

„Jene Sehnsucht nach den alten Tagen . . .“

Die Kulturstimmung von heute heißt Nostalgie und ist von gestern: Mode und Musik, Film und Literatur beleben wieder oder machen neu, was zwischen den zwanziger und

fünfziger Jahren beliebt war, und die Industrie verdient an dieser Sehnsucht nach Vergangenem. Doch die sentimentale Rück-Sicht ist zugleich Rückzug aus der Gegenwart.

Aus dem neuen Volksempfänger im Jugendstil schmalzt Rudi Schuricke von Capri und florentinischen Nächten; die entschwanzfrisierten Lederjacken der Rock'n'Roll-Band „Sha-Na-Na“ gewinnen den Fernsehpreis von Knokke; im Kino ist Uraufführung von „Grün ist die Heide“.

Sie, mit Bubikopf und Kirsch-Kußschnute, im lachsfarbenen Morgenrock mit Schwanenpelz-Besatz, blättert im eben erschienenen Warenhaus-Katalog von 1912; er, mit James-Dean-Frisur und im taillierten Lodenjackett, beißt versonnen ins Griebenschmalzbrot; auf der HiFi-Anlage scheppert die neue LP mit Lauritz Melchior's „Lohengrin“ von 1942.

Das Durcheinander von Epochen, Stilen und Moden ist kein enzyklopädischer Jahrhundert-Rückblick im Zeitraffer, sondern eine Momentaufnahme: ein Stimmungsbild aus dem Jahre 1972.

Denn in einer allüberall grassierenden Passion fürs Passé gilt neuerdings als schick, in und diskutabel, wird gekauft und geliebt, gespielt und getragen, gegessen und gelesen, woran sich schon Großmutter freute; die neuen Vorlieben und Vergnügungen der Zeitgenossen sind verjüngte Vergangenheit:

Der Harvey-, Harlow-, Hayworth-Look; Stile à la Monroe, Woolworth, Truman; Strapse, Rüschen und Frou-

frou-Geflatter; Zweireiher, Brylcreme, Fliege, Loden, Knickerbocker; die Wiederkehr von Tango, Rumba, Paso doble; Oldtime-Autos, wieder frisch fabriziert; ein Wembley-Stadion voll gealterter Rock-Fans, die angejahrten Rock-Stars wie Bill Hailey, Little Richard und Chuck Berry zukeifen.

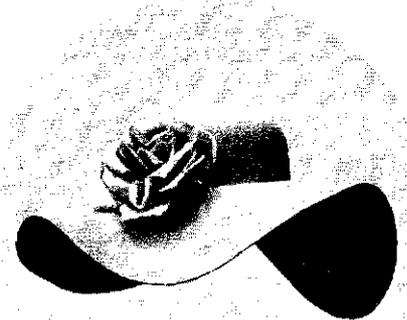
In Las Vegas verdient Raquel Welch, derzeit Number One in Sex, Super-Gagen mit Marlene-Dietrich-Posen; der



US-Film „Cabaret“



Presley; Lanvin-Modell (r.)



Hut-Mode

Nostalgie-Objekte: „Was ursprünglich banal war,

amerikanische Regisseur Joseph Losey verfilmt jenes Jahrhundertwerk, dessen Titel dem neuen Trend den Namen geben könnte: Marcel Prousts „Auf der Suche nach der verlorenen Zeit“.

In der Gunst fürs Gestern finden sich Kultur und Konsum, aufgekratzte Reiche und resignierte Linke zusammen zur Lust am Rückwärtsgang. Kein Zweifel: Ein Gefühl geht um im Westen, und das heißt Nostalgie.

Diese allerneueste Mode-Vokabel der Kulturszenerie, aus dem Griechischen entlehnt und zunächst nur als Psychologen-Terminus für „depressive Verstimmung im Pubertätsalter“ gebräuchlich, mauserte sich in Feuilletons und Nachtprogrammen, bei Intellektuellen und Literaten zum schnelllebenden Stimmungsetikett: Wer „in“ ist, fühlt nostalgisch und weidet sich, wohligh vor melancholischer Konsumlust, am Heimweh nach den Nichtigkeiten und Wichtigkeiten einer verklärten Vergangenheit.

Doch bevor europäische Schöngeister die Nostalgie sentimental zum Epochenbegriff stilisierten, war sie andernorts längst konsequent vermarktet worden: in den USA.

Hollywood, Swing, Rock'n'Roll; von den „Roaring Twenties“ bis zu den „Nifty Fifties“ — in allem, was vorbei ist, sieht das paralytisierte Amerika des Vietnamkrieges die Signale und Symbole seines vermeintlich heiteren, angeblich besseren Selbst. Und eine ganze Industrie macht inzwischen das Geschäft mit dieser Sehnsucht.

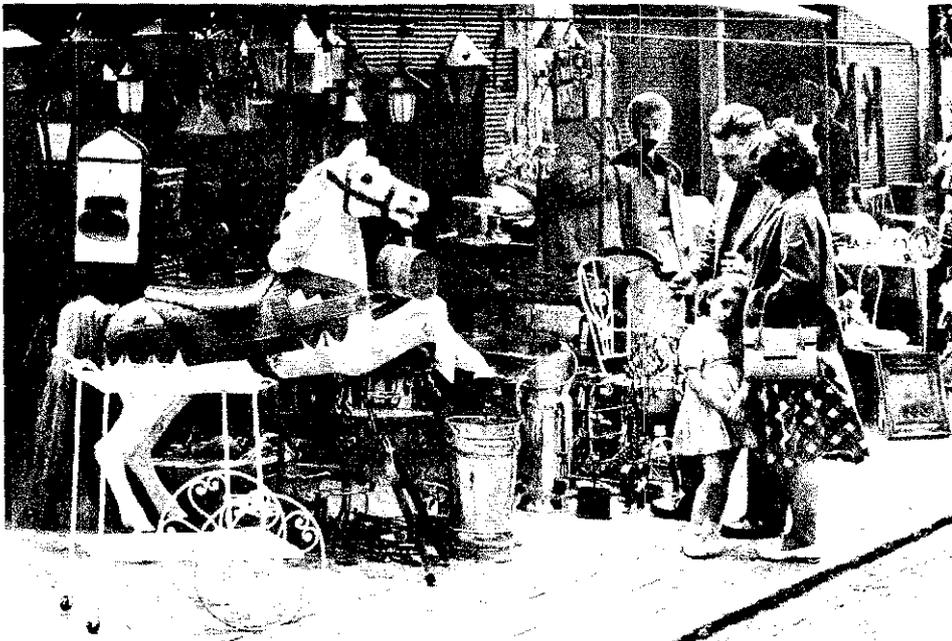
Spätestens das Herzbrechmittel „Love Story“, das mehr Gemüter auführte als der Krieg in Vietnam, hat die schweigende in eine schluchzende Mehrheit verwandelt: Der Millionen-seufzer über diesen (so die „Süddeutsche Zeitung“) neuen „Mythus des 20. Jahrhunderts“ übertönte mitunter die Sprechchöre der demonstrierenden Studenten und galt „Time“ als Ausdruck

einer allgemeinen „Rückkehr zur Romantik“.

