

armin chodzinski



über  
stilvolle  
bewegungen  
eines  
pinsulaners  
in  
städten  
und  
organisationen

Backup\_02 / 2006 - 2008  
Texte, Zeichnungen und Präsentationen

Textem-Verlag  
Hamburg 2009





Baptized at  
Brighton Pier

M  
von 7  
und 16-19

18-19  
7-

KEIN  
FAH  
UNBEF  
FAHRZ  
KOST



Zuerst war da die Musik. Tanzen? Nein, Tanzen noch nicht. Tanzen eigentlich nie so richtig. Tanzen immer eher aus der Beobachterperspektive. Am Rand stehen. Kopf nicken. Fuß wippen. Glas heben und denen, die sich ekstatisch bewegen, zuprosten. Das Ventil. Die körperliche Kanalisierung von Frustration war meine Sache nicht. Ich war zu verkrampft und meinte das ernst. Reden, viel reden, aber nicht unterhalten. Eigentlich kann man alles mit Musik beschreiben, wirklich alles – vielleicht nicht alles mit den Texten, aber zumindest mit dem Rhythmus. Meine erste Schallplatte, die ich kaufte war das Doppelalbum *London Calling* von The Clash. Ein gutes Album. Ein Album, mit dem es sich lohnt anzugeben. Clash ist als erstes Album ein Glückstreffer. Jeder weiß, wie schwierig das Verhältnis zur eigenen ersten Platte oder CD in der Regel ist, mit Clash habe ich nichts falsch gemacht. Glück gehabt. Ich kann mich an die Kaufentscheidung noch erinnern: Zwei Platten standen zur Auswahl. The Jam: *Wasteland* und eben The Clash: *London Calling*. *London Calling* war neu, *Wasteland* bereits ein Jahr alt. Auf *London Calling* sieht man einen Mann eine Gitarre zerschlagen, auf *Wasteland* drei Jungs mit Anzügen und kurzen Haaren. *London Calling* ist eine Doppel-LP, *Wasteland* eine einfache. *London Calling* kostete nur zwei Mark mehr. Nun gut, es waren ökonomische Entscheidungen, die dazu führten *London Calling* zu kaufen. Es ging eben auch immer um das Mehr, um das Quantifizierbare.

*London Calling*. Ich war einmal in London und habe mein ganzes Geld für Taxifahren ausgegeben, weil ich Angst hatte auf dem Bahnhof zu warten, und eine Gitarre habe ich auch schon mal auf einer Bühne zertrümmert. Gut.

*When they kick off your Frontdoor, how you gonna come, put your Hands on your Head or on the Trigger of your Gun...*

The Clash singen von Strassenkämpfen, von Revolutionen, vom Spanischen Bürgerkrieg, von Helden, von Atomkraft und dem Willen, die Welt zu retten. Clash sind Kämpfer und Romantiker. Eine Romantik, die man in einer kleinbürgerlichen Vorstadt versteht und schnell zu einer Sehnsucht umformuliert. Die Verhältnisse sind schwierig. Die Strukturen ungerecht. Das System marode. Wir gegen euch. Ihr gegen uns. Es ist die Kleinbürgerlichkeit der Vorstadt, die einen glauben macht, dass es dieses Kollektiv gäbe. Dass es einen latenten Bürgerkrieg gäbe, der nicht der Kampf des Einzelnen ist, sondern die Arbeit vieler. Dass die Frage „Wie wollen wir leben?“ immerzu gestellt und erkämpft wird. In den Städten. In den Vorstädten nicht. Nur in den Städten. In London zum Beispiel, und da war ich nicht oder nur einmal und da bin Taxi gefahren – wie gesagt. Ich war in der kleinen Vorstadt, und so hatte *London Calling* die Möglichkeit, in seiner ganzen verklärenden Romantik auf mich zu wirken. Da gibt es Antworten. Anfang der 80er gibt es relativ viele Antworten. Die Schuld ist verteilt, genauso wie die Macht, der Widerstand und all das.

