

Auszeit für Casanova von Michael Schneider

„Ein Philosoph ist einer, der sich keine Lust versagt, außer wenn das nachfolgende Leid überwiegt, und wer stets neue zu erregen weiß“. Diese epikuräische Maxime Casanovas scheint auch unserem permissiven Zeitalter, das eigentlich nur noch zwei Spielregeln kennt: nämlich die Gewinn- und die Lustmaximierung um jeden Preis, wie auf den Leib geschneidert sein. Auch die rein numerische Bilanz des berühmten Verführers und Frauenhelden, die Rekordzahl von etwa 120 bis 140 erfolgreichen Verführungen, mit der er sein Jahrhundert und die europäischen Salons so beeindruckte, dürfte heutzutage, da der one-night-stand und der eheliche Seitensprung fast schon Alltagsroutine geworden sind, von vielen promiskuen Zeitgenossen erreicht, wenn nicht gar übertroffen werden. War Casanova, dieser unermüdliche Sextourist des 18. Jahrhunderts, also ein historischer Vorläufer unserer heutigen Libertins, sozusagen ein verfrühter Zeitgenosse der permissiven Gesellschaft? Mitnichten! Denn dieser stattliche Venezianer und enzyklopädisch gebildete Abenteurer, der vor zweihundert Jahren, am 4. Juni 1798, auf seinem böhmischen Alterssitz Schoß Dux starb, war noch ein Meister in jener Kunst, die unser „Zeitalter der totalen Erlaubnis“ (Botho Strauß) vollkommen überflüssig gemacht und peu a peu wegrationalisiert hat: die hohe Kunst der galanten, geistreichen und romantischen Verführung. Der Leser von Casanovas 12-bändigen Memoiren weiß, wie sich dieser listenreiche und höchst phantasievolle Herzensbrecher abgemüht, mit welchen Kunstgriffen, Verkleidungen und aufwendigen Inszenierungen er sich dem Ziel seiner Wünsche, den Schönen der Welt, genähert hat, wieviel Geld er für sie nicht vergeudet, nein! aus erotischer Obsession verausgabt hat. Der alternde Casanova, der sich mit dem Nachlassen seiner Manneskraft nicht abfinden konnte, zahlte später sogar für das Recht, einer Göre bei ihrer Toilette zusehen

zu dürfen. Fast jede seiner Liebesaffären kostete ihn mehr Regiearbeit, mehr Phantasie und Erfindergeist als heute das Herbst-programm eines mittleren Residenztheaters oder das Show -Programm eines privaten Fernsehkanals . Nur selten gelangen ihm Überraschungscoups, meist sah er sich genötigt, seine erotischen Werbefeldzüge akribisch und wochenlang vorzubereiten. Er verwöhnte seine Angebeteten nicht nur mit galanten Briefen , Gedichten und Geschenken aller Art, er erkundete ihren Geschmack, ihre geistigen Vorlieben und künstlerischen Interessen, er führte sich rechtzeitig, oft mit wechselnden Namen und Titeln , bei der jeweiligen Familie ein, arrangierte teure Dinners und aufwendige Ausfahrten, mietete kostspielige Appartements oder eine Prachtvilla, um das geeignete Ambiente für den letzten Akt zu schaffen. Nie hat man einen Berufs-verführer mit solch berserkerhaftem Einsatz , mit so viel Raffinement und Einfühlungs-gabe am Werke gesehen.

Auch das gesamte wissenschaftliche , philosophische ,künstlerische und esoterische Repertoire der Epoche stellte dieser geborene Spieler und Schausteller in den Dienst seiner erotischen Feldzüge: einer holländischen Patrizierstochter ,die unbedingt der Geheimnisse der Kabbala teilhaftig werden wollte, stellte er sich als Meister der jüdischen Zahlenmystik vor. Was Wunder, daß die junge Schöne das Geheimnis der Quadratur des Kreises erst in Casanovas Bette fand! Die vornehmen Damen umgarnte er mit seinem unglaublichen Erzähl-talent, mit seinem Charme und seiner stupenden Belesenheit und Gelehrsamkeit. Und er bediente -wie manche Liebeshelden aus Bocaccios Dekameron - jede mystische Grille oder religiöse Verstieg-enheit , um an sein Ziel zu gelangen. Einer berühmten Pariser Alchemystin, die von der Wunschvorstellung beseß-en war, als junger Hermaphrodit wieder geboren zu werden, gaukelte er vor ,im Besitz des „Elixiers der Unsterblichkeit“ zu sein, und legte sich, nach einem aufwendigen magischen Ritual ,mit ihr mittenachts bei Vollmond in eine mit allerlei Kräutern und aromatischen Balsamen versetzte Badewanne, die mit violetter Wasser gefüllt war. Daß die gelehrte

