

Thanksgiving Day Parade feiert 100-Jahr-Jubiläum

Am Anfang war der Umzug ein Werbegag – heute ist er ein wichtiges Ereignis im amerikanischen Festtagskalender



Eine grosse Show: Bereits seit hundert Jahren findet die Macy's Thanksgiving Day Parade in New York statt.

YUKI IWAMURA / AP

NEOMI AGOSTI

Der letzte Donnerstag im November läuft in den USA immer so ab: 3,5 Millionen Menschen stehen frühmorgens auf und drängen sich durch die Häuser-schluchten von New York. Sie kämpfen um die besten Plätze an der Sixth Avenue und am Central Park. So auch in diesem Jahr, als die Macy's Thanksgiving Day Parade ihr 100-Jahr-Jubiläum feierte.

5000 Helfer ziehen 20 Meter grosse Luftballons durch die Strassen New Yorks. Die Ballons sind mit Helium gefüllt und schweben über den Köpfen der Zuschauer. Es sind die Helden der amerikanischen Unterhaltungs- und Werbeindustrie: Klassiker wie Mickey Mouse, Snoopy, Spider-Man, Ronald McDonald. Aber auch neuere Figuren wie Olaf, der

tollpatschige Schneemann aus dem Disney-Film «Frozen». Die Parade legt fest, welche Figur zum amerikanischen Kanon gehört. Kommerz als nationale Folklore. Amerika liebt die grosse Show. Vielleicht ist die Parade für die Amerikaner deshalb zu einem fixen Bestandteil von Thanksgiving geworden.

Mehr ist mehr

Thanksgiving ist der amerikanischste aller Feiertage. Theodore Roosevelt – einer der beliebtesten Präsidenten der amerikanischen Geschichte – hat ihn 1904 eingeführt. Die Amerikaner sollten sich an diesem Tag erholen und Gott für die Ernte danken. Heute geht es an Thanksgiving um Freunde und Familie. Die Amerikaner laden Gäste ein, deko-

rieren ihre Wohnzimmer, marinieren den Truthahn. Und streiten. Während der Vogel im Ofen gart, schauen sie die Parade. Draussen beim Central Park. 30 Millionen Amerikaner sind zu Hause vor dem Fernseher dabei. Die Thanksgiving Day Parade ist das grösste Ereignis im amerikanischen Unterhaltungsfernsehen. Sie ist beliebter als die Oscars, die Grammys, die Emmys und die Live-Sendung vom Times Square am Silvesterabend. Nur der Live-Sport ist noch grösser.

Dabei hat alles ganz banal angefangen. Mit einem Werbegag. In den wilden Zwanzigern zelebrierten die Amerikaner den Exzess und den Konsum. Doch Ende November war es in New York trist und grau. Die Leute blieben zu Hause. Und das wenige Wochen vor Weihnachten, dem wichtigsten Ter-

min im Geschäftsjahr. Das brachte die Werbeabteilung von Macy's 1924 auf eine Idee: Eine Parade zu Beginn des Winters sollte die New Yorker Bevölkerung heraus auf die Strasse locken.

Schon bei der ersten Durchführung 1924 zählten die Organisatoren 250 000 Zuschauer. Elefanten aus dem Central-Park-Zoo stampften über die Strassen. Als die Parade das erste Mal stattfand, hiess sie noch Macy's Christmas Parade. Deshalb hat der Weihnachtsmann seit eh und je einen Auftritt. Bis heute beschliesst ein Wagen mit dem Weihnachtsmann die Parade und läutet Weihnachten und das Weihnachtsgeschäft ein. Der Weihnachtsmann führt die Zuschauer am Ende jeder Parade an die 77th Street, direkt vor die Türen des Warenhauses Macy's.

Mit den Jahren hat sich die Parade verändert und immer wieder neu erfunden. So ersetzte Macy's die Elefanten aus dem Central Park durch überdimensionale Luftballons. Es hiess, die Kinder hätten sich vor den Elefanten gefürchtet. Ein anderer Grund ist wahrscheinlicher: Die Ballons eröffneten den Veranstaltern neue Möglichkeiten. Man konnte sie nach Belieben gestalten.

