

Leseprobe aus:
Susanne Kippenberger
Die Kunst der Großzügigkeit; Geschichten einer leidenschaftlichen Schenkerin



Mehr Informationen zum Buch finden Sie auf
www.hanser-literaturverlage.de

© 2020 Hanser Berlin in der Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG, München

 HANSER BERLIN



SUSANNE KIPPENBERGER

Die Kunst der Großzügigkeit

Geschichten einer
leidenschaftlichen Schenkerin

Hanser Berlin

Auflage 2020

ISBN 978-3-446-26791-6

© 2020 Hanser Berlin in der

Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG, München

Umschlag und Illustration: © Leanne Shapton

Satz: Sandra Hacke, Dachau

Druck und Bindung: Friedrich Pustet, Regensburg

Printed in Germany



MIX
Papier aus verantwortungsvollen Quellen
FSC® C014889

Für
meine Mutter,
Lore Kippenberger,
die großzügig in jeder Beziehung war,

und
Esther Kogelboom und Julia Prosinger,
ohne die es dieses Buch nicht gäbe

Inhalt

Einführung	11
Marcel Mauss und die folgenschwere Gabe	17
Die Karte ist die Botschaft	22
Geschenksendung, keine Handelsware	28
Sag's mit Petersilie	31
Verhüllung ist Verheißung	36
Gastfreundschaft	42
Großzügigkeit	47
Sweet Memories	59
Von mir für mich	61
Erinnerungen mitbringen	68
Almosen oder Geschenk?	73
Dankbarkeit	88
Organspende	100
Missglückt	104
Ich bring' ein Ei und hätt' gern zwei	117
Nackt: Geld	123
Tod – Beerdigung – Erbe	129
Das erwartete Glück: Wünsche	139
Das unerwartete (Un-)Glück: Überraschung	144
Freude	149
Mit dem Schlauchboot durchs Wohnzimmer:	
Kindheit	153
Jugend: Erwachsen werden	165
Geschichten teilen: Bücher verschenken	170
Kunst als Gabe	178
Zeit statt Zeug	181

Für meine allabeste Lehrerin: Selbstgemachtes	187
Geburtstage und andere Wendepunkte	190
Weihnachten: Der Marsch in Himmel und Hölle	203
Das (leere) Versprechen. Gutscheine	217
Liebe schenken	220
Hochzeitsgeschenke	224
Emotionale Arbeit: Frauen und Männer	227
Trennung	235
Die Allerbesten	238
Danke!	246
Fragebogen zum Schenken	247
Bibliographie	253

Bei Nichtgefallen Gefühle zurück
MK

Einführung

Ich hatte mal die Motten. Sie steckten überall, im Müsli, im Mehl, in allen Ecken, ich wurde sie einfach nicht los. In meiner Verzweiflung rief ich die Kammerjäger. »Sie backen aber gerne!«, rief der eine durchaus bewundernd aus der Speisekammer heraus. »Die Frau kauft einfach gerne ein«, erwiderte sein Kollege nüchtern.

Ich fürchte, er hat recht. Das habe ich von meiner Mutter geerbt.

Mit zwölf hatte sie den Höhepunkt ihrer sportlichen Laufbahn erreicht: Als sie beim Hochsprung die Ein-Meter-Marke knackte. Damit hatte niemand gerechnet. Die Lehrerin war so entzückt, dass sie ihr eine Tafel Schokolade schenkte. Was für ein Luxus! Seit ihre eigene, ebenso großzügige wie gastfreundliche Mutter gestorben war, wurde sie mit Präsenten nicht eben verwöhnt. Der größte Ehrgeiz der Haushälterin, die jetzt für die Kinder zuständig war, hieß sparen.

Hiermit war der sportliche Ehrgeiz meiner Mutter erschöpft. Höher, weiter, schneller, ein solcher Wettkampf interessierte sie nicht. Ihr Sport hieß fortan: schenken. Mochten andere wandern oder Tennis spielen, meine Mutter trabte los, Präsente kaufen.

Wann immer sie was Interessantes sah, ob im Schlussverkauf oder auf Reisen, schlug sie zu. Fing es in den großen Ferien in Holland an zu regnen, bekämpfte sie Anflüge von schlechter Laune mit Ausflügen zu De Bijenkorf, dem bienenkorbgleichen Kaufhaus in Amsterdam, und breitete am Abend ihre Beute selig vor uns aus. Hatte jemand Geburtstag oder war ein Dankeschön fällig, musste sie nur noch in die Geschenkekiste greifen.

