

Prof. Dr. Alfred Toth

Das Überleben von Objekten als Marke

1. Von Max Bense stammt der bemerkenswerte Satz: "Das Seiende tritt als Zeichen auf, und Zeichen überleben in der rein semiotischen Dimension ihrer Bedeutungen den Verlust der Realität" (Bense 1952, S. 80). Die Vorstellung, die den Hintergrund dieses Satzes bildet, besteht allerdings im Grunde in einem Paradox. Bei der thetischen Einführung eines Zeichens, das als "Metaobjekt" (Bense 1967, S. 9) auf ein Objekt abgebildet wird, wird ja dieses Objekt nicht ersetzt, sondern es wird ihm eine referentielle Kopie an die Seite gestellt, d.h. die Welt der Objekte wird durch eine Parallelwelt der Metaobjekte quasi verdoppelt. Dies erklärt auch, warum Zeichen nur dann sterben – um im Bildes des "Überlebens" zu bleiben –, wenn die von ihnen bezeichneten Objekte sterben. Bekannte Beispiele aus jüngster Zeit sind Schreibmaschine, Schüttstein oder Tintenlöscher. Dies ist allerdings nicht die von Bense intendierte Bedeutung dieses Satzes. Auch wenn Bense in dieser präsemiotischen Phase seines Werkes noch keinen Zugang zu den "Collected Papers" von Peirce hatte und sich seine frühen semiotischen Aussagen somit auf die willkürlichen Exzerpte von Charles Morris beziehen, so ist doch klar, daß Benses Satz auf die Konzeption eines pansemiotischen Universums abzielt, d.h. eines hermetischen, im modelltheoretischen Sinne abgeschlossenen Universums, in dem es überhaupt keine Objekte gibt. Diese spielen lediglich die unvermeidbare Rolle von Domänen bei der thetischen Setzung, denn es gibt keine Zeichen, die auf "Nullobjekte" abgebildet werden können. Sobald aber die Zeichensetzung abgeschlossen ist, sind die Objekte durch Objekt-Bezüge, d.h. Teilrelationen von Zeichenrelationen, ersetzt, welche ihre bezeichneten Objekte lediglich "mitführen", wie sich Bense später ausgedrückt hatte (vgl. Bense 1979, S. 43). Der Fehler besteht hier allerdings darin, daß ein solches "semiotisches Universum" (Bense 1983) voraussetzt, daß "wir alles, was wir wahrnehmen, in Zeichen wahrnehmen" (Peirce) – und diese Behauptung widerspricht der definitorischen Forderung von Zeichen, daß sie thetisch eingeführt werden müssen. Kein Objekt, das von einem Subjekt bloß wahrgenommen wird, wird durch den Akt der Wahrnehmung bereits zum Zeichen. Ein wahrgenommenes Taschentuch bleibt ein Taschentuch, d.h. ein Objekt,

das ich dazu benutze, um meine Nase zu schnäuzen. Erst wenn ich das Taschentuch verknote, d.h. das Objekt verfremde, wird es zum Zeichen, indem ich der Verknötung eine bestimmte Bedeutung beilage, etwa, daß ich nicht vergessen solle, morgen meine Tochter vom Kindergarten abzuholen. Solange also Objekte nur unwillkürlich wahrgenommen, aber nicht in einem willentlichen Akt zu Zeichen erklärt werden, gibt es auch kein Überleben dieser Objekte als Zeichen. Die Objekte bestehen einfach, bis sie zerstört werden. Sie brauchen sich auch überhaupt nicht um Zeichen zu kümmern, die sie bezeichnen, denn zwischen Objekten und Zeichen besteht lediglich 1-seitige Abhängigkeit, insofern das Zeichen ohne sein bezeichnetes Objekt ungesättigt ist, aber umgekehrt ein Objekt ohne ein Zeichen, das es bezeichnet, ontisch gesättigt ist.

