

ERWACHSENE UND KINDERKRAM

Zufluchtsort Teddy & Co.



Foto:
(Colourbox)

Münster - Sie heißen Tapp, Tommy oder einfach Teddy, sitzen auf Schränken, schauen aus Vitrinen oder liegen in Betten. Teils in den Armen erwachsener Frauen im Snoopy-Nachthemd, die am nächsten Morgen ihren Kaffee aus Disney-Tassen trinken werden.

Die Verkaufszahlen von Kinderprodukten, die an Erwachsene für den Eigenbedarf verkauft werden, steigen immens. Dafür spricht auch die Bilanz der auf den Verkauf von Comic-Lizenzprodukten spezialisierten United Labels AG in Münster. Im Jahr 2010 verzeichnete das Unternehmen 46 Prozent mehr Umsatz im Vergleich zum Vorjahr.

Es gibt viele Gründe für Erwachsene, sich mit „Kinderkram“ zu umgeben oder Kindheitsrituale beizubehalten. „Im Idealfall werden Kinder komplett umsorgt und erfahren viel Geborgenheit“, sagt Hans Joachim Thimm, Oberarzt der Allgemeinen Psychiatrie an der LWL-Klinik in Dortmund. Das Leben der Erwachsenen sehe jedoch meist anders aus: Konkurrenzdruck im Beruf, Probleme im Privatleben, eine schnelllebige Gesellschaft. „Erwachsenwerden ist nicht einfacher geworden“, sagt der Mediziner. Vielfach werden Zufluchtsorte benötigt - insbesondere für die, denen es schwerfällt, soziale Kontakte zu knüpfen, die vielleicht keine Eltern mehr haben, keine Familie oder keinen Partner.

FOTOSTRECKE



Viktoria Krakenberg
(20) aus Münster:
Viele...



Lena Rindermann (21)
aus Münster:
Eigentlich...



Marten Koch (22) aus
Münster: Bei meinen...

Die Suche nach dem Wohlfühlfaktor beginnt. Es sind dabei oft Relikte aus der Kindheit, die Sicherheit geben und Geborgenheit vermitteln. Altes Spielzeug zum Beispiel oder Kuscheltiere, die mit positiven Erinnerungen behaftet sind. „Produkte von Snoopy, Betty Boop oder Barbapapa gehören zu den meistverkauften Artikeln in der Altersgruppe der 18- bis 40-jährigen Frauen“, sagt United-Labels-Sprecher Thorsten Laumann. Mehr als 60 Millionen Artikel hat das münsterische Unternehmen 2010 europaweit verkauft. Darunter Handtaschen mit kindlichen Motiven, Bilderrahmen, Badetücher, Schlafanzüge oder auch Damen-Unterwäsche mit Disney-Figuren. „Bei den Männern waren diesen Sommer vor allem Grillzangen und Flaschenöffner mit der Stimme von Homer Simpson gefragt“, so Laumann. „Wer etwas Besonderes besitzt, der wird auch besonders“, sagt Psychiater Thimm und versucht, den Griff zur ungewöhnlichen Grillzange aus psychologischer Sicht zu erklären: „Besitz macht uns sicher. Wer sammelt, besitzt und wird interessant für andere.“ Zudem fänden viele Menschen derartige Produkte oder auch Retro-T-Shirts einfach nur „freakig“.

Gerade Textilien und Geschenkartikel mit Motiven aus der Kindheit hätten bei Erwachsenen oft Kultstatus, sagt auch Laumann. Micky Maus etwa sei bei beiden Geschlechtern ein Dauerbrenner. Bei den Männern im Alter von 18 bis 40 Jahren sind zudem die Figuren der Simpsons, Tim und Struppi oder auch SpongeBob Schwammkopