

Lutherzwerge sind aufmarschiert

Oder: Aufmerksamkeitsorgie für Massenkitsch

Eine empörte Reaktion nach Eröffnung des Spektakels,

von dem angeblich 98% begeistert sind,

etwas gekürzt erschienen in der ZEIT am 19. August 2010

Luther-Zwerge sollen die Stadt beleben, während die Denkmale von Luther und Melanchthon restauriert werden. Ein Heer von ein Meter hohen Lutherfiguren in den Farben schwarz, rot, blau und grün ist auf dem Markt aufmarschiert. Man ist erinnert an die chinesische Terrakottaarmee. 800 Exemplare, die offiziell Lutherbotschafter heißen – käuflich für 250, mit Signatur des Künstlers angeblich 500 €. Schadows Lutherfigur wurde verkleinert, geklont, gefärbt, aufgereiht und wird anschließend verkauft. Die Installation mit ihren Sichtachsen hat eine gewisse Faszination. Touristisches Fotomotiv und Spielspaß für Kinder. Was allerdings als Kunst firmiert, ist für mich weitere Verkitschung des öffentlichen Raums „im Zeitalter der Reproduzierbarkeit“. Erst Kühe, dann Bären und Hasen en masse... Wer den Reformator so kopiert auf die Straße stellt, bringt die Sache der Reformation auf den Hund. Wenn die Sonne der Kultur tief steht, werfen auch Zwerge Schatten. Wenn die Maßstäbe verlorengehen, bleibt der gute Geschmack auf der Strecke. Luthers Botschaft kommt nicht ins Gespräch, sondern ins Gerede. „Ob’s so geht?“ Das ist Zwergwerk von Wittenberg, PR statt Idee. „Hier stehe ich“ firmiert die Installation. Nur: wofür? Für alles, also für nichts. Der Kick wird zum Kicki. Wer denkt, er habe mit dem Kunststoff-Leichtgewicht „Luther“ die Botschaft erworben, unterliegt dem Prinzip des Ablasshandels. Alles ist käuflich. Mir bleibt nur die Persiflage: Jeder Lutherzweig bekommt einen Schädelschlitze: „Wenn das Geld im Köpfchen klingt, Luther aus dem Zwerglein springt.“ Wirft man 50 Cent rein, predigt er gegen die Vogelfänger. Wirft man 1 Euro rein,

so liest er einen lieben Brief an Herrn Käthe. Für 2 Euro wütet er gegen Papst, Juden und Türken. Für 10 Euro hört man ein Gleichnis auf unsere Gegenwart: „Wer hat, dem wird gegeben. Und wer nicht hat, dem wird auch noch genommen, was er hat.“ Wer gar 50 Euro zu berappen bereit ist, für den singt Luther „Die Zwerg’ sie sollen lassen stah’n und kein’ Dank dazu haben...“ Jeder vierte der putzigen Lutherlein ist rot, die Scham des großen Mannes andeutend über seine eigene erschreckliche Wirkung. Ziemlich deprimiert schaut er drein; aus so einem traurigen Zwerg kommt kein fröhlicher Furz. Ausgerechnet Heinrich Heine dozierte einst, Luther sei ein Riese und wir Zwerge würden uns draufsetzen. Jetzt tut’s der Aktionskünstler Ottmar Hörl, angeregt vom Lutherdekadenbeauftragten Stephan Dorgerloh. Hörl hat Erfahrung mit (verfremdeten) Gartenzwergen und hat schon Dürer-Hasen, Wagner-Hunde und Erdmännchen in Serie gehen lassen. In dieser Reihe nun Luther. O du armer Reformator, längst zerrieben zwischen heroisierendem Kult, politischer Instrumentalisierung, und generalisierender Schmähung. Nun verrummelte Vermarktung! Ich rede als einer, der Luther hoch schätzt, ihn weder hochjubeln noch vom Sockel stoßen will. Luther selbst war ja strikt gegen Kult um ihn. Er bestand auf Unverwechselbarkeit des Einzelnen und verträgt kein Klonen. Gegen Ablasshandel half noch Thesenanschlag. Gegen Kulturmarketing nicht einmal Beten. Für mich gibts Sachen, da hört der Spaß auf. Heilige gibt’s nicht, nur geheiligte, in ihrer Niedrigkeit gewürdigte, aufgerichtete und aufrichtende Menschen. Wir werden als Personen nicht angesehen, weil wir so liebens- und lobenswert sind, sondern sind schön und liebenswert, weil wir angesehen werden. Eine erleichternde Erkenntnis. Ach, verehrter Bruder Martinus, du „alter stinkender Madensack“, du frommer, mutiger, begnadeter Prediger, du einmaliger Sprachkünstler, anrührender Beter und maßlos Schimpfender, hilf mir schimpfen. Und glauben, dass Gott „an jedem eine große Tat tun will.“