

Der Weihnachtsmann hat sich gegen den heiligen Nikolaus scheinbar durchgesetzt

# Das Ende einer Legende

## Schokoladen-Nikolausfiguren sind in den Geschäften nicht mehr gefragt

**Straubing-Bogen.** (ta) Vor einem Jahr waren die Zeitungsspalten voll von Sankt Martinsfeiern und Martinsumzügen in den Kindergärten. Auch in Konzell sangen die Kinder in der Kirche „Sankt Martin war a guada Mo, er heijft wou er nur ko!“ und erzählten in einer Bildergeschichte vom Leben und Wirken des Heiligen. Weil der Heilige nicht im direkten Konkurrenzkampf mit der Werbeindustrie steht, ist er geradezu ein Glücksfall für die Vorschulpädagogik zur Wertevermittlung wie soziales Verhalten und Teilen im menschlichen Miteinander.

Gerade einmal 14 Tage später wollte Pfarrer Walter Strasser, der Jugendseelsorger des Landkreises Straubing-Bogen, seine Ministrantenschar in Konzell und Rattenberg zum Nikolaustag mit Schokoladenfiguren ihres speziellen Schutzheiligen beschenken und scheiterte am knallharten marktwirtschaftlichen Gesetz von Angebot und Nachfrage: Nachdem er in keinem einzigen Geschäft einen Nikolaus mit Mitra, Bischofsstab und Buch auftreiben konnte, seine Ministranten dann aber doch nicht um den Schokoladengenuss inklusive Endorphinausschüttung bringen wollte, musste er wohl oder übel auf die pausbäckige amerikanische Version mit Gartenzwerghaube und Strampelanzug in den roten Coca-Cola-Hausfarben zurückgreifen.

### Nikolaus Rang abgelaufen

Wer ist daran schuld, dass 74 Jahre nach der erfolgreichen Plakataktion des Coca-Cola-Konzerns die Werbefigur des schwedischen Zeichners Haddon Sundblom, die den Konsumenten lediglich eine erfrischende Cola-Pause wünschte, dem legendären Bischof von Myra den Rang ablaufen konnte? Zur Aufhellung des Sachverhalts konnte der Förderverein Bairische Sprache und Dialekte in Niederbayern/Oberpfalz, der sprachliche Identität

untrennbar verbunden sieht mit kultureller Identität, sein prominentes Mitglied, den Landtagsabgeordneten Josef Zellmeier, für das Thema sensibilisieren.

### Verändertes Kaufverhalten

Das Antwortschreiben, das er vor wenigen Tagen vom Lebensmittelkonzern Kraft Foods aus Bremen erhielt, war mehr als ernüchternd. Nach Abschluss der Weihnachtssaison 2003, in der in 1700 süddeutschen Geschäften wieder versuchsweise Nikolaus- und Krampusfiguren neben den Weihnachtsmännern angeboten wurden, waren die verkauften Stückzahlen im Vergleich zum „Milka-Weihnachtsmann“ verschwindend gering. Nicht wie vermutet der „Heilige Sankt Ruach“ (O-Ton Biermösl-Blosn), sondern das die eigene Kultur geringschätzende Käuferverhalten ist also mit dem Heiligen von Myra Schlitten gefahren. „Gerade wir Bayern sind nicht selten mangels eines ausgeprägten kulturellen Selbstbewusstseins anfällig, alles aus anderen Kulturen kritiklos zu übernehmen und die eigene Kultur als minderwertig anzusehen“, sagt Professor Dr. Reinhard Haller, Volkskundler an der Universität Passau. Er sieht die verflachende Nikolauskultur als logische Fortsetzung von Missverständnissen und Fehlinterpretationen im Fremdenverkehrswesen.

Selbst an der ehrwürdigen Wirkungsstätte des heiligen Nikolaus hat unbemerkt eine kleine Kulturrevolution stattgefunden, wie Pfarrer Alex Kutzer, Ruhestandsgeistlicher in Rattenberg, zu berichten weiß. Als er heuer während seiner Türkeireise auch Myra, das heutige Demre, besichtigte, musste er feststellen, dass die riesige Bronze-Statue des Stadtheiligen an einen einsamen Platz versetzt und durch eine Weihnachtsmann-Statue ersetzt wurde.

„Willkommen im Club der „Coca-



Tja, so weit ist es (fast) schon gekommen ...

colisierten“, merkt Sepp Obermeier, ostbayerischer Vorsitzender des Fördervereins Bairische Sprache, ironisch an. Sein Verein wollte ein kleines Zeichen setzen und so fuhr er mit seinem Vorstandskollegen Erich Sterr ins österreichische Schärding quasi in Sachen Nikolaoustourismus. Die beiden Konzeleler staunten nicht schlecht, als sie ausschließlich Nikolausfiguren mit Mitra und Stab in den Regalen vorfanden, sowohl aus der Produktion des Marktführers Milka, der in Österreich über eine eigene Fertigungsstätte verfügt, als auch aus der des Wiener Konkurrenten.

### Preiszuckerl

Auf dessen Billigangebot wiesen die sprachbewussten Nachbarn jedoch nicht mit dem scheinbar unvermeidlichen norddeutschen „Schnäppchen“ hin, sondern mit der sympathischen Wortschöpfung „Preiszuckerl“. Da wurden die beiden Niederbayern auch sprachlich zum Schokoladenkauf animiert.

Wobei die Waldler dem amerikanischen Santa-Claus-Ruf „Hou-Hou-Hou“ auch noch etwas Gutes abgewinnen können, da die englischen „ou“-Laute die identischen,

nicht selten bespöttelten bayerwälderischen Laute aufwerten. Die traditionellen Süßwaren, unter die sich auch etliche Krampus-Figuren gemischt haben, wird der Sprachverein dem Verkaufsstand des Rattenberger Kindergartens auf dem dortigen Nikolausmarkt spenden. Pfarrer Strasser verzeichnete unterdessen einen logistischen Erfolg: Vom kirchlichen Sankt-Benno-Verlag aus Leipzig konnte er einzeln verpackte Nikolause mit wissenschaftlichen Angaben über Leben und Wirken des Heiligen ordern.

### Plastikfiguren beim Kamin?

Fingerspitzengefühl und Aufklärung über das gleichberechtigte Nebeneinander von gewachsenen Bräuchen dürften im heutigen Informationszeitalter eigentlich kein Problem darstellen. Brandgefährlich jedoch könnte es werden, wenn der beleuchtete PVC-Santa-Claus am holzbefeuerten Kamin hängt. „Die Plastikgestalten haben am Kamin nichts verloren“, protestiert Hans Ritt, Technischer Innungswart der Kaminkehrerinnung von Niederbayern. Bei ungünstigen Windverhältnissen können nämlich die heißen Abgase nach unten gedrückt werden und das PVC zum Schmelzen bringen oder Funkenflug verursachen.

Sollte die Kaminkehrerinnung jedoch soweit gehen und einen Aufkleber mit einem durchgestrichenen Weihnachtsmann im Verbotsschild entwerfen, dann könnte es ihr so ergehen wie dem Innsbrucker Verein „Pro Christkind“. Vor zwei Jahren musste der Verein seinen Aufkleber aus dem Internetauftritt entfernen, nachdem die amerikanischen Nachrichtensender CNN und NBC mit rechtlichen Schritten wegen Verunglimpfung der amerikanischen Kultur gedroht hatten. „Ja mei, oiss is a Kultur“, mussten die tapferen Österreicher eingestehen und klein beigeben.