

## Schatten 1/7

Früher, in den Märchen, kam doch oft ein König vor, der mit Geschick, Liebe und Weitsicht dem Volk bestimmte, wo es langging. Dann gab es auch die, in denen der König nicht mehr so richtig mochte, alt, schwach, vielleicht auch dement wurde und sich an die Nachfolgeregelung machte. Diese Zeiten sind vorbei. Jene, die heute das Sagen haben, wissen, was geht und was nicht, sind Beamte, gut entlohnt, gut versichert, grosszügig ferien geregelt und altersvorsorgt und ihr Abtritt ist aus administrativen, nicht gesundheitlichen Gründen punktgenau auf ein Datum festgelegt. Sie residieren in Anlehnung an die früheren Paläste in repräsentativen Amtshäusern, in denen es durchaus auch die eine oder andere verbotene Kammer hat, in die man den Kopf besser nicht hineinsteckt. Im Gewirr der Gänge und Treppen gibt es auch ein paar Ecken und Nischen, wo sich – beim Vorbeigehen ist das gut spürbar – über die Jahrzehnte ganze Kolonien Gespenster dicht gedrängt angesiedelt haben.

Das Ganze hat sich also „vermenschlicht“, der Unfehlbare hat abgedankt und der Willkür, Bevorzugung, Vetternwirtschaft, Heuchelei öffneten sich weit die Tore menschlicher Normalität. Gut, das mit den Schüssen und Leichen war schon extrem. Eigentlich würden die gelegentlichen Medienberichte über mit Schmiergeldern bezahlte Weinberge in der Toscana oder Ferienwohnungen auf Ibiza genügen, um die notorisch misstrauische Einstellung des Kollektivs gegenüber Beamten in ihrer grundsätzlichen Stimmigkeit zu bestätigen. Nun, es ist bestimmt nicht falsch zu ahnen, dass es bei dem, was da sichtbar wurde, sich bloss um die Spitze des Eisbergs handelt. Und wenn wir einen Moment innehalten und dem Geflüster der Gespenster lauschen, dann hören wir, wie sie im Kanon rezitieren: „Macht, Macht, Macht“.

Es ist kein eintöniger Singsang, die Stimmen sind sehr nuanciert. Viele haben einen gehässigen Unterton. Noch mehr scheinen frustriert. Wieder andere klingen so schrecklich, dass man geradezu spürt, wie sie am Blut gerochen haben. Aber die meisten tönen irgendwie resigniert, ihr Singsang ist „Ohnmacht, Ohnmacht, Ohnmacht“. Ich hatte das Glück, dass ich das Mantra der Gespenster gleich bei meinem ersten Besuch vor Ort mitbekam. Nicht, dass ich es gleich bezüglich seiner Bedeutung verstanden hätte, aber es bohrte sich in mein Ohr wie einer dieser Würmer, so aufsässig, dass ich nun meinerseits zu chanten begann: „Macht?, Macht?, Macht?“.

Ja, Macht! Dass das Amt mächtig war, das war mir schon vorher klar. Aber in meiner neuen Rolle als Adjunkt (fragen Sie mich nicht, was das ist) und Leiter einer Amtsstelle bemerkte ich, dass die Gespenster mit ihrem Geflüster mich aufforderten, mich der Macht zuzuwenden, die ich dank dieses Amtes innehatte. Als ich begriffen hatte, was der Lehrstoff war, den ich hier zu büffeln hatte, machte ich mich mit Eifer ans Lernen.

Sehen Sie, ich war schon vor dem Amt ein bisschen Seher, Visionär, am Schwierigen interessiert, zukunftsorientiert. Aber nun ging es, in Verbindung mit der amtlichen Macht, um das Training meines persönlichen Machtpotenzials, das auf dieser Ebene bislang ein Schattendasein geführt hatte. Die Aufgabe, die ich mir stellte, die Formulierung eines Leitbildes für die gestalterische Einordnung der Aussenwerbung, war, das sagte mir meine Intuition sonnenklar, nur in dieser Kombination erfolgreich zu lösen.

