination spricht man, wenn die Wahrnehmung nicht an einem realen Objekt festzumachen ist.

Alle fünf Sinne lassen sich täuschen, am häufigsten das Gehör. Auch Krankheiten können zu Halluzinationen führen.

Foto: Peyote Foundation



Kult-Kaktus

Rausch und Religion verschmelzen bei der indianischen Zeremonie um den Kaktus Peyote.

Indianer kauen die Blätter des Peyote-Kaktus, der nur 0,2 Prozent der halluzinogenen Wirkung von LSD hat: „Es kann eigentlich nie in den schädlichen Bereich kommen.“ Für sie weiß der Kaktus Antworten auf persönliche Fragen. Deshalb spricht Thomas Eschenweck nicht von Drogen, sondern von „Religionsersatz“.

Denn schon seit mehr als 7000 Jahren ranken sich allerhand Legenden um Lophophora Williamsii, wie Peyote korrekt heißt. Und der Rausch gehört zur Religion: Die Indianer sehen in Peyote den Wegweiser aus der Wüste. Ein Indianer soll sich der Legende nach in der Wüste verlaufen haben. Als er völlig erschöpft war, hörte er eine göttliche Stimme: Er solle von einem Kaktus essen, der in unmittelbarer Nähe wächst. Peyote stärkte den Indianer und wies ihm den Weg nach Hause. In Nordamerika sind Peyoteros meist in der Native American Church verwurzelt.

In Mexiko vermischte sich der Kaktus-Kult in den 60er Jahren mit der katholischen Lehre. Teile der Peyote-Zeremonie erinnern seitdem an einen christlichen Gottesdienst.

In den 70ern hatten die Schamanen regen Zulauf: Frustrierte

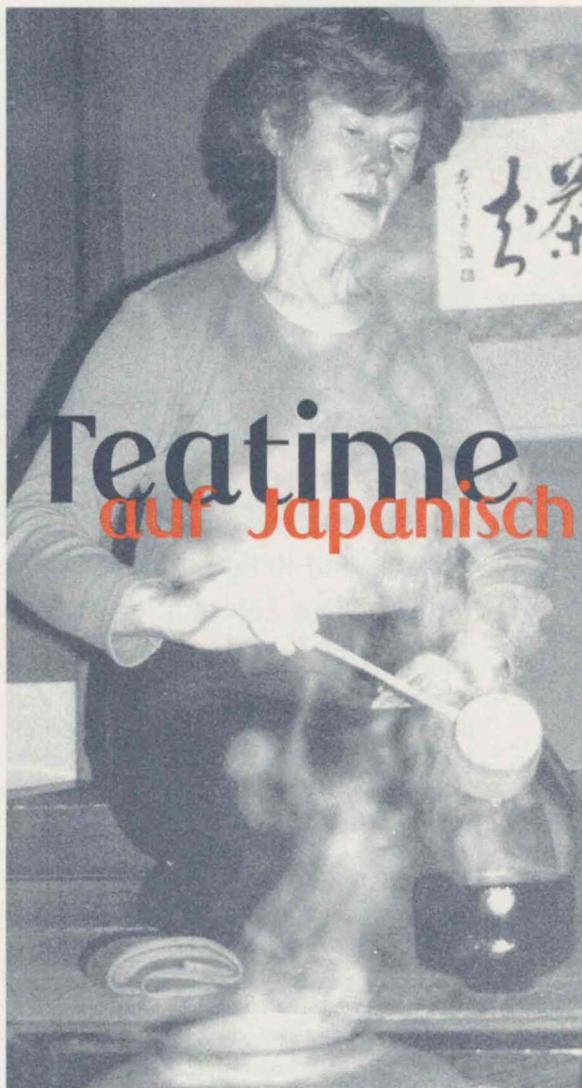
Jugendliche wollten sich in eine andere Welt „beamen“. Swing war die Musik dazu, Peyote die Droge. Der Run auf den Kaktus versetzte ihm fast den Todesstoß. Denn er wächst sehr langsam. Ein 18 Monate alter Kaktus hat erst einen Durchmesser von fünf Zentimetern. Der Kaktus steht unter Naturschutz und darf nicht mehr geerntet werden. Der Road Chief – er leitet die Zeremonie – gibt beim Gebet eine Pfeife durch die Runde. Auch beim Tabak-Konsum waren die Indianer ursprünglich verantwortungsbewusst: „Sie machten keine Lungenzüge – sie haben nur gepafft.“ Ganze vier Züge nahm jeder. Für Krieger war die Pfeife tabu, da Rauchen den Atem nimmt.

Die Indianer kennen Suchtprobleme erst, seit die Weißen mit dem „Feuerwasser“ kamen, einem Gebräu aus Alkohol, Schwarzpulver, Pfeffer und Spiritus. Es schaltete den Verstand aus. Offenbar können sie Alkohol nicht biologisch verarbeiten. Um billig an die Felle der Indianer zu kommen, setzten die Eindringlinge das Gebräu ein. „Die Weißen waren so schlau abzuhauen, bevor die Indianer einen klaren Kopf bekamen“, sagt Thomas Eschenweck.

JAN PAWLOFSKY

あ
An der Pforte zum Teehaus ist der Wegzoll fällig. Ein verwittertes Holztürchen wehrt den Zutritt zu den letzten Metern des Stegs, der über einen schimmernden Teich führt. Auf dem feuchten Holz ist ein Schild festgenagelt. Nichts Wertvolles sei in dem Häuschen, belügt es die Diebe. Von Wegzoll kein Wort. Der ist dem Besucher bekannt.

Dämmerung über dem Englischen Garten. Noch einmal bricht Licht aus den Wolken, flammend rot. Dann, einen Augenblick später, wird es vom Teich verschluckt. Über dem dunklen Schlund erstrahlt nun allein in sanftem Gold das Teehaus. Ein Hund jagt einer einzelnen Mücke nach, die sich über den Sommer gerettet hat. „Genug, ab in die Pantoffelkammer“, ruft ihm ein grauhaariger Herr von der Eingangstür aus nach. „Sonst ist er recht brav, unser Teehund“, setzt er seufzend



い
Im Teeduft schwimmt
Vergangenes mit Zukunft
Dein Jetzt blüht im Dampf.

hinzu, während das Tier auf ihn zugerannt kommt und sich in einer Ecke der beheizten Kammer zusammenrollt.

Was in diesen frühen Abendstunden mitten in München geschieht, geschieht eigentlich nicht. Dieser Widerspruch ist grundlegend im „Chado“, dem Weg des Tees. Dem Teemeister Gerhardt Staufenbiehl ist er so einsichtig, daß er einen Augenblick lang ratlos wirkt. Wie das auf

der Hand Liegende begreiflich machen? Er deutet auf die Schriftrolle. „Trink Tee, dann geh“ steht dort geschrieben, in gestochenen chinesischen Zeichen.

Bis die Schale an die Lippen gesetzt wird, bleibt viel Zeit, um zu begreifen. „Koicha“ bereitet eine Teeschülerin an diesem Abend zu, neben dem etwas leichter zu zelebrierenden „usucha“ der hauptsächlich verwendete grüne Tee. „Sieben?“, fragt sie zögernd, während sie von einer zierlichen Holzkelle das wertvolle aus Kyoto importierte Pulver in ein Keramikväschen träufelt. „Neun und ein wenig mehr“, korrigiert Staufenbiehl. „Da gibt es keine genaue Regel“.

Dies wird die Dame mit dem rotstichigen Haar und dem mädchenhaften Lächeln an diesem Abend nicht noch einmal hören. Ein paar Zentimeter weiter nach rechts die Schöpfkelle für das heiße Wasser, die Teeschale zentrieren, nein, nicht die linke Hand benutzen, drei Schälchen, keinesfalls vier, die japanische Ziffer für vier hat die Nebenbedeutung „Tod“, aus dem Handgelenk schaumig rühren, aber behutsam, Klümpchen sind nicht wieder wettzumachen, nun die drei Hände, welche zuerst?, ach ja, die „okashi“, und nicht vergessen, die „chawan“ etwas nach links zu setzen.

Tausend Fehler, aber nur ein einziger, den der Meister nicht nachsichtig, sondern besorgt korrigiert. „Sie dürfen nicht vorausdenken. Es gibt nur das Jetzt, den Augenblick. Er erfordert Ihre gesamte Konzentration. Seien Sie hellwach, jetzt.“

は
Staufenbiehl kennt die Probleme des Anfangs. Sie sind, wie er sagt, auch heute noch die seinen. Seit zwanzig Jahren ist er nun Anfänger in der Kunst der Teezeremonie, dem Ritual der Einfachheit, dem vier Prinzipien zugrundeliegen: Wa, Kei, Sei, Jaku. „Wa“ bedeutet Harmonie: zwischen den Menschen, zwischen Mensch und Natur, Harmonie der Teegeräte.

„Kei“ ist die Achtung und Ehrerbietung, die allen Dingen entgegengebracht wird aus Dank für ihr Sein. „Sei“ ist die Reinheit der Dinge und des Geistes. Die Ruhe des Geistes, „Jaku“, entspringt der Verwirklichung der

ersten drei Prinzipien. Verinnerlicht ein Schüler diese, so kommt er dem Ziel des „Chado“ nahe: Er verwandelt das Leben selbst in ein Kunstwerk.

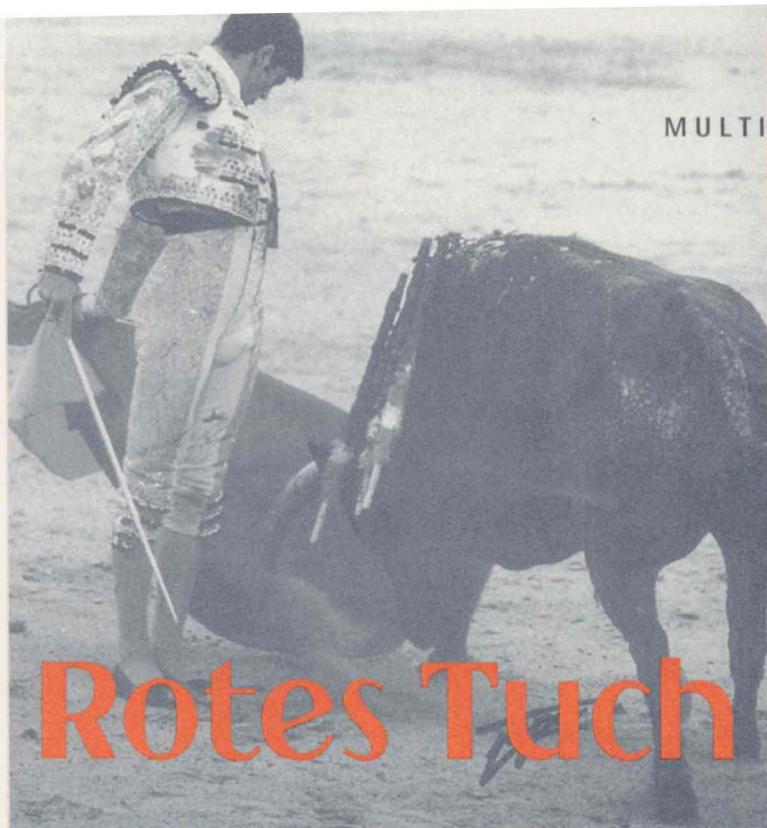
Vom Großmeister des „Weg des Tees“, Sen Rikyu, der vor mehr als vierhundert Jahren durch die Straßen Kyotos ging, ist eine Anekdote überliefert, die die Schwierigkeit dieses Verwandeln verdeutlicht. Auf die Frage eines Mannes, wie man eine Schale Tee richtig zubereite, nennt er ihm sieben Regeln. Der Mann erklärt diese für einfach, woraufhin der Meister gelobt, sofort sein Schüler zu werden, falls ihm nur eine Schale Tee gelänge.

