

Und die tapferen Kulturmenschen liebten ihn

Publikum feiert Kabarettist Philipp Weber und sein Programm „Weber N° 5: Ich liebe ihn“ im Schüttekeller

Bühl (kkö). Knapp drei Stunden lang hielt er die „kleinen tapferen Kulturmenschen“ im Schüttekeller in „Bühl! Bühl! Bühl!“ in Atem: Kabarettist Philipp Weber. Oder vielmehr: Er entzog ihnen den Atem, indem er sie ununterbrochen lachen ließ. Ein Marionettenspieler, der die Puppen tanzen lässt - bis er am Ende, belohnt mit Jubel, sogar das Klatschen dirigiert. Ist er also selbst ein Mensch, der „manipuliert“ - um sein Kernthema aufzugreifen? Mitnichten. Dafür wirkt er zu transparent: Einem hyperaktiven Teenager gleich, saust er über die Bühne, kipzelt auf seinem Stuhl, gluckst heiser, rappt, hüpfert, giftet schrill und lächelt sodann unschuldig. Versehen mit freundlichem bis aggressivem „gell?“ oder „hä?“ steigert er sich in die Betrachtung von realen bis wahnsinnigen gesellschaftlichen und politischen Zuständen, wobei real und wahnsinnig ja längst eine Symbiose eingingen, wie aus diesen Betrachtungen klar hervorgeht. Kennt man den Mann nicht längst? Aber nein, er kommt ja aus dem Odenwald, wo es viel Gegend gibt und sonst nichts.

Wenn er scheinbar an der Oberfläche (aber tatsächlich immer wieder in Untiefen abtauchend) plaudert und dabei „Pass mal auf“ oder „Echt wahr jetzt“ sagt, wobei er gern Blickkontakt mit Zuschauern sucht, möchte man den „Slogan“, mit dem er sein Programm „Weber N°5“ tituliert, jedenfalls gern unterschreiben: „Ich liebe ihn“, heißt der. Und stammt, so behauptet Weber, von seinem früheren Schulkameraden „Mad“ - diese Schreibweise liegt nahe -, den er als markenbesessenen Emporkömmling persifliert, gewissenlos und affektiert, mit einer Werbeagentur, über die er beliebig Waffen, Kirchentage oder eben jetzt den Weber auf den Markt bringt. Womit wir,

endlich, zurück beim Thema wären, lalala. Marketing und Manipulation. Nicht etwa Werbung, oh nein, die sei nur ein Bruchteil dessen, was Marketing heute mit uns und unseren Kindern mache, sagt Weber: In der Werbung sei die Lüge zumindest für Erwachsene offensichtlich, insofern sei sie einfach „Beschiss“. Die Dämlichkeit des Slogans „Gillette - für das Beste im Mann“ liege ja auf der Hand. „Wenn das Beste im Mann der Bart ist, wird die Latte nicht gerade hoch gelegt“, bemerkt er da süffisant. Man frage sich auch, „wo die Amerikaner den Bart tragen - im Enddarm?“ Manipulation hingegen löse unterbewusste psychische Zwänge aus, und zwar über Emotionen. „Eine Marke wird mit einem Gefühl verbunden.“ Gefühle wiederum seien die Reaktion des Gehirns auf ein Bedürfnis (er skizziert die Maslowsche Bedürfnispyramide). Die Konsumindustrie sei dafür nur ein Beispiel, Manipulation lasse sich natürlich auch auf die Politik übertragen, Stichwort „Renaissance der Nationalismen“. Auch die AfD arbeite über die Macht der Emotion, etwa über das irrationale Gefühl, im menschenleeren Meck-Pomm durch einige wenige Flüchtlinge „überfremdet“, sprich in den eigenen Bedürfnissen bedroht zu sein. Sollte diese Partei ihr neoliberales Wahlprogramm aber je durchsetzen, sagt er mit drohendem Blick ins Publikum, „dann habt ihr gar nichts mehr, was euch der Flüchtling noch wegnehmen könnte“. Und ruft: „Misstraut Menschen, die euch zum Fühlen bringen wollen! Die wollen nur euren Verstand umgehen.“ Darüber hinaus gäbe es etliche Sätze zu zitieren, die auch mal minder intellektuell, immer aber umwerfend komisch daherkommen und oft Lachtränen in die Augen treiben. Aus Platzgründen nur noch ein Wort an den Kabarettisten selbst, der zur „Verklärung der Vergangenheit“ sagt: „In 20 Jahren werden Sie diesen Abend genossen haben.“ Nein, Philipp Weber: Sie haben gar keine Verklärung nötig. Das Publikum liebt Sie schon in der Gegenwart.