Schön, dass es nur ein paar Jahre dauert, bis die Hafenstraßen-Häuser in Hamburg besetzt werden und so ein bisschen *London Calling* in der Stadt stattfindet, vor deren Toren man wohnt. Die Welt ist ungerecht, aber wir werden kämpfen. Wir machen Abitur, und Dosenbiertrinken auf Marktplätzen ist als Opposition zu den herrschenden Verhältnissen zu verstehen. Sehr schön. Alles sehr schön. Ich

der Atlas, der an der Welt schwer zu tragen hat. Teil eines in der Diaspora lebenden Kollektivs, das sich auf den brennenden Barrikaden begegnet und sich an den ausgewählten, mit Habitus aufgeladenen modischen Kleidungsaccessoires erkennt. Aber nur in den Gesprächen am Baggersee. Also nicht wirklich. Also nur so als ob.

So ist es, wenn man sich *London Calling* als erste Platte kauft, nur weil man in Relation gesehen mehr Musik für weniger Geld bekommt. Mehr für weniger. Wenig Geld, viel Repräsentation. Das ist auch so eine sozialisationsbedingte Haltung. Nachkriegsgeneration. Arbeiter. Imitation von Stilen. Prachtige Fassaden zum Klassenaufstieg. Und irgendwie werde ich heute das Gefühl nicht los, dass *London Calling* genau deshalb eine Doppel-LP war. Die wussten, wie die Klassen ticken. Das war Strategie. Das war Strategie, um orientierungslose Arbeiter oder Mittelklassekinder in den Bann der Sozialromantik und der Widerständigkeit zu ziehen. Der Soundtrack zur Pubertät. Groovy. Buy one, get one for free. Kurz: *Wasteland* von Jam nicht gekauft zu haben war ein Fehler. Ein großer Fehler. Es hätte alles so einfach sein können. Denn es ist doch alles ganz anders. In Wirklichkeit ist die Welt nicht groovy. Schon gar nicht in Deutschland. 1979 gibt es in Deutschland keinen Reggae, keinen Ska und auch keinen Punk. 1979 gibt es in Deutschland verkrampfte Vorstädter, Klassenaufsteiger, Arbeiterkinder, die Abitur machen, Nachkriegsbiografien, die wollen, das alles besser wird – für ihre Kinder. Und Eltern, wie Mr Weller, der eigentlich Elektriker ist, aber sich entschließt seinen 17jährigen Sohn Paul dabei zu begleiten, wie er Popstar wird. Der Sohn heißt Paul Weller, die Band The Jam, und die haben keine Antworten, sondern Fragen und Hoffnungen und Utopien, und die sind so unromantisch verkrampft, wie man es in den Vorstadtsiedlungen eben ist:

*Anything that you wanna do, anyplace that you wanna go. Get the permission for everything that you want. The taste and the feeling is right, where any clothes ...*

Mein Bruder kaufte sich *Wasteland*. Der ist aber auch älter und versteht das zu der Zeit einfach besser als ich, dafür redet er überhaupt nicht gerne über seine erste Platte.