Es war nicht die erste: Schon in den frühen sechziger Jahren hatten amerikanische Intellektuelle, in der Ästhetikmode „Camp“, nicht nur Beardsley-Zeichnungen und Schwanensee-Schwulst, sondern auch Postkarten der Jahrhundertwende und die alten Flash-Gordon-Comics, „King Kong und die weiße Frau“ und Federboas aus den zwanziger Jahren als In-Group-Qualitäten reklamiert — verjährt Edelkitsch war schon damals ein extravaganter und, unausgesprochen, nostalgischer Verehrungsgegenstand.

„Von einem ‚seriösen‘ Standpunkt aus betrachtet“, so charakterisierte die Camp-Ideologin Susan Sontag die Lieblingsspielzeuge der Bewegung, seien viele „entweder minderwertige Kunst oder Kitsch“ und zumeist „altmodisch, unmodern, démodé“, denn, „was ursprünglich banal war, kann im Laufe der Zeit phantastisch werden“. Und Susan Sontags Begründung dafür, daß Dinge „campy“ werden, trifft auch auf die meisten Nostalgie-Objekte zu: „das Nachlassen unserer Teilnahme an ihnen und unsere Fähigkeit, das Scheitern des Versuchs zu genießen; statt enttäuscht davon zu sein“.

So wie es schon damals „campy“ war, in schicke Reminiszenzen zu reti-



Flohmarkt in Paris

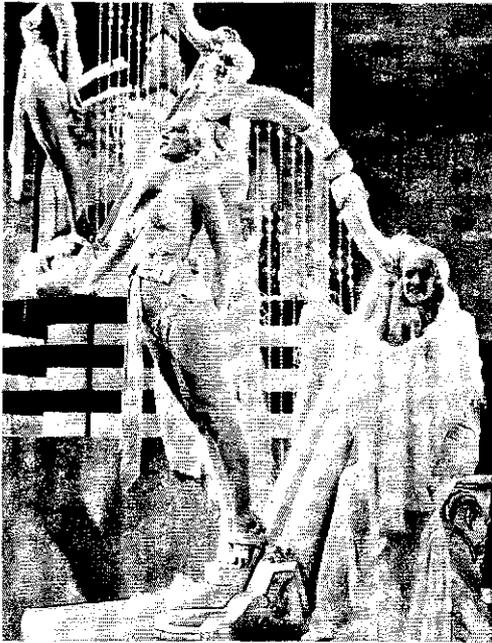


Schuh-Mode

kann im Laufe der Zeit phantastisch werden“



Dior-Modell (l.); Marilyn Monroe



Klassisches US-Musical von 1934
„Die großen Stars des Kinos sind ...“

rieren, so flüchten nun auch in dieser Generation amerikanische Jungakademiker vor Protesten und Friedensmärschen in die blaublümige Sehnsucht — ähnlich wie Hippies, Hascher und Jesus-Jünger.

Von „wirklichen Themen wie Umweltverschmutzung, Rauschgiftsucht, wachsende Kriminalität“ mag kaum einer noch was wissen, fand James A. Duffy, Chef der Fernsehgesellschaft ABC, heraus, denn da „drehen viele Zuschauer einfach ab“.

Der Hunger nach erprobtem Frohsinn scheint gewaltig. Amerikas Fernsehstationen lassen bereits nachmittags Film-Jux aus den dreißigern abflimmern. Rundfunkgesellschaften befördern Uralt-Sendungen ins Hauptprogramm. Plattenfirmen erzielen Riesenumsätze mit „In The Mood“ und „Sentimental Journey“ Swing; CBS etwa wirbt: „Verwandeln Sie Ihr Stereogerät des Raumzeitalters in ein Radio von 1930“. Und New Yorker Verlagsgründungen für Hollywood-Bildbände und Frühzeit-Comics heißen „Nostalgia Book Club“ und „Nostalgia Press“.

Eine Hüfte der fünfziger wurde zur Legende.

Auch der Broadway machte sich am Nostalgical verdient. Bereits ins dritte Jahr geht nunmehr Vincent Youmans' Erfolgs-Musical „No, No Nanette“ aus dem Jahre 1925, zur Zeit mit Martha Raye, 56, in der Hauptrolle. Und auch für das Singspiel „Follies“, eine Hommage an den legendären Girl-Driller Flo Ziegfeld, sprangen rüstige Matronen auf die Bühne und ließen die wel-

ken Waden quirlen: etwa Ethel Shutta, 75, die noch 1925 bei den alten „Ziegfeld-Follies“ mitgehopt hatte.

Den musealen Musicals folgte das Comeback einstiger Rock-Regenten aus den fünfziger Jahren. Mit denselben Melodien von damals streicht derselbe Elvis Presley wieder 100 000 Dollar pro Konzert ein; Bill Hailey („Rock Around The Clock“) verdient wieder rund um die Uhr; und sogar der Hula-Hoop-Hersteller profitiert nach langjähriger Flaute wieder mit Millionenverkäufen von der neuen Hüftschwung-Ära.

Und die berühmteste Hüfte der fünfziger wurde zur Legende: Eine neue Monroe-Doktrin ließ die naive 96-58-91-Blondine, deren Busenruhm den Blick auf ihre anderen Talente stets verstellte, als Heilige von Hollywood wiederauferstehen, Inkarnation der leidenden Unschuld inmitten einer verrotten Großfilmindustrie.

Marilyn — nach ihrem Freitod 1962 mythisches Modell für Kunstübungen von Dalí bis Warhol — ist, so schrieb „Time“, „ins Pop-Pantheon der Nostalgie gelangt“.

Daß die Nation ihr Wehmütchen ausgerechnet auch an den fünfzigern kühlte, brachte etwa „Newsweek“ mit Richard Nixons Wahlsieg zusammen, den sie interpretierte „als einen Reflex der amerikanischen Sehnsüchte nach den scheinbar ungetriebenen Jahren, die dem Trauma der sechziger vorangingen“.

Wieder, und wohl noch immer nicht zum letzten Mal, hat Amerika seine triviale Botschaft profitabel exportiert. Denn die Händler mit der Ware Vergangenheit waren clever genug, gleich auch den europäischen Markt zur nostalgischen Szene aufzubereiten.

Wie mit Ketchup und Coca-Cola infizierte Amerikas Konsum-Imperialismus den alten Kontinent nun auch mit seinem neuen Leiden, dem lustvollen Heimweh nach dem verlorenen Paradies, nach seiner vermeintlichen Unschuld. Und seither grassiert in West-Europa und der Bundesrepublik die Nostalgie — in Literatur und Film, in Mode und Musik, in Werbung und Wohnung, in Kunst und Küche.

Alter Heimatfilm neu: „Grün ist die Heide“.

„Eine sentimentale Beschwörung vergangenen Glücks breitet sich aus“, schreibt das Londoner Cinéastenblatt „Films and Filming“: „jene Sehnsucht nach den alten Tagen des Star-Systems.“

Denn auch europäische Kino-Fans haben Hollywood-Routiniers wie Howard Hawks, John Ford, Raoul Walsh als Kultfiguren entdeckt und beschwärmten mürbe Leinwand-Beauties wie Ginger Rogers, Judy Garland, Rita Hayworth und Mae West, der Fans derzeit schon wieder jede Woche hundert Briefe schreiben.

„Die großen Stars des amerikanischen Kinos“, so bekannte die Münchner Filmkritikerin Frieda Grafe Ende 1971 in der „Filmkritik“, „weshalb sollten wir leugnen, sie zu lieben? Sie sind die direkte Verbindung zu Kindheitsvorstellungen, die ein Teil unseres Lebens bleiben... Wer mag so puritanisch, so verdrückt sein, sich das zu versagen?“

Die deutschen Kinogänger der mittleren und älteren Generation jedenfalls sind nicht so verdrückt. Nur ist ihre Sehnsucht nicht unbedingt auf Holly-



... die direkte Verbindung zu Kindheitsvorstellungen: Nostalgie-Musical „Follies“

wood gerichtet. Ihnen liegt etwas Näheres besser — die alte Ufa.

„Ist es denn unmöglich“, fragte ein E. G. aus Köln in einem der zahlreichen Briefe an deutsche TV-Anstalten, „Spielfilme zu zeigen aus den dreißiger Jahren mit den Schauspielern Hans Moser, Gustav Fröhlich, Hans Albers, Marika Rökk, Heinz Rühmann, Paul Kemp, Adele Sandrock, Theo Lingen?“

Und das Fernsehen bringt das Gewünschte: Weil „die größten Publikumserfolge nach wie vor mit Heinz Rühmann erzielt werden“, sendet etwa die ARD binnen zweieinhalb Jahren 30 Rühmann-Reprisen.

„Romantik und gute Unterhaltung sind wieder gefragt“, meldete auch der Constantin-Filmverleih. der



Nostalgische Schallplatten, Bücher, Werbung*: „Romantik ist wieder gefragt“

drei seiner schärfsten Drüsendrucker für das deutsche Kommerz-Kino reaktiviert hat: „Wenn die Alpenrosen blühen“, „Die Fischerin vom Bodensee“ und „Wetterleuchten um Maria“. Er hatte so „überragenden Erfolg“, daß er jetzt einen alten Heimatfilm neu drehen ließ: „Grün ist die Heide“ — mit Lönsliedern und mit Roy Black.

Statt des Kamelhaarmantels den Mottenpelz vom Flohmarkt.

Am einkömmlichsten beuten in der Bundesrepublik zur Zeit wohl die Musik-Produzenten die neue Sehnsucht aus; die Platten-Industrie, international eng verfilzt, hat die nostalgischen Launen schnell erkannt und als neues Konsumverhalten erfolgreich propagiert. Die größten Profite macht sie mit dem

sogenannten Oldies-Business auf dem Popmusik-Markt.

Denn solange die Beatles und die Stones, Bob Dylan und Frank Zappa regelmäßig mit bislang ungehörten Klängen neue Käufer lockten, betrachtete die Branche ihre Hits von gestern ausschließlich als Wegwerfprodukte. Wer musikalische Erinnerungen auffrischen wollte, gab in Platten-Antiquariaten für eine alte Rock-Single nicht selten bis zu 50 Mark aus.

Nun aber, nachdem sich die meisten prominenten Bands der sechziger Jahre nur mehr wiederholen und ein neuer

„Wir müssen diese Interpreten senden“, beteuern übereinstimmend die Disc-Jockeys der „Pop Shops“, „Beat Clubs“ und „Fünf-Uhr-Clubs“, „denn die Industrie wirft ihre Oldies ja in Massen wieder auf den Markt.“

Deutlicher kann sich der kapitalistische Marketing-Mechanismus nicht zu erkennen geben: Erst die massenhafte Produktion hat die nostalgische Stimmung zu jener Mode-Bewegung gemacht, die alle Produzenten nun lediglich zu bedienen vorgeben.

Nur weil er den nostalgiebekömmlichen Edelpilz angesetzt hat, wird sogar altdeutscher Schlagerkäse aus den Vorratskammern der Kitschfabriken gekratzt:

Sie sind wieder ganz da, die alten Troubadoure, die Traumboot-Fahrer und Heimwehmattrosen, die bis zum Hals voll mit öligem Ödsinn stecken: allen voran Rudi Schuricke, dessen rote Caprisonne wieder aufgeht.

Polydor bringt gar eine komplette LP-Serie mit Hits aus den Jahren 1952 bis 1967 heraus: „Das waren Schlager“.

