

Die Wendy und ihre Welt

Eine ethnografische Magazinanalyse

Anja Schwanhäußer/Levke Rehders

1. »Wie in der Wendy«

Mit einem Stapel *Wendy*-Zeitschriften streift die Feldforscherin über den Reiterhof. Auf einer Wiese hinter den Ställen trifft sie zwei junge Frauen um die 20, die gerade ein Fotoshooting machen. Das Lieblingspferd hat ein Fohlen bekommen und es soll auf Instagram gepostet werden. Die Feldforscherin möchte mit ihnen gemeinsam die *Wendy* lesen, doch die Frauen sind beschäftigt. Die Feldforscherin verweilt und beobachtet. Im Hintergrund schauen drei Stuten aus ihren Ställen herüber, die jemand die ›Drei Damen vom Grill‹ nennt. Das Model arbeitet als Fachkraft im medizinischen Bereich, ist eine passionierte Fußballspielerin und außerdem regelmäßige Teilnehmerin der Christopher-Street-Day-Paraden. Sie hat für das Foto mit dem Fohlen ihre blonden Haare zu Locken gedreht, durch die sanft der Wind fährt. Sie trägt ein romantisches weißes, knielanges Kleid und schmale Turnschuhe. Eine erwachsene ältere Reiterin, die vorbeikommt, kommentiert das Fotoshooting mit einem Lächeln und mit einer Feststellung: »Wie in der Wendy«.

Dieser Beitrag befasst sich mit der Frage, wie man sich und andere mit und durch die Zeitschrift *Wendy* stilisiert. Es geht um das Sprechen und um die Artikulation dessen, was hier unaussprechlich und geheim ist. Denn ›die Wendy und ihre Welt‹ ist ein kultureller Zusammenhang, für den die Zeitschrift ein Schlüsselsymbol ist. Mit ›Welt‹ ist an dieser Stelle, in Abgrenzung zum Begriff ›Subkultur‹, das gesamte Soziotop des Reiterhofs gemeint, von dem sogenannte Pferdemädchen nur ein Teil, allerdings der stilprägende Teil sind.¹ Wichtig für das Verständnis dieses kulturellen Zusammenhangs ist dabei, dass entgegen der allgemeinen Annahme, Reiten sei eine mittel- bis Oberschichtliche Beschäftigung, es auch in den unteren Schichten das Phänomen des ›Pferdemädchens‹ gibt. Die soziale Bedeutung der *Wendy* (erscheint seit 1986 zunächst wöchentlich,

1 ›Subkultur‹ bezeichnet eine relativ homogene gesellschaftliche Gruppe, die einen kollektiven Stil hervorbringt, siehe Haenfler 2014: 1-26; vgl. Willis 2014. Bisher weitestgehend unerforscht ist die Frage nach dem Verhältnis einer stilprägenden Gruppe zu ihrer Welt. Zum Begriff der ›Welt‹ als »cultural world«, die durch populäre Imaginationen figuriert wird, vgl. Holland et al. 2001.

aktuell dreiwöchentlich) und die Stilisierungen des Pferdemädchenseins sind jedenfalls, wie wir hier zeigen wollen, nicht ohne Fragen nach der sozialen Zugehörigkeit und deren Zusammenhang mit Geschlechterverhältnissen zu verstehen. Wie im Folgenden zu zeigen bleibt, ist es z.B. nicht rundum trivial, dass das Model als Fachkraft im medizinischen Bereich arbeitet, eine passionierte Fußballspielerin und außerdem regelmäßige Teilnehmerin der Christopher-Street-Day-Paraden ist.

Abbildung 1: »Bedroom Culture«. Mädchenzimmer mit Postern aus einer Zeitschrift. Fotografie von Guillaume Robert.



Quelle: Im Besitz und Sammlung der Autorin.

2. Reading the Romance

Der Ansatz, mit Leser:innen gemeinsam Zeitschriften anzusehen, folgt der Methode des »reading«, die insbesondere von Janice Radway entwickelt wurde. Radway war eine der Ersten, die der kulturkritischen Ansicht widersprachen, dass Leser:innen die Ideologie der Populärkultur kritiklos übernehmen. Mit *Reading the Romance* (1984) zeigte sie auf, wie Frauen das Lesen von Liebesromanen in ihre Alltagswelt integrieren und aneignen. Seither hat sich ein breites Feld der Literatur- und Medienforschung zu weiblichen Leserinnen entwickelt, das hier nur gestreift werden kann. Bspw. haben Robert Craig, Philip Kretsedemas und Bruce Gryniewski (1997) mit bestimmten Leserinnen-Szenen Magazine angesehen, um zu erfahren, wie diese Werbe-Botschaften eigenwillig interpretierten. Beim »reading« geht es um die »changing notion of what it is to be feminine« (Abercombie/Longhurst 1998: 108), die Frauenmagazine bereithalten. Diese Studien sehen die Leserinnen nicht als passive Konsumentinnen, sondern zeigen die Komplexität und die

Bedeutung auf, die die Bücher und Magazine für die Lebenswelt der Leserinnen haben (siehe Radway 1984: 6; vgl. Currie 1999).

Radways Studie ist als Komplementärtext zu Angela McRobbies berühmtem Essay (1978) über die Zeitschrift *Jackie* (1964-1993) zu sehen (siehe McRobbie im Band). McRobbie kritisierte die Repräsentation der Mädchen in der Mädchen-Zeitschrift, die traditionellen Weiblichkeitsidealen der 1960er Jahren unterliegt, ohne sich aber der als Rezeption nur unzureichend benannten Seite des Lesens zuzuwenden. Ähnlich untersuchte Schönhammer in den 1990er Jahren die Geschlechter-Stereotypen in der Zeitschrift *Wendy*. Er relativierte das damals gängige Stereotyp, Mädchenzeitschriften entsprächen dem affirmativen »Backfischbuch« (Schönhammer 1995: 126). Der Zielgruppe würde nicht »bruchlos ein tradiertes Frauenbild geboten« (126). Er arbeitete stattdessen heraus, dass, wie er schreibt, »die Tagtraum-Angebote der Pferde-Comics weder in der schließlichen Zähmung eines Wildfangs (Reifung zur Ehefrau) noch im Sich-Herrichten zwecks Einfangen von Boys ihr Vorbild finden« (126). Dennoch blieben im »code of romance« (McRobbie 1978: 14) der Mädchen-Zeitschriften Geschlechterhierarchien weiterhin erhalten, wie sowohl McRobbie als auch Schönhammer schließen. Auch selbstbewusste, hedonistische und sexuell aktive Mädchen fänden sich in der Rolle der fürsorglichen Partnerin wieder. Dass Zeitschriften eigenwillig angeeignet und Teil eines potenziell subversiven Stils werden können, wurde in diesen Kontexten bisher nicht thematisiert.

Die Gespräche über die *Wendy* finden am Samstag, den 16. Mai 2020 statt,² im Rahmen einer einjährigen Feldforschung an einem Reiterhof im Berliner Speckgürtel.³ Im Fokus stehen wie bei der Forschung insgesamt die reitenden Jugendlichen und darüber hinaus einzelne Autoritäten, die für die jugendliche Welt wichtig sind, in diesem Fall u. a. die Reitlehrerin und der Leiter des Hofes. Es geht in der gerade abgeschlossenen Feldforschung um die Beziehung der Jugendlichen zu ihren Pferden und, damit verbunden, zur Populärkultur (siehe Maase 2019: 76). Denn das »Pferdemädchen« ist sowohl eine mediale Figur aus der *Wendy* und anderen Werken der Massenkultur, als auch eine Gruppe von Personen, denen man auf Reiterhöfen begegnen kann, die »real« existieren, wenn auch nicht unbedingt im Sinn des massenmedialen Bildes.⁴ Reiterhöfe werden vor allem von Mädchen bevölkert, Reiten gilt als typische Mädchen-Beschäftigung. Rund 79 Prozent der Reiter:innen in Deutschland sind weiblich (siehe Deutsche Reiterliche Vereinigung, Jahresbericht 2018).

