



Familie Baller

JACQUELINE BONNERT

MOBILES LEBEN

Meine Frau, mein Haus, mein Auto

Robert Baller, 40 Jahre alt, Vater, Rehemann, Halter eines Hundes, wohnt in einem Vorort Sacramentos in Kalifornien. In seinem Haus leben zwei Menschen, die einen Führerschein besitzen. Baller selbst und seine Frau. Sie teilen sich drei Autos, einen Honda Civic, einen Toyota Minivan, einen sportlichen Nissan 350Z – und diese Tatsache verwandelt Baller, den Durchschnittsamerikaner, in einen Trendsetter. Das US-Verkehrsministerium stellte vor kurzem fest, dass zum ersten Mal in der Geschichte der Vereinigten Staaten von Amerika die Zahl der Autos die Zahl der Führerscheinbesitzer übersteigt. Im Vergleich zu 1999 stieg die

Zahl der Drittwagen um 27 Prozent. Käufer sind vor allem Menschen wie Baller, Mitglieder der Babyboomer-Generation, die gut verdienen und für die Autos noch Statussymbole sind, Vehikel zur Flucht aus dem Alltag. Die Sehnsucht nach mehr Autos verwandelt mittlerweile Amerikas Vororte. Nach Angaben der US-Hausbaugesellschaft wird jeder fünfte Neubau mit einer Dreiergarage geplant. „Häuser, die von Garagen geschluckt werden, sind die perfekte Metapher für die Stellung des Automobils in Amerika“, urteilt Robert Thompson, Kulturexperte an der Universität von Syracuse.

VIDEO

Im Rausch der Bilder

Video Killed the Radio Star“ lautete der Titel des Songs, mit dem der kleine, obskure Fernsehsender MTV sein Programm im Jahr 1981 begann. Heute, 23 Jahre später, ist MTV eine



Videoinstallation von Nam June Paik

globale Marke, und das Video ist das Medium, das die Produktion von Bildern und die Sehgewohnheiten des Publikums stärker veränderte als jedes andere. Es wird gefeiert als „Medium des postmodernen Kapitalismus“, seine Produktionsstätten sind „Laboratorien des Sehens“, deren Experimente den Alltag veränderten. Dem Video, seiner Ästhetik, seinen Metamorphosen ist eine Ausstellung im „NRW-Forum Kultur und Wirtschaft“ in Düsseldorf gewidmet. Auf 100 Bildschirmen laufen die 100 einflussreichsten Spots der Videogeschichte, ein Dokumentarfilm zeichnet die Entwicklung des Videos an ausgewählten Biografien seiner Produzenten nach. Ridley Scott und andere erfolgreiche Regisseure erzählen, wie sie vom Videodreh zur Produktion von Hollywood-Blockbustern gelangten.

Klüger werden mit:

Gerd B. Achenbach

Der freiberufliche Philosoph, 56, über den praktischen Nutzen seines Fachs

SPIEGEL: In Ihrem Buch „Vom Richtigen im Falschen“ beschreiben Sie Ihre Tätigkeit als philosophischer Berater. Was genau machen Sie?

Achenbach: Ich bin für Menschen da, die in Problemen festsitzen. Ich helfe ihnen beim Denken. Denn Denken klärt auf und weist Wege. Das ist Sache des Philosophen. Und deswegen nenne ich diese andere Lebensberatung „Philosophische Praxis“.

SPIEGEL: Erzählen Sie den Rat Suchenden, was Kant über seine Probleme geschrieben hat?

Achenbach: Nein. Über meine langjährige Auseinandersetzung mit der Philosophie habe ich allerdings gelernt, mich in verschiedene Welten und Sichtweisen einzudenken. Auch bei Klienten versuche ich zunächst herauszufinden, wie sie selbst denken und wie sie normalerweise ihre Probleme lösen. So lernen sie sich kennen. Und zugleich eröffnen sich Alternativen. Zu mir kommen Leute, die in einer Lebenskrise stecken, aber auch Abiturienten, die nicht wissen, wie es weitergehen soll, oder Paare mit Beziehungsproblemen.



UWIE VOELKNER / FOX

Achenbach

SPIEGEL: Sollten die nicht besser zum Psychologen gehen?

Achenbach: Bei den meisten Problemen, die Menschen mit sich oder im Zusammenleben mit anderen haben, geht es um Fragen der Lebensführung. Und dafür ist die Philosophie zuständig. In vielen Psychotherapien wird philosophisch dilettiert.

SPIEGEL: Verdienen Sie denn jetzt Geld mit der angeblich brotlosen Kunst Philosophie?

Achenbach: Selbstverständlich. Doch worauf es ankommt: Alle großen Denker waren der Überzeugung, dass sich Philosophie praktisch zu bewähren hat. Seit Sokrates ist die Frage, wie zu leben sei, damit das Leben gelingt. Ich knüpfe also an eine uralte Tradition an.