Dame das Wunder ihrer temporären Verjüngung weniger dem gefärbtem Wasser als der Manneskraft ihres Besitzers verdankte und den stets von Geldnot Geplagten jahrelang finanzierte, braucht wohl nicht gesagt zu werden. Zuweilen wandte Casanova auch toll-dreiste Tricks an, die an Frivolität und Obszönität nichts zu wünschen übrig lassen : Einer naiven Pariser Schönen, die ein adeliger Bonvivan geschwängert hatte und die unbedingt abtreiben wollte, bevor sie ins Kloster ging, stellte er sich als erfahrener Medicus vor. Durch die mittels eines Zylinders wiederholte Einführung einer besonderen Arznei , der mit warmen Samen versetzt sei, würde sich der Muttermund öffnen und die Leibesfrucht von selbst abgehen. Man kann sich wohl denken, von welcher Art der „Zylinder“ war, den Casanova zur Erleichterung der Schwangeren benutzte.

Trotz seines ausgeprägten Machismo und seiner neurotischen Bindungsangst war Casanova durchaus kein Don Juan im klassischen (Moliereschen) Sinne, der die Frau nur erobert, um sie dann eiskalt fallen zu lassen. Er warb, oft mit den verrücktesten und verzweifeltsten Anstrengungen, um Liebe , er war ein zärtlicher und einfühlsamer Liebhaber (wie viele Damen , die er beglückt hatte, später berichteten) ,und er tat , was er konnte, um manchen seiner Bettgenossinnen hernach zu einer standesgemäßen Partie und Aussteuer zu verhelfen. Nicht wenige Töchter und Bräute Christi, die bigotte Väter ins Kloster gesteckt hatten, überzeugte er davon, daß die Wonnen des Fleisches seiner Auferstehung keineswegs im Wege stünden.

Wenn wir Casanova heute auf den verschlungenen Pfaden seiner Liebesabenteuer folgen, ist uns ,als ob wir zusähen, wie ein Betrunkener oder ein Irrsinniger in einer regnerischen Nacht die glatte Wand eines Hauses hinaufklettert, um mit unsäglicher Mühe und nach der fast wundérsamen Überwindung tödlicher Gefahren, halsbrecherischer Hangeleien an Dächern und Balkonen entlang, durch eingeschlagene Fenster und über fremde Wohnungen in ein Zimmer einzudringen, wo das Objekt seiner Begierde wartet - und dies,

obschon das Tor weit offen und auch ein Aufzug da ist, mit dem er in wenigen Sekunden die unverschlossene Türe erreichen könnte. In unserem Zeitalter der frenetischen Reklame hat man es nicht mehr nötig, um Liebe zu werben ,denn sie scheint sich überall fast bedingungslos anzubieten. In den Filmen und TV-Movies wird uns der Geschlechtsakt bis zum vorletzten Detail präsentiert, aber nur noch selten die Werbung , die Lockung und die Verführung. Und die Worte, die vorher oder während des Aktes nüchtern gewechselt werden, sind meist so armselig, daß es gar nicht störend auffällt, wenn sie von ohrenbetäubender Technomusik oder brüllenden Rocksängern überdröhnt werden.

In unserer Zeit wäre Casanova wohl nur noch ein verlorener und trauriger Clown , der nicht einmal bei „Playboy“ mehr eine Anstellung finden würde. All seine erotischen Finessen und Listen , seine Erfindungen und geistreichen Verkleidungen, derer er sich zu seiner Zeit bedienen mußte, um die Bastionen der Moral und Sittlichkeit, der Etikette und der Bigotterie zu umgehen, sein schier unerschöpfliches Repertoire der Liebeswerbung und der Verführung ist seinen Nachfahren im Zeitalter der kommerzialisierten Sexualität und der grenzenlosen Permissivität abgenommen worden: nicht nur von Swingerclubs und Seitensprung- Service, von Eroscentern und billigem Sex-Tourismus , sondern vom sexuellen Tauschverkehr auf dem freien Markt der risikolosen Partnerschaften. Kein Grund für die vielen heimlichen Machos unter den neuen Softies, diesem wohl durchtriebensten und erfinderischstem Macho des 18. Jahrhunderts nachzutruern. Aber ich bin sicher: als Genosse unserer Zeit, die mit der Werbung einer Zahnpasta, Bier- Dose oder Adidas- Tasche mehr Aufwand treibt als mit der Werbung um eine Frau, würde er sich zu Tode langweilen! Ihm würden einfach die Hindernisse und Barrieren fehlen, die seine erotische Phantasie und Verführungskunst erst in Schwung brachten. Es sei denn, er bekäme es mit Alice Schwarzer und den heutigen Amazonen zu tun!

(1998, gesendet im Deutschlandradio).