Beispiele Lehre & Forschung HBA auf dieser Website

Bilder Bestand 1986

Der konzeptionelle Ansatz

Der Ansatz zu meinem Konzept, das dann später die Bezeichnung GK92 erhielt, war eigentlich ganz einfach. Aber schon früh spürte ich, dass seine Umsetzung so einfach nicht sein würde. Ein Satz, dem ich früher irgendwo in Jungs Schriften begegnet war, kam mir in den Sinn: „Leider ist das Einfache etwas vom Kompliziertesten.“ Dieser Satz wurde zu meiner Kompassnadel. Wobei ich erwähnen möchte, dass nicht das, was Sache war, schwierig war. Die eigentliche Herausforderung war es, eine riesige Menge widersprüchlichster Einstellungen von Menschen,

die auf irgendeine Weise und mit unterschiedlichsten Interessen mit diesem Plakatbusiness zu tun haben, auf eine Schiene zu bringen.

Im Editorial der Eröffnungsbroschüre „GK92, Zürich plakatiert anders“, schreibt der damalige Unternehmensleiter der APG Max Fischer: „Der Unterzeichnete konnte die Entstehung des faszinierenden ‚GK92‘ aus nächster Nähe, oft zwischen Staunen und Ungläubigkeit, verfolgen ...“. Fischer, ein paar Jahre älter als ich, verbrachte sein Leben in der APG, fing als Flächenbeschaffer an und turnte sich dann die Karriereleiter hoch. Aus fachlich-weltlicher Sicht gab es wohl niemanden sonst, der von A bis Z alles über das Plakatgeschäft wusste, und im diplomatischen Verhandeln war er Weltmeister. Und nun verfolgte er mit staunenden und ungläubigen Augen das, was um ihn herum geschah. Fischer war zweifellos nicht der Einzige, dem es so erging.

Das Geheimnis liegt darin, dass ich eigentlich in einer anderen Welt als die meisten Menschen lebe, also ein anderes Bezugssystem nutze. Es ist kein Zufall, dass ich am Anfang dieses Abschnitts über Schatten auf Märchen hingewiesen habe. Für mich ist es nämlich so, dass ich zwar ziemlich im Bilde bin, wie das Weltliche funktioniert, ich darin aber nicht zu Hause bin – das Weltliche ist meine Heimat nicht. Mein Zuhause sind die Welten der Mythen und Märchen. Nicht in einem intellektuellen Sinn, sondern in einem gelebten. Meine Art der Lebensbewältigung in der äusseren Welt ist, die äussere Welt mit den inneren Welten, wie sie eben in Mythen und Märchen dargestellt werden, zu verbinden. Natürlich weiss ich, dass der Weihnachtsmann bloss ein verkleideter Bekannter ist. Und trotzdem ist es so, dass für mich der Weihnachtsmann existiert und dass der Storch die Kinder bringt.

Vielleicht werden Sie das nicht glauben. Das kann doch nicht sein, dass einer, der so gescheit und messerscharf differenziert, der über die Relativität der Wahrheit schreibt, der zur Erkenntnis kam, dass die Kunst des Auflösens von Widersprüchen durch das Paradox geschieht, so naiv, ja, so naiv sein kann. Und doch ist es so. Es ist sogar wahrscheinlich, dass ich meiner Naivität all mein Wissen und – im Zusammenhang mit unserem Thema hier, Lehre und Forschung auf dem Hochbauamt – meinen auch von Dritten festgestellten Erfolg verdanke.

Wie dieses ständige Verbinden von äusseren und inneren Welten denn aussieht? Ich gebe ein Beispiel: Auf meinem Weg durch das Komplizierteste gab es natürlich unzählige Meetings. Auch mit aus unterschiedlichsten Gründen vehementen Gegnern. Da sass zum Beispiel eine Gruppe von Immobilienmaklern, die um ihre Einnahmen bangten, mir gegenüber und es war klar, dass sie meinen Abschluss wollten. Es verging eine halbe Stunde, während der sie mit verschiedenen Kalibern auf mich feuerten. Dann schickte sich der Head der Gruppe an, den finalen Schuss abzugeben.

