

UMSCHAU

„Haare“ oder Wassermann im Geschäft

Das amerikanische „Schock- und Rock-Musical“ in der Bundesrepublik. Das „aktuelle Bühnen-Ereignis“. „Das erste Musical, das die authentische Stimme des Heute spricht“. „Heidnisches Ritual“, „theatralisches Be-in“, „Demonstration“, „Happening oder schlichtweg Skandal“. „So anmaßend es auch klingen mag: ‚Haare‘ ist ein exemplarisches Theater-Ereignis. Es funkelt von Ehrlichkeit, Ungeniertheit, Spaß und musikalischem Reichtum – Ausdruck eines Lebensgefühls der Jugend von heute.“ Mit dieser Mythisierung beginnt die Selbst-Vorstellung. So spannen Werbetexter die Zugpferde vor Jemandes Karren. So plündern sie das Wert-, Wort- und Gefühlsarsenal, versirupen den Teller, versupern den Salat, versteinern den Kitzel, ködern den Konsumenten. Das Stück, das Werbeslogans aufs Korn nimmt – Stuyvesants Duft der weiten Welt und Saubermanns weißen Riesen –, lügt mit den Lügner. Wäre es doch ein Ereignis, ein Ritual, eine Demonstration oder meinetwegen ein Skandal. – Es wäre ja allenfalls ein Skandalchen. Die wirklichen Skandale geschehen anderswo, nicht auf der Bühne, eher beim Amt für öffentliche Ordnung, das heuchlerisch die Skandalchen verbietet. – Erreichte das Stück doch die Bewusstseinschwelle des Schocks. Wäre es wenigstens ehrlich, dann bräuchte es nicht um „funkelnde Ehrlichkeit“ zu buhlen. Das Funkeln, die Fünkchen, die psychedelischen Son-et-Lumière-Effekte: eine glitzernde, wogende Show. Ein exemplarisches Geschäft, ein ehrliches Geschäft des ehrlichen Schweizer Goldenen-Schuß-Produzenten mit den ehrlichen deutschen Goldenen-Schuß-Zuschauern um ehrliches deutsches Geld. Eine ehrliche Sache in der ehrlichen Hauptstadt und demnächst in den ehrlichen deutschen Landen.

Laut Programm erzählt „Haare“ alles über den Pilz- und Hitzkopf George Berger, der gerade aus der Schule geflogen ist; über den

Cliquen-Boß Claude (schönes deutsches öhd, wie öhd ohne Umlaut), Bergers besten Freund, der gerade einrücken soll und nicht will; über Sheila, die mit beiden zusammenlebt und für die Gewerkschaft demonstriert; über Woof, der vom CVJM (wenn die Phantasie der Arbeiter wenigstens für die Umsetzung in den Kolpingsverein ausreichte) ausgeschlossen wurde und in Mick Jagger vernarrt ist; über Hud, der ein zweiter Black-Power-Carmichael zu werden verspricht (wird er? möchte er? könnte er kämpfen?) und trotzdem Sinn für Humor hat (schönes deutsches „trotzdem“). Dann gibt es noch die in Claude verliebte Jeanie, die ein Baby erwartet, und eine ganze Horde mit-tanzender, singender, schreiender, mit-balgender, wissender, fühlender, sich ausziehender, vorzeigender, high rauchender, mit-wuscheliger, strähniger, hüftiger Hippies, die ihre Pro-Liebe, Pro-Drogen, Pro-Sex, Pro-Herde, ihr Pro-Anti-Vietnam und Pro-Anti-Establishment zum besten geben. Zum besten: so gut sie können, nett und gehüpft, unkompliziert und mit Spaß und einige wohl auch aus Amateur-Überzeugung.

Gut zwei Drittel des Textes verstand der Zuschauer in der Münchner Aufführung rein akustisch nicht. Was von der schlechten Aussprache der Sänger und dem chorischen Geschrei übrig geblieben wäre, übertönte der Beat. Daß die lockere Szenenfolge soviel erzählt, mußten Herr und Frau „Be-in“ im Beihäft lesen. Hippiekinder, aufrichtige Gammeler, potentielle Anti-Establishment-Leute sah ich bei der Münchner Aufführung nicht. Die Eintrittspreise zwischen zwölf und fünfundzwanzig Mark lagen zu hoch. So war das Publikum, verstärkt durch Bundeswehrosoldaten mit verbilligten Karten, wieder einmal unter sich. Die möglichen Brüder und Schwestern der Bühnenhelden mußten draußen und unter sich bleiben, woraus ihnen voraussichtlich we-

