

# KUNSTZEITUNG

MEDIA  
DATEN

anzeigen@kunstzeitung.com

## Frohes Shoppen!

Der Homo consumens ist nahezu vollständig „entweihnachtet“

Die Idee, mittels eingängiger Volksweisen, flackerndem Kerzenlicht und Zimt- und Zuckeraromen, kurzum, mittels einer perfekt abgestimmten Orchestrierung sinnlicher Stimulanzen zumindest metaphorisch Licht in die dunkelsten Tage des Jahres zu bringen, zählt gewiss zu den cleversten PR-Konzepten christlicher Kulturgeschichte. Und nicht nur das: Wohl kein anderes jährlich wiederkehrendes Ereignis hat einen derart komplexen Einfluss auf Psyche und Ökonomie unserer Gesellschaft – sieht man einmal ab von militärischen, epidemischen oder klimatisch bedingten Katastrophen.

Das kommt nicht von ungefähr und lässt sich kaum allein mit den Heilsversprechen des Christentums erklären. Nein, es ist vor allem die totale Konterkarierung seiner exakt die altruistisch geprägte „Nächstenliebe“ ins Zentrum stellenden Lehre durch einen entfesselten Kommerz, der Jahr für Jahr neue Rekordmarken setzt. So geht der HDE (Handelsverband Deutschland) allein für das Weihnachtsgeschäft 2018 von einem Einzelhandelsumsatz von sage und schreibe **EINHUNDERT MILLIARDEN EURO** aus. Und das bedeutet, dass 2018 noch die profansten Alltagsgüter, von der Unterhose bis zur

Gewürzmischung, von der Hautcreme bis zum Mehrfachstecker, mit einer Christkind-und-Tannenbaum-Aura aufgeladen werden.

Das gelingt, wie wir wissen, allerdings nur bedingt und lässt sich bereits seit Ende Oktober in all seiner misslungenen Vielfalt besonders anschaulich auf den von Glühwein durchtränkten Weihnachtsmärkten unserer Klein-, Mittel- und Großstädte besichtigen. Gleichwohl stellen diese abstrusen Verpackungs-, Namens- und Design-Eskapaden nur einen Aspekt dieses konsumistischen Showdowns dar. Mindestens ebenso wichtig für das Erreichen des Umsatzzieles ist ein durch und durch weichgekochter Konsument, eine Art präzise programmierter Kaufroboter, der nur von einem einzigen Impuls gesteuert wird: von dem Motiv des Kaufens- und Schenkens-MÜSSENS.

Inzwischen ist dieser Homo consumens jedoch soweit „entweihnachtet“, dass er praktisch jede Möglichkeit nutzt, sich der lästigen, von zahllosen Befindlichkeiten durchdrungenen Schenkerei zu entledigen. Und so wundert es nicht, dass, wie die „Bild“-Zeitung ermittelt hat, „jeder Zweite Gutscheine verschenken“ will. Na dann: Frohes Shoppen!

Volker Albus



Volker Albus: „Vorsicht Weihnachten!“

Foto: Daniel Schludi

### Was die Dezember-Ausgabe bietet:

**Klaus Honn** über die neue alte Liebe zur analogen Fotografie in Schwarz-Weiß *Seite 5*

**Karlheinz Schmid** über den Kurator Manfred Schneckenburger *Seite 7*

**Michael Huber** wundert sich, dass Österreichs Künstler besonders häufig unter Depressionen leiden *Seite 15*

**Viktoria Sommermann** über Künstler, die mit Sehverlust klarkommen müssen *Seite 16*

**Claudia Steinberg** über das Comeback der Gruppe Gutai *Seite 17*

**Falk Jaeger** fragt, was aus der einst gefeierten postmodernen Architektur geworden ist *Seite 20*

## KUNST AUF 10 000 M<sup>2</sup>



## Mdbk

Vorschau 2019

Yoko Ono

Pakui Hardware

Ernesto Neto

Point of no Return

Paule Hammer

Mdbk Museum der bildenden Künste Leipzig

Katharinenstraße 10  
04109 Leipzig

Follow us: [f](#) [t](#) [i](#) [c](#)  
/MdbkLeipzig

www.mdbk.de