

sie ins Irrenhaus, und zu Kaisers Zeiten galten sie als Kriminelle – „eines der düstersten Kapitel der Menschheitsgeschichte“, resümierte 1913 der Sexualforscher Magnus Hirschfeld.

Über 1500 Jahre lang seien Homosexuelle zu Verbrechen gestempelt, in den Freitod getrieben, ins Gefängnis geworfen, der „furchtbaren Gerichtsbarkeit“ durch Erpresser preisgegeben und zu einem Leben in Lüge und Heuchelei gezwungen worden, bilanzierte Hirschfeld.

Das Wüten der Nazi-Justiz konnte er damals noch nicht voraussehen. Schätzungsweise 50 000 Homosexuelle wurden von 1933 an abgeurteilt, rund 15 000 trugen im KZ den Rosa Winkel. Auch in der Häftlingshierarchie standen sie weit unten.

Später wurden aus den Häftlingen zweiter Klasse Opfer zweiter Klasse. Kein Schwuler konnte im Wirtschaftswunder-Deutschland einen Wiedergutmachungsanspruch als Opfer des Nazi-Regimes geltend machen, ohne zu riskieren, als „175er“ wiederum mit dem bundesrepublikanischen Strafrecht in Konflikt zu geraten.

Bis 1969 dauerte die Angst vor Strafverfolgung, dann fiel endlich das Verbot homosexueller Handlungen unter Erwachsenen. 1994 löschte eine Strafrechtsreform die letzten Reste des „Schwulenparagrafen“, der einen 18jährigen mit Gefängnis- oder Geldstrafe bedrohte, wenn er sich mit seinem 16jährigen Freund erwischen ließ.

## Volksmund

### Dem Hetero aufs Maul geschaut

Vielsagend sind die Namen, die Heteros den Gays geben. Sie zeugen mal von Toleranz, mal von Verachtung – immer aber davon, wie sexuelle Tabus zu kreativem Umgang mit der Sprache anregen.

Blumig-bildhaft nennt der Argentinier den Schwulen *traga sable*, „Schwert-schlucker“, den Aktiven *sopla nuca*, „Nackenbläser“, den Passiven *come almohada*, „Kissenesser“. Manche Portugiesen glauben den Schwulen *falso ao corpo*, „im falschen Körper“, und für den italienischen Hetero existiert offenbar ein Zusammenhang zwischen dem Ohr und dem Gebrauch der Geschlechtsteile. Will er Mißverständnisse ausschließen, fragt er: „*ti pizzicano le orecchie?*“, wörtlich: „Jucken dich die Ohren?“, und meint: „Bist du schwul, oder was?“.

Die Franzosen unterscheiden zwischen  *salope*, „Schlampe“, und *garce*, „Oberschlampe“. Freundlicher klingt das schwedische *lax*, das die Schwulen mit dem rosa Edelfisch assoziiert. In den USA wird das gebräuchliche *gay* auch diskret mit *member of the same church* oder *friend of Dorothy Gayle* umschrieben, nach der schwulen Kultfigur aus dem Film „Wizzard of Oz“.

Eher derb tönt's im deutschen Sprachraum. Bei einer Emnid-Umfrage für den SPIEGEL gaben letztes Jahr 23 Prozent der Jugendlichen an, Gays verächtlich als *Homo*, *Schwuchtel* oder *Perverser* zu bezeichnen.

## Witze

### Gehen drei Schwule in den Wald ...

Witzigkeit ist Teil des Homo-Sex-Appeals, Schwule sind, so der Humorist Hape Kerkeling, meistens „sehr, sehr selbstironisch“. Zugleich aber fungieren sie als Objekt heterosexueller Schmäh-Witze: Auf die Emnid-Frage „Über wen kann man die besten Witze machen?“ antworteten 10 Prozent der interviewten 14- bis 17jährigen: „Homosexuelle.“ Die Schwulen rangieren als Witz-Thema hinter Helmut Kohl (45 Prozent) und den Polizisten (17

Prozent) – und vor Frauen (8 Prozent), Türken (6 Prozent), Juden (3 Prozent) und Asylbewerbern (3 Prozent).

Die allerwenigsten Schwulenwitze sind politisch so korrekt wie dieser: „Was machen drei Schwule mit einer nackten Frau im Wald? Zwei halten sie fest, und einer macht ihr die Haare.“

## Zielgruppe

### Die Werbung entdeckt die Homosexuellen

Unter den Insidern des Mode- und Kulturrummels der neunziger Jahre gelten Gays schon lange als *die* sensiblen Trendsetter und Trend-Seismographen. Was sie kaufen, kommt erfahrungsgemäß mit Zeitverzug auch bei einem Teil der Heteros gut an.

Neuerdings hat die Wirtschaft die Schwulen fest im Visier – nach Marktanalysen eine Zielgruppe mit überdurchschnittlicher Kaufkraft, Markentreue und Bildung. Für Absolut Vodka, Beck's, Virgin Records und andere Kultmarken wird auch in Schwulenmagazinen annonciert. Diesel bewirbt seine Jeans mit küssenden Matrosen, West seine Glimmstengel mit einer Schwulenhochzeit. Der Möbelschwede Ikea schickt im US-Fernsehen ein schwules Pärchen zwischen Kiefernholzmöbel.



Gaultier-Werbung  
Sensible Trendsetter