So mache ich es auch. Ich bin zum Hamster geworden, nur dass ich statt der Backen die Taschen vollstopfe – ich reise grundsätzlich mit großem Gepäck. In Schubladen und Truhen horte ich dann, worüber B sich freuen könnte, was ich für I beim letzten Londonbesuch besorgt habe.

Denn Schenken braucht Aufmerksamkeit und langen Atem. Hinweise, die fallengelassen werden, müssen aufgefangen, gespeichert und rechtzeitig umgesetzt werden. Nichts ist schlimmer, als auf Kommando einzukaufen: P hat heute Geburtstag, was kann ich da zwischen Dienstschluss und Dinnerparty noch besorgen? Bestimmt nichts Persönliches.

Schenken ist Einkaufen mit gutem Gewissen. Ist ja für andere. Man muss die Fundstücke nur im passenden Moment zücken können. Auch das habe ich von meiner Mutter geerbt: Schenken war ihre Leidenschaft, Ordnung nicht ihre Stärke. Weihnachtspräsente, im Sommer erstanden, versteckte sie so gut, dass sie diese im Advent nicht mehr wiederfand. Auch ich muss dauernd suchen. Manchmal entdecke ich ein halbes Jahr zu spät, dass ich für das Geburtstagskind längst was besorgt hatte. Egal, bald ist Weihnachten.

Meine Mutter war eine fröhliche Schenkerin. Eine Christin, weniger fromm als sozial, die gerne gab. In unserer Familie ist das Schenken – mehr noch als das Beschenktwerden – eine einzige Freude, von außen betrachtet vielleicht auch ein Spleen.

Doch als ich anfang, darüber nachzudenken, merkte ich, dass es mehr als eine persönliche Macke ist. Ich entdeckte, wie viele Seiten das Schenken hat, noch eine und noch eine, es wollte gar kein Ende nehmen, und plötzlich stellte ich fest: Es gibt gar kein Ende. Jeder tut es, jeder empfängt es, und zwar sein Leben lang. Von der Geburt bis zum Tod, ja, darüber hinaus. In den USA fängt es mit der Baby Shower noch vor der Niederkunft an. Und

wenn der Mensch dann gestorben ist, werden ihm zum Abschied Blumen gereicht, spendet man in seinem Sinne und Andenken Geld. Das Leben geht weiter. Das Schenken auch.

Fast scheint es ein Instinkt zu sein, schon kleinste Kinder pflücken Blumen, sammeln Muscheln und Steine auf und präsentieren sie den Großen, um ihnen eine Freude zu machen. Und natürlich: Applaus zu bekommen. Jeder wichtige Umbruch im Leben wird von Präsenten begleitet, Taufe, Einschulung, Kommunion, Konfirmation, Bar-Mizwa, Volljährigkeit, Schulabschluss, Hochzeit, runde Geburtstage, eine neue Wohnung, Rentenbeginn ...

Wenn ich mit anderen darüber spreche, sprudeln sie sofort mit ihren Geschichten los. Bei einer Dinnerparty erzählt ein Künstler von einem Kindheitserlebnis in Tokio, als seine französische Mutter so überfordert war von den liebevollen, aber immer größer werdenden Präsenten der japanischen Vermieter, dass sie irgendwann nicht mehr wusste, wie sie diese Freundlichkeit erwidern konnte. Sie kapitulierte. Die Familie zog aus. Solche Gespräche habe ich viele geführt, mal zufällig, mal gezielt, in Form von Interviews wie mit dem Schriftsteller David Wagner, der über das größte Geschenk, das jemand bekommen kann, ein Organ, in seinem Fall die Leber, ein Buch geschrieben hat. Er nennt es einen Dankesbrief. Eine literarische Gabe für eine(n) unbekannt(e)n Tote(n).

Dauernd gibt man dem anderen etwas von sich, so entsteht Gemeinschaft. Eine Gesellschaft ohne diesen Akt ist undenkbar. Befragt nach einem blöden Präsent, antwortete ein älterer Schauspieler: »Ich lasse mir nichts mehr schenken, ich habe alles, was ich brauche.« Der Mann hat gar nichts begriffen. Es geht hier nicht um Kochtöpfe und warme Socken. Es geht um sozia-

len Kitt, um Emotionen. Präsente schaffen und stärken Verbindungen, manchmal verletzen sie diese auch, zerstören sie in seltenen Fällen gar. Eine 52-Jährige erzählt von der Barbiepuppe, die sie mit zwölf bekam, von ihrer Freundin, die genau wusste, dass sie Barbiepuppen hasst. »Danach war die Freundschaft beendet.« Aber wer anderen verbietet, ihm was zu schenken, stößt sie von sich weg: Ich will nicht in deiner Schuld stehen, komme allein zurecht, vielen Dank.

