



Lesbenpaar im Film „Aimee und Jaguar“*, Schwulenidol und Schauspieler Jude Law (1996), Schriftsteller und Homophobie-Opfer Wilde (1882):

LIFESTYLE

Exoten, witzig und wohlhabend

Obwohl in der Minderheit, sind Schwule zu Leitfiguren und Trendsettern in Mode, Lifestyle, Kunst und Kultur geworden. Eine neue Studie erforscht ihr Konsumverhalten – immer mehr Firmen und Unternehmen setzen auf Werbung für homosexuelle Käufer.

Seine Klassenkameraden schwärmten für Mädchen, also tat er es auch. Doch in Wahrheit langweilten ihn Mädchen; und das, was er mit ihnen sexuell erlebte, langweilte ihn erst recht. Schließlich wurde er von einem Mann verführt, da war er bereits 25 Jahre alt. „So lange musste es dauern, bis ich meine sexuelle Identität fand“, erklärt der Hamburger Koch Volker. „Da haben es die jungen Schwulen heute doch viel leichter.“

„Schwulsein ist schick“, findet sein Lebenspartner Peter. „Schwule haben Witz und Glamour.“ Heute seien viele Heterosexuelle stolz darauf, Schwule im Bekanntenkreis zu haben. Der Potsdamer Modeschöpfer Wolfgang Joop spricht gar von einer schleichenden Homosexualisierung der Gesellschaft (siehe Gespräch Seite 82).

Schöne schwule Welt. Vorbei die Zeiten, in denen Homosexuelle in Westeuropa verfolgt wurden wie etwa der irische Schriftsteller Oscar Wilde, den 1895 seine

Freundschaft mit Lord Alfred Douglas ins Zuchthaus brachte. Den hübschen Adligen spielte in der letzten verfilmten Wilde-Biografie der Homo-Schwarm Jude Law.

Passé für viele auch die Pein, homosexuelle Neigungen zu unterdrücken und zu verschweigen, wie der Schriftsteller und Familienvater Thomas Mann es tat oder in den fünfziger und sechziger Jahren der Hollywoodstar Rock Hudson.

Schwule setzen Trends, sie beeinflussen den Mainstream in Mode, Werbung, Kunst, Kultur. Immer mehr Werber und Verkäufer interessieren sich für die kaufkräftigen Homosexuellen, ebenso Demoskopen und Marktforscher, die den Marketing-Experten Statistiken und Erkenntnisse für ihre Feldzüge in die konsumfreudige rosa Welt liefern wollen.

Aber entspricht dem Wandel des gesellschaftlichen Klimas auch ein Wachstum des homosexuell orientierten Bevölkerungsteils? Neue Zahlen zum Thema legt jetzt die Hamburger Eurogay Media AG vor, ein schwules Start-up-Unternehmen,

Betreiber des Internet-Portals Eurogay, das sich zum Ziel gesetzt hat, Europas führendes Medienunternehmen für Schwule zu werden. Um Bannerwerbung besser an Markenartikler verkaufen zu können, wollte Eurogay mehr über schwules Konsumverhalten wissen und beauftragte das Bielefelder Marktforschungsinstitut Emnid damit, knapp 15 000 Bundesbürger telefonisch zu ihrer sexuellen Orientierung zu befragen; 250 bekennende homo- und bisexuelle Männer äußerten sich darüber hinaus zu ihren Erfahrungen, Einstellungen und ihrem Verhalten.

Das Ergebnis der Studie verblüfft: Die Zahl der Homosexuellen ist wesentlich geringer, als der modische Schwulentrend suggeriert. Nur 1,3 Prozent der befragten Männer und 0,6 Prozent der befragten Frauen gaben an, schwul beziehungsweise lesbisch zu sein. Weitere 2,8 Prozent der Männer (Frauen: 2,5 Prozent) sagten, sie seien bisexuell.

Selbst wer die Dunkelziffer hinzurechnet, die Eurogay-Studienleiter Christof

* Maria Schrader, Juliane Koehler.



CORBIS / PICTURE PRESS

„Klemmschwestern gibt es immer noch reichlich“

Wagner mit der Frage „Wie stark fühlen Sie sich von einer attraktiven Person männlichen/weiblichen Geschlechts erotisch angezogen“ ermitteln wollte, kommt höchstens auf einen Schwulenanteil von 2,7 und einen Lesbenanteil von 3,5 Prozent der Bevölkerung. Das ist deutlich weniger als die rund 10 Prozent Homosexueller, die bisher geschätzt wurden.

Weitere Ergebnisse der Studie: Schwule haben ein höheres Interesse an Parfums, Hautpflege, Kino, Romanen, teurer Markenkleidung und Reisen als Hetero-Männer. So geben laut Eurogaystudie 43 Prozent der Schwulen einen großen Teil ihres Geldes für Urlaub aus (Heteros: 29 Prozent), Literatur lieben 63 Prozent der Homosexuellen (Heteros: 49 Prozent), und für immerhin 23 Prozent der Schwulen ist exklusive Markenkleidung von Bedeutung (Heteros: 13 Prozent).

Hingegen interessieren sich fast 80 Prozent aller Heteros für Unterhaltungselektronik (Schwule: 63 Prozent), drei Viertel aller Heteros begeistern sich für Autos (Schwule: 38 Prozent).