„Anfängergeist“ nennt dies auch Staufenbiehl, der selbst Philosophie studiert hat und an der Münchener Volkshochschule unterrichtet. Auf dem „Weg des Tees“ begleitet er vierzig Schüler, vom Physikstudenten bis zum Pensionär. Das Münchener Teehaus ist ein Liebhaberkreis, Dilettanten, wie der dem Understatement zugeneigte Meister betont. Man bleibt gerne unter sich, wünscht nicht die Aufmerksamkeit etwa der Schickimickis, die in großer Menge Sushi und in verschwindend geringer Menge geistige Inhalte konsumieren.

Auf dem „Weg des Tees“ muß der Schüler bereit sein, auf Unwesentliches zu verzichten; dem Augenblick seine Aufmerksamkeit zu schenken; dem Abschied ins Angesicht zu blicken – Tee zu trinken und dann zu gehen.

Als der duftende „Koicha“ getrunken ist, ist längst Nacht über München hereingebrochen. Es ist empfindlich kalt draußen und selbst Sigmund, der Teehund, winselt. Rasch überquert Staufenbiehl den Steg, um sich auf den Weg durch den Englischen Garten zu machen. An der hölzernen Pforte nimmt er das wieder mit, was er für die Zeit des Teetrinkens dort abgestreift und hinterlassen hat: seine Alltags-Identität.

BARBARA KRAUPA



Rotes Tuch

FOTOS: KRAUPA, TOROS

Nicht alle Spanier spielen Gitarre, singen Flamenco und gehen zum Stierkampf. Es trinken ja auch nicht alle Deutschen Bier und essen Wurst. Auch ein Spanier kann etwas so national geprägtes wie den Stierkampf kritisch und distanziert sehen.

Der Stierkampf läßt das Bild der Welt von der iberischen Halbinsel schief hängen: Ein Volk macht sich ein Vergnügen daraus, nur so zum Spaß wehrlose Tiere zu töten – wie im Mittelalter.

Allerdings kennen 56 Prozent der Spanier Stierkämpfe nur aus dem Fernsehen. Das sagt jedenfalls die Vereinigung der Stierkämpfer, „Corridas de toros“. Stierkämpfe sind nicht nur eine Frage des Geschmacks, sondern auch des Geldbeutels. Denn nicht jeder kann es sich leisten, rund 100 Mark für eine Eintrittskarte auszugeben. Einen Stierkampf zu besuchen, ist also weniger Tradition als Luxus.

Ein guter und bekannter Torero wie Enrique Ponce verdient ungefähr 115 000 Mark pro Corrida – aufs Jahr umgerechnet sind das zehn Millionen Mark. Auch Stierhändler verdienen gut an der

Ein spanischer Gaststudent bittet Stierkampf-Kritiker in die Arena.

Fiesta Nacional und wehren sich gegen alle Bestrebungen, den Stierkampf abzuschaffen. Trotzdem ist der Stierkampf in einigen kleineren Ortschaften schon verboten worden.

Mittlerweile beschäftigt sich auch die Fachwelt mit der Stierkampfkunst, der Tauromaquia. Die Stiere werden in speziellen Lexika nach Farbe, Größe und Rasse klassifiziert. Für jede Bewegung eines Stierkämpfers gibt es einen Fachausdruck.

Die wahren Experten sind jedoch die Leute von der Straße. Sie lieben die feierliche Stimmung in der Arena. Wein, Zigarren, Blumen, weiße Taschentücher und das geeignete Kostüm gehören genauso dazu wie die Banderillas im Nacken des Stieres.

Jedem Skeptiker sei geraten: Ein Besuch in der Arena ist ebenso aufschlußreich, wie in Deutschland ein Bier zu trinken und in die Wurst zu beißen. RAUL GONZALEZ

KULTGEBUNG

Wo Fuchs und Hase sich einst
Gute Nacht sagten,
ist heute der Bär los:
Die Dorfdisco mutiert
zum trendigen Dancedome.
Wer hip sein will,
movt am Wochenende
raus aus der Stadt.
Mehr Kultformen unserer Zeit
ist einsteins nachgegangen
und dabei auf interessante
Menschen gestoßen:
die Internetversion von
Earl Tupper,
Fußballfanatiker und Trekkies,
Top-Designer aus London und
Teilnehmer einer Kaffeefahrt
nach Nürnberg.
Kult fand einsteins auch
im Fitness-Studio
und im Fernsehen,
bei Sekten und Seifenoper.
Und in „Kultkofes“ Kolumne.

Fotos: Ansgar, Toulouse, Weber / Montage: Pawlowsky



Move

Daniel ist 23 und Lehrling bei einem Automobilkonzern. Fast 50 Stunden die Woche. Am Wochenende will der angehende Elektriker nichts mehr wissen von Fließbändern und Leuchtdioden. Er will abschalten und feiern. Nicht aber in seiner Heimatstadt Ingolstadt. 53 Cafés, zehn Musikneipen, drei Discos – das Riesenangebot zieht nicht. Freitags fährt Daniel 20 Kilometer raus aufs Land, nach Karlshuld – Karlshuld hat 400 Einwohner, ebensoviele Kühe und einen Tanzschuppen namens „Octagon“, dem das Dörfchen seine Bekanntheit in der gesamten Region verdankt.

Land in Sicht

Noch vor 20 Jahren galten Städte als Eldorados nächtlicher Eskapaden und zogen die damalige „Young Generation“ aus dem Umland in ihren Bann. Heutzutage geht der Trek in die andere Richtung: Gearbeitet, gewohnt

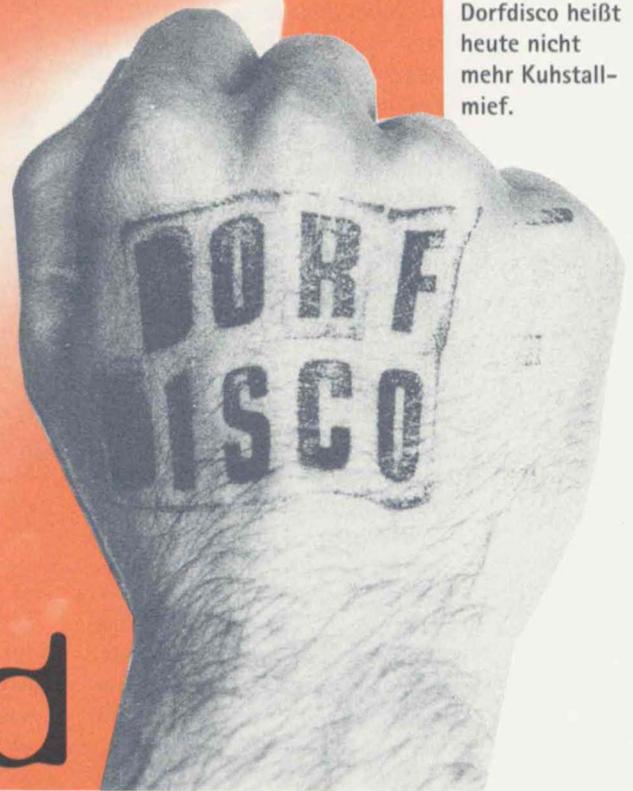
und eingekauft wird in der Stadt, gefeiert und geprasst wird auf der grünen Wiese. Von der Kleindisco bis hin zur Großraum-Dancehall – auf dem Land feiert sich's besser und ungestörter als in jeder Großstadt.

Dorfröck im Allgäu

Egelsee bei Tannheim, ein kleiner Weiler fünf Kilometer vor Memmingen. Im einzigen Gasthof des Ortes gibt es außer Rehbraten und Weizen Rock- und Popbeats. Seit 15 Jahren betreibt der „Schwarze Adler“ auf 100 Quadratmetern die wohl kleinste Disco Bayerns; der Laden könnte kaum besser laufen: Bis zu 200 Jugendliche drängen sich jeweils mittwochs, freitags und samstags auf der Tanzfläche. Ganz Südschwaben tanzt in Jürgens Disco ab: „Aus Ulm, Kempten, Lindau, sogar aus der Schweiz hatten wir schon Gäste da.“ DJ Tom hält die Gäste bei Laune, im Nebenraum stehen Flipper, Spielautomat und Kicker. Die „Freaks“ (Egelsee-

Dorfdisco heißt heute nicht mehr Kuhstallmief.

aufs Land



Slang für Discobesucher) fahren voll darauf ab, man ist unter sich, und dennoch ist einiges geboten: Reggae-Night, Bandauftritte, und Schlager-Parties; Geschäftsführer Jürgen „Joke“ tut, was er kann, um die kleine Disco ganz groß rauskommen zu lassen.

Aber auch die Giganten der Discoszene haben den Trend erkannt und umgesattelt – auf dem Land gibt's mehr Parkplätze, lautere Musik, längere Öffnungszeiten. Auf abgelegenen Flächen erspart man sich hohe Mietkosten und Ärger mit ruheverwöhnten Anliegern. Das Geschäft lockt, dementsprechend kann auch investiert werden. Mit der neuesten und teuersten

Karten für eine riesige Land-Disco.



53 Cafés, zehn Musikkneipen und drei Discos – das Riesenangebot der Stadt zieht nicht. Freitags fährt Daniel 20 Kilometer raus aufs Land.

Technik buhlen Großraumdiscos um die Gäste.

Gefragt sind heute Action, Spaß und „coole Angebote“. Im alltäglichen Kampf um die Coolness ist schnell entschieden, was In und was Out ist. Und was Out ist, hat keine Chance.

Bauerndisco ade

Das „Rainbow“ im oberbayerischen 12 000-Seelen-Markt Manching schlägt sich seit 13 Jahren durch die Ups and Downs der Discoszene. Einst war es als Bauerndisco verrufen, heute genießt Teilhaber Dirk Packebusch den Ruf einer „Szene-Location“. Sein Motto: „Man muß immer wieder was Neues bieten.“ Dafür hört er sich auch Musik an, die er nicht mag. Der Gast ist König.

