

Aus gegebenem Anlass – den beiden Heimspielen zum 40-jährigen Geburtstag – holen wir diesen Beitrag aus dem Dezember 2018 noch einmal nach oben.

Meinung · Manchmal geht ein großgewachsener, dünner Typ mit Basecap durchs Viertel. Fast jeder weiß, wer es ist und dass man den Kerl durchaus zur Prominenz zählen kann. Und trotzdem: Keiner quatscht ihn von der Seite an nach dem Motto „Du bist doch der Breiti von den Toten Hosen.“ Nein, Michael Breitkopf, der hier um die Ecke wohnt, ist einfach einer von uns. Jeder Zweite kennt sogar sein Auto, das schon seit gut 15 Jahren hier immer parkt. Ganz ähnlich ist es auch beim Drummer der Band, der in einer Musikkneipe des Viertels gern mal über die Stränge schlägt. Und wenn Campino in irgendeiner Hausbrauerei mit Freunde sein Bier trinkt, macht auch kein Düsseldorfer ein größeres Bohei drum. Schon gar nicht, wenn Breiti, Campino und auch Andi bei Fortuna-Spielen zuhause oder auswärts im Block stehen. Und auch deshalb stehen die Toten Hosen wie kaum eine andere Instanz in unserer Zeit für unser Düsseldorf. Und deshalb liebe ich sie... *[Lesezeit ca. 4 min]*



Na, schon gespannt auf den Beitrag? Nach einer kurzen Werbeunterbrechung geht's weiter. Denn The Düsseldorf versteckt sich nicht hinter einer Paywall. Alles, was du hier findest, ist gratis, also frei wie Freibier. Wenn dir aber gefällt, was du liest, dann kannst du uns mit dem Kauf einer **einmaligen Lesebeteiligung** finanziell unterstützen. Wir würden uns sehr freuen.

...obwohl ich ihre Musik nicht besonders mag. Okay, in den Anfangstagen der ausklingenden Punk-Ära habe ich das eine oder andere Kneipenkoncert der Truppe live erlebt; das letzte vermutlich 1985. Deshalb besitze ich auch nur ein Album der Band, natürlich die limitierte Ausgabe der „Opel-Gang“ mit der Zusatzscheibe, auf sich der legendäre Bommerlunder-Rap findet. Sonst nichts: keine andere LP, keine CD, keine MP3s, und, nein, eine Spotify-Playlist mit DTH-Songs führe ich auch nicht. Nun ist es nicht so, als wenn ich das Oeuvre der Kombo samt und sonders schrecklich fände; ich habe da schon so meine Favoriten – allen voran das geniale „Hier kommt Alex“. Aber für diverse Mitgröllieder schäme ich mich sogar ein bisschen; die zehn kleinen Jägermeister fand ich peinlich, das Ding mit dem Wal sogar oberpeinlich.

Unter den Titeln, für die der unsterbliche Funny van Dannen die Texte geliefert hat, finden

sich einige herrliche Sachen; nehmen wir nur das wundervolle Anti-FCB-Lied, in dem es heißt „Was für Eltern muss man haben, um so verdorben zu sein, einen Vertrag zu unterschreiben bei diesem Scheißverein“ – ganz, ganz großes Tennis. Auch die Schote über Sascha, den aufrechten Deutschen, zähle ich dazu. Aber dann sind da diese Hymnen mit dem steil erhobenen Zeigefinger (1000 gute Gründe) und die Schlager (An Tagen wie diesen) der letzten Jahre, die ich nur schwer ertrage. Aber das tut meiner Liebe zu den Hosen keinen Abbruch. Völlig bescheuert finde ich die immer wieder aufflammende Debatte darüber, dass die Hosen ja gar nicht mehr Punk wären, ja, den Punk verraten hätten. Wer sich die Entwicklung der Band seit den frühen Achtzigern mal genauer anschaut, wird sich ohnehin fragen, wie sehr Punk sie je waren. Musikalisch muss man die Toten Hosen natürlich zum Deutschpunk zählen; in vielen, vielen Stücken beziehen sie sich auf die großen Punk-Musiker, wobei sie – Kuddel sei Dank – mittlerweile in Sachen Komposition und Instrumentenbeherrschung auf dem Niveau jeder ernstzunehmenden Rockband sind.

Aber um all das geht es nur in geringem Maße. Die Toten Hosen sind eine Instanz, ihre Fans sind Jünger, die nach jedem erreichbaren Live-Gig lechzen wie der gläubige Katholik nach dem Papstbesuch. Zu einem Hosen-Konzert geht man nicht allein, sondern mit Freunden und Familie. Man wählt sorgfältig das passende T-Shirt aus, schwenkt vielleicht auch noch eine Fahne oder ist gar mit Bengalos bewaffnet. Die Stimmung ist ohnehin ausgesprochen fußballartig. Was auch damit zusammenhängt, dass die Hosen schon immer aufs Engste mit dem getretenen Ball verbunden sind. Man denke nur an das legendäre Video zum Bayern-Lied und die unverbrüchliche Treue von Campino & Co. zur glorreichen Fortuna, die er weltweit bei jedem Gig – selbst im Domdorf – mit Stolz präsentiert.

Überhaupt: Gibt es in ganz Deutschland überhaupt noch eine Band, die dermaßen eng mit ihrer Heimatstadt verbunden ist? Mal abgesehen vom Wolfgang Niedeggen und BAP. Steht irgendeine andere Truppe oder irgendein anderer ernstzunehmender Rockmusiker in diesem Maße für eine Stadt wie unsere Toten Hosen? Haben die Hosen über die vergangenen 35 Jahre nicht enorm viel dafür getan, das Image Düsseldorfs als Schickimicki-City in eine andere Richtung zu bewegen? Ja, das haben sie. Ganz nebenbei haben sie einen Begriff von Heimat vermittelt, der nicht piefig-miefig, kleinkariert und ausgrenzend wirkt, sondern weltoffen. Wer sich außerdem ein ganz kleines Bisschen mit JKP, der Plattenfirma der Hosen, befasst, wird feststellen, dass sie auch Begriffe wie Familie und Freundschaft auf eine Art definiert haben und leben, die Hoffnung gibt – angefangen von der „Familiengruft“ über den

Umgangston in der Firma bis zu den legendären Fußballreisen mit ihren Kumpels.

Apropos: Ein befreundeter Mitarbeiter von JKP sagte mir einmal, man dürfe ja auch nicht vergessen, dass Campino, Breiti, Andi und Kuddel auch Chefs eines mittelständischen Unternehmens sind, die für viele Familien und so für gut 300 Menschen verantwortlich sind. Auch dies ist übrigens auf rührende Weise düsseldorferisch, dass Unternehmer die „Belegschaft“ ihrer Firma als Familie betrachten und die Menschen der Stadt als erweiterten Freundeskreis. Auf diesem Hintergrund verzeiht man den Hosen manches Merchandising-Desaster und auch, dass die Altbierbrauerei aller Altbierbraueren, das Uerige, jetzt ein helles Bier braut und unter der DTH-Marke verkauft. Denn bei allem notwendigen Marketing-Gehampel sind die Mitglieder der Band immer authentisch geblieben, waren immer Teil der Stadt, waren immer Jungs wie wir – und dafür liebe ich sei (auch wenn ich ihre Musik nicht besonders mag).