



ANTI-WEIHNACHT

Kampf dem Lampenfieber

Nieder mit Santa Claus,
dafür ein Hoch aufs
Kleeschen - so lautet
die Kampfparole
eines Aktionskomitees,
das zur Festzeit sein
Unwesen treibt. Diesmal
soll nicht nur Santa
dran glauben ...

Der Sommer ist kaum vorbei, da marschieren sie auf: Heerscharen von Nikoläusen und Weihnachtsmännern aus Schokolade. Mit oder ohne lila Schleifchen sind sie das süße, rot-weiße Symbol für die Weihnachtszeit. Zumindest für Kaufleute kann die Adventszeit anscheinend gar nicht früh genug kommen. Mit dem Einzug des Schoko-Onkels und seiner geklonten Brüder in die Regale ändert sich auch die Musik in den Geschäften. "Stille Nacht, heilige Nacht" und "Oh, du Fröhliche" quäkt es aus den Lautsprechern. Weihnachtsstimmung ist Pflicht, überall im Land. Lichterketten werden hervorgekramt und ins Fenster gehängt. Wer noch keine hat, kauft sich eben eine - und den Weihnachtsmann gleich dazu. Den rot-weißen Fassadenkletterer gibt's im Cactus für eine Hand voll Euro, und er ist gefragt wie nie.

Doch aufgepasst. Ein Aktionskomitee hat dem Hauschmuck den "himmlesche Krich" erklärt. "Kee Kloos laanscht d'Strooss" lautet das Motto der konspirativ agierenden Gruppe, die sich nach eigenen Angaben aus Männern

und Frauen im Alter zwischen 20 und 40 Jahren zusammensetzt. "D'Revaloriséierung vum Kleeschen" ist ihr erklärtes Ziel.

Dass dies keine leere Drohung ist, hat das Komitee bereits bewiesen: In einer Nacht- und Nebelaktion wurden im vergangenen Jahr mehrere Dutzend Weihnachtsmänner von diversen Hauswänden geklaut - "befreit" sagen die AktionistInnen. Tatwerkzeug war offenbar ein Obstpflücker mit ausfahrbarem Teleskopstange. Die EntführerInnen hinterließen am Tatort einen Brief mit dem ungefähren Wortlaut: "Hab' keinen Bock mehr hier rumzuhängen. Bin im Wald. Melde mich wieder." Eine Besitzerin, die ein solches Schreiben in ihrem Briefkasten vorfand, soll darüber derart erschrocken gewesen sein, dass sie sich tagelang nicht mit ihrem Hund zum Gassi-Gehen traute.

Mit der Beute entschwanden die Täter in den Hesperinger Wald, wo die Opfer kunstvoll an Zweigen aufgeknapft wurden. Dank eines Hinweises aus der Bevölkerung wurden sie bald darauf von der Polizei befreit. Als ihre BesitzerInnen

die Vermissten später in die Arme schließen konnten, soll es laut Polizei zu dramatischen Wiedersehenszenen gekommen sein. Eine Plakette am Unglücksort erinnert an das schaurige Ereignis: "Place St-Nicolas" steht darauf. Von den Entführern aber fehlt bis heute jede Spur.

Kleeschens RächerInnen

"Wir haben nichts gegen den Weihnachtsmann", sagt ein Komitee-Mitglied, das die woxx vor kurzem unter strengster Geheimhaltung treffen konnte, "so lange es der echte ist". Die rot-weißen Fassadenmänner gehörten aber nicht dazu. "Die werden in China hergestellt und sind eine Erfindung des Coca-Cola-Konzerns", empört sich der anonyme Kämpfer bei einem Glas Cola. Demnach hätten sie hier zu Lande nichts verloren.

Das sehen tausende Erwachsene und Kinder in Luxemburg offenbar anders. Waren Weihnachtsmänner und Lichterketten in diesen Breitengraden vor zwei, drei Jahren eher selten anzutreffen, hat sich das

Bild schlagartig gewandelt: Mittlerweile gibt es zwischen Esch und Wiltz kaum ein Haus, das ohne den Fassadenschmuck auskommt. Supermärkte melden diesbezüglich Rekord-Verkaufszahlen.

Angesichts der übergroßen Beliebtheit, der sich Santa bei Groß und Klein erfreut - haben die Kidnapper denn gar keine Skrupel, ihn zu entführen? Die Miene des Unbekannten verfinstert sich schlagartig. "Jede Revolution fordert ihre Opfer", knurrt er missmutig.