der sprachlich, noch musikalisch, noch informativ Schaden erwächst. Ein wirkliches Kabarett würde mit einem solchen Bewußtseins- und Textbestand Pleite machen. Aber der authentische Wille der authentischen Produzenten wird das Stück, das in New York offenbar einen Sitz im Leben hatte (die amerikanische Flagge, das amerikanische Vietnam, die amerikanischen Rassen, der amerikanische Soldat), sicher noch einige Zeit über die Bühnen gleiten lassen. Und das wenig anspruchsvolle Publikum wird den wenig anspruchsvollen Text vor dem Pleitegeier bewahren.

Das Musical beginnt, in kultischer Imitation, mit einem Weihrauchopfer des in östlicher Meditationspose auf der Mitte der Bühne sitzenden, andächtig zum Himmel aufschauenden Claude. Ahnungsvoll, sehnsuchtsvoll, langgezogenes Geflüster, anschwellend, in den Raum geschleuderte Anrufungen: „Wassermann“. Wir sind beim Leitmotiv.

Das äußere Leitmotiv heißt:
 Haar, Haar, Haar, Haar, Haar, Haar!
 Laßt es leben!
 Gott hat's mir gegeben,
 Mein Haar!

Das innere Leitmotiv stellt sich in doppelter Form dar, negativ als Kritik am Tun und an den Vorstellungen der Gesellschaft, positiv als Ausstrahlung der Botschaft. Das innere Leitmotiv negativ:

Hat's der Mensch nicht weit gebracht,
 Und von seinem Wissen
 nicht wunderbar Gebrauch gemacht?
 Und immer forscht er weiter
 und wird noch gescheiter!
 Ist er nicht gütig wie ein Engel?
 Ist er nicht weise, fast wie ein Gott?
 ...
 Hat's der Mensch nicht weit gebracht?
 Ja – das kann man sagen!

Das ist eine schwache Parodie auf Shakespeares großen Hamlet-Monolog „What a Piece of Work is Man“. Das Thema wurde schon zu oft im Kabarett und bei Brecht so viel besser parodiert. Das einigermaßen strapazierte, gemeinplätzig Thema müßte schon sehr griffig und spritzig formuliert sein, wenn der Text überhaupt noch greifen, einhaken soll.

Das innere Leitmotiv heißt positiv:
 WASSERMANN
 Wenn der Mond im siebten Hause steht
 Und Jupiter auf Mars zugeht,
 herrscht Friede unter den Planeten,
 lenkt Liebe ihre Bahn!

Genau ab dann
 regiert die Erde der Wassermann,
 regiert sie der Wassermann!

DER WASSERMANN,
 DER WASSERMANN!
 Harmonie und Recht und Klarheit!
 Sympathie und Licht und Wahrheit!
 Niemand wird die Freiheit knebeln,
 niemand mehr den Geist umnebeln,
 Mystik wird uns Einsicht schenken,
 und der Mensch lernt wieder denken,
 dank dem Wassermann,

DEM WASSERMANN!
 Hier ist in der Tat viel geistiger Nebel,
 Pseudo-Mystik, nicht geschenkte Einsicht.
 „Harmonie und Recht und Klarheit“, das klingt wie „Einigkeit und Recht und Freiheit für das deutsche Vaterland“. Aber das naive Pathos, das man Hoffmann von Fallersleben gerade noch zugesteht und das heute so fatal klingt, kann man als Protestsong einer Bewegung „Zurück zur Natur“, als ernstgemeinte Botschaft, wenn man gut gelaunt ist, mit Lächeln, wenn man schlecht gelaunt ist, nur mit Ärger quittieren. Dabei hätte man aus dem Wassermann-Mythos und Thema, diesem Leitbild eines Lebens unter südlicher Sonne über südlichem Wasser und Einverständnis etwas machen können. Dummheit und Primitivität mit dem Anspruch einer Botschaft sind nun einmal ärgerlich, besonders ärgerlich, wenn sie aus dem Show-Mixer quirlen. Wie sagt Brecht zum Thema Mensch in der „Dreigroschenoper“?

Ein guter Mensch sein! Ja, wer wär's nicht
 gern?
 Sein Gut den Armen geben, warum nicht?
 Wenn alle gut sind, ist *Sein* Reich nicht fern
 Wer säße nicht sehr gern in Seinem Licht?
 Ein guter Mensch sein? Ja, wer wär's nicht
 gern?
 Doch leider sind auf diesem Sterne eben
 Die Mittel kärglich und die Menschen roh.