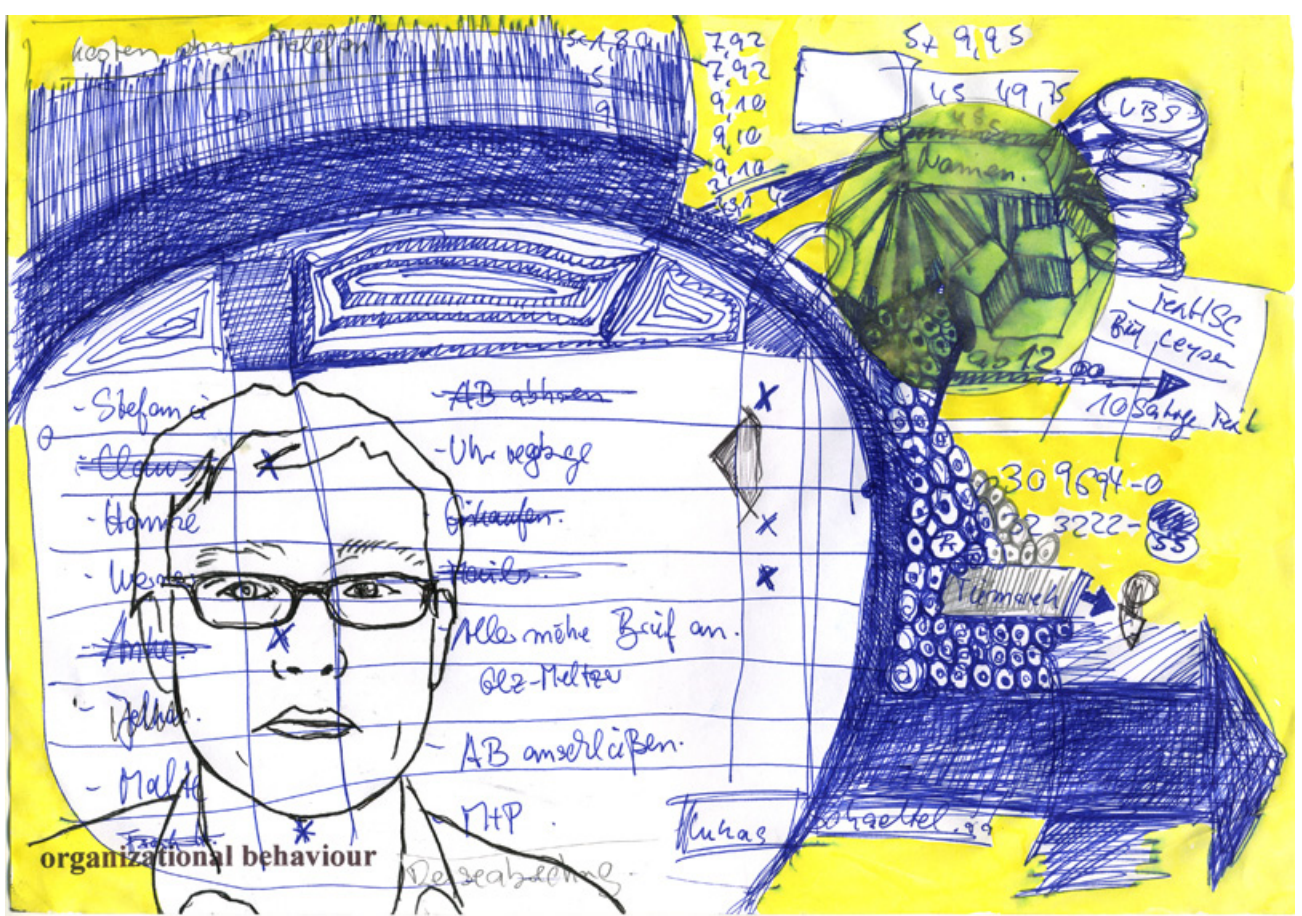
Die Modbewegung begann bereits 1968. Und da kommt dann wieder beides zusammen. Die Verkrampftheit und das Zerschlagen einer Gitarre. 1968/1969 hatten The Who zwei richtige Hits und spielten vor ausverkauften Häusern und waren dennoch notorisch pleite, weil sie jeweils Verstärker, Gitarren und Bühnen als Crescendo ihrer Show kurz- und kleinschlügen. Wichtig waren sie nicht deshalb, sondern weil sie in der Übersetzung amerikanischen Blues und Rock'n'Roll in das Englische eine musikalische Sprache erfanden und wichtig waren sie auch, weil sie einen Text in die Welt schrien, der die Gefühle der Jugend ausdrückte. Gefühle, die in Bier und Pillen, Fabriken und Vorstädten entstanden und weniger in Universitäten, Jazzclubs und LSD-Räuschen. Unsicherheit, viele Fragen und die Gewissheit, dass man das Gemeinsame deutlich behaupten muss, wenn die Klassen und die Strukturen erodieren: We are Mods! Baptized at Brighton Pier.

Das ist der Kunstverein in Hildesheim und da ist Eröffnung, und zu der Eröffnung spricht der Künstler selber. Der Künstler trägt einen Anzug und eine Krawatte. Neben ihm das Wifona Discocenter, auf dem zwei Singles bereitliegen. Auf dem Fußboden ein silberner Ghettablaster. Musikeinspielungen werden vom Künstler vorgenommen. Das gewogene Eröffnungspublikum hört konzentriert zu: fußwippend die einen, gedankenverloren die anderen.

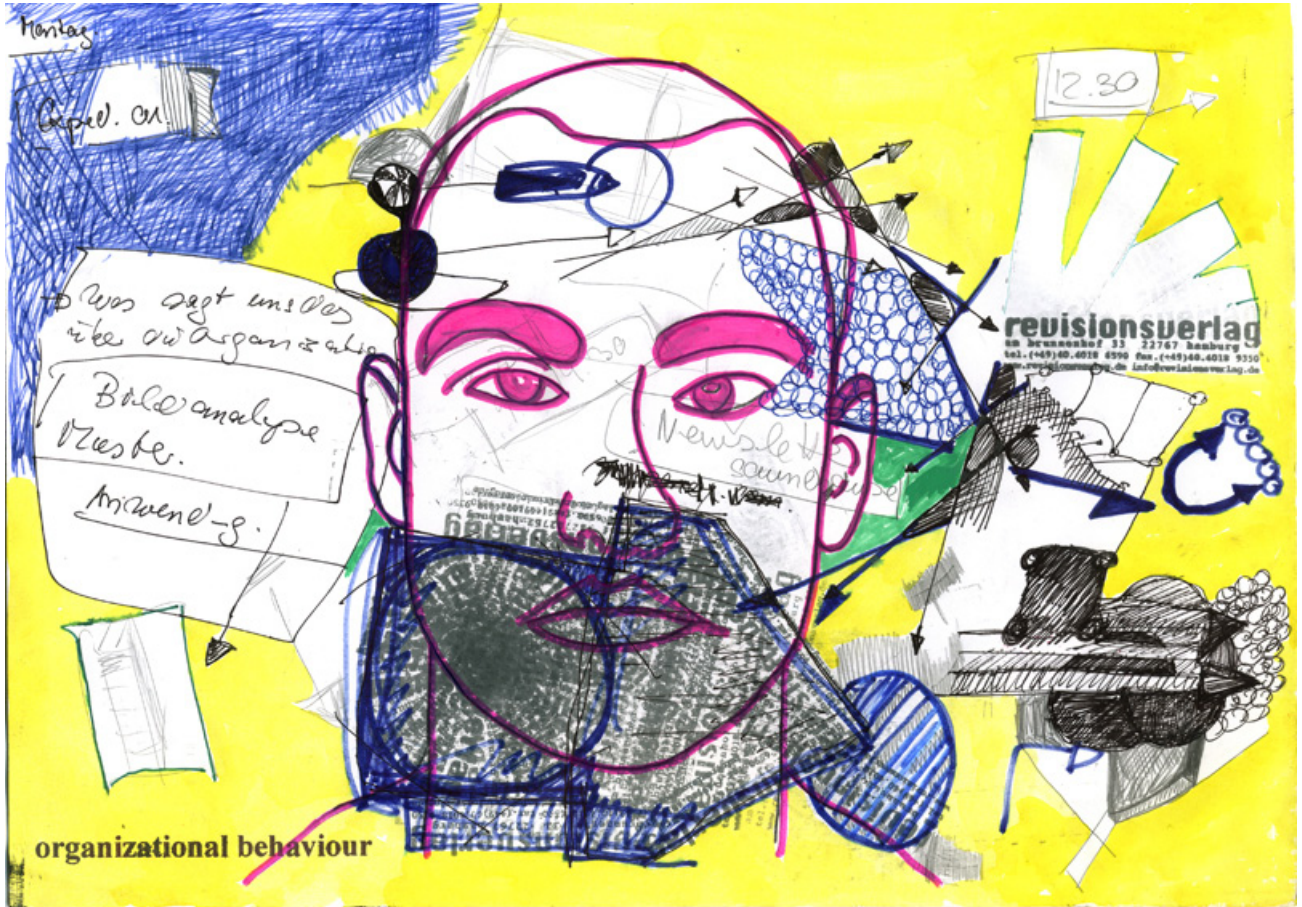


organizational behaviour

10042002









## stil. 2007.

[Weißer Anzug, weißes Hemd mit Seidenschal; Plattenauflegen am Wifona Discocenter; Der Raum voll besetzt. Ein Container-Raum, temporär als Spielstätte des Theaters nutzbar. Die Musik ist bewusst ausgewählt und eigentlich bereits Teil des Vortrages. Eine weibliche Stimme wird eingespielt, die in der Art einer Conférencière deutlich betont und mit sicherem Timbre den Abend einleitet. Die Einleitung besteht in dem Spannungsverhältnis einer vorproduzierten Stimme, die unterschiedliche Handlungsanweisungen an den Vortragenden und die Gastgeberin gibt und so auf die Konstruiertheit der Vortragssituation hinweist. Dieses leicht didaktische und akademische Vorgehen bricht sich mit dem Habitus des Vortragenden, der gewollt stilvoll, sukzessive zur verkrampten Karrikatur seiner selbst gerät. Gleichsam ist die begleitende Musik von einer emotionalen Sogwirkung und verdeckt die Bemühtheit. Nach einigem Hin und Her sagt die Tonbandsstimme: Video ab, und ein Video startet: Zu sehen ist das Video Big Boss Groove von The Style Council. Während die Musik läuft, zieht sich der Vortragende, der