Ich war versucht, ihm zuzukommen und die Bombe, die ich vorsorglich bei mir hatte, zu schmeissen. Doch ich hielt inne. Vor meinem geistigen Auge war blitzartig ein Bild aufgetaucht, das ich ebenso rasch auf den Head projizierte – das Bild eines souveränen, weisen, gütigen, liebenswürdigen Herrschers. Und da geschah etwas Wunderbares: Er liess sofort die Finger vom Abzug, lächelte und strahlte, seine Entourage schaute sich fragend an und er meinte in gütigem Ton: „Das müssen wir ja nicht heute erledigen, wir besprechen das ein anderes Mal.“

Damit keine Missverständnisse aufkommen: Das, was da geschah, hat mit Magie nichts zu tun, auch nichts mit Hypnose oder dergleichen. Das Blitzbild (das aus dem Unbewussten aufstieg) hat mir einfach den Schatten dieses Mannes, der alle diese positiven Eigenschaften hatte, gezeigt. Und durch meine Projektion erinnerte er sich an sie und freute sich darüber.

Es ist in der Tat so – das Weltgeschehen spiegelt dies –, dass viele Menschen, vor allem solche, die aus weltlicher Sicht erfolgreich sind, viele ihrer grundsätzlich vorhandenen positiven

Eigenschaften in den Schatten verdrängen.

Pilote

Pilot 1 Weinbergwand

Projekt: Amtsstelle für Reklameanlagen HBA  
Gestaltung: Gottschalk&Ash Int'l  
Ausführung: Allgemeine Plakatgesellschaft APG  
Pilot 2 Stauffacher  
Projekt: Amtsstelle für Reklameanlagen HBA  
Ausführung: Allgemeine Plakatgesellschaft APG  
Pilot 3 Triemli  
Projekt: Amtsstelle für Reklameanlagen HBA  
Gestaltung: Gottschalk&Ash Int'l  
Ausführung: Allgemeine Plakatgesellschaft APG

Ich muss vielleicht damit beginnen, dass ich Plakate liebe. Ich hatte ja seinerzeit mit dem Gedanken gespielt, Grafiker zu werden. Aber noch mehr liebe ich schöne Stadtbilder – ein PR-Mensch verpasste mir zu jener Zeit den Titel „Stadtästhet“. Nun, das damalige Erscheinungsbild der Plakate im Stadtbild war alles andere als ein Genuss. Das war, weil auf der einen Seite (Werbebranche) eine riesige Nachfrage an Plakatstellen in der Stadt Zürich bestand und weil auf der anderen Seite (Bewilligungsbehörden) mit allen Mitteln versucht wurde, der Plakatflut Einhalt zu gebieten. Das Mittel war, die Plakate an unwirtschaftlichen Orten verschwinden zu lassen – mit unseren Worten hier „in den Schatten zu verdrängen“.

Nun sass ich also am „Schalthebel der Macht“, und obschon ich an sich davon nicht viel verstehe, war mir von Anfang an klar, dass im vorliegenden Fall das Machtmittel par excellence das Geld sei. Also liess ich als Erstes die Angebotsordner und Geschäftsberichte der Plakatwerbefirmen kommen, um herauszufinden, was aus dem aktuellen Bestand überhaupt herauszuwirtschaften sei.

Ich erkannte folgende Zusammenhänge: Plakate an unwirtschaftlichen Orten sind nicht fair gegenüber den Plakatgestaltern und ein Beschiss an den Werbenden. Plakate an unwirtschaftlichen Orten sind bei den Werbetreibenden nicht begehrt und sind deshalb schlecht gebucht (Auslastungen von 20 bis 30 Prozent im Jahr). Plakate an unwirtschaftlichen Orten haben wegen der Unattraktivität ihres Standortes ein beschränktes Einnahmepotenzial. Plakate, deren Messages in der Regel die heile Welt in Aussicht stellen, lösen im Betrachter an unwirtschaftlichen Orten zwiespältige Gefühle aus. Plakate an unwirtschaftlichen Orten beeinflussen insgesamt die Akzeptanz des Mediums Plakat negativ.

Und folgte: Die Plakate an unwirtschaftlichen Orten sind abzubauen. Plakatstellen sind so zu platzieren, dass sie auf eine hundertprozentige Auslastung kommen. Plakate sind so ins Stadtbild zu integrieren, dass sie sowohl funktional (übermitteln von Werbebotschaften) wie ästhetisch (gestalterisch und atmosphärisch) angenehm wirken.