2 Die Erhebung fand während der Covid19-Pandemie unter Berücksichtigung der notwendigen Hygiene- und Abstandsregeln im Freien statt. Die Teilnahme an den Gesprächen war, wie immer bei einer teilnehmenden Beobachtung, freiwillig.

3 Anja Schwanhäuser: »Pferdemädchen«. Ethnografie einer jugendkulturellen Figur. Gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) im Rahmen einer »Eigenen Stelle« im Zeitraum 2018-2022.

4 »Real« ist hier das, was im Rahmen einer Feldforschung empirisch beobachtbar ist. Denn es gibt bei der Forschung zwei Arten von Quellen: einerseits die durch teilnehmende Beobachtung gewonnenen Daten und andererseits die innerhalb der Lebenswelt rezipierten populärkulturellen Werke.

3. »Wir schauen das aus Jux und Dollerei«

An einem Biertisch vor dem Stübchen des Hofs sitzen eine 18-jährige Auszubildende zur Pferdewirtin im zweiten Lehrjahr und eine Schülerin aus der 9. Klasse einer Gesamtschule. Die Auszubildende will sich zunächst kaum auf das gemeinsame *Wendy*-Lesen einlassen, die Schülerin versteckt sich hinter der Älteren. Früher, ja, da habe sie begeistert den Prinzessinnen- und Einhorn-Traum gelebt, ihre Oma habe ihr die *Wendy* gekauft, weil ihre Mutter sie zu teuer fand. Sie habe auch kürzlich mit ihrer Clique *Wendy – Der Film* geguckt, aber »wir schauen das aus Jux und Dollerei. Weil alles andere ausverkauft war«. Dann greift sie zum Stapel und beginnt zu blättern, auch die Schülerin blättert nun. Nach einer Weile beginnt sie mit spöttischem Grinsen zwei Soundtracks zu summen, die sie mit der *Wendy* assoziiert, nämlich *Bibi und Tina* und *Kim Possible*. Die Schülerin kichert. Sie stoppt das Summen, als sie die Seite mit Wendys springender Schimmel-Stute entdeckt und schlägt einen versöhnlichen Ton an. Springen habe sie als Kind (und auch heute noch) besonders interessiert, die Geschichte, die sich hinter der Abbildung verbirgt, hätte sie dann auch von vorne bis hinten gelesen.

Szenenwechsel: Eine Gruppe Schülerinnen, jüngere und ältere, striegeln an der Stallmauer die Pferde. Die Feldforscherin geht zu ihnen, fragt sie, ob sie mit ihr die *Wendy* ansehen. Zwei Jüngere (13 Jahre) sind abwehrend. Rümpfen die Nase. Es fällt der Satz, »ich hasse lesen«. Schließlich nimmt eine von ihnen aus Neugierde doch eine Zeitschrift in die Hand. »Guck mal, dis bist Du. Dis is so Lisa«, beginnt eine die Frotzelei gegen die andere. Sie zeigt auf eine Seite, in der es um Partnerlooks zwischen Reiterin und Pferd geht, ein Model trägt ein Brautkleid und steht mit ihrem Pferd wie mit einem Bräutigam am Strand. Die Angesprochene wehrt sich: »Ok, Dankeschön«. Die Forscherin will sie motivieren, sich eine Geschichte näher anzusehen. »Ich mag kein Lesen. Lesen ist das Schlimmste, was es gibt«. Ihre Freundin: »Ja. (überlegt) Nach Katzen«. Die erste lacht auf. »Und Schmetterlingen«. Nun mischt sich eine Ältere (16 Jahre) ein und stellt mit fester Stimme klar, dass sie »natürlich« die *Wendy* gelesen hätte. Sie schnappt sich eine Zeitschrift und versucht, sich an die Namen zu erinnern. Die Jüngeren verstummen: »Gunnar, Bianca, Wendy! Und dann gibt's noch Sina. [...] Wer war das? Flavio! Der war immer mit dabei. Der war cool. Der gehörte zur Clique [...]. Und wie hießen die Pferde? Topsi und? Wie hieß der andere? Der Schimmel? Soll ich mal googeln? [...] Penny! [...] Hannoveraner-Stute Penny und Pinto-Stute Dixie!«.

