



Dies ist eine Leseprobe des Tropen Verlags. Dieses Buch und unser gesamtes Programm finden Sie unter www.tropen.de

ARIADNE VON SCHIRACH

unterrichtet Philosophie und chinesisches Denken an verschiedenen Hochschulen und hält Vorträge im In- und Ausland. Zudem arbeitet sie als freie Journalistin und Kritikerin. Sie wurde bekannt als Autorin der Sachbuch-Bestseller *Der Tanz um die Lust* (2007) und *Du sollst nicht funktionieren. Für eine neue Lebenskunst* (2014). *Die psychotische Gesellschaft. Wie wir Angst und Ohnmacht überwinden* (2020) bildet als dritter Teil den Abschluss dieser Trilogie des modernen Lebens. Auch ihr im Herbst 2021 erschienenenes, neuestes Buch *Glücksversuche. Von der Kunst, mit seiner Seele zu sprechen* war ein Spiegel-Bestseller.

Ariadne von Schirach

DER TANZ UM DIE LUST

TROPEN SACHBUCH

Tropen

www.tropen.de

© 2022 by J. G. Cotta'sche Buchhandlung

Nachfolger GmbH, gegr. 1659, Stuttgart

Der Titel ist erstmals 2007 im Goldmann Verlag
erschienen und wurde für die vorliegende Ausgabe
umfangreich überarbeitet.

Alle Rechte vorbehalten

Cover: Zero-Media.net, München

unter Verwendung einer Abbildung von © FinePic®, München

Autorinnenfoto S. 1: © picture-alliance/ZB/Jens Kalaene

Gesetzt in den Tropen Studios, Leipzig

Gedruckt und gebunden von CPI – Clausen & Bosse, Leck

ISBN 978-3-608-50483-5

E-Book ISBN 978-3-608-11910-7

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliogra-
fische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

INHALT

VORWORT	9
I DIE PORNOGRAPHISCHEN STRATEGIEN	21
Pimping Myself	33
Oversexed and Underfucked	44
Back to Baby	50
Pornos	53
Pornoindustrie und sexuelle Elite	65
II DIE JAGD	77
Teile und herrsche	86
Gemischte Jagdgruppen	93
Virtuelle Pirsch	102
III DIE EROTISCHEN STRATEGIEN	113
Verführung	133
Verfeinerungen	156
Grenzgänge	168
Obszönes	185
Sehnsucht und Solidarität	189

IV LIEBE	203
Romantische Fragmente	218
Die Legende vom großen Gefühl	230
Gefühlssurfen	237
Die Macht der Nacht	246
Die postromantischen Flaneure	260
Die Ökonomie der Optionen	268
Résistance du cœur	290
 NACHWORT	 299
 LITERATURLISTE	 303
 DANK	 307

Für Mulan

VORWORT

Der Tanz um die Lust ist ein sexistisches Buch gegen den Sexismus. Damit ist es ein Kind seiner Zeit, ebenso wie ich ein Kind meiner Zeit gewesen bin. Im Geist einer unbedarften Ironie, die in den Neunzigern ihren Anfang nahm, vermischten auch wir Kinder der Nullerjahre Kritik und Affirmation. Ich selbst dachte damals beispielsweise, man könne die sich ausbreitende Tendenz zur Sexyness nur dann kritisieren, wenn man diesen Kriterien zugleich selbst genügen würde. Aus diesem Grund sah ich damals ganz bewusst wie eine Art Porno-Barbie aus, blättern Sie einfach ein paar Seiten zurück. Für mich war dieser Look eine künstlerische Performance, und doch ging es mir damit am Ende so wie uns allen, als wir entdeckten, dass es in Wahrheit keine Ironie gibt, nur peinliche Sonnenbrillen, dumme Überzeugungen und nutzloses Geschwätz.

Und auch ich selbst wirkte nicht wie eine Heroine der Kulturkritik, eine Beobachterin der »Selbstverständigung einer Zeit über ihre Kämpfe und Wünsche«, wie Karl Marx einst formulierte, sondern erschien einfach nur als Blondine, die irgendetwas über Sex schrieb. Womit wir wieder beim Thema Sexismus wären. Auch hier lässt sich im Text eine seltsame Gleichzeitigkeit von Kritik und Affirmation beobachten, was die Überarbeitung

zu einem schmerzhaften Vergnügen gemacht hat. Denn obwohl meine rechte Hand wortreich für die Vielfalt des Begehrens, die weibliche Selbstbestimmung und unser aller Gleichheit argumentiert hat, hielt die linke an frauenfeindlichen Witzen und einer vergnügten Selbst- und Fremdoobjektivierung fest, getreu dem Motto: Wenn ihr mich schon zum Objekt machen wollt, komme ich euch zuvor und mache es besser. In diesem Elan spiegelt sich der von dem Philosophen Michel Foucault beobachtete Übergang von einem autoritären »Du musst« zu einem neoliberalen »Ich will«. Und am Beispiel der Sexyness lernen wir, wollen zu *können*.