Das „Rainbow“ beschäftigt knapp 30 DJs; Einheimische,

Wander-DJs und auch mal einen Top-Star für 3000 Mark pro Abend. Als Dankeschön wird die offizielle Gästekapazität (850 Personen) von Zeit zu Zeit um bis zu 100 Prozent überschritten; das Ordnungsamt drückt Augen und Ohren zu.

Das Verhältnis zu seinen Gästen pflegt Dirk Packebusch dafür besonders: „Jeder kennt jeden, das sind alles nette, junge Leute.“ Und die sorgen dafür, daß Discos nach wie vor „Freizeitbeschäftigung Nummer eins“ bleiben – so die Zukunftsprognosen vieler Discobetreiber. Auch der 23jährige Lehrling Daniel blickt optimistisch in die Zukunft und im Octagon heute ein bißchen tiefer ins Glas – es ist „Zwickel-Time“: jeder Likör zwei Mark. Danach movt es sich gleich doppelt so gut, egal ob in der Stadt oder auf dem Land.

DIRK WEBER

einsteins 31

Im Internet muß man mit allem rechnen. Ein holländischer Kuh-Simulator, digitale Friedhöfe und australische Kaffeemaschinen von innen: Dem Surfer bleibt einfach nichts erspart.

Seit neuestem geistert gar der alte Earl Tupper im Netz herum. Na, Sie wissen schon, der Chemiker mit 60 000 Tanten in Deutschland. Wie bitte? Noch nie von luftdichtem Polyethylen gehört? Earl Tupper schmeißt jährlich 1,5 Millionen Partys in der ganzen Republik, und Sie waren noch nicht dort?

Na gut, damit konnte nicht mal der abgebrühteste Cyber-Citizen rechnen: Tupper-Party. Die Geheimwaffen gegen das Haltbarkeitsdatum durften bislang nur auf obskuren Treffen verkauft werden. Und nun?

Seine Tanten haben Earl



Plastik-Kult im Netz

Tupper, den genialen Erfinder, zum Weltmarktführer für Plastikschüsseln gemacht. Aber das reicht dem alten Tupper nicht mehr. Er will die absolute Macht über alle Kühlschränke und Vorratskammern.

„Wie kann das gelingen?“ grübelte der Earl. Die zündende Idee kam vermutlich von einem seiner Urenkel: Direktvermarktung im Internet. Es geht darum, neue Bevölkerungsgruppen anzuspre-

chen: Vertreter, Manager, Wissenschaftler und auch Journalisten. Das sind Leute, die viel unterwegs sind und daher unbedingt stapelbare, geruchlose und luftdichte Plastikbehältnisse brauchen. Eben Leute, die sich auf Tupper-Parties nicht so wohl fühlen würden.

Glückwunsch, Tupper! Es war Zeit für eine neue Verkaufsrevolution. Ein klein bißchen bieder sind die Webseiten noch, aber an Ideen fehlt es nicht: Der Welcome-Chat für Tupper-Einsteiger; ein Netzwerk gegen Gefrierbrand; eine eigene Kontaktbörse für all die einsamen Schüsseln und Deckel. Und ein virtuelles Pflegeheim für Tupperware mit einem Sprung in der Schüssel...

MARGIT BUCH, FLORIAN DÖTTERL
<http://www.tupperware.de>
<http://www.tupperware.com>

NEUGIERIG

98,-
 Weiche
**Contactlinsen für Aktive:
 Zum Sport-Preis.**
 OPTIC ACTUELL
Alles von Stufe 10

incl. Anpassung sph ± 6 dpt kostenloses u. unverbindliches Probetragen

Oliver Haugg AUGENOPTIK

Pfahlstraße 27 · 85072 Eichstätt · Tel. 08421/902757

cote
 Schuhmoden

85072 Eichstätt • Westenstraße 9

**Das Beste an unseren
 Schuhen können Sie
 nicht sehen**

Gaststätte/Pizzeria
„Eichhorn am Vesuvio“
 Inh. Magliulo und Juliano
 Luitpoldstr. 5
 85 072 Eichstätt
 Telefon 08421/2606

Die Kleidung.

Unausweichlich, um die Anhänger verschiedener Teams unterscheiden zu können. Obligatorisch ist der Schal mit Vereinsfarben und Vereinsnamen. Wer auf Nummer Sicher gehen möchte, erscheint im Trikot, das seit der Saison 95/96 nur „in“ ist, wenn auf der Rückseite nicht nur die Nummer, sondern auch der Name des Lieblingsspielers aufgedruckt ist. Ferner kennzeichnen



haben, sind die Begrüßungen vor dem Anpfiff in der Stadt freundlich und setzen sich im Schaltausch fort. Sind die Begegnungen weniger liebevoll, wird das musikalisch zum Ausdruck

extra auf sie zugeschnitten sein oder auch aus allgemeinem Liedgut stammen. Die Bochumer Anhänger singen nicht nur „VFL, mein VFL“, sondern zehn Minuten vor Anpfiff auch noch Grönemeyers „Tief im Westen“. Viel tiefer in der Tradition sind hingegen die Fans des SC Freiburg verankert, die bei jedem Spiel aus tiefstem Herzen „Das schönste Land im deutschen Land, das ist das Badnerland“ singen. Voll von tiefer Liebe sind

Stadion-Rituale

Fußball hat Gesetze. Das gilt besonders für die Fans. Heilig sind ihnen die Zeremonien und Rituale, die ein echter Fußballfan aus dem effeff beherrschen muß.

sich Fans durch Fahnen und Mützen im Vereinsdesign.

Das Zubehör.

Ein guter Fußballfan schläft in der Vereins-Bettwäsche, trinkt den Vereins-Sekt, hat ein Baby mit Vereins-Strampelanzug und isst Vereins-Nudeln. Außerdem duscht er nur mit Vereins-Duschbad, wobei bislang ungeklärt ist, warum das VFL Bochum-Duschbad gelb, und das Borussia-Dortmund-Duschbad schalke-blau ist.

Das Auto.

Wer mit dem Auto ins Stadion fährt, läßt den Motor nicht an, ohne einen Schal im Seitenfenster eingeklemmt zu haben. Aufkleber wie „Bitte nicht hupen, Fahrer träumt von...(Vereinsname einsetzen)“ verstehen sich von selbst.

Kontakte.

Fußballfans sind soziale Wesen. Treffen Vereine aufeinander, die den Pakt der Fanfreundschaft ge-



gebracht: „Ihr könnt nach Haaaause fahrn...“

Vor dem Anpfiff.

Rund 30 spannenden Minuten, bis es endlich richtig losgeht. Jeder Verein hat einen Stadionsprecher, der die Vornamen des heimischen Teams vorliest und die Nachnamen von den Fans lautstark in die Runde schreien läßt. Universal wird das Prinzip gehandhabt, wenn die Aufstellung des Gegners verlesen wird. Auch hier nennt der Stadionsprecher nur den Vornamen und läßt den Nachnamen durch das ziemlich unschöne Wort „Ar...l.h“ ergänzen.

Vereinsinternes Liedgut.

Musikalische Begabung hin oder her – jeder Fan kennt das Identifikationslied der vergötterten Mannschaft. Das kann

auch die Texte der Songs „FC Bayern forever number one“, „KSC Oleee Oleee“ oder „Ob ich verroste und verkalke – ich gehe immer noch auf Schalke!“

Schlachtengesänge.

Bestandteil im Leben eines Fußballfans, der an Kreativität kaum zu überbieten ist. Anfangs zunächst locker mit „Jetzt geht's loooos“. Gemein wird es hingegen, wenn die Ehre des Gegners mit „Zieht den Bayern die Lederhosen aus“ oder „Zieht den Bremern die Fische aus'm Ar...“ gekränkt wird. Beliebt, wenn ein gegnerischer Spieler verletzt auf dem Boden liegt, sind „Hu- Hu- Hubschraubereinsatz“ oder „Steh auf, du Sau“. Langjährige Erfahrungen haben ergeben, daß jeder Fan fähig ist, sich auch ohne Liederbuch an den Einlagen zu beteiligen. Neue und geistreiche Kreationen sind in den meisten Fanblocks natürlich jederzeit herzlich willkommen.



STEFANIE BLEY
einstains 33

Herr Professor Längsfeld, sind volle Kinos schon Garant dafür, daß ein Film den Status Kultfilm erhält?

Ein Erfolgsfilm ist noch lange kein Kultfilm, aber umgekehrt ist es häufig so, daß ein erstmals gar nicht so erfolgreicher Film zum Kultfilm wird.

Würden Sie sagen, daß dann Kultfilme Leinwandprodukte sind, die vielleicht eher von einer Minderheit, als von der breiten Masse gesehen werden?

Es werden eher Minderheitenfilme zu Kultfilmen mit Langzeiterfolg, als umgekehrt sich Erfolgsfilme zu Kultfilmen entwickeln. Da gibt es auch eine ganze Reihe von Beispielen, zum Beispiel die berühmterberühmten Splatter-Movies, also die größten Scheußlichkeiten, die man sich vorstellen kann. Sie haben selten ein großes Publikum, aber eine treue Anhängerschaft, die in kleine Kinos geht, wie in München ins Maxim. Die zeigen, daß es gerade oft Außenseiterfilme sind, die sich sehr lange und hartnäckig als Kultfilme etablieren.

Stichwort Splatter-Movies. Sind Kultfilme auf bestimmte Genres beschränkt?

Nach meiner Erfahrung ist es so, daß eher spezielle Genres geeignet sind, Kultfilme hervorzu- bringen, als etablierte gängige Genres. Denn man kann Kultfilme nicht planen, die entstehen.

Sie sagen Kultfilme sind nicht planbar...

Erfolgsfilme sind auch nicht planbar oder nur bis zu einem gewissen Grad. Im Endeffekt entscheidet immer das Publikum, was aus einem Film wird, ob es ein Erfolg, ein Flop oder gar ein Kultfilm wird, aber das ist, glaube ich, am allerwenigsten planbar.

Aber es ist doch so, daß die Filmindustrie mit dem Wort Kultfilm sehr schnell zur Hand ist

und schon oft im Vorfeld Filme als das Kultereignis anpreist.

Sie probiert das, und sie benutzt das Wort auch andauernd in der Werbung, aber was die Eingeweihten ihren Kultfilm nennen, haben sie sich selbst geschaffen.



stimmte Schauspieler schon für einen Kultfilm garantieren?

Stars werden vielleicht zu Kultfiguren, aber sie machen noch keinen Kultfilm aus. Nehmen wir zum Beispiel die „Rocky Horror Picture Show“, wo ja keine dieser Figuren über diesen Film hinaus zu wirklicher Bedeutung gekommen ist. Sie waren eben innerhalb dieses Films die Richtigen.

Heute ist es in Mode gekommen, bei Filmen immer mehr auf spektakuläre Special-Effects als auf die Handlung zu

Kultfilm als

Wolfgang Längsfeld von der Hochschule für Film und Fernsehen in München zur Volkskrankheit Kultfilm-Infektion

Kultfilme sind also etwas sehr Individuelles?

Individuell in einer Art und Weise, daß der Kultfilm etwas Außergewöhnliches ausdrückt, was ein bestimmtes Lebensgefühl, zumindest einer bestimmten Gruppe, extrem trifft. Das hat dann merkwürdigerweise so etwas wie einen Ansteckungsvirus in sich. Das hat nichts zu tun mit dem kurzfristigen Erfolg eines Kassenschlagers, der innerhalb weniger Wochen drei Millionen Zuschauer an sich binden kann, sondern das sind längerfristige Effekte, die wie Infektionskrankheiten funktionieren.

Welche Rolle spielen Hauptfiguren in Kultfilmen? Können be-

setzen – siehe „Independence Day“. Können solche Filme wirklich den Anspruch erfüllen, Kultfilme zu sein?

Kein Film kann von vornherein den Anspruch erheben, Kultfilm zu sein. Kultfilme werden vom Publikum gekürt. Meist sind das Filme aus der Riege „ferner liefern“, nicht aus der Spitzenriege.

Und trotzdem erheben sie diesen Anspruch.

Die Verleiher bei der Vermarktung, nicht der Film selbst. Der Film oder Filmemacher erheben überhaupt keinen Anspruch. Es sind die Verleiher, die versuchen, dem Publikum den Langzeitappetit dadurch zu machen. Denn Kultfilme sind Langzeitläufer,

auch wenn die Zuschauerzahlen sozusagen in der Kultphase nicht mehr so wahnsinnig hoch sind. Aber es sind konstante Einnahmen.

Wie erklären Sie sich das Phänomen, daß Menschen sich ein und den selben Film weit über hundert mal und öfter ansehen?

Kultfilme gehören irgendwo immer einer ganz bestimmten Zeit an, die dann irgendwie gerettet werden möchte – durch die Anhänger dieses Kults. Und mit der Zeit möchte auch das Zeitgefühl gerettet werden.

Zu einer bestimmten Zeit und dem Zeitgefühl gehört oft auch eine bestimmte Musik. Ist sie wichtig bei Kultfilmen oder spielt sie eine eher untergeordnete Rolle?

Musik ist so ein integraler Be-

Virus

standteil, der sehr viel zum emotionalen Potential eines Films beiträgt. Ich glaube, daß sie dabei eine wichtige Rolle spielt, wobei ich nicht sagen will, daß das für den einen Typ Film mehr und für den anderen Typ weniger funktioniert, mit Ausnahme der paar Konzertfilme, wie zum Beispiel „Woodstock“.

Aber wäre denn „Easy Rider“ ohne die Musik ein Kultfilm geworden?

Nie und nimmer. Der wäre ohne die Musik nicht einmal ein Erfolg geworden. Aber da hat die Musik natürlich eine ganz spezielle tragende Rolle gehabt. So ist es auch bei dem neuen Film von Wim Wenders „End of Violence“, der demnächst rauskommt. Durch die Musik von Ry Cooder wird er möglicherweise ein ganz spezielles und größeres Publikum anlocken.

GEORG KLEESATTEL

Ratgeber Was Star-Trek-Kult fürs Leben bringt

Haben Sie es noch nicht gewußt? Trekkies sind die besseren Menschen. Wer schon einmal die Kino-Premiere eines neuen Star-Trek-Filmes erlebt hat, der hat vielleicht etwas von ihrer Herzlichkeit kennengelernt. Da sitzen mitten in München hunderte Wesen aus allen Teilen des bekannten Universums zusammen und heißen jedes ihrer Vorbilder auf der Leinwand mit warmherzigem Applaus willkommen.

Diese Güte kommt nicht von ungefähr. Seit das Genre „Science fiction“ vor hundert Jahren von H.G. Wells mit dem „Krieg der Welten“ ins Leben gerufen wurde, ist Star Trek der gute Geist der Zukunft. Egal, wie böse uns Lebensformen aus dem Weltall in anderen Filmen und Büchern gesonnen sind, Captain Kirk und seine Crew glaubten vor dreißig Jahren schon an das Gute im Außerirdischen.

Die Mannschaft der Enterprise und ihre Nachfolger handeln nach einem festen Prinzip. Auch wenn dem alten Menschheitstraum nachgeeifert wird, dahin zu gehen, wo noch nie zuvor ein Mensch gewesen ist, so gilt für alle die oberste Direktive der Sternenflotte: Misch dich nicht in die Angelegenheiten anderer Völker und Rassen ein, denn alle haben die gleichen Rechte.

Diese weise Außerirdischenrechtserklärung und viele andere Prinzipien – etwa „Schlaf nie mit der Frau deines Vorgesetzten“ (Erwerbsregel 1 - 12 der Ferengi) – legen den Grundstock

für das harmonische Zusammenleben im 23. Jahrhundert. Star Trek zeigt Wege in eine bessere Zukunft und weiß auch die Wünsche der Völker zu erkennen. Am besten formuliert haben es die Vulkanier. Alles, was von einem guten Dasein zu erwarten ist, steckt in ihrer Art, „Auf Wiedersehen“ zu sagen: Eine Formel, die zum Grundsatz aller Trekkies geworden ist: „Glück und ein langes Leben.“

Nun ist nicht nur die Serie mittlerweile in die nächste Generation gegangen, auch die Fans werden älter, und die Gemeinde wächst weiter. Der Enterprise-Kult ist Teil unserer Gesellschaft geworden. Und da der wahre Fan nicht nur eine Sternenflottuniform in seinem Schrank hat, sondern auch den Geist der Serie in sich trägt, gibt es auch noch Gutes in dieser Welt.

Wer jetzt in die Gemeinde eintreten und die Welt verbessern will, hat noch eine ganze Menge vor sich: Etwa 400 Folgen gibt es – und Kenntnis ist Pflicht. Als Crash-Kurs sind die Star-Trek-Trivials zu empfehlen. Da wird alles abgefragt, was man wissen muß, um ein besserer Mensch (oder Klingone) zu werden. Zum Beispiel: Wie heißt Captain Kirk mit zweitem Vornamen? Tiberius natürlich. Haben Sie es noch nicht gewußt?

MICHAEL HARNISCHMACHER

einsteins 35



Photo: Bizer

Amoklauf

Amoklaufen erfreut sich zunehmender Beliebtheit. In den Ferien und an Feiertagen bleibt oft Zeit für den einen oder anderen Massenmord. Nach Angaben des statistischen Bundesamtes kündigen jedes Jahr einige Deutsche an, ihre Familie abzuschlachten. Doch Achtung! Sowohl die Technik als auch die Taktik wollen ernsthaft vorbereitet werden. Deshalb hier eine Checkliste für das nächste Fest.

Präambel

Achten Sie auf Motivlosigkeit! Das ist das Faszinierende. Keiner darf verstehen, warum ihre Familie dran glauben muß, vor allem Sie selbst nicht. Auf keinen Fall Abschiedsbriefe hinterlassen, das zerreißt den Schleier des Geheimnisvollen. Wenn's unbedingt einen Grund braucht: Schließen Sie die Augen – und denken Sie an Weihnachten.

Alle sexuellen und kulinarischen Verlockungen auf einem Haufen? Halbnackte Schönheiten jagen Sie kichernd um den Christbaum? Nicht? Eine griesgrämige Alte, die Ihnen die vierte Blümchenkravatte anhält; Schwiegermutter

und Kinder glotzen apathisch in die Röhre. Sie selbst im Unterhemd und durch zehn Bier halb betäubt? – Sie können mit dem Training beginnen.

1. Voraussetzungen

Der erfolgreiche Amokläufer braucht neben körperlicher Fitneß vor allem geistige Stabilität! Überprüfen Sie sich. Sind sie ein unbescholtener Bürger, den die Nachbarn achten? Haben Sie ein eintöniges Berufs- und Familienleben? Sind Sie gelegentlich jähzornig? Brechen Sie immer öfter grundlos in Tränen aus, lebt Ihre Schwiegermutter im Haus? Glückwunsch! Sie erfüllen alle Voraussetzungen für einen guten Amokläufer!

2. Training

Wer glaubt, er könne seine Familie mal eben nebenbei zwischen dem Besinnlichen und den Nachrichten erledigen, irrt. Ein Gemetzel zieht sich und ist anstrengend. Es zählt die Schnelligkeit. Unterschätzen Sie nicht das Fluchttempo ihrer Opfer; Todesangst zapft ungeahnte Leistungsreserven an. Sind Sie zu langsam, können Sie auf Gift zurückgrei-

fen. Zugegeben: nicht ganz so spektakulär – aber dafür effektiv.

3. Waffe

Sprengen? Schießen? Stechen oder Hacken? Das ist eine Stilfrage. Schußwaffen sind ergebnisreich, aber laut. Sie belästigen den Nachbarn. Sprengstoffe fallen aus dem gleichen Grund aus, es sei denn das ganze Haus fliegt in die Luft, das hat wieder Größe. Bleiben Beil, Messer, Hammer. Wer es originell mag, kann Weihnachten die Christbaumspitze nutzen; dem Osterfest verleiht Arsen im Lamm die spezielle Note.

4. Ende

Bedauerlicherweise lassen viele Amokläufer die traditionelle Konsequenz außer acht. Anstatt sich selbst zu richten und die Justiz zu entlasten, lassen sie sich in ein seelisches Tief fallen und verhaften.

Zaudern Sie nicht!, rufe ich Ihnen zu. Beherzt ans Werk! Nur so haben Sie morgen die große Presse. Inklusiv des Sermons, daß der Traditionsverlust Ihnen den Halt in der Gesellschaft genommen und zu dem gemacht hat, was Sie jetzt sind: ein Zeichen der Zeit.

SASCHA MATTERSTOCK



**Gasthof Krone
Eichstätt**

**Tradition in Qualität
und Geschmack**

Gegenüber vom Dom
Kein Ruhetag

RADIO IN
aus dem Herzen Bayerns

**BESSER RADIO (E)IN
ALS RADIO AUS**

IN 95,4 ND 101,2 FI 99,1 PAF 104,8 SOB 94,6

BAR
L'incontro

Vini - Panini - Café
Luitpoldstraße 20 - Eichstätt
9.30 bis 1.00 Uhr

Sie sind anders. Sie schwimmen gegen den Strom. Ihr Konzept: Es gibt keins! Tomato, ein neunköpfiges Designerteam aus London.

Tomato? Der Name leitet sich von T/O.m/TO, einer Familie von Betahormonen, ab. Diese tritt in Gehirnströmen von Menschen auf, die zu Tagträumen, Visionen und zum Gefühl der Schwerelosigkeit neigen.

Begriffen wie „Werbeagentur“, „Designstudio“ oder „Konzept“ kehren Tomato den Rücken zu. Sie mißbilligen das Klischee. „Unsere Arbeitsweise ist eine ausgedehnte Version der Arbeitsweise, die die Leute in den zwanziger und dreißiger Jahren praktiziert haben – bevor es überhaupt ein sogenanntes Grafikdesign gab“, erläutert das Tomato-Mitglied Graham Wood.

Tomato verherrlichen die Programme von Kunstschulen wie Bauhaus oder De Stijl. Zu ihren Vorbildern zählen Wittgenstein, Joyce und Le Corbusier. Die Bandbreite ihrer Arbeiten reicht von Fotografie, Typografie, Plattencover-Gestaltung und Poesie über Werbespots und Kurzfilme samt Soundtracks bis hin zu CD-ROMs, Web-Sites und Techno-Hits.

Tomato gestalteten die Plattencover für die Kult-Clubband „Underworld“ – mit Erfolg. Der Song „Born slippery“ wurde als Soundtrack des Films „Trainspotting“ kurze Zeit später zum Bestseller. Auch der Vorspann für diesen Film stammt aus dem Fundus der neun Engländer.

Bedeutende Firmen stehen Schlange vor den Türen von Tomato. Die Briten produzieren populäre Werbespots für Levis, Reebok, Nike, Adidas, MTV oder BBC.

phy“. Der Name entwickelte sich aus dem Wort AMBIENT, einer Musikrichtung, die sanfte Klänge elektronisch umsetzt.

In ihren Videos greifen die Künstler auf viele verschiedene Medien zurück. Mit ei-



Die Kult-Designer TOMATO

Kreative Denker: Tomato-Gründer John Warwicker (rechts) mit Karl Hyde von der Band Underworld

Wie geht das, „ohne Konzept arbeiten“?

Das Handwerkszeug, dessen sich die Künstler in erster Linie bedienen, ist Text. Die sprachliche Information setzt sich aus Buchstaben zusammen, deren Schwung ihrer Meinung nach eine besondere Stimmung hervorbringt.

Tomato verwendet diese bewegte Typographie vor allem bei Musikvideos. Es entsteht ein Film, in dem Buchstaben und Worte vor gegenstandslosem Hintergrund in ganz unterschiedlichen Formen über den Bildschirm gleiten – und dies alles meist im Rhythmus des jeweiligen Liedes.

Dahinter steckt eine wechselseitige Beziehung zwischen Klängen und Buchstaben: Geräusche werden sichtbar gemacht und Schriftzeichen sind plötzlich auditiv wahrnehmbar. „Mit Hilfe von Dingen, die einen unterschiedlichen Ursprung haben, modellieren wir eine Art Skulptur in Zeit und Raum“, erklärt Designer John Warwicker. Graham Wood spricht von „ambient typogra-

ner Videokamera filmen sie zum Beispiel Wortfragmente auf Hausmauern, Graffiti oder Zeitungsfetzen. Diese verarbeiten sie dann in ihren Filmen.

Die Tomatos setzen auf Schnelligkeit. Sie wollen „realisieren, bevor es dafür schon wieder zu spät ist“. Drei Tage braucht das Team nur, bis es einen neuen Werbespot fertiggestellt hat.

Das Gesamtwerk wird dann erst durch Verknüpfung der vielen einzelnen Teile beim Akt der Herstellung sichtbar. Nichts soll vorher geplant sein. Denn, so sagt Graham Wood von Tomato, „das würde ja schon festlegen, was sich erst noch entwickeln soll, und eigentlich ist der Prozeß viel wichtiger als das Ergebnis“.

Die neun Engländer experimentieren weiter und werden vielleicht zum wegweisenden „kreativen Wildwuchs“ im Jahr 2000. Es ist ihnen gelungen, eine abstrakte Theorie als Synthese aus Philosophie, Musik, Graphik und Medien in die Realität umzusetzen. Tomato – die Kult-Designer der 90er Jahre.

URSULA WAGNER
einsteins 37

Das Tomato-Team
in seinem Büro.



FOTOS: M/GM

Geld isch net s'wichtigste im Leba, aber für Glück und Gesundheit dat i' alles geba", brüllt Dieter Seberle. Immer wieder zeigt der Schwabe auf den grünen Saft in der Plastikschüssel. Wild gestikulierend rennt er im Publikum hin und her. „Jetzt mal im Vertraua, wollet Sie wissa, was die multifunktionale Küchenmaschin' alles kann?“ Nicken von allen Seiten.

Dieter Seberle arbeitet für Reba, einen Groß- und Einzelhandelsbetrieb für Haushaltsgeräte. Er arrangiert täglich bis zu drei Verkaufsveranstaltungen – Hauptziel sogenannter Kaffeefahrten.

Gebannt hängen 25 Damen und 24 Herren zwischen 50 und 65 an Seberles Lippen. Das Wetter begünstigt seine Arbeit: Es regnet in Strömen. Doch auch bei Sonnenschein würde kein Teilnehmer seine Anwesenheit bei der Veranstaltung, die – wie auf der Einladung ausdrücklich betont – freigestellt ist, in Frage stellen. Denn der Ort des Geschehens, die heruntergekommene Sportgaststätte der 400-Seelen-Gemeinde Diepoltsdorf bei Lauf, liegt völlig abgeschieden.

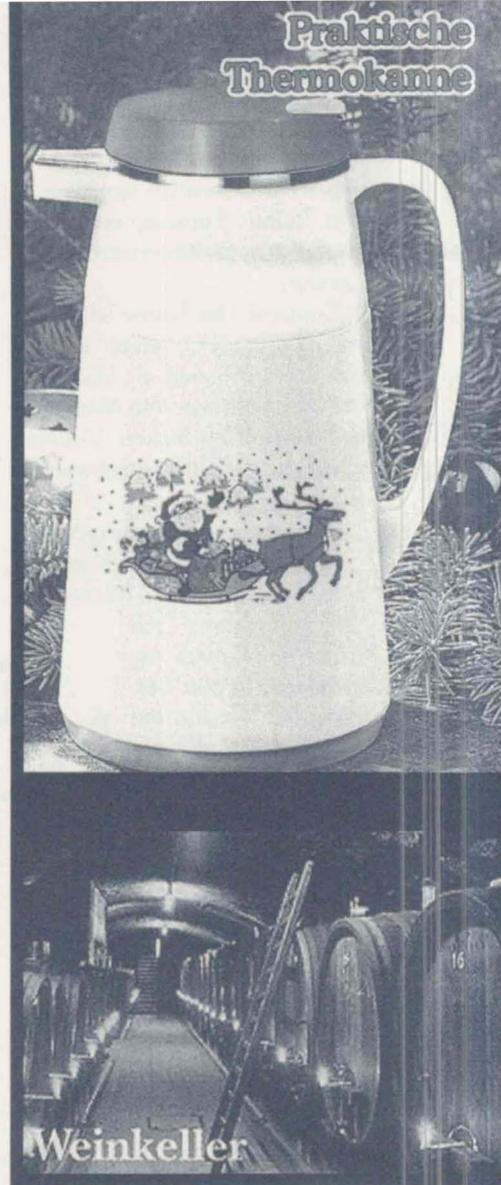
notone Nicken der Zuhörer demonstrieren ihre steigende Achtung vor dem Redekünstler. Während seines Referats hält Seberle einzelnen Teilnehmern Prospekte von „unhandlicheren“ Küchenmaschinen, die „mindestens auf das Doppelte im Preis“ kämen, unter die Nase. Mißtrauische Fragen überhört der Händler. Um ein Uhr mittags hat der Geschäftsmann sechs Küchenmaschinen und sieben Edelstahlpfannen für je 298 Mark sowie zehn „Warmhaltetöpfe“ zum selben Preis verkauft.

Nach Branchenschätzungen haben 1996 viereinhalb Millionen Bundesbürger im Schnitt 100 Mark pro Person bei Kaffeefahrten ausgegeben. Der Bundesverband Deutscher Vertriebsfirmen (BDV) vertritt die Direktvertriebsfirmen, die zu solchen Verkaufsfahrten einladen. Seinen Untersuchungen zufolge sind fast dreiviertel der Teilnehmer „alte Hasen“. Für diese sind Kaffeefahrten immer wieder eine Art Ritus, eine erprobte Tradition.

„Wir brauchen unsere Kaffeeprofis, da sie äußerst zuverlässige Käufer sind. Deshalb sind unseriose Methoden tabu“, meint Die-

ter Seberle. „Klar, man hat so seine Verkaufsgeheimnisse, aber mit gemeinen Drohungen schneidet man sich nur ins eigene Fleisch.“ Der BDV warnt ausdrücklich vor zwielichtigen Veranstaltungen ohne Namen und Adresse der Vertriebsfirma. Auch auf die angekündigten Geschenke hat jeder Anwesende ein Recht – selbst dann, wenn er an der Verkaufsveranstaltung nicht teilnimmt.

„Da hat mich doch vorhin jemand drauf angesprochen...“, unterbricht Seberle die lautstarke Unterhaltung seines Publikums. „Des verlangte Kräuteröl hab i' leider net dabei, dafür aber des



Ihr Ruf könnte schlechter nicht sein. Trotzdem fahren jährlich viereinhalb Millionen Deutsche mit – viele nicht zum ersten Mal: Die Kaffeefahrt lockt Alt und Jung, und alle machen mit.

„Du, ich sag's euch ganz ehrlich, die Maschine gibt's nur heut' und ganz exklusiv für sage und schreibe 1298 Mark, des isch doch was, oder?“ Nach drei Stunden Reden und Vorführen verrät Dieter Seberle endlich den Preis des fußballgroßen, silbrig glänzenden Küchenwunderwerkes. Um die Nebensächlichkeit der ungewöhnlich hohen Kosten zu betonen, erzählt der Verkäufer im selben Atemzug, daß seine Oma – dank Rote-Bete-Saft – bereits „stolze 85 Lenze“ zählt und driftet übergangslos in einen Exkurs über den kommenden Euro ab. Die aufgerissenen Augen und das mo-

neue Fußpflegeöl – des hilft genauso.“ Als auch der Letzte im Saal überzeugt ist, daß das Fußpflegeöl das beste Mittel gegen Hühneraugen, Warzen, Krämpfe, Kopfweh, Schründen und Erkältungen ist, wird das „leckere und reichhaltige Mitagessen“ serviert – inzwischen leider kalt. Seberle verkauft währenddessen zwölf Fußpflegeöle zu je 30 Mark. Die Zeit drängt. Schon werden die Tische wieder abgeräumt und die Getränke kassiert. Mit Applaus verabschiedet die Reisegruppe den Händler.

Beim Rausgehen drückt er jedem wahlweise eine „echt vergoldete Taschenuhr“, einen „Porzellan-Zierteller“ oder – für Paare – eine „Kaffeemaschine für bis zu 12 Tassen“ in die Hand. So mancher

Tanja-Reisen
lädt herzlich ein!

Große Spatsommertour

viel Spaß,
gute Laune
und tolle
Unterhaltung

Zaunhaftige Romantikfahrt
nach

Wasserburg am Bodensee

Fahrpreis:
1. Person nur DM 19,90
2. Person kostenlos !!
Mit allen Leistungen!

Besser als kalter Kaffee

besonders
erholsamen
Urlaubstag!

Zehnmarkschein wandert in die Tasche seines Sakkos. Der Bus wartet bereits.

„Meist wenden sich Firmen, wie Reba, Tanja- oder Peter-Reisen mit einem Pauschalangebot an einen Reiseveranstalter“, berichtet Busunternehmer Josef Schwaiger aus Schrobenhausen. „Sie bezahlen um die 1000 Mark pro Fahrt. Wie sie das bei meist halbleeren Bussen und dem niedrigen Fahrpreis finanzieren, kann ich mir nicht erklären. Anscheinend bringt der Verkauf der Waren genügend Einnahmen.“

„19 Mark 90 für einen Tag im Lebkuchentraumland“, so lautete die vielversprechende Schlagzeile auf dem Anmeldeformular. Der „erlebnisreiche Besuch im einmaligen Lebkuchenparadies der be-

kannten Spezialisten Haerberlein-Metzger“ steht als nächstes auf dem Kaffeefahrtprogramm. Vollbepackt mit Haushaltsutensilien fahren die Kaufwütigen gut gelaunt Richtung Nürnberg.

Dicht zusammengedrängt steht die Reisegruppe am späten Nachmittag in einer eiskalten Halle im „Lebkuchendorado“. Es gibt keine Stühle und keine Tische. Durch den Stau auf der Autobahn und den Ausfall der Busheizung konnte die „Panoramafahrt in die Lebkuchenstadt“ nicht so recht genossen werden. Während zwei Angestellte die „beliebte Glühweinprobe“ und die „kurzweilige Filmvorführung“ in Windeseile ausrichten, bleibt für die „einmalig günstige Möglichkeit, preiswerte Schnäppchen zu ergattern“

genügend Zeit. Später im Bus stapeln sich die Einkaufstüten, und der in der Hektik überstürzt getrunzene Glühwein sorgt trotz Kälte für zünftige Stimmung. Ein dickbäuchiger Rentner stimmt „Lustig ist das Zigeunerleben“ an. Anscheinend sind alle Beteiligten sehr zufrieden mit dem Verlauf des Tages. „Ich bin doch froh, wenn ich mal von daheim rauskomm“, und in zwei Wochen geht's auf die nächste Kaffeefahrt nach Franken ins Weinparadies“, sagt eine kleine Dame lächelnd. Ein rüstiger Greis versichert: „A bißl' a Geld muß ma' doch ausgeben, daß andre au ihre Freud' haben. I' freu mich vor allem, wenn ich bei Kaffeefahrten Gleichgesinnte treff'. Daheim bin i' eh nur allein.“

URSULA WAGNER

Der Werbeprospekt verspricht verheißungsvoll einen besonders erholsamen Urlaubstag mit viel Spaß und Unterhaltung. Die Realität, sieht bekanntlich ganz anders aus. Es handelt sich um eine reine Werbeveranstaltung.

Winter 97/98 ▼ eine Auswahl



Florian Breunig
Markchancen des digitalen Fernsehens
 Eine Untersuchung zur Einführung digitaler Spartensender. Analyse der Marktsituation und der Positionen der Akteure.
 200 Seiten, DM 39,-
 ISBN 3-88927-214-2

Helmut Scherer, Hans-Bernd Brosius (Hrsg.)
Zielgruppen, Publikumssegmente, Nutzergruppen
 Beiträge aus der Rezeptionsforschung
 290 Seiten, DM 39,-
 ISBN 3-88927-203-7



Hans Wagner
Erfolgreich Kommunikationswissenschaft (Zeitungswissenschaft) studieren
 Einführung ins Fach und das Studium
 376 Seiten, DM 39,-
 ISBN 3-88927-194-4

Thilo Röscheisen
Film- und Fernsehproduktion für internationale Märkte
 Perspektiven für die Entwicklung einer international erfolgreichen Programmindustrie
 198 Seiten, DM 39,-
 ISBN 3-88927-206-1



Oliver Hahn
ARTE - Der Europäische Kulturkanal
 Eine Fernsehsprache in vielen Sprachen
 580 Seiten, DM 59,-
 ISBN 3-88927-213-4

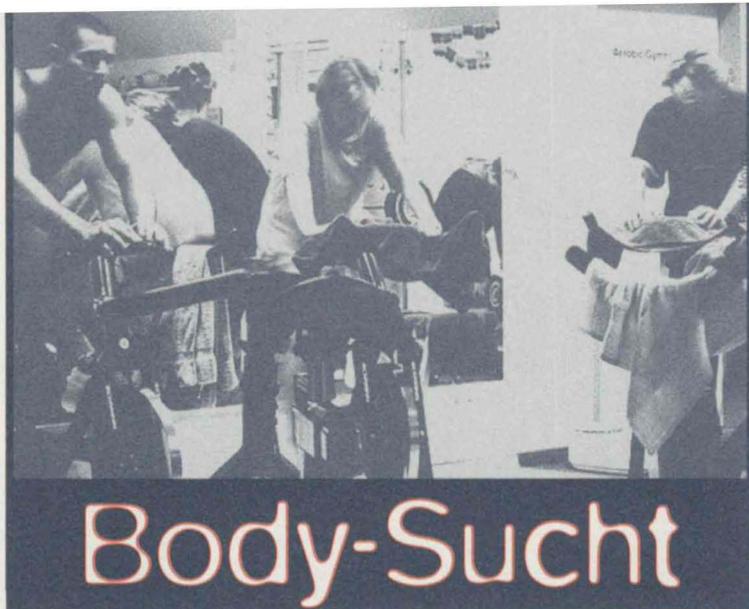
Hans Magnus Enzensberger
 Herausgegeben von Peter Glotz
Baukasten zu einer Theorie der Medien
 Kritische Diskurse zur Pressefreiheit. Fünf herausragende Aufsätze.
 169 Seiten, DM 29,80
 ISBN 3-88927-162-6



Thomas Bohrmann
Ethik - Werbung - Mediengewalt
 Werbung im Umfeld von Gewalt im Fernsehen. Eine sozioethische Programmatik.
 309 Seiten, DM 39,-
 ISBN 3-88927-211-8

Verlag Reinhard Fischer

Weltstr. 34, 81477 München
 Tel: 089 / 791 88 92
 Fax: 089 / 791 83 10



Fit for fun? Das war einmal. Body-Tuning hat sich zum regelrechten Wahn gewandelt.

Es gab kaum eine Zeit, in der das Stemmen von Gewichten und Gymnastik zu 170 Beats pro Minute (Aerobic) so populär war wie heute. Twiggy, Arnold Schwarzenegger oder Claudia Schiffer geben vor, was heute schön ist. Der Durchschnittsmensch versucht durch Mode, Diäten oder exzessiven Sport diesem Ideal näher zu kommen. Attraktivität wird mit Erfolg gleichgesetzt. So entsteht ein regelrechter Körperkult, und so avancieren Fitnessstudios zu Kultstätten.

Früher war die Hantelbank verschrien als das Sportgerät von Zuhältern. Die Anerkennung, die der Kraftsport in Amerika Anfang der achtziger Jahre schon hatte, wurde ihm in Deutschland noch verwehrt. „Es fehlt eine Persönlichkeit, die für den Fitneßsport steht, so wie Boris Becker für Tennis“, erklärt Michaela Eichhorn, Betreiberin eines Fitneßstudios. Doch auch in Deutschland gehört das Fitneßstudio mittlerweile zum alltäglichen Leben. Heute unterscheidet man bei diesem Sport allerdings verschiedene Philosophien. Es gibt immer noch die „Muckibuden“, in denen Möchtegern-Arnolds schwitzen. Es finden sich aber auch Studios, bei denen sehr viel Wert auf die Ausgewogenheit des Trainings gelegt wird.

Doch egal, welche Philosophie bevorzugt wird, das Ziel der Schwitzenden bleibt gleich. Sie wollen ihrem Ideal näherkommen. Für die einen lautet die Devise: das Fett muß weg, für die anderen: die Muskeln müssen her. „Viele kommen mit einer konkreten Vorstellung, wie ihr Körper aussehen soll“, sagt Michaela. „Wichtiger ist aber, daß man aus seinem eigenen Körper das Beste macht.“

Dennoch gibt es immer mehr Menschen, die dem Fitneßwahn verfallen. Sie geraten in einen Teufelskreis aus Diäten und exzessivem Training. Diese Fitneßfreaks verbringen fast ihre gesamte Freizeit in Studios. Weder Grippe noch Muskelzerrungen können sie vom Training abhalten. Sind sie gezwungen, eine Pause zu machen, plagt sie das schlechte Gewissen. Viele Betroffene empfinden das Pensum, das sie leisten, als normal. Einsichtig werden sie, wenn überhaupt, erst nach einem totalen Zusammenbruch.

Michaela zieht die Grenze zum extremen Körperkult an einer anderen Stelle: „Wenn jemand Schilddrüsenhormone nimmt, damit er Gewicht verliert, oder mit Anabolika das Muskelwachstum steigert, hat das nichts mehr mit Sport zu tun.“ **SIMONE NOTTER**

Achtung, trendy!

In der Jugendkultur rumort es. Die Jugendszenen wehren sich gegen ihren kommerziellen Ausverkauf durch Mode- und Sportfirmen. **einsteins** sprach mit **Michael Müller, Chef der Münchner Agentur Krauts PR**, über Kitsch und Kommerz, alte Werte, Anzüge und Kostüme, Skater und Marketingexperten.

Anscheinend findet eine Trendwende unter den Jugendlichen statt. Immer mehr Klassiker werden zu „In“-Marken. Gibt es eine Neubewertung abseits vom Kommerz?

In den letzten Jahren wurde alles schneller. In rasendem Tempo überholten sich neue Mode-, Musik- oder Funsport-Trends. Das ging so weit, daß jetzt so etwas wie eine Rückbesinnung stattfindet. Man spricht vielleicht nicht mehr ganz so laut darüber, ob ein Thema „hip“ ist.

Eigenschaften wie Qualität, Preis oder Authentizität gewinnen bei vielen jungen Menschen wieder an Bedeutung. Da kann es schon sein, daß der eine oder andere Klassiker wie etwa Anzug oder Kostüm bei der jungen Zielgruppe wieder auf offene Ohren stößt.

Man redet zunehmend von einem Zuviel an Marken und Produkten. Was sind die Folgen?

Die Jugendlichen selektieren immer differenzierter. Eine Generation, die von klein auf gelernt hat mit der heutigen Medienvielfalt und der Informationsflut umzugehen, kann sehr genau unterscheiden, ob eine Firma sich bei ihrem Angebot ernsthaft mit Jugendthemen auseinandersetzt oder dieses Image nur konstruiert. Ein »unechtes« Angebot wird immer häufiger entlarvt und dann abgelehnt. Das Markenbewußtsein ist vor allem bei den 14- bis 29-jährigen hoch. Zusätzlich beeinflußt das eigene Umfeld, insbesondere der Freundeskreis, die Wahl der Marke wesentlich.