Schlussendlich entsteht noch ein kurzes Gespräch zwischen der Reitlehrerin und einer erwachsenen Reiterin, beide Ende 40, die beide viel Sympathie für die *Wendy* zeigen. Die Reitlehrerin ruft entzückt »ooooooooohhhhhh!«, als sie die Zeitschrift erblickt, die Reiterin erzählt, wie sie früher die *Conny* (1980-1995) gegenüber der *Wendy* bevorzugte. Im Gegensatz dazu zeigt der Leiter des Hofs wenig Interesse für die Zeitschrift, er kommentiert nur trocken, die Jugendlichen heutzutage würden doch nicht mehr lesen, was offensichtlich eine Fehleinschätzung ist.

4. Classiness und ›Amüsemanɡ‹

Was lässt sich aus dieser kleinen Erhebung schließen? Am prägnantesten artikuliert sich die Auszubildende. Für sie ist die *Wendy* Ressource für ›Amüsemanɡ‹, um es etwas altmodisch auszudrücken, und zugleich Ressource für Assoziationen und Imaginationen, die ihrerseits vergnüglich sind. Wenn sie beim Durchblättern der Zeitschrift die Melodien aus *Bibi und Tina* und *Kim Possible* grinsend summt, entzieht sie sich der Forschungssituation und macht sich darüber lustig. Sie ist »widersetzlich«, wie die Auszubildende selbst es einmal in Bezug auf ausgebuffte Kinder formulierte. Die Auszubildende summt des Öfteren Melodien aus der Pferde-Popkultur. In ihrem oft drögen Arbeitsalltag findet sie damit einen Weg aus der Langeweile heraus. Nicht gegen, sondern mit der *Wendy*.

Dass es mehr um ›mit‹ als ›gegen‹ die *Wendy* geht, wird deutlich, als sie beim Comic-Blättern wie beschrieben bei der springenden Wendy auf ihrer Schimmel-Stute Penny verharret. Das Bild verkörpert Kraft, Dominanz, Souveränität, Geschmeidigkeit, Körperbeherrschung – und außerdem die gehobene Mittelschicht, denn die *Wendy*-Familie ist als großbürgerliche Familie dargestellt, Wendys Vater Gunnar Thorsteeg gehört der Hof. Diese Imaginationen von ›classiness‹, wie es die Mädchen auf dem Hof nennen, wurden der Auszubildenden in ihrer Kindheit nur selten gegönnt. Der Mutter war der Kauf der *Wendy* zu teuer, nur die Oma erfüllte den Wunsch.

