

8

ged *Œ*
und mit
Bed *Œ* gem *Œ*

hab *Œ*
bei N *Œ*
die Gr *Œ*

M *Œ*
mit Bed *Œ*
entf *Œ*

große Pr *Œ*
gib ob
Œ

die P *Œ* gebr *Œ*
nur *Œ*

sie I *Œ* und I *Œ*
wenn's kr *Œ*

es fl *Œ*
ganz s *Œ*
ab

NOMEN EST OMEN. Sich einen Namen machen kann auf zwei Arten geschehen: Der Name wird in einem schöpferischen Akt geboren oder er wird, in übertragenem Sinn, substanziiell angereichert. "Damit hat sie sich einen Namen gemacht". - Einen Namen spricht man aus. Man ruft ihn. Er wird gehört. Er erklingt innerlich, wenn man ihn liest. Im Namen ist das Wesen einer Person, einer Sache, einer Gattung verdichtet. Der Name ist ein Zeichen. Deshalb kann er nicht ohne weiteres gewechselt werden. Das hieße die Identität wechseln, sich unter einem fremden Namen eintragen, einen falschen Namen führen. Um die eigene Identität nicht preiszugeben, wird manchmal ein anderer Name, ein Pseudonym, gewählt. Und es kommt vor, dass ein Mensch für einen anderen in dessen Namen handelt. Zur Identifizierung ist der Name wesentlicher Bestand. Viele Papiere sind auf ihn ausgestellt. Formulare fordern auf, zuerst den Namen einzutragen. Namenlos zu sein, heißt ohne Bestimmung zu sein und ohne innere Stimmung. - In der Öffentlichkeit oder in Fachkreisen kann man sich einen guten Namen machen, einen schlechten auch. Dem Namen wird Aufmerksamkeit entgegen gebracht. Es wird auf seinen Wert geachtet und auf die Qualität, die mit ihm verbunden ist.

„Wie soll es heißen?“ fragt die Hebamme die Mutter, den Vater. Wie kommt der Name des Kindes zu den Eltern? Viele Geschichten tun sich da auf. - Der Mensch ist ein Namengeber. Mit der kreativen Kraft etwas zu benennen handelt er - wir lesen es in der Schöpfungsgeschichte - in göttlichem Auftrag. Ohne Namen ist kein Erkennen und keine Verständigung. Glimmer, Gneis, Granit. - Akelei, Rosmarin, Holunder.- Lerche, Eule, Albatros. Alles Wesen der Natur ist vom Menschen benannt. Und seine Kulturgegenstände heißen: Tisch, Löffel, Tür und Tor. Seine abstrakten Gebilde: Verfassung, Tarifvertrag, Manifest. - Zu ganz neuen Wortschöpfungen gelangt er, wenn er für Produkte, Firmen, gesellschaftliche Gruppierungen einen unverwechselbaren Namen und ein Zeichen dazu sucht. Und findet: Leibniz-Keks, Audi, Nivea oder Tui. Designer, Psychologen, Marktforscher und Juristen sind tätig, um diese neue Namen weltweit zu positionieren und ihren Wert zu schützen. Keine Geschäftseröffnung geschieht, ohne einen eigenen Namen zu präsentieren. Originell und weniger. Mit Kraft aufgeladen oder wie es gerade en vogue ist. Manche dieser Namen überdauern und bringen viel Geld. Andere bleiben nicht lange bestehen. Wieder andere werden beliebt. Immer neue kommen hinzu. Ein offener Prozess. **ACHTUNDBLAU.**

und

und dies und das
und überhaupt
und grau und blau und wenig
und frühlingsluft und morgenduft
und weher tiefer atem
und glockenklang und chorgesang
und viele grüne arten
und feigenblatt und organist
und straßenbahn und hühnermist
und freiheitsdurst und lattenzaun
und bücherkopf und pferdefuß
und kurzzeitjob und midnightblues
und ofentür und schau mal rein
und hochgehüpft und anders sein
und papagei und eisenhut
und pappenheim
und lange feine tage
und wie's so ist und hast du nicht
und sieh mich an und
lieb mich



blau

22/10 erscheint drei-
bis viermal pro Jahr.
Was bleibt:
Das Format, 8 mal ge-
locht.
Was sich ändert:
Das Thema, die Texte,
die Farbe, die Bilder.

Zu dieser Ausgabe:
Texte: Jörg Fricke
Gestaltung: Jakob Fricke

Schrift Titel:
Plakette Medium
Schrift Text:
Rotis Sans Serif

Herausgeber:
achtundblau
Agentur für
Künstlerisches Handeln &
Visuelle Kommunikation
Alt-Ahrbeck 3
D-31303 Burgdorf
kontakt@achtundblau.de
www.achtundblau.de