

## »Sideboard Adorno« – Ein Streifzug durch die Warenwelt

Auf unseren Streifzügen durch das weltweite Netz blieben wir kürzlich hängen an einem Möbelstück, dessen Existenz uns als Freunde der Kritischen Theorie zutiefst irritierte: Zum Kauf angepriesen in einem Online-Möbelhaus wurde ein „Sideboard ADORNO mit zwei Türen“. Im Hinterkopf die mahnenden Worte Adornos zur Wirkung der Warenwelt auf unser Bewusstsein, mussten wir mit einiger Bestürzung feststellen, dass das Möbelstück offenbar einem rapiden Wertverlust anheimgefallen war. Hatte es ursprünglich einmal 579 Euro gekostet, so wurde es dem Besucher der Webseite nun zu 239 Euro feilgeboten – hatte also mehr als 50 Prozent seines ursprünglichen Wertes eingebüßt. Etwas traurig darüber, dass wir den Wert der Kritischen Theorie offenbar immer zu hoch eingeschätzt hatten, surfte ich weiter durchs Netz und stieß dabei auf

eine mehr als 20-teilige Möbelkollektion. Jedes der in blütenreinem Weiß kolorierten Stücke trug ebenfalls den Namen des Vordenkers der Frankfurt Schule. Nacheinander fanden wir eine erstaunlich zierlich wirkende „Truhe Adorno“ (zum besseren Verstecken unserer Erkenntnisvorurteile), einen mächtigen „Buffetschrank Adorno“ (für die vielen Tassen, die man zum Verständnis Adornos im Schrank haben sollte), einen „Unterschrank Adorno Badezimmer“ (geeignet zum Einlagern von Handtüchern für die Reinigung vom beständigen Theorievermehrungszwang), ein „Stuhlset Adorno“ (gerade richtig für Erschöpfungszustände nach intensiver Adorno-Lektüre) sowie ein besonders hübscher „Spiegel Adorno mit Ablage“ (der uns täglich vor Augen führt, dass wir zusammen mit unserem leider viel zu früh verblichenen Idol ziemlich gealtert sind). Nicht zu ver-

gessen ein kapitaler „Weinschrank Adorno“, in dem mühelos all die Flaschen Platz finden, deren Inhalt aufkommende depressive Stimmungen nach dem Adorno-Studium vertreiben.

So sehr wir eigentlich die Verkitschung und Verdinglichung Adornos in Gestalt dieser Möbel missbilligten, so sehr überkam uns auch eine insgeheime Rührung darüber, dass dem Schöpfer dieser schmucken Kollektion gerade der Name Adornos eingefallen war, als er über eine besonders marketingtaugliche Bezeichnung nachdachte. Oder war er gar selbst Philosoph? Möglicherweise ein vor vielen Jahren gescheiterter Student der Frankfurter Philosophie, der jetzt als Schreiner seiner früheren Universität und seinem Lehrer damit eine Referenz erweisen wollte? Vielleicht wollte er damit sagen: Zwar hat es letztlich leider nicht ganz gereicht fürs Frankfurter Philosophiediplom; aber immerhin

habe ich die Lehren, die ich an der Goethe-Universität in Frankfurt erfahren durfte, mein Leben lang bewahrt und lege jetzt all meine schmerzvoll-sentimentale Erinnerung daran in diese Möbel. Ja, so hätte es sein können. Wir wollten es aber genauer wissen und schrieben eine E-Mail: „Werter Herr Onroda, beim Studium Ihrer Online-Repräsentanz ist uns ganz besonders die Titulierung Ihrer Möbelserie Adorno ins Auge gefallen. Uns drängt sich die Frage auf, was Sie bewogen hat, die Kollektion nach dem Namen des gleichnamigen Frankfurter Philosophen zu nennen. Für Ihre Antwort möchten wir Ihnen schon im Voraus danken. Mit freundlichen Grüßen (...)“

Auf Antwort mussten wir nicht lange warten: „Sehr geehrter Herr (...), mit Verwunderung habe ich Ihre E-Mail gelesen. Ich muss Sie leider enttäuschen. Nicht Ihr Frankfurter Philosoph (den ich gar nicht

kenne), sondern das lateinische Verb „adornare“ = bewundern (!) stand Pate bei der Namensgebung der Möbel. Mit freundlichen Grüßen aus Bielefeld, Franz Onroda.“

Herrn Onrodas Mitteilung aus Bielefeld lasen wir nicht ohne eine gewisse Zerknirschung. Wie man sich täuschen kann. Niklas Luhmann hätte sicher seine Freude daran gehabt. *ok*

---

➤ [www.fashionforhome.de/truhe-adorno.html](http://www.fashionforhome.de/truhe-adorno.html)

---