Auch beim Fotoshooting dient die *Wendy* als Ressource für Imaginationen. Der Vergleich »Wie in der *Wendy*« ist treffend formuliert: Die Populärkultur mit ihren stereotyp weiblichen Inszenierungen dient als Vorlage. Die medizinische Fachkraft kopiert dabei die Images nicht einfach nur; in der Wahl des Settings, des Looks, der Pose, des Gesichtsausdrucks inszeniert sie über und durch die Bilder hindurch ihre Persönlichkeit. Ihre Anteilnahme an der LGBTQ-Kultur steht dem nicht entgegen, im Gegenteil ist davon auszugehen, dass die Popularisierung Camp-hafter Inszenierungen auch das Selbstbild vom ›Pferdemädchen‹ positiv beeinflusst, weil mädchenhafte Weiblichkeit als etwas Spielerisches aufgewertet wird. In diesem Sinne gibt auch die Modetheoretikerin Diana Weis mit Annekathrin Kohout zu Bedenken, dass Instagram-Postings von Mädchen nicht zwangsläufig im »traditionell weiblichen Sinn« (Weis 2019: 33) zu lesen sind, sondern reflexiv und künstlich, also ein Stil, sein können. Die Inszenierung ist somit nicht zwangsläufig affirmativ. Vermutlich ist sie Teil des kollektiven Stils der ›*Wendy* und ihrer Welt‹ auf diesem Hof, die auf eine größere Welt verweist. Vermutlich dient sie ebenfalls dem ›Amüsemanɡ‹, das eine subversive Seite hat. Darauf wird gleich noch einmal zurückzukommen sein.

Das Verhalten der 13-jährigen Schülerinnen, die Stichelei, zeigt, dass Stilisierungen mit und durch die *Wendy* nicht zuletzt auch eine Frage von Prestige und Erfahrung sind, wie es in Subkultur-Studien unter dem Thema ›Möchtegern‹ diskutiert wird.⁵ Die Älteren (die 16-jährige Schülerin, die medizinische Fachkraft und die Auszubildende) wissen die *Wendy* zu ›lesen‹, die Jüngeren (noch) nicht, bzw. ist es ihnen nicht geheuer, sich ungebrochen als Leserinnen darzustellen. Die *Wendy* ist zwar auch für die 13-Jährigen ein

5 Innerhalb von Subkulturen ist der ›Möchtegern‹ jemand, der dazugehören möchte, aber die Codes (noch) nicht beherrscht, siehe Ege 2013: 423.

Schlüsselmedium und es wird deutlich, dass sie das Stereotyp des *Wendy*-lesenden Pferd Mädchens kennen – sie verbinden es treffsicher mit den gleichermaßen mädchenhaften Symbolen wie Katze und Schmetterling. Es zeigt sich aber auch, dass die *Wendy* den Jugendlichen (noch) peinlich ist. An einem anderen Tag gestand eine von ihnen der Feldforscherin unter vier Augen, (männliche) Klassenkameraden hätten ihr eine Pferdezeitschrift geschenkt, um sie zu ärgern. Sie und die anderen jüngeren Schülerinnen haben, so können wir schlussfolgern, (noch) nicht gelernt, mit solchen Beschämungen öffentlich umzugehen: Die Scham, an Mädchenkultur teilzuhaben (siehe Abb. 1), die die tonangebenden Jungs (und nicht nur sie) als ›peinlich‹ etikettieren. Während die älteren Mädchen der Etikettierung durch Selbstdistanzierung und Überaffirmation trotzen, dient den Jüngeren die *Wendy* (nur) zur gegenseitigen Verspottung. Die Zeitschrift wird zum Spielmaterial der Sticheleien unter den Jugendlichen, die tagtäglich auf dem Hof stattfinden.⁶

Wenig überraschend ist, dass der Umgang mit der *Wendy* auch an dieser Stelle geschlechtsspezifisch ist. Während der Leiter des Hofes distanziert bleibt, äußern die Reitlehrerin und die erwachsene ältere Reiterin Sympathie. Die Reitlehrerin verleiht ihren Emotionen mit einem langgezogenen »ooooohhhhhh!« Ausdruck und gibt damit dem Materiellen und Sinnlichen Nachdruck.

