

ZURÜCK IN DIE ZUKUNFT!



RETROSUCHT. In ein paar Tagen wird das Jahr zu Ende gehen – und damit eine gesamte Dekade. Trotzdem, so scheint es, haben wir die 1990er nie ganz verlassen. Woher kommt unsere nostalgische Schwärmerei?

TEXT Eja Kapeller COLLAGEN Linda Stern



Es ist November 2019, und Jennifer Aniston und Brad Pitt verlassen gemeinsam ein Museum in Los Angeles – zumindest auf meinem Handy. Ich liege im Bett und sollte schlafen. Eigentlich. Stattdessen scrolle ich seit knapp einer Dreiviertelstunde über den Screen meines Smartphones: An mir vorbei ziehen Bennifer, die *Spice Girls* und Winona Ryder, wie sie bei einer Film Premiere den 27-jährigen Johnny Depp umarmt.

@90sanxiety heißt der Instagram-Account, der mich an diesem Abend wachhält. Auf dem Account tummeln sich Bilder von Celebritys, alle aufgenommen zwischen 1990 und 1999. Da sind Kurt Cobain, Britney Spears, Alicia Silverstone – und, spätnachts, immer öfter auch ich als Zuschauerin.

Nicht mehr lange, einige Tage noch, dann wird das Jahr zu Ende gehen, und damit gleich eine ganze Dekade: die 2010er. Ich bin Mitte 20, habe in diesem Jahrzehnt mein Studium begonnen und abgeschlossen, danach meine erste Festanstellung gefunden. Trotzdem bin ich hängengeblieben. Und ich bin damit offenbar nicht allein. Das

neue Jahrtausend, es war voll mit seiner nahen Vergangenheit: den 1990er-Jahren. In der Mode waren Plateauschuhe und Bauchtaschen nicht wegzudenken, Marken wie *Elle* oder *Fila* erlebten ein Revival. Wer in Wien regelmäßig fortging, kam an der Clubmusik der 1990er-Jahre nicht vorbei. „I just wanna go back, back to 1999“, sang auch Popstar Charli XCX in einem Duett mit Troye Sivan, erschienen 2018. Die Computerspielebranche brachte Retrokonsolen (etwa von *Atari* oder *Nintendo*) auf den Markt, der Handyhersteller *Motorola* kündigte unlängst an, sein Klapphandy *Razr* im Retrostil neu produzieren zu lassen. Und dem Account @90sanxiety folgen neben mir noch 784.000 andere UserInnen.

Es scheint, als seien wir irgendwo zwischen dem Mauerfall (1989) und dem Ende der *Spice Girls* (2001) stecken geblieben. Oder vorsichtiger formuliert: Wir kehren zumindest immer wieder gerne dorthin zurück. Dabei unser ständiger Begleiter: ein wehmütiges Ziehen in der Brust: *NSYNC*, die *Backstreet Boys*, *Tschis-Eis*. Ach, weißt du noch, damals?

HEIMWEH NACH GESTERN. Mein Ziehen in der Brust würden WissenschaftlerInnen wohl Nostalgie nen- ➤



nen. Erstmals verwendet hat den Begriff der Schweizer Arzt Johannes Hofer im 17. Jahrhundert. Nostalgie, das setzt sich aus den griechischen Wörtern nostos, Heimkehr, und algos, Schmerz, zusammen. Hofer benannte so das krank machende Heimweh, das Schweizer Söldner in der Ferne befahl. Heute scheint unser Sehnsuchtsort die nahe Vergangenheit. Aber warum eigentlich?

NOSTALGIE-INDUSTRIE. Wenn man mit Matthias Rohrer darüber spricht, dann sagt er erst mal nüchtern: „Revivals sind nichts Unge-

ming-Anbieter die Kindheitserinnerungen seiner KundInnen. Mehr Nostalgie, mehr Streams, mehr Umsatz. Vor allem Millennials, also die Gruppe der 24- bis 38-Jährigen, springen laut einem Artikel der *Süddeutschen Zeitung* besonders gut auf diese Art des Marketings an.

Nostalgia-Businesses alleine erklären unsere Retrosucht aber nicht zur Genüge. Mit der Jahrtausendwende hat sich etwas Grundlegendes geändert: Die Nostalgiezyklen sind kürzer geworden. Das Jahrtausend war gerade erst zu Ende gegangen, da begannen wir schon damit, ihm

Archiv, das unsere Vergangenheit zugänglich macht – beinahe unabhängig davon, wann und wo man gerade ist.

INSTANT-NOSTALGIE. Wer regelmäßig die sozialen Medien ansteuert, sieht, dass für Nostalgie inzwischen keine Jahre oder gar Jahrzehnte mehr vergehen müssen. Es gibt heute Menschen, die den ersten beiden Staffeln von *Game of Thrones* hinterhertrauern. Sie wurden 2011 und 2012 erstmals ausgestrahlt. Auf *Instagram* kann man unzählige Beiträge mit dem Hashtag *Throwback Thursday*, #tbt, finden. Dabei geht es darum, immer donnerstags Kurioses von früher hervorzukramen. Inzwischen findet man unter dem Hashtag auch unzählige Fotos aus den vergangenen Wochen. Und einer ihrer Studenten, so erzählt es Niemeyer, schrieb, bei einer Prüfung nach seinen persönlichen Nostalgieerfahrungen gefragt, er empfinde Nostalgie für sein altes *iPhone*.

Fragt man Niemeyer, warum das so ist, antwortet sie: „Nostalgie ist nicht nur ein Gefühl. Es ist etwas, das wir aktiv tun.“ Das Schwelgen in vergangenen Momenten, auch, wenn sie erst seit Kurzem vorbei sind, sei der Versuch, den Überblick über unsere Zeit zu behalten. „Wir haben den Eindruck, heute mehr zu erleben. Alles scheint schneller zu sein“, sagt Niemeyer. „Nostalgie kann uns helfen, mit dieser sozialen Beschleunigung zurechtzukommen.“

AUFBAUENDE ERINNERUNGEN. Anders als lange vermutet ist Nostalgie keine depressive Stimmung, sondern ein Bewältigungsmechanismus unserer Psyche. „Wir sehen, dass Menschen vor allem in Krisen nostalgisch werden“, sagt Niemeyer.

Das Forscherteam des niederländischen Psychologen Tim Wildschut hat belegt, wie Nostalgie uns dabei hilft, dass wir uns besser fühlen. Bei einem Experiment wurden ProbandInnen in eine negative Stimmung versetzt: Sie mussten Texte über tödliche Katastrophen lesen und nahmen an einem Persönlichkeitstest teil, dessen Ergebnis ihnen naheleg-

„Nostalgie kann uns helfen, mit der sozialen Beschleunigung zurechtzukommen.“

wöhnliches. Das hat es immer schon gegeben.“ Rohrer ist Soziologe und forscht in Hamburg zu Jugendkultur und -konsumverhalten. Dass die vergangenen Jahre voll waren mit *Nintendo*-Konsolen und *Casio*-Uhren, sagt er, haben wir einer bestimmten Generation zu verdanken. „Jene Gruppe von Menschen, die heute Kulturschaffende sind, sind selbst Kinder der 90er.“ Und auch eine wichtige Gruppe von Konsumentinnen und Konsumenten.

Unternehmen wie *Netflix* haben auf diesen Umstand reagiert. Mit Serien wie *Stranger Things* oder *Everything Sucks!* bedient der Strea-

in unseren Erinnerungen hinterherzutrauern.

DIGITALISIERTE VERGANGENHEIT.

Man kann darüber gut mit Katharina Niemeyer, einer deutschen Medienwissenschaftlerin und Professorin an der *Université du Québec à Montréal* in Kanada, reden. Sie forscht zu Gedächtnis und Medien. Anfang der 2010er-Jahre stößt sie dabei im Netz auf immer mehr Nostalgie: Serien, Filme und Social Media, sie alle waren voll damit. „In den 1990er-Jahren wurde uns eine technische Zukunft versprochen, in der wir alle interconnected sein würden – was auch teilweise eingetroffen ist.

Und trotzdem war das Web voll mit Vergangenheitsformen“, sagt sie.

Niemeyer sieht einen Grund dafür in der technischen Entwicklung selbst. Alte Musikvideos oder Platten wurden digitalisiert, genauso wie das Familienalbum oder die Fotos vom letzten Urlaub. Das Internet wurde zu einem unorganisierten



te, sie seien außerordentlich einsam. Jene, die deshalb traurig waren, begannen auch, nostalgisch zu werden. Eine Strategie, die funktionierte: Sie fühlten sich danach weniger depressiv und einsam.

„Ein Rückbesinnen auf Vergangenes zeigt uns in der Forschung ganz stark, dass im Hier und Jetzt etwas nicht in Ordnung ist“, sagt auch Soziologe Rohrer. Das sei der Grund, warum der Blick in die Vergangenheit für uns heute so attraktiv ist. Die 1990er, das waren nicht nur Plateauschuhe und Britney Spears. Für das westliche Europa bedeuteten sie auch: geringe Arbeitslosigkeit, wachsender Wohlstand und Aufbruchsstimmung. Wer in diesem Jahrzehnt groß wurde, erlebte danach Jugend und Berufseinstieg in Zeiten von Finanzkrise und globalem Terror. „Bei den 1990ern handelt es sich um das gefühlt letzte sichere Jahrzehnt – das „Jahrzehnt, in dem noch alles gut war“, sagt Rohrer. „Und wir sehnen

uns zurück, weil dieses Jahrzehnt für uns emotional mit bestimmten Sehnsüchten verbunden ist.“ Auch, wenn es diese Zeiten so wahrscheinlich gar nicht gegeben hat.

VERGANGEN UND VERKLÄRT. Ich erinnere mich an meine Geburtstagspartys im Fasching, für die meine Mutter mir jedes Jahr ein Kostüm genäht hat, und die Übernachtungen bei Oma – nicht aber an das Heimweh am Skikurs oder die furchtbare Nervosität vor Schularbeiten. Der nostalgische Blick in die Vergangenheit, sagt Niemeyer, erklärt diese oft. „Das kann gut oder schlecht sein.“

Problematisch wird es dann, wenn unsere nostalgischen Sehnsüchte ausgenutzt werden. Wenn PolitikerInnen auf die Herausforderungen der Gegenwart mit der „guten alten Zeit“ antworten, dann sollte man genau hinhören, welche Vergangenheit da beschworen wird. „Nostalgie lässt sich politisch sehr gut instrumenta-

lisieren“, sagt Niemeyer. Wie gut das funktioniert, habe etwa der Wahlkampf von Donald Trump 2016 gezeigt: „Make America Great Again!“

Aus den Gesprächen mit ihren StudentInnen weiß Niemeyer: Viele sind zwar nostalgisch, auch für Zeiten, die sie gar nicht erlebt haben. Die wenigsten aber wünschen sich diese Vergangenheit wirklich zurück. Zu schnell, sagt Niemeyer, würden sie dann merken, worauf sie nach einer Zeitreise verzichten müssten.

Auch mir geht es so. Ich liebe das digitale Grundrauschen unserer Zeit. Dass alles Wissen der Welt in meine Hosentasche passt. Oder auch nur die Sprachnachrichten und Memes, die mir meine Freundinnen und Freunde während der Arbeit auf mein Smartphone schicken. Mittlerweile ist es Dezember, und ich wühle mich durch die ersten Best-of-2010er-Listen: *Snapchat*, *Duckface*, „Okay, Boomer“. Ach, weißt du noch, damals? —

GLOW BY DM

Am 25. Jänner 2020 kommt die größte Beauty Convention Europas wieder nach Wien.

Es ist wieder so weit: Die *GLOW by dm* ist zu Gast in Wien und lässt Beautyherzen höherschlagen. Nicht umsonst waren die Tickets für 5.500 Besucher innerhalb von zehn Minuten ausverkauft. Der Hype um das Mega-Beautyevent, das im Jänner zum zweiten Mal in der Messe Wien stattfindet, ist enorm – kein Wunder, denn die Besucher und Besucherinnen erwartet ein Programm der Superlative.

Erleben Sie Ihre Lieblingsstars aus der Social-Media-Szene hautnah, lassen Sie sich stylen und probieren Sie die neuesten Produkte Ihrer Lieblingsmarke an einem der über 50 interaktiven Stände aus! Abgerundet wird das Beautyspektakel von einem Bühnenprogramm mit Paneltalks, Live-Tutorials und angesagten Musik-Acts. glowcon.at



**GEWINNEN SIE
3 x 2 GOLD TICKETS**

Mit dem Gold Ticket können Sie schon ab 10:30 Uhr auf die Convention und sich in Ruhe einen Überblick verschaffen, shoppen, sich stylen lassen, die besten Plätze vor der Bühne sichern und die ersten Storys auf Instagram posten. Einfach auf wienerin.at/wienerinclub am Gewinnspiel teilnehmen – mit ein bisschen Glück sind Sie am 25.01.2020 auf der GLOW by dm mit dabei! Teilnahmeschluss: 12.01.2020.