



Deutschland (lieben)

Aus heiterem Himmel, ohne irgendwelche Vorwarnungen, wurde Deutschland in den letzten Jahren zu einem wunderbaren Land mit wunderbaren Menschen. Ein Land, das man einfach lieben muss. Das war bekanntlich nicht immer so. Doch spätestens seit dem Sommer 2006 werden immer mehr Gründe dafür gefunden, warum wir Deutschland einfach lieben müssen, ein Land, das offensichtlich keine größere Sehnsucht antreibt, als wie ein ganz »normales« Land um seiner selbst willen geliebt zu werden.

Den Anfang eines »unverkrampften Ja« zu Deutschland machte einmal mehr die »Bild«-Zeitung kurz vor der Fußball-WM 2006. Die Titelstory »Warum wir Deutschland lieben?« bot 100 Gründe für die Identifikation mit einem Land, das nach dem Kriegsende Nationalstolz vermissen ließ und nach »einigen Entgleisungen« in den Jahren 1933–45 kein positives Verhältnis mehr zu sich fand. »Bild« sprang hier hilfreich ein und gab uns endlich genügend Gründe für ein positives Verhältnis zur Nation. Denn, so das Blatt mit den vier Buchstaben: Wenn man ganz genau hinsieht, muss man dieses Land einfach lieben. Die Gründe dafür sind ja auch wirklich mannigfaltig:

»Weil Liebe durch den Magen geht: Schweinebraten, Sauerbraten, Döner.« (???, Anm. d. A.)

»Weil die Mauer friedlich fiel – ohne einen Schuss.«

»Weil wir nach dem Nazi-Horror Israels Freunde sind.«

»Weil Winnetou Deutscher ist.«

»Weil wir oben Sylt und unten die Zugspitze haben.«

Nach dieser Liebesoffensive durch »Bild« konnten auch die selbsternannten intellektuellen Retter deutscher Identität nicht zurückstehen. In Person des »Spiegel«-Kulturchefs Matthias Matussek nahm das Liebesdelirium bis dahin unbekannte Formen

an. Mit seinem Buch »Wir Deutschen – Warum die anderen uns gern haben können« traf er mitten in ein nationales Gefühl. Die ganzen Staaten Europas stellten sich im 21. Jahrhundert die Frage nach ihrer Identität, da dürften die Deutschen, so Matusseks Forderung, nicht fernbleiben. Jahrelange Versäumnisse und selbst auferlegter Verzicht müssen endlich überwunden werden. Denn »wir waren bisher ganz unbestritten die Analphabeten des nationalen Gefühls. Wir waren es, seit wir einmal zu tief in diese Pulle gestarrt haben. Danach haben wir uns abstinent verhalten bis hin zu einer immer wieder bedauerten prekären Schwächung des Wir-Gefühls«.

Auschwitz, Treblinka oder Stalingrad nur ein zu großer Schluck aus der Pulle des Nationalgebräus? Eine interessante Sichtweise. War Deutschland in der Vergangenheit nur ein unbeherrschter Trinker? Nun aber endgültig Schluss mit der selbst auferlegten Abstinenzerei. Der Kater hat schon lange genug gedauert und das Land unnötigerweise viel zu lange in seiner Selbstwahrnehmung geschwächt. Denn, so der »Spiegel«-Autor messerscharf: Wenn wir uns nicht lieben, können das die anderen auch nicht. Und so werden wir niemals richtige Freunde finden können.

Und tatsächlich: Deutschland ist schon lange kein bedrohlicher Feind mehr, kein Stechschritt, keine Pickelhauben, keine Sieg-Heil-Rufe, auch wenn die Engländer bei Ereignissen wie der Fußball-WM immer noch Klischees bedienen müssen (»Let's Blitz the Fritz«). Deutschland ist ein ganz normales Land mit ganz normalen Bürgern und ganz normalen Problemen geworden. (Hups!, so sicher sind wir uns da doch nicht) Jahrelang von den eigenen Landsleuten und ihrer Nie-wieder-Deutschland-Parole geschwächt, soll jetzt endlich Schluss sein mit der nationalen Selbstverwerfung. Denn, so Matussek, das »Heilige Römische Reich deutscher Nation ist 1000 Jahre älter als die Nazibarbarei«.

Jetzt wird also 60 Jahre nach dem Ende des Dritten wieder das Erste Reich angerufen, das sich bekanntlich endgültig durch Napoleons Armeen aus der Geschichte verabschiedet hat. Nun steht die »Nation« wieder auf dem Prüfstand und es wird ausgiebig ausgelotet, wer denn dieses Deutschland eigentlich ist. Und vor allem: wie es sich *fühlt*. Hallo Deutschland, gut geschlafen heute Nacht? Hast Du Alpträume gehabt? Böse Dinge getan, gedacht, geplant? Die Nation musste mal wieder zum TÜV.

