

Menschen und ließen ihre Stimmen oder den Klang ihrer Instrumente durch die menschenleeren Gassen hallen. Die Bilder gingen um die Welt. Nur wenige Monate später war Corona Alltag und die Balkone blieben leer. Langfristig braucht es mehr für die »Helden des Alltags« als Applaus oder Musik, denn jede langfristige Gemeinschaftsbildung benötigt mehr Zeit und Nähe.

Ein anderes Beispiel für bewegendem Zusammenhalt in der Katastrophe ist das Elbhochwasser im August 2002, das in Deutschland, Österreich und Tschechien ganze Existenzen zerstörte. In der dramatischen Ausnahmesituation erfuhren die Menschen in den betroffenen Gebieten, die in Deutschland von Bayern über Sachsen bis Brandenburg und Schleswig-Holstein reichten, viel spontane und tatkräftige Unterstützung. Im Gedächtnis bleibt nicht nur der damalige Bundeskanzler in gelben Gummistiefeln, sondern der Einsatz zahlreicher Menschen, die Sandsäcke gegen die ansteigenden Wassermassen stapelten, die Helfer mit Essen versorgten und den Flutopfern beim Aufräumen des Chaos halfen – nicht zu vergessen die enorme finanzielle Spendenbereitschaft.

Erfreulicherweise schaffen auch erfreuliche Großereignisse Solidarität, wie z. B. 2014, als eine ganze Nation sich zur Fußball-Weltmeisterschaft hinter der eigenen Nationalmannschaft versammelte und deren Erfolge fahnenfreudig bejubelte – im tiefen Vertrauen auf »unsere« Fähigkeiten am Ball (oder zumindest im festen Glauben daran).

All das umfasst der Begriff Vertrauen: Geborgenheit in einer Gruppe, einer Gemeinschaft, die mich mitträgt und deren Unterstützung mir sicher ist. Hier kann ich fallen und man wird mich auffangen ... Daher findet sich das eingangs beschriebene Schrank-Phänomen meist in ländlichen Gegenden, wo die soziale Kontrolle prinzipiell noch stärker, die Gemeinschaft größtenteils noch intakt ist – mit allen positiven wie negativen Begleiterscheinungen. Gerade in kleineren Ländern ist oft über das dörfliche Umfeld hinaus das Zusammengehörigkeitsgefühl insgesamt stärker erkennbar, was sich nicht zuletzt an der landeswei-

ten Existenz von Vertrauenskassen zeigt. Im fernen Inselstaat Neuseeland mit weniger als fünf Millionen Einwohnern gibt es eine lange Tradition solcher Stände, bisweilen sind es ganze Garagen oder kleine Häuschen voller Ware. Manchmal sind diese Miniläden sehr liebevoll dekoriert und besonders individuell ausgestattet. Dazu gibt es dort, am schönsten Ende der Welt im Südwestpazifik, den vielleicht apartesten Begriff für die Geldbox am Verkaufsstand: die »Honesty-Box«.

# 1.

## **Szenenwechsel: Vertrauen auf der Resterampe von Wirtschaft und Gesellschaft (Frankfurt / M.)**

Wir sind wieder zurück in Nordeuropa, unternehmen aber zwecks Erkenntnisgewinn eine fixe Fährfahrt von Fanø zum Festland nach Esbjerg, der siebtgrößten Stadt Dänemarks (72 000 Einwohner), und bewegen uns von dort zügig 812 km weiter südlich in die siebtgrößte Stadt Deutschlands (753 000 Einwohner): Frankfurt am Main liegt im Bundesland Hessen, in unmittelbarer Nähe zum beliebten Naturpark Taunus. Viele Frankfurter pflegen ihre Traditionen, unterstützen gemeinschaftlich »ihre« Eintracht (e.V.) oder trinken ortsüblichen Apfelwein, regional: »Äppelwoi« oder »Ebbelwoi«. Einige von ihnen sind stolz darauf, dass Goethe hier geboren wurde, andere auf die historischen Altstadtbauten rund um den Kaiserdom, die immer noch zahlreichen Messen (die erste gab es hier im 12. Jahrhundert), den globalen Drehkreuz-Flughafen (der viertgrößte Europas) oder die imposanten Wolkenkratzer im Stadtzentrum. Der Bahnhof ist der verkehrsreichste und das Autobahnkreuz darüber hinaus das meistbefahrene Deutschlands. Doch der Ort ist nicht nur ein gewaltiger Verkehrsknoten im traditionellen Wortsinn. Hier existiert überdies – gemessen am Datendurchsatz – der weltweit größte Internet-Verkehrsknoten. Zur schönsten Stadt im Staate wurde Frankfurt zwar noch nie erwählt, aber immerhin wurde der Goethe-Wanderweg zum schönsten Wanderweg Deutschlands in der Kategorie »Stadt und Kultur« gekürt (11 km, Startpunkt Goethehaus, Großer Hirschgraben 23–25).

Die zahlreich vorhandenen Hochhäuser bilden eine an US-Metropolen erinnernde Skyline, was dazu führt, dass die Main-Metropole in Reiseführern stets als »Mainhattan« bezeichnet wird, angelehnt an den bevölkerungsreichsten Bezirk von New York City (NYC), Manhattan.

