

Panda

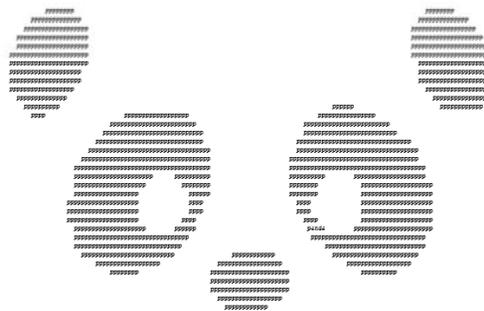
Das chinesische Kuscheltier

Von Heike Kraemer

Einem Panda-Bären traut kaum jemand zu, ein guter Kung-fu-Kämpfer zu sein, weil er ein wenig dick und behäbig ist, und vor allem weil er zu viel ans Essen denkt. So sehen das jedenfalls die Tiere, die als die besten Kämpfer gelten: der Affe, die Gottesanbeterin, der Kranich, die Schlange und der Tiger. Dennoch ist es der Panda, der die Auszeichnung „Drachenkrieger“ erhält und dabei lernt, dass er siegen kann, wenn er nur er selbst ist und an sich glaubt. Dieser Panda, der bei all seiner Plumpheit und Ungeschicklichkeit dennoch das Zeug zum Helden hat, ist der Protagonist der aktuellen Dreamworks-Produktion *Kungfu Panda*.

Panda-Bären genießen bei den Menschen eine besondere Popularität, obwohl oder gerade weil sie so manche ins Lächerliche reichenden Züge zugeschrieben bekommen, wie etwa ihr ständiges Fressen, ihre tollpatschige Erscheinung und ihre kolportierten Schwierigkeiten bei der Fortpflanzung. Mit ihrem einzigartigen schwarz-weißen Fellmuster sehen sie putzig aus, vor allem natürlich ihre Jungtiere. Sympathischerweise sind sie Vegetarier, obwohl ihr Verdauungstrakt durchaus den Genuss von Fleisch erlauben würde, und zudem gehören sie zu den stark bedrohten Tierarten. Nur noch etwa 1600 von ihnen leben wild in den Wäldern der chinesischen Provinzen Sichuan, Gansu und Shanxi.

Der Große Panda ist das Nationaltier Chinas und wird als solches von der Regierung als Sym-



www.panda.hk

pathieträger eingesetzt, zum Beispiel als Panda Jingjing, „das Glitzerchen“, eines der fünf Maskottchen der Olympischen Spiele in Peking. Jingjing steht für die kraftvollen und auch für die kämpferischen Sportarten der Spiele – so gibt es Bilder des Panda-Maskottchens beim Judo, mit Pfeil und Bogen, mit Boxhandschuhen und mit Gewehr –, zugleich aber soll er – oder sie – die Harmonie zwischen Mensch und Natur symbolisieren.

Geschenke oder Leihgaben von Panda-Bären an andere Nationen gelten schon seit den 1950er Jahren als Geste der Freundschaft und gaben der „Panda-Diplomatie“ ihren Namen. Auch der chinesischen Inselrepublik Taiwan, die man in der Volksrepublik als Bestandteil der eigenen Nation betrachtet, sollten im Jahr 2005 zwei Panda-Bären geschenkt werden. Die Namen der Tiere, Tuantuan und Yuanyuan bedeuten beide jeweils so etwas wie „das Rundchen“ oder „das Kugelchen“, ergeben in ihrer Verbindung als *tuanyuan* aber das Wort „Zusammenkunft“, das man leicht auch als Aufruf zur Wiedervereinigung Taiwans mit der Volksrepublik deuten könnte. Taiwan hat dieses symbolträchtige Geschenk vorerst abgelehnt, und die Pandas befinden sich noch immer in Sichuan. Zuletzt erfuhr man von den beiden, dass sie bei dem Erdbeben im Mai 2008 gerettet wurden und sich in Sicherheit befinden.

