

Tod, wo ist dein Stachel (in U. S. A.)?

Vor mir liegt erbauliche Lektüre: einige Hefte der Halbmonatsschrift „*The Casket and Sunny side*“, zu deutsch *Sarg- und Sonnenschein*. Sie vertritt die Interessen der Firmen, die sich mit Bestattung und mit Herstellung von „Einbalsamierungs-, Desinfektions- und Begräbnis-Utensilien“ befassen. Finanziert wird sie von der „Ver-einigung der Begräbnis--Arrangeure“. Abonniert wird sie von einer ziemlich großen Bevölkerungsschicht, denn sie kostet, großzügig ausgestattet, mit fast 100 Seiten Umfang, nur 5 Dollar jährlich. Zwei Drittel sind (zum Teil ganz-seitige) Inserate und ein Drittel Text.

Nun habe ich fünf Jahre im Land des God's Own People verbracht und bin allerlei gewöhnt; hier hat's mir aber doch noch einen nachträglichen Riß gegeben. Denn meine Erwartung wurde erschütternd übertroffen, und der kleine Unterschied tat sich mir mal wieder auf, der europäisches und USA.-Empfinden trennt. Die Haltung dem Tod gegenüber ist bei uns schlimmstenfalls rührend-hilflos; bei Franzosen und Italienern Pathos, das sie gern in Marmor verewigen; dort drüben aber eine Mischung von dickfelliger Salbaderei, spekulierender Naivität und rationalistischer Frömmel-ei, die sattem anwidert.

Eine stattliche Reihe von chemischen Fabriken machen sich Konkurrenz, um den trauernden Familien ihre Balsamier- und Parfüm(!)-Produkte aufzu-halsen, mit Handgriffen und allen An-weisungen, wie man das arme Opfer um seine sauer verdiente Grabesruhe prellen und ihm zu Leibe rücken kann. Zur Unterstützung des so verbreiteten Bedürfnisses, den teuren Verstorbenen möglichst lange bei sich behalten zu dürfen, denn *Why should be leave you so soon?* — dienen Institute, geradezu Schönheitssalons, wo das Auffrisieren an der Hand von Beispielen und Lek-tionen gelehrt wird. Stürmisch werden

alle Kunstkniffe gepriesen, um Sunny Boy oder den an Schmuggelwhisky ein-gegangenen Daddy, oder die entrissene Braut, oder den lebenssatten Großpapa „haltbar“ zu machen.

*

Ganz besonders prächtig ist diese Mischung von Sinnenfreude und zar-tem Takt in einem Artikel, der über-schrieben ist: *The personal touch*. Ein sehr nacktbusiges Fräulein, „pretty enough to grace a Ziegfeld chorus (!!)\", Miß L. S., läßt sich enthusiastisch ihre Verdienste bescheinigen und versendet einen faksimilierten Brief. Die „indi-viduelle Note“ sieht folgendermaßen aus: „To the Board of the Funeral Directors's Association. — Meine Herren! — Dies Brieflein schaut ein wenig feierlich aus für Sie, obwohl wir ja in gemeinsamer Richtung arbeiten (are in the same game). Aber ich denke, meine Idee wird Ihnen behag-lich (cheery) zu hören sein, bereichert sie doch die paar lichten Momente jedes Geschäftsmannes, der von Todes-fällen lebt (mortimer, unübersetzbares Wort), mit meiner Vervollkommnung der *Kundenbedienung*. Einen *Fall* (case) einzubalsamieren bis zur Vollendung, ist keine Kleinigkeit. Da ich in dieser *Handelsbranche* (trade-work) arbeite, bin ich in der Lage, Ihnen *individuelle* Bedienung zu bieten, die Sie der *Familie* nahebringen werden. Nicht nur stehe ich Ihnen Tag und Nacht auf Anruf zur Verfügung, sondern ich fahre meinen eigenen Wagen und bringe meine eigenen Instrumente direkt ins Haus des Abgeschiedenen. Lohnt sich's nicht für Sie, eine fähige, vornehme *Dame* zum Einbalsamieren in ein Heim zu senden, wenn es sich um einen weiblichen Fall bis zu 30 Jahren (a female case up to thirty) handelt? Da doch die Familie solchen Fall mit der *Sittsamkeit* behandelt zu sehen wünscht, die sie der Teuren im