

Von goldenen Kälbern und schwarzen Köchen

Präsident Obama zog durch's Land, um die Bevölkerung daran zu erinnern, daß er sein Versprechen, die Wirtschaft wieder in Schwung zu bringen, ernst meinte. Die Krallen unter den anfänglich dargebotenen Samtpfoten der Oppositionspartei sind jedoch frisch geschärft. Senator McCain, dessen in der Wahlnacht gegebenes freundliches Versprechen zur Zusammenarbeit zum Wohl des Landes allgemein beeindruckte und rührte, leidet plötzlich an Gedächtnisschwund und leistet Widerstand an allen Ecken und Enden. Parteipolitik geht eben immer noch vor dringender Notwendigkeit. Ob der endlich ausgefeilschte Kompromiß dieser massiven Finanzinfusion der Rettungsring sein wird, wird erst die Zukunft zeigen. Im Hier und Jetzt verlieren links und rechts Menschen ihr Zuhause und ihre Arbeit, im Januar allein schon wieder sechshunderttausend Arbeitslose. Die Banken bleiben auf leeren, langsam verkommenden Häusern sitzen. In Florida herrscht diesbezüglich Ausnahmezustand. Im Januar verfielen im sonnigen Ferien- und Ruheständlerparadies 40.770 Hypotheken, d.h., eine Hauseinheit pro 214. Nur California war noch schlechter dran, 2,3 Millionen im letzten Jahr. Kansas kann diese Woche den Staatsangestellten die Löhne nicht auszahlen. 2008 wurden 2,6 Millionen Arbeitnehmer aller Berufssparten entlassen, und das Ende ist noch nicht in Sicht. Nur ein paar Beispiele: Citigroup 59.000; General Motors 19.000; American Express 7.000; American Airlines 7.000; Daimler 2.100; Kodak 4.500; und, wer hätte das gedacht, Starbuck's 12.000. Voraussichtlich werden bei Boeing zwischen 4.500 und 10.000 Angestellte demnächst ihre Arbeitsplätze verlieren. Hinter diesen nüchternen Zahlen steht das wirtschaftliche Schickal Einzelner und ihrer Familien, und im Fahrwasser jedes Nichtverdieners gehen andere unter. Arbeitslose essen nicht im Restaurant, geschlossene Bistros kaufen nichts mehr vom ansässigen Kleinbauern, der seinerseits die Scheunentüren schließt. Organisierten Widerstand gibt es kaum noch, denn Ronald Reagan brach ab 1981 den Gewerkschaften das Rückgrat. Dieses schändliche Erbe wurde von jedem folgenden Präsidenten stillschweigend übernommen, auch von Bill Clinton.

Daher einigermaßen unfaßbar das Phänomen, daß die Werbeagenturen das alles noch nicht begriffen zu haben scheinen und tun, als ob alles beim Alten wäre. Man schlage

einschlägige Zeitschriften und Zeitungen auf und man staune: Roger Federer in der Reklame für Rolex Uhren um Tausende (wer außer ihm kann sich die noch leisten?); Manolo Blahnik Schuhe um rund zweitausend Dolllar, für die sich Frauen, damit sie passen, um noch einmal teures Geld chirurgisch den großen Zeh entfernen oder kürzen lassen. Und wir dachten, daß Aschenputtels Schwestern Märchenerfindungen waren.



Blahnik Schuhe

Jeden Tag bringt die Post unverzagt Stapel von Werbungen und Katalogen, denn die vom Konsum lebende Wirtschaft darf nicht völlig zusammenbrechen. Feuerte nicht der letzte Präsident seine Mitbürger nach dem 9.11.2001 Angriff zum Widerstand damit an, indem er ihnen nahelegte, es der Welt zu zeigen und weiter unbekümmert einzukaufen? Zu haben ist ja noch alles. Was wird aber hauptsächlich angeboten? Lebensnotwendiges? Die Werbeagenturen der Madison Avenue wissen es längst besser. Sie kennen meine und anderer Lebenswege, Bedürfnisse und geheime Wünsche weitaus genauer als wir selbst. Wann flatterten mir plötzlich keine Reklamen mehr ins Haus, die mir, dank meines für Amerikaner ungewöhnlichen Vornamens den goldenen Schlüssel zum *Playboy Club*

anboten, dann aber wieder, um auf Nummer sicher zu gehen, mich auch für *Fredrick's of Hollywoods* strasssteinbekrustete Handschellen begeistern wollten?