Mit der Kampagne »Du bist Deutschland« wurde landesweit schon vor der Fußball-WM versucht eine (positive) Antwort darauf zu geben, wer denn nun dieses Deutschland tatsächlich sei. Sie lautete schlicht und einfach: Wir alle! Du und Du und auch Du oder Sie, lieber Leser, wir alle sind Deutschland. Die breite Phalanx aus privaten und öffentlich-rechtlichen Medienunternehmen wollte mit einem zweiminütigen Werbespot in verschiedenen Varianten die damals schwer krisengeschüttelten Deutschen wieder auf einen gut gelaunten nationalen Nenner bringen. Vorgeführt wurden dreißig prominente Mutmacher, fast alles »Siegertypen« und vertrauenswürdige Gestalten. Günther Jauch, Oliver Kahn, Ulrich Wickert, Gerald Asamoah, Harald Schmidt, aber auch die namenlose Klofrau im Kittel oder der fröhliche Obdachlosenzeitungsverkäufer. Ihre Botschaft: Sei optimistisch und mache was aus deinem Land. »Du bist die Hand!«, knurrte da Oliver Kahn. »Du bist der Baum!«, orakelte Anne Will. »Du-hu bist Deutschland!«, reimte der Dichter Walter Kempowski. Das Land der Dichter und Denker und jeder Einzelne in einer Zeile zusammengefasst, das hatte schon was. Da wollte der Wörterbuchebe Florian Langenscheidt nicht nachstehen. Seine, ein wenig mit Anglizismen gefüllte Diagnose lautete: »Wir brauchen in Deutschland wieder einen spirit von risk taking.« Aha, und was soll das heißen? Im April 2006 gab der Langenscheidterbe eine Antwort darauf und übertraf, was nicht einfach ist, sogar die »Bild«-Zeitung: Nicht mehr 100, nein jetzt

wurden schon 250 Gründe aufgelistet, Deutschland zu lieben. »Eine Liebeserklärung an unser Land« mit dem Titel »Das Beste an Deutschland« – wir erinnern uns noch mit Grausen an die Fernsehformate »Unsere Besten« – ein, so Langenscheidt, »Fanal gegen das Jammern auf über 500 Seiten«. Bei so vielen Gründen brauchte der gute Florian aber eine Jury, die sich gleich selbst zu Deutschlands Liebesgründen zählen durfte. Die Jury-Mitglieder Franz Beckenbauer, Sabine Christiansen, Ulrich Wickert oder Petra Gerster gehören nämlich sämtlich höchstselbst zu den 250 Gründen, unser Land zu lieben! Für diese hochkarätigen Juroren, zusammengesetzt aus den »klügsten Köpfen«, die Deutschland zu bieten hat, so die Werbung, sind 250 Gründe schon fast ein bisschen wenig. Dass neben Plauderer Beckenbauer und Tagesmentante Sabine Christiansen auch noch Helmut Markwort, Chefredakteur eines angeblichen Nachrichtenblattes (»Fakten, Fakten, Fakten – und an die Leser denken«), dabei sein durfte, spricht schon allein für die Inhaltslosigkeit der 250 Gründe. Tatsächlich handelt es sich vor allem um eine Aufzählung von Markenartikeln. Das Ganze ist also ein riesiger 500-seitiger Werbeschinken für Wirtschaft und Industrie. Allen Ernstes setzt sich Langenscheidt im Vorwort zu seinem Werk aber ein ehrgeiziges Ziel: Er will nämlich mit seinem Buch »die Welt verändern«. Marx hatte noch 20 Jahre am Kapital gearbeitet, heute geht eine Revolution offenbar schneller. Aber eigentlich geht es Deutschlandlieben-Langenscheidt um die Rettung der Nation und um ihre Fähigkeit, wieder nationale Gefühle unbeschwert zu genießen. »Ich möchte einfach, dass wir zu einer lockeren, unverbissenen Selbsteinschätzung kommen. Selbstliebe statt Selbsthiebe«, so anspruchsvoll und witzig reimt der gute Dr. Langenscheidt. Und er drohte auch damit, den zehntausend zur WM kommenden Journalisten sein Buch überreichen zu wollen. Denn, so seine persönliche Überzeugung, dieses Buch werde »die Wahrnehmung von Deutschland enorm prägen«. Wir wis-

sen nicht, ob die Drohung, allen Journalisten dieses kiloschwere Konvolut zu schenken, wahr gemacht wurde. Wir können, als Deutschlandfans, nur hoffen, dass das nicht der Fall war.

Ziemlich verkrampft und bemüht sehen sie eben doch aus: die 250 Gründe durch die man sich als Leser hindurchquält. Werbeprospekte für Deutschlandreisen zu lesen würde auch genügen. Und es reicht auch vollkommen aus, die Fotos zu sehen, die auf dem Umschlag des dicken Wälzers aufgedruckt sind um zu verstehen, von welchen Besten zwischen den beiden Buchdeckeln die Rede ist. Ein Leuchtturm, ein Dackel, eine Brezel, Beckenbauer, Neuschwanstein, eine Maß Bier – alles schon ein wenig bayernlastig –, ein Fußball und andere nationale Herrlichkeiten.

Kein Zweifel, Deutschland lieben ist nicht nur auf dem Buchmarkt oder im Feuilleton im Trend. Kleinere Konjunkturdellen gibt es natürlich ab und zu, aber: Die Liebesgründe werden doch Tag für Tag mehr. Nun kann ein überschlauser Kritiker natürlich fragen: Sucht jemand, der wirklich geliebt wird und das als selbstverständlich ansieht, nach so vielen Gründen? Muss eine um ihrer selbst willen beehrte Geliebte sich andauernd anpreisen? Ihre Vorzüge ausposaunen?

Die lange verschmähte Braut Germania sieht sich trotz der Zweifel eines ewig nörgelnden Restes auf einem langen Marsch in die Herzen der Welt. Da darf man schon mal mit ruhigem Gewissen Fähnchen schwenken und ein bisschen stolz auf Wickert, Nivea oder die Dynastie Langenscheidt sein. Und deshalb ist es auch schon eine Weile her, dass ein deutscher Bundespräsident auf die Frage: »Lieben Sie Deutschland?« mit »Ich liebe meine Frau« antwortete. Das wäre heute wohl nicht mehr möglich. Oder, Herr Köhler?

Matthias Matussek: Wir Deutschen – Warum die anderen uns gern haben können, Frankfurt a. M 2006; Florian Langenscheidt (Hrsg.): Das Beste an Deutschland. 250 Gründe, unser Land heute zu lieben. Wiesbaden 2006