5. Stil als soziosymbolische Homologie

Für Bloustien artikulieren Jugendliche durch populäre Medien wie Zeitschriften und Poster etwas, wonach sie sich sehnen. Dies nicht nur im Sinne von Flucht in eine andere Welt, sondern als Sprache, durch die Imaginationen im Alltag ›real‹ werden: »Fantasy, not in the way it is usually represented as trivial and disengaged from reality, but rather as an aspect of reality where, in the form of serious play, it can represent activities where the ›unspeakable‹ is ›spoken‹« (Bloustien 2003: 117). Es geht also um Artikulation, um das Sprechen über das, was unaussprechlich und geheim ist. Innerhalb der Subkulturtheorie wird, im Stile des klassischen Strukturalismus, von einer »magical resolution« realer Probleme wie sozialer Ungleichheit gesprochen (Clarke et al. 2006: 23).

Die Stilisierungen sind, um mit dem Subkultur-Ethnograf Paul E. Willis zu sprechen, Ausdruck soziosymbolischer Homologien zwischen der *Wendy* und ihrer Welt (Willis 2014: xxff). Mit soziosymbolischer Homologie meint Willis die stimmige Beziehung zwischen einer Subkultur (ihren Überzeugungen, Träumen und Begehren) und einem Objekt.⁷ Homologe Objekte sind Instrumente, Materialien, Medien, die gesellschaftlich ausrangiert und minderwertig sind, und die durch Aneignung eine potenziell subversive Bedeutung erhalten. Es scheint sogar so, als wäre das Material umso geeigneter, je mehr es gesellschaftlich entwertet ist. Die Aneignung erfolgt innerhalb eines Gruppenzusammenhangs und ist nicht unabhängig von sozialer Zugehörigkeit, insbesondere den Klas-

6 Wie die finnische Ethnografin Ojanen (2012) beobachtet hat, gibt es auf dem Reiterhof mit Jungs-Cliquen vergleichbare Statuskämpfe.

7 Eine Studie über die Undergroundpresse zeigt bspw. die homologe Beziehung zwischen der Alternativkultur und ihrer Printmedien, vgl. Schwanhäußler 2002.

senverhältnissen in all ihrer Komplexität. Das Material dient dazu, das individuelle Anliegen der Gruppe zu kondensieren und auszudrücken.

Zentraler Bestandteil jugendlicher Stilisierung ist das ›Amüsemang‹, das Willis in Bezug auf männliche britische Arbeiterjugendliche als ›having a laff‹ (Willis 2016: 29) bezeichnet. In der Schule gehe es diesen ›lads‹, also einer durch ihren Stil bestimmten Gruppe innerhalb ihres eigenen sozialen Milieus, ums Durchkommen, darum, eher wenig zu arbeiten und so viel Spaß wie möglich zu haben, indem sie gegenüber den Autoritäten die Grenzen austesten und sich im richtigen Moment verkrümelten.⁸ Diese Mischung aus Imaginationen und ›Amüsemang‹ entspricht dem, wie die Auszubildende mit der *Wendy* umgeht. Sie mokiert sich *und* drückt eigene Imaginationen damit aus. Gilt dies auch für das Fotoshooting?