bisher – außer einem heiseren und ungewollten Krächzen – keinen Ton von sich gab, um: Levi's 501, Clarks Desert Boot, blaues Sakko, weißes Feinripp-Unterhemd. Nachdem das Video zu Ende ist und der Vortragende noch zaghaft auswirpt, geht er zum Pult und beginnt seinen Vortrag.]

1984 als B-Seite veröffentlicht, verbirgt sich hinter dem modischen Verwirrungen der 80er Jahre in dem *Big Boss Groove* von The Style Council vor allem der Versuch, Popmusik als Mittel zur Herstellung kollektiver Momente verantwortlich einzusetzen: *Hold on is what they say, to get any back to you we'll have to pay. Don't shout or get upset, it's the same message from the holy tory government. Und weiter: Get up is what we say, don't wait for judgement day. There's too much going on, you might think you're weak, but together we can be so strong.* In der aufgeheizten Stimmung der Bergarbeiterproteste im England der 80er Jahre gehörte der politische Popsong zum guten Ton. Nicht der Mainstream, nein, aber ein durchaus kaufkräftiges Klientel goutierte die Positionierung im linken Lager, das, in der Zeit Margaret Thatchers, meist nicht mehr als liberale Sozialdemokratie meinte. Paul Weller und The Style Council ist dennoch ein besonderes Beispiel, weil Weller eine Historie



hat, die vor der Mode beginnt und einen Stil ausbildet, der das sichtbare Bindeglied zwischen Musik und Publikum ist und immer dann wechselt, wenn der Stil zur Mode wird. Nun soll es in diesem Vortrag nicht um die Nuancen der Weller'schen Biografie gehen, aber dennoch bilden The Style Council den Achsenpunkt. Also von vorn oder nicht von vorn, mehr von weiter weg:

Adolf Loos ist 1870 geboren und 1933 gestorben. Ein Architekt, mehr ein Architekturtheoretiker. Einer, der an der Zeit verzweifelt und dann irgendwann nur noch Innenräume dekoriert, um Geld zu verdienen und weil er die Behauptungen des Architekten nicht aushält, weil er überhaupt alles andere nicht mehr aushält. Adolf Loos hielt Vorträge. Viele Vorträge in überfüllten Sälen. Auch als er bereits fast taub war, hielt er noch Vorträge, die dann allerdings etwas lauter. Das Hören brauchte er eigentlich nicht, denn diskutiert hat Loos nicht, Loos hat gesagt, was ist, es gab nichts zu zweifeln, also warum diskutieren, wenn man sich einfach

nur bemühen muss zu verstehen. Die Biografie eines Verkannten. 1908 ging es noch mit dem Gehör:

[Der Vortragende klebt sich einen Bart aus schwarzem Klebeband ins Gesicht und liest mit ausgedachtem Pathos und veränderter Stimme das Zitat:]

*Wir sitzen nicht so, weil ein Tischler einen Sessel so oder so konstruiert hat, sondern der Tischler macht den Sessel so, weil wir so oder so sitzen wollen. Und daher ist – zur Freude eines jeden, der unsere Kultur liebt – die Tätigkeit des Künstlers wirkungslos. Denn wer im Stile unsere Zeit arbeitet, arbeitet gut. Und wer nicht im Stile unserer Zeit arbeitet, arbeitet schlampig und schlecht. Und das ist recht so. Den Stil unserer Zeit haben wir. Wir haben ihn überall dort, wo der Künstler, bisher seine Nase noch nicht hineinsteckt hat. Der moderne Mensch, der sich tätowiert ist ein Verbrecher oder ein degenerierter. Die Tätowierten, die nicht in Haft sind, sind latente Verbrecher oder degenerierte Aristokraten. Ich habe folgende Erkenntnis gefunden und der Welt geschenkt: Evolution der Kultur ist gleich bedeutend mit dem entfernen des Ornamentes. Ich glaubte damit Freude in die Welt zu bringen, sie hat es mir nicht gedankt. Man war traurig und ließ die Köpfe hängen. [...] „Ja aber,“ meint die schöne Regierungsrätin von der Manufakturbranche „irgendeine hübsche Gravierung auf dem Silber, das kann man doch nicht geradewegs verabscheuen?“ „Verabscheuen Sie es ruhig, denn das was wir schön zu nennen uns angewöhnt haben, ist dies nur aufgrund höchst blödsinniger von unseren Universitäten und Kunstschulen gelehrteter Denkmethode. Es gibt keinen Künstler, dem ich das Recht zugestehen würde, an Gegenständen unseres täglichen Gebrauches seine Phantasie auszutoben und sie damit für den vernünftigen Gebrauch unverwendbar machen zu dürfen.“*

[Der Vortragende nimmt sich den Bart wieder ab.]

Adolf Loos positioniert sich in den Kunst- und Kultur-Diskursen der Jahrhundertwende, die vor allem im Hinblick auf die Gegenstände des täglichen Lebens und die Architektur geführt werden. Kunst will in die Gesellschaft. Im

19. Jahrhundert drängt es die Kunst nach Bedeutung bei der Ausgestaltung der industrialisierten Welt, weil die Handwerklichkeit an Bedeutung verliert, weil die Fotografie das Porträtgeschäft monopolisiert, weil die Künstler kein Geld haben oder weil sie einen universalen Gestaltungsanspruch auf die Welt erheben. Es ist ein Diskurs entlang der Begriffe Stil und Mode. Industrieproduktion ermöglicht die Massenfertigung, ermöglicht Menge und niedrige Preise und ... Mode. Handwerklichkeit als Mittel der sozialräumlichen Positionierung wird zurückgedrängt. Die sozialen Abgrenzungsmechanismen differenzieren sich aus, denn das, was gestern dem Habitus des Adels noch zur Verfügung stand, ist heute als Massenprodukt dem aufstrebenden Bürgertum zugänglich. Eine gute Zeit für die Kunst. In erodierenden Sozialrastern ist Kunst immer noch ein Mittel der Abgrenzung, der Festigung und der Herstellung von Status, Akkumulierungen von kulturellem Kapital, die sich – für den wirklichen Connaisseur – gewinnbringend in ökonomisches Kapital übersetzen lassen.



