

Würde ohne Verstand

Besuch bei einem ehemaligen Mitarbeiter. Er ist schnell sehr alt geworden. Mir ist unwohl, obwohl ich mich freue, ihn zu sehen, den treuen Freund. Eine Gruppe demenzkranker alter Menschen sitzt um einen Tisch im Altenheim. Zwei der Herren sehen noch ganz proper aus. Sie lächeln wie Kavaliere alter Schule. Nicht alle haben dieses Glück; die Nerven tun es bei vielen nicht mehr. Eine ältere Dame summt leise Lieder ihrer Jugend. Eine andere schreit unmotiviert auf, eine Kaffeetasse fällt vom Tisch. Und die ukrainische Pflegekraft ist in der Gruppe nur am mittleren Alter zu erkennen – ansonsten aber kaum von den Dementen zu unterscheiden.

Wer solche Szenen noch nicht auf sich hat wirken lassen können, dem fehlt was. Vor allem fehlt ihm die Erkenntnis, wie er selbst seinen Lebensabend verbringen wird. Wenn ihn nicht der Krebs vorher zerfressen hat oder der Schlaganfall gerichtet. Man sollte um seiner selbst willen, wenn man in der Verwandtschaft solche Schicksale nicht erleben durfte, Schwerstdemente in den Pflegeeinrichtungen besuchen. Die Besuchten freuen sich heimlich. Es geht an dieser Stelle um die, die dort noch nicht sind: um uns.

Wer gesehen hat, wie das Leben enden kann, und immer öfter endet, hat die Chance zu einer höchst wichtigen Erkenntnis: Unser Jugendwahn ist genau das, ein Wahn. Wer sich vom Alter schocken lässt, solange er selbst noch in Saft und Kraft ist, lebt danach bewusster, glücklicher, ja fröhlicher. Dass wir den Blick verloren haben auf die Alten und Kranken, auf jene, die wieder ins Bett machen, hat unser Leben ausgehöhlt.

(BZ V16.08.07)

„Dass wir alle sterben, ist eine Binsenweisheit. Aber wie werden wir vorher alt?“



Professor Klaus Kocks

ist Unternehmensberater und war bis 2001 Volkswagenvorstand in Wolfsburg

Die Welt der Werbung, des Handels, der Medien, definiert Menschen zwischen 14 und 48. Das sind die Kaufkräftigen; diejenigen, die unser Bild vom Leben entscheiden. Mit 50 ist man ein alter Sack. Wenn sich daran etwas ändern sollte, dann in die andere Richtung. Als Zielgruppen werden gerade die 9- bis 13jährigen entdeckt. Hier sind heute die richtigen Zielgruppen für Kosmetik, Alkohol und Verhütungsmittel.

Frauen, die die Vierziger verlassen und in der Öffentlichkeit auftreten müssen, lassen sich liften. Nach drei Operationen sehen ihre vermeintlich jugendlichen Gesichter aus wie Karnevalsmasken. Männer schlucken die Wunderdrogen in Blau, die ihren Blutdruck örtlich anheben, bis die 15minütige Manneskraft sie umbringt. Auf den Laufstegen präsentieren Frauen in Knabengestalt Kleider, die für Zahnstocher geschnitten sind, aber nicht für die Rundlichkeiten eines jeden Oldies. Forever young.

Und die Moral von der Geschichte? Die Menschenwürde hängt nicht am Verstand. Auch in Ihrer Nähe, liebe Leser, gibt es ein Altenheim. Gehen Sie am Wochenende mal hin. Oder kümmern Sie sich, um etwas ganz Verwegenes vorzuschlagen, ausnahmsweise mal um Ihre eigenen Großeltern oder Eltern. Das wird ein Bildungserlebnis erster Klasse: Wir sind in Windeln ins Leben gekommen, wir werden in Windeln gehen.