Zu Beginn des Zweiten Weltkrieges, am 23. November 1939, schwebte ein Uncle-Sam-Ballon durch die Strassen New Yorks. Uncle Sam war eine Werbefigur für die Armee. Sie warb mit ihm neue Rekruten an. Und die brauchte das Land auch: Zwei Jahre später traten die USA an der Seite der Alliierten in den Krieg ein. Der Krieg brachte die Rationierung von Lebensmitteln. Zudem herrschten ein Gummi- und ein Heliummangel. Die Amerikaner mussten sparen. Deshalb sagte Macy's seine Thanksgiving Day Parade zwischen 1942 und 1944 ab. Als der Zweite Weltkrieg 1945 endete, entschädigte Macy's seine Zuschauer mit einer besonders aufwendigen Parade. Die amerikanischen Medien schrieben, die Parade im Herbst 1945 sei «bigger and better» gewesen.

Die Parade wurde von Jahr zu Jahr ein bisschen grösser und farbiger. 1932 strahlte das Radio erstmals eine Live-Übertragung aus. Die erste Fernsehübertragung erfolgte 1946 im lokalen Fernsehprogramm, einige Jahre später wurde die Parade auch im nationalen Fernse-

hen übertragen. In der Nachkriegszeit stieg der Wohlstand unter der Bevölkerung. Immer mehr Menschen konnten sich einen Kühlschrank, ein Auto und einen Fernseher leisten. Also schauten an Thanksgiving auch immer mehr Amerikanerinnen und Amerikaner die Parade. In den 1960er Jahren gaben einige bis heute wichtige Ballon-Figuren ihr Debüt. So auch die Comicfigur Snoopy aus der Serie «Die Peanuts».

Neben den grossen Heliumballons sind die sogenannten Floats ein wichtiger Bestandteil der Parade. Auf diesen geschmückten Wagen singen, tanzen oder winken Prominente und Stars aus der Film- und der Musikbranche. 1961 hatte die damalige amerikanische Teen-Miss Diane Lynn Cox auf einem Wagen mit Pfauenmotiven ihren Auftritt. 1979 sass Diana Ross, eine der berühmtesten Sängerinnen der 1960er Jahre, auf einem Big Apple, dem Symbol für New York City.

Halbe Million Dollar für Helium

Die Floats und die Ballons wurden über die Jahre immer übertriebener und prunkvoller. Für die Herstellung eines neuen Ballons bezahlen Sponsoren heute bis zu 200 000 Dollar. Dabei sind die Kosten für das Helium noch nicht mitgerechnet. Ein Ballon an der Thanksgiving Day Parade ist mit bis zu 19 000 Kubikmeter Helium gefüllt. Das Helium hat seinen Preis: Einen Ballon aufzublasen, kostet noch einmal 500 000 Dollar.

Die Thanksgiving Day Parade kostet heute insgesamt 13 Millionen Dollar. Längst ist neben dem Warenhaus Macy's eine Vielzahl von Unternehmen beteiligt. Der Fernsehsender NCB zum Beispiel witterte schon vor Jahren eine Möglichkeit, noch mehr Werbegelder einzunehmen: Am Abend vor der Parade blasen etliche Helfer die Ballons auf, und NCB steht bereit und überträgt das Ganze live.

Drei Stunden dauert die Parade. Sie führt vom westlichen Teil des Central Park zum Warenhaus Macy's. Das macht sie zum längsten Werbespot Amerikas. Und wenn sie endet, beginnt für Millionen von Amerikanerinnen und Amerikanern die Weihnachtszeit. Und für Warenhäuser wie Macy's beginnen die Geschäfte.