Während Nostalgie auf dem Film- und Popmusik-Markt ein Massengeschäft wurde, blieb sie in anderen Bereichen die extravagante Marotte einer Minderheit — der Modebewußten aus reicher Schickeria und linker Intelligentsia, die freilich als Zielgruppe und Multiplikatoren für die Macher von aktuellen Konsumstimmungen besonders attraktiv sind.

Es ist die Gruppe, die sich qua Kopf oder Kapital einen exklusiven Geschmack leisten kann: statt Gelsenkirchener Barock englische Schiffs Möbel, statt Simmels Bestsellern „Dracula“ und die schwarze Schauerromantik, statt des Kamelhaarmantels aus dem Kaufhaus den Mottenpelz vom Flohmarkt.

Diese Kapriren sind natürlich nicht denkbar ohne die Drohung der Langlewige im Stadium eines Vergeudungskapitalismus, in dem Einwegprodukte mit integriertem Verschleiß den schnellen Wechsel der Moden begünstigen: Während die wilhelminische Wohnungseinrichtung angeschafft wurde für ein ganzes Menschenleben, rechnet die Industrie heute damit, daß sich jede Familie mehrfach modisch umrüstet — von Teak auf Palisander, auf Kunststoff, auf mobiles Wohnen. Die echte spielerische Nostalgie ist, wie der Camp-Geschmack Susan Sontags, nur möglich „in reichen Gesellschaften, in Gesellschaften oder Kreisen, die in der Lage sind, die Psychopathologie des Überflusses zu erleben“.

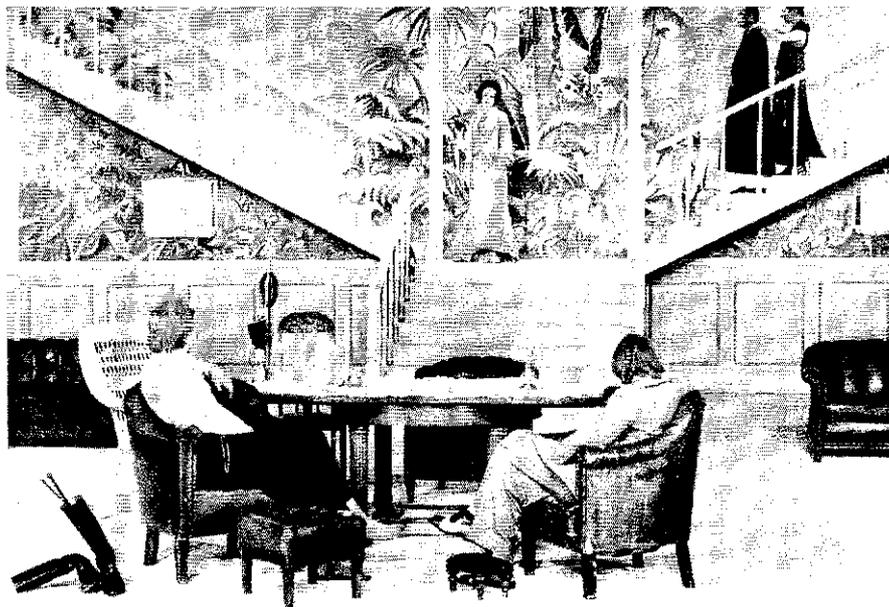
Gelangweilt von perfektionierter Technik, vom geleckten Design der Hülsta, Braun und Knoll, verdrossen

populärer Sound auf sich warten läßt, da werden die Archivleichen der Plattenindustrie wiederbelebt, denn das ist das Geschäft der Saison:

Allein bei der Hamburger Teldec sind die Serien „Oldies But Goldies“, „Oldies But Goodies“, „Golden Era of Hits“, „The Legends of Rock“ zu haben, bei der Deutschen Grammophon „Pop History“, „Jazz History“; bei der Hamburger US-Company WEA (vormals Kinney) „Star Collection“, „Blues Originals“, „Rock Begins“ und die Singles-Folge „Das bleiben Hits“.

Kaum ein deutschsprachiges Popmusik-Programm, so scheint es, ist ohne Elvis Presley, Little Richard und die frühen Rolling Stones noch zeitgemäß.

* Oben Mitte: Versandhauskatalog von 1912; Olms-Pressre-Print; 238 Seiten; 20 Mark. — Unten rechts: US-Comic-Klassiker „Little Nemo“; Melzer-Verlag, Darmstadt; 64 Seiten; 15 Mark.



Handke-Stück „Der Ritt über den Bodensee“: „Schöne, alte, traurige Bilder“

über den rationalisierten Alltag haben sich diese Privilegierten aus der angestrengten Sachlichkeit in eine hausgemachte Krimskrams-Romantik geflüchtet, in der Messingbetten, Petroleumlampen und Sammeltassen erstrebenswertere Gegenstände sind als Radiowecker und Mikrowellenherd.

Trödel hat Hochkonjunktur: In den Kleinanzeigen der Tageszeitungen werden dringend Plüschmöbel, Putten und Lüster, Kommoden, Kaminuhren und Zinn-Tinnef, kurzum „Omakitsch“ gesucht, eben — Zauberwort der neuen Bewegung — „alles, was alt ist“. In Hamburg verhökern „Klamotten-Lotta und Trödel-König“, Besitzer bereits mehrerer einschlägiger Boutiquen, den besseren Sperrmüll jetzt auch in einem dreistöckigen Flohmarkt-Kaufhaus: „Die Leute wollen auffallen mit dem, was sie in der Wohnung haben“, so erklärt „König“ Grau seinen Erfolg, „die Sachen sollen witzig sein und gemütlich, denn das haben inzwischen alle gemerkt: daß man sich auch in den irren Oma-Möbeln sehr wohl fühlen kann.“

Ein neues Gefühlsgemisch aus Landluft und Altbewährt.

