

WEIHNACHTEN – VERKOMMERZIALISIERUNG EINES FESTS

# „O Du stille Zeit..“

VON GERHARD M. DIENES

Die Weihnachtszeit als Geldmaschine: Von Hüttenzauber, Geschenkemassen, Weihnachtsmärkten und Partystimmung in der stillsten Zeit des Jahres.

nicht den Namen des Heilands und die Erinnerungen unserer zartesten Jahre so furchtbar mißbrauchten.“

Was würde aber Hesse über die heutige Zeit sagen? Diese analysiert mit spitzer Feder Peter Roos: „Wer im November Erdbeeren ißt und im August Ski fährt, der kann im Juli beruhigt seinen Christbaum schmücken. Das ist die Logik einer Zeit, die aus den Fugen geraten ist. Weihnachten steht nicht mehr vor der Tür. Das Christfest hat seinen festen Ort verloren, das Jahr ist um seinen Höhepunkt gebracht.“

Die Werbemaschinerie startet bereits im Herbst, schon Anfang November beginnt das Bombardement der Postwurfsendungen mit Weihnachtsangeboten, in den Schaufenstern „grinsen, grüßen, glotzen die

maschinellen Christkindl in Plastikrippen, das einschlägige Sortiment in Kunstschnee und Glitzerzeug profitorientiert“ drapiert. Zudem ziehen Armeen von Nikoläusen auf und in die Regale ein, uniformiert vom Stiefel bis zur Kapuze, „palettenweise ausgerichtet drohen sie stumm ins Publikum: ‚Kauf mich!‘ und sind doch nur die umgeschmolzenen Schoko-Hasen des eben erst vergangenen Osterfestes.“

Sankt Supermarkt regiert für Roos und das permanent in San Francisco's „incredible Christmas-Store“ oder im Weihnachtsshoppingcenter „Käthe Wohlfart“ im deutschen Rothenburg ob der Tauber. Die Verkommerzialisierung des Festes ist nahezu global. In Japan etwa ist der

religiöse Hintergrund von Weihnachten zwar so gut wie gar nicht bekannt, denn von den 127 Millionen EinwohnerInnen bekennen sich nur 1,5 Prozent zum Christentum. Doch Weihnachten bietet die willkommene Gelegenheit, eine Party zu veranstalten, bei der sich die Gäste als Santa Claus oder als Engel verkleiden. Die Utensilien dafür bietet der Supermarkt, von goldfarbenen Plastik-Engelflügeln bis zum kompletten Weihnachtsmann-Dress.

Doch zurück ins weihnachtlich (kunstschnee-)verschneite Österreich: An allen Ecken und Enden, aus jeder Auslage buhlt das liebe Christkindl – der infantilisierte Gott – um die Käufergunst. „Überall riecht es“, so die tiefsinnigen Ausführungen des Schlagersängers Patrick Lindner, „nach Mandeln und Zimt, weil das Christkindl kimmt!“

Glühweinduft schwängert die Luft über den immer zahlreicher werdenden Weihnachtsmärkten – pardon Weihnachtsmärkten –, die Oktoberfesten ähneln, aber mit Hüttenzauber, Stallatmosphäre, Kletzenbrot und Sternenglanz.

Millionen werden in Straßen- und Geschäftsdekorationen investiert – eine Orgie von Kitsch und oft auch Geschmacklosigkeit. Millionen-einkäufe lassen die Kassen klingeln.

Jingle bells, Jingle bells!

Gefühlsduseleien, Fresseereien und Saufereien, Glitzer, Glimmer, Engelhaar, die Menschen haben vergessen, was „Anno Domini“ einst geschah.

Weihnachten als stille Zeit, das ist eine Wunschvorstellung und war selbst den frühen Christen fremd. Diese tanzten in den Kirchen und zogen in lebhafter Vorfreude singend durch die Straßen. Erst zur Mitte des 6. Jahrhunderts gebot ein kirchlicher Erlass Ruhe und Ordnung in den Tagen vor dem Fest. Vorschriften waren schon damals dazu da, umgangen zu werden; und so hielt sich beispielsweise der Kirchentanz in Spanien bis in das 19. Jahrhundert.

Zur vorweihnachtlichen Unterhaltung gesellte sich bald das weihnachtliche Schenken, basierend auch auf dem antik-römischen Brauch, zu Jahresbeginn den Beamten Geldgeschenke zu machen. Beamte waren in der Römerzeit bestechlich – und das ganz offiziell!

So entwickelte sich Weihnachten immer mehr zum großen Fest des Kommerzes, über das der Schriftsteller und Nobelpreisträger Hermann Hesse (1877-1962) entsetzt schrieb: „Weihnachten ist zu einem Giftmagazin aller bürgerlichen Sentimentalitäten und Verlogenheiten geworden. Anlaß wilder Orgien für Industrie und Handel, großer Glanzartikel für Warenhäuser ... tausend Dinge, die mir bitter verhaßt sind und die mir alle viel gleichgültiger und lächerlicher vorkämen, wenn sie

