

Christian Huck

Das Lieblings-Video des neuen Feuilletons

2015

<https://doi.org/10.25969/mediarep/726>

Veröffentlichungsversion / published version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Huck, Christian: Das Lieblings-Video des neuen Feuilletons. In: *POP. Kultur und Kritik*, Jg. 4 (2015), Nr. 1, S. 58–62. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/726>.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:hbz:6:3-pop-2015-14811>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

DAS LIEBLINGS-VIDEO DES NEUEN FEUILLETONS

Christian Huck



58 **N**iveau? Kein Problem. »Welt«, »FAZ« u.a. feiern das Album »Niveau Weshalb Warum« unter Aufbietung von Begriffen wie »Kapitalismus«, »Adorno«, »Bartok«. Noch geballter einige Monate zuvor: »Süddeutsche Zeitung«, DeutschlandRadioKultur, »Handelsblatt« und »Kölner Stadtanzeiger« bejubeln ein Musikvideo als »große Kunst« (»KSta«) voller »genialer Anspielungen« (»Handelsblatt«). Sie frohlocken, der Song liefere »Ideologiekritik mit den Mitteln der Popkultur« (»SZ«), also »ein cooles Stück Systemkritik mit den Mitteln des Pop« (»KSta«), mithin eine »bitterböse Kulturkritik, die sogar Adorno gefallen hätte« (DRKultur). Das überrascht vor allem, wenn man bedenkt, dass es sich hier nicht um das neueste Werk von Mykki Blanco oder The Knife handelt, sondern um ein Video zu einem Song von Deichkind (feat. Das Bo a.k.a. »die Ärsche gibt's im Videoklipp«): »Ich hab eine Fahne«, veröffentlicht am 17. Juni 2014, fünf Tage nach Beginn der WM (und 51 Jahre nach dem Aufstand).

Eine Kritik der Kritik muss nun zunächst einmal fragen, was dazu geführt hat, dass heute mit dem Arsenal der Siebziger (Ideologiekritik! Systemkritik! Kulturkritik!) auf die Popspatzen der Nuller (Elektro!) geschossen wird.

Im Allgemeinen: Zunächst publizieren heute viele derer, die früher in der »Spex« oder in Fanzines für Gleichgesinnte geschrieben hätten (oder haben), in ebenjenen oben aufgeführten bildungsbürgerlichen Organen: weil die Popkultur salonfähig geworden ist, und weil man jetzt aus dem eigenen Popkulturwissen ein wenig Kapital schlagen kann, wenn man es mit den Mitteln der

sogenannten Poplinken ein wenig hochjazzt – und so für die Uneingeweihten goutierbar macht. Zudem ist die Erweiterung des kulturellen Themenspektrums neben dem biografischen auch einem medialen Wandel geschuldet: Wenn man es mit den Popthemen doch immer noch nicht ganz auf die Druckseiten schafft, gibt es noch die Internetausgabe – das bringt zwar den Textproduzenten weniger (monetäres) Kapital, dafür erhöht sich aber das (pop-kulturelle) Kapital der Publikationsorgane. (Und inzwischen gibt es ja sogar akademische Magazine, die popkulturelles Kapital einsammeln, ohne es in irgendein anderes Kapital umzuwandeln – Verschwende die Resterampe deiner Jugend!)

Und im Speziellen: Das Video zu »Ich hab eine Fahne« ist, um es in der Sprache Deichkinds zu sagen, tatsächlich: leider geil. Mühsam animiert erwachen die »Panini-Pickerl« (»Die Presse«) aus Gegenwart und Vergangenheit zu neuem Leben, sodass Lothar Matthäus und Wayne Rooney anfangen, den Text des Deichkind-Songs lippensynchron mitzusprechen – und die deutsche Nationalmannschaft dazu fröhlich im Chor trällert. Das ist mehr als unheimlich. Allerdings ganz besonders dann, wenn man sich heimisch fühlt mit Gary Lineker und Brian Robson, sich an den unglücklichen Zusammenstoß von Harald »Toni« Schumacher und Patrick Battiston erinnert, an die legendären Frisuren von Pierre Littbarski und Thomas »Icke« Häßler sowie Antonin Panenkas sprichwörtlichen Elfmeter-Heber über den fliegenden Sepp Maier.