Um 1900. Mode und Stil sind die Demarkationslinien im Streit zwischen Kunst, Architektur, Wirtschaft und Gesellschaft. Die entwickelte Kultur, der moderne Mensch, die Zivilisation an sich lebt ohne Ornament. Der moderne Mensch durchdringt seine fortwährende existenzielle Suche so vollständig, dass jede Form zunächst ausschließlich seiner Funktion zu folgen hat, um nicht Ablenkung auf der asketischen Suche nach Identität zu sein. Die emanzipierte, freie Gesellschaft verachtet das Ornament und sucht nach Identität; will das Erscheinen von dem Rauschen der Verzierung trennen und nach tiefer Erkenntnis streben. Adolf Loos und die anderen – die das alles anders sehen, die Diskurse aber dennoch führen – bereiten das BAUHAUS vor, das wiederum aber doch nur Kunst sein will, dabei allerlei nützliche Dinge herstellt, deren Formen in der Regel den Funktionen folgen. Das Bauhaus ist Kunst und macht deutlich, wie unmöglich es ist, den rein funktionalen Gegenstand herzustellen – wenn man fortwährend behauptet, das hätte etwas mit Kunst zu tun. Um 1900 strukturiert sich die Welt neu, und so diskutiert man über das Sichtbare und die Produktion von Sichtbarkeit und über Menschenbilder und über Künstler, die glauben, die Welt gestalten zu können wie ein Bild. Die totale Gestaltung alles Sichtbaren.

[Ein Kassettenrekorder – rot, gelb, blau, My first Sony – wird auf- und angestellt. Zu hören ist der Managementtrainer Klaus Kobjoll, der im Gespräch mit dem Radio- und ehemaligen Late-Night-Moderator Thomas Koschwitz, den Trend der Neuen Bescheidenheit erläutert. Kobjoll erklärt in atemloser Selbstgefälligkeit Neue Bescheidenheit am Beispiel von Nahrungsmitteln, Uhren und Champagner-Sorten. Die Selbstverständlichkeit, mit der sich Kobjoll in seinen Beispielen im Luxussegment bewegt, und die Art seiner Betonung erheitern das kritische und theateraffine Publikum, ohne es dabei zu erschrecken. Erstaunlich.]

Im Seminar *Mitarbeiter als Mitunternehmer* gibt der Hotelier und Motivationstrainer Klaus Kobjoll den Dingen Titel und

Luther King und setzt pointiert nach: „Wer immer Neger im Unternehmen bleiben will, der bleibt eben auch einer.“ So einfach ist das, sagt er, und deshalb eben die Kabelkanäle, die Starkstromanschlüsse und die Rikking-Haken in der Decke für die Lichtanlage.

Also *MILKY*: MODEST INFORMAL LUXURY KEEPER schreibt er in erschütternd ungelinker Schrift an das wackelige Flipchart. Später erklärt er den Reiz des Authentischen, der vor allem daraus entstünde, Schwächen und Versagen strategisch in Szene zu setzen – wie eben zum Beispiel beim Beschreiben eines Flipchart.

Das Wechseln des Stiftes gelingt ihm nicht gut, aber das gibt ihm Zeit, allerhand Zeug zu reden. Er spricht über Uhren, die man nicht als teuer erkennt, über Möglichkeiten, die neue Bescheidenheit und das Zeitalter des Understatements zu nutzen. Über Gewinnmargen bei Produkten, die eigentlich billig, nur mit Kultur aufgeladen werden müssen, damit sie teurer verkauft werden können. *MILKYS* ist eine lustige Bezeichnung, die man sich gut merken kann und die meine Kollegen, die mit mir gemeinsam das Seminar *Mitarbeiter als Mitunternehmer* von Klaus Kobjoll besuchen, zu lustigen Wortspielen am Frühstückstisch veranlasst. Das zum Kaffee alle einen *MILKYWAY* fordern, versteht sich von selbst und macht mir meine Kollegen sympathisch, denn ich bin nach 24 Stunde Dienstleistung, Feng Shui und Totalitarismus emotional am Ende.

