

It' s the Singer, not the Song,

dieser geniale Spruch von Mick Jagger, dem grossen alten Mann des Rock, trifft im konkreten Fall bestimmt und besonders auf den grossen alten Mann der Eulalia, auf Roger zu.

Wer in aller Welt, welcher begnadete Interpret, hat denn schon seinen eigenen, weltbekannten Song, der einzig und allein nach ihm benannt ist? Dä Rosche, am Rosche sinä.

So soll vor allem, dem Anlass gerecht, vom Singer, also von Roger, hier die Rede sein; weil Roger, wie wohl kein zweiter Guggenmusiker auf dieser Welt, die Richtigkeit dieser Aussage alle Jahre wieder blaskräftig unter Beweis stellt und gleichzeitig ihre adäquate Ergänzung, die noch grössere Wahrheit - im Falle der Eulalia - stets aufs Neue an den Tag legt:

It' s the Singer and the Song.

Es geht also um Roger **und** Eulalia, ohne die, so viel sei hier vorweg behauptet und später bewiesen, es Roger in der heutigen Form nicht gäbe.

Ich werde in dieser Laudatio - kommt ja bekanntlich von laudare loben, bestimmt keine Lobhudelei zum Besten geben, es wird aber auch keinen historischen Abriss der letzten 40 Jahre Geschichte absetzen. (Ich gehe hier den weit professionelleren, den markenanalytischen Weg: Ich werde Roger als Marke begreifen. Es wird also philosophisch-ökonomisch, was den einen oder andern vielleicht überfordern wird - und das braucht Zeit und bedingungslose Aufmerksamkeit: denn es geht ja um Roger.

Wenn ich Roger also als Marke verstehe - und davon verstehe ich was - gibt es ein unumstössliches Gesetz: Hinter jeder grossen Marke steht eine grosse Idee.

Was ist denn Rogers **grosse Idee**?:

Eulalia urbi et orbi. Eulalia für Stadt und Land, für den ganzen Erdenkreis. Eulalia, hic et in aeternam. Eulalia hier zu Lebzeiten

auf dieser Welt und in alle Ewigkeit.
Eine wahrlich geniale Idee. Und so genial einfach.

Die zweite Gesetzmässigkeit lautet: jeder grosse Mann hat eine grosse Vision.

Was ist denn **die Vision** von Roger, seine Weltsicht?: Die Welt ist böse, voller Banditen, Schurken, Mörder, Verbrecher, voller Gestörter und kranker Idioten. Man muss sie bekämpfen.

Du musst, 1. um diese Welt besser zu machen, Polizist werden. Um sie zu überleben, musst du 2. zum permanenten Fastnächtler werden, dein Leben lang. Nur so lässt sich die Welt ertragen.

Folgerichtig leitet sich daraus **seine Mission** ab, die Aufgabe und der Weg, seine Vision zu verwirklichen. Roger sagt sich also: Ich werde nicht einfach Fastnächtler, ich werde der älteste Fastnächtler im ältesten musizierenden und besten Fastnachtsverein, und zwar der beste: Ich werde Eulalianer.

Beides hat Roger in den letzten vierzig Jahren mit Bravour, mit zunehmender Akribie und Vehemenz geschafft. Und ein Ende ist nicht abzusehen.

Das alles hat, wie jede grosse Marke - weil ja Zukunft aus Herkunft kommt - zwangsläufig seine grosse Geschichte. Weil ja das Horn nicht weit von der Trommel fällt, muss das erwähnt sein.

Vor über vierzig Jahren also, lange bevor Roger kam, war ein grosser Trommler, ein Mann, der Prototyp des Fastnächtlers, Karli Muurer, der diesem Phänomen einen Namen gab: trinksicher, unverwüstlich, ein posttambourischer Perkussionist. Karl war schon für mich ein Vorbild, und keiner vergisst die legendären Suppen Zmorge bei Karl und Margrit.