Welche Branchen bekommen den Wandel am stärksten zu

spüren. Sport, Musik oder Mode?

Der Textilhandel klagt bereits seit einiger Zeit über schlechte Abverkäufe, und doch gibt es neue und alte Modemarken, die mit interessanten Konzepten beachtliche Erfolge erzielen. Der Sportmodebereich erfreut sich aber weiterhin wachsender Beliebtheit.

In den 80ern haben unter anderem Bands wie etwa Run DMC oder Beastie-Boys-Kleidungs-trends gesetzt. Wie wichtig ist der Faktor Musik und Sport für Bekleidungstrends?

Die Hip Hop-Kultur hat sich schon sehr früh auch über Markennamen ausgedrückt. Run DMC hatten auf einer ihrer frühen Platten sogar ein Stück mit dem Titel „My Adidas“.

Die Turnschuhsammlung war ein wichtiges Statussymbol dieser Kultur. Im Sport haben vor allem Snowboarder neue modische Impulse gesetzt, die stark von der kalifornischen Surf- und Skateboardszene geprägt waren und später von einigen Modefirmen übernommen wurden. Das Dreigestirn Sport - Mode - Musik beeinflußt sich ständig gegenseitig.

Welche Richtung muß eine Marke einschlagen, um Jugendliche zu erreichen?

Eine ehrliche Auseinandersetzung mit der Zielgruppe ist eine gute Basis. Vielleicht sollten die Marketing-Entscheider tatsächlich einmal gemeinsam mit ganz unterschiedlich interessierten Jugendlichen an einem Tisch sitzen. Man sollte wissen, mit wem man es zu tun hat, bevor man voreilig auf das falsche Pferd setzt. Jugendmarketing ist in aller Munde,

und es droht mittlerweile eine ähnlich falsche Interpretation wie bei der Kommunikation mit den sogenannten »neuen Alten«. Es gibt eben keine allgemeingültige Zauberformel.

„No future“, die Null-Bock-Jugendlichen, das war einmal. Wohin geht der Lifestyle im auslaufenden Jahrtausend?

Die Jugend ist spaßorientiert und konsumfreudig, aber eben auch kritisch gegenüber aufwendigen Markenauftritten.

Sie interessieren sich für Technik. Die Clique wird zur zweiten Familie. Es entwickeln sich ständig neue Gruppen, Szenen und Subkulturen mit völlig unterschiedlichen Verhaltensmustern.

Die Veränderungen vollziehen sich zum Teil in so hoher Geschwindigkeit, daß man nur durch den ständigen Dialog mit der Jugend verstehen kann, in welche Richtung es gerade geht.

INTERVIEW: STEPHAN LEY

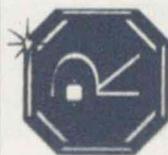
Zur Person

Michael Müller, machte sich 1993 mit einer eigenen Agentur selbständig. Er betreut unter anderem Projekte für verschiedene Sport-, Mode- und Musikkunden aus Deutschland, den USA und England. Mit dem „Krauts Navigator“ veröffentlicht der PR-Berater außerdem ein Kompendium, das auf rund 100 Seiten einen umfassenden Überblick zur deutschen Jugendkultur bietet, die sich vor allem über ihre Freizeit- und Mediengewohnheiten bestimmt.

Swatchch+

So mag ich's
ab 65.-

Juwelier
REIMANN
EICHSTÄTT



Istanbul-Imbiß

Luitpoldstr. 7
Eichstätt



geöffnet
9 bis 23 Uhr

DÖNER KEBAP

China - Restaurant

JADE

翡翠酒樓

Pfahlstraße 33
85072 Eichstätt
Tel. + Fax 08421/8380



Geöffnet von
11.30-15.00 u. 17.30-23.30 Uhr
Kein Ruhetag

CAFÉ IM PARADEIS

Marktplatz 9
85072 Eichstätt Altmühl
☎ 0 84 21/33 13
Telefax 33 13



PARADEIS
1312 1313
KELLER

Täglich geöffnet: Das lebendige Café in historischen Räumen,
direkt am Marktplatz, große Terrasse.

Reichhaltiges Frühstücksangebot, kleine Gerichte zum Mittag- und
Abendessen. Wir empfehlen unsere Räumlichkeiten für kleinere
und größere Veranstaltungen, Familienfeiern und Tagungen.

Seit diesem Sommer geöffnet:

Der Paradeis-Keller. Die stilvolle Bar im historischen Gewölbe.

Wir laden Sie ein: Di. - Do.: 20.⁰⁰-1.⁰⁰ Uhr • Fr. - Sa.: 19.⁰⁰-2.⁰⁰ Uhr
So. - Mo.: geschlossen

Freiheit um jeden Preis

Scientology – eine kirchliche Gruppierung oder Bedrohung für den Staat? **einsteins** im Gespräch mit dem Eichstätter Pfarrer Alois Haslbauer.

Mit der Verordnung vom Juni 1997, die religiöse Gruppierung der Scientology Church vorerst ein Jahr durch den Verfassungsschutz überwachen zu lassen, hat sich Deutschland in die Zwickmühle gebracht. Sensibel der Machtübernahme durch die Nationalsozialisten 1933 wegen, wittert man bei der undurchsichtigen Religion ebenfalls eine Gefahr für den Staat. Doch dem resoluten Durchgreifen folgte Kritik aus dem Ausland. Allen voran wirft das Außenministerium der Vereinigten Staaten der Bundesregierung die Beschneidung der Religionsfreiheit vor. **einsteins** bat einen Vertreter der Amtskirche, Pfarrer Alois Haslbauer, um eine kurze Stellungnahme zur „Bedrohung des Staates“ durch Scientologen.

Wie würden Sie die Scientology Church charakterisieren?

Das ist für mich eine Gruppe wie viele andere auch. Sie versprechen dem Menschen Heil für ein besseres Leben und sind soweit auch legitim. Mich stört allerdings, daß sie Wörter wie Gott und Religion benutzen, obwohl sie dessen Inhalt nicht näher beschreiben. Ich denke, daß sie wohl eher ein Wirtschaftsunternehmen sind.

Weshalb nennt sich Scientology Ihrer Meinung nach eine Kirche?

Das erlaubt, im analogen Sinn Begriffe wie Heilslehre und Glück zu verwenden. Schlicht gesagt handelt es sich dabei um einen Etikettenschwindel. Die Kirche wendet sich an alle, Scientology nur an die, die Geld haben.

Wo liegt Ihrer Meinung nach die Gefahr von Scientology?

In der Abhängigkeit von den

Kursangeboten, denn bis ich die Freiheit erlangt habe, brauche ich das ganze Leben. Außerdem bin ich ohne Geld für die Gruppe nicht mehr interessant. Die soziale Verantwortung bleibt auf der Strecke, spaltet somit also die Gesellschaft und macht sie kaputt. Und sie wollen ihre Interessen einbringen, deshalb sind vor allem Beamte in Schlüsselpositionen und Manager interessant.

Sehen Sie eine Verschwörung gegen den Staat?

Seit es Geheimgruppen gibt, gibt es diese Befürchtungen. Zu recht oder zu Unrecht – man unterstellt ihnen, daß sie die Weltherrschaft wollen. Ich denke, man sollte aufmerksam sein.

Könnte Scientology die Kirche der Zukunft sein – nur der einzelne zählt, und er soll losgelöst von allem existieren?

Sie sind die neuen Sinnanbieter, und auf den ersten Blick scheint alles sehr interessant. Man kann es sich mal anschauen, sollte aber kritisch bleiben. Wie geht man beispielsweise mit Schwächen um, und kann man aussteigen? Man sollte sich mit keiner Gruppe total identifizieren.

Was kritisieren Sie an der „Religion“ der Scientologen?

Es kommen Elemente aus der „Science fiction“ mit rein. Es findet ein völliges Absehen von den Problemen dieser Welt statt. Diese Ideologie ist zutiefst menschenverachtend, denn der Mensch ist und bleibt erdverhaftet.

Dabei bieten sie doch wirklich attraktive Sachen an, wie zum Beispiel diese Schulungen für Manager, aber weshalb muß man daraus gleich eine Religion machen – das nervt mich ziemlich.

INTERVIEW: CLAUDIA SCHEIDERER

Stichwort

Scientology

„Die Lehre vom Wissen“: Studium der Seele in Beziehung zu sich selbst, zu anderem Leben, zum Universum. Ziele sind die geistige Befreiung, Selbstbestimmung und ein Bewußtsein über sich selbst.

Das Programm: Lösung von Problemen in Aspekten wie Kommunikation, Ehe und Partnerschaft. Sie stehen dem geistigen Fortschritt im Wege. S.C. will helfen, das Bewußtsein anzuheben.

Grundsätze: Geistige Freiheit und Erlösung sind solange nicht möglich, als der Mensch in unlösbar erscheinenden Problemen verstrickt ist und ihm wirkliches Verstehen fehlt. Diese Ziele sind nur zu erreichen, wenn der Mensch auch für das Heil seiner Mitmenschen Sorge trägt.

Die Hierarchie: Es gibt sechs Kirchenstufen. Die unterste stellt die Mission dar. Die oberste ist die sogenannte Flag Ship Service Organisation und befindet sich an Bord des Schiffes „Freewinds“.

Clear: Zustand oder Person. Er ist vernünftig, da er mit ihm zur Verfügung stehenden Daten die bestmöglichen Lösungen aufstellt. Ein Clear ist ein Wesen, das seinen eigenen reaktionären Verstand nicht mehr hat.

Dianetik: Eine von L. Ron Hubbard entwickelte Methodik, die dabei helfen kann, unerwünschte Empfindungen und Emotionen zu lindern. Wichtig: Was die Seele dem Körper durch den Verstand tut.

Die Unruhe macht sich in Katrin jeden Sonntagabend breit. Pausenlos schaut sie dann auf die Uhr, schließt die Tür ab, stößelt das Telefon aus. „Gleich beginnt meine heilige halbe Stunde“, erzählt die 21jährige Studentin und schaltet den Fernseher ein. ARD, erstes Programm. „Gleich darf mich wirklich niemand mehr stören“, sagt sie und schaut gebannt auf den Apparat. Dann ist es endlich 18.40 Uhr. „Lindenstraße“ – groß wird das Straßenschild eingblendet. Mutter Beimer alias Marie-Luise Marjan kommt ins

„Verbotene Liebe“ – fast alle Seifenopern gibt es schon seit Jahren. „Mir wird in Seifenopern immer eine interessante Welt vorgespielt“, erzählt die 29jährige Heidrun, die fast keine Folge vom „Marienhof“ verpaßt hat. „Wenn doch schon in meiner richtigen Nachbarschaft so wenig los ist...“

Seifenopern sind immer für ein Jubiläum gut. 1997 wurde bereits die 600. Folge Lindenstraße gesendet, rund acht Millionen Serien-Fans schauen jeden Sonntag zu und formieren sich in Fanclubs mit Namen wie „Ano-

„Daily Soaps“ ist ähnlich gigantisch, das Serien-Motto „Es wird viel passieren“ ist für die „Marienhof“-Macher Programm geworden. Wurde die Serie von 1992 bis 1994 zunächst dienstags und donnerstags ausgestrahlt, stieg das Team 1995 auf die tägliche Sendung um. Inzwischen wird jeden Tag eine neue 25minütige Folge produziert, die 750ste wurde am 19. Juni 1997 ausgestrahlt. Im Jahr 1995 erreichte der „Marienhof“ laut MediaAnalyse einen Marktanteil von 25 Prozent, 1996 lag er sogar bei über 30



Seifenschaum

Lindenstraße, Marienhof oder Verbotene Liebe – alles fast wie im richtigen Leben. Meinen zumindest die Serien-Fans...