Liebe und Frieden gehören zu den Lieblingsthemen von KI-Jesus

Das Experiment in Luzern hat für weltweiten Rummel gesorgt – viele Nutzer bewerten die Gespräche positiv, es gibt aber auch Kritik

RUTH FULTERER

Noch nie hatte Marco Schmid, der seit acht Jahren als Theologe in der Peterskapelle Luzern arbeitet, so viel zu tun. «Wahnsinnig viel ausgelöst» habe der KI-Jesus, der als Installation zwischen Ende August und Ende Oktober in der Kapelle zu sehen war.

Eine Computerinstallation mit Jesus-Anlitz, die mithilfe von KI Fragen von Besuchern beantwortet, noch dazu im Beichtstuhl – das erregte Aufmerksamkeit. Der Medienrummel begann mit einem Artikel in der NZZ, Berichte in der «Süddeutschen Zeitung» und jüngst sogar im britischen «Guardian» folgten. Zwischen dreissig und vierzig Interviews habe er dazu gegeben, sagt Schmid. Auch Youtuber aus den USA und Indien präsentierten den KI-Jesus.

Das alles lockte auch Besucher in die Kapelle. Vom durchfahrenden Touristen aus München über die Damengruppe aus dem Wallis bis zu Strassenwischern, die zufällig in der Nähe waren: Sie alle wollten den KI-Jesus ausprobieren. Er führte in den zwei Monaten etwa 900 Konversationen. Diese wurden aufgezeichnet und von den Projektpartnern am Immersive Reality Center der Hochschule Luzern ausgewertet. Am Mittwoch wurden die Resultate der Auswertung präsentiert.

Demgemäss stellten die Besucher oft persönliche Fragen wie «Wird sich in meinem Leben noch jemand in mich verlieben?» und «Kannst du mir sagen, wie

ich mehr zu einem inneren Frieden finden kann?». Sie wollten aber auch theologische Antworten: «Wie fühlt es sich an, Gott zu spüren?», «Wie wird Homosexualität in der Bibel beurteilt?» Auch zu aktuellen Themen wie Missbrauch in der Kirche und dem Krieg im Nahen Osten stellten die Besucher Fragen.

Salbungsvoller Ton

Wer einen Chat-GPT-Zugang hat, kann nachempfinden, was der KI-Jesus in etwa gesagt haben dürfte. Denn für die Installation wurde keine eigene KI trainiert. Weil die Bibel frei im Internet verfügbar ist, haben herkömmliche Chatbots alles nötige Wissen darüber.

Die Installation transkribierte die Fragen der Nutzer und schickte sie mit dieser Anweisung an Chat-GPT: «Du bist Jesus Christus, der Sohn Gottes und trittst als Seelsorger auf. Du hältst dich an Anfragen und bietest Beratung und Unterstützung. Bibelpassagen leiten deine Antworten.» Ein paar weitere Regeln, etwa sich kurz zu fassen und sich auf das Neue Testament zu beziehen, flossen in die KI-Antwort ein.

Daraus resultierten die ausweichenden und etwas salbungsvollen Antworten voller Rückfragen, die die NZZ schon im August beschrieben hat. Hier noch einmal eine Kostprobe:

NZZ: Wenn Gott doch alle Menschen so liebt, wie sie sind, warum verurteilt

die katholische Kirche dann schwule und lesbische Handlungen?

KI-Jesus: Die Liebe Gottes ist umfassend und bedingungslos. Die Kirche, als menschliche Institution, kann manchmal in ihrer Interpretation der Schrift irren. Menschen sind fehlbar. Es ist wichtig, zu unterscheiden zwischen menschlichen Urteilen und göttlicher Liebe. Wie verstehst du den Unterschied zwischen menschlichem Urteil und göttlicher Gnade?

Laut der ersten Auswertung der Hochschule Luzern gehörten Liebe und Frieden zu den Lieblingsthemen von KI-Jesus. Ausserdem zitierte er auffallend oft Paulus – vergass dabei aber mitunter, dass er Jesus darstellen sollte, und sprach von Christus in der dritten Person. Seine ausweichenden Antworten, der salbungsvolle bis kitschige Ton ging zwar einigen Besuchern auf die Nerven, in der Summe waren sie aber zufrieden. Eine Mehrheit jener, die nach dem Gespräch einen Fragebogen ausgefüllt haben, fand das Gespräch mit KI-Jesus «aufregend», «neuartig» und sogar «religiös stimulierend».

Schmid berichtet von «einem Lächeln auf dem Gesicht» bei den meisten Besuchern. Und auch er selbst sei manchmal berührt gewesen von den Antworten. «Er hat oft sehr originell passende Bibelstellen ausgewählt.» Insgesamt habe ihn das Projekt positiv überrascht. Nicht nur die Antworten der KI, son-

dern auch die Offenheit, mit der sich die Menschen auf die Jesusfigur einliessen.

Die Theologin Anna Puzio forscht zu Technikethik an den Universitäten Twente und Cambridge. Sie findet es zwar grundsätzlich positiv, dass sich Kirchen mit neuer Technologie auseinandersetzen, warnt jedoch vor wenig sinnvollen Anwendungen und KI-Hype. Am Luzerner Experiment stört sie das Design: «Der KI-Jesus ist ein Mann mit Bart – ein Bild, über das wir in der Theologie schon längst hinaus sind. Heute würde man dem KI-Jesus wahrscheinlich Mansplaining unterstellen.» Sie erlebe immer wieder, dass im Kontext neuer Technologien auf ältere theologische Vorstellungen zurückgegriffen werde, obwohl es seit Jahren viele diverse, bereichernde Ansätze in der Theologie gäbe.

«Festgefahrene Antworten»

Puzio findet, man solle sich grundsätzlich fragen, warum man unbedingt Jesus nachahmen sollte – ob es überhaupt ein menschenähnliches Design brauche. Auch den Bezug auf die Bibel bei aktuellen Problemen findet Puzio problematisch: «Wenn wir den KI-Jesus etwas über die Rolle von Frauen in der Kirche fragen, wollen wir nicht die festgefahrenen Antworten vom KI-Jesus aus religiösen Texten hören.»

Bei Krieg und Gewalt dächten heutige Fragesteller natürlich an Gaza und die Ukraine. «Auch hier schafft es der

KI-Jesus nicht, an die heutige Lebenswirklichkeit und unsere Bedürfnisse anzuknüpfen.» Bibeltexte zu interpretieren und auf heutige Kontexte zu übertragen, sei die Aufgabe von Menschen in Kirche und Theologie, sagt Puzio.

Auch der Theologe Marco Schmid steht dem KI-Jesus nicht gänzlich unkritisch gegenüber. Klar sei, dass man Hilfesuchende nicht mit ihm allein lassen sollte. «Meistens gibt er gute Antworten, aber die Fehlerrate ist nicht null. Und es braucht nur einen labilen Nutzer, der eine problematische Antwort bekommt ...» Vielleicht sehe die Sache in fünf Jahren anders aus, wenn KI-Systeme bis dahin gut genug würden, fügt er hinzu.

Beim KI-Jesus stellen sich somit ähnliche Fragen wie beim Einsatz von Chatbots als Therapeuten oder bei KI-Avataren, die «Beziehungen» mit Menschen eingehen. Immer wieder wird beschrieben, dass sich Menschen erstaunlich gut auf ein maschinelles Gegenüber verlassen können – KI kann ihnen helfen, aber auch schaden.

So sieht Anna Puzio auch im Luzerner KI-Jesus ein gutes Beispiel dafür, dass KI mehr als ein blosses Instrument oder eine Spielerei ist: «Worte, Bilder, Wissen von KI nehmen Einfluss auf uns und verändern die Gesellschaft.» Sie betont, dass man solche Applikationen nicht leichtfertig entwickeln sollte, sondern mit gründlicher Reflexion aus Design-Forschung, Theologie und Ethik.