Die unheimlich lustigen, »geilen« Fußballbildchen sind durchzogen mit Anspielungen auf all das, was »leider« weniger lustig ist im Fußball. Wobei »Anspielungen« wohl nicht ganz die Klinge trifft, mit der hier gefochten wird: Vielmehr werden alle, die mit Homophobie und Misogynie, Rassismus und Deutschtümelei, Hooliganismus und Hypermaskulinität, Kommerzialisierung und Promi-Kult im Bunde stehen, »konsequent und raffiniert durchbeleidigt« (»KStA«). Wieder wird dabei tief ins popkulturelle Gedächtnis gegriffen: »Joga bonito« zeigt sein Gesicht in Form der Fans des SCCP 1910, »Skandal-Schiri« (»Bild«) Hoyzer steht neben seinem Richter Clemens Basdorf, Vorsitzender Richter des 5. Strafsenates des Bundesgerichtshofs (BGH), Hoeneß neben Alice Schwarzer, und Freund Blatter erscheint inmitten der Lieblingsdespoten der Popkultur (siehe: Tyrannen-Quartett, harhar!): Gaddafi, Idi Amin und Kim Jong-un, Slobodan Milosevic, Franco und Pinochet. (Worauf ein schöner Schnitt zu Dennis Rodman folgt, Freund des nordkoreanischen Volkes, und Freunden seiner Frisur).

Nun, ich möchte keinem der jungen Jungs zu nahe treten, die sich auf dem Deichkind-Konzert fröhlich Bierdosen über den Kopf schütten. Aber das visuelle Verweissystem des Videoclips spricht doch wohl eher die was älteren Jungens an (wie z.B. mich, und die Jungs von Deichkind), emotional (Icke!) wie intellektuell (Idi Amin, Dada mit vollem Namen). Und scheinbar vor allem auch diejenigen was älteren Jungs (es sind fast alles Jungs, die über das Video/Lied schreiben), die an ihre popkulturelle Erweckung noch ein Studium der

Die Zeitschrift »Pop. Kultur und Kritik« analysiert und kommentiert die wichtigsten Tendenzen der aktuellen Popkultur in den Bereichen von Musik und Mode, Politik und Ökonomie, Internet und Fernsehen, Literatur und Kunst. Die Zeitschrift richtet sich sowohl an Wissenschaftler und Studenten als auch an Journalisten und alle Leser mit Interesse an der Pop- und Gegenwartskultur.

»Pop. Kultur und Kritik« erscheint in zwei Ausgaben pro Jahr (Frühling und Herbst) im transcript Verlag. Die Zeitschrift umfasst jeweils 180 Seiten, ca. 20 Artikel und ist reich illustriert.

»Pop. Kultur und Kritik« kann man über den Buchhandel oder auch direkt über den Verlag beziehen. Das Einzelheft kostet 16,80 Euro. Das Jahresabonnement (2 Hefte: März- und Septemberausgabe) kostet in Deutschland 30 Euro, international 40 Euro.

60 Geisteswissenschaften gehängt haben (wie z.B. ich) – und nun in den Redaktionen der Feuilletons sitzen bzw. sich als »freie« Autoren für diese verdingen. Dort kommt man dann zu dem Schluss: »Mit dem Inhalt von Deichkinds Kritik an der Sport- und Kulturindustrie wäre der Philosoph [Adorno], so dürfen wir vermuten, durchaus einverstanden gewesen. Mit der musikalischen Form hingegen – wahrscheinlich eher nicht.« (DRKultur) Als moderner Junge darf man nun gut finden, was der Kostverächter aus dem Grand Hotel Abgrund nicht zu schätzen wusste. Es gibt ein richtiges Leben im falschen, und das ist eben leider geil.

Geradezu bizarr mutet da an, dass Panini, wie es scheint, schon nach einer Woche die Reißleine zog und das Video wohl aufgrund von Urheberrechtsverletzungen aus dem Netz entfernen ließ. Eine bessere Werbung für ihr Produkt hätten sie sich kaum wünschen können: Jungsträume kennen kein Ende, sie transmutieren nur. (Wer das Video noch sehen möchte: VideoUp.net scheint außerhalb der Jurisdiktion zu liegen.)

Die »Leider geil«-Philosophie erlaubt es, Fußball »geil« zu finden, obwohl man weiß, dass da »leider« ganz schön vieles nicht so geil ist. Denn das Video zum Song zeigt, dass es sich vielleicht um einen »Anti-WM-Song« handelt, wie »Rolling Stone«, »Handelsblatt«, »Berliner Zeitung« und »Waiblinger Kreiszeitung« einhellig vermuten, aber es ohne Frage auch eine »Hommage« ist, nicht nur an »legendäre oder jenseitige Fußballerfrisuren« (»Die Presse«). Im »Deichkind'schen Pickerl-Album« (»Die Presse«) wird fraglos auch eine

Die Zeitschrift »Pop. Kultur und Kritik« analysiert und kommentiert die wichtigsten Tendenzen der aktuellen Popkultur in den Bereichen von Musik und Mode, Politik und Ökonomie, Internet und Fernsehen, Literatur und Kunst. Die Zeitschrift richtet sich sowohl an Wissenschaftler und Studenten als auch an Journalisten und alle Leser mit Interesse an der Pop- und Gegenwartskultur.

»Pop. Kultur und Kritik« erscheint in zwei Ausgaben pro Jahr (Frühling und Herbst) im transcript Verlag. Die Zeitschrift umfasst jeweils 180 Seiten, ca. 20 Artikel und ist reich illustriert.

»Pop. Kultur und Kritik« kann man über den Buchhandel oder auch direkt über den Verlag beziehen. Das Einzelheft kostet 16,80 Euro. Das Jahresabonnement (2 Hefte: März- und Septemбераusgabe) kostet in Deutschland 30 Euro, international 40 Euro.

Collage, 2015 © Sinaida Michalskaja

tiefe, fast schon kindliche Zuneigung zum Fußball und der Andersförmigkeit männlicher Gesichter sichtbar. Die letzten dreißig Sekunden des Clips lassen dann auch die Kritik beiseite und führen einen Reigen (fast) vergessener Fußballer vor: Kolumbiens Higuaita, Uerdingens Herget, Liverpools Hateley – hier ist für jeden was dabei, das er früh lieben gelernt hat.

Einer Kritik unterworfen wird so nicht der Fußball an sich, sondern »der Trend zur alkoholgetränkten Eventisierung von Fußball-Großereignissen« (»Die Presse«), mithin die »hässlichen Gesichter des großen Sportevents: Homophobie, Fifa-Korruption, Nationalismus« (»Handelsblatt«). »Am Schluss, so das Fazit dieser Rundumkritik an der WM und ihren Wurmfortsätzen, ist wirklich alles gleichgültig geworden: Die Zuschauer sind betrunken, betäubt, betrogen – es kommt, um es mit einer Formulierung von Theodor W. Adorno zu sagen, zu einer ›Uniformierung des individuellen Handelns, Denkens und Fühlens‹.« (DRKultur)

Das ist ein bisschen lustig, gleicht diese diffamierende Beschreibung des Fußball-Fans, die der Kritiker dem wohlwollend nickenden DeutschlandRadio-Kultur-Hörer kredenzt, doch haargenau dem, was man auf einem Deichkind-Konzert beobachten kann: »Beim Konzert von Deichkind in Berlin wanken die Gäste schwitzend, ausgelaugt und hohläugig durch die Columbiahalle. Manche kleiden sich in Mülltüten. Auch Warnwesten sind wieder schick.« (»Welt«) Es gibt wohl kaum eine ›Band‹, die ihre ›Konzerte‹ so konsequent zum Event entwickelt hat wie Deichkind. Wechselnde Verkleidungen, Entsorgung der Instrumente,