Es sind so viele Gefühle involviert, Erwartungen, Enttäuschungen, Erfüllungen, Verletzungen, Demonstrationen von Machtverhältnissen, Freude, Erinnerungen. Doch im Grunde geht es immer um Liebe. Egal, wie nah man sich steht. Das liebevolle Ausuchen und Verpacken – oder das lieblose. Was sie am Schenken so mag, meint eine der von mir Befragten, ist »das Zeigen von Zuneigung«. Der symbolische Wert ist eigentlich immer wichtiger als der materielle. Wie gut kennst du mich? Oder wie schlecht. Das Gefühl, nicht gesehen, ja, verkannt zu werden, gehört zu den schlimmsten Erfahrungen, von denen Beschenkte erzählen.

Schenken ist eine soziale Tätigkeit, eine Kultur (keine Technik), eine Sprache der Gefühle. Die man lernen kann, damit es einem nicht so geht wie dem Vater einer Freundin, der seiner Frau sagte: Kauf dir was, ich geb' dir das Geld und leg' es dann unter den Tannenbaum. Natürlich gehört, wie bei allen Sprachen, auch eine Portion Begabung dazu. Das steckt schon im Wort Gabe, und noch deutlicher im englischen »gift«, das sowohl Präsent wie Begabung bedeutet. Weshalb man, um allen Missverständnissen vorzubeugen, auch nicht sagen kann, dass nur der gute Schenker ein guter Mensch ist.

Natürlich kaufe ich inzwischen doch mit schlechtem Gewissen ein, von wegen Umwelt und Klimawandel. Aber dieses Buch soll auch keine Anleitung zum Konsum sein. Schenken muss nicht

kaufen heißen. Aufmerksamkeit, Zeit, selbstgekochte Marmelade, das Reparieren des kaputten Stuhls, ein gemeinsamer Ausflug, ein Essen – man kann sich so vieles einfallen lassen. Aber man sollte sich was einfallen lassen. Präsent hat etwas mit präsent sein zu tun. Umweltbewusstsein ist keine Ausrede für Faulheit. Nachhaltig sind Geschenke, über die man sich Gedanken gemacht hat. Was alle hassen, sind einfallslose Pflicht-Gaben. Und sowieso gilt hier, wie stets, Qualität geht über Quantität.

S zum Beispiel, gefragt, wann sie das letzte Mal richtig große Freude erlebt hat über ein Präsent, erzählte von ihrem Besuch, dem ersten, bei einer neuen Bekannten. S brachte ihr einen Herbststrauß aus dem eigenen Garten mit, Hortensie, Dahlie, kleine Beerenzweige in Pink. Drum herum goldenes Seidenpapier und eine Schleife aus schlichtem Strick. Eine solche Freude hatte sie nicht erwartet: »Sie war regelrecht umgeworfen von der Schönheit des Straußes, drehte ihn hin und her, benannte die Blumen und die Farben und betonte, wie das Zusammenspiel von Texturen und Farben so perfekt zur Geltung käme. Und dann holte sie ihren Mann und die Haushaltshilfe und begann ihr Gloria von neuem. Ich fand keine Worte.«

»Wirkliches Schenken«, schrieb Theodor Adorno, »hatte sein Glück in der Imagination des Glücks des Beschenkten. Es heißt wählen, Zeit aufwenden, aus seinem Weg gehen, den anderen als Subjekt denken.« Adorno war pessimistisch, er glaubte, dass dazu kaum mehr einer fähig sei. »Günstigenfalls schenken sie, was sie sich selber wünschten, nur ein paar Nuancen schlechter.«

In einer Zeit, wo es alles zu kaufen gibt, könne man das Schenken für überflüssig und das Klagen über den Verfall dieser Kultur für sentimental halten, fuhr Adorno fort, um sich selbst gleich zu widersprechen: Denn erstens »gibt es keinen heute, für den Phantasie nicht genau das finden könnte, was ihn durch und

durch beglückt«. Und, was vielleicht noch wichtiger ist: Das Schenken bräuchten gerade jene, die es nicht mehr tun. »Ihnen verkümmern jene unersetzlichen Fähigkeiten, die nicht in der Isolierzelle der reinen Innerlichkeit, sondern nur in Fühlung mit der Wärme der Dinge gedeihen können.«

Nicht dass Sie mich nun für eine Adorno-Kennerin halten. Ich habe noch nie ein Buch von ihm gelesen. Aber meine Kollegin hat es getan und mich mit dieser Stelle aus *Minima Moralia* beglückt, nachdem wir uns über das Thema bei einer zufälligen Begegnung auf der Straße unterhalten hatten.

Es ist eines von vielen Präsenten, die ich im Laufe der Arbeit an diesem Buch bekommen habe und die mich von der Bedeutung und Komplexität des Schenkens überzeugt haben – das ich mein Leben lang eher arglos praktiziert habe. Dieses Buch hat viele Co-Autoren. Menschen, die mir ihre Geschichten geschenkt haben, kaum dass wir auf das Thema zu sprechen kamen. Familie, Freunde, Kollegen und Bekannte, die mir meinen Wunsch erfüllten und jene Fragen beantworteten, die am Ende des Buches nachzulesen sind. »Jetzt weißt du alles über mich«, witzelte meine Kollegin hinterher. Bei aller Ironie – es stimmt: Die Geschichten gehen tief. »Dinge, die völlig verschüttet lagen, sind wieder hochgekommen«, meinte eine Freundin zu mir. Sage mir, was und wem und wie du schenkst, worüber du dich selbst freust – und ich sage dir, wer du bist.

Geiz ist nicht geil. Großzügigkeit schon. Die, genau wie die Knausrigkeit, noch nie eine Frage des Geldes gewesen ist. Das Buch soll Lust machen. Denn, das ist wissenschaftlich erwiesen: Geben macht glücklich. Im Zeitalter des Narzissmus, der permanenten Selbstoptimierung und Achtsamkeit (für die eigenen Bedürfnisse) tut es gut, einem selbst wie der Gesellschaft, mal nicht an sich zu denken, sondern an andere. Aber Vorsicht, nicht verkrampfen, weder beim Geben noch beim Nehmen.

Marcel Mauss und die folgenschwere Gabe

Mauss, Mauss, Mauss, was hast du nur gemacht! Hast den Menschen den Spaß am Schenken verdorben, den Glauben an das Gute daran geraubt.

Dabei ist das gar nicht seine Absicht gewesen. Fast 100 Jahre ist es her, dass der französische Gelehrte seinen berühmten Essay »Die Gabe« veröffentlichte, über »Form und Funktion des Austauschs in archaischen Gesellschaften«, wie es im Untertitel heißt. Nicht mal 200 Seiten lang, aber die Sekundärliteratur füllt ganze Regale. Es gibt wohl nur wenige Texte, die für ein einzelnes Thema so einflussreich gewesen sind. Jeder, wirklich jeder Akademiker oder Essayist, der sich mit dem Thema Schenken beschäftigt, beruft sich auf Marcel Mauss. Einige Wissenschaftler nennen sich sogar ganz offiziell Maussianer.

Abgesehen von der »Gabe« hat der Sozialanthropologe, Neffe und Schüler von Émile Durkheim, wenig veröffentlicht. Die Lehre war Mauss, der als selbstlos galt, wichtiger als die Forschung, seine Dissertation – über das Gebet – hat er nie fertigbekommen. Seine Geschenkwissenschaft betrieb er vom Schreibtisch aus, ein Feldforscher ist er nie gewesen. Er wandte sich dem Archaischen zu, vor allem Gesellschaften in Polynesien, Melanesien und Nordwestamerika, um darin nach dem Archetypischen zu fahnden.

Es ging ihm darum, zu zeigen, welche Bindungen entstehen, indem man Geschenke tauscht, anstatt etwas mit Geld zu kaufen oder für Geld zu verkaufen. Wobei natürlich auch beim Geschenkeaustausch eine Form von Handel stattfindet: Gibst du

mir, geb' ich dir. Geb' ich dir, will ich auch was zurück. Wenn nicht sofort, so doch später. Soll und Haben, am Ende muss die Gleichung stimmen in der Trias von Geben, Annehmen und Erwidern.

Aber Mauss machte sichtbar, welchen Stellenwert das Schenken in der sozialen Kommunikation hat. Dabei geht es in den von ihm untersuchten Gesellschaften vor allem um kollektive Präsente, die erst mal die friedliche Beziehung zwischen verschiedenen Gruppen herstellen und stärken – sozusagen ein notwendiges Vorspiel. Auch zum kommerziellen Warenaustausch.

Verblüffenderweise bleibt in den Darstellungen vieler seiner Exegeten und Schüler aber nur das Berechnende vom Schenken übrig, der Zwang zum Geben und Erwidern. Viele dieser Theoretiker leugnen jede Form von Freiwilligkeit und Individualität, von Spontanität und Originalität, die Freude auf beiden Seiten, ja, überhaupt die ganze Emotionalität und das Persönliche, die damit verbunden sind. Oft wird die Gabe als Instrument der Unterdrückung verstanden, die Großzügigkeit als reines Kalkül.

Wer nimmt, gehe eine Verpflichtung ein, werde zum Schuldner, sagt Elfie Miklautz zum Beispiel. Für sie wird das Schenken sogar zum Akt der Aggression: »Mit dem Übermitteln von Gaben wird ... symbolische Gewalt ausgeübt.« Pierre Bourdieu geht kaum fröhlicher an die Sache ran. Er nennt den Gabenaustausch kurzerhand eine »kollektive Heuchelei«.

Es ist kurios. Durch die Konzentration auf Mauss' Vorlage, an der sich spätere Generationen abgearbeitet haben, sind die Schenkgewohnheiten in der Südsee vor 100 Jahren bis heute besser erforscht als jene, sagen wir, der Jugendlichen zu Beginn des 21. Jahrhunderts. Das Archaische wird zur zeitlosen Wahrheit erklärt.

Besonders eklatant zeigt sich das in der Auseinandersetzung mit dem von Mauss geschilderten Potlatch von Native Americans

in Nordwestamerika: Häuptlinge schaukeln sich hoch mit ihren Gaben, versuchen einander zu übertrumpfen – ein regelrechter Krieg zwischen Rivalen um ihren Status, der mit der Kapitulation des einen oder der Zerstörung bis hin zum Tod des anderen endet. Von Mauss' Nachfolgern wird der Potlatch aber nicht als exzessives Extrem gedeutet, sondern als Zuspitzung, die das Eigentliche deutlich werden lässt. Das Schenken als Wettkampf, als Schlacht – ist es nicht genau das, was zu Weihnachten in der kommerzialisierten Gesellschaft passiert? Immer höher, weiter, schneller, das ist doch die Devise des Turbokapitalismus.

Dabei war Mauss selbst Sozialist und Aktivist, ein Anhänger der Genossenschaftsbewegung. Am Ende seines Essays, und den scheinen viele gar nicht oder zumindest nicht bis dahin gelesen zu haben, zeigt er auf, wie aus dem Geist des Gebens eine gerechtere Welt entstehen könnte. Für ihn ist die Geschenkökonomie die Basis unserer Gesellschaft, ein entscheidendes Mittel für ein friedliches Miteinander. Mauss spricht von der »edlen Verschwendung« und appelliert an die Reichen, sich wieder als Schatzmeister ihrer Mitbürger zu betrachten, denn die Gesellschaft brauche mehr Großzügigkeit und guten Willen, ganz konkret etwa bei Wohnungsvermietungen. Mauss forderte eine neue Moral, eine Rückkehr zu archaischen und elementaren Prinzipien, etwa die Freude am öffentlichen Geben, »das Vergnügen der Gastfreundschaft«.

Bad news are good news heißt es im Journalismus. Gute Nachrichten verkaufen sich halt schlechter. In der Wissenschaft gelten möglicherweise ähnliche Regeln. »Schenken gehört zu den eher freundlichen Seiten des Lebens«, schreibt der Kulturosoziologe (und Theologe) Gerhard Schmieid zu Beginn seines Buchs zum Thema. Das ist für ihn der Grund, warum seine Kollegen sich kaum mit dieser Tag für Tag praktizierten Spielart des sozialen Handelns auseinandergesetzt haben. Ein Soziologielexikon

widme ihm gerade mal 14 Zeilen. Auch Schmied bezieht sich natürlich auf Mauss.

Marcel Mauss war ein Pionier, der sich als Erster dem Thema in dieser Form gewidmet hat. Aber er hat einen Essay geschrieben, keine Bibel. Gedanken kann man weiterentwickeln.

In der Fülle der Mauss-Interpretationen habe ich auch ein paar gefunden, die mir plausibler, differenzierter erscheinen als jene, die nur Zwang, Eigennutz und Kalkül in der Gabe sehen. Am sympathischsten ist mir Alain Caillé, dessen *Anthropologie der Gabe* 2008 erschienen ist. Ein echter Maussianer, wie er sich selbst nennt, Mitgründer einer MAUSS-Gruppe und einer MAUSS-Zeitschrift. Ja, Caillé ist mein Mann. Lustigerweise wieder ein Mann. Obwohl Frauen diejenigen sind, die am meisten schenken und verpacken, sind es vor allem Männer, die Bücher darüber schreiben. Die einen packen in dekoratives Papier, die anderen in gelehrte Worte.

Alain Caillé jedenfalls entdeckt im Pflichtkorsett den Spielraum. Für ihn geht es beim Schenken um mehr als ein rein mechanisches Ritual. Selbst wenn die Gabe sozial zwingend ist, gewinnt sie in seinen Augen nur in Verbindung mit Spontanität ihren Sinn. »Es soll gegeben und erwidert werden. Zweifellos. Aber wann? Und wie viel? Wem eigentlich? Mit welchen Gesten, in welchem Ton? Mit welcher Absicht?« Da bleibt für ihn selbst in streng geregelten Gesellschaften viel Raum für Eigeninitiative.

Caillé wirft einen wohlwillenderen, auch differenzierteren Blick auf seine Mitmenschen und ihre Motive, entdeckt Widersprüchliches, statt nur Eindeutiges zu sehen. Ihm geht es um »ein komplexes Wechselspiel von Interesse, Uneigennützigkeit, Pflicht und Spontaneität«. Vor allem durchbricht Caillé die rein ökonomistische Sicht auf das Schenken: Ohne eine gewisse Bedingungslosigkeit, ohne Vertrauen, sagt er, geht es nicht. »Eine rein obligatorische Gabe ist keine Gabe.«

Es gibt Menschen, die glauben, was nichts kostet, ist auch nichts wert. Ich meine, das Gegenteil stimmt. Es macht eine Sache kostbarer, wenn man sie geschenkt bekommt, statt sie sich selbst zu kaufen. So erklärt es auch Mauss: In der Gabe steckt das *hau*, die Seele des Gebenden, ein Stück von sich selbst.

Darum soll es hier gehen – um den Raum, den Spielraum, in dem sich das Schenken bewegt, mit all seinen Widersprüchen und Risiken und seiner Freude, um die Komplexität dieses Tuns. Um die Seele. Es soll um die Caillé'schen Fragen gehen: Um das Vergnügen des Schenkens – wann, wie viel, wem, mit welchen Gesten, in welchem Ton, mit welcher Absicht. Ich bin davon überzeugt, dass Gabe nicht gleich Gabe ist und die Wundertüte einer Freundin nicht das Gleiche wie die Goodiebag eines Veranstalters, der will, dass ich ihm wohlgesinnt bin.

Die Karte ist die Botschaft

Zu meinen Neujahrsresolutionen für 2019 gehörte ganz offiziell: Keine Karten mehr kaufen. Ich hab' nämlich genug davon, zweieinhalb Schubladen voll. Das reicht bis ans Ende meines Lebens. Ich hab's mir sogar in den neuen Kalender geschrieben – keine Karten kaufen! Hat auch nichts genützt. Sicher, am Anfang war ich noch diszipliniert. Wenn ich in eine schöne Papeterie kam oder einen Museumsshop, vor allem auf Reisen, habe ich mir die Bilder angeschaut, sie bewundert, die Karte in die Hand genommen, um sie noch mehr zu bewundern, und mir am Ende auf die Finger gehauen. Nein! Nein! Nein! Bald wurde ein Jein daraus. Ich kann einfach nicht widerstehen.

Wenn ich die Lebenszeit addiere, die ich mit der Suche nach der in diesem einen Moment für diesen Menschen passendsten Karte verbracht habe, komme ich auf einige Monate. Ganz zu schweigen von dem toten Kapital, das da in meinen Schubladen schlummert. Postkarten gehen nämlich ins Geld, unter einem Euro läuft gar nichts mehr. Illustrierte im Sonderformat kosten schon mal das Drei- bis Fünffache. Aber das sind sie auch wert. Gute Bilder sind ein Geschenk für sich, das man ins Regal stellen kann.