6. Die *Wendy* und ihre Welt – ein kollektiver Stil

Für Willis sind Stilisierungen über homologe Objekte schicht- bzw. klassenspezifisch. Die Stilisierungen der Arbeiterjugendlichen sind elaborierter, weil ihnen klassische, auf Bildung basierende Ausdrucksmittel weniger zur Verfügung stehen und sie deshalb eine besondere Kompetenz entwickeln, sich durch Argot, Mimik, die Aneignung von Konsumprodukten, also durch Stil auszudrücken. So archaisch dieses Modell anmuten mag, so sind auch die Pferde-Fans auf dem Hof nicht einfach eine Mädchenkultur ›jenseits von Klasse und Schicht‹, wie sich in der Feldforschung immer deutlicher herauskristallisierte. Auch in der beschriebenen Szene deutet sich z. B. an, dass der Stil der Auszubildenden, deren Beruf man früher Stallknecht nannte,⁹ besonders elaboriert ist. Diese Art von Spott ist bei der Auszubildenden ausgeprägter als der in der Haltung ihrer gymnasialen Altersgenossinnen auf dem Hof, der Kommentar zu der springenden Penny trockener. Sie hat eine stärker gebrochene Haltung, eine stärkere Skepsis gegenüber der Massenkunst. Im Gegensatz dazu inszeniert sich die medizinische Fachkraft stärker, wenn auch nicht völlig im Einklang mit stereotyper Pferdewirtheit. Eine weitere Auswertung der Feldforschungsdaten über das gemeinsame *Wendy*-Lesen hinaus zeigt, dass die Auszubildende innerhalb der lokalen ›*Wendy* und ihrer Welt‹ stilprägend ist. Sie gibt den Ton an, nicht zuletzt gegenüber der medizinischen Fachkraft, und dominiert somit den kollektiven Stil. Dann wird sich auch bestätigen, dass das Fotoshooting der medizinischen Fachkraft, das als ›wie in der *Wendy*‹ etikettiert wurde, reflexiv und künstlich ist und auf das ›Amüsemang‹ abzielt, und nicht in konventioneller Weise auf soziale Distinktion. In einem ähnlichen, aber stärker auf Jungs-Welten bezogenen Sinn wird in der Jugend(sub)kulturforschung u. a. von Moritz Ege (2013: 32) sowie Stefan Wellgraf (2018: 91ff) darauf hingewiesen, dass es zwei Formen von Prestige gibt: Einerseits Prestige innerhalb der sozialen Ordnung der Mainstreamgesellschaft, andererseits subkulturelles

8 Zur Kritik am Konzept der sociosymbolischen Homologie als subversiv, siehe Harris 1992: 30.

9 Der Beruf des Pferdewirts ist heutzutage weiblich geprägt. Eine überwältigende Mehrheit der Schüler:innen auf der Pferdewirtschaftsschule ist weiblich. Dies zeigt, dass auch in unteren Schichten die Pferdeleidenschaft spezifisch weiblich ist.

Prestige, das diese Ordnung gerade unterläuft. Es zeigt sich, dass in der ›Wendy und ihrer Welt‹ subkulturelle Formen von Prestige dominieren.

Dem Stil aus der ›Wendy und ihrer Welt‹, diese Mischung aus ›Amüsemang‹ und ›classiness‹, kommt übrigens die Inszenierung von Helge Schneider, *Mendy – Das Musical* (2003) am Schauspielhaus Bochum sehr nahe. Das Musical erzählt die Coming-of-Age-Geschichte eines pferdeverrückten Mädchens. Mendy findet durch die Abgründe ihres proletarischen Familienalltags hindurch zu einer Welten-umarmenden Versöhnung. Der Regisseur demontiert die Figuren, Plots und Atmosphären aus der *Wendy* fast gänzlich, bleibt aber den Imaginationen von Freiheit, Abenteuer, Romantik, Familiensinn und ›classiness‹ treu.

Zu guter Letzt trifft die Feldforscherin noch die jüngere Schwester (16 Jahre) der medizinischen Fachkraft wieder. Sie war diejenige, die fröhlich das Personal der *Wendy* identifizierte, die sich identifizieren konnte und sich das auch traute. Sie erzählt, sie habe früher den Kleber auf der *Wendy*, mit dem die Gimmicks angebracht sind, zu Kügelchen gedreht und irgendwo hin geschnippt. Die *Wendy* besitzt eine irreduzible Materialität und Sinnlichkeit. Sie ist untrennbar mit der Welt ›da draußen‹ verwoben, ja verklebt. Die ›Popel‹ sind profan, aber nicht eklig, mit ihnen lässt sich etwas anstellen. Sie sind nicht irgendwelche Klebstoffreste, sie sind besonders, weil sie auf einer Zeitschrift kleben. In ihnen verdichten sich die Imaginationen auf kleinstem Raum.

Anmerkung

Gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) im Rahmen einer »Eigenen Stelle« im Zeitraum 2018–2022.