Auflösung des Bühnenraums und kollektive Bierduschen bringen die performative Wende in die Popmusik. »Für die einen sozialkritischer Stichwortgeber, für die anderen ein Partygarant«, das hat die »Welt« schon ganz richtig erkannt, sind Deichkind »Söhne der Goldenen Zitronen und Väter aller Atzen«. Denken und Feiern, Bürger und King, Mitmachen und Kritik, dicke Hose und flotte Sohle – hier geht alles dialektisch zusammen. So kann man als Event-Band die Event-Kultur kritisieren, und als Mitarbeiter von Sky Samstag LIVE! (Das Bo) die WM.

Deichkinds »Leider geil«-Philosophie zwischen neoliberalen »everything goes« und postsozialistischem »all together now« verdiente sicher noch eine genauere Betrachtung: Auf jeden Fall scheint sie es dem humoristischen Partyfreund ebenso zu erlauben, sich den feuchten Spaß von trockenen Moralisten nicht nehmen zu lassen, wie sie es dem beflissenen Feuilletonisten ermöglicht, »guilty pleasures« moralisch zu rechtfertigen. Im Rahmen dieser Kolumne muss nun aber vor allem die Frage beantwortet werden, wie das Video zum Song es schafft, die vorliegenden Spannungen als Signatur unserer Zeit attraktiv zu machen.

Von jeher ist es ein Privileg des Musikvideos, die kinematografischen Kausalitäten umzudrehen: Nur hier ist die Musik der Grund, die Bewegung der materiellen Welt die Folge modulierter Töne. Nach der Pfeife der Musik tanzen hier Menschen wie Dinge. Die realitätsübersteigende Animation belebter und unbelebter Objekte, wie wir sie aus Musikvideos wie »Sledgehammer« oder »Work It« kennen, erhält im Deichkind-Video noch eine Steigerung: Hier sind es die objektifizierten Subjekte der kommerzialisierten Fußballkultur, die sich einst der Macht des jugendlichen Sammlers beugen mussten und als Fetisch doch stets die Kontrolle über diesen zu behalten drohten, die nun von der Musik aus ihrer Erstarrung befreit und gleichzeitig von dieser kontrolliert werden. Anders als die Magie der Harry-Potter-Welt, die dort die Bilder der Toten am Leben erhält, ist es hier die Technologie moderner Software, die den Kleine-Jungen-Traum der Wiederbelebung aufgespießter Insekten wahr werden lässt.

Aber nicht sie, die kleinen unschuldigen Jungs, an die man sich beim Betrachten der Bilder zurückerinnert fühlt, sind es, die dieses Wunder vollbringen. Es ist Deichkind! Ihre Musik und ihre Slogans – das ist der Rhythmus, wo jeder mit muss. Und jetzt wird der Kleine-Jungen-Traum feucht: Die unschuldig homosoziale Fußballbegeisterung mischt sich mit den Allmachtsfantasien der popkulturell-erotisierten Jugend. Nicht Udo Jürgens bringt die Jungs über'n Brenner – nein, die coolen Deichkind heizen ordentlich ein! Was mit Adrian Sherwood in England noch interessant begann und mit St. Pauli und den »11Freunden« verspätet auch nach Deutschland kam, findet im Deichkind-Video sein letztes Hurra: Cool Football! Das mag man so sexy oder nicht finden wie Cool Britannia, auf jeden Fall scheint hier wie dort die Zeit abgelaufen: In England regieren die Tory-Jungs aus dem Internat, und im Land der Weltmeister Andreas Bourani und Helene Fischer. ◆