Diese Entwicklung gipfelt in der heute vollkommen normalen und weit verbreiteten Fähigkeit, den eigenen Marktwert und den des Gegenübers in jedem Augenblick und in jedem Kontext vermeintlich präzise taxieren zu können. Vor allem online. In den sozialen Medien haben sich die Anfänge des emotionalen Kapitalismus, welche *Der Tanz um die Lust* nachgezeichnet hat, inzwischen vollendet. Während wir in den Nullerjahren noch selbst daran arbeiteten, möglichst gut auszusehen, machen das Dienste wie Instagram nun für uns. Ein cleaner, authentischer und sexy Look lässt sich mittlerweile mühelos herstellen. Und auch das wortlose und irrationale Begehren selbst wurde in eine verständliche und stets begründende Sprache gepresst, getragen von der Illusion, wir könnten uns ganz verstehen, immer korrekt einschätzen und in diesem Sinne stets »authentisch« verhalten. Als seien wir eindeutig. Als seien wir transparent.

Doch Transparenz wird nicht entdeckt. Sie wird *her-*

gestellt, sie ist das Resultat von Fragmentarisierung, Normierung und Rekonfigurierung – man denke dabei an den Unterschied zwischen einer komplexen inneren Erfahrung und einem gut geschnittenen Hollywoodfilm. In dem viele von uns mittlerweile zu leben versuchen, und sich, auch dank der sozialen Medien, der Illusion hingeben können, es wirklich zu tun.

Die dafür notwendige und uns in den letzten fünfzehn Jahren so geläufig gewordene Praxis der Selbsttransparenz, inklusive der Annahme, man könne und wolle alles über sich wissen, begann mit der Vermessung unserer Sexualität und unseres Begehrens. Und während wir uns daran gewöhnten, bei den ersten Plattformen für Online-Dating möglichst aufrichtig Auskunft über unsere Vorlieben, Hoffnungen und Wünsche zu geben, ist die halbironische Selbstanpreisung auf den neuen Dating-Apps das Resultat vollkommen verinnerlichter Selbstverdinglichung. Wir wollen uns gut verkaufen, und wir können es auch. Wir haben es *gelernt*.

Das Auftauchen der Sexyness in den frühen Nullerjahren hat den Boden für die Selbstverständlichkeit der eigenen Warenform vorbereitet, indem sie uns, indem *wir* uns um ihretwillen vereindeutigt haben. Sie verwandelte die Arbeit am Anderen, an der stets ambivalenten *Beziehung* zum Anderen – Flirt, Verführung, Liebesringen – in die Arbeit am eigenen Ich. Und obwohl wir dadurch begonnen haben, an uns selbst zu vollenden, was der Wirtschaftssoziologe Karl Polanyi als »große Transformation« bezeichnete, reichen die Wurzeln dieser Selbst-

verdinglichung bis zur Antike zurück. Und damit auch der Anlauf, den es zu nehmen gilt, um endlich anzuerkennen, dass wir alle werdende Wesen sind, die sich in jedem Augenblick ändern können und oft genug auch ändern müssen: ob durch innere Erfahrungen wie durch Krankheit, Alter, Leid oder durch Bedrohungen von außen, wie sie Erderwärmung, Artensterben oder globale Pandemien wie Corona bedeuten.

Vor mehr als 2000 Jahren formulierte der Philosoph Aristoteles in seiner *Logik* das Prinzip der Eindeutigkeit und Widerspruchsfreiheit – etwas kann entweder A oder B sein, aber niemals sowohl A als auch B, geschweige denn mal A, mal B. Diese klare Trennung ist sinnvoll, wenn es um Zahlen geht, aber sie wird fatal, wenn wir damit Menschen zu bestimmen versuchen. Das Fatale meint an dieser Stelle weder Eindeutigkeit noch Widerspruchsfreiheit, obwohl beides unser Menschsein verfehlt. Denn dieses Menschsein besteht in einem ständigen Aushandeln unserer inneren Vielstimmigkeit, mit viel Platz für Dinge, die nicht zusammenpassen wie beispielsweise meine aufrichtige Liebe zu Tieren und meine ebenso aufrichtige Liebe zu einem guten Steak.

Vielmehr besteht das Fatale darin, dass wir Menschen dazu neigen, in alles, was uns vorgeblich eindeutig und widerspruchsfrei begegnet, eine Art innere Wahrheit, eine unverkennbare Essenz hineinzudeuten. Hier entspringen Klischees und Vorurteile; nicht zuletzt solche, die einem Menschen wegen seiner Herkunft, seiner Religion oder eben seinem Geschlecht bestimmte, oft negative Eigenschaften zusprechen.

Denn so, wie der pornographische Blick das Innere entäußert, verinnerlicht die Essentialisierung Äußerlichkeiten. Beides ist eine Form von Gewalt, beides verfehlt das Leben in seiner Ambivalenz, Bewegung und Tiefe.

Was uns schon wieder zum Seximus führt. Denn obwohl ich damals angetreten war, das Begehren vor seiner Kommerzialisierung in Schutz zu nehmen, bin ich von gewissen Grundannahmen ausgegangen; Grundannahmen, die ich in den Jahren, die seitdem vergangen sind, zu hinterfragen gelernt habe. Dazu gehören unter anderem Sätze der Kategorie: »Männer sind so, Frauen sind so.« Auch diese »natürlich« wirkenden Geschlechteridentitäten (*gender*) sind, ganz im Sinne der Philosophin Judith Butler, soziale Konstruktionen, die uns einzelne, einmalige und *werdende* Menschen vereindeutigen, indem sie uns bestimmte Eigenschaften zuschreiben, ob negativ oder positiv. Wir werden *diskriminiert* – also aufgrund willkürlich herausgegriffener Fragmente bestimmt, unterschieden und bewertet.

Im Fall des Sexuellen umfasst das, was dadurch verdrängt wird, auch die schlichte Tatsache, dass wir Menschen eine Spezies sind, die aus mehr als zwei Geschlechtern besteht. Selten zeigt sich die reale Gewalt der Vereindeutigung stärker als beim Schicksal intersexueller Menschen, die noch vor wenigen Jahren aus bürokratischen Gründen zwangsgegendert wurden. Aber auch Transpersonen, die ihr Geschlecht einmal oder auch mehrmals wechseln, fallen der binären Logik zum Opfer. Doch gibt es ein besseres Beispiel für die Tatsache, dass A und B sich auch vermischen, vertauschen und ineinan-

der übergehen können, als diejenigen von uns, die etwas davon erzählen können, wie es ist, sowohl Mann als auch Frau zu sein?

Diskriminierung bedeutet, einem Anderen das Recht abzusprechen, auch ein denkendes, fühlendes und vor allem *werdendes* Wesen zu sein. Wertvoll, einzigartig und unersetzlich. Ich weiß nicht, wie man es nennt, wenn man sich selbst dieses Recht abspricht. Doch genau diese neue Art von Selbstunterdrückung, -verdummung und -ausbeutung begann ich mit dem Siegeszug der Sexyness Anfang der Nullerjahre zu beobachten – an den Anderen ebenso wie an mir, in meinem Umfeld ebenso wie in der Gesellschaft. Durch diese historisch neue Weise, uns selbst transparent, verfügbar und verwertbar zu machen, lernten wir, uns in Produkte zu verwandeln. Sexy Produkte. Attraktive, bereite, selbstironische Ware für einen Markt, dessen Regeln und vor allem Profiteure uns damals mindestens so unklar waren, wie mir selbst die Folgen meiner unreflektierten Performancekunst. All das ist heute Standard – die jugendliche Frische, die Selbstoptimierung, das Gefühl, man müsse sich Liebe und Anerkennung im Wortsinn *verdienen*. *Der Tanz um die Lust* beschreibt den Moment, in dem dieser Standard etabliert wurde. Was uns damals in die seltsame Rolle versetzte, ihn zugleich zu bedienen und zu kritisieren.

Für die vorliegende Überarbeitung habe ich bewahrt, was davon heute noch relevant ist. Julia Matthias hat mir geholfen, Ansammlungen popkultureller und technologischer Referenzen, die überraschend schlecht ge-

altert waren, zu kürzen. Ebenso wie Seiten voller Party-geschwätz. Wie viel Zeit wir damals hatten – und wie privilegiert wir waren, eine Gruppe weißer, heterosexueller Mittelschichtskids aus Berlin Mitte, die es sich leisten konnten, ihr Dasein zu ästhetisieren und die eigene Person durch die Hauptrolle in einer Art endlosen Soap-Opera zu überhöhen. Und wie jung wir waren, teils, wie ich, erst Mitte 20. Ich liebte meine Freunde mit jugendlicher Begeisterung, und diese Liebe hat alles vergoldet. Wobei die Charaktere im Buch natürlich fiktiv sind – wenn auch von echten Menschen inspiriert. In Wahrheit waren wir gewiss weder so schön, noch so ungebrochen, wie es bei der Lektüre scheinen mag, aber wir haben uns doch ein paar zeitlose Sommer lang so fühlen dürfen.

Und obwohl das Buch damit ein sehr spezifisches Milieu beschreibt, hatten die beschriebenen Veränderungen längerfristig auch eine gesamtgesellschaftliche Wirkung – laden uns die sozialen Medien doch mittlerweile alle dazu ein, unser Dasein zu ästhetisieren und ebenso aufregend wie anschlussfähig zu erzählen. Was zugleich verdeckt, dass unser aller Leben in Wahrheit in den letzten fünfzehn Jahren immer prekärer geworden ist. Das liegt nicht nur an kollektiven Herausforderungen wie dem Klimawandel, sondern ebenso an der immer krasser werdenden globalen Einkommensungleichheit und dem Verschwinden der Mittelschicht. Freidrehende Existenzen wie die unseren würden heute wahrscheinlich schon an den massiv gestiegenen Berliner Mieten scheitern.

Es hat sich also wirklich viel verändert, und dieser Veränderung wollte ich bei der Überarbeitung Rechnung tragen. Laura Schaper verdanke ich die Idee, die Gegenwart, von der aus ich blicke, in den Fußnoten stattfinden zu lassen. Dort findet ein beständiger Dialog zwischen damals und heute statt, der Alltäglichkeiten hinterfragt, Entwicklungen nachzeichnet und Kontinuitäten ausweist. Sexyness beispielsweise ist heute eigentlich kein Thema mehr. Sexyness ist eine Selbstverständlichkeit, so natürlich und normal wie der Wunsch, für sich das Beste rauszuholen. Doch es war tatsächlich nicht immer so, und die Möglichkeit einer anderen Welt beginnt damit, die Brüche und Übergänge des Gegenwärtigen aus immer neuen Perspektiven in den Blick zu nehmen.