2. Bei semiotischen Objekten, d.h. "symphysischen" Verbindungen von Zeichen und Objekten (vgl. Bense/Walther 1973, S 70 f.; Toth 2008) gibt es wegen dieser untrennbaren, da hyperadditiven Verbindung von Objekten und Zeichen per definitionem keine Möglichkeit, daß das Zeichen ohne sein Objekt überlebt. Umgekehrt überlebt aber auch der Objektanteil die Auflösung eines semiotischen Objektes nur als Objekt und nicht als Objektanteil. Wird bei einem Wegweiser das Schild mit den semiotischen Angaben zum Ort und zur Richtung des Referenzobjektes entfernt, so bleibt kein Objektträger, sondern ein Pfosten zurück, und die semiotischen Angaben, die vielleicht auf dem Boden liegen, haben überhaupt keine semiotische Funktion mehr. Noch gravierender als bei solchen Zeichenobjekten ist es bei Objektzeichen wie etwa Prothesen. Bei diesen besteht der Zeichenanteil in der semiotischen Form, welches das Objekt als Material formt, etwa einen Arm, der durch die Prothese ersetzt werden soll. Die Entfernung des Zeichenanteils kommt in diesem Falle also einer Zerstörung nicht nur des semiotischen Objektes, sondern auch des Objektes gleich. Allerdings gibt es den seltenen Fall, daß Objekte bei semiotischen Objekten in Form ihrer Zeichenanteile überleben können, dann nämlich, wenn diese Zeichenanteile Marken sind. Ein geradezu bilderbuchmäßiges Beispiel bietet das nur in den USA verkaufte "St. Pauli Girl"-Bier. Um die zum Verständnis dieser Form des "Überlebens von Objekten als Marke" voraussetzende Geschichte dieses Bieres nicht redundanterweise nacherzählen zu

müssen, sei sie direkt aus dem einschlägigen Wikipedia-Lemma herauskopiert.

Die St. Pauli-Brauerei wurde 1857 von dem Bremer Unternehmer Lüder Rutenberg gegründet. Gebraut wurde in der früheren *Rungeschen Brauerei* in der Bleicherstraße im Ostertor. 1862 stieg Carl Ludwig Wilhelm Brandt als Teilhaber ein. 1864 wurde der Braumeister Heinrich Beck eingestellt, der später mit Franz Gustav Thomas May die *Kaiserbrauerei Beck & May* gründete. Bis 1870 stieg die *St. Pauli-Brauerei* zur größten Bremer Brauerei auf. Brandt war mittlerweile alleiniger Eigentümer, da Rutenberg wegen geschäftlicher und persönlicher Differenzen aus der Firma ausgeschieden war. Bereits in den 1880er Jahren wurde *St. Pauli Girl* eines der erfolgreichsten Biere der Bremer St. Pauli-Brauerei und gewann insgesamt zwölf internationale Medaillen. Die Stärke der Marke war schon damals die Ausfuhr von hellem Lagerbier, besonders in die Vereinigten Staaten. Um die Jahrhundertwende schaffte es die Brauerei, die mittlerweile im Besitz einer englischen Aktiengesellschaft war, zudem in Großbritannien Fuß zu fassen.

In der Zeit vor dem Ersten Weltkrieg war *St. Pauli Girl* das bekannteste deutsche Exportbier. In Kooperation mit dem Norddeutschen Lloyd schaffte es Beck & Co. jedoch, die Marke Beck's zum Synonym für deutsches Bier in den Vereinigten Staaten zu machen, andere deutsche Biere vom Exportmarkt zu verdrängen und die *St. Pauli Brauerei* 1918 nach verschiedenen Eigentümerwechseln zu übernehmen.

St. Pauli Girl überlebte als Marke und wurde ab 1965 wieder in Bremen produziert und als *Lager* und *Special Dark* in ausgewählte Regionen der USA eingeführt. Ab 1975 begann die landesweite Vermarktung unter Verwendung der Illustration einer blonden Frau im Dirndl auf dem Etikett. Seit den 1980ern wird die Marke durch die jährliche Wahl eines Fotomodells zum „St. Pauli Girl“ beworben. Zeitweise war *St. Pauli Girl* das zweitmeistverkaufte deutsche Bier in den Vereinigten Staaten und das *Non-Alcoholic Malt* sogar das meistverkaufte alkoholfreie Importbier in den USA.

Literatur

Bense, Max, Die Theorie Kafkas. Köln 1952

Bense, Max, Semiotik. Baden-Baden 1967

Bense, Max, Die Unwahrscheinlichkeit des Ästhetischen. Baden-Baden 1979

Bense, Max, Das Universum der Zeichen. Baden-Baden 1983

Bense, Max/Walther, Elisabeth, Wörterbuch der Semiotik. Köln 1973

Toth, Alfred, Zeichenobjekte und Objektzeichen. In: Electronic Journal for Mathematical Semiotics, 2008 14.7.2015