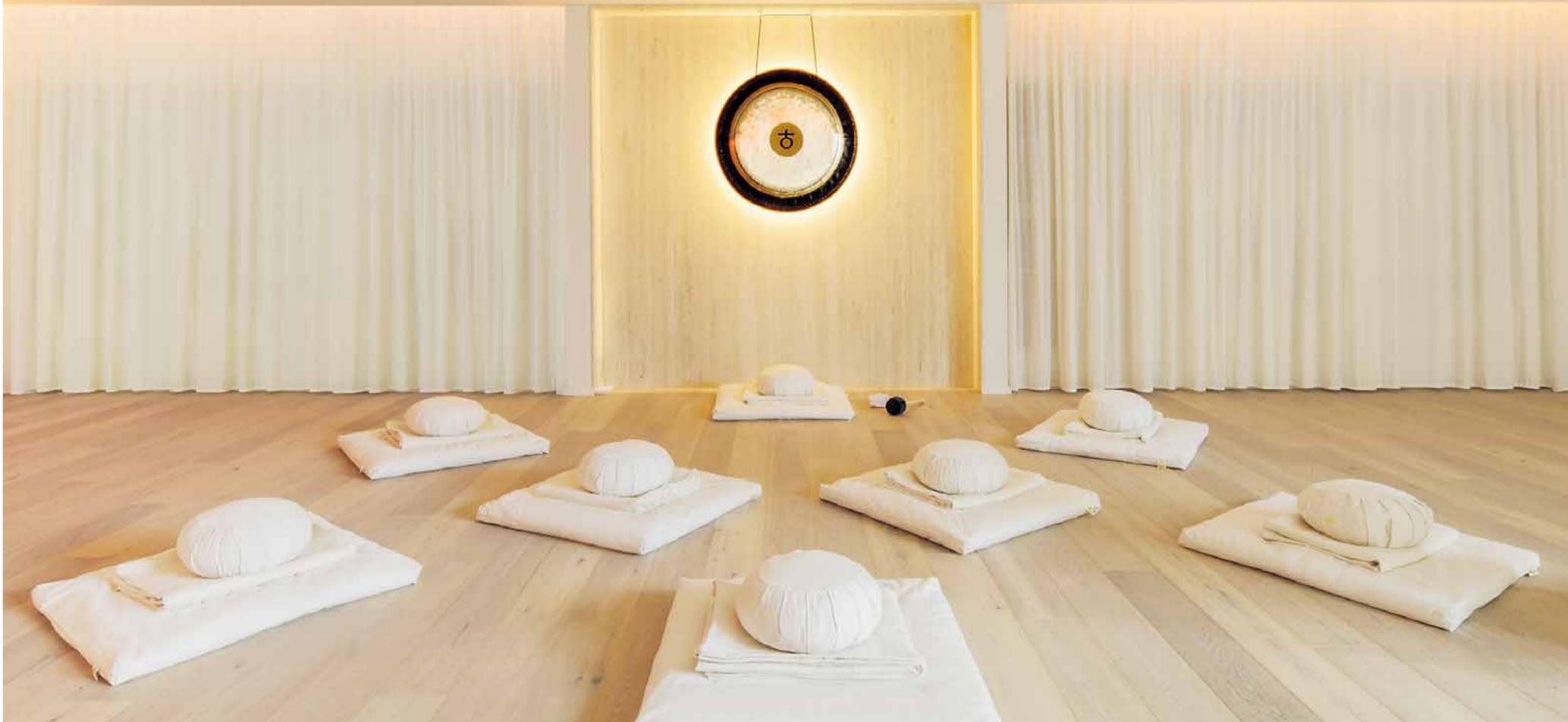


Und jetzt bitte einmal tief einatmen
und die Gedanken nicht mehr
kreisen lassen: Räume im Berliner
Studio Öhia.

FOTO: WALDEMAR SALESSKI/OHIA



VON JAN KEDVES

Wäre man ein wenig fies, würde man sagen: Das Geschäftsmodell Meditation ist genial. Man lässt Menschen Geld dafür zahlen, dass sie mit geschlossenen Augen eine Stunde lang auf ihrem Kissen sitzen, in Stille, schweigend. Der Lehrer oder die Lehrerin braucht nur am Anfang und am Ende einmal mit dem Gong läuten, fertig. So einfach ist es natürlich nicht, im Gegenteil: Es kann sogar sehr schwierig sein, länger still zu sitzen, ohne Lehne, ohne Ablenkung, nur mit den eigenen Gedanken im Kopf. Mal tauchen sie wie eine Gewitterfront auf, mal ziehen sie an einem vorbei wie getupfte Wölkchen.

Beobachte deine Gedanken, die positiven wie die negativen, ohne ihnen automatisch Wichtigkeit oder Wahrheitsgehalt zuzuschreiben. Spüre deinen Körper. Die Atmung. Deinen Geist, Hier und Jetzt. So in etwa lauten die Weisungen, denen in Deutschland immer mehr Menschen folgen. Meditation ist zu einem großen Markt geworden, auch dank derjenigen, die spirituelle Praktiken früher noch für Hokuspokus gehalten hätten. Eine 2019 von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) durchgeführte repräsentative Umfrage ergab, dass 6,6 Prozent der Deutschen – das sind hochgerechnet knapp 5,5 Millionen – meditieren. Nimmt man diejenigen hinzu, die gerne mit Meditation anfangen würden, kommt man auf knapp 16 Millionen Meditations-Interessierte.

„Wir wollen Meditation auf eine moderne Weise zugänglich machen und einen ganz besonderen Ort dafür schaffen“, sagen die Gründerinnen des neuen Meditationszentrums Öhia in Berlin-Mitte. Während manch alteingesessene, gemeinnützige buddhistische Meditationsgemeinschaft von der Gentrifizierung verdrängt wird und in Berlin kaum bezahlbare neue Räume findet, haben Margarete Schellong, 34, und Elisa Gassner, 33, mit einer eigens gegründeten GmbH in einem Neubau

mit Luxus-Penthouses ihr erstes „Boutique-Meditationsstudio“ eröffnet.

Man folgt hier keiner bestimmten Glaubensrichtung, muss auch nicht Mitglied sein. Es gibt bei Öhia Meditation to go – auf 400 Quadratmetern, verteilt auf zwei luxuriös gestalteten Ebenen. „Boutique“ stehe für „hochwertig“, sagt Gassner. Die einmalige Teilnahme an einer Meditations-, Tiefenatmungs- oder Selbsthypnose-Gruppensession, genannt „drop-in“, kostet 25 Euro, die Mitgliedschaft selbst 200 Euro. Das sind ambitionierte Preise, gerade für Berlin, wo man für vergleichbare Angebote sonst eher halb soviel zahlt. Die Vorbilder für Öhia liegen weit außerhalb der Stadt, in Los Angeles, New York und London, wo der Trend zur modernen Drop-in-Meditation mit Boutique-Anstrich vor einigen Jahren seinen Anfang nahm – in Studios mit schick designten Namen wie Unplug, MNDFL („Mindful“) oder Re:Mind.

„Find inner peace“ lautet der Slogan bei Öhia. Schellong und Gassner haben für ihre Gründung unter anderem die Youtuberin und Unternehmerin Diana zur Löwen und die Gründerin des Sextoy-Versands Amorelie, Lea-Sophie Cramer, als Investorinnen gewonnen. Dass hinter Öhia Geld steckt, dass dieses Zentrum als Flaggship einer ganzen Meditations-Marktenwelt strahlen soll, sieht man auf jedem Zentimeter. Die Räume, genannt „The Garden“ und „The Temple“, sind mit Eichenholz und Travertin ausgekleidet, die Licht- und Duftstimmungen lassen sich mit modernster Elektronik steuern, die Akustik ist perfekt gedämpft.

Im Empfangsbereich wird man angehalten, das Handy stumm zu schalten, freundliche Sand- und Cremefarben stimmen auf das Mini-Retreat mitten in der Stadt ein. Alles hier, Interieur wie Menschen, verströmt einen sanft veredelten, leicht verstrahlten Vibe, wie er wohl nur entsteht, wenn Kapital, Sinnsuche, Offenheit für Esoterik und ein sehr gutes Gespür für Design und Marketing zusammenfinden. Wenn gleich Gwyneth Paltrow durch die Tür käme, um hier eine Folge ihrer Netflix-

Studio Energy

In Berlin hat eine
Meditationsboutique
für die schnelle
Entspannung eröffnet.
Ein Besuch

Serie „Goop“ zu drehen, man würde sich kein bisschen wundern.

Zeit für den Besuch einer „Öhia Evening Bliss Meditation“. Eine Teilnehmerin, Mitte 40, fällt sofort auf, ihr Arbeitstag muss die Hölle gewesen sein. Sie schnauft und seufzt vor Beginn laut, hält sich den Kopf, massiert ihre Schläfen. Nach dem ersten Sitzen in Stille, nur für ein paar Minuten, fragt der Meditationslehrer, wie das für sie war. Sie sagt, es falle ihr sehr schwer. Sie arbeite im Marketing, sei „sehr kompetitiv“. Wenn sie in der Meditation merke, dass ihre Gedanken abschweiften, reagiere sie mit Unzufriedenheit. Inzwischen falle es ihr aber schon leichter, dann freundlich zu sich selbst zu bleiben. Der Meditationslehrer lobt sie.