Erst kamen die Körper, die Attitude, die romantischen Gefühle. Und dann kam der ganze Rest. Während *Der Tanz um die Lust* beschreibt, wie wir unser Begehren kommerzialisieren, untersucht der zweite Band meiner *Trilogie des modernen Lebens*, *Du sollst nicht funktionieren. Für eine neue Lebenskunst*, was passiert, wenn wir auch alles andere zu Märkte tragen. Wenn wir also alle Aspekte unserer selbst vereindeutigen, optimieren und verfügbar machen, damit sie auf den verschiedenen Märkten – ob Arbeitsmarkt, Heiratsmarkt oder in den sozialen Netzwerken – bestmöglich performen. Endgültig zur Ich-AG-geworden, gleicht ein solches Dasein einem Computerspiel, bei dem es immer nur weiter, immer nur nach oben geht. Das ganze Leben erscheint als lösbares Problem – wer scheitert, ist selbst schuld. Doch wir Men-

schen sind innen größer als außen, und das Leben ist kein lösbares Problem, sondern eine Beziehungserfahrung, die umso reicher und tiefer ist, je mehr Verbindungen wir zu anderen Menschen und den übrigen Formen des Lebendigen haben. Nur weil wir uns mittlerweile selbst verdinglichen, vergleichen und ausbeuten, ist die Logik der Diskriminierung nicht weniger schmerzhaft. Sie ist sogar noch schmerzhafter. Fast unerträglich.

Der dritte Band der Trilogie, *Die psychotische Gesellschaft. Wie wir Angst und Ohnmacht überwinden*, beschreibt den Moment, an dem wir vor lauter Profitstreben, Konkurrenzdenken und Kontrollwahn so sehr von der Wahrheit des Lebens weggerückt sind, dass wir tatsächlich ver-rückt sind. Das Resultat ist eine große und umfassende Krise, die grob gesagt zwei Schauplätze hat: Zum einen geht es darum, wie die Mitglieder unserer Spezies miteinander umgehen. Hier treffen wir auf Sexismus, Rassismus und Queerfeindlichkeit ebenso wie auf die Lage derer, die keine Stimme haben, ihre Rechte zu vertreten: Geflüchtete, Ausgebeutete, Menschen im Krieg. Der andere Schauplatz betrifft unseren Umgang mit den anderen Spezies und dem planetaren Ökosystem. Zunächst dachte ich, nach Corona sei vor der Klimakrise. Aber inzwischen sehe ich die Pandemie schon als Teil von ihr. Beides sind kollektive Endlichkeitserfahrungen, die uns Menschen eindringlich einladen, über unsere Werte, Gründe und unsere Rolle hier auf der Erde nach-zudenken. Denn nicht nur die Natur ist von unserer egoistischen und ignoranten Lebensweise bedroht, sondern vor allem wir selbst. Unser eigenes Überleben.

Alle drei Bücher verbindet aber nicht nur eine immer kritischer werdende Haltung unserem Umgang mit dem Leben gegenüber, sondern ebenso die Gewissheit, dass wir anders leben können – das haben wir ja auch während der Lockdowns konkret erfahren. Doch es geht um mehr: Jeder Mensch ist Anlass zu einer Hoffnung, die über alles Erwartbare hinausreicht. Jede:r von uns ist ein denkendes und fühlendes Wesen, fähig, zu urteilen, zu wählen und sich zu ändern und dadurch neue Beziehungserfahrungen mit sich, den Anderen und dem Leben zu machen. Ob im *Tanz um die Lust* als erotische Strategie und die *résistance du cœur*, den Widerstand des Herzens, ob bei *Du sollst nicht funktionieren* als Lebenskunst und inneres Wachstum oder bei der *Psychotischen Gesellschaft* als poetische Revolution, die es auf sich nimmt, andere, angemessenere und ja, schönere Geschichten von unserem Menschsein zu erzählen.

Doch eine Beziehungserfahrung hat immer zwei Seiten. Nicht nur wir haben eine Beziehung zum Leben, das Leben hat auch eine Beziehung zu uns. Diese Verbindung kann man nicht kaufen, nicht herstellen, nicht sichtbar machen. Aber man kann sie spüren, erfahren und vertiefen. Und so gilt es, mit der Rettung der Welt bei sich selbst anzufangen. Mein letztes Buch, *Glücksversuche. Von der Kunst mit seiner Seele zu sprechen*, verbindet die Anliegen der *Trilogie des modernen Lebens* – den Blick nach innen, die Lebenskunst, die poetische Praxis – mit einer Einladung zum Selbstgespräch. Denn das Leben ist eine persönliche Angelegenheit, und Glück beginnt damit, sich selbst ein Freund zu sein. Diese Freundschaft ist

das Gegenteil von Selbstdiskriminierung. Sie nimmt uns ernst, aber nicht wichtig, sie richtet uns aus, aber nicht ab. Und sie erinnert uns daran, dass es schön ist, am Leben zu sein und dieses Leben miteinander zu teilen. Besonders unter der Bettdecke. Oder hinterm Schuppen. Oder auf dem Küchentisch.

Ariadne von Schirach

29.II.2021

DIE PORNOGRAPHISCHEN STRATEGIEN

»Schlampe«. »Pornostar«. »Sexy«. Vor einigen Jahren tauchten auf einmal diese T-Shirts auf. Ich war amüsiert und stark befremdet. »Schlampe«? Hatten die einen geistigen Totalausfall, oder wollten sie nur endlich wieder vögeln?

Doch die Frauen, die diese Art von Mode tragen, wollen damit meist niemanden auffordern. Es soll nur trendy sein, modisch und ein bisschen frech. Wie »Hexe«. Sie sind Mittäterinnen einer massiven Marketing-Offensive, die an der »Ver-Bunnysierung« der Welt arbeitet. Seit Langem schon lässt sich beobachten, wie die Marke *Playboy* sich in einer bestimmten Art von Geschäften ausbreitet, die meist in Einkaufszentren zu finden sind. Es gibt Bunny-Unterwäsche, Hausschuhe mit Puschel, Schmuck. Und stolze junge Frauen, die viel Geld dafür zahlen, das Logo einer Softporno-Zeitschrift zu tragen.¹

Vielleicht ist das ja auch nur eine Reaktion auf die fortschreitende Pornographisierung unserer Gesellschaft.

1 Die Marke *Playboy* ist mittlerweile aus der Öffentlichkeit verschwunden. Doch der sexy Look, der damals kreiert wurde, hat sich normalisiert und gehört zum Standardrepertoire der digitalen Selbstrepräsentation.

Wenn alles Porno ist, dann muss ich doch zur Schlampe oder zum Toyboy werden, um den Zug nicht zu verpassen. Neulich habe ich ein Video von den Pussycat Dolls gesehen, *Don't Cha*. Also die Girls, die sind echt scharf. Schlank, rank, tolle Brüste, Beine, Bäuche. Knapp bekleidet tanzen sie sich durch das Video, dessen Aussage in dem Refrain gipfelt: *Don't cha wish your girlfriend was hot like me?* (»Wünschtest du nicht, deine Freundin wäre so scharf wie ich?«) Ja, und wenn dann Thorstens Blick auf die schwabblige Angelika neben ihm auf dem Sofa fällt, dann wird er im Stillen nicken und beim nächsten Mal vor dem Computer vielleicht nach einigen scharfen Fotos suchen, von den Miezekattenpüppchen.² Fündig wird er werden, denn die heißen Ladys waren, bevor sie ihre Künstlerinnenkarriere starteten, Stripperinnen im Viper Room, dort, wo man River Phoenix einst tot vor der Tür fand.

Vom Stripper zum Star. Dieses Phänomen häuft sich in unserer Zeit, es scheint, als würden sich die kulturelle und die pornographische Sphäre mehr und mehr durchmischen. Hardcore-Pornodarstellerin Gina Wild wird wiedergeboren als Michaela Schaffrath. Der italienische Pornostar Rocco Siffredi dreht mittlerweile ernsthafte

- 2 Mit dieser sich damals etablierenden Form von Selbstverherrlichung und Abwertung der anderen (die mir selbst keinesfalls fremd war) begann damals auch eine neue Form von Konkurrenz, Vergleich und Neidkultur, die uns im Zeitalter der sozialen Medien selbstverständlich geworden ist. Aber es war nicht immer so – und es muss auch nicht immer so bleiben.

Filme. Celebrities wie Pamela Anderson und Paris Hilton vergessen irgendwo ein selbstgedrehtes Pornovideo, das daraufhin millionenfach verbreitet wird. Jenna Jameson wird Bestsellerautorin mit ihrer Biographie »Pornostar«. Cicciolina saß zwei Jahre im italienischen Parlament. Die FDP-Politikerin Dr. Silvana Koch-Mehrin ließ sich, im achten Monat schwanger, nackt bäuchig im *Stern* ablichten. Sportlerinnen, Moderatorinnen und Künstlerinnen posieren nackt im *Playboy* oder für irgendwelche Kalender.

Zuerst war jedoch das Marketing. Ein Bekannter, studierter Kommunikationsexperte, sagte einmal zu mir: »Also wenn dir gar nichts mehr einfällt, stellst du einfach eine nackte Frau neben das Produkt, das funktioniert immer.« Oder einfacher: »Sex sells.«

Irgendwo in Berlin warben einmal zwei riesige kurvige Frauen im Bikini für ein Bürogebäude, mit einem Slogan à la »Jeder Stock ein Treffer«. Die Einkaufspassage »Quartier 205« hatte eine besonders widerwärtige Strategie, nur andeutungsweise auf das Gemeinte Bezug zu nehmen:

»ICH NEHME JEDEN

Tag einen kleinen Umweg, um alles auf einmal zu kriegen.«

Eine kurzhaarige Blondine, jugendlich, kokettiert dazu mit herausgespitzter Zunge.

»ICH HABE DEN KÜRZESTEN

Weg zum Schwimmbad.«

Dieser würdevoll präsentierte Satz wird begleitet von einem sympathischen Mann mit Glatze. Oder auch:

»ICH KANN IMMER

meinen Tee trinken und entspannt auf Rosa warten.«

Ein reizendes Seniorenpärchen lächelt dazu von der Plakatwand.

Oder eine Werbung für irgendeine Jeansmarke, bei der ein wirklich extrem gutaussehender Typ mit Hand in der Hose mich einmal fast vom Fahrrad fallen ließ.

Ich war mit meinem Freund Vince, dem DJ, beim Frühstück. Auf dem Heimweg bekam ich eine Nachricht von ihm: »Ich warte gerade auf meine Tram, und vor mir sehe ich eine wunderschöne, fast nackte Frau, die für einen 15-Euro-BH wirbt. Glaubst du, Models tragen 15-Euro-BHs?« Manchmal grenzen solche Plakate an sexuelle Belästigung. Ich habe schon Männer darüber klagen hören, wie zudringlich diese H&M-Models im Bikini wären, man könne den Blick nicht abwenden. Aber genau darum geht es. Die scharfe Lady für die Jungs und der Bikini für 14,95 € für die Mädels, die hoffen, dass sie dann auch so angestarrt werden. Der Typ mit der Hand in der Hose hat mich auch ein bisschen belästigt. Aber ich fand es auch schade, als ein neues Plakat an dieser Stelle hing. Er hatte sicher einen guten Charakter.

Der Unterschied zwischen Pornographie und einer pornographischen Strategie besteht darin, dass ein Porno ein visuelles Produkt ist, das entweder gefällt oder nicht. Doch sobald die Menschenbilder und Rollenverteilungen diesen Bereich verlassen und angewendet werden, um Produkte, Konzepte oder Persönlichkeit zu verkaufen, werden sie zum Teil einer pornographischen Strategie.

Pornos zeigen meist klassisches Rollenverhalten, mit dominanten Männern und devoten Frauen, denen bevorzugt ins Gesicht gespritzt wird. Die Frauen sind immer willig, und die Männer können und wollen penetrieren. Frauen sind Huren, Männer omnipotente Stecher. Das Wort »Pornographie« kommt aus dem Griechischen und ist zusammengesetzt aus »Porne«/»Porner«, was Hure/Hurer bedeutet, und »graphein«, was zeichnen heißt. Huren zeichnen. Wer macht da wen?

Pornos lassen mich kalt und machen mich geil. Es ist fast unmöglich, einen Porno anzusehen und davon nicht erregt zu werden. Das ist wohl so etwas Biologisches, der Nachahmungstrieb – wenn ein menschliches Wesen andere menschliche Wesen beim Geschlechtsverkehr beobachtet, wird es meistens angetörnt. Doch diese Erregung hat etwas Kaltes, Unpersönliches. Als würden die primären Geschlechtsmerkmale miteinander kommunizieren, unter völliger Umgehung der Persönlichkeit. Pornos zeigen Sexobjekte und machen den Betrachter oder die Betrachterin zum Sexobjekt. Die dabei auftretende Erregung ist eine sichere Sache, ein biologischer Volltreffer. Und genau dieses verlässliche Reiz-Reaktions-Schema wird auch bedient, wenn diese Bilder die Hinterzimmer verlassen und ihren Siegeszug antreten in die glitzernde Welt des totalen Konsums.

An dieser Schwelle steht nur ein Wort: »Sexy«. Das ist die kleine Schwester des Pornos, die hübsche. Die frauenaffine. Wir wollen Porno, aber wir wollen nicht wissen, dass wir es wollen. Weil wir sonst entdecken könnten, dass wir frustriert sind.

Die pornographischen Strategien spielen mit dieser unterschiedlichen Bedeutung von Sex und sexy. Sex ist erst mal ein Akt. Ganz biologisch. Körperlichkeit, manchmal Fortpflanzung. Sex hat man oder nicht. Es geht um eine reale Beziehung. Aber sexy? Das Wort hat sich selbst geschaffen, erscheint noch in den Fünfzigern als Attribut pin-up-artiger Leinwandgötter, macht eine lange Reise ins neue Millennium, und siehe da: Es ist geschlüpft und endlich angekommen.

Alles ist sexy. Ich bin sexy, du bist sexy. Das neue Auto, der neue Drink, der After-Baby-Body dieser Schauspielerin. Sexy ist das Wort, das man gebraucht, wenn einem die Sprache ausgeht. Aber es ist auch irgendwie flauschig, zuckrig, glitzernd. Es ist nicht bedrohlich, aber es bedroht. Denn dahinter steht der Sex, steht die Erregung, die uns blind und geil werden lässt, was ja an sich nichts Schlechtes ist, aber morgens auf dem Weg zur Arbeit im Straßenverkehr?

Sexy sorgt für totale Aufmerksamkeit, das scheinen auch die Frauen zu hoffen, die es sich extra aufs T-Shirt schreiben. Oder die Marketing-Experten, welche die Betreiber der Berliner Einkaufspassage beraten haben. Und weil das so gut funktioniert mit der Aufmerksamkeit, sind wir mittlerweile umgeben von Titten, Ärschen, Waschbrettbäuchen. Die Körper sind explodiert, und die Anteilnahme ist erkaltet. Nur die Erregung ist geblieben.³

3 Heute ist nicht mal mehr die Erregung geblieben. Stattdessen herrschen Überdruß, Ohnmacht und echte Angst – anders als wir müssen sich alle, die jetzt in ihren Zwanzigern

Wir sind also pausenlos angetörnt, Triebabfuhr ist das Gebot der Stunde. Gleichzeitig lastet dadurch ein immer größer werdender Druck auf dem und der Einzelnen, denn, wahrlich, diese Körper sind begehrenswert. Wie gut die aussehen, wie schlank, geschmeidig und wie glänzend das Haar!

Eine Reaktion auf die fortschreitende Pornographisierung besteht also in unablässiger Selbstoptimierung; ein Unterfangen, das tatkräftig und mit großem Gewinn von Ratgebern, Magazinen und der allgegenwärtigen Produktpreisung unterstützt wird.

Gleichzeitig führt dieser konstante Zwang zum Sexappeal nicht selten zu Frustration und Überforderung, und die große Depression ist oft nur einen Seufzer weit entfernt. Immer mehr Männer flüchten auch in die gutsortierten Weiten des Netzes, denn die schönen devoten Frauen mit den perfekt lackierten Fingernägeln lassen sich bereitwillig anschauen, aber sie blicken nicht zurück. Da kommt es auf eine Pizza mehr oder weniger nicht mehr an.

sind, Gedanken um Dinge wie Erderwärmung, digitale Totalüberwachung und globale Ungerechtigkeit machen. Zudem ist alles, was damals neu und skandalös war – Sexyness, Selbstoptimierung, Schönheitswahn – mittlerweile vollkommen selbstverständlich geworden, so selbstverständlich, dass es wichtig ist, sich daran zu erinnern, dass es nicht immer so gewesen ist. Dass es nicht immer so viel Arbeit war, einfach nur man selbst zu sein.

Die pornographischen Strategien sind das, was das »Sex-Sells«-Marketing aus den klassischen pornographischen Bildwelten gemacht hat. Da sexualisierte Körper, Blicke und Gesten durch große Werbekampagnen aller Art gesellschaftsfähig wurden, ist mittlerweile unsere gesamte Lebenswirklichkeit davon verseucht. Dabei steht die Omnipräsenz nackter Leiber immer in einem Konsumzusammenhang. Denn sie schafft ein Begehren, das sich, so hofft man, automatisch auf die angepriesenen Produkte überträgt.

Pornographische Strategien sprechen uns dabei eher als Gattungswesen denn als Individuum an. Egal wie scheußlich ein Cumshot oder die Nahaufnahme einer Penetration im Porno sein mag, sie erwecken unser aller Aufmerksamkeit und lassen uns erregt zurück. Denn Pornos und pornographische Bilder erwischen uns dort, wo es beliebig wird, dort, wo wir am wenigsten menschlich sind. Oder, wie Martin Amis es in einem Essay in *Pornoland* nennt, sie bedienen das polymorph Perverse in uns. Ich glaube, auch Affen würden von einem Affenporno angeturnt. Deshalb sind die pornographischen Strategien auch frei von Individualität.

Was ist sexy? Eine schlanke, wohlgeformte Figur. Ein geiler Hintern. Lange glänzende Haare sollen auch nicht ganz verkehrt sein. Ausdrucksstarke, aber stets ebenmäßige Gesichtszüge. Muskulöse, aber schlanke Beine, die in einem kurzen Röckchen oder Höschen stecken. Ein bauchfreies Oberteil, aus dem voluminöse Brüste quellen. Stiefel? Ein sinnlicher Mund, kann bis zum Schlauch-

bootartigen gehen. Die großzügige Verwendung von Glitzerpuder.

Eine sportliche Figur, ein offenes Hemd, Muskel-Shirt. Groß gewachsen, breite Schultern, Brustbehaarung nach Gusto. Die Armmuskeln müssen aber schon stimmen. Ein Waschbrettbauch, ein knackiger Hintern, eine ordentliche Beule in der Hose! Zerwuschelte Haare, fransig oder militärische Kürze. Ein markantes Kinn, sinnliche Lippen, wir sind ja nicht zum Spaß hier. Dreitagebart?

Die pornographischen Strategien produzieren Klone, denn es werden »objektive« Kriterien zugrunde gelegt, wenn es um Sexyness geht. Und das zieht sich durch alle Bereiche unserer Lebenswirklichkeit. Vom verführerischen Bewerbungsfoto bis hin zum Aufstylen für den Clubbesuch.

Neulich war ich was trinken, mit König Gunter und anderen Freunden. König Gunter, Journalist und Barkeeper, ist ein ganz alter Freund von mir, ein schöner Mann. Groß, schlank, mit hellbraunen Haaren, die ihm lässig ins Gesicht fallen, und strahlenden grünen Augen. Die Ladys stehen auf König Gunter, er ist ein Held der Frauen, kein Frauenheld. Trotzdem wird es auch für ihn langsam Zeit, an die Familienplanung zu denken, und so beobachten wir die jungen Rehe und die hotten Elsen, und König Gunter hofft, die Eine zu finden. Gestern jedenfalls standen wir an der Bar, Vince, SusiPop und Flexter waren auch dabei, und König Gunter verkündete stolz:

»Diesen Sommer hab ich ein Sixpack. Ich hab's der schönen Sonja versprochen!«

Wir stöhnten alle ein bisschen, denn die Geschichten von der schönen Sonja hingen uns schon zum Hals raus. Flexter blickte an sich herab, strich über die frittengefüllte Wampe und sagte: »Ich bin dabei!«

Ich wollte meinen Freunden eigentlich gerade erzählen, dass dieser eine Mistkerl immer noch nicht angerufen hatte, schaute aber auch an mir herab und sah etwas scheußliches Weißes, unvoreteilhaft geschmückt mit kleinem Piercing-Ring, aus meinem Unterhemd quellen. Erschrocken sagte ich: »Ja!«

Vince hörte nicht zu, weil er versuchte, eine kleine Dunkelhaarige an der Bar anzubaggern. Sie schien nicht interessiert, was ihn aber nicht weiter störte.