Wann wurden diese Aufforderungen zum unbekümmerten Genießen durch Sonderangebote für Hörgeräte und Rollstühle ersetzt? Weil irgendjemand mein Geburtsdatum besser in Erinnerung hat als ich selbst und die allmächtige Statistik sagt, daß ich von nun an oder demnächst daran Bedarf habe. Daß ich tadellos höre und zum Glück selbstständig ausgiebig wandern kann, fällt dabei nicht ins Gewicht. Der Reklamebetrieb kennt keine Individualität. Wir werden alle über denselben Kamm geschoren. Die Knüppel heißen Verheißung und Angst, die unermüdlichen Motoren im Verunsicherungsbetrieb unerfüllbarer Wünsche und geahnter Sterblichkeit. Ob als Verbraucher oder Steuerzahler, unser Nutzen liegt allein in der Fähigkeit, das Getriebe in Gang zu halten, im letzteren Fall mit \$787 Milliarden über die nächsten Jahrzehnte.

Wie so oft hat die Popkultur einen sicheren Instinkt für Stimmungen. Demnächst läuft auch in den deutschen Kinos die Filmkomödie *Confessions of a Shopaholic* ("Die Schnäppchenjägerin"). Ein Lehrstück für unsere Zeit. Die unwiderstehlich niedliche

Heldin kann einfach dem magischen Objekt Kreditkarte und dem Zauber der Warenschlösser nicht widerstehen. Hochverschuldet und mit berstenden Schränken voller Klamotten und einem Schuhvorrat, der Imelda Marcos vor Neid erblassen ließe, wird sie, man errät es, denn es ist eine "romantische Komödie", zu den wahren Werten im Leben bekehrt und darf am Ende sogar noch als Expertin für Bankrottberatung Karriere machen. Schlimme Folgen für die finanzielle Unverantwortlichkeit bleiben aus: tabula rasa und am Ende des Regenbogens wartet bestimmt der nächste Topf voller Gold.

Präsident Obama hat es nicht ganz so leicht, aber man sollte die Macht dieser Art von Optimismus nicht unterschätzen. Im Kapitalismus findet der schlaue Unternehmer selbst in der Katastrophe noch den Lichtblick. In der vor kurzem stattgefundenen Spielzeugmesse in New York gab es eine Bernard Madoff Puppe. Der Mann hat durch ein betrügerisches Pyramidensystem weltweit Anleger um Hab und Gut gebracht. Falls sie aber noch \$99,95 übrig haben, können sie sich nun rächen. Mit der Puppe geliefert gibt es einen Hammer, mit dem man das Ebenbild zerschmettern kann. Das Geschäft, hört man, geht gut.



Smash-Me Bernie

Dabei geschehen oft die wichtigsten Dinge ohne große Ankündigungen. Fast unbemerkt wurden zwei der Allgemeinheit dienende Gesetze verabschiedet. Am 22. Januar der *Ledbetter Act*, der es leichter macht, gesetzlich gegen Lohndiskriminierung vorzugehen. Das betrifft hauptsächlich Frauen, deren Löhne im Durchschnitt immer noch um 20% niedriger liegen als die der Männer. Und die Fortsetzung und Erweiterung des SCHIP (*State Children's Health Insurance Program*) Programms, das am 4. Februar in Kraft trat, garantiert Kindern, deren Eltern sich keine Krankenversicherung leisten können, die nötigste Versorgung. 2007 hatte Präsident Bush mit Hilfe des von Republikanern dominierten Senats und seinem Veto dem Programm weitere Gelder verweigert. Dieses Mal wählten immerhin 67 Senatoren dafür, auch einige Republikaner. Der Glaube, daß bessere Zeiten bevorstehen, ist hartnäckig, und der Traum von den goldgepflasterten Straßen ist andernorts noch nicht ausgeträumt. Lassen wir einen Mann aus China sprechen, der seine Zukunft in den USA plant. Und wie stellt er sie sich vor? Mit einem BMW, denn die Abkürzung, so meinte er, stünde für "beauty, masculinity and wealth". Wenn er halbwegs Glück hat und tüchtig ist, wird ihm sein Traum in Erfüllung gehen. Vielleicht stellt er ja eines Tages etwas absolut Unnützes her, das alle haben müssen.