Doch Roger ging nicht wie sein Vater, den poetischen Weg des einsamen Trommlers und Gässelers.

Er verlegte sich auf die wildere Seite, die farbigere, die freiere Seite und aufs Blech und das Blasen.

Nachdem er, nur mit erheblicher Mühe und dank der Fürsprache zweier Gremiumsmitglieder die Probezeit überstanden hatte, betrat er, wenn die Rechnung stimmt, 1978, mit Backformen auf dem Hut, mit Gummistiefeln und Appenzeller bewaffnet, mit Glitter und Pailletten übersät diese Bühne, die künftig seine Welt bedeuten sollte.

Leider geriet er schon früh ins trübe Fahrwasser seines Berufskollegen, seines in Juttesäcke verpackten und biergeeichten Polizistenfreundes Kieni. Diesen begnadeten Dekorationsmaler und Sousaphonisten hat Roger in einer heissen Faschingsnacht in fataler Weise zum Weissweintrinken verführt - nicht nur zu Guschtis Leidwesen - mit katastrophalen Folgen für das Bassgefüge und die morgendliche Standfestigkeit der ganzen Musik. (Interessanterweise sollte Roger später das Motto „Mein Getränk und ich“ als „Campari Soda“ bestreiten, was darauf handkehrum zum grossen Hit avancierte, flüssig wie musikalisch).

Von Röbeli hat er neben dem Schnupftabak schnupfen die unselige Gewohnheit übernommen, in alles Trinkbare leuchtende Plastikteile zu versenken.

Besonders sträflich auch seine Verbindung zum Berserker Steiner und seine maffiöse Anhänglichkeit zu den FAKOWI-Obersten, deren Morgensitzungen er fast so zuverlässig besuchte wie eigene Gremiumssitzungen.

Vor allem aber hat er schon früh eine unverblünte intime Nähe zu der wahren biblischen Plage dieser fatnächtlichen Tage, zu den Malzi-Brothers entwickelt (während diese

Schottenmusterclowns sich einem aufrechten Fastnächter wie mir - auf richterliche Verfügung - nur auf 2 m nähern dürfen).

Von Ihnen hat er die unsägliche Manie, kiloweise Konfetti in den nächstbesten Ausschnitt, in jedes Getränk zu werfen, geerbt. Eine kindische Unsitte, die er leider bis ins hohe Alter beibehalten hat.

Dieser unseligen Freundschaft mit den Malzis hat er aber auch unvergesslichen Tribut gezollt:

Nach einem Affenzmorgen bei den Malzibrothers im Schützenhof schwankt Roger gut angetrunken, im Zickzack

stolpernd stadteinwärts, bis er am Holderplatz den Brunnen streift und Hals über Kopf - mitsamt Strument und Wägeli - hineinfällt, untertaucht und seinen Arsch auf Grundeis setzt. Pudelnass und verzweifelt ruft er (keiner weiss, wie das Handy den Tauchgang überlebt hat) ruft er Elvira an, sie möge ihm doch trockene Kleider bringen. Was, welch Wunder, natürlich nicht passierte. Was danach geschah... Roger erzählt es Euch am besten selbst.

Selbst dieses unfreiwillige Bad konnte ihn nicht retten.

Trotzdem ging seine Karriere steil bergauf.

Musikalisch machte er erstmals in deutschen Landen von sich reden, am Feuerwehrball in Büdingen. (Motto Eulen)

Während wir, die Eulalia, am Spielen sind und Roger und Alf eine längere Passage auf einem Ton haben, stellt ein Gast plötzlich einen Stuhl vor Roger und Alf, besteigt diesen und hält ein Ohr an die Trichter. Danach hüpfte er wild gestikulierend vom Stuhl und als wir wieder zur besagten Passage kommen, erklimmt er abermals den Stuhl, horcht in die Trichter, steigt vom Stuhl und geht sehr erobst ab. Als das Stück fertig ist und der langanhaltende, tosende Applaus verebbt, meldet sich der erobste Gast und schreit in den vollen Saal: "Ein einzigen, ein einzigen, ein einzigen Ton spielen die!!!!!! Helga wir gehen!!!" Und sie verlassen frühzeitig den Saal!