Trödeltheoretiker Grau enthüllt eines der Motive, die sonst kaum einer der eher dumpfen Nostalgie-Gewinner zu nennen vermag: Der Griff zum aus-rangierten Requisit gestriger Kultur, von den Älteren aus begrifflicher, bittersüßer Erinnerung an eigene Kindheit gern getan, gilt den Jüngeren, denen ja ein Straps oder ein krächzender Caruso auf der Schellackplatte kein Zipfelchen Jugend, sondern bestenfalls ein historischer Begriff ist, als schöne nonkonformistische Gebärde; daß der brennend begehrte individualistische Geschmack an den „irren“ alten Sa-

chen, von Handel und Herstellern längst ausgemünzt, zwangsläufig wieder zu einer Mode, also zu Konformismus führen muß, ist das paradoxe Gesetz dieser Entwicklung.

Denn nicht nur, weil die Kaufkraft für Überflüssiges so üppig gedeiht, die Industrie sich so gewitzt darauf eingestellt hat, und eine irritierende, mitunter chaotisch anmutende Gegenwarts-kultur selbst Gutwillige unbehaust läßt, ist die schon immer vorhandene Erinnerungseligkeit Älterer etwa für die junge Marika Röck oder Peter-Kreuder-Melodien gerade jetzt zu neuer Quantität und Qualität aufgeschwemmt worden.

Erst die Teilnahme der Jüngeren unter Dreißig, denen man nun wohl auch nicht mehr trauen kann, popt die alte Wehmut eigentlich zur modischen Nostalgie auf. Dabei ist unerheblich, daß da, wo die Alten mitunter eine gerührte Träne vor soviel Déjà-vu verdrücken, die Twens zumeist amüsiert das Kurio-

se, Komische, kurzum das Campgefühl genießen, das ja immer eine halbwegs selbstironische Befriedigung war.

Und wie Camp sich kaprizierte auf den Jugendstil als bevorzugte Stilepoche und Zielgebiet der kapitalkräftigeren Kunstsammler, so stürzen sich jetzt die besseren Nostalgiker auf die kunstgeschichtlich weitaus weniger angesehene Art-Deco-Periode:

Einrichtungs- und Dekorations-scheußlichkeiten der zwanziger Jahre, bislang nur als Staubfänger in verwohnten Altbauten oder bröckelnden Luxushotels aus der Weimarer Republik unbeliebt, gelten der Geschmacksavantgarde als letzter Schrei; Lack-Kommoden und Bakelit-Nippes stiegen auf internationalen Auktionen in schwindelhafte Preishöhen; wer kann — so etwa die Pariser Top-Couturiers (und natürlich: Nostalgiker) Saint Laurent und Lagerfeld — schmückt sein Heim mit dem überteuerten Tand der frühen Jahre.

In der Gastlichkeit regiert, nicht nur in modisch anglisierendem Pub-Plüsch und im Kerzenschimmer imitiertier Feudalrestaurants, wieder solide Hausmannskost: Wer sich etwa von der Schweinkramspalte der „BZ“ in den „Altberliner Massagesalon“ hat verlocken lassen, kann sich anschließend im neuen „Alt-Berliner Bier-Salon“ erholen — es gibt auch eine nostalgische Gastronomie.

Nicht nur Angehörige des kenerischen Freß-Sets haben neuerdings rustikale Schlichtspeise den exotischen Gaudenkitzeln vorgezogen, sogar bei Karstadt stapeln sich neben diversen Schweine- und Gänsschmalzsorten nach Gutsherrenart Glasbehältnisse mit „Schwarzsaure“, einer dicklichen Blut-suppe, in der einst in Ostelbien beim Schlachten Innereien, Ohren, Schnauze und Schwanz vom Rind oder vom Schwein fürs Gesinde aufgekocht worden sind.



Second-hand-Kleider-Shop in Paris: Gier nach Fuchsboas und Mottenpelzen

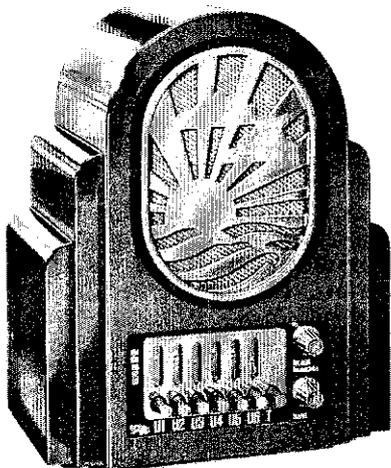
sind überholt, davon sind die Keller voll. Aber nichts aus den 50er Jahren, denn das tragen die Leute in der Provinz selber noch. Wer eine Jacke von 1955 haben will, der muß früh aufstehen.“

Jetzt schleichen sich Stilisten, Modephotographen und Mannequins scharenweise ins Pariser Kostüm-Museum (Abteilung fünfziger Jahre) und blinzeln, was nun noch kommen kann: die Sommermode im Harry-Truman-Look, Brillen wie von Martine Carol, Strapse und Unterröcke in Satin und Charmeuse, vorzugsweise lachsfarben.

Und diese marode Mode krepelt auch bereits die Werbung um: Die großen Agenturen, von jeher einflußreiche Trendsetter der Konsumgesellschaft, schalten um auf Innerlichkeit und Romantik:

Extraharte Männer, Airport-Flair oder aufjaulende Sportwagen, jahrelang verkaufsfördernde Verkörperungen von Überlegenheit, technischer Perfektion und Fortschrittlichkeit, verschwinden langsam aus den Anzeigen-Kampagnen. Sanftmütige Edwardian-Jünglinge mit Kreissäge und Plastron, lässig gelehnt an einen Oldtimer oder Doppeldecker, haben He-Man-Typen à la Frank S. Thorn als heimliche Verführer abgelöst.

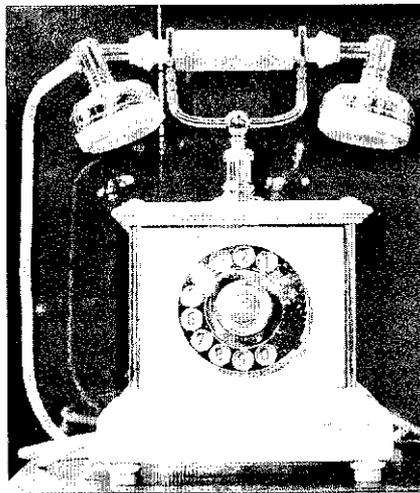
Denn die Marktstrategen registrieren derzeit „eine ganz deutliche Schwengung in den Bedürfnissen der Altersgruppe um Dreißig“ — immerhin einer



Neubau Jugendstil-Radio
„Die Leute wollen auffallen“

ihrer kaufkräftigsten Zielgruppe also. „Junge Menschen“, so Reemtsma-Sprecher Walter Köhler, „gehen lieber nett essen bei Kerzenlicht, als daß sie einen draufmachen.“ Dementsprechend haben die Reemtsma-Leute ihre Astor-Werbung ganz auf „das große Comeback des guten Geschmacks“ abgestellt.

Vor allem aber appelliert die Sekt- und Spirituosen-Werbung an die elegische Sehnsucht: Matheus Müllers Maskottchen etwa ist neuerdings eine mun-



Neubau Oldtimer-Telephon
„Omakitsch und alles, was alt ist“

tere Marilyn-Monroe-Kopie, die im verrockten Fünfziger-Look umherkichert.

Mit der sentimental Beschwörung vergangener Moden und Marotten kommen auch die trivialen Lesewonnen der Jahrhundertwende zu neuem Ansehen und zu ansehnlichen Auflagen: die ranzigen Rührwerke der Marlitt und Courths-Mahler („Bestseller von anno dazumal“), die „Hundert-Hefte-Romane“ von Karl May, Buffalo Bill und Percy Stuart, Ur-Comics wie Prinz Eisenherz und Little Nemo.

Groschenheft und Hollywood-Fummel, Schmalzstulle und Schlagerschnulze, diese ganzen trivialen Marktnutzungen der Nostalgie, sind allerdings nichts weiter als Oberflächen-Symptome für eine aller-„neueste Stimmung im Westen“ (Martin Walser), und auch sie ist eine Absetzbewegung in Richtung Innerlichkeit.

Denn keineswegs nur der massenhaft vervielfältigte Kulturmüll der letzten industriellen Vergangenheit hat die Flucht ins Gestern begleitet; damit einher geht eine durchaus intellektuelle Neigung für die Reflexion des Musealen: Wohlige Nostalgie ist auch das gängige Gebrechen vornehm Gebildeter.

Zugleich ist sie eine Intellektuellenmode gegen den Strich bisheriger Progressivitäten. In einem Augenblick, wo alles Neue, Revolutionäre in Kunst, Klein- und Scheinkunst vermeintlich durchprobiert ist, bietet sich versöhnend an: der Blick zurück, in Liebe.

So registrierte der konservative Münchner Kritiker Joachim Kaiser, als er zum Jahresende eine Kulturbilanz aufmachte, erleichtert, daß die guten alten Künste ihren so oft vorausgesagten und immer wieder bejammerten Tod überlebt hätten. Mehr noch: Nicht nur „die Musen“ sind „wiedergefunden“, auch die lästigen Politschwaden, mit denen linke Kunst-Killer das Schöne wahregute vernebelt hatten, haben sich verzogen und den Blick freigegeben

auf — trotz allem — unbeschädigten „kulturellen Bestand“.

Und das Aufmöbeln von abgelegter Kultur aus dem Fundus, nicht nur der trivialen Stücke, sondern auch der sogenannten seriösen, findet an allen nostalgischen Spielorten statt, auch auf der Bühne.

Hin zum Einfachen, weg vom Asphalt.

„Das Theater“, so schreibt dessen langjähriger Chronist Günther Rühle, „kehrt wieder zu den alten Stücken zurück“, und zu den alten Stars.

Etwa ein Dutzend Tournee-Theater kutschieren gegenwärtig durch die Republik: Kulenkampff reist mit Shaws „Pygmalion“, Borsche mit Ustinovs „Endspurt“, Elisabeth Flickenschildt mit Eliots „Privatsekretär“. Sie sind generell ausverkauft, denn sie bieten präzise, wonach Nostalgie sich sehnt: schöne alte Welt und einen Alt-Star, der noch gut zu Fuß ist und einen die eigenen Zipperleins vergessen läßt.

Und auch im Hang zum Volkstheater, zum Dialektstück, zum erdigen Realismus der wiederentdeckten Horváth und Marieluise Fleißer, der Kroetz und Fassbinder ist ein Nostalgie-Zug zu entdecken — weg vom Asphalt, hin zum Einfachen, Kreatürlichen.

Die intellektuelle Variante zu diesem Volkstheater-Heimweh erschien im interessantesten Stück der laufenden Saison: in Botho Strauß' „Die Hypochonder“, uraufgeführt in Hamburg.

Dort herrscht Nostalgie nach dem verzärtelten, kränkelnden Fin de siècle, nach den Blumen des Bösen, nach Décadence, nach dem Scharlach-Schönen und nervösen Erregungen — es versuchte die Repatriierung des Poetischen, Phantastischen auf die Bühne, die, ganz offenbar, für die Gegenwart keine Phantasie aufbringt und mobilisiert.

Für den biedereren Abonnentenstamm, für den Nostalgie vornehmlich



Neubau Trichter-Grammophon
„Die Sachen sollen witzig sein“

Es gibt praktisch nichts, was Sie im Marbella Hilton nicht tun können.



Das Marbella Hilton wurde für Ihr Vergnügen gebaut, und fast jedes wirkliche Vergnügen ist dort leicht erreichbar.

Um Sie in Betrieb zu halten, gibt es drei Tennisplätze und in unmittelbarer Nähe vier Golfplätze.

Oder liegt Ihnen das Faulenzen mehr? Das können Sie bestens am geheizten Schwimmbad oder an der Sol y Sombra Snackbar direkt dabei. (Oder an einem der wenigen wirklichen Sandstrände der Costa del Sol.)

Alle Ihre Sinnesorgane werden zufrieden sein. Um sich herum sehen Sie Gärten. Ja, jedes klimaregelte Zimmer hat einen entzückenden Blick auf den Park, das Meer oder die Berge. In den Restaurants delectieren Sie sich an feinsten Internationalen oder spanischen Spezialitäten. Und im Night Club El Cid hören Sie echte Flamencomusik.

Und wenn Sie dieses Vergnügen mit Ihren Kindern teilen wollen, so bringen Sie sie doch mit, denn in Ihrem Zimmer wohnen sie ohne Aufschlag. Kinder haben sogar ihr eigenes Schwimmbad.

Schon die Fahrt zum Marbella Hilton ist ein Vergnügen. Vom Flughafen Malaga sind es nur 40 Minuten auf der landschaftlich atemberaubenden Straße.

