WOCHENENDE | LEBEN & FAMILIE

www.waz.de/familie

Ein Seufzen und ein Schwärmen

Wer Popstars oder seinen Schulhofschwarm anhimmelt, gibt sich dabei Tagträumen hin, die sich gar nicht unbedingt erfüllen sollen. Ein Phänomen, das nicht nur unter jungen Frauen weit verbreitet ist

Von Georg Howahl

Essen. Es war eine heiße Sommernacht im Music Circus Ruhr, Anfang der 90er, die Hitze staute sich unterm Dach des Oberhausener Disco-Zelts, die Héroes del Silencio spielten, „Entre Dos Tierras“ war ihr Hit. Die Schwester meines Kumpels hatte ihre beste Freundin mitgenommen, beide waren bis über die Ohren verschossen in den spanischen Sänger, sie drängten nach vorn in die erste Reihe, die Jungs blieben hinten. Dann kamen die Mädchen nach wenigen Songs wieder nach hinten – und der Verdacht, dass es direkt vor der Bühne, ganz dicht dran am Star, doch nicht sooo toll gewesen sein könnte, wurde von der besten Freundin schlagartig zerstreut: „Merkst du nicht, wie ich schmelze???“, fragte sie mit Schweiß auf der Stirn und Tränen in den weit aufgerissenen Augen. Ach, es war eben einfach zuuu toll, dem großen Schwarm hautnah gegenüberzustehen, mehr als ein normaler Mensch aushalten konnte.

Schwärmerei ist ein eigentümliches Phänomen, das wahrscheinlich jeder aus seiner Jugend kennt. Sei es, dass wir auf dem Schulhof für ein Mädchen oder einen Jungen aus einer deutlich höheren Klasse schwärmen, einen Menschen also, der in jungen Jahren vollkommen unerreichbar erscheint.

Oder sei es, dass wir uns beim Anschauen von Fotos oder Videos so unsterblich in einen Popstar verguckt haben, dass man ihn so ziemlich für den Mittelpunkt des Universums hält – auch wenn das Universum sich noch auf die vier mit Postern zugepflasterten Wände eines Jugendzimmers beschränkt.

Das Eigentümliche daran ist, dass sich all diese Emotionen, die heiße Zuneigung also, anders als beim Verliebtsein, an etwas entfachen, das man nur aus der Ferne beobachtet. Oder wie „Kluges Etymologisches Wörterbuch der Deutschen Sprache“ die Schwärmerei beschreibt: „sich auf wirklichkeitsferne Weise für etwas begeistern“. Weshalb sich Teenies in den 80er-Jahren einen lebensgroßen, 36-teiligen Bravo-Starschnitt der norwegischen Popper A-ha an die Wand hingen.

Einst ein Objekt jugendlicher Begierde: Die norwegische Band A-ha im Bravo-Starschnitt, der in den 80er-Jahren zigtausendfach in deutschen Jugendzimmern die Wände zierte.
FOTO: BRAVO/MONTAGE: L. HEIDRICH/C. DILLY

„Insgesamt beschleunigt sich das Schwärmen.“

Klaus Farin (63),
Experte für Jugendkulturen

Dass es ausgerechnet Teenager erwischt und dass die Schwärmerei später zumindest in der Intensität nachlässt, erklärt sich aus den gewaltigen Umstellungen des Körpers und Gehirns während der Pubertät: „Menschen bis zum Alter von 25 sind deutlich emotionaler als alle Älteren. Das bedeutet auch, dass sie leidenschaftlicher sind“, sagt Klaus Farin (63), Experte für jugendliche Subkulturen aus Berlin, der in Gelsenkirchen zur Welt kam. Was nicht heißt, dass die Schwärmerei nicht prägend wirkt – und sich bis zur Rente und darüber hinaus fortsetzen kann.