Bild und diskutiert mit Filmsohn Klaus. Katrin wendet ihren Kopf nicht vom Fernsehbildschirm ab.

30 Minuten später ist schon wieder alles vorbei. „Ich werde sie umbringen, die Hure“, schwört Lindenstraßen-Blumenverkäufer Olaf Kling und reißt seine Augen weit auf. Dramatische Musik, der Abspann. Was jetzt passiert? Das wird Katrin wie alle anderen Lindenstraßen-Fans erst eine Woche später erfahren.

„Warum ich Lindenstraße schaue? Weil ich die Spannung liebe, mit der ich mich auf die nächste Folge freuen kann“, erklärt Katrin, deren Leidenschaft sogar ihren Terminkalender bestimmt. „Sowas wie die Lindenstraße muß man einfach anschauen. Ist doch echter Kult geworden!“ fährt sie fort.

Die Passion von Katrin teilen sich Millionen von Serienfans. Die Auswahl an Seifenopern ist groß, für fast jeden Geschmack wird die passende Serie ausgestrahlt. Ob „Lindenstraße“, „Marienhof“, „Gute Zeiten – schlechte Zeiten“ oder

Interessengemeinschaft „Lindenstraße“ oder „Rehlein“ (Spitzname von Berta Griese). „Ich finde es mutig, daß die ‚Lindenstraße‘ Themen aufgreift, die aktuell sind – egal ob Aids oder Homosexualität“, sagt Katja (24). Grenzen kennt der Serien-Kult keine. Es kommt vor, daß sich im Pressebüro der Lindenstraße Beileidsbriefe oder Bewerbungen um die freie Wohnung stapeln, wenn ein Schauspieler den Serientod sterben mußte. Der Erfolg der

Prozent. Auf einem ähnlichen Niveau siedeln sich die Anteile von „Verbotene Liebe“ an.

Rettung übrigens für alle, die die nächste Folge ihrer Lieblingsserie nicht abwarten können: Im Internet sind viele Seifenopern vertreten, damit Fans die Wochenvorschau lesen und mit anderen Fans diskutieren können.

STEFANIE BLEY

Es lebe die Familie! Onkel Franz (l.) ist bei Helga Beimer (m.) in der Lindenstraße allerdings selten ein willkommener Gast zum Essen.



Das einsteins-Rätsel

Aha, Sie gehören also auch zu den Lesern, die eine Zeitschrift zuerst nur durchblättern und beim Rätsel hängenbleiben!

Bitteschön, auch das ist schon eine Art Kult!!! Aber bei diesem Rätsel kommen Sie nicht darum herum, die Artikel auch zu lesen.

4) In welchem Ort ist Krishna vor 5 000 Jahren erschienen?

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

3) Wie lautet Berta Grieses Spitzname in der „Lindenstraße“?

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

5) Wie heißt das Dorf bei Ingolstadt, das durch seine Dorfdisco am Wochenende die Großstädter anlockt?

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

2) Wer singt die VfL-Bochum-Hymne „Tief im Westen“?

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

6) Wie nennt man das vierte Prinzip der japanischen Teezeremonie, das für die „Ruhe des Geistes“ steht?

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

1) Wie heißt das Alkaloid, das im Indianer-Rausch-Kaktus „Peyote“ vorkommt?

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Na, so einfach soll's dann auch nicht sein! Das Lösungswort ist noch verschlüsselt. Der Code: Die Buchstaben müssen durch ihre „Nachbarn“ im Alphabet ersetzt werden. Dazu muß man um eine bestimmte Anzahl an Buchstaben zum Anfang des Alphabets zurückgehen (von A wieder über Z).

Ein Tip für alle, die diese Zahl nicht erraten wollen und in der Schule „Caesar“ gelesen haben: „Gallia est omnis divisa in partes...“? Als Lösungswort ergibt sich der Name eine Comic-Figur, die tierischen Kultstatus hat.

ANTJE KÜCKEMANN

Das Lösungswort: ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Kalkofe

BEI UNS IST ES AM SCHÖNSTEN!

Die Welt ist groß und in der Regel rund. Der Länder gibt es viele und die Menschen, die in ihnen wohnen, sind schon rein zahlenmäßig auch nicht gerade wenig. Sie unterscheiden sich in Sprache, Form und Farbe, wie auch in ihren ritualisierten Verhaltensmustern voneinander. Der Asiate beispielsweise ist klein und gelb, kann keinen Cappuccino kochen und zieht überall ungefragt die Schuhe aus. Weil viele Leute das ziemlich asozial finden, muß er Karate können. Der Indianer ist stolz und rot und tapfer und stirbt immer im dritten Teil. Manchmal merkt er aber auch, daß er eigentlich noch gar nicht tot war, geht zum ZDF und kehrt zurück – dann ist er ein peinlicher alter Tatterkreis und spricht aus Frust nur mit schwuchtelig französischem Akzent.

Der Europäer ist im Grundton hell, zwischen käsig und angebrannt, je nach Anbaugebiet, und auch sonst regional sehr verschieden. Der Italiener zum Beispiel ist trotz Goldkettchen eher gelassen, hat eine lange Nudel und beendet fast jedes Wort mit einem ‚e‘ („Eine Grappa aufe Hause?“). Der Franzose hingegen ist immer hektisch, raucht dabei selbstgedrehte Fluppen und denkt pausenlos nur ans Ficken, was ihn in eine ständige Existenzkrise führt.



Dem Holländer ist absolut alles scheißegal, deshalb züchtet er Tomaten ohne Geschmack und entwickelt Fernsehshows. Der Deutsche letztendlich ist ganz anders. Er ist überdurchschnittlich intelligent, gutausschend und glaubt das meistens sogar wirklich. Häufig ist er aber auch etwas klein und gedrungen, doch das akzeptiert er mit Würde. Früher versuchte er einmal, groß und blond zu sein, aber das ging auch in die Hose. Dafür ist er aber korrekt, fleißig und kommt stets pünktlich, selbst wenn er gar nicht weiß wohin. Wenn der Deutsche nach dem Sinn des Lebens sucht, füllt er ein Formular aus oder klemmt Zettel an die Windschutzscheibe von Falschparkern. Ironie hält er für eine Krankheit und Humor macht ihm Angst, außer er kennt die Pointe. Deshalb versucht er seit Jahrzehnten, ihn mit Sketchparaden, Karnevalsumzügen und Schmunzel-Shows, in denen spaßige Sparkassenangestellte antike Witze erzählen, endgültig auszurotten. Wenn gar nichts mehr klappt, hört er Blasmusik oder häkelt lustige Hütchen für sein Toilettenpapier. Aber manchmal lächelt er auch heimlich, und das macht ihn sympathisch...und uns alle ein klein wenig stolz, daß wir dazugehören dürfen!

OLIVER KALCOFE

einsteins

Herausgeber:

Walter Hömberg,
Lehrstuhl für Journalistik I,
Katholische Universität
Eichstätt

Redaktionsanschrift:

einsteins, Studiengang
Journalistik, Ostenstraße 26,
85072 Eichstätt, Tel. (08421)
93-1564, Fax 93-1786

Redaktionsleitung:

Ralf Hohlfeld

Chefredaktion:

Mai Laubis,
Georg Kleesattel, Sascha
Matterstock, Ela Zimmermann

Autoren:

Diana Bauhammer,
Stefanie Bley, Margit Buch,
Joachim Dangel, Florian
Dötterl, Raul Gonzalez, Michael
Harnischmacher, Oliver
Kalkofe, Georg Kleesattel,
Barbara Kraupa, Lena Kuder,
Antje Kückemanns, Mai Laubis,
Tanja Liebmann, Stephan Ley,
Sascha Matterstock, Simone
Notter, Jan Pawlofsky, Claudia
Scheiderer, Ines Treffler, Ursula
Wagner, Dirk Weber, Ela
Zimmermann, Christina Zuber

Layout:

Florian Dötterl,
Michael Harnischmacher,
Stephan Ley, Sascha
Matterstock, Jan Pawlofsky

Bildredaktion:

Stefanie Bley,
Margit Buch, Raul Gonzalez,
Claudia Scheiderer, Dirk Weber

Anzeigenredaktion:

Diana
Bauhammer, Georg Kleesattel,
Barbara Kraupa, Ines Treffler

einsteins erscheint jährlich im
Eigenverlag.

Auflage: 800 Exemplare

Druck: Eichen-Druck,
Ingolstädter Straße 54, 85072
Eichstätt

Wir danken den Inserenten und
der Fima Lancôme für die finan-
zielle Unterstützung.

...namen wie Horch, DKW, Audi, Wanderer oder NSU bringen den Automobilkenner ins Schwärmen. Für uns sind die vielen „Klassiker“, die in den Werken unserer Gründerfirmen kreierte wurden, nicht das Wesentliche. Sondern die in rund hundert Jahren gewonnene Erfahrung, die es uns heute möglich macht, im Sinne des Menschen zukunftsweisende Automobile zu bauen. Neu zum Thema: Das Audi Traditionsvideo. DM 20,- zzgl. Versandkosten. Nähere Infos: 0 84 58/32 95-21.



**Das haben wir vielen
Automobil-Herstellern voraus:
Vergangenheit.**

IDT Industrie- und Dichtungstechnik GmbH



- Ideen
- Dienste
- Transparenz



● Werk Kupferring

Gewerbering 6,
D-09456 Annaberg-Buchholz

Postanschrift

Postfach 100 152,
D-09441 Annaberg-Buchholz

Telefon: (0 37 33) 5 05-0
Telefax: (0 37 33) 50 51 01

Deutschland

● **TRIPP**[®]

Liebigstraße 15, D-85551 Kirchheim

Postanschrift

Postfach 13 29,
D-85543 Kirchheim

Telefon: (0 89) 99 18 83-0
Telefax: (0 89) 9 04 39 67

Deutschland

● Werk Essen

Adlerstraße 18, D-45307 Essen

Postanschrift

Postfach 130 270, D-45292 Essen

Telefon: (02 01) 8 55 11-0
Telefax: (02 01) 8 55 35 55

Deutschland