Sitzend im Alltag etwas mehr Ruhe, Fokus und Zufriedenheit finden – vom riesigen Verlangen danach zeugt in Deutschland auch der Erfolg der Podcasterin und Besteller-Autorin Laura Malina Seiler („Zurück zu mir“). Sie hat auf Instagram knapp 300 000 Follower, auf Youtube

130 000, sie verkauft eine eigene App, „Higher Self“, die sie als „Dein spirituelles Fitnessstudio“ anpreist. Wenn Seiler Meditationen anleitet – an einem ausverkauften Sonntag Ende November tat sie das auch schon bei Öhia –, geizt sie nie mit Adjektiven wie „wundervoll“ oder „wunderschön“, damit schon beim Zuhören die Sonne aufgeht.

Elisa Gassner und Margarete Schellong betonen, dass sie mit Öhia keine therapeutischen Heilungsversprechen machen, „aber unsere Lehrerinnen und Lehrer sind alle gut ausgebildet“. Die beiden Gründerinnen haben sich während ihres BWL-Studiums in einem Master-Programm für Internationales Management kennengelernt und arbeiteten danach einige Jahre lang „im Hamsterrad“, wie sie es nennen. Schellong war in der Unternehmens- und Strategie-Beratung tätig und in der Geschäftsführung eines Berliner Start-ups für Reisegepäck. Gassner arbeitete „in einem sehr schnellebigen, sehr dynamischen E-Commerce-Umfeld“, unter anderem bei Zalan-

do. Beide kamen in ihren Karrieren an den Punkt, wo sie ihrem Leben eine andere Richtung geben wollten.

Meditation boomt, aber an kritischer Fachliteratur mangelt es auch nicht. „Wir können uns selbst der Täuschung hingeben, dass wir uns geistig weiterentwickeln, während wir stattdessen nur unsere Ich-Bezogenheit durch spirituelle Techniken stärken“, schrieb schon 1973 der tibetische Buddhist und Meditationslehrer Chögyam Trungpa in seinem Buch „Spirituellen Materialismus durchschneiden“, das zum Klassiker geworden ist. Seit einigen Jahren stützt die Forschung seine Warnung. Das Wissenschaftsmagazin Spektrum.de etwa veröffentlichte im Dezember einen Artikel des amerikanischen Psychologen Scott Barry Kaufman, in dem er schreibt: „Psychologen haben gezeigt, dass spirituelle Selbstaufwertung zu einem Syndrom führt, das sie ‚Ich-bin-erleuchtet-und-dunicht‘ nennen.“ Meditation würde „genutzt, um sich den eigenen Problemen nicht stellen zu müssen“, schreibt Kaufman, sie sei dann ein „spiritueller Bypass“.

Ein Anruf bei Jochen E. Gebauer. Der Sozialpsychologe ist Professor am Mannheimer Zentrum für Europäische Sozialforschung und Co-Autor einer Studie aus dem Jahr 2018, die den Zusammenhang zwischen Meditation und Narcissismus untersucht. Beobachtet wurden 162 Menschen aus dem westlichen Kulturkreis, die Metta, eine spezielle buddhistische Mitgefühlsmeditation, praktizieren. „Diese Studie, und alle anderen Studien, die zu dem Thema publiziert sind, zeigen aus meiner Sicht sehr klar, dass Meditation die Selbstüberschätzung nicht senkt, auch wenn das das ist, was diese Praktiken wollen und sagen. Sondern sie steigern sie eher“, sagt Gebauer. Mit anderen Worten: Meditation kann das Ego boostern.

Den Gründerinnen des Öhia-Zentrums sind Einwände wie diese schon bekannt: „Natürlich nehmen manche Menschen Praktiken wie Meditation als Aufhängen, um sich sehr mit sich selbst zu beschäftigen. Und manchmal zieht das Menschen

an, die sehr ego-getrieben sind“, sagt Elisa Gassner. „Das sehen wir auch kritisch. Aber darum geht es nicht bei uns.“ Worum geht es bei Öhia dann? „Wir glauben an den ripple effect“, sagt Margarete Schellong. „Wenn wir den einzelnen erreichen, und die Person geht dann raus, in ihr Unternehmen, zu ihrem Team, und ist dort entspannter und freundlicher, dann ist das ein guter Effekt.“ Die Chefin, die beim psychotropischen Atmen realisiert, dass es falsch wäre, jetzt einen Mitarbeiter rauszuwerfen – eine schöne Vorstellung.