Daraus entstand „das Plakatwunder von Zürich“ (Christian Wapp): Der gesamte alte Bestand wurde abgebaut. Im Umfang von 70 Prozent des alten Bestandes (in Zahlen heisst das 30 Prozent weniger Plakatflächen als zuvor) wurden neue Stellen errichtet. Diese erzeugen pro Jahr für die Stadt gegenüber früher 1,5 bis 2 Mio. Franken Mehreinnahmen (2,5–3 Mio. insgesamt).

Bevor es so weit war, spielte die Kommunikation nach aussen (Medien) und innen (diverse Amtsstellen) eine wichtige Rolle. Es gab verschiedene Presseorientierungen, Meinungsbildungsveranstaltungen mit Amtsstellen und Plakatwerbefirmen und auch die Durchführung einzelner Pilotprojekte.

Für Pilote ist es sinnvoll, Objekte zu wählen, die einen Impact haben. Die Plakatierung an der Weinbergwand, Hassobjekt der breiten Bevölkerung, war geeignet. Das Experiment war ein voller Erfolg, ein Paukenschlag. Es begann das Staunen.

Ein leidiges Problem einer Stadt wie Zürich ist die sogenannte Wildplakatierung. Es galt zwar ein Verbot, dies zu tun, das in der Praxis allerdings völlig versagte. Daneben unterhielt die Stadt für mehrere Hunderttausend Franken im Jahr eine Equipe, die täglich auslief, um die nächtlich

angebrachten Plakate von Kandelabern, Wartehallen, Telefonkabinen etc. abzukratzen, abzureissen und einzusammeln.

Ich machte den Vorschlag – der vorerst amtsintern auf Skepsis stiess –, das Anschlag von Kleinplakaten nicht zu verbieten, sondern offiziell entsprechende Anschlagstellen zu schaffen. Ich nahm auch mit den gut organisierten Anbietern dieser „Wildplakatierungs-Dienstleistung“ Kontakt auf, um deren Puls zu fühlen. Das Ergebnis aus diesem Vorgehen sind die vielen Info-Säulen für Kleinplakate, wie sie heute in vielen Städten als Selbstverständlichkeit stehen.

Was auch heute noch erfreulicherweise funktioniert, ist, was wir damals mit dem Pilot Stauffacher initiierten: für Kleinplakate reservierte Anschlagflächen an Bauwänden.

Im Triemli ging es nun darum, die Wirkung unserer (Gottschalk+Ash Int'l, Bauamt Stadt Zürich, Amtsstelle für Reklameanlagen) Anordnungstypologie unter dem Beisein der gesamten Presse und aller amtsintern involvierten Stellen zu testen. Das Ergebnis war der Durchbruch. H. R. Rüegg, der damalige Stadtarchitekt, kam auf mich zu, gratulierte und meinte: „Jetzt verstehe ich, was Sie wollen. Wenn wir das in der ganzen Stadt realisieren, ist das ein Meilenstein.“

Ich möchte es nicht versäumen, an dieser Stelle mich bei weiteren Personen zu bedanken, ohne deren Unterstützung das GK92 nie entstanden wäre. Da ist vor allem Dr. Ursula Koch, damalige Stadträtin und Vorsteherin des Bauamtes, die aufgrund ihrer Ahnung, dass ich das schaffe, mir von Anfang an ihre Unterstützung zusicherte. Da ist Reinhard Brunner, damaliger Direktor der APG Zürich, der von sich aus und aufgrund eines Winks seines Vorgängers („Hab Vertrauen in den Imesch, der hat was vor, das auch zu unserem Vorteil ist“) alles unternahm, um Bedenken, die auch auf der anderen Seite bestanden, aus dem Weg zu räumen. Und da ist Doris Wittlin, damalige administrative Leiterin der Amtsstelle für Reklameanlagen, die mit ihrem freundlichen und kommunikativen Wesen es immer wieder verstand, die Wogen zu glätten, die amtsintern um das Projekt entstanden.