Auch wenn die Gruppe kleiner ist als gemeinhin angenommen – Geld hat sie: Etwa ein Drittel der Schwulen verfügt über mehr als 6000 Mark netto im Monat. Schon Mitte der Neunziger nannten 42 Prozent der Leser zweier Schwulenzeitschriften Shoppen als Lieblingshobby. Glück für die Trendlabels der schwulen Community, zu denen Levi's, Diesel, Absolut Vodka und Calvin Klein zählen.

„Ich glaube, in zehn Jahren wird jeder Markenartikler die Zielgruppe der Homosexuellen ansprechen müssen“, glaubt

Ercan Öztürk, Marketing-Direktor für Jacobs Röstkaffee. Er verantwortet die in einschlägigen Magazinen geschaltete, erfolgreiche Anzeigenkampagne mit der schwulen „Kaffeetante Mike“, eine Folgekampagne ist bereits in Vorbereitung.

Werbung für Schwule dürfe weder ranschmeißerisch noch anbiedernd sein, so Öztürk, wichtig sei auch die Gesamteinstellung des Unternehmens. Viele Firmen wollten zwar das Geld der Schwulen, aber mit der Randgruppe möglichst wenig zu tun haben. Öztürk: „Das funktioniert meiner Meinung nach nicht.“ Folgerichtig unterstützt der Kaffeeriese einen schwul-lesbischen Literaturkreis, den Teddy-Award der Berlinale und noch verschiedene Christopher Street Days.

Viele Schwule wollen sich ästhetisch präsentieren, kritisieren aber andererseits die ungebremste Konsumlust, den

Hedonismus und den Jugendkult der Szene. Eine ernst zu nehmende Schwulenzbewegung existiere nicht mehr, der ehemals kämpferische und politische Christopher Street Day sei zum exhibitionistischen Volksfest verkommen, so die kollektive Klage.

Dabei gebe es durchaus Dinge, um die zu kämpfen es sich lohne: So geht beispielsweise das Gesetz zur Anerkennung schwuler und lesbischer Paare vielen nicht weit genug, denn Rentenansprüche und

Fragen der Einkommen- und Erbschaftsteuer wurden ausgeklammert.

„Gleiche Rechte, gleiche Pflichten, Normalität eben“, sind für Krankenpfleger Peter am wichtigsten. Und das sei noch lange nicht erreicht. 65 Prozent der von Eurogay befragten Hetero-Männer finden Homosexualität bei Männern negativ. Deshalb sei es nach wie vor für schwule Politiker, Fußballer, Handwerker schwer, sich zu outen – zu machomäßig und zu heterosexuell sei die mehrheitliche Einstellung bei diesen Berufsgruppen. Peter: „Klemmschwestern gibt es immer noch reichlich.“

Frühere Untersuchungen beschäftigten sich mit der gesellschaftlichen Akzeptanz von Schwulen und Lesben bei Heteros. So erklärten 1998 zwei Drittel der Deutschen, sie befürworteten gleiche Rechte für Schwule und Lesben, und mehr als drei Viertel der Befragten betonten in einer Forsa-Erhebung, sie hätten nichts dagegen, wenn ihre Ärzte, Freunde oder Politiker homosexuell seien. Ein homosexuelles Kind zu haben fänden laut Eurogay dennoch mehr als zwei Drittel der Hetero-Männer und etwa die Hälfte der Frauen, die Männer lieben, negativ.

Dass es mit der viel beschworenen Liberalität vielleicht doch nicht so weit her ist, zeigt eine ältere Studie der Münchner Universität, die Schwule zu Mobbing und Diskriminierung am Arbeitsplatz befragte: 80 Prozent fühlten sich davon betroffen. Ein Lichtstreif am Horizont mag sein, dass zumindest nach der Eurogay-Studie 94 Prozent der Heteros Ausgrenzung der Schwulen am Arbeitsplatz ablehnen.

Der Soziologe Michael Bochow schließlich erforschte im Auftrag der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung in Köln Leben, Sexualpraktiken und Risikoverhalten von fast 3000 Homosexuellen. Mehr als die Hälfte, so sein Befund aus dem Jahr 2000, leben in einer festen Beziehung. Allerdings nur 42 Prozent der Männer mit festem Partner leben „eher“ monogam.

Wie Schwule leben und lieben, wohnen und sich kleiden, ist auch Thema einer erfolgreichen Schwulen-Soap. Sie kommt aus England und heißt „Queer as Folk“, was etwa bedeutet „Schwul wie Oskar“. Die schräg-schrilke, höchst unterhaltsame TV-Sendung wurde in 13 Länder verkauft und war im vergangenen Sommer auch in der Schweiz zu sehen.

Dass sich eine Soap den Lebensproblemen Schwuler widmet, findet der bekennende Schwule Peter ganz in Ordnung. Ansonsten solle man „nicht so viel Gewese machen um uns“. Sein Freund Volker allerdings glaubt, dass Schwule für Heteros immer interessante exotische Wesen bleiben. „Wir sind“, meint er, „die Onkels, vor denen unsere Eltern immer gewarnt haben.“

ANGELA GATTERBURG,
ANJA HAEGELE

Teint oder Technik?

Vorlieben von Schwulen und Hetero-Männern

