

Was ist Kitsch? Für die einen nichts als überflüssiger Ballast, rührseliger Pomp und naiver Schnickschnack, für andere „der kürzeste Weg zur Versöhnung mit den Lebensumständen“ und Ausdruck einer allzu menschlichen Sehnsucht nach Harmonie und Trost. Wie auch immer: Zu keiner Zeit blüht der Kitsch so wie zur Weihnachtszeit – in Musik, Literatur und Dekor.

VON SILKE HELLWIG

Die Glocken klingen nie süßer, das Engelshaar lockt sich nie goldiger, die Fenster leuchten nie heller und Klischees werden nie schamloser bedient. Das Weihnachtsfest mit seinen Traditionen und Ritualen strotzt nur so vor Kitsch. Allein in der Werbung: Der Weihnachtsmann, der für eine bekannte Limonade wirbt, ist vom Scheitel bis zur Sohle der Abklatsch eines Bilderbuch-Santa-Claus'. Er hat einen prächtigen Rauschbart und einen beachtlichen Bauch, über Cholesterinwerte oder betreutes Wohnen hat er sich offensichtlich noch nie Gedanken gemacht. Elfen mit Ringelstrümpfen, Schnee und Geglitzer reichen ihm und seinen Werbe-Vätern als Beigabe nicht. Gekrönt wird der Spot mit einer gesungenen Botschaft, so zuckersüß wie besagte Limonade: „It's so important, to make someone happy“ . . . Einsatz der Streicher . . . „and you will be happy too“. Iiuh, wie kitschig. Ach, wie schön.

An Kitsch kommt man dieser Tage nicht vorbei, er erweicht noch jedes Griesgramm-Herz. „In jedem von uns steckt ein Tropfen Kitsch, weil Kitsch der kürzeste Weg zur Versöhnung mit den Lebensumständen ist“, schreibt der Historiker Burghart Schmidt. Kitsch verheißt die heile Welt. Zu Weihnachten wimmelt es im Kino, im Fernsehen und in der Werbung nur so von Familien, die sich innig lieben. Die Kinder sind brav. Jeder denkt mehr an andere als an sich selbst. Und auch die, denen es nicht so gut geht, werden nicht vergessen. Die Wohnungen sind blankgewienert, der Braten steht im Ofen, die Lichter strahlen mit den Menschen nur so um die Wette.

Einsamkeit? Verzweiflung? Krankheit? Kälte und Dunkelheit? Gibt es praktisch nicht. Wer sehnte sich nicht nach einer solchen Idylle, irgendwann, irgendwie, insgeheim? Bei wem setzen sich solche Bilder und Botschaften nicht irgendwo in einem Winkel seines Hirns ab? Es sei schon bemerkenswert, wie gut sich beispielsweise

vorweihnachtliche Werbung darauf verstehe, mit kitschigen Szenen Emotionen anzusprechen, sagt Professor Herbert Grüner, Rektor der Hochschule für Künste Bremen. „Kitsch bedient eine bestimmte Sehnsucht im Menschen, eine gewisse Sentimentalität“, die wohl in jedem stecke. Damit setze sich Kitsch von Kunst ab: „Kunst spricht eher die wahren Gefühle und den Intellekt an“, so Grüner, also auch Angst, Zweifel und Hass, „während Kitsch nur auf Sentimentalitäten abzielt“, auf Gefühle wie Herzschmerz und Wonne, Geborgenheit und Trost.

Nicht nur zwischen Weihnachten und Kitsch, sondern auch zwischen Weihnachten und Kunst gebe es durchaus Verbindungen, sagt der Bremer Professor. Man denke nur an die historischen Darstellungen der Geburt Christi als Ursprung des Weihnachtsfests oder auch an traditionelle Weihnachtslieder als Volkskunst, „denen der Glaube als tiefe Emotionalität zugrunde liegt.“ Auch dabei habe es stets kitschige Ausführungen gegeben. Das bestätigt die Kunsthistorikerin Gabriele Thuller, von der das Buch „Kitsch – Balsam für Herz und Seele“ stammt. Zu den beliebten religiösen Kitschmotiven zählten Madonnenbildnisse, Heiligen- und Jesusgemälde. „All diese Themen faszinierten auch schon die alten Meister; sie schufen Bilder, derer sich der Kitsch gut bedienen konnte“.

Ob für Gläubige oder Ungläubige – Weihnachten eigne sich ausnehmend gut, um sich zum Kitsch zu bekennen, heißt es in einem Artikel der „Welt“. Obgleich dieses Bekenntnis heute weniger Mut erfordere als noch vor einigen Jahren: „Die Einsicht, Kitsch könne etwas sein, was der Mensch sehr wohl braucht, ist noch relativ jung“, so Kuno Nensel in der „Welt“. „Zuerst einmal einten sich Kunsthistoriker, Soziologen und Psychologen zur Hexenjagd auf den Schund (...) Sich mit Kitsch zu umgeben galt als eine Flucht vor der Realität.“ Mithin wurde – und wird in feinen Kreisen noch heute – Kitsch mit Naivität, Rührseligkeit, gar Verblödung gleichgesetzt, gewissermaßen mit Opium fürs

Volk. Wer sich sonntagsabends im „Herzokino“ des ZDF eine Schnulze von Rosamunde Pilcher anschaut, weiß haargenau, wie sie ausgeht: unverschämt gut. Dass sie keine intellektuelle Herausforderung darstellt, lassen die Titel erahnen: „Lass es Liebe sein“, „Süße Leidenschaft“, „An Deiner Seite“. Holzschnittartige Charaktere und schöne Landschaften reichen, um für 90 Minuten in Gefühlsduselei aufzugehen. Zu Weihnachten vereinen sich in solchen Fernsehfilmen zuckersüße Liebesgeschichten mit festlichem Familienglitzerglück zu einer Art Hard-Core-Kitsch für fortgeschrittene Gefühlsmenschen.

Na und? Die Verheißung, dass alles gut wird, dass die ganz großen Gefühle entwickelt und gelebt werden, lockt regelmäßig Millionen vor die Bildschirme. Der Erfolg des „Herzkinos“ und ähnlicher Produkte wie Bücher („Apfel, Kuss und Mandelkern“), Musik („Last Christmas“) oder Kinofilme („Tatsächlich . . . Liebe“) sei leicht erklärlich, findet die Publizistin und Dozentin Elisabeth Hurth. „Kitsch rührt uns an. In einer kalten, durchrationalisierten Welt rührt uns Kitsch zu Tränen (...) Kitsch erlaubt uns, Gefühle zu zeigen. Wir dürfen auch dort Gefühle zulassen, wo sie unerwünscht sind, wo wir uns immerzu beherrschen müssen und vernünftig zu sein haben“, heißt es in ihrem Buch „Die (un)erträgliche Seichtigkeit des Seins – zwischen Religion und Kitsch“.

Gerade religiöse Feiertage seien die Blütezeit des Kitschs, schreibt Gabriele Thuller. Um die höchsten kirchlichen Feiertage festlich zu gestalten, „lassen Kunsthandwerk und Industrie nichts unversucht (...) Das Bedürfnis, an hohen kirchlichen Feiertagen das eigene Heim zu schmücken, hat nur bedingt mit der religiösen Einstellung zu tun. Vielmehr geht es dabei um die reine Freude am Leben.“ In der Tat: Kitsch und Kommerz fügen sich zu einer besonderen Allianz, die das geflügelte Wort „Kitsch as Kitsch can (sinngemäß: so kitschig wie nur möglich)“ Jahr für Jahr neu illustriert – allein durch die Vermehrung von Lichterschmuck im Laufe der Jahre. Wie das Energieunternehmen „Licht-

Blick“ unlängst mitteilte, „dürften bundesweit neun Milliarden Lampen in der Weihnachtsbeleuchtung zum Einsatz kommen.“

