

VOLLEYBALL

Erotik und Sport

Manager erwiesen sich stets als gewitzt, wenn es darum ging, erfolgreiche Athleten dem Geldmarkt anzubieten. „Steuern sparen mit Topsportlern“ inserierte etwa eine Berliner Consultingfirma im Kapitalteil der FRANKFURTER ALLGEMEINEN. Eine Essener Werbeagentur wollte gleich alle Medaillengewinner der deutschen Olympiamannschaft unter Vertrag nehmen, um mit ihr „für Gummibärchen, Quark oder Seife“ Werbung zu machen. Weil aber für die Athleten unterm Strich meist nichts herauskam, investieren Sportler neuerdings lieber selbst in die Zukunft. So sprang die Olympiazweite Annika Walter nackt für den PLAYBOY ins Wasser, die deutsche 100-Meter-Meisterin Andrea Philipp ging für den STERN enthüllt an den Startblock. Jetzt gibt es die Erotik als Mannschaftssport. Die Spielerinnen der Volleyballgemeinschaft WiWa Hamburg bestellten einen Fotografen ein, der sie oberkörperfrei ablichtete. Das Ergebnis des Shootings soll Geldgeber anlocken. Schließlich fehlen noch 5000 Mark in der Kasse, um in der Regionalliga bestehen zu können. Das Interesse an seinen „hübschen Mädchen“, sagt Trainer Carsten Schmidt, sei höher gewesen, als man sich das „je erträumt“ hätte. Boulevardzeitungen, Fernseh- und Radiosender meldeten sich, nur: Ein Sponsor war noch nicht unter den Anrufern.



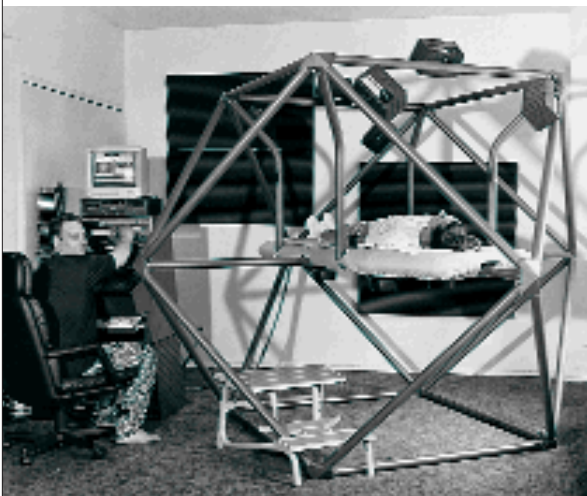
Hamburger Volleyballgemeinschaft WiWa

ESOTERIK

New Age im Modul

Ausgerechnet Esoteriker und New-Age-Fans haben eine Vorliebe für moderne Technologie – oder für alles, was danach aussieht. Vor ein paar Jahren waren Brillen in Mode, in denen rote Leuchtdioden zu den Schwingungen von New-Age-Musik aufblinkten, was das Gehirn beruhigen sollte. Nun hat die US-Firma Bio-Innery Sy-

stems in New York eine riesige Entspannungsmaschine namens „Genesis Modul“ installiert. Einem Meson sei sie nachgebildet, einem der kleinsten Elementarteilchen – behaupten die Erbauer hochtrabend, was allerdings völliger Unfug ist. In der Mitte des Ungetüms ist eine Liege installiert. Ein sogenanntes biostatistisches Sensorensystem darin, so die reichlich verwegene Idee der Konstrukteure, messe die Energie des Klienten und leite sie an einen Computer weiter. Der wandle die Daten in New-Age-Musik um, die in einer Art Biofeedback dem Klienten aus zehn Lautsprechern vorgespielt wird. Gleichzeitig vibriert die Liege sanft. Diesen „Mind song“ darf der Kunde auf Kassette nach Hause tragen. 65 Dollar kostet die Esoterik-Entspannungsstunde, was ziemlich viel ist für den Hokusfokus, aber andererseits auch nicht, denn er ist für den rastlosen New Yorker ein prima Vorwand, mitten am Tag 60 Minuten lang zu dösen. Mesonen existieren nur für einen winzigen Bruchteil einer Sekunde – ein bißchen länger wird es das falsche Entspannungsmeson wohl geben.



„Genesis Modul“

TRENDFORSCHUNG

Die neuen Trottel

Die geheimnisvollen Begriffe heißen Cocooning, Rezessionskultur, neue Langsamkeit, neuer Victorianismus, Soft-Individualismus, Compost Modernism, Technomaden – mit solch schillernder Schwafelpoesie überschweben selbsternannte Trend- und Zukunftsforscher seit Jahren den Buchmarkt und die Vorstandsetagen der Unternehmen. Mit einigen Größen der einträglichen Branche – unter anderen John Naisbitt, Faith Popcorn, Gerd Gerken, Matthias Horx – rechnet jetzt der Hamburger Soziologe Holger Rust ab. In seinem „Anti-Trendbuch“ beschreibt Rust, 51, den populären Markt und zitiert genußvoll dessen Schreier, etwa den Spruch: „Cocooning benennt ein ganzes Mündungsdelta der verschiedensten Wertewandelprozesse.“ Im „Mündungsdelta“ findet sich neben vielen anderen Unerfreulichkeiten auch „die abnorme Verweiblichung des Mannes“, und die Zukunft sieht für diese „neuen Trottel“ nicht allzugut aus – sie müssen fortan gegen den kraftvollen Typus der „Dreiwettertafft“ antreten.

Harmlose Senioren mutieren zu „grumps“, „woopies“ „yollies“ oder „wollies“, letzteres die Abkürzung für „well income old leisure people“. Daß es auch ältere Menschen ohne Geld gibt, verschweigen die Marktanalytiker gern – gefragt ist der gereifte Komfort-Konsument.

Geschickt zerpflegt Rust die Platitudengala der Trendgurus und beweist: Was sie aus dem Hut holen, haben sie vorher irgendwie dort hineingezaubert. Die Mischung aus Vulgärpsychologie, Trivialitäten und eitlen Geschwätz, so belegt die amüsante Schmähschrift, ist für viele Manager eine Quelle unternehmerischer Inspiration. Für Rust macht all dies „die klägliche Unsicherheit, die Hilflosigkeit einer betreuungssüchtigen Gesellschaft“ offenkundig. Während Gerd Gerken, das verkannte Genie im Trendchaos, weiterhin wolkig von „Skyways“, „Cyber-Culture“ und der „digitalen Prozeßsteuerung des bürgerlichen Lebens“ faselt, fordert Rust, auch wenn Vernunft derzeit nicht allzu populär sei, möge der Zeitgenosse seinen Kopf wieder einschalten und dem wirren, modischen Gemunkel klares, kühles Denken entgegenzusetzen.



Holger Rust: „Das Anti-Trendbuch“. Ueberreuter Verlag, Wien; 192 Seiten; 38 Mark.