

Advent als heilsame Zeit des Wartens

Was würde Rudolf Steiner wohl sagen, wenn er heute durch unsere Stadtzentren liefe und sich der schreienden Konsumwerbung ausgesetzt sähe? Im Jahr 1908 stellte er in einem Vortrag fest: „Wenn Sie durch die Straßen einer Stadt gehen und die Scheußlichkeiten an den Anschlagsäulen und in den Schaufenstern vor die Seele geführt bekommen, übt das einen schaurigen Einfluss aus.“ Schon damals stellte Steiner einen krankmachenden Einfluss dieser „Scheußlichkeiten“ auf Seele und Leib fest. Dabei müssen die Werbeträger vergleichsweise harmlos gewesen sein, als es noch keine City Light Boards, digitale Infoscreens oder großflächige Leuchtfolien auf motorisierten Fahrzeugen aller Art gab. Nicht nur Art und Umfang waren im Vergleich zu unserem heutigen Straßenbild marginal, sondern auch die Botschaften weit entfernt von dem, womit wir heute zwangsbeglückt werden. Unverhohlen wird mit Tabus gebrochen, wenn etwa eine „Casual-Dating“-Plattform mit dem Slogan wirbt: „Mein eigenes Bett kenne ich jetzt gut genug.“ Auf Schritt und Tritt werden wir animiert zu einem Konsum, der alle Bereiche durchdringen und uns eine vermeintlich höhere Lebensqualität bescheren soll. Man greift kursierende Ängste auf und hat das passende Produkt dagegen. So warb der Hersteller des Insektenabwehrmittels Autan im Pandemiesommer mit dem Slogan: „Versprüht Sicherheit gegen Mücken und Zecken“, wobei der erste Satzteil optisch deutlich hervorgehoben war. Sicherheit – wer sehnte und sehnt sich nicht danach? Wie praktisch, wenn sie im Drogeriemarkt oder in der Apotheke erhältlich ist!

Krass drückt sich krankmachender Zeitgeist in den Werbeslogans von Lieferdiensten aus: „Brauchst du? Bekommst du!“, „Willst du – kriegst du!“, bis hin zu Wortneuschöpfungen wie: „Flinks dir!“ Alles bekommen wir sofort und unmittelbar, und sei es eine „frische Tomate“ an einem Dezemberabend um 22.38 Uhr. Ab-

gesehen davon, dass es höchst fragwürdig erscheint, sich bei Wind und Wetter von oft unter miesesten Bedingungen arbeitenden Fahrradkurieren Essen nach Hause liefern zu lassen, beschäftigt mich die Frage, ob wir eine aus meiner Sicht zentrale Fähigkeit verlernt haben, die uns vernunftbegabte Menschen vom Tier unterscheidet: die Kunst zu warten. Zu warten, bis die Zeit reif ist für eine Entscheidung, bis wir den passenden Partner treffen, bis die heimische Sommer-sonne Tomaten wachsen und reifen lässt ... Ich will ungern schwarzsehen, frage mich aber dennoch, ob wir mehr und mehr in eine Gesellschaft von bewusstlosen Egoistinnen und Egoisten hineinwachsen, die jetzt sofort ihre Bedürfnisse stillen müssen, koste es, was es wolle.

Die Adventszeit setzt für mich einen Kontrapunkt zur Tendenz des „schneller, höher, weiter, mehr“. Sie dauert noch immer 24 lange Tage und noch niemand scheint auf die Idee gekommen zu sein, sie zu Beschleunigungszwecken zu komprimieren und das Weihnachtsfest „jetzt sofort“ stattfinden zu lassen. Wie wir diese Zeit des Wartens gestalten, obliegt uns größtenteils selbst. Wir können sie zur hektischen Vorbereitungszeit ausarten lassen und uns dem kränkenden Konsumrausch ergeben. Oder aber wir weichen dem Materialismus bewusst aus, kehren dem Werbewahn den Rücken und erlauben uns, andere Bilder in uns aufzunehmen: indem wir die Winterlandschaft genießen, in einem Museum ein Gemälde bestaunen oder uns an den Klängen eines Weihnachtsoratoriums erfreuen. Rudolf Steiner sähe darin einen Beitrag zur Gesundheitsvorsorge und ich glaube, er hat recht.



CLAUDIA MÖNIUS

studierte Sprachen, Wirtschafts- und Kulturraumstudien an der Universität Passau. Sie ist Beraterin und Buchautorin und lebt in Nürnberg.

www.mutmacherei.de