#### Standortbeispiele

Der Ansatz einer sowohl funktional wie ästhetisch befriedigenden Stadtplakatierung hat gemäss Gesamtkonzept (GK) drei Ebenen. Diese müssen zusammen harmonieren, damit die Stadtplakatierung als Gesamtkonzept entsteht. Es sind dies:

Das Design der Plakatträger

Die Anordnung der Plakate an einem bestimmten Ort

Die Standortwahl nach werbetechnischen und stadtästhetischen Kriterien

Am leichtesten zu verstehen ist das Design des Plakatträgers. Das GK definiert als Plakatträger den Typ Soleil vom Designer Fritz Gottschalk. Für Menschen mit beschränktem Horizont reduziert sich das GK auf diesen Träger. Flächenbeschaffer von Plakatwerbefirmen gehen mit ihren Gesuchen zu den Behörden und sagen: „Wir verwenden den Plakatträger Soleil, wir plakatieren gemäss Gesamtkonzept.“ Das ist natürlich absurd. Aber es zeitigt Erfolg. Für all jene Beamten, für die sich das GK ebenfalls bloss auf den Trägertyp reduziert, ist das nachvollziehbar.

Deshalb stehen heute (25 Jahre danach) unzählige, zwar mit dem Plakatträger Soleil ausgeführte, nicht GK-konforme Plakatstellen herum. Ursprünglich war vorgesehen und mit den Plakatfirmen abgesprochen, dass alle nicht GK-kompatiblen Plakatstellen gemäss Bestand nicht umgebaut werden und den alten Träger (Giacometti) behalten sollen.

Das nächste Kriterium, die Anordnung der Plakatstellen an einem bestimmten Ort, stellt bereits etwas höhere Anforderungen an den Grips der Beteiligten. Es gibt zwar eine Anordnungstypologie (erarbeitet von Gottschalk+Ash Int'l und dem Bauamt Stadt Zürich, Amtsstelle für Reklameanlagen), die sich allerdings gemäss den örtlichen Verhältnissen differenziert. Es gilt zu berücksichtigen, was der Ort für einen Charakter hat, was die das Ortsbild prägenden Elemente sind, in welcher Massstäblichkeit die da auftreten etc.

Wird bei der Anwendung dieser Typologie einseitig optimiert, zum Beispiel wenn wegen der hohen Autofrequenzen auf einem Schleichweg durch ein Wohnquartier Plakate der wechselnden Fremdwerbung gemäss Anordnungstypologie hingestellt werden, ist das nicht im Sinn des GK.

Am schwierigsten nachzuvollziehen ist die dritte Ebene, die Standortwahl nach stadtästhetischen Kriterien. In vielen Städten der Schweiz dienen unsere Stadtstrukturanalysen als Grundlage. Denn diese Ebene muss vom Urbanisten handhabbar gemacht werden. Man kann von einem Flächenbeschaffer einer Plakatwerbefirma nicht verlangen, dass er dieses Instrument versteht und anwendet. Das ist schlicht nicht sein Job. Sein Job ist es, Flächen zu beschaffen.

Auf Behördenniveau sollte man aber in der Lage sein, das Instrument zu verstehen und auch anzuwenden. Wobei sich trotz allen Verstehens nicht ganz einfache Situationen ergeben können. Das ist zum Beispiel in Städten der Fall, deren Bestand in weiten Teilen diese städtebaulichen Kriterien der Standortwahl nicht erfüllt und der entsprechend ausgleichend werden soll, was mit einem gewissen Einnahmenverlust einhergeht.

Beispiel: In einer grösseren Stadt legt ein Vertreter einer Plakatwerbefirma einen Ordner auf den Tisch des Stadtarchitekten mit den Worten: „Da drin ist eine Million –jährlich!“ Der Ordner enthält die gemäss GK abzubauenen Stellen. Frage an Sie: Wie hat der fragliche Stadtarchitekt darauf reagiert? Und noch eine Frage an Sie: Wie hätten Sie reagiert?

### Selbsterfahrung

Bei der Anstellung der offenbar für mich massgeschneiderten Stelle als Leiter der Amtsstelle für Reklameanlagen (1986) stellte ich doch eine Bedingung: Ich wollte deswegen meine tiefenpsychologische Praxis in der Mühle Tiefenbrunnen nicht aufgeben. Meinem Wunsch wurde entsprochen, mein Pensum auf dem Amt wurde auf 80 Prozent festgelegt. So blieben mir der Freitag, Samstag und Sonntag für die Treffen und Gespräche mit meinen Klientinnen und Klienten.