Das Marbella Hilton. Gönnen Sie es sich.

Reservieren Sie bitte über Ihr Reisebüro, jedes Hilton International Hotel oder das Hilton Reservierungsbüro: Frankfurt 281633, Düsseldorf 434963, Berlin 261081, Mainz 10781, München 340051, Wien 655754.



MARBELLA HILTON

das Gegenteil von Rheuma ist, sind so subtile Heimweh-Wehchen freilich He-kuba: Beliebt ist die naive oder naïv reproduzierte Nostalgie, also die schlicht-direkte Vergangenheitsvermarktung à la „Oldies“-Industrie; vertrackter ist die vorsätzliche, die artifiziell und bewußt gemachte Nostalgie, die sich der Vergangenheit kritisch oder spielerisch im Zitat bemächtigt.

Das Doppelgesicht der Nostalgie zeigt sich in allen Kultursparten, besonders deutlich vielleicht beim Film:

Der reine Rückgriff-Kommerz sind die Heimatfilm-Reprisen und die vielen Retrospektiven der letzten Jahre — Chaplin, Keaton, Lubitsch, Sternberg; Greta Garbo, Mae West, Marilyn Monroe —, aber auch einzelne neuere Filme, die sich am alten Genre rein rekonstruktiv zu schaffen machen, etwa der Gangsterfilm „Bonny und Clyde“, der Stimmung und Stereotypen der dreißiger Jahre wiederherstellte — und damit Mode machte.

Zugleich entstanden Filme, die voller ironischer Heimtücke die vergangenen Kunst-Muster, nach denen sie angetreten waren, demolierten oder wenigstens denunzierten: Western-Filme wie Sam Peckinpahs „The Wild Bunch“ oder William Frakers „Monte Walsh“, „Cabaret“ von Bob Fosse und schließlich „Hollywood“, Paul Morrisseys jüngster Film aus der Warhol-Factory, der die ganze Traumfabrik auf ein paar altmodische, kaputte Typen in schmutzigen Betten reduziert.

„Die Revolte ist vorüber, die Nostalgie ist geblieben.“

„Alle guten Filme“, so glaubt Peter Bogdanovich („Bewegliche Ziele“, „Is was Doc?“), der wohl erfolgreichste Nostalgie-Newcomer, nach 6000 Kinobesuchen, „sind schon gedreht.“ Wenn Bogdanovich Filme im Geist der alten Zeiten macht, dann setzt er Stil- und Dekoraneihen ganz bewußt dialektisch ein: als Gegenbild zur Gegenwart und als Lehrbeispiele für seine Zeitgenossen.

Nostalgische Filme dieser Art, in denen vergangene Zeiten mit spielerischer Spätzeit-Raffinesse zu Lust und Belehrung der Zeitgenossen aufgefrischt werden, drehen auch die jungen deutschen Filmemacher Fassbinder und Werner Schroeter, Uwe Brandner, Volker Vogeler, Edgar Reitz und Wim Wenders.

Gemäß Günter Herburgers Spruchweisheit „Unsere Bibliotheken heißen Kino und Fernsehen“ machen viele der jüngeren Schriftsteller die Rückblende der Film-Nostalgiker mit. Herburger läßt in seinem Erzählungsband „Die Eroberung der Zitadelle“ — zwischen Auftritten von King Kong, Siegfried oder Humphrey Bogart — „Tarzan in einer Eisdiele“ Platz nehmen und ihn „von Marilyn Monroe“ bedienen.

Vom alten Kino träumt auch Rolf Dieter Brinkmann, der noch am ehesten von der nostalgiegetränkten neuen Sensibilität aus Amerika profitiert hat. Brinkmann-Gedichte heißen „Ohne Chaplin“, „Brief an Humphrey Bogart“ oder „Für Paramounts Vollendung“. In „Film 1924“ führt er deutlich jenes verbreitete Vergnügen an der wunderkindhaften Jugend des Stumm- und Früh-Tonfilms vor:

Wie wahr dieses stumme Rauschen ist ein anhaltendes Flimmern über die Körper hinweg, wenn sie ganz nackt sind und noch immer auf Rudolph Valentino warten, oder ist es Douglas Fairbanks als Dieb von Bagdad 1924 bei der United Artists ...

Was für Schauer müssen das gewesen sein was für eine Art von Empfindung als Conrad Veidt und Lya de Putti



„Aber Papa, mein Karl sieht vielleicht so aus, aber

sich aufeinander zubewegten, als bewegten sie sich richtig.“

Zum Hohenpriester der empfindsamen Literatur-Nostalgie wurde in Deutschland Peter Handke. Der einstige Theaterschimpfer, von jeher Movie-maniac und allem Trivialen Freund, hatte schon in seinem „Ritt über den Bodensee“ die mitwirkenden Schauspieler nach Uraltstars wie Emil Jannings, Heinrich George und Henny Porten benannt und sie dann zu „schönen, alten, traurigen Bildern“ auftreten lassen. Seine elegische Amerika-Reminiszenz „Der kurze Brief zum langen Abschied“ (1972) kann getrost als zivilisations-romantisches Sehnsuchtsbuch par excellence verstanden werden:

... einmal, als ich ... „Young Mr. Lincoln“ von John Ford anschaute, vergaß ich mich dabei, und das Schauen wurde zugleich ein Träumen. In diesen Bildern aus der Vergangenheit, aus den Jugendjahren Abraham Lincolns, träumte ich von meiner Zukunft und träumte in den Gestalten des Films die Menschen vorweg, denen ich noch begegnen würde. Und je

länger ich zuschaute, um so größer wurde die Lust, nur noch Gestalten wie denen im Film zu begegnen...

Daß Nostalgie häufig Weltflucht, fast immer jedenfalls Abkehr von der gegenwärtigen Tagespolitik ist, mutmaßt auch der linke Schriftsteller Gerhard Zwerenz: „Es hat den Anschein“, so formulierte er in einem melancholischen Abgesang auf die politisch bewegten endsechziger Jahre, „als sei die Nostalgie das Erbe einer jeden Welle von Aktivismus. Wahrscheinlich beruht sie auf Enttäuschungen, die aus der Bahn werfen.“

In der Tat scheint der Zug in Richtung Zukunft für alle jene abgefahren zu sein, die noch vor zwei bis drei Jahren die Fahrkarte zur Revolution schon gelöst zu haben glaubten. Wo damals noch Politaktivisten mit konkreten

glaubens an Zukunft, und — so Max Horkheimer, Mitbegründer der linken Frankfurter Schule — „eine gewisse Verzweiflung: Die ehemals radikalen Neinsager blicken mit Sehnsucht zurück auf das, was nicht mehr da ist“.