Auch das Schicksal anderer vom Erdbeben in Sichuan betroffener Pandas wurde in China intensiv verfolgt, mindestens ebenso wie das der Menschen. Die Medien berichteten über die vermissten Tiere und über die „psychologische“ Betreuung, die den geretteten zuteil wurde.

Wie Tuantuan und Yuanyuan sind viele Große Pandas namentlich bekannte Persönlichkeiten, nicht nur in China. Sie werden als individuelle Charaktere beschrieben, ihre Nachwuchs-„Sorgen“ beschäftigen die Öffentlichkeit, und sie erhalten Nachrufe, wenn sie verstorben sind. In Deutschland beispielsweise sind die „Berliner“ Bären Baobao, „das Schätzchen“, Tiantian, „das Himmelchen“, und Yanyan, „das Schöncchen“, bekannt. Baobao, von seinem Tierpfleger als „zuverlässiger Kumpel ohne hinterlistige Gedanken“ charakterisiert, wurde zusammen mit Tiantian 1979 als Geschenk des damaligen chinesischen Regierungschefs Hua Guofeng an Helmut Schmidt nach Deutschland gebracht. Schmidt übergab die beiden Pandas in die Obhut des Berliner Zoos, wo sie schnell zu Publikumsbeliebten avancierten. Leider verstarb Tiantian zu Beginn des Jahres 1984. Da wurde vom Verlust einer „großen Persönlichkeit“ gesprochen, und in den Spekulationen über die Todesursache war auch von „Heimweh nach den Wäldern Asiens“ die Rede. Dem „verwitweten“ Baobao wurde das Mitgefühl der Berliner Prominenz zuteil. Die Bärin Yanyan kam 1995 als Leihgabe nach Berlin, doch auch mit ihr zeugte Baobao keinen Nachwuchs. Yanyan starb am 26. März 2007 unerwartet an einem Darmverschluss. Die Bild-Zeitung vom 27. März 2007 jedoch spekulierte: „Im Berliner Zoo reden alle nur noch über Eisbärbaby Knut. Jetzt der Schock: Panda-Bärin Yan Yan (22) lag gestern Nachmittag tot in ihrem Gehege. Nur ein Zufall? Oder starb die ehemalige Hauptattraktion des Tierparks, weil sie keine Beachtung mehr fand?“ Der einzige, der von Yanyans Tod völlig ungerührt blieb, sei Baobao

gewesen, so der Spiegel online. Dieser unterstellten Gefühlskälte widerspricht die chinesische Nachrichtenagentur Xinhua: „Im Zoo der deutschen Hauptstadt Berlin sitzt der Große Panda Baobao in seinem Gehege und scheint zu trauern.“

Weitaus frohere Nachrichten gibt es aus dem Wiener Zoo Schönbrunn. Dort lebt seit 2004 als zehnjährige Leihgabe das Pandapaar Yangyang, „das Sonnenscheinchen“ und Long Hui, „Abzeichen des Drachen“. Schon drei Jahre nach der Ankunft der Tiere freute man sich in Wien über Nachwuchs, der – sogar auf natürlichem Weg gezeugt – am 23. August 2007 zur Welt kam.

Der Werdegang des Zöglings kann in einem Video-Tagebuch des österreichischen Rundfunks verfolgt werden. Am 25. September heißt es dort zum Beispiel: „Die Pandamama Yang Yang kümmert sich auf-

www.panda-express.com



opfernd um ihr Baby, säugt es, spielt mit ihm und lässt es keine Minute aus den Augen.“ Am 26.

September feiert der Vater Long Hui Geburtstag. Das gibt Anlass dafür, in seinem Fotoalbum aus der Jugend in China zu blättern, wo wir ihn beim kindlichen Ballspielen, in den „jugendlichen Flegeljahren mit seinen männlichen Kollegen“ und beim Kuscheln mit der „ersten Liebe“ Yangyang sehen. Am 9. Oktober dreht sich das Baby „innerhalb einer halben Minute einmal im Kreis“. Am 10. Oktober berichtet die Pflegerin, der Kleine hätte ganz das Schulterband vom Papa, das in der Mitte eng zusammenläuft, er hätte aber auch schon ein eigenes Markenzeichen, denn auf seinem rechten Hinterfuß seien die Zehen ganz hell. Am 4. Dezember wird dem Baby der Namen Fu Long, „Glücklicher Drache“, gegeben. Die Musikgruppe Blua-tschink besingt ihn: „Fu Long, kleiner Großer Pandabär! Deine ferne Heimat liegt in China! Fu Long, kleiner Großer Pandabär! Aber von Geburt an bist Du auch ein echter Wiener!“ Berlin

und Wien zeigen, dass der Kult um die schwarz-weißen Bären nicht auf China beschränkt ist.

Auf chinesisches heißt der Panda *xiongmao*, wörtlich die „Bärenkatze“, obwohl er nach den Regeln der chinesischen Sprache eigentlich *maoxiong* heißen müsste, der „Katzenbär“. In fast allen anderen Sprachen der Welt nennt man ihn „Panda“. Dieses Wort kommt vermutlich aus dem Nepalesischen und bezeichnete zunächst den kleinen Verwandten des Großen Panda, den rötlichen Kleinen Panda.

Weltweit – und auch in China – ist „Panda“ ein beliebter und offenbar nicht geschützter Markenname. Einer der größten chinesischen Hersteller von Unterhaltungselektronik heißt Panda. Die Zigarettenmarke Xiao xiongmao, „Kleiner Panda“, ist günstig überall zu haben, Da xiongmao, „Großer Panda“, hingegen ist sehr exklusiv und wurde etwa von Deng Xiaoping geraucht. Eine falsche Designertasche trug das Etikett „Panda“, in der Typographie dem Vorbild „Prada“ völlig entsprechend. Erleichtert stellte der Käufer fest, dass es nur ein Aufkleber über dem „Originalschriftzug“ war. Am 9. Februar 2007 berichtete die Süddeutsche Zeitung vom „Angriff der Killerpandas“. Gemeint war der „Panda mit den Räucherstäbchen“, ein Computervirus. Daten auf infizierten Computern wurden zerstört und alle Dateien wurden mit einem Pandabildchen angezeigt. Der chinesische Name des Virus lautet Xiongmao shaoxiang, „der Panda brennt Räucherstäbchen ab“. Er richtete vor allem in China erheblichen Schaden an. Der Autor des Virus wurde zu vier Jahren Gefängnis verurteilt. Mit dem Räucherstäbchen-Panda beschäftigte sich auch Panda-Securities, ein spanisches, international arbeitendes Unternehmen, das Anti-Viren-Software vertreibt. In Italien gibt es Panda-Schuhe, in Frankreich eine Sicherheitsfirma, in den USA Panda-Programmierung, in Brasilien Panda-Bücher und in Deutschland Panda-Barcode-Systeme. Die Graphik des Pandafells eignet sich hervorragend für die

Gestaltung von Logos oder als Anklang an die schwarz-weißen Strichfolgen von Barcodes – die Zebrastrifen sind ja schon anders besetzt. Im Falle der spanischen Panda-Securities zum Beispiel kam man ganz anders auf den Panda: Das Wort bezeichnet im Spanischen eine Gruppe von Freunden, die gerne gemeinsam etwas unternehmen, eine Clique oder auch Bande. Dennoch erscheint der Bär im Logo.

Auch in der Pop-Kultur ist der Bär beliebt. Bands in Spanien und Deutschland heißen Panda. Weise und kämpferische Pandas durchstreifen Computer-Rollenspiele, und in der digitalen Welt „Panfu“ können Kinder, repräsentiert durch niedliche kleine Pandas, umherlaufen, Spiele machen, online miteinander kommunizieren und Zubehör kaufen. Das schwarze Fellmuster kann dabei wahlweise



Emblem des Computervirus
„Der Panda brennt
Räucherstäbchen ab“

grün, blau, gelb oder rosa sein. International steht der Panda als Marke vor allem für den World Wildlife Fund WWF. Hier wurde der Bär zum Stellvertreter für alle bedrohten Tierarten.

