

Kurz-Schluss

Wie ich einmal trotz manchem Umweg auf der Suche nach Lebenssinn und kleinem Aufstocker-Verdienst zum Künstler wurde

geschrieben von Theo Geißler

Neulich bin ich mitten im Berufsverkehr in Berlin U-Bahn gefahren. Hatte vergessen, wo mein Enkel seinen SUV geparkt hatte. Besonders ärgerlich, weil er mich zum Essen in ein gutbürgerliches Restaurant ausführen wollte – und mein Bürgergeld schon in der Monatsmitte auf einen Tagessatz geschrumpft war. Widerwillig quetschte ich mich in die völlig überfüllte U 7. Da geschah Schockierendes: Eine junge Frau, geschätzt Mitte vierzig, blaue Haare, Jeans mit scheint's modischen Löchern, stand auf – und bot mir ihren Sitz an. Dabei war es, das hätt' ich ja vielleicht noch verstanden, nicht mal ein Behindertenplatz. Verdattert, Selbstbild zerkratzt, zögerte ich einen Moment, bedankte mich und ließ mich nieder. Sah ich schon so greisenhaft-hinfällig aus? War ich es etwa? Ich suchte mein Spiegelbild im Zugfenster. Knittrig. Just in diesem Moment blitzte auf dem neumodischen Nachrichten-Bildschirm der BVG auch noch menetekelmäßig die Blitzmeldung auf: »»Sterben« zweimal erfolgreich bei unabhängigen Berlinale-Jurys!« – Der Berlinale-Wettbewerbsfilm »Sterben« von Matthias Glasner mit Lars Eidinger und Corinna Harfouch in den Hauptrollen hat bei den Internationalen Filmfestspielen Auszeichnungen von diversen Jurys erhalten. In seinem Film verarbeitet der Regisseur die komplexe Beziehung zu seiner Familie, den Umgang mit dem Tod und die Untiefen des Lebens davor.

Diesen Film wollte ich jedenfalls nicht sehen. Kein Bedarf. Die komplexe Beziehung zu meiner Familie hatte ich jahrzehntelang in allen Spielarten griechischer Tragödien und amerikanischen Komödien intensiv gelebt. Platos Höhlengleichnis im Erkennen naher Bekannter meiner Frau. Wilde Spielarten der Liebe in »American Gigolo« oder »Titanic«. Einen recht realistischen Umgang mit dem Tod hätte ich beim groben Rausgeschubse aus der U-Bahn fast zeitnah gehabt. Und doch: Ein wirklich menschenwürdiges Beispiel für angemessenen, generationenübergreifenden Umgang mit (zum Beispiel) immer noch vitalen Siebzigern war doch die Sitzplatz-Spende.

Zu Hause in meinem Sozial-Appartement stach mir spontan stimmungsaufhellend die Headline der aktuellen »Apotheken-Umschau« ins Auge: »Die Schönheit des Alterns«. Und weiter »Immer mehr Models jenseits der 60 posieren auf Laufstegen. Sie repräsentieren eine wichtiger werdende Zielgruppe: modebewusst, aktiv und konsumfreudig. Das Model vor der Kamera ist einfach umwerfend. Mal fotogenes Lächeln, mal lasziver Blick. Dazu eine Wahnsinnsfigur, die durch einen silbernen, hautengen Jumpsuit betont wird. Erst in der Nahaufnahme zeigt sich ein leichter Grauschimmer im langen Haar und ein Gesicht mit Spuren von Lebenserfahrung. Denn Barbara, das Model, das sich hier dem TV-Publikum vorstellt, hat bereits Enkelkinder und ist – man mag es kaum glauben – 72 Jahre alt.« Es folgt der Hinweis auf eine hundertpro wirksame Antifalten Creme mit zusätzlichem Bleaching-Effekt für die Dritten. Man merkt: Cash muss sein. Dass Werbung Produkte trotzdem vor allem über Jugendlichkeit verkauft, erscheint da als ziemlich kontraproduktiv.

Das Ermutigende: Auch ältere Männer haben noch eine Chance zur Stilbildung. Paul So, Geschäftsführer der Agentur »allages«, die sich auf Best-Ager- und Senior-Models spezialisiert hat: »Natürlich bewerben unsere Models auch Treppenlifte, Kreuzfahrten und Pharmaprodukte. Den typischen Werbe-Opa, der in einem Spot dank »Tebonin« noch seinen Drei-Wort-Text schafft, gibt es auch. Aber es ist vielfältiger geworden.« Banken und Versicherungen, Tourismus und Automobilindustrie – überall kommen heute ältere Männer zum Kaufreiz-Einsatz. Zumal es bis auf Pickelcreme und Studentenkonto wohl kaum etwas gibt, für das nicht auch Ältere glaubwürdig Werbung machen könnten. In gelungenen Kampagnen taucht neben Waschbrett-Boys auch immer öfter der coole Silverbody auf. Erst neulich habe man sogar einen 83-Jährigen für ein Slip-Shooting vermittelt. Da raschelt dann der gut versteckte steuerbefreite Renten-Aufstock-Nachttopf unterm sturzsicheren Gitterbett kräftig.

Wow. Vielleicht kann ich ja meine lumpigen Bürgergeld-Läppchen als Charakter-Model ein wenig »anreichern«. Ich fertige mal ein Ganzkörper-Selfie nur mit blütenweißer Feinripp-Unterwäsche bekleidet an, kopiere es in kostengünstigem Schwarz-Weiss und sende es per Fax an ausgewählte elf Agenturadressen. Zwei Antworten binnen drei Wochen: »Kauf Dir ein Gesicht, Du Kürbis« und »Weg mit der Wampe, wir machen keine Sitzsack-Promotion – HiHi – Grüße vom Praktikant« – immerhin per Fax – inhaltlich entmutigend.

Mein Transistorradio vermeldet, dass der freie Demokrat namens Finanzminister Lindner ein dreijähriges Einfrieren aller Sozialleistungen fordert, kleine Schulden dürfen nur noch die Armen unter 60 unter Androhung einer Ersatzfreiheitsstrafe bei verzögerter Ratenbedienung machen, weil Ältere ja schuldhaft wegsterben könnten. Und fast ein Viertel der Bundesbürgerinnen und Bundesbürger wäre von diesem Verdikt betroffen. Für die zum »Investieren« lockende Werbeindustrie werden maximal 200 Altmenschen-Gesichter als Honigfallen benötigt. Bleiben von ca. 87,3 Millionen Menschen ungefähr zehn Millionen Kunden über der Armutsgrenze – mich noch nicht eingeschlossen. Aber ich werde jetzt Texter für Splitterparteien, preiswert: »Das kleine LaLuLa: LuluLülaLeierkasten, quietsche unter Steuerlasten, lieber kluger Lindner, verhindere neue Kinder, die ham nur offene Münder und werden später Sünder. Öffne Deine Ohren für weise Senioren, schaffe greise Foren, sonst ist die Wahl verloren ...«, und so weiter, schlicht und heiter ... Ein bisschen einseitig, aber – hab halt dazugelernt – prima Reklame für meine neue Partei »Opas gegen rechts! – Verleihen der FDP Flüüüügel«.

Dieser Text ist zuerst erschienen in [Politik & Kultur 3/2024](#).