

Finale

O-Ton

«Die meisten Menschen geben ihre Macht auf, indem sie denken, sie hätten keine.»

Alice Walker

Nachrichten

Ahmad Jamal mit 92 Jahren gestorben

US-Jazz-Pianist Er war bekannt für seinen entspannten Stil und seinen Einfluss auf Jazz-Legende Miles Davis: Pianist Ahmad Jamal ist im Alter von 92 Jahren gestorben, wie US-Medien unter Berufung auf seine Tochter Sumayah berichteten. Seinen Durchbruch hatte der Musiker 1958 mit dem Album «Ahmad Jamal at the Pershing: But Not For Me». Zahlreiche Alben folgten. Jamal wurde vielfach ausgezeichnet, unter anderem mit einem Grammy für sein Lebenswerk im Jahr 2017. Geboren wurde der Künstler als Frederick Russell Jones 1930 in Pittsburgh. Bereits mit drei Jahren soll er mit dem Klavierspielen begonnen haben. Nach seinem Schulabschluss ist er nach Chicago gezogen, wo er zum Islam konvertierte und den Namen Ahmad Jamal annahm. (SDA)

Letzter Vorhang für «Phantom der Oper»

Broadway Nach 35 Jahren ist die am längsten laufende Broadway-Show zu Ende gegangen: nach fast 14'000 Vorstellungen fiel für das «Phantom der Oper» am Sonntag der letzte Vorhang. Seit seinem Debüt Anfang 1988 lockte das Musical von Andrew Lloyd Webber rund 20 Millionen Besucher an, der Ticketverkauf brachte mehr als 1,4 Milliarden Dollar ein. Zuletzt waren die Besucherzahlen zurückgegangen, nach 18-monatiger Zwangspause wegen der Pandemie hatte das Stück Schwierigkeiten, wieder an die alten Erfolge anzuknüpfen. (SDA)

Tagestipp



Über das eigene Sterben schreiben

Literatur Es ist der modernen Medizin zu verdanken, dass uns der Tod heutzutage oft nicht mehr ganz überraschend holt. Zwischen einer Diagnose und dem Sterben vergeht häufig einige Zeit, und das ist ein Grund, warum es vermehrt Autorinnen und Autoren gibt, die über ihr eigenes Sterben schreiben. Die Literaturwissenschaftlerin Corina Caduff hat in ihrem Band «Ein letztes Buch» Auszüge aus neun literarischen Sterbebüchern zusammengetragen und kommentiert – von Christoph Schlingensiefel bis Christopher Hitchens. An der Vernissage spricht Caduff mit dem Zürcher Palliativmediziner David Blum. (reg)

Generationenhaus, Bern,
Dienstag, 18. April, 18 Uhr

Dürrenmatt liess nichts von sich hören

Serie «Aufgetaucht» Mit der «Aktion Gratisbuch» wollten Theo Ruff und Peter K. Wehrli Anfang der 1970er-Jahre die Literatur demokratisieren – die Resonanz darauf war riesig.

Benedikt Koller

Was nichts kostet, ist wertlos oder Werbung – so dachten in den 1970er-Jahren viele Menschen in der Schweiz. Den in den Boomjahren Geborenen war lange genug vermittelt worden, dass alles Gute seinen Preis hat: die Milch, das Eigenheim – und auch die Literatur.

Umso grösser war die Verblüffung, als das Gratisbuch («Dieses Buch ist gratis. Texte zeitgenössischer Schweizer Schriftsteller») erschien. Fast drei Jahre lang hatten die Herausgeber Theo Ruff und Peter K. Wehrli die Anthologie vorbereitet, ehe sie 1971 in einer Auflage von 40'000 Exemplaren vorlag – und gratis verteilt wurde: in den Städten und Dörfern, auf Strassen und Plätzen, in Kneipen und Zügen. Das Echo auf die höchst ungewöhnliche Buchpublikation und die Verteilaktionen war riesig. Neben den Schweizer Medien berichteten auch diverse Zeitungen im Ausland darüber.

Replik aufs Zivilverteidigungsbuch

Begonnen hatte die «Aktion Gratisbuch» 1968 mit einer Idee des jungen Studenten Theo Ruff: Er wollte die Literatur über das gebildete Milieu hinaus breiteren sozialen Schichten zugänglich machen – und sie damit demokratisieren. Mit Plakaten bat er um die Einsendung von Texten und Lyrik «junger Schweizer Schreiber» für ein «Gratis-Spezial-Buch». Der Kulturredaktor und Schriftsteller Peter K. Wehrli war von der Annonce so begeistert, dass er sich alsbald bei Ruff meldete. Gemeinsam trieben sie das Gratisbuch voran, das den Warencharakter des Buches unterlaufen sollte.

