

Von hinten September '06

Wieder einmal nähert sich der Tag, an dem die Streicher-Redaktion sehnsüchtig (oder auch nur genervt) auf meine späte Textlieferung wartet. Höchste Zeit also, den geistigen Film um vier Wochen zurückzuspulen. Gab es da was, wofür sich die Chemnitzer Weltöffentlichkeit interessieren könnte? Ich war aktiv am Kauf eines Mercedes C 180 für 2800 Euro beteiligt. Mir wurde das Rad der Edelmarke "California" geklaut, eine Woche später eroberte ich es zwei Straßenecken weiter zurück, ohne Schloss. Ich habe eine ladenneue Gitarre für 25 Euro erworben. Meine Frau ist aus Sibirien zurückgekehrt. Den Tag nach der Ankunft blieben wir noch in Berlin, um vorwiegend in einer dörflichen Anglerkneipe gut und günstig zu essen. Und dann haben noch Fritz und Jens geheiratet. Das ist keine gleichgeschlechtliche Lebenspartnerschaft, Fritz heißt eigentlich Franziska und ist ganz und gar weiblich. Schade nur, dass es nach dem heißen Juli ausgerechnet an diesem Tag fast pausenlos goß.

Also nichts wirklich Aufregendes. So vergeht das Leben, und erschrecke beim Abspeichern des soeben angefangenen Textes, dass ich da hinschreiben muss "september_06". Das trägt nicht gerade dazu bei, gute Laune verbreiten zu müssen. Schon knipse ich wieder das Licht in der Küche an, bevor ich mich morgens auf den Weg nach Chemnitz begeben.

Glücklicherweise gibt es ja das Internet, wo sich immer was Erbauliches findet, wenn in der realen Umgebung alles nett, doch belanglos dahinplätschert. So wurde ich durch eine von Google eingeblendete Anzeige auf die Seite www.haamitland-arzgebirg.de aufmerksam. T-Shirts mit lustigen Sprüchen und ähnliches wird da versprochen. Für sowas interessiere ich mich aus ethnologischen Gründen grundsätzlich. Anfangs erscheint das Angebot nicht sonderlich breit gefächert. Holzfällerbuben und gleichermaßen arbeitslose Jungfrauen zeigen Hemden, auf denen nichts weiter steht, als dass sie Maad oder Gung aus dem Erzgebirg seien. Sofern man ihnen das nicht schon ansieht, würde man es doch spätestens dann merken, wenn sie den Mund aufmachen. Aber schließlich findet sich doch noch eine echte Perle von Poesie, wie sie nur in Landschaften mit verdünnter Luft wachsen kann: "Deitsch un frei / wolln mr sei / weil mr Erzgebirger sei". Vor rund einem Jahr habe ich ja schon mal einmal ein Meisterwerk erzgebirglerischer Dichtkunst einer wissenschaftlichen Analyse unterzogen, das damals aktuelle Werbeplakat der "Randfichtn". Das war noch relativ einfach, da es sich dort nur um sinnfreie Ästhetik handelte. Doch nun ist eine Aussage von gesellschaftlicher Relevanz nicht zu übersehen, gepaart mit philosophischem Tiefgang. Zum Glück habe ich Gesellschaftswissenschaften studiert, jeder philologische Fachidiot müsste an der Aufgabe verzweifeln. Zunächst will ich mal ganz großzügig darüber hinwegsehen, dass sich in dem Poem das Wort "sei" auf das Wort "sei" reimen muss. So ist das eben in Gegenden mit arg begrenztem Wortschatz. Da bleiben keine Variationsmöglichkeiten. Viel diffiziler ist ja ohnehin der Inhalt. Eindeutig handelt es sich um eine Kausalverknüpfung, gekennzeichnet durch "weil". Da wird zwar überzeugend demonstriert, dass man die deutsche Sprache nicht mal ansatzweise beherrscht, um dann aber einzufordern, trotzdem deutsch zu sei. Als Entschuldigung wird angeführt, ma sei eben Erzgebirger. Ist das nun wirklich ein Argument? Interessant wäre es, Meinungen von Bergbewohnern aus Boži Dar oder Hora Sv. Katariny einzuholen. Doch dafür reicht jetzt meine Zeit angesichts des drohenden Redaktionsschlusses nicht aus. Besonders prickelnd ist aber der Zusatz "un frei". Möglicherweise handelt es sich um einen Satzfehler und das Leerzeichen hat sich ungewollt eingeschlichen. Wahrscheinlich aber meint der Autor, der erzgebirgsche Gung, tatsächlich, die Freiheit. Frei wovon? Von deutscher Wortlehre, Syntax und Dichtkunst auf jeden Fall. Bevor ich mich weiter in die bemoosten Schluchten gebirglerischen Denkens begeben, lege ich lieber eine CD von Janis Joplin ein. "Freedom is just another word for nothing less to

lose." Astreines Deutsch ist das zwar auch nicht gerade, doch die Message ist eindeutig: Wer nichts mehr zu verlieren hat, kauft T-Shirts aus dem Haamitland.

Ich habe Bekannte, die gelegentlich bei archäologischen Ausgrabungen helfen. Da Funde von Edelmetallen und anderen Schätzen selten sind, freuen sie sich immer, wenn mal eine mittelalterliche Klogrube sezziert werden darf. Da lernt man so viel über die Lebensweise unserer Vorfahren. Eine Art moderner Klogrube steckte vor kurzem in unserem Briefkasten - die Werbung für einen Sonderpostenmarkt, der zwei Tage lang auf dem Parkplatz von "Spar" stattfindet. Kulturhistoriker ferner Epochen könnten auch aus diesem Blättchen interessante Schlüsse auf unseren Alltag ziehen. Oder ist es etwa nicht bezeichnend, wenn ein fertiges Ölgemälde drei Euro kostet, ein Satz Farbtuben aber 4,50 Euro. Besonders bemerkenswert sind jedoch die erläuternden Zusätze bei manchen der feilgebotenen Ramschartikel. "Schönes Design" steht beispielsweise bei einer Krawatte für 1,50 Euro. Im Umkehrschluss kann man annehmen, dass sich der Gestalter des nebenstehenden Topfkratzers nicht sonderlich viel Mühe gegeben hat. Was eigentlich der Unterschied zwischen "Top Design", "Schönem Design" und "Modernem Design" ist, müsste ich Prof. Clauss Dietel fragen, der kennt sich da aus. Ich befürchte nur, er würde mir den Kugelschreiber, die 20 Servietten und drei Herren-Sportslips in hohem Bogen an den Kopf werfen. Zumindest im Falle des Kugelschreibers könnte das weh tun. Jenseits aller Geschmacksfragen wird aber eine Ware für sagenhafte 75 Cent offeriert, die es mir wirklich angetan hat - das "Trendfeuerzeug Deutschland". Das ist doch was für die naturbelassene Jugend sächsischer Hochlagen. Ist das Beil stumpf geworden, zündet man die Randgehölze einfach an, liegt damit voll im Trend und kann sich richtig frei fühlen.

Leicht undeutsch und gänzlich trendfrei verbleibt
Neffe Jens