Literatur

- Abercrombie, Nicholas/Longhurst, Brian J. (1998): *Audiences. A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: SAGE.
- Bloustien, Gerry (2003): *Girl Making. A Cross-Cultural Ethnography on the Processes of Growing Up Female*. New York/Oxford: Berghahn.
- Clarke, John/Hall, Stuart/Jefferson, Tony/Roberts, Brian (2006): *Subcultures, Cultures and Class*. In: Hall, Stuart/Jefferson, Tony (Hg.): *Resistance Through Rituals. Youth Subcultures in Post-War Britain*. London/New York: Routledge. S. 3–59.
- Craig, Robert/Kretsdemas, Philipp/Gryniewski, Bruce (1997): *Picturing African-Americans. Readers Reading Magazine Advertisements*. In: *Visual Sociology* 12.1 (1997). S. 28–58.
- Currie, Dawn H. (1999): *Girl Talk. Adolescent Magazines and Their Readers*. Toronto, Buffalo, London: University of Toronto Press.
- Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (FN) (2018): *Jahresbericht der Deutschen Reiterlichen Vereinigung 2018*; <https://www.pferd-aktuell.de/fn-service/zahlen--fakten/zahlen--fakten> (20.11.2020).
- Ege, Moritz (2013): ›Ein Proll mit Klasse‹. Popkultur und soziale Ungleichheiten unter jungen Männern in Berlin. Frankfurt a.M., New York: Campus.
- Haenfler, Ross (2014): *Subcultures. The Basics*. London/New York: Routledge.

- Harris, David (1992): *From Class Struggle To the Politics of Pleasure. The Effects of Gramscianism on Cultural Studies*. London/New York: Routledge.
- Holland, Dorothy/Lachicotte, William S./Skinner, Debra/Cain, Carole (2001): *Identity and Agency in Cultural Worlds*. Harvard: Harvard University Press.
- Maase, Kaspar (2019): *Populärkulturforschung*. Bielefeld: transcript.
- McRobbie, Angela (1978): *Jackie. An Ideology of Adolescent Femininity*. Centre for Contemporary Cultural Studies. Stencilled Occasional Paper, Birmingham.
- Ojanen, Karoliina (2012): »You Became Someone«. *Social Hierarchies in Girls' Communities at Riding Stables*. In: *Young* 20.2 (2012). S. 137-156.
- Radway, Janice (1984): *Reading the Romance. Women, Patriarchy, and Popular Literature*. London: University of North Carolina Press.
- Schneider, Helge (2003): *Mendy. Das Wusical*. Schauspielhaus Bochum; <https://www.youtube.com/watch?v=V9JqRLXkobw> (04.05.2022).
- Schönhammer, Rainer (1995): *Wendy, Conny, Lissy. Comic-Bilderwelten für Mädchen-tagträume. Eine qualitative Analyse deutscher Pferdecomics*. In: *Comics Anno. Jahrbuch der Forschung zu Comics, Zeichentrickfilmen, Karikaturen und anderen populärvisuellen Medien* 3 (1995). S. 126-139.
- Schwanhäußer, Anja (2002): *Stilrevolte Underground. Die Alternativkultur als Agent der Postmoderne. Reihe: Berliner Blätter. Ethnographische Studien/Institut für Europäische Ethnologie (Hg.)*. Hamburg, Hannover: LIT.
- Weis, Diana (2019): *Modebilder. Abschied vom Real Life. Reihe: Digitale Bildkulturen. Kohout, Annekathrin/Ullrich, Wolfgang (Hg.)*. Berlin: Wagenbach.
- Wellgraf, Stefan (2018): *Schule der Gefühle. Zur emotionalen Erfahrung von Minderwertigkeit in neoliberalen Zeiten*. Bielefeld: transcript.
- Willis, Paul E. (2014): *Profane Culture*. Princeton, Oxford: Princeton University Press.
- Willis, Paul E. (2016): *Learning to Labour. How Working Class Kids Get Working Class Jobs*. London/New York: Routledge.