Auf die meisten der über 300 eingegangenen Texte notierten



Ein Who's who der Schweizer Literatur: Das Gratisbuch sei von einem anonymen Gönner ermöglicht worden, liessen die Herausgeber 1971 verlauten. Mittlerweile ist klar, wer es war. Foto: Simon Schmid (Nationalbibliothek)

sie freilich «WSL» – Welt-schmerzlyrik. Weil damit kein Buch zu machen war, schrieben Ruff und Wehrli zusätzlich von ihnen favorisierte Autorinnen und Autoren an. Und siehe da, von den 50 Angeschriebenen sagten 49 zu. Die Liste der Beitragenden liest sich wie das Who's who der damals progressiven Schweizer Literaturszene: Peter Bichsel, Erika Burkart, Max Frisch, Adolf

Muschg, Paul Nizon... Nur Friedrich Dürrenmatt liess bis zum Redaktionsschluss nichts von sich hören. So empfahlen die Herausgeber den Lesenden, die leer gebliebenen Dürrenmatt-Seiten als Notizpapier zu verwenden.

Im Vorwort steht auch, wer das Gratisbuch bezahlt hat: ein grosszügiger, junger Geldgeber, der ungenannt bleiben wolle. Er habe mit seinem Erbe lieber ein

Buch für alle finanziert als «seiner Freundin einen Alfa Romeo Super Giulia». Dass es sich beim Mäzen um Theo Ruff selbst handelte, verschwieg dieser ebenso grosszügig.

Viele Zeitgenossen sahen im Gratisbuch eine Replik auf das reaktionäre Zivilverteidigungsbuch, das 1969 vom Justiz- und Polizeidepartement – ebenfalls gratis – in sämtliche Schweizer

Auf die meisten der über 300 eingegangenen Texte notierten die Herausgeber «WSL» – Welt-schmerzlyrik. Damit war kein Buch zu machen.

Haushalte verschickt worden war. Der rosarote Umschlag und die ikonische Armbrust auf dem Cover dürften diese Auffassung ebenso verstärkt haben wie die Texte, mit denen die in der Anthologie versammelten Autorinnen und Autoren Zeugnis ablegten von ihrer Schweiz: einer selbstkritischen, weltoffenen, vielstimmigen Schweiz.

Er verschwand hinter der Sache

Eines der vielen Fundstücke in der «Sammlung Gratisbuch» ist der Fragebogen, der dem schmalen Band beigelegt war. Auf diesem konnten die Lesenden etwa angeben, welche Beiträge sie besonders beeindruckten und was sie von moderner Literatur erwarteten. Als Theo Ruff mit seiner Erbschaft das Gratisbuch ermöglichte, verschwand er im Interesse des Buches hinter der Sache. Dank der Schenkung der «Sammlung Gratisbuch» ans Schweizerische Literaturarchiv ist er wieder aufgetaucht. Nun ist es die Sache der Öffentlichkeit, die Fragebogen für eine literatursoziologische Analyse der frühen 70er-Jahre auszuwerten.

Das Schweizerische Literaturarchiv präsentiert monatlich Trouvaillen aus den Beständen.

Die umstrittenste Transfrau der USA

Dylan Mulvaney Die Influencerin macht Werbung für Budweiser-Bier. Das konservative Amerika ist entsetzt.

Es ist eine Art perfekter Sturm, der sich über Dylan Mulvaney zusammenbraut. Das mag mit ihrer exaltierten Person zu tun haben, die manchmal wie die Karikatur einer Frau wirkt. Oder mit der Borniertheit konservativer Amerikaner, die es nicht ertragen können, wenn ihre Weltsicht herausgefordert wird. Auf jeden Fall hat der schwelende Kulturkampf in den USA in ihrer Person den perfekten Blitzableiter gefunden.

Denn Mulvaney ist trans und lässt die ganze Welt daran teilhaben. Bis vor einem Jahr war die 26-Jährige aus San Diego ein relativ unbekannter Schauspieler, der 2021 wegen Corona seinen Job verlor. «Wer bin ich, ohne männliche Rollen zu spielen?», habe er sich gefragt und begann sich mit seiner Identität auseinanderzusetzen. 2022 begann Mulvaney mit einer Geschlechtsumwandlung und dokumentiert dies mit täglichen Beiträgen auf Tiktok. Schnell sammelte sie über 10 Millionen Follower und ergatterte lukrative Werbeverträge. Letzten Oktober wurde sie dann von Joe Biden ins Weisse

Haus eingeladen und durfte ihn interviewen.

Die Kritik liess jedoch nicht lange auf sich warten. Insbesondere die sehr expliziten Erzählungen über ihr Sexualeben gaben zu reden, ob das tatsächlich der richtige Inhalt für ihre jugendlichen Follower sei. Manche Auftritte weckten auch Befürchtungen, es könnte um ihre psychische Gesundheit nicht allzu gut bestellt sein.

Beule in der Hose normalisieren

Insbesondere Caitlyn Jenner, die als Bruce Jenner ein nationaler Zehnkampf-Held war, bevor sie zur Frau wurde, kritisierte Mulvaney. Als diese in einem Tik Tok Video forderte, man müsse Frauen mit einer Beule in der Hose normalisieren, schrieb Jenner auf Twitter: «Lasst uns nichts von dem normalisieren, was diese Person tut. Das ist absurd!» Und: «Es gibt einen Unterschied zwischen Akzeptanz und Toleranz und es normal zu finden, wenn Leute ihre Genitalien öffentlich zeigen und ausstellen.»

Im März dieses Jahres nun gab Mulvaney bekannt, für Nike Women werben zu dürfen. In einem Clip sieht man die Transfrau in Leggings und BH in einem Garten herumhüpfen. Wenige Tage später lancierte die Biermarke Bud Light eine Kampagne auf Social Media, in der Mulvaney als Audrey Hepburn verkleidet ihr eigenes Bud-Light-Bier bekommt.

Beide Werbeaufträge sorgten für Shitstorms. Sportlerinnen und Frauenrechtsaktivistinnen argumentieren, die Entscheidung für die Trans-Influencerin sei ein weiteres Beispiel dafür, wie biologische Männer Frauen ihren Platz streitig machten. Zudem führe sie die ganze Idee ad absurdum, da sie ja gar keine Brüste habe und deshalb auch keine Sport-BHs tragen müsse.

Noch grösser war der Aufschrei im konservativen Amerika zur Bud-Light-Kampagne, eine der beliebtesten Biermarken der USA. Der Musiker Kid Rock veröffentlichte ein Video, in dem er auf Bud-Light-Büchsen ballet, über den Konzern flucht und



Dylan Mulvaney Foto: Getty Images

beide Mittelfinger in die Kamera hält. «Lasst mich so klar sein wie möglich: F*** Bud Light», sagte er dazu in die Kamera. Andere Männer fuhren mit Dampfrollen über Bud-Light-Büchsen, um ihren Unmut kundzutun. Und auch Caitlyn Jenner setzte erneut zur Kritik an.

Nicht mit den Chefs abgesprochen

Dabei scheint es nur zwei Positionen zu geben: Entweder man feiert Mulvaney für alles, was sie symbolisiert. Oder man findet es das Allerletzte und outet sich damit als Rechts-Troll – so die bis nach Europa verbreitete Perspektive. Interessanter wäre jedoch die Frage, wie milliarden-

schwere Grosskonzerne das LGBTQ-Thema kommerzialisieren. Ob sie Mulvaney damit auch ausnutzen. Oder warum gerade Mulvaney solche starken Emotionen weckt und Kritik hervorruft, sogar bei anderen Transfrauen. Allein: Im gegenwärtigen Klima scheint eine solche Debatte nicht möglich zu sein.

Mittlerweile hat sich herausgestellt, dass bei Anheuser-Busch, dem Mutterkonzern von Bud Light, niemand aus der Chefetage vorgängig über Mulvaney's Engagement informiert worden sein will, das schrieb der «Dailywire». Es sei auf einer tieferen Ebene entschieden worden und man werde künftig besser evaluieren, wer als Markenpartner geeignet sei.

Der Aktienkurs des Bierproduzenten hat unter der Kontroverse gelitten: Er sackte in den vergangenen Tagen um vier Prozent ab. Da dürften sich bei den Marketingverantwortlichen von Bud Light noch ein paar Fragen stellen.

Michèle Binswanger