

Büchertürme und ein alter Mann

Vormerkungen (Folge 12): Über eine Werbeanzeige aus der Kampagne des Modeschöpfers Brunello Cucinelli

Wolfgang Vögele

Vor ein paar Monaten, an einem Freitag im Sommer, blätterte ich im Magazin der Süddeutschen Zeitung. Gleich am Anfang fiel mir eine doppelseitige Anzeige auf. Ein einziges Foto. Ein riesiger, weiß getünchter Raum: An seinen Wänden stehen in Regalen Tausende von Büchern, so gestapelt, dass meist die schmale Seite nach vorne zeigt. In der Mitte des Raumes sind auf Tischen hunderte weitere Bücher zu Stapeln aufgetürmt. Das Papier der vielen Fuß- und Kopfschnitte, der Buchkanten wirkt vergilbt. Eine nicht sichtbare Lichtquelle taucht das gesamte Ka-



Werbeanzeige Brunello Cucinelli

binett in ein abendliches, oranges Licht. Über den Mittelfalz hinweg las ich den Namen Brunello Cucinelli. Darunter ein Zitat des römischen Kaisers Hadrian: Books showed me the way of life.

Dann erst sah ich einen vielleicht fünfzigjährigen Mann im beigen Pullover, weißem T-Shirt und weißen Hosen, der im linken Viertel des Raumes an einer der Regalwände hochblickte. Der Mann wirkte winzig im Vergleich zu den Bücherregalen. Sein Blick verriet eine Mischung aus Neugier, Bewunderung und Unschlüssigkeit.

Ich muss gestehen, ich fand das Bild vom ersten Moment an faszinierend. Bücherwerbung ergriff von mir Besitz. Ich begann zu recherchieren und fand, dass es sich bei Brunello Cucinelli um einen italienischen Modeunternehmer handelt, der Luxuswaren herstellt und vertreibt. Seine Herrenanzüge kosten Beträge, die als Anzahlung für ein Elektroauto reichen würden. Das Bücherbild soll seine Lebenseinstellung und seine Unternehmensphilosophie illustrieren¹.



Im Magazin New Yorker wurde Cucinelli als Fürst des kleinen italienischen Dorfes Solomeo porträtiert². Seine Lebens- und Arbeitsweise wurde als „wohltätiger Feudalismus“ beschrieben, die Unternehmer- und Mäzenatentum miteinander verknüpft. Im New Yorker sagte er zu der Journalistin Rebecca Mead:

„I would like to make a profit using ethics, dignity, and morals,’ he told me. ‘I don’t know if I’ll be able to, but I’m trying. Of course, I believe in a form of capitalism. I would just like it to be slightly more human.’“

Auf seiner Webseite und anderswo spricht er von einem humanen oder humanistischen Kapitalismus. Er hat einen Ruf als Philanthrop und ökologischer Gestalter zu verlieren.

Aber diese Spur will ich nicht weiter verfolgen. Mir geht es allein um Cucinellis Bücherliebe, die zusammen mit einem offensichtlich sehr guten Fotografen zu dieser Anzeige geführt hat. Ein älterer Mann verliert sich in einem Bücherraum.



Mich interessiert und fasziniert der symbolische Raum, der hier geöffnet wird: ein Mensch, ein älterer Mann im Gegenüber zu Tausenden von Büchern, älteren Büchern. Das Ich und die Bücher. Das Ich und die antiquarische Bücherwelt. Diese Art von Selbstdarstellung verblüfft, ist sie doch im Zeitalter von Flachbildfernsehen und Smartphones selten geworden. Die Darstellung erinnert an einen Mönch in seiner spärlich eingerichteten Klausur, wo sich allerdings neben Bett, Decke, Leselampe, Holzstuhl und Schreibtisch nur ein einziges Buch findet, nämlich die Bibel. Kunstgeschichtlich fühlt man sich an Hieronymus im Gehäuse erinnert. Er sitzt grübelnd in einer Sakristei und übersetzt die Bibel ins Lateinische, an der Wand ein Bücherregal mit wenigen Folianten. Zu seinen Füßen bewacht ihn ein dösender Löwe.

Weitere Bilder kommen mir in den Sinn. Im Lesekreis oder Bücherzirkel sitzen Menschen in einem Wohnzimmer und diskutieren den neu erschienenen Bestseller, für dessen Lektüre sie sich vor einigen Wochen entschieden haben. Und was im Moment zur großen Mode wird: Im Silent Reading Club oder Book Rave treffen sich die jungen Bücherliebhaber von #booktok in einem öffentlichen Raum und lesen eine Stunde lang oder länger in ihrer aktuellen Lektüre. Niemand darf die Stille durch Quatschen durchbrechen. Handys müssen ausgeschaltet werden. Nach einer Stunde werden Schnittchen angeboten und Gläser mit Chardonnay und Mineralwasser stehen bereit, um Leserinnen und Leser ins Gespräch zu bringen.

Das Werbefoto aus dem Magazin der Süddeutschen setzt mehrere Verfremdungseffekte, die aus der Zeit gefallen scheinen.

1. Der ältere Herr im Pullover steht *allein* vor seinen Bücherstapeln.
2. Der ältere Herr redet nicht mit *anderen* Lesern. Und er gibt sich mit seinen antiquarischen Stapeln zufrieden.
3. Die Stapel scheinen *nicht* geordnet. Offensichtlich handelt es sich nicht um eine Bibliothek. Kein Foto eines Lesesaals mit Regalen, Arbeitsplätzen und Ausleihschaltern.
4. Bildschirme, Computer, Smartphones, elektronische Gadgets fehlen vollständig. Die meisten Menschen lesen heute nur noch von elektronischen Oberflächen.