Wer möchte nicht in Fried und Eintracht leben?
Doch die Verhältnisse, sie sind nicht so!

Das ist Song, gekonnte Ironie, Parodie – und Botschaft im understatement. Daß der christliche Fuchs Peachum dieses menschliche Bekenntnis abgibt, macht Brechts Gestalt und Text doppelbödig. Die Song-Texte des Musicals „Haare“ sind erbärmlich schwach, banal, ohne Spannung, ohne Witz. Der Anti-Vietnam-Song ist primitiv larmoyant:

Leiber, zerfetzt von eisernen Splintern!
Jämmerliches Ende im Stacheldraht!

Das kommt davon, wenn man sich die Botschaft von nur bezahlten Textern schneiden läßt. Wenn schon Songs aus der Retorte, dann bitte ich um ordentliches Handwerk.

Was den Twen-Verfassern Gerome Ragni und James Rado mit dem Text passierte, konnte der Rock- und Beatmusik des Komponisten Mac Dermot nicht passieren. Wahrscheinlich ist die Musik und das choreographische Gewoge in diesem Musical wichtiger als das Wort. Sie übertragen sich – vorausgesetzt, daß ein übertragbares Publikum anwesend ist. Das Wort überträgt sich nicht. Es ist stumpf, stumpf in den Direktzitate, in der Gesellschaftskritik, in der Botschaft. Die Musik ist nicht sehr originell. Aber sie taugt für den Gebrauch. Wenn und insofern der Zuschauer – wahrscheinlich ist der kritische Zuschauer von vornherein der ungeeignete Zuschauer – sich mitnehmen läßt auf die Ton- und Licht- und Beat- und Hippie-Wogen, geschieht es durch die Musik und durch die choreographischen und bühnenbildnerischen Einfälle. Na-

türlich ist da eine gute Portion Living Theatre und Open Theatre und „Pop – wir gehören alle zusammen“ dabei. Vorausgesetzt wird, so scheint mir, entweder das Einverständnis oder die Gegnerschaft. Aber das Einverständnis werden wohl nur Gleichaltrige finden – am besten gleich im „Blow Up“ oder auf der Hippiewiese. Und die Münchner Aufführung hat keinen Gegner. Ihr fehlt das Salz, die Provokation, das konkrete Gegenüber.

Vielleicht bestand der erste Verrat der Hippie-Botschaft darin, daß sie überhaupt auf die Bühne, ins Showgeschäft ging. Der zweite besteht in dieser deutschen Fassung. Hier ist alles fürs Geschäft, zurechtgemacht für den Konsum. Ob die fünfzehn- bis dreißigjährigen Darsteller wissen, daß ehrliche Geschäftsleute ihre ehrlichen Gefühle verwursten? So ist es konsequent, daß das Münchner Programm ganzseitige Werbetexte für das Magazin „Jasmin“, für „Die Einrichtung“ und für ein großes Münchner Modehaus vorzeigen („Everything for Hippies“ – da müßt ihr viel Geld haben, liebe Leute). „Haare“ ist ein Musical jüngerer Leute zur Unterhaltung älterer Leute. Als Gesellschaftskritik ohne Witz, als Botschaft ohne Salz. „Haare“ ist marketing, Vereinnahmung, Geschäft. Wer wirklichen Theater-Protest eines jungen Mannes sehen will gegen die „Einsager“, gegen die etablierte „Ordnung“, gegen die Vereinnahmung, gegen die Gleichschaltung des angehenden Menschen, der gehe zu Peter Handkes „Kaspar“.

Paul Konrad Kurz SJ

Der psychisch Kranke

Gedanken nach einem Kongreß über „geistige Gesundheit“

Das Verhalten der deutschen Öffentlichkeit ihren Geisteskranken gegenüber ist erschreckend inhuman und unbarmherzig. Zwar leidet mindestens jeder Zehnte aus der Bevölkerung an Neurosen oder ähnlichen Fehlhaltungen. Aber solche psychischen Störungen gelten

als harmlose und durchaus achtbare Schrullen. Das Auftreten einer Geisteskrankheit dagegen wird als Schande und Schmach empfunden. Verwandte und Bekannte suchen sich unter Vorwänden, wenn auch nicht ohne Schuldgefühle, von dem an „Irresein Leidenden“ zu