Kitsch heißt also auch: zu viel. Zu viel La-metta, zu viel Gegeige, zu viel Süßigkeiten aller Art. „Wenn man einen negativen Kitschbegriff wählt, dann ist Kitsch bestimmt durch ein Zuviel an Gefühlen“, sagt Elisabeth Hurth. Das Gefühl verselbstständige sich vom dargestellten Gegenstand. „Das bedeutet, dass Menschen an Weihnachten besondere Stimmungen und kitschige Gefühle erleben wollen, das aber der Bezug zum Glauben und zur Heilsbotschaft verloren gegangen ist.“ Religiöser Kitsch zählt laut der Kunsthistorikerin Thuller „zu den größten Spielfeldern von Kitsch überhaupt. Die Frage ist: Was bietet er den Menschen, welche Bedürfnisse kann er stillen und um welchen Preis?“ Die „unwirtliche Wirklichkeit muss ersetzt werden durch eine Welt, in der es eine höhere, beschützende Macht gibt, in der das Gute siegt und das Böse verbannt wird (...) Der Kitsch gedeiht dort besonders gut, wo Heilsversprechen gemacht werden – und das ist exakt der religiöse Bereich.“

Damit habe Kitsch jedoch auch so etwas wie religiöses Potenzial, sagt Elisabeth Hurth, die auch Theologie studiert hat. Als Beispiel nennt sie das Weihnachtslied „Stille Nacht“, das als „Kitsch pur“ gelte. Darin sei jedoch nicht nur vom „holden Knaben mit lockigem Haar“ die Rede, sondern auch von Gottes Sohn und Christ als Retter. „Damit wird an etwas im Menschen angerührt, was er sich wünscht und selber nicht leisten kann.“ Von Religion versprechen sich die Menschen heute vor allem Lebenshilfe und Orientierung. „Kitsch ist etwas, das auch zur Lebenshilfe beitragen kann, denn er vereinfacht die Dinge. Da sehe ich das Potenzial für eine Art Partnerschaft zwischen Religion und Kitsch. Kitsch kann eine Art Türöffner sein, weil man Menschen über das Gefühl eher erreicht als über den Verstand.“

Studien über Leser von sogenannten Hefromanen zeigten, dass sie in ihrer Lek-

türe Kraft für den Alltag fänden. „Das ist schon eine gehörige Leistung des Kitschs.“ Zudem stehe Kitsch für die Durchsetzungskraft des Guten gegenüber dem Bösen und für die stete Hoffnung auf eine bessere Welt – also auch für christliche Werte. Kitsch könne mithin mehr als man ihm zutraue, so Hurth.

Das Problem des zeitgenössischen Weihnachtsfests sei auch nicht der Konsum, sondern die „religiöse Wissenskrise“. Je mehr Weihnachten seine ursprüngliche Bedeutung verliere, desto größer sei die Gefahr, dass dieser Verlust durch bloßen Kitsch ersetzt werde, sagt auch Herbert Grüner. Wenn nicht Christi Geburt gefeiert wird, dann eben der Saisonabschluss in der Weihnachtswerkstatt für den Weihnachtsmann und seine Elfen. „Mit dem Mann mit dem Rauschbart hat man jemanden, auf den man seine Emotionen richten kann, ganz unideologisch und unreligiös.“ Der Weihnachtsmann werde zur Reflexionshintergrund und Projektionsfläche. Kitsch arbeite laut Hurth „einer Verniedlichung und Verkindlichung von Weihnachten“ zu.

Und einer gewissen Seelenhygiene: „Weihnachten ist ein Ventil, um kollektiv Druck abzulassen und die Zumutungen und Kränkungen des Alltags zu vergessen. Drei Tage zum Auftanken, Wärmen und Trösten. Darin steckt eine große Kraft, sie verbindet alle und ist urdemokratisch. Je individualistischer die Gesellschaft ist, je unterschiedlicher die Neigungen, umso wichtiger für den Zusammenhalt sind solche verbindenden Erfahrungen (...) Keiner kann sich entziehen. Selbst muslimische Familien hängen Sterne ins Fenster und schmücken Weihnachtsbäume“, schreibt Claudia Keller in der „Welt“.

Gut und schön. Aber was ist, wenn es einem all das Gepränge und Geglänze doch die vorweihnachtliche Laune zu verhaseln droht? „Was soll's!“ , schreibt Gabriele Thuller. Weihnachten gehe wieder vorüber, „dann muss man sich andere Wege suchen, um sich mit den nüchternen Lebensumstände zu versöhnen.“