

## Von hinten Dezember '05

Ich habe ein Filmkunstwerk gesehen. Das kommt zwar nicht jeden Tag vor, aber ausreichend häufig, um nicht unbedingt zum Thema literarischer Ergüsse zu werden. Es muss also ein besonderer Film sein, wenn ich darüber schreibe. Das ist er, obwohl er bei der Leipziger Dokfilmwoche trotz des gängigen 10-Minuten-Formates vermutlich keine Chance hätte, die Goldene Taube zu gewinnen. Schon deshalb, da der Genuss zwangsverordnet wird und man hinterher per Unterschrift bestätigen muss, wirklich hingeguckt und zugehört zu haben.

In diese Zwangslage, die an Freiheitsberaubung und Beschneidung der Bürgerrechte ganz hart angrenzt, bin ich folgendermaßen geraten. Ich begab mich zur Chemnitzer Filiale der Agentur für Arbeit, um nachzufragen, wie das neue Logo des Unternehmens, das ja schrecklich viel Geld gekostet hat, bei den Klienten der Agentur denn ankommt. Außerdem wollte ich noch erfahren, warum ich denn nicht in die Ausschreibung für die Neugestaltung des Logos einbezogen wurde, Rot gegen Weiß einzutauschen hätte ich nämlich auch gekonnt.

So korrekt der letzte Halbsatz ist, so falsch sind die zwei vorherigen Behauptungen. Ich ging natürlich hin, um mich arbeitslos zu melden. Da ich in dem Gebäude seit fast zwei Jahren nicht war und unterdessen die massendemonstrationsauslösenden Reformationen zur Verwaltung und Eindämmung des Parasitentums stattgefunden haben, war mir zunächst etwas mulmig. Ich erwartete Korridore, die von verzweifelten Subjekten überquellen, welche genervt mit dem Baseballschläger auf den Teppichboden klopfen oder die Flammenlänge ihres Feuerzeuges kontrollieren. Stattdessen gähnende Leere und viel zu viele Agenturienten, die sich über jeden Neuankömmling freuen, als wolle er ihnen einen Porsche 911 mit cremefarbenen Kamelledersitzbezügen abkaufen. Die nette junge Frau, die mich bearbeitete, drückte mir dann einen ganzen Stapel Papier in die Hand, darunter das Formular, das mich zur Anschau des filmischen Kunstwerkes verpflichtet.

"Den Gang ganz hinter, nach rechts, dann sehen sie die Tür mit der Aufschrift Medienraum." Im Medienraum saß schon ein Mann. Die Vorführung hatte deshalb bereits begonnen. Deshalb weiß ich nicht, ob Werbespots vorgeschaltet waren. Denkbar wäre ja, dass die Kreativzentrale, die das Logo der Arbeitsagentur umfärben durfte, sich mit Sonderangeboten zur Visitenkartengestaltung an Ich-Aktionäre wendet.

Der Hauptfilm jedenfalls scheint mit 1-Euro-Jobbern in den Hauptrollen Arbeitsloser, Ehefrau und Arbeitsberaterin realisiert worden zu sein. Didaktisch einprägsam bekommt man dabei vermittelt, wie man sich als Mensch ohne festen Arbeitsvertrag verhalten muss - beispielsweise vor dem nächsten Karibikurlaub der Beraterin Bescheid sagen, dass Handytelefonate zwischenzeitlich teurer ausfallen können.

Der Mann, der mit mir im Medienraum saß, amüsierte sich köstlich. Ich dachte allerdings ernsthaft darüber nach, wie man dem gutgemeinten Werk noch mehr Tiefgang abgewinnen könnte. Denn das Gegenteil von Gut ist ja bekanntlich nicht Schlecht, sondern Gutgemeint. So kam mir die Idee, innerhalb eines Jugendmediencamps, gefördert durch die Europäische Union und die Robert Bosch Stiftung, Remakes im Stil bekannter Regisseure anfertigen zu lassen. Bei der Tarkowski-Fassung würde der Arbeitslose zehn Minuten lang regungslos auf den Tisch mit den Antragsformularen starren und dann durch ein Birkenwäldchen spazieren, Sonnenblumenkerne kauend. Bei Fellini wäre die Beraterin sicherlich kleinwüchsig, die überschnappende Gattin nymphomanisch, und der Jobsuchende hätte eine stets verrutschende Perücke. In der Version á la Billy Wilder schließlich lautet die Schlussequenz: "Aber ich bin arbeitslos!" "Na und, keiner ist vollkommen." Weitere Vorschläge für Neufassungen dürfen mir gern zugeschickt werden. Ich arbeite schon am Förderantrag für das Projekt, um 165 Euro legal zur Stütze hinzuverdienen zu können.

Ich bin mir nicht sicher, was eigentlich schlimmer ist - zur Agentur für Tieferlegung des Parasitentums zu latschen, oder mitzubekommen, wie die Innenstadt sich in eine einzige Werbewüste für eine rotbewandete und weißbärtige Kreatur verwandelt, die vor hundert Jahren von einem heutigen Weltkonzern erfunden wurde, der noch heute ein weiches Rauschgift im Namen führt. Dabei kam der Hereinbruch des Weihnachtsterrors in diesem Jahr vergleichsweise überraschend. Angesichts des in den Oktober verschobenen Hochsommers stimmte die gefühlte Jahreszeit mit der konsumpolitisch wie immer vorzeitig verordneten Adventsduselei absolut nicht überein.

Um so mehr beneide ich die Bewohner von Breitengraden, wo das Fest der unbefleckten Niederkunft Mariens mit der Dattelpalmenblüte oder der Brunftzeit von Seeschildkröten zusammenfällt. Diese Ereignisse sind jetzt nur Platzhalter für korrekte Angaben. Ich habe doch keine Ahnung, was in Südafrika oder Brasilien am 24. Dezember in Flora und Fauna gerade aktuell ist. Jedenfalls keine Krüppelkiefern im Schneeregen. Mit welchen psychologischen Mitteln arbeitet dort eigentlich die Schnnulliverkaufsmaschine? Jingle Bells zu Beginn des Sommers? Geht nicht.

Das erkenntnisthechnische Problem erscheint lösbar. Wenn ich das erste Beratungsgespräch in der rotweißen Agentur nahe der Annaberger Straße habe, werde ich den Kreis der möglichen Vermittelbarkeit radikal erweitern. Zeitjobs als Weihnachtsmann in Verbindung mit Entwicklungshilfeprogrammen, das wäre eine Lösung. Ob ich dann aber noch für künftige Kolumnen im Streicher zur Verfügung stehe, ist durchaus fraglich. Karneval unter tropischen Temperaturen ist schließlich auch einige Recherchen wert. Und dann erst der farbenfrohe Herbst in Neuseeland!

Da fällt mir plötzlich ein, dass der Aufruf für neue Varianten des eingangs erwähnten Filmkunstwerkes nicht allzu ernst gemeint ist. Soll doch der Medienraum rechts hinter dem Gangende überquellen vor Fans der jetzigen Ausführung, die sich den Streifen auch mehrfach einziehen können und das Merkblatt trotzdem nicht gegenzeichnen.

Von weihnachtlichen Palmenstränden träumend verbleibt  
Neffe Jens