Nach längerem Schweigen meldet sich ein anderes Mitglied zu Wort. "Kleeschen", die luxemburgische Variante des Sankt Nikolaus, und sein "Houseker" seien lange vor dem "Kloos" Weihnachtstradition gewesen. Die beiden gehörten zusammen, "wie Schatten und Licht". Lange Zeit sei diese Dualität der eigentliche Grund für die Feier am Jahresende gewesen. "Das war, bevor die Christen ihren ganzen Kitsch darauf gekippt und das Dunkle abgeschafft haben", ereifert sich eine Kämpferin, die sich zur alternativen Kunstszene zählt und für ein Recht auf Dunkelheit streitet. Dass ihr Anliegen alles andere als alternativ daher kommt, beunruhigt sie nicht weiter. "Jede Reaktion ist reaktionär", sagt die Contra-Rebellin nebulös. Angesichts der "aktuellen Verwirrung" durch US-amerikanische Weihnachtsmänner aus China mit "unklarem Aufenthaltsstatus" sei es allemal besser, das Kleeschen wieder zu beleben. Wen wundert angesichts dieser Antworten noch, dass die Idee für die Rettet-die-Weihnachtstradition bei einem Joint entstanden ist?

Weil der kitschige "Wahnsinn och dest Joer weidergeet" und die Hauptforderung - die Wiedereinführung vom Kleeschen und Houseker - von Polizei, Regierung und Bevölke-

rung bislang ignoriert wurde, will das Aktionskomitee auch dieses Jahr weiterkämpfen. Das jedenfalls steht in einem Aufruf, den sämtliche luxemburgische Medien dieser Tage zugeschickt bekamen.

Letzte Warnung

Die verschärfte Neuauflage der Entführungen von 2003 richtet sich dieses Mal nicht nur gegen Santa Claus himself, sondern auch gegen "de Liichtkrom", "de Plastikschrott a Firlfanz", kurzum: gegen das ganze "kënschtleche Geliits an anerem Chrëschtkrätz". Die Ausbildung der Eliteeinsatztruppe sei abgeschlossen und die motivierte Guerillamiliz höchst einsatzbereit, warnt das Aktionskomitee. Erste Bekennerschreiben zirkulieren bereits. "Iech schëngt et jo gutt ze goen, Suen an Energie zur Fënster erausgehen, déi hu mer gär", steht darin und: "Wann der bis de 24ten Dezember um 17.00 äre Kitsch net ofmontéiert hutt, iwwerhëllt eis Sonderkommando-Elitetrupp dat fir iech." Offenbar ist es den Entführern ernst.

Wie ernst, wollte die woxx von den Verantwortlichen wissen. "Wir wollen, dass die Leute etwas zu lachen haben, aber auch etwas zum Nachdenken", antwortet eine Anti-Kloos-Kämpferin augenzwinkernd und verweist auf das Schreiben: Es erinnert an Kinderarbeit und Sklaverei in der Dritten Welt, an die Umweltbelastung und den steigenden Verbrauch von Atomstrom, die der Lichter-Wahnsinn mit sich bringt und mahnt zudem, etwas Sinnvolles mit dem Geld zu machen. Was das sein könnte, verrät das Schreiben nicht. Dafür steht links oben im Absender eine weitere Selbstdefinition: "Association avec drôle de but".

Ines Kurschat

Ein bisschen Weihnachtsgeschichte

(ik) - Auch wenn sich Coca-Cola damit brüstet - der Weihnachtsmann in Rot-Weiß war kein Werbegag der Limonadenfirma. Der heilige Nikolaus wurde bereits in vergangenen Jahrhunderten in Europa als kinderfreundlicher Geschenkebringer verehrt, allerdings als ernste Bischofsfigur in buntem Gewand und mit Rauschebart. LuxemburgerInnen kennen ihn als Kleeschen. Niederländische AuswandererInnen brachten den Sankt-Nikolaus-Brauch nach Amerika, wo ihn 1821 der Dichter Clement C. Moore in seinem Gedicht "A Visit from St. Nicholas" erstmalig als kleines fröhliches Dickerchen beschrieb. Erst in den 1920ern setzte sich die rot-weiße Robe des Weihnachtsmannes durch. Die New York Times schrieb 1927: "Ein standardisierter Weihnachtsmann erscheint den New Yorker Kindern. Größe, Gewicht, Statur sind ebenso vereinheitlicht wie das rote Gewand, die Mütze und der weiße Bart." Wenige Jahre später sollte der Cartoonist Haddon Sundblom für eine Werbekampagne von Coca-Cola dieses Bild aufgreifen und daraus den Weihnachtsmann zeichnen, wie wir ihn heute kennen. "Santa Claus" vereinigt also die Eigenschaften des gutmütigen Sankt Nikolaus und seines strafenden Knechtes in einer Person: Den braven Kindern bringt er Geschenke, den bösen die Rute.