Das Bild provoziert doppelt. Alteuropäisch steht der *einzelne* Leser im Dialog mit einer Bücherwand. Bücher führen in die Einsamkeit des Lesers. Bücher aber machen eigentlich nur Sinn, wenn sie Diskussionen hervorrufen zwischen Lesern. Büchern, zumal in solcher Menge, rufen nach einem Wir. Die zweite Provokation gewichtet sich anders. Das Fehlen von Bildschirmen ordnet das lineare, analoge Lesen vor das digitale.

Der ältere Mann auf dem Foto liest gar kein Buch. Er muss das Buch erst noch auswählen. Es wird für den Betrachter nicht sichtbar, ob die gestapelten Bücher in irgendeiner Ordnung aufgestellt sind. Der klassische Leser ist ein einsamer Mensch, der sich in seinen Sessel setzt und ein Buch von vorn nach hinten durchliest. Es kommt zu einer Beziehung zwischen Autoren und Lesern. Auf Seiten des Lesers findet dieser Dialog im gelungenen Fall Ausdruck in Unterstreichungen, dicken Ausrufe- oder Fragezeichen, in Marginalien, Notizen, Kommentaren. Gedanklich verdichtet der Leser seine Notizen und Unterstreichungen zu einer Meinung über das Buch. Wenn er diese Meinung verschriftlicht, schreibt er eine Rezension. Aber das muss nicht sein.

Digitales Lesen dagegen ist nicht auf Durchlesen von der ersten bis zur letzten Seite angelegt. Digitales Lesen lebt von Schnelligkeit und von Sprüngen. Der Bildschirmleser will schnell und zügig die Information erhalten, nach der er sucht. Dafür nutzt er Links, mit denen er von Text zu Text springt. Daneben kann er neben Texten auch Bilder oder Videos oder Präsentationen nutzen – ein zusätzlicher Vorteil des Digitalen.

Im alteuropäischen Modus ausgedrückt, gleicht das digitale Leseverhalten eher dem Gebrauch eines Lexikons als der durchgängigen Lektüre eines Aufsatzes oder einer Geschichte.

Menschen sind Gewohnheitstiere, sie müssen einüben, was sie ständig praktizieren. Ältere Menschen aus der vordigitalen Epoche werden mit dem punktuell-digitalen Lesen Schwierigkeiten haben. Digital natives erleben dieselben Schwierigkeiten, wenn sie damit konfrontiert sind, einen Text von vorne bis hinten zu studieren.

Die verschiedenen Plattformen künstlicher Intelligenz machen das punktuelle Lesen noch leichter. Längere Texte lassen sich zusammenfassen, zu Tabellen verdichten und in an Zielgruppen orientierte Texte umprägen, vom ironischen Kurzgedicht über die Thesenreihe bis zu ausgearbei-

teten Vorträgen. Derzeit ist dabei noch ein wenig Vorsicht geboten, was die Fachkompetenz der Künstlichen Intelligenz in Spezialdisziplinen angeht, der Theologie, des Rechts und anderer. Aber wenn solche Kinderkrankheiten überwunden sein werden, könnten am Ende Kommunikations- und Informationsprozesse stehen, in dem weder das Schreiben noch das Lesen von Texten benötigt wird. Die User müssen nicht mehr formulieren und nicht mehr rezipieren, d.h. nur noch in kleinen Häppchen. Aber cringe wird es schon, wenn sich die junge Frau nicht mehr sicher sein kann, ob der Liebesbrief, den sie erhalten hat, von ihrem Schwarm stammt oder ob der eine KI für sich hat arbeiten lassen.

Männer, die in Räumen mit Bücherstapeln stehen, werden zur nostalgisch-musealen Reminiszenz. Das retrospektive Szenario aus dem Werbefoto beschwört gute alte Zeiten: Montaigne schreibt in seinem Bibliotheksturm an den Essais. Aber Bibliotheken können auch Opfer des Feuers werden. Die Klosterbibliothek im „Der Name der Rose“ verbrennt, nachdem William von Baskerville darin das berühmte Buch des Aristoteles über das Lachen entdeckt hat. Eco's Roman enthält am Anfang das exemplarische Motto des einsamen Lesers: „In omnibus requiem quaesivi et nusquam inveni quam in angulo cum libro.“ Das stammt von Thomas a Kempis. Nach ihm, aber vor Eco hat Elias Canetti dieses Programm ad absurdum geführt. In seinem Roman „Die Blendung“ verbrennt die Hauptfigur, der Sinologe und Bibliothekar Peter Kien am Ende seine Bibliothek und sich selbst.

Das war vor der Digitalisierung. Wordprozessoren und künstliche Intelligenz haben das Problem der Rezeption, der Speicherung und Anwendung von Wissen nochmals auf eine neue Stufe gehoben.

Der alte Mann vor der Bücherwand weiß noch, wie gut Papier riechen kann. Den digitalen Maschinen fehlen dafür schlicht die Nasen. Für sie ist das Lesen geruchlose Informationsverarbeitung. Zwischen antiquarischer Nostalgie und Zukunftsmusik finden Veränderungen der Lesekultur statt, die das weitere Nachdenken lohnen.

Anmerkungen

¹ <https://www.brunellocucinelli.com/en/communication/campaigns/campaign-fw25.html>.

² Rebecca Mead, The Prince of Solomeo, The New Yorker, 22.3.2010.

VORGESCHLAGENE ZITATION:

Vögele, Wolfgang: Büchertürme und ein alter Mann. Vormerkungen (Folge 12): Über eine Werbeanzeige aus der Kampagne des Modeschöpfers Brunello Cucinelli, *tà katoptrizómena* – Magazin für Kunst | Kultur | Theologie | Ästhetik, Ausgabe 159, erschienen 01.02.2026 <https://www.theomag.de/159/pdf/wv107.pdf>