Vielleicht hilft dabei eine Session bei einem Mann, der sich tatsächlich Martin Balance nennt und von Fuß bis Kopf weiß gekleidet ist. Er bietet „Sound Baths“ an. Das körperliche Eintauchen in Klangschalen und Gong-Klänge ist in der hipperen Self-care-Szene das geworden, was früher, als man noch raven ging, das Herumliegen auf Flokatiteppichen in Chillout-Räumen zu Sphärenklängen war. Man liegt also am späten Abend auf cremefarbenen Polstern, schließt die Augen und wird vom Gong-Künstler animiert, die Einatmung zu „kristallisieren“. Wie das gehen soll, sagt er nicht. Dann schwingen im Vier-Fünf-Neuntel-Rhythmus die Gongschläge durch den Körper. Der Beschreibung aus dem Öhia-Programm zufolge fördert das den Energiefluss und die Verjüngung der Zellen.

Die Plätze auf den Polstern sind ausgebucht, der Raum ist voller Menschen und die 30 Frauen wie Männer. Manche sind zu zweit gekommen, andere allein. Sie reden kaum, und wenn, dann ganz leise, es ist ein Mix aus Englisch und Deutsch. Alle wirken zufrieden bis beglückt. Nur das Schnarchen, das irgendwann durch die leiseren Passagen der Darbietung drängt, wird vom Musiker mit einem sanften Schubs seines Gong-Klöppels in den Fuß des Schläfers gestoppt. Er soll die anderen nicht stören. Am Ende fragt Martin Balance noch in die Runde, ob es Fragen gebe, ob jemand etwas sagen möchte. Niemand meldet sich. Das Ziel, die Kundschaft in die meditative Stille zu führen: Es ist erreicht.

Hallöchen

Vor 50 Jahren wurde das „Fräulein“ offiziell abgeschafft. Lange galt die Anrede als piefig, jetzt wandelt sich der Begriff zur Marke

Wenn es lustig wird im Bundestag, versehen die Stenografen ihre Protokolle mit dem Begriff „Heiterkeit“. Brüllkomisch muss es also zugegangen sein, als die FDP-Politikerin Dr. Dr. h. c. Marie-Elisabeth Lüders 1954 einen Anlauf nahm, das „Fräulein“ als offizielle Bezeichnung für ledige Frauen abzuschaffen. Was haben alle gelacht. Der Antrag blieb erst einmal folgenlos, die Frauen kämpften weiter, und fast 20 Jahre später verkündete der damalige Innenminister Hans-Dietrich Genscher (FDP) am 16. Januar 1972 dann endlich die Anordnung: „Es ist an der Zeit, im behördlichen Sprachgebrauch der Gleichstellung von Mann und Frau (...) Rechnung zu tragen.“ Die Bundesrepublik schickte das „Fräulein“ damit offiziell in den Orkus.

Seit 50 Jahren gibt es das „Fräulein“ also nicht mehr in Formularen und Anreden von Behörden, zumindest im Westen der Republik. In der BRD hat das zwei Jahrzehnte länger gedauert als in der DDR. Da wurde die Verkleinerungsform bereits 1951 storniert. Mit ähnlichen Argumenten wie nebenan.

Manche Banken adressierten gleichwohl bis tief in die Neunziger Kontoauszüge an „Fräulein“ soundso, mit „Herrlein“ D|Zdigital: Alle Rechte vorbehalten – Süddeutsche Zeitung GmbH, München
Jegliche Veröffentlichung und nicht-private Nutzung exklusiv über www.sz-content.de

schrieben die Geldinstitute aber nie jemanden an. Beim ewiggestrigen AfD-Politiker Stephan Brandner, 55, gibt es die Anrede natürlich weiterhin. „Ach, Fräulein Haßelmann, nicht immer die gleichen Kamellen hier!“, rief er der Grünen-Politikerin Britta Haßelmann, 60, im vergangenen Jahr im Bundestag zu. Das war nicht so freundlich gemeint wie die Bitte der älteren Dame, die letzters in einem Münchner Wirtshaus

**Wenn das Fräulein heiratet,
das war klar, wird es nicht mehr
arbeiten, sondern Kinder hüten**

das „Fräulein“ herbeirief. Dazu passt ein Urteil des Frankfurter Amtsgerichts aus dem Jahr 2019. Eine Frau hatte ihre Vermöter verklagt, die hartnäckig „Fräulein“ vor ihren Namen in den Putzplan im Hausflur geschrieben. Die Anrede sei unhöflich, aber nicht ehrverletzend, wiesen die Richter die Klage auf Unterlassung ab. Das Alter der Eigentümer (beide um die 90 Jahre alt) müsse berücksichtigt werden, „Fräulein“ meinten sie nicht despektierlich.

Zur Frau wurde man im Amtsdeutschen lange nur durch die Ehe. In der Regel wur-

de das „Fräulein“ besonders betont, wenn es sich um eine arbeitende ledige Frau handelte. Das Fräulein vom Amt, Fräulein Lehrerin, Fräulein Regina zum Diktat! Wenn es heiratet, das war klar, wird es nicht mehr arbeiten, sondern Kinder hüten und für den Mann den Braten anrichten. Das befeuerte wiederum den Protest der emanzipierten Frauen. Viele wollten unbedingt Fräulein genannt werden, manche wollen es bis heute, um zu zeigen: Ich bin von keinem Mann abhängig. Die mit deutschen und französischen Auszeichnungen und Orden überhäufte Schriftstellerin Annette Kolb zum Beispiel bestand auf die Anrede, bis sie im Alter von 97 Jahren in den Sechzigern verstarb.

Auch wenn sich kaum noch eine Frau bewusst „Fräulein“ nennt, in der populären Literatur und im Film lebt es weiter: Liselotte Pulver ist die sexy Betriebsnudel Fräulein Ingeborg in Billy Wilders „Eins, zwei, drei“, Kinder fürchten die Schreckschraube Fräulein Rottenmeier in „Heidi“. In den Achtzigern trat dann die Sängerin Fr. Menke auf den Plan, die für eine neue Generation stand, die gar nicht artig war. In der ZDF-Hitparade trat sie damals in einem sehr knappen Brautkleid auf, was dem Sender



Ledig, berufstätig – fräuleinhaft eben: Telefonistin bei VW in Wolfsburg 1962.

FOTO: IMAGO IMAGES/UNITED ARCHIVE

gar nicht gefiel. Zu viel Haut! Und sowieso eine Verunglimpfung der Ehe! Ein Jahrzehnt später ermittelte ein fragiles, aber ziemlich taffes Fräulein Smilla in Peter Hoegs Thriller. Und 2010 gründete sich das Frauenmagazin *Fräulein*, eine Ansage der Postmoderne an die Piefigkeit mit arty Layouts und ebensolchen Texten für „starke und selbstbewusste Frauen“.

Ob auch das Deutsche Obstsortenkonsortium in Hollern-Twielenfleth diese Definition kennt? Das hat vor einem Jahr die Apfelsorte „Fräulein“ auf den Markt gebracht, die, nun ja, besonders knackig und süß ist. Der Sortenname ist GS 66, aber so einen Apfel kauft ja kein Mensch, und darum erfanden Brand Manager den Namen, der eine Hommage sein soll an „die Generation junger Frauen, die sich im Leben behauptet“. Puh. Ein Rückgriff, klar, auf das „Fräuleinwunder“ in der Nachkriegszeit, das nicht zwingend für Feminismus stand. Aber dafür stehen die Apfelsorten Granny Smith und Pink Lady ja auch nicht. Das „Fräulein“ ist dabei eine Entdeckung eines Obstbauern aus der Hildesheimer Börde. „Das Fruchtfleisch ist beim ersten Biss förmlich in meinem Mund explodiert!“, schwärmt Gerd Sundermeyer, der „Fräu-

lein“-Erfinder. Die neue Sorte hat einen Hypo unter Apfelkernern ausgelöst, und sowieso fällt auf, dass seit der Abschaffung der piefigen Anrede derart viel Zeit vergangen ist, dass viele sie freundlich-ironisch betrachten. Zuletzt haben sich jedenfalls erstaunlich viele Menschen ein „Fräulein“ schützen lassen beim Deutschen Patent- und Markenamt.

**Inzwischen ist so viel Zeit
vergangen, dass viele die Anrede
freundlich-ironisch betrachten**

Neben dem krispen Apfel ist in dessen Datenbank zum Beispiel „Fräulein Grün“ mit Naturkosmetik aus Berlin zu finden, das „Garten-Fräulein“ bloggt von München aus, wo auch das Restaurant „Fräulein Wagner“ beheimatet ist, hinter „Fräulein Prusselise“ verbergen sich zwei Modedesignerinnen aus Trier, hinter „Fräulein von Elbe“ ein Eisverkäufer aus Hamburg. Nur das „Fräulein vom Amt“ wurde als Marke vor einem Jahr gelöscht. Eine Telekommunikationsfirma hatte sie sich schützen lassen. Vielleicht klang das doch zu sehr nach gestern. CLAUDIA FROMME