Auf der Suche nach dem Panda stößt man auf einen unübersichtlichen weltweiten Bestand an Pandabären als Bild, als Logo, als Namenszug, als Maskottchen, als Inspirationsquelle, als Figur oder als Charakter. Viele dieser Panda-Repräsentationen ähneln einander, wirken langweilig und wie Abziehbilder, andere sind originell und einzigartig. Tatsächlich können Pandabären für Vieles stehen, für das Niedliche oder das Plumpe, für das Freundliche oder das Gefährliche, für das Zufällige oder das Systematische, für das Allgemeine oder das Individuelle. Dabei verkörpern die meisten einzelnen Darstellungen des Panda jeweils das eine oder das andere. Ein zusammenhängendes und eindeutiges Bild des Panda entsteht nicht, er hat kein Eigenleben, sondern dient nur als Projektionsfläche – für was auch immer.



Der Peking Künstler Zhao Bandi ist der „Pandaman“. Seit den späten 1990er Jahren arbeitet er mit dem Motiv des Pandas. Auf Plakaten inszenierte er sich mit einem Plüsch-Panda, mit dem er – in Sprechblasen – über gesellschaftliche Fragen und Verhaltensregeln spricht. Es geht um Themen wie Umweltschutz, die Gefahren von Zigaretten und Drogen, Sicherheit im Straßenverkehr, Arbeitslosigkeit und Produktpiraterie. Zusammen mit anderen Werbe- und Propagandaplakaten waren die Bilder im öffentlichen Raum, zum Beispiel in der Peking U-Bahn, zu sehen. Der Panda ist dabei mal naiv, frech, aufgeklärt oder mal auch ein wenig zynisch: Der immer gleiche Panda steht für die verschiedensten Repräsentanten der chinesischen Gesellschaft. Diese stellte Zhao 2007 in einer Panda-Modenschau in schwarz-weißen Kostümen vor. Da gab es unter anderem Schülerinnen und Lehrerinnen, Immobilienmakler, Wanderarbeiter, Bettler, Beamte und korrupte Beamte, „erfolgreiche Leute“, Ärzte und Krankenschwestern, Polizistinnen und Gefängnisinsassen, Richter, Sekretärinnen, Prostituierte, Konkubinen und sogar einen Olympischen Goldmedaillengewinner. Wegen der weniger respektabel erscheinenden Figuren in dieser Reihe wurde Zhao kritisiert, „das anständige Bild des Pandas als freundliches und süßes Symbol“ in den Schmutz gezogen zu haben. Ein Gesetz gegen die „Beleidigung und Ausnutzung“ von Pandas soll in Vorbereitung sein. Anlässlich der Olympischen Spiele in Peking hat Zhao einen Olympischen Fackellauf mit dem Stoffpanda auf den Schultern absolviert und in Bern die Olympischen Spiele als „Panda-Spiele“ mit Athletinnen und Athleten in Panda-Kostümen vorab inszeniert. Den Bären auf dem Berner Stadtwappen gestaltete er ebenfalls in einen Panda um. Nun vertreibt er in Peking Stoffpandas in den Farben der Olympischen Ringe. Der Pandaman tritt mit dem Stoffpanda oder mit als Pandabären Verkleideten nicht nur als

