

Was war da los, Herr Lukasik?

Richard Lukasik, 79, Rentner aus Whiting, New Jersey, über Leidenschaft: „Das Wetter war eisig, und außer mir hatte keiner Lust, Golf zu spielen. Der Platz war seit Tagen geschlossen, weil er zentimeterdick zugeschneit war. Also nahm ich mir eine Schaufel und schippte Schnee, um ein paar Bälle schlagen zu können. Golf ist neben Tontaubenschießen meine große Leidenschaft. Es begann so, dass ich im College einen Freund damit aufzog, weil er Golf mochte. Das ist doch ein Spiel für alte Herren, sagte ich. Trotzdem ließ ich mich dazu überreden, es mal zu versuchen. Heute, 60 Jahre später, kann ich nicht mehr ohne. Für mich ist der Sport wie eine Therapie, ohne die Bewegung wäre mein Rückenleiden längst unerträglich. Deshalb gehe ich auch trotz kalten Windes auf einem vereisten Golfplatz üben. Nur wie weit ich geschlagen habe, weiß ich erst in ein paar Wochen: wenn der Schnee geschmolzen ist und ich meine Bälle wiederfinden kann.“



Lukasik

Warum sind Sie supergeil, Herr Liechtenstein?

Der Berliner Künstler Hans-Holger Friedrich, 58, alias Friedrich Liechtenstein hat einem YouTube-Werbespot für Edeka („Supergeil“) zu Kultstatus verholfen.

SPIEGEL: Im Clip singen Sie: „Super Uschi, super Muschi, super Sushi, supergeil.“ Haben Sie das getextet?

Liechtenstein: Nein. Das stand so im Skript. Ich bin etwas komplexer.

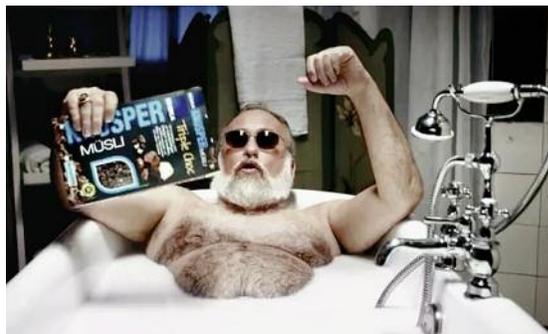
SPIEGEL: Wer sind Sie überhaupt? Alle reden von Ihnen im Netz.

Liechtenstein: Ach, ich habe ganz viele Facetten, und darüber freue ich mich auch. Mich gibt's schon lange. Ich bin Entertainer, Puppenspieler, Flaneur, Eskapist, Vater von drei großen Kindern, aber auch Schmuck-Eremit. Was das bedeutet, kann man googeln. Und ich mache mit Freunden Elektropop. Den Song „Supergeil“ gibt es schon seit zwei Jahren, wir haben ihn bloß für Edeka adaptiert, weil

die darum gebeten und dafür bezahlt haben.

SPIEGEL: Die „Supergeil“-Kampagne entwickelt sich zum Erfolgsbeispiel für virales Marketing, die Filmchen wurden bereits millionenfach geklickt. Dabei ist Edeka als Marke eigentlich das Gegenteil von supergeil und hip.

Liechtenstein: Ich glaube, das Wort funktioniert wie eine Beschwörungsformel. Wir haben ja auch noch diese Clips über supergeile Geburtstagskinder oder supergeile Arbeitskollegen gemacht, die man sich zuschicken kann.



Liechtenstein

Wenn man den Leuten mit Nachdruck sagt, dass sie supergeil sind, dann werden die tatsächlich ein bisschen supergeil. Wenn ich Produkte lang genug als supergeil bezeichne, dann werden sie es für den Zuschauer auch. Aber entscheidend dabei ist die Selbstironie. Wäre das nicht alles so lustig und charmant gemacht, würd's keiner glauben. Oder überhaupt ansehen wollen.

SPIEGEL: Sie sind jetzt plötzlich ziemlich berühmt. Ist das angenehm oder lästig?

Liechtenstein: Das meiste von dem Rummel krieg ich ja gar nicht mit, weil ich keinen Computer habe. Ich habe überhaupt sehr wenig von allem. Ich hab kein Telefon, kein Handy, kein TV, keinen Empfang. Ich hab auch kein Auto, nicht mal ein Fahrrad hab ich. Ich habe einen Anzug, etwas Unterwäsche und ein bisschen Geld in den Taschen. Meistens reicht's.

SPIEGEL: In dem Film wirken Sie aber ganz gut genährt, kommt das vom vielen Edeka-Essen?

Liechtenstein: Ganz so dick bin ich gar nicht. Ich drück da auch ein bisschen den Bauch raus.