Das, was sich hinter alledem verbirgt, ist angewandte Sozialwissenschaft. Es geht um eine Gesellschaft, die sich in ihrem sozialen Gefüge neu einrichten muss und dazu eben auch veränderte Differenzierungsmerkmale ausarbeitet, die Leitlinie dieser Merkmale wird mit *MILKY* bezeichnet woraus sich Produkte und Dienstleistungen ableiten lassen, die ökonomischen Erfolg garantieren oder dieses zumindest



Formeln. Die Zeit der Yuppies sei vorbei, sagt er, die Zeit der Milkys sei gekommen, und das sei schwieriger. Schwieriger, weil man sein Sehen feiner schulen müsse, schwieriger, weil den Symbolen das Verwischen ihrer Produktions- und Status-Spuren immanent wäre. Und das sagt er, während er seine Stifte zusammensucht, einen schwarzen und einen roten. Auf dem überfüllten Präsentationstisch sucht Kobjoll seine Stifte. Andauernd sucht Kobjoll etwas in diesem großen hohen Raum, der fortwährend seine Farbe verändert und in dem sich ein Wasserfall befindet – in den Pausen angestellt, verbessert der Wasserfall das Raumklima im Handumdrehen, Sie und Ihre Gäste werden begeistert sein. Der Raum hat Starkstromanschlüsse und Kabelkanäle, sagt Kobjoll. Eine Außenwand lässt sich öffnen. Für den Übertragungswagen, sagt Kobjoll, dessen Ziel es ist, eine eigene Fernsehshow zu produzieren, und deshalb beim Bau seiner – nach Regeln des Feng Shui geplanten Bildungsstätte, an ein paar dafür notwendige Details bereits dachte. „If you can dream it you can make“, sagt er mit Bezug auf Martin

ermöglichen.

Noch eine Vokabelgruppe bringt Kobjoll auf seinem Flipchart unter: *Yesbutter* und *Whynotter*. *Whynotter*, das sind die Guten. Das sind die, die jede Aufgabe annehmen und nicht mit einem *Warum* kommentieren, sondern mit einem *Warum nicht?*. Der unternehmerische Geist steckt in dem fortwährenden Experimentieren mit neuen Kombinationen. *Warum nicht?* Die Welt ist voller Herausforderungen, sie ist offen für Neues, wer nicht wagt, der nicht gewinnt, etc. pp. *Yesbutter*, das sind die Zweifler, die aus Gewohnheit *Ja, aber* sagen. Die alles anzweifeln und hinterfragen, Nörgler eben, die nie beginnen, sondern immer nur abwarten und alles zerreden. Ist *MILKY* eigentlich ein Stil oder eine Mode?

[Ansatzlos wird ein Musikvideo eingespielt: *Shout to the Top, The Style Council*. Während das Video läuft, zieht sich der Vortragende einen dreiteiligen, braunen, beuligen Anzug aus Kunstfaser an, der vor allem durch seinen profanen Schnitt besticht, der sich der Begrifflichkeit „modisch“ gänzlich entzieht. Das weiße Hemd wird komplett geschlossen und die Schuhe werden gewechselt. Mit beiden Händen werden die Haare von links nach rechts zu einem Scheitel gestrichen.]





Roger Daltrey im Fond einer Limousine, davor ein Föhn mit der amerikanischen Pressung der 1966 ersthiene LP „The Who sings My Generation“, Decca (Stereo). The Who live im Stadtpark, Hamburg 2008





Kein  
Eingang

---

Eingang  
30 m

←