



## Authentisch

*Früher war alles besser. Beim Verzehr einer frischen Erdbeere gehörte das Knirschen der Sandkörner zwischen den Zähnen ebenso zum Genuss wie das Angebrannte zu Omas leckerem Milchreis. Bei einem Fahrrad musste man noch trampeln und mit Flickzeug und Knochenschlüssel waren alle technischen Unwägbarkeiten einer transalpinen Fahrradtour leicht in den Griff zu bekommen. Die Welt war so einfach und alle Wege gingen schlicht geradeaus.*

*Nicht selten überfällt uns eine zarte Melancholie, wenn wir ratlos unseren Kopf unter die Motorhaube stecken und feststellen, dass selbst die zartesten Hände eines Pianisten nicht zwischen Autobatterie und Scheinwerfer passen, um die defekte Leuchte austauschen zu können. Ist die Resignation erst einmal verfliegen, zieht noch im klimatisierten Wellness-Warteraum der Autoklinik die Schwermut der Selbstreflexion auf. Tief im Inneren unserer Gehirnwindungen schwirrt die Sehnsucht nach Einfachheit durch die Nervenbahnen. Im Bewusstsein äußert sich dieser Impuls als Gefühl der Sehnsucht. Diese ist nicht mit dem Anschmachten einer geliebten Person zu verwechseln, denn jene hat ja ihren konkreten Gegenstand. Das Sehnen des modernen Menschen ist eher ein dumpfes Ahnen des Verlusts. Kaum hat man sich an etwas gewöhnt, schon ist das Neue da. Je rasanter dieser Prozess abläuft, desto weniger Zeit verbleibt uns, diesen zu reflektieren. Kein Wunder, dass es hin und wieder Katzenjammer gibt, wenn die Drehzahl der Wechsel zu hoch ist. In diesem Mahlstrom des Unausweichlichen greifen wir ganz gern nach dem Therapeutikum des Vergangenen. Natürlich war früher nichts besser, aber unter voller Beschleunigung sucht die Hand wie von selbst nach dem Halt des Türgriffs.*

*Schon der alte Goethe sorgte sich um diesen Halt, indem er den Motiven des klassischen Altertums stets den Vorrang gab. Das Moderne in der Form der Romantik war für den Herrn Geheimrat aus Weimer das Kranke schlechthin. Er verurteilte die Rastlosigkeit der jungen Generation, deren fragmentarisches Denken und ihre Versuche, die Ursprünglichkeit der Kultur durch Dichtung wieder herzustellen. Ideal und Wirklichkeit blieben fortan getrennt. Daran konnte auch Goethe nichts ändern. Schiller brachte das Lebensgefühl der neuen Generation dann sprachlich auf den Punkt: „Unser Gefühl für Natur gleicht der Empfindung des Kranken für die Gesundheit.“*

*Ganz so poetisch überhöht sehen wir unser Leben ganz sicher nicht mehr. Aber wenn wir uns die Werbung genau anschauen, dann findet der Begriff der Authentizität als verkaufsfördernder Begriff jüngst sehr häufig Anwendung. Es gibt authentische Stilmöbel, authentisch gebliebene Ferienanlagen und nicht zuletzt sogar eben solche Lebensmittel. In allen Fällen wird durch den Begriff eine gewisse Ursprünglichkeit, Unverfälschtheit bzw. Echtheit der angebotenen Ware oder Dienstleistung behauptet. Die Werbung spielt hier bewusst mit dem Verlangen nach Ursprünglichkeit. Und es funktioniert offenbar so gut, dass die Begrifflichkeiten auch auf den Menschen übertragen werden, indem von authentischen Personen die Rede ist. Damit sind ohne Zweifel gradlinig handelnde Personen gemeint, die durch ihr stimmiges Auftreten überzeugen. Sie wirken echt und nicht scheinheilig.*

*Am Ende kann man doch einiges aus der Werbung lernen. Als gelungene Kunstform ist sie nicht selten Abziehbild einer Gesellschaft. Darin ist sie authentisch*

**Oliver Block**