Bandi Fashion Design:
Lesbian, 2007

Zhao Bandi & the Panda: Are they clones
of me? – No, they are fakes!, 1999



清洁工
Sweeper

小学生
Primary School Student

中学生
Middle School Student

教师
Teacher

售楼小姐
Property Sales Girl

房地产商
Property Developer



钉子户
Squatter

民工
Migrant Worker

乞丐
Beggar

城管
Official Worker

女同性恋
Lesbian

追星族
Fans



网络红人
Web Celebrity

成功人士
Successful People

护士
Nurse

医生
Doctor

囚犯
Prisoner

警察
Policeman



法官
Judge

被告
Defendant

三陪小姐
Prostitute

腐败官员
Corrupt Official

办公室小秘
Secretary

视频裸聊者
Naked Web Chatter



二奶
Concubine

名牌爱好者
Fashion Victim

股民
Stockholder

WTO服
WTO Dress

新娘
Bride

北京奥运金牌得主
Gold Medal Winner of Beijing Olympic Games



河南人
Henanese

女皇
Queen

Bandi Panda Fashion Show

半狄熊猫时装发布会

ShanghART
Gallery & H-Space
香格纳画廊

Kuriosität, sondern auch als Akteur in der Öffentlichkeit auf: Er bezieht Stellung zu den unterschiedlichsten Themen und nimmt an verschiedenen gesellschaftlichen Aktivitäten teil. Zum Beispiel besucht er mit einer Truppe von Leuten im Panda-Gewand ein abgelegenes Dorf, um für die Menschen dort – und gemeinsam mit ihnen – eine Bühnenschau zu veranstalten.

Zhaos Pandas treten in Kontakt mit den verschiedensten Menschen in und außerhalb Chinas und stehen dabei auch für den Künstler selbst als ein in der Gesellschaft agierendes Individuum. Die Gesamtheit von Zhaos Arbeiten mit dem Panda spielt meisterhaft auf der Bedeutungs-Klaviatur des Panda, der die unterschiedlichsten Charaktereigenschaften in sich vereint und der gleichzeitig und einander überlagernd sowohl ein Stereotyp als auch einzigartig ist.

Die anhaltende Popularität des schwarzweißen Bären wird sicherlich dafür sorgen, dass der Kungfu Panda nicht seine letzte „Inkarnation“ war. •



Berliner Band,
www.allespanda.de

Panda-Bären im Internet

„Can pandas kung fu?“:
www.panda.org/about_wwf/what_we_do/species/about_species/species_factsheets/giant_panda/kung_fu_panda/index.cfm
Fu Longs Online-Tagebuch:
<http://wien.orf.at/magazin/magazin/trends/stories/223885/>
Fu Longs Lied:
www.bluatschink.at/ganzschoentierisch/fulong.htm
Zhao Bandi in seiner Galerie ShanghART:
www.shanghARTgallery.com/galleryarchive/artists/name/zhaobandi
Zhao Bandis Blog mit vielen Bildern und Videos:
<http://blog.sina.com.cn/zhaobandi>

KURZBIOGRAPHIE

作者简介

HEIKE KRAEMER



Dr. Heike Kraemer studierte Sinologie, Ethnologie und Deutsch als Fremdsprache in München, Shanghai und Hamburg. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen auf dem Gebiet der zeitgenössischen und populären Kultur sowie der Kunst und Architektur in China. Immer wieder verbrachte sie längere Zeit in China, während der sie Deutsch an der Tongji-Universität, Shanghai und an der Berufsschule des Dieselmotorenwerks Weifang unterrichtete, Kunst- und Ausstellungsprojekte organisierte und für ihre Dissertation *Between socialism and commerce: outdoor advertising in the People's Republic of China, 1996-1999* recherchierte. Darin setzt sie sich mit Bildmotiven auf Werbeplakaten in China auseinander, die den wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Wandel des Landes widerspiegeln. Heike Kraemer lehrt unter anderem an Gymnasien und im Bereich der Hochbegabtenförderung die chinesische Sprache, arbeitet als Redakteurin und Ausstellungsmacherin. Seit 1996 trainiert sie bei Sun Jianguo Wushu, zunächst Shaolinquan, Daoshu und Gunshu, aktuell Yang-Stil-Taijiquan, Taiji-Schwert, Baguazhang und Xingyiquan. Seit 2006 ist sie auch als Kampfrichterin für Wushu auf nationalen Wettkämpfen tätig.