Natürlich weiss heute jedes Kind, dass die ausserordentliche Fähigkeit und Begabung, nur einen Ton zu spielen, längst vorher, zu Zeiten der legendären Basswand, von Anton zum Kult entwickelt wurde. Darum heisst dieser unvergleichliche Stil ja auch an-tonale Musik.

Wie auch immer: Aus alldem lassen sich mühelos die Werte ableiten, die die Marke Roger kennzeichnen.

Was sind **die Werte**, die charakteristischen Persönlichkeitsmerkmale der Marke Roger?

Sie beschreiben Herz, Hirn und Hand, exakt wie er denkt, wie er handelt, wie er ist.

Der erste Wert ist: **trink(t)fest**. (Man höre das t, also eher ein aktives Verb als ein Adjektiv). Trinktfest brauche ich wohl von Gin-Tonic über Campari-Soda bis zu Williamsbirne und Mineralwasser nicht näher zu erläutern. Da kann es als Folge schon mal vorkommen, dass Roger vermeintlich den ganzen Abend fotografiert, dann nach dem Schäfli seinen obligaten Fotoapparat (polizeilich als vermisst, gestohlen oder verschwunden meldet) man verzweifelt die ganze Nachtlang danach sucht und ihn dann zu Hause zum weinseligen Frühstück, oh man staune, die verschwundene Apparatur friedlich schlummernd an der Ladestation hängend wiederfindet. Die Eulalia wundert sich noch heute, warum es von jener ominösen Nacht keine Bilder gibt.

Der zweite Wert ist: **untödlich**.

Unsinkable, ein Merkmal wie es einst die Titanic auszeichnete, der zweite Wert also ist: untödlich. Roger sinkt nie.

Weit über die Auflösung hinaus (früher gab es so gegen Sieben morgens „offiziell Freigang“ dh. Man ging mit befreundeten Guggenmusikern ins Bosshard, dann zum Frühschoppen in den Strauss, dann in die Akazie, von da in den Talgarten, und das per Taxi, jeweils 6 m, von einer Strassenseite zur anderen. Die legendären Taxifahrten im Bermudadreieck. Diese kopierte Roger, zusammen mit dem Österreicher wiederum in Büdingen, aber völlig unfreiwillig. Wenn man das, wie wir, strategisch tut, ist das gut, tut man es besoffen wie Roger und Alf auf der Suche nach ihrem Hotel vom Drahtesel auf die nächste Strassenseite für satte 25 Mark, ist das schon eher höherer Schwachsinn zu nennen.

Aber Roger sinkt nie. Er ist einfach unverwüstlich.

Roger war noch nie der erste und ist meist der letzte, der geht, was sich dann jeweils sehr schnell auf seine Stimmbänder und die Artikulationsfähigkeit niederschlägt und er fortan bis zur Auslumpeten nur noch wie ein alzheimer geplagter Geier herumkrächzt. Völlig unverständlich.

Der letzte, der dritte Wert der Marke Roger: **eigenartig einzigartig (merkwürdig unique)**

Eigenartig einzigartig ist etwa seine Anhänglichkeit zum weiblichen Geschlecht.

Ist er doch wie ich, und das zeichnet ihn natürlich besonders aus, Freund der wohl neben der Eulalia berauschendsten Fasnachtsformation, den Hupfdohlen. Roger ist wie ich ein Goupie der Kanalaratten.