Ich sagte: »Ich hab mir ja schon überlegt, mich wieder fürs Fitnessstudio anzumelden. Aber irgendwie hab ich da schlechte Erfahrungen gemacht ... so mit dem Hingehen.«

Ich sah Flexter an, der diese Erfahrung im vergangenen Jahr schon zum zweiten Mal gemacht hatte. Flexter blickte jedoch unbeirrt an mir vorbei, man konnte sehen, wie er an seinen Traumkörper dachte, den er im Sommer haben würde, ganz bestimmt.

»Ich mach das alles zu Hause!«, krächte König Gunter stolz.

SusiPop lächelte liebevoll, ihre schlanke Gestalt eine einzige Überlegenheit. Sie hatte irgendwann die Geheimnisse der französischen Ernährung entdeckt; ab und zu knabberte sie ein paar Erdnüsse, ungesalzen. Ich sah

wieder meinen Bauch an. So konnte es nicht weitergehen. Kein Wunder, dass er nicht anrief!

Schlankheit ist eine der Grundvoraussetzungen, um sexy zu sein. Schlank, langbeinig, langmählig und bitte nahtlos zart gebräunt.⁴ Das Individuum wird darauf reduziert, inwieweit es diesen expliziten Anforderungen gerecht wird. Und danach richtet sich dann der Marktwert. *Welcome to the Pursuit of Sexiness*: Viel Vergnügen beim Streben danach, sexy zu sein. In diesem medial und kulturell erzeugten Raster findet jede und jeder Einzelne mit Leichtigkeit seine Position.

Ich war gerade mal wieder ein bisschen nach unten gerutscht, aber hundertsiebenundfünfzig Einheiten am Abflex/Low-Waist-Trimmer würden das sicher wieder in Ordnung bringen. Mir schauderte. Das war das Problem mit der Sexyness: Zum einen war es eine Scheißarbeit. Zum anderen würden wir irgendwann alle gleich aussehen, mit fasziniertem Entsetzen sah ich im Fernsehen immer diese Reportagen aus Kalifornien, und es

4 Vor gut fünfzehn Jahren ahnten wir noch nichts von Body-Positivity. Mittlerweile sind die meisten Körperformen sexy, Hauptsache man sieht gut aus, ist gut drauf und hat es irgendwie geschafft. Doch so wertvoll diese Impulse auch sind, so ambivalent ist ihre Botschaft. Denn die Ausnahmen bestätigen eigentlich nur die Regel, und Dünnsein ist, trotz einiger gut ausgeleuchteter Alternativen, immer noch das Gebot der Stunde. Außerdem muss auch das Abweichende, manchmal gar mit Cellulite oder Dehnungsstreifen Verzierte ansprechend präsentiert und ausgestellt werden.

fiel mir schwer, die einzelnen Protagonisten zu unterscheiden. Sexyness wird immer als der Gipfel der Individualität verkauft, als »das Beste aus sich herausholen«, dabei arbeiten sich alle an den gleichen Vorgaben ab. Auch in der ironischen Ablehnung, die ja nur einen gebrochenen Flirt mit dem Thema darstellt, nimmt man auf diese Muster Bezug.

Herzlich gelacht habe ich über meinen Bauch, im tiefinnerlichen Wissen, dass diese Dinge nicht wirklich zählen, und trotzdem voller Vorsätze, im Sommer nicht mehr so auszusehen. Es gibt eigentlich kein Außerhalb dieses Referenzsystems, nur Stufen der Ironie. König Gunter ist auch kein oberflächlicher Mensch, aber es war ihm ernst mit dem Sixpack. Vielleicht gibt es immer diese Ambivalenz gegenüber den pornographischen Strategien, neben einer lethargischen Ermüdung angesichts zu viel nackten Fleisches.

Es gehört zum guten Ton, sich zu beschweren, man hat auch allen Grund dazu, verdammt noch mal, die Würde des Menschen ist antastbar, wenn er sich im Fernsehen unters Messer legt, um endlich dünne Oberschenkel zu haben oder größere Brüste oder einen längeren Penis. Das macht uns, die Protagonisten, die Zuschauerinnen, die ganze Industrie zu Objekten; Menschlichkeit, Stil und guter Geschmack werden einfach zu Hause gelassen.

Aber *The Pursuit of Sexiness*, diese konsumistische Verheißung, das riecht eben nach Erfolg, Glamour und Top-Reproduktionsmöglichkeiten. Dem kann man sich nicht einfach entziehen, nicht, wenn man lebendig bleiben, mitmachen, seinen Spaß haben will.