Insgesamt sollen es 450 Hochhäuser sein. Ab ca. 150 Meter Höhe gehören sie in die Kategorie Wolkenkratzer. Ganze 19 der 20 höchsten Wolkenkratzer Deutschlands stehen hier in Mainhattan. Und bei dem anhaltenden Bauboom vor Ort kommen wohl noch einige hinzu. Eine der Ursachen für die stadtbildprägenden Hochhäuser ist die kulturell gewachsene Bedeutung Frankfurts als ein maßgeblicher Finanzplatz Kontinentaleuropas neben Paris und London: Bereits 1194 erhielt die Krönungsstadt deutscher Kaiser und Könige erstmals das Recht auf eigene Münzprägung, 1585 wurde die Frankfurter Börse gegründet.

Die meisten der richtig hohen Häuser stehen dementsprechend im sogenannten Bankenviertel. Der von Stararchitekt Lord Norman Foster entworfene Commerzbank Tower am Kaiserplatz bildet mit 259 Metern Höhe den absoluten Gipfel des örtlichen Bankengebirges, in der gesamten EU baute bisher niemand höher. Wer dort als Tourist im Sonnenschein durch die beeindruckenden und zudem schattenspendenden Häuserschluchten schlendert und vor den Repräsentanzen internationaler Großbanken oder der Europäischen Zentralbank (Ostend), von Versicherungen oder sonstigen finanzkräftigen Institutionen verweilt, entdeckt weder blumige Vorgärten noch selbst gebaute Marmeladenschränkchen. Ein hyggeliges Flair ist trotz vereinzelter, perfekt in Form frisierter Grünpflanzen nicht zu entdecken (eventuell oben in den Teppichetagen, vielleicht haben einige Firmen bereits *cozy* »Innovation-Labs«<sup>2</sup>). Behaglich oder gar heimelig muss es hier aber auch gar nicht sein, denn die Faszination und Intention des Finanzdorfes ist eine völlig andere ... Dennoch oder gerade deswegen starren ein paar der Turmbewohner etwas ermattet auf ihre zahlenschweren Bildschirme. Vielleicht träumen einige dabei gar nicht vom Urlaub im Porsche, sondern vom Urlaub in Dänemark. Der beschleunigt zwar weniger das Ego, sondern entschleunigt primär die Seele, wirkt dafür aber meist nachhaltiger als die 4,2 Sekunden bis Tempo 100 (reine Typenfrage).

## Lieber Schein(e) als Sein

Gerade Banken auf der tempolastigen Überholspur, die ihre diversen High-Performance-Anlageschäfchen bevorzugt grenzübergreifend vermehren, bemühen sich gerne um repräsentative Dependancen in bester A-Lage. Ein traditioneller Grund dafür war das damit verbundene Werben um das Vertrauen der Kundschaft – neben dem Wunsch nach Selbstdarstellung, Präsenz, Reputation, Seriosität: »Bei uns ist Ihr Geld sicher.« Die Bank winkt mit dem selbsterklärenden Zaunpfahl bzw. der Carrara-Marmorsäule: Wir können mit Geld umgehen, das sollen unsere Kunden ruhig sehen und spüren. Die älteste Zentralbank der Welt, die 1668 gegründete Schwedische Reichsbank, hatte einst das Motto »Hinc robur et securitas«, zu Deutsch: »Von hier stammen Stärke und Sicherheit.« Es wurde zur massengängigen Bekräftigung der Johanniskraut-Aussage zeitweise sogar auf die 100-Kronen-Scheine gedruckt. Aber als Zentralbank ist ihre Aufgabenstellung naturgemäß deutlich sicherheitslastiger und für alle Schweden definiert.

Wer heute als Nichtbanker vor den höchsten Bankhäusern Frankfurts steht, der spürt vermutlich etwas anderes als eine Aura von persönlicher Sicherheit: Die gewaltigen Bankentürme demonstrieren zwangsläufig – und sind darin durchaus mit Burgen oder Kathedralen des Mittelalters vergleichbar – Macht und Überlegenheit gegenüber der »normalen« Welt. Es sind imposante Burgen aus Stahl, Beton und Glas, die etwas hermetisch Verriegeltes ausstrahlen, sogar ohne Wassergraben und hochgezogene Zugbrücke: Gräben und Mauern sind hier von ganz anderer menschlicher Natur und sozialer Härte ... Viele draußen vor den Glastüren würden wohl das Wort »Abgehobenheit« oder – in Bezug auf das massenwirksam überlieferte Verhalten einiger Turmarbeiter – sogar »Arroganz« oder altmodisch »Niedertracht« hinzufügen. Die preisgekrönte deutsche TV-Serie »Bad Banks« hat den Mythos von Gier, Gefühlskälte und Egomane vor Frankfurts Global-Finance-Kulisse massentauglich mit Coolness-Faktor inszeniert und so ein überzeugendes Investment in alle negativen Vorurteile vorgenommen. Nur einer klemmt sie alle im Vorbeigehen unter seine Hosenträger: Der gut