Nun geschah es, dass immer mehr Menschen sich nach meinen spirituellen Erfahrungen erkundigten, die ich bei meinen Aufenthalten in der Sahara machen konnte (Siedlungsentwürfe und Forschungsarbeit im Rahmen meiner Lehrtätigkeit an der ETH von 1975 bis 1980). Das Interesse dieser Menschen brachte mich auf die Idee, anstatt darüber zu reden, mit ihnen hinzufahren, sodass sie ihre eigenen Erfahrungen machen konnten. So entwarf ich das Konzept „Saharareisen zur meditativ-kontemplativen Selbsterfahrung“.

Die Reisen fanden in dem Gebiet der Sahara statt, das ich so gut wie meine Hosentasche kannte (Forschungsgebiet Timimoun). Es gab eine Frühlingsreise und eine Herbstreise sowie einen Weihnachts- und einen Neujahrsaufenthalt. Bei den Reisen wanderten wir zwei Wochen durch die Wüste, bei den Aufenthalten blieben wir eine Woche an einem gleichen Ort. Da das praktisch unbesiedelte Gebiet (50'000 Bewohner) in etwa die Grösse der Schweiz hat, legte ich für jede Reise eine neue Route aus. Auch die Aufenthalte fanden nie zweimal am gleichen Ort statt. Da es um individuelle Selbsterfahrung ging, skizzierte ich lediglich einen thematischen Rahmen.

Jede Reise stand unter einem bestimmten Motto, zum Beispiel „Der Quelle in der Wüste begegnen“ oder „Dem Sound der Stille lauschen“. Es gab auch Tagesthemen wie „Schweigen“, „Ruh“, „Atmen“ etc. Es ging nicht ums Bereden, es ging ums Erfahren. Natürlich begleitete ich, je nach Bedarf, die Teilnehmerinnen und Teilnehmer bei ihrer persönlichen Ausgestaltung ihrer Erfahrungen.

Vor den Reisen traf ich die Interessentinnen und Interessenten zu einem Gespräch. Machen Sie, liebe Leserin, lieber Leser, den Test. Setzen Sie sich einen Moment hin, schliessen Sie die Augen und lassen Sie, in der Annahme, dass Sie da hingehen wollen, Bilder der Wüste in sich aufsteigen. Achten Sie dabei darauf, was für Gefühle sich in Ihnen einstellen oder was für Gedanken Ihnen durch den Kopf gehen. Meine Vorgespräche hatten zum Ziel, diese auf Vorstellungen beruhenden Gefühle und Gedanken zu vertiefen, damit die Interessierten sich entscheiden konnten, ob sie das Wagnis einer solchen Reise wirklich eingehen wollen.

Das spezielle Konzept, das eigentlich ein therapeutisches war und in dem die Wüste der Therapeut war, sprach naturgemäss auch nur spezielle Menschen an. Solche, die – aus was für einem Grund auch immer – sich wirklich tiefer mit sich beschäftigen, sich umfassender kennenlernen wollten. Es gab Menschen, die kamen mehrmals mit. Und auch ein paar wenige, welche die Reise abbrechen mussten, weil sie an Grenzen kamen, die respektiert werden wollten. Die meisten erlebten die Sahara als Jungbrunnen, als „unvergessliche Erfahrung“.

Wie ich an anderem Ort bereits erwähnt habe (Lebensgeschichte 41–60, Bild 15) führten meine Erfahrungen mit diesen Reisen dazu, mir Gedanken zu machen über den Aufbau eines therapeutischen Zentrums vor Ort. Was hätte da mein Leben wohl für einen Lauf genommen? Das Vorhaben wurde jäh gestoppt. 1993 war das Jahr, als dunkelste Schatten dort unten Gestalt annahm, mit aller Wucht einfuhr und jedem imaginierten Feind, vor allem Fremden, das „kabyrische Lächeln“ (aufgeschnittene Kehlen) beibrachten.