Für Linksnostalgiker Zwerenz ist es denn auch an der Zeit, „zu erkennen, welchen Reichtum die zwanziger Jahre unseres Jahrhunderts uns hinterließen“. Das einschlägige Verlagsgewerbe erkannte und hilft inzwischen über den neuen Schwund resignierter Revoluzzer mit dem alten Schwung ihrer sozialistischen Altvordern hinweg:

Bild- und Sammelwerke über die Russische Revolution. Antifaschistisches von George Grosz und John Heartfield, Aufbereitung von früh-sowjetischem Proletkult und deutscher Arbeiterliteratur der dreißiger Jahre —

und-Schreckens-Welt ein Ende mit Verrecken im Hunger-, Schmutz- und Energie-Tod voraussagen, werden fröhliche Aussichten zunehmend zu traurigen Rück-Sichten

„Das Zeitalter der Aufklärung scheint uns abgelaufen.“

Was dem Nostalgie-Normalnutzer noch Marilyn Plisse-Rock aus den fünfziger oder Mae Wests Federboa aus den dreißiger Jahren gilt, bersedert sich die höhere Intellektualität immer häufiger beim Datum Null: im mehr oder weniger perfekten Naturzustand primitiver Völker und Kulturen, wie ihn der französische Strukturalismus, vor allem Lévi-Strauss, zum gebildeten Salongespräch gemacht hat.

„Je mehr die menschliche und außermenschliche Natur zusätzlich überkrustet, ja zerstört wird“, so erklärt Sozialphilosoph Alfred Schmidt die derzeitige Ursprungslust, „desto größer wird das Verlangen nach der verschwundenen Unmittelbarkeit. Diese Sehnsucht nach dem naturhaft Ungebrochenen, also nach einem vorkapitalistischen Zustand, kann ins Auge gehen, wenn sie sich als Regression auswirkt.“

Genau dieses ist der Fall: Es macht sich zunehmend die Einsicht breit, daß alle Möglichkeiten für eine tatsächlich bessere Zukunft ausgereizt seien und unsere Spätkultur allenfalls von ihren Beständen zu leben habe. Dies jedenfalls gehört zur rechten Verkündigung des Anthropologen Arnold Gehlen, der neuerdings so gerne links zitiert wird. „Das Zeitalter der Aufklärung“, meint er auch, „scheint uns abgelaufen, ihre Prämissen sind tot.“

Dahinter stecken die beinahe schon landläufigen Überdrüsse an Vernunft, Fortschritt, Technologie. Das führt, sagt sich der Nostalgiker, ohnehin zu nichts mehr — und knabbert statt dessen melancholisch an den Rosinen aus dem großen Kuchen der Vergangenheit. Von einer Renaissance des Reaktionenären, zumindest Konservativen, so scheint es, ist dieser geschichtslos-genüßliche Rückblick nicht weit entfernt.

Deshalb notiert der nostalgische Altlinke Peter Rühmkorf, auch er ein „ehemals radikaler Neinsager“, 1972 in seinem Tagebuch („Die Jahre die Ihr kennt“) so könne man die Zeit nicht einfach rückwärts rollen lassen; denn sonst „ist unser schöner neuer Marx nicht viel mehr wert als eine nostalgische Erinnerungsmelodie der späten siebziger/frühen achtziger“.

Schon der alte „schöne Marx“ natürlich hat all das gewußt; auch, wo Nostalgie herkommt und wo sie hingehört: „In der bürgerlichen Gesellschaft“, schreibt er bereits im „Kommunistischen Manifest“, „herrscht die Vergangenheit über die Gegenwart.“



im Grunde seines Herzens ist er nur Nostalgiker.“

Utopien der Gesellschaft agitatorisch zu Leibe rückten, breiten sich jetzt still Wehmut und Mutlosigkeit aus.

„Die große Revolte ist vorüber, die große Nostalgie ist geblieben“, resümiert Zwerenz und verfolgt, selber ein trauernder Hinterbliebener, die Spur jener versprengten Kinder, die ihre eigene Revolution gefressen haben. Einige habe es zwar zu Anarchismus, Droge, DKP verschlagen, die Mehrheit jedoch, „die politisiert oder anpolitisiert worden ist, ging treu und brav zur letzten Bundestagswahl und gab ihre Stimme der sozial-liberalen Koalition“.

Getrost kann die einst pikiertere, gar verunsicherte feine Geisteswelt zur gepflegten Bildungsordnung übergehen: „Die europäische Kulturrevolution“, so frohlockt Kaiser, „hat keine neuen Formen, ja überhaupt keine Formen hinterlassen, die an die Stelle der einst verworfenen treten können.“

Was bleibt, stiften die Nostalgiker: eine Stimmung des Scheiterns, des Un-

diese und manch andere revolutionsantiquarische Trostbüchlein ersetzen mit der Sehnsucht nach dem fortschrittlichen Gestern die nunmehr lädierte Utopie vom besseren Morgen.

Dabei hat diese Nostalgie der Linken das Heimweh nach Zukunft geradezu auf den Kopf gestellt, nach einer Zukunft, die ihre Ziehvaterfigur Ernst Bloch im „Prinzip Hoffnung“ als einen Zustand „ohne Entäuberung und Entfremdung in realer Demokratie“ beschrieben hatte; dann nämlich entstünde, so Bloch, „in der Welt etwas, das allen in die Kindheit scheint und worin noch niemand war: Heimat“.

Nun, da es gegenüber der verlorenen Hoffnung auf die Blochsche „Heimat“ Zukunft nicht einmal mehr zu einem renitenten Vertriebenenbewußtsein zu reichen scheint; da statt des von Herbert Marcuse noch ausgedachten künftigen vernünftigen Paradieses Umweltprognostiker der gegenwärtigen Dreck-