

# Krücken

## Statussymbole

Die Rolex des Zuhälters, das aufgemotzte Auto des Posers, der Röhrknopf (wenn man diesen Knopf drückt, wird das Auto lauter) bei teuren Fahrzeugen, das akustische Design des Auspuffgeräusches, unter Anderem durch Lautsprecher am Auspuff, Lärm und Abgase bei Motorrädern (weit über denen von Pkws), das teure Smart-Phone, auffällige Tattoos, die Handtasche oder Sonnenbrille einer Nobelmarke, all das sind Krücken für das Selbstbewusstsein von Leuten, deren kleines „Ich“ gerne größer wäre.

Dass Mode und Verkehrssektor dabei eine große Rolle spielen, ist nicht verwunderlich, denn man will ja mit seinen Statussymbolen gehört, gesehen und bewundert werden. Es ist, wie früher bei den amerikanischen Soldaten, die oft in einem tollen Schlitten herum fahren, aber in der Kaserne, neben einer Musikanlage, kaum etwas auf ihrem Zimmer hatten.

Die Wirtschaft lebt ganz gut von ihnen, selbst wenn sie für manche Dinge horrenden Preise verlangt. Dabei könnten es die Menschen sehr viel billiger haben, wenn sie sich nicht mit Äußerlichkeiten abgaben, sondern versuchen würden reifer und damit erwachsener zu werden. Wer seine Arbeit gut macht, dürfte auch von Kollegen anerkannt werden. Wer seine Kinder gut erzieht, tut der Gesellschaft etwas Gutes. Wer das, was er macht, so gut macht, wie er oder sie es kann, der fühlt sich besser (und befolgt die alte Zen-Regel: „Tu, was Du tust!“).

Wer seine Kleidung pflegt, sieht gepflegt aus und wird ernster genommen, als jemand, der im Jogginganzug oder ausgeleierten, löchrigen, verwaschenen Klamotten auftritt. Man verrät durch die Kleidung auch, wie man zu sich selbst steht und wie man selbst gesehen werden will. Aber dazu muss man sich auch mit sich selbst beschäftigen, und zwar nicht nur äußerlich (Frisur, Schmuck), sondern innerlich, und da wird es häufig schwierig, wie schon Eugen Roth meinte:

Ein Mensch nimmt guten Glaubens an  
er hab das Äußerste getan.  
Doch leider Gotts vergisst er nun  
auch noch das Innerste zu tun.