Die kanadische Psychologin Charlene Belu gehört zu den wenigen, die das Phänomen der „crushes“, also der Schwärme, untersucht hat – allerdings nicht im popkulturellen Kontext, sondern bei Personen aus dem persönlichen Umfeld. Dabei zeigte sich, dass es zwischen den Beteiligten zwar öfter zu Flirts gekommen ist, aber eben nicht zu einem Versuch, darüber hinaus zu gehen. Im Gegenteil: Da der Schwarm oft eine Projektionsfläche für die eigenen Fantasien ist, will man ihm vielleicht gar nicht zu nahe kommen, um ihn nicht durch die reale Erfahrung zu entzaubern.

Nicht nur Frauen schwärmen: Aus einer Studie der Psychologin Julie Bowker von 2012 unter mehr als 500 Jugendlichen ging hervor, dass 61 Prozent der Mädchen und 48 Prozent der Jungen aktuell für jemanden schwärmten. Der Unterschied zwischen den Geschlechtern relativiert sich, wenn man bedenkt, dass die Befragten im Durchschnitt 13 Jahre alt waren – und die Pubertät bei Jungen später einsetzt.

Auch bei den Erwachsenen wird kräftig geschwärmt: Bei einer Befragung durch die US-amerikanische Gesundheitswissenschaftlerin Margo Mullinax kam heraus, dass 160 von 229 befragten Frauen, obwohl sie in einer festen Beziehung waren, für jemand anderen schwärmten. Das waren in der Regel Kollegen am Arbeitsplatz (23 Prozent), ein ehemaliger Partner (21 Prozent) oder ein guter Freund (19 Prozent).

Doch zurück zur Schwärmerei von Fans, die in Deutschland ja über Jahrzehnte vor allem von einem Medium geprägt war: Der Pop- und Aufklärungspostille „Bravo“, die in ihren besten Zeiten eine Auflage von 1,6 Millionen Exemplaren erzielte – und heute mit 64.000 Heften ein Nischendasein führt. „Bravo hat Stars, die schon groß waren, noch größer gemacht. Die letzte Band, die von Bravo mit richtig groß gemacht wurde, das war Tokio Hotel“, erzählt Klaus Farin. Und das 2005, als die Bravo schon im Niedergang war und ihr Publikum erst ans Musikfernsehen und später an die Sozialen Medien verloren hatte.

Überhaupt die Sozialen Medien, sie haben dazu geführt, dass Stars heute nicht mehr die angehimmelten Überwesen sind, als die sie einst galten. „Man bewundert sie für ihre Fähigkeiten. Aber jeder ab einem gewissen Alter weiß, dass Star und Realität nicht übereinstimmen“, formuliert es Farin knackig.

Sprich: Der unmittelbare Kontakt zu den Fans hat zu einer gewissen Entzauberung geführt, davon kann nicht nur Billie Eilish seit ihrem letzten Stilwandel ein Liedchen singen. Und: Die Haltbarkeit von Stars ist heute geringer. Farin: „Insgesamt beschleunigt sich das Schwärmen, weil ja alles schneller geworden ist, der Durchlauf von Hits, von Stars. Wer heute für einen Star schwärmt und denkt, das wäre die Liebe seines Lebens, hat oft in drei Monaten schon die nächste Liebe entdeckt.“

Die Sozialen Medien sprengen für die Schwärmer die Grenzen von Ländern, Kontinenten und Geschlechteridentitäten. Heute schwärmen deutsche Jugendliche für Stars aus Korea oder Japan, entdecken die Musik von US-amerikanischen Transpersonen oder anderen Minderheiten – und finden im Netz Gleichgesinnte. Farin: „Früher war der einzige Punk im Dorf ganz alleine, heute ist er mit der ganzen Welt verbunden.“

Und dann gab es noch jene, für die ein Star eine echte Vorbildfunktion erfüllt hat – ein Phänomen der Vergangenheit: „Da wir heute eine relativ konservative Jugend haben, sagen über 90 Prozent der Jugendlichen: Meine Eltern sind mein Vorbild“, stellt Klaus Farin fest. Und für die Eltern kann man vielleicht Liebe empfinden. Aber man wird gewiss nicht von ihnen schwärmen.

