

28. Mai 2025

Wie viele in meiner Generation ewig Jugendlicher, träume ich davon, ein großer Reportagefotograf zu werden, wenn ich einmal groß bin. Ich reagiere fuchsig, wenn jemand sagt:

„Sag mal in welchem Jahrhundert lebst du eigentlich? Glaubst du allen Ernstes, irgendeine Redaktion würde dir noch zehntausend Mark in die Hand drücken plus Spesen, sagen: ‚Dann machen Sie mal!‘ und dich First Class nach Übersee schicken? In welcher Nostalgie bist du denn unterwegs?“

Mit der Nostalgie verhält es sich wie mit dem Schwitzen: wenn man viel arbeitet, versagt irgendwann auch der effektivste 24-Stunden-Schutz. Man muss sich ständig nachbestäuben und die Verklärung in Schach halten, solange zumindest, solange der Geruch nicht Teil einer eigenen *Marke* ist, die sich wieder erfolgreich in der Gegenwart etabliert. Einigen wenigen gelingt das: verlottert auszuschauen, vor sich hinzumüffeln und als stilbildenes Original durchzugehen. Meistens erst, wenn man sie nicht mehr riecht, sondern nur noch Geschichten über sie erzählt. Der amerikanische Schriftsteller Richard Yates war so einer. Er hat Bücher mit Worten gemeißelt, in Löchern mit Ungeziefer gehaust und eine strenge Diät aus Whiskey und Joghurt befolgt. Er hielt in der linken eine Zigarette und zog mit der rechten das mobile Sauerstoffgerät nach sich. Als er einmal beide Hände frei hatte, leerte er einem Kretin einen Topf Spaghetti über dem Kopf aus.

Zurück zur Nostalgie. Biopics haben Hochkonjunktur, *based on an incredible real story*. Weil diese Gegenwart uns nur noch ein großes

Fragezeichen ins Gesicht drückt? Dank dieser hochauflösenden Welt lachen wir, wenn wir auf einen Schuhkarton mit alten Fotos stoßen: wie wir damals aussahen mit unseren Potthaarschnitten, Nickis und braunen Schuhen! Dass wir uns nicht was geschämt haben! Wie harmlos oder ärmlich uns das alles vorkommt, wenn das Trägermaterial sich wölbt und vergilbt.

Wir wähnen uns sicher auf der *perfekten Oberfläche*. Jetzt kopieren wir alles, was als stilbildend gilt und lassen es flugs in Fernost produzieren. Wir sind wandelnde Zitate, Eklektiker. Jemanden kennen heißt, jemand zu dekodieren. Wir verschieben unsere markenbewussten Erinnerungsfragmente in die Schönwettercloud, von der wir annehmen, dass sie uns wie ein treues Hündchen überallhin begleiten wird. Auch die Erinnerung wird zum abrufbaren Zitat. Der berühmte Satz Marcel Prousts von Madeleine und Lindenblütenaufguss käme heute nicht ohne einen Verweis auf Hersteller bzw. Marke aus. Erst Markennamen oder Markenbotschafter helfen der Erinnerung auf die Sprünge, kaum der Geschmack. *Krapp's Last Cloud*.

Die Vergangenheit wusste damals genauso wenig wie wir, wie schnell sie überholt aussehen würde. Heute führen wir sie vor, indem wir beweisen:

So perfekt und stilsicher hättest du damals ausschauen müssen. Aber du kamst einfach zu früh. Wir können zwar nicht Original wie du, aber dafür können wir es besser!

Ein Scan und ab in die Kiste.

Hochauflösende, epigonenhafte Zeit: was hast du zu bieten, das nicht innerhalb weniger Sekunden mit einem Wisch wieder vom Bildschirm verschwunden ist? Welche Nachbilder werden bleiben? Liegt irgendwo ein Marcel Proust oder Herodot auf seinem Bett und versucht, diese Epoche zu ertasten, bevor sie sich in der nächsten Katastrophe fragmentiert?

Jeder kann, jeder darf heute Protagonist seines eigenen Filmes oder seiner eigenen Serie werden. Darf sich gestaffelt als das träumen und sehen, was er *eigentlich* sein will.

Der Traum ist aber nur der Anfang. Die Arbeit besteht darin, die anderen davon zu überzeugen, dass diese Person, die vor ihnen steht und die sie, wenn sie die Hand ausstrecken würden, an der Nase zu fassen bekämen, nur hinfällige Erfindung eines Avatars ist, der in einem Moment sarkastischer Muße darüber nachdachte, wie er wohl aussähe, wenn alles schiefgehen würde.

Wenn alle in einem Irrenhaus ein anderer sein wollen, besteht der heilende Deal in einem *Wenn-du's-mir-glaubst-glaub-ich's-dir-auch*. Nur Spielverderber und vielleicht ein paar pensionierte Ärzte glauben nichts.