



Und die Männlichkeit stirbt nicht in der Welt ...

von Felix Menzel

Das Verlagshaus Gruner + Jahr hat im Oktober 2009 drei neue Männermagazine auf den Markt gebracht: *GalaMEN*, *Business Punk* und *BEEF!*. Im Mittelpunkt der Magazine stehen modebewusste Alleskönner, die ihren Frauen das Windelnwechseln abnehmen, passionierte Hobbyköche sind, aber trotzdem auf der Karriereleiter immer höher klettern. Die Titelgeschichte von *GalaMEN* dreht sich um Brad Pitt, der die Inkarnation dieses Typs sein soll.

Die konservative Flanke dieses Magazins deckt derweil eine Reportage von Marcus Luft über den ZDF-Moderator Steffen Seibert ab. Der 49jährige konvertierte Katholik lebt mit seiner Frau und drei Kindern in Wiesbaden. »Werte wie Familie, Geborgenheit, Treue« seien ihm sehr wichtig, aber er genießt auch gerne mal das Leben und »tanzt bis morgens um fünf«. »Man kann sein Glück ruhig in der kitschigen Privatheit finden – die eigene Lässigkeit muß dadurch aber noch lange nicht verlorengehen«, faßt Luft Seiberts Lebensphilosophie zusammen.

Wesentlich aufschlußreicher als *GalaMEN* und das Männer-Kochmagazin *BEEF!* ist jedoch *Business Punk*. Dieses mit einer Auflage von 100.000 gestartete Magazin mit dem Motto »Work hard. Play hard.« ist vorrangig an Männer zwischen 25 und 39 adressiert, die anders sein und trotzdem jede Menge Kohle verdienen wollen. *Business Punks* würden sich mit Erfolg gegen Traditionen auflehnen, durch Extravaganz und Unkonventionalität Aufmerksamkeit auf sich ziehen und diese dann in Geld umwandeln, erklärt man uns in mehreren Artikeln. Richard Branson, der Gründer des Virgin-Imperiums, sei der Prototyp dieser Spezies. Das »Enfant terrible der britischen Wirtschaft«, dem unter anderem Fluglinien, Raumschiffe und TV-Anbieter gehören, habe »mit so viel unverschämter Lust Erfolg«, daß dies jeder aufstrebende junge Mann nachahmen müsse.

Diese Strategie wird in dem Heft fast durchweg als himmlisch einfach angepriesen. Nur an einer Stelle darf »Media Markt«-Gründer Walter Gunz aus der Reihe tanzen und mit »Gärtner-Konservatismus« die heile Welt der Business

Punks eintrüben: »Jeder Querdenker muß sein Handwerk kennen, immer wieder an sich arbeiten. Es ist wie mit einem Garten, der nur schön ist, wenn man ihn ständig pflegt.«

Während die Mehrzahl der Texte in *Business Punk* Geld, Sex und Aufmerksamkeit als wichtigste Werte abfeiern, gelingt es Tomo Mirko Pavlovic mit einem Portrait über US-Präsident Barack Obama an den Kern der problematischen Züge des heutigen Männerbildes vorzudringen. »Barack Obamas Männlichkeit und Reife wirken befreit von allen testosterongesteuerten Egoattacken, federnd leicht und unangreifbar schwebt er von Termin zu Konferenz, in sich ruhend, fast unmenschlich beherrscht«, stellt Pavlovic zunächst fest. Außerdem wirke der erste schwarze US-Präsident selbstkritisch, lernfähig, intellektuell, »lasziv wie distanziert, stets lässig und streng zugleich«.

Obamas Popularität führt Pavlovic auf dessen »Dissimulation« zurück. Diesen Begriff verwendet er in Anlehnung an den Philosophen Jean Baudrillard, der darunter das ständige Leugnen und Verstecken eigentlich vorhandener Qualitäten verstand. Die meisten Politiker und Unternehmer würden männliche Macht und Dauerpotenz simulieren. Obama hingegen verberge seine Mächtigkeit hinter einer unschuldigen Maske, die ihn verhältnismäßig schwächling erscheinen läßt. Folgt man der Argumentation von Pavlovic, dann ist die Zurücknahme von Männlichkeit das Erfolgsrezept für das hervorragende Image des Friedensnobelpreisträgers 2009.

Das Problematische am heutigen Männerbild ist damit enttarnt: Gesellschaft und Öffentlichkeit wünschen sich Dissimulanten, die ihre wahren Qualitäten und Stärken verstecken. Männer sind gefragt, die alles können, dies aber nicht zu sehr betonen. »Obama deutet seine heimlich gezüchteten Muskeln nur an«, beschreibt Pavlovic die Maskerade des US-Präsidenten. Was gegenwärtig gerade vielen intelligenten Männern fehlt, ist der Mut, normal zu sein und das absurde Spiel der Dissimulation zu beenden. Nur indem man(n) so ist, wie man eben ist, strahlt man echte Authentizität aus und kann Wahrhaftigkeit verkörpern.