Aber Roger ist ja nicht nur der Sohn seines Vaters, er ist, und da hat er wirklich Schwein gehabt, in mehrfacher Hinsicht das Kind von Elvira. Diese wunderbare Frau - ebenfalls prächtig hochgezogen und erblüht im Schosse der Eulalia - probt akribisch mit ihm, schneidert virtuos seine Kostüme, sagt schon mal mit Nachdruck, wenn es Zeit ist, Wasser zu trinken (während für sie ein einfaches Cüppli genügt). Sie unterstützt ihn mit fantastischen Plaketten und guter Grafik im Gremium und steht ihm auch nicht vor der Sonne, wie ihn die Winterthurer Lokalpresse den grossen Goldhasen Roger Maurer zur treibenden Kraft des Vereins und zum Präsidenten der Eulalia befördert, und uns, den übrigen Rest, zu **seinen** Musikanten degradiert. Verständlich dass Roger einen solchen Goldschatz wie Elvira eifersüchtig hortet. So wacht er mit Argusaugen hinter jeder unerwarteten Ecke, hinter jedem Vorhang und Gebüsch über Elvira und ihre Tugend, um dann jeweils im dümmsten Moment mit hochrotem Kopf und stechenden Augen unerwartet in die Szene zu stürzen.

Es ist wohl Elviras Verdienst, Roger aus den Klauen des Ordinären bis Primitiven befreit zu haben. Sie hat ihn vom wahllos Allestrinker zu Stil und Kultur gebracht. Er weiss heute einen guten Roten, eine klassische Cohiba durchaus zu schätzen, beweist auch Geschmack bei Brillen und Frisuren.

Ich werde jetzt abkürzen und komme zum Schluss.

Die Marke Roger noch einmal zusammengefasst:

Seine Markenidee: Es gibt nur eine Jahreszeit, die Fastnacht, das heisst die Eulalia.

Seine Vision, sein Weltbild: Das Leben kann nur erträglich gestaltet werden, wenn man es als permanenten Fasching versteht und feiert.

Die Mission, der Weg um dieses Ziel zu erreichen: Dem potentesten Vertreter dieser Weltidee, der Eulalia, beizutreten, und sie bis ans Ende seiner Tage als Präsident zu führen. Seine Werte: trinktfest, untödlich und eigenartig einzigartig - also merkwürdig unique.

Merkwürdig, würdig ist es, sich ihn zu merken: weil, das ist so sicher wie das Amen in der Kirche, von tödlicher Gewissheit: Diese einmalige Spezies, der homo carnevalensis der Gattung musicus eulaliae stirbt aus - da wir, da die bekannte Welt, keine wissentliche Kenntniss von leiblich männlichen Nachkommen von Roger hat.

So gehört also auch der jetztzeitliche Roger einer längst vergangenen Epoche, einer unwiderruflich verlorenen dionysischen, hedonistischen Ära an – vier Tage ungewaschene, voll von ekstatischen Tänzen, Gummistiefeln und Gelagen, die sich gewaschen hatten. Völlig vorbei, passé, sei es, weil die Weiber heute nicht mehr so empfänglich sind (die beiden neuen Trompeterinnen – eine höchst willkommene Ausnahme), sei es, weil die musikalischen Anwarter eher auf Karaoke stehen, sich Verkleiden auf die Operettenbühne gehört und Komasaufen längst salonfähig geworden ist. So ist Roger also, obwohl heute und bis auf jüngere Zukunft noch der erste, aber auch der unwiederbringlich letzte seiner Art. Einst der Prototyp, heute der Phänotyp eines Guggen-musikers, die Inkarnation des Eulalianers, die Impression und Expression des letzten wahren Fastnächters unserer Zeit. Trinktfest, untödlich, einzigartig eigenartig. Roger hat die Eulalia einschneidend und nachhaltig geprägt, wie sie **ihn** geformt hat. Die Marke Roger lebt. Stärker und lebendiger als je zuvor. Und sein Stück wird bleiben in alle Ewigkeit: ÄM ROSCHE SINÄ. Roger, danke für alles. Da isch sin, dasch din Applaus.