

Dem Hintern sei Dank

Kim Kardashians Allerwertester spuckt Gold wie einst Grimms Goldesel. Kardashians Kehrseite bricht alle Internetrekorde. In der multikulturellen Warengesellschaft kommt das Sehen vor dem Reden und ganz sicher vor dem Denken. Von Regula Stämpfli

Gemeinhin gilt der «Arsch der Welt» nicht gerade als der Platz, an den es einen zieht. Besitzt man hingegen *den* Arsch der Welt, besuchen ihn Millionen (na ja, wenigstens virtuell). Die Dame erzielt mehr Klicks als der Islamische Staat, Angela Merkel und Udo Jürgens zusammen (allein über 96 Millionen auf einer einzigen Webseite). Grund genug, dem kulturphilosophischen Potenzial von Kardashians Kehrseite nachzuforschen. Im Jargon von Immanuel Kant meinen wir nämlich, dass der Podex im digitalen Fokus mehr über uns und unsere Anschauung erzählt als über das Ding an und für sich.

Blicken wir zurück: Schon vor 200 Jahren begeisterte ein üppiges Hinterteil die Salons von London und Paris. Damals war es die «Venus aus dem Hottentottenland», Sarah Baartman. Ihre als «abnorm» apostrophierte Anatomie sorgte für einen öffentlichen Wirbel, den 96 Millionen Klicks von heute durchaus nicht unähnlich. Der grosse Publikumserfolg damals wie heute gründet in der expliziten Darstellung weiblicher Geschlechtsmerkmale. Damals war er eindeutig rassistisch, heute eher versteckt. Doch damals wie heute ist unklar, inwieweit hier an dieser Front die «entwürdigten» Frauen (zeitgenössischer O-Ton zu Sarah Baartman) mitunter die eifrigsten Mittäterinnen sind.

Leitmedien war gestern

Kim Kardashian jedenfalls gehen solche Interpretationen sprichwörtlich völlig am Arsch vorbei. Ihrem Hintern sei Dank, klingelt ihre schon üppige Kasse. Und ganz ehrlich? Wäre ich wieder sechzehn Jahre alt und allein Geld meine Motivation, ich entschiede auch bewusst, ob ich jetzt in meine Körbchengrösse und meinen Hintern oder in mein Hirn investieren soll.

Kardashians Selbstentblödung, Pardon, -entblössung ist freiwillig und bringt wesentlich mehr ein als eine politologische Expertise. Der postindustrielle Kapitalismus bietet Frauen mittlerweile einen sehr lukrativen



«Körperoptimierungsideologie»: Kim Kardashian.

Markt: denjenigen für Körperteile. Bei den Apple- und Facebook-Managerinnen inklusive diverser «feministischer» Professorinnen oder Ethikerinnen sind es die Gebärmütter, die Eier, bei Kardashian nun halt der Hintern.

Wer Kim Kardashian deshalb verurteilt – obwohl Kim Kardashians schlichtes Gemüt durchaus das Potenzial hat, jeden denkenden Menschen in kulturpessimistische Depressionen zu stürzen –, liegt ziemlich daneben. Schliesslich berichten nicht nur Boulevardmedien, sondern auch die *Süddeutsche Zeitung* und die *NZZ* genüsslich über ihren Hintern. Leitmedien war gestern, heute heisst es: möglichst unter der Gürtellinie.

Wie in den *freakshows* vergangener Zeiten, als Zwerge und Mutanten allein schon durch ihre Existenz dem Publikum dessen schein-

bare «Normalität» bescheinigten, soll nun Kardashians Hinterteil gleichzeitig «Norm» als auch «Abnorm» inszenieren.

Die mediale Schlacke von schiefgegangenen Botoxbehandlungen, abartig aufgespritzten Lippen, lächerlich grossen Silikonbrüsten oder eben beeindruckenden Hinterteilen verweist alle Frauen dorthin, wo die multikulturelle Warengesellschaft sie gern positioniert: Im Zentrum steht das Sehen, nicht das Reden und mit Bestimmtheit nicht das Denken.

Die Klickruhm-Gesellschaft lebt von Paradoxen. Wer heutzutage wirklich Kohle verdienen will, kann dies nicht nur mit einer superglatten Oberfläche, sondern erreicht dies spektakulär mit ans Monströse grenzender Inszenierung. War es vor sieben Jahren noch der Blick auf die glattrasierte Vulva, steht nun der geölte Hintern im Zentrum. Mit Arthur Schopenhauers «Auch das Zufälligste ist nur ein auf entferntem Wege herangekommenes Notwendiges» meine ich: «Zeigen Sie mir den Arsch, und ich erkläre Ihnen die Welt.»

Wahrheiten auf der Toilette

Der slowenische Philosoph Slavoj Žižek musste sich vor Jahren noch mit Toiletten begnügen. Er verglich er in gut phänomenologischer

Manier französische, angloamerikanische und deutsche Toiletten und kam zum präzisen Schluss: «Die Deutschen wollen die Scheisse, die sie produzieren, auch noch sehen.» Heute wird diese nicht nur gesehen, sondern ist durchaus gesellschaftsfähig.

So ist es sicher kein Zufall, dass Kardashians Arscherfolg mit dem zauberhaften Buch und Millionseller «Darm mit Charme» der Deutschen Autorin Giulia Enders korrespondiert. Die Körperoptimierungsideologie bringt nun also auch die Ausscheidungen ins Rampenlicht. Millionen von Menschen wollen alles über ein «unterschätztes Organ» wissen, da darf ja auch die Hülle in voller Grösse nicht unbeachtet bleiben. Und da jede Bewegung eine visuelle Ikone braucht, ist Kardashians Po mehr als genug. ○