Swamiji

Life of a Mystic

Buchgestaltung: Monika Schneider IGGZ

Text: Swami Manasa Datta

Bildmaterial: Archiv Upamaniu

Beitrag Imesch:

Buchkonzept, Inhaltsstruktur, Bildauswahl, Supervision Gestaltung

1986 bis 1993 war also in meinem Leben eine weitere intensive Phase des Learning by Doing. Auf dem Amt beging ich den Weg des Kompliziertesten, daneben arbeitete ich in meiner Praxis mit Klientinnen und Klienten und führte kleine Gruppen durch die Sahara zur meditativ-kontemplativen Selbsterfahrung. Daneben bemerkte ich, dass sich mein Äusseres zu verändern begann. Mein Look brachte es mit sich, dass mir das Etikett „Guru“ angehängt wurde.

Nun, mit meinem Jung'schen Instrumentarium hatte ich eine ziemlich solide Grundlage, um mich in all den Labyrinthen zu orientieren. Doch irgendetwas drängte in mir, flüsterte mir zu, es sei an der Zeit, einen „spirituellen Meister“ zu finden. Und darauf hatte ich eigentlich nicht die geringste Lust. Ich besprach das mit einer fleissigen Indienreisenden und sie erzählte von einem Swami, der zur Verehrung von Shiva an dessen Geburtstag ins lodernde Feuer in einer mannshohen Grube stieg. Ich glaubte ihr kein Wort und hatte Mitleid mit ihr, weil ich dachte, sie sei dabei, ihren Verstand zu verlieren.

Was ich nicht ahnte, war, dass The Matrix dabei war, mir einen Traum zusammenzubrauen, der mir nicht nur die Augen öffnen sollte, sondern mir auch den Sinn meines Verlangens nach einem spirituellen Meister offenbarte. Es war Anfang 1989 – ich war zu diesem Zeitpunkt noch nie in Indien, noch nie in einem Ashram gewesen und hatte besagten Swami noch nie gesehen –, als mir Folgendes träumte:

Ich sitze im Ganapati Ashram in Mysore Südindien inmitten einer riesigen Menschenmenge. Wir sitzen auf Teppichen am Boden, über uns ist ein Dach aus Palmwedeln, draussen verbreitet die Sonne Bruthitze. Es herrscht absolute Ruhe, doch in der Luft knistert es vor Spannung. Alle schauen wie gebannt nach vorn, denn dort lodert in der Homa Kunda ein riesiges Feuer. In der vordersten Reihe der Zuschauer sitzen die Honorablen auf Stühlen, so wie es in Indien Brauch ist. Zu meinem Erstaunen sehe ich, dass auch der Swami in dieser vordersten Reihe sitzt und keine Anstalten macht, sich zu erheben.

Ich denke, da stimmt etwas nicht. Dieses Ritual muss vollzogen werden, sonst, so mein Gefühl, passiert irgendetwas Schreckliches. Aber nichts geschieht, alle warten. Also stehe ich auf. Nicht gewollt. Aber irgendeine Kraft stellt mich auf die Beine. Und gibt mir einen Schubs, Richtung Feuer. Ich fühle, dass ich in einem völlig entrückten Zustand bin, ich gehe wie ferngesteuert und scheinbar ohne Bewusstsein, obwohl ich alles um mich haarscharf wahrnehme, durch die Menge, die mich anstarrt, aufs Feuer zu.

Ich trete an die Homa Kunda und mache den Sprung. Die Flammen steigen weit über meinen Kopf hoch und führen vor und um mich einen deliranten Tanz auf. Aber sie können mir nichts antun. Um mich ist eine Art Glocke aus Luft und ich denke, es ist also meine Aura, die mich vor den Flammen schützt.

Die Flammen fordern mich auf, sie zu berühren. Ich strecke meine Arme aus ins Zentrum der Flammen, wo eine blendend weiss glühende, magisch lebendige Feuerkugel ist. Ich fühle, wie mir etwas in die Hände gelegt wird. Ich verneige mich zum Dank und ziehe mich langsam zurück. In den Händen halte ich einen wunderbaren Kristall.

Ich gehe zum Swami, um ihm den Kristall zu geben. Aber er nimmt ihn nicht, er schaut mich glückstrahlend an und sagt mit weicher Stimme: „Der gehört dir.“

Hans Ulrich Imesch, am 23.04.2017