

Wagniskapital (1)

Von Helmut Höge

Die Deutsche Bank wirbt mit dem Spruch: »Investieren Sie in das, was wirklich zählt: die Welt.« Worin sonst? Die Kredite verkaufenden Banken haben oft eine unglückliche Eigenwerbung. Die Volksbank verspricht »Flügel für die Zukunft« und die Sparda-Bank »Wenn ich groß bin, will ich auch Ossi werden.« Umgekehrt nannte ein Köpenicker seinen Laden in Wilmersdorf »Deutsch-Rap-Späti«, was in dem biedereren Witwenbezirk ein gewagter Geschäftsname ist.

Ähnlich mutig war in der Nähe ein Friseur, der sein Geschäft »Black Baboon Cut« (Schwarzer-Pavian-Haarschnitt) nannte. Ich will ihm nicht zu nahe treten, aber für seine Männerfrisuren hat er durchaus den dazu passenden Namen gewählt und gleichzeitig für Englischkundige einen guten Witz gemacht.

Wiglaf Droste hat vor einigen Jahren eine *jW*-Kolumne mit den irrsten Namen von Friseurläden gefüllt. In Berlin haben besonders viele Türken einen eröffnet. Sie sind nach 1989 arbeitslos geworden, und Dönerläden gab es bald genug. Der Betriebsratsvorsitzende von Osram erzählte mir, dass vor der »Wende« von zehn offenen Stellen neun mit türkischen Arbeitern besetzt wurden. Danach wurden von zehn offenen Stellen neun mit Ostdeutschen besetzt. Von einem deutschen Friseur erfuhr ich, dass die türkischen Haarschneider ihre Läden nicht Friseur nennen dürfen, weil das ein Lehrberuf ist, der einen Meisterbrief benötigt. Sie nennen sie Coiffeur oder Barbershop.

Im Wedding hat ein arabischer Geschäftsmann seinen Tabak- und Getränkeladen mit drei Spielautomaten »Habibi« genannt. Habibi heißt im Arabischen und Persischen »Freund«. Neuerdings werben mit dem Wort auch unverschleierte junge iranische Soldatinnen in den sozialen Medien um muslimische Mitkämpfer: »Habibi, komm in den Iran«, sagen sie und lächeln verführerisch.

Im Weddinger »Habibi« steht oft der Neffe des Besitzers hinterm Tresen. Einmal kam eine Kontrolleurin vom Ordnungsamt in den Laden. Wer Spielautomaten aufstellt, muss auch Alkoholika verkaufen. Unverständlich, aber wahr. Die Kontrolleurin warf einen Blick auf das Regal mit den Flaschen. Der junge Verkäufer nahm daraufhin eine, öffnete sie, zeigte auf die anderen Flaschen und sagte verschmitzt: »Riechen Sie, da ist überall Tee drin.« Das hätte er besser nicht verraten.

Beim Görlitzer Bahnhof gibt es ein türkisches Restaurant, in das wir gerne gehen, nicht zuletzt wegen seines Namens: »Selbstgrill«. Der Besitzer hatte einen deutschkundigen Freund gefragt, wie er »Kendi kendine ızgara« oder etwas in der Art auf Deutsch übersetzen würde, und der hatte ihm zu »Selbstgrill« geraten.

Die Supermarktkette Kaufland gehört wie der Discounter Lidl zur Schwarz-Gruppe, sie besitzt 14.200 Filialen in 32 Ländern. Als sich die »Kaufland«-Kette

1991 mit ihrem Kapital auch nach Ostdeutschland wagte, fanden viele dort den Namen besonders pervers, »typisch westdeutsch«, denn tatsächlich wurde ja nahezu die gesamte DDR von der Bundesregierung verkauft, en gros und en détail. Neulich entdeckte ich an einer Bushaltestelle ein »Kaufland«-Werbeplakat mit dem Spruch: »Heimat ist, wo's günstig ist.« Wenn man im Kaufland Schulden machen würde, könnte man mit Heiner Müller auch sagen: »Heimat ist da, wo die Rechnungen ankommen.«

Ein anspruchsvoller Tätowierer nennt seinen Laden »Hautbildmacherei«. In der U-Bahn werben gelegentlich Tattooentferner. An Yogaläden herrscht kein Mangel in der Stadt, in der Berliner Friedrichstraße gibt es einen großen Laden über anderthalb Stockwerke, in dem Luftyoga angeboten wird - mit dem Werbespruch »In die Luft gehen«. Gleich um die Ecke werden in einem Laden »Atemkurse« (für einzelne und Gruppen) angeboten. Seit ich einen Atemtherapeuten gesprochen habe, weiß ich, wie viele Probleme man beim Luftholen bekommen kann und dass Körper und Leib nicht dasselbe sind.

In der Berliner Akazienstraße eröffnen immer wieder so seltsame Läden, dass man sich fragt, wie die ihre Miete oder Pacht zusammenkriegten. Einer heißt »Zeit für Brot«, ein anderer »Life Among People«, abgekürzt »LAP«. Dort wird »schnell und perfekt« mit Kaffee Geld gemacht.

In Pankow gibt es eine französische Targo-Bank. Eines ihrer Plakate zeigt eine junge Blondine, die mit ihrem Handy winkt und sagt: »Joe Broker - genau mein Trading.« Was will sie uns damit sagen? Und was meint das Münchner Startup »Scalable Capital«, das mit dem Straßenspruch wirbt: »Für die Frau von Geld. Investiere jetzt in Aktien, ETF & Co.« Vor allem Blackrock hat in diese Plattform investiert, die laut Wikipedia 30 Milliarden Euro verwaltet.

<https://www.jungewelt.de/artikel/523118.wagniskapital-1.html>