A-ha: Wie kluges Marketing Teenies schwärmen ließ

■ **„Take On Me“**, die Durchbruch-Single von A-ha, ist ein exzellentes Beispiel dafür, dass Erfolg im Popgeschäft oft weniger durch musikalische Qualität als vielmehr durch Image und Marketing entsteht. Denn der unbestritten gute Song des Trios brauchte ganze drei Anläufe, um international zum Hit zu werden. Die erste Veröffentlichung der Single im Oktober 1984 schaffte es in ganz Europa zu sensationell niedrigen Verkaufszahlen von 300 Stück.

■ Und das obwohl es schon ein **erstes Video** dazu gab. Allerdings ein konventionelles „Band im Studio“-Video, das passabel war, aber nicht außergewöhnlich. Auch die zweite Veröffentlichung der Single im April 1985 wurde nur in Norwegen ein Hit. Der Rest der Welt blieb uninteressiert.

■ **Der Erfolg** kam erst als im September 1985 mit der dritten Veröffentlichung auch das berühmt gewordene **Cartoon-Video** erschien, bei dem Sänger Morten Harket ein Mädchen in eine glamouröse Comic-Welt entführt – voll romantisch, wie man damals gesagt hat. Endlich gab’s eine Projektionsfläche für Teenie-Schwärmerei. Die Folge: Nummer 1 in elf Ländern – und fünf Millionen verkaufte Singles...

FAMILIENBANDE

Von Gordon Wüllner-Adomako

Über Pflaumen und Pinnekes

Der bunte Würfel von „Mäusejagd“ fehlte genauso wie die Pflaumen vom „Obstgarten“ oder einige Goldmünzen vom „Schwarzen Piraten“. Meine Kinder durften sich was anhören! Sie hatten die Brettspiele wieder mal mit etwas zu viel Nachlässigkeit „aufgeräumt“. Wie soll man denn so einen schönen Spielenachmittag haben? Das dachte sich auch meine Mutter schon des Öfteren, als sie mit ihren Enkeln die Spielekartons von früher öffnete, die zum Großteil einen Vergleich mit den Klopapierregalen zum Pandemiebeginn nahelegten.

Ihr Sohn, also ich, war eigentlich nie der große Gesellschaftsspiele-Fan. Ich beobachtete das Spielfeld meist lieber aus dem Abseits und malte stattdessen irgendwelche Fantasiewelten, in denen mehr Anarchismus als in den Spielanleitungen herrschte. Aber so um meine Abi-Zeit herum, da wurden die alten Spieleklassiker plötzlich von mir aus dem Schrank geholt. Für selbst konzipierte Sauf-Spiele hatte ich mir unter anderem Figuren von „Tempo, kleine Schnecke“ und „Pronto Bronto“ sowie Miniatur-Seeungeheuer von „Atlantis“ und die Sanduhr von „Tabu“ geborgt. Die Regeln? Gute Frage. Ich weiß nur noch, dass man sich zum Affen machen musste – und die Gläser recht schnell leer waren.

Da ich schon damals – vom Alkohol abgesehen – den Vorbildcharakter meines frühen Vater-Daseins antizipierte, räumte ich das Spiel natürlich immer ordnungsgemäß zusammen. Allerdings brachte ich die Seeungeheuer nicht wieder nach Atlantis zurück. Mein eigenes Spiel bekam auch seine eigene Kiste – die nach meinem Auszug bedauerlicherweise nie wiedergefunden wurde. Ob ich die Kritik an meinen Kindern also zurückgehalten hätte, wenn sie aus Pflaumen, Goldmünzen und bunten Würfeln ein eigenes Spiel kreiert hätten? Solange ihre Regeln besagen, dass der Verlierer lediglich Pinnekes mit Milch oder Orangensaft schlucken muss...

DANKE – SCHÖN!

Welchem Menschen möchten Sie mal Danke sagen? Oder für was sind Sie in Ihrem Leben dankbar?

„Ich danke meiner Frau, die gerade unser zweites Baby unter ihrem Herzen trägt. Bei allen Konzerten, Workshops und Reisen schafft sie es auch, eine fantastische Mamma zu bleiben.“

Anton Zetterholm (35) aus Växjö, Schweden, Musical-Star (u.a. Tarzan), tritt am 5.12. mit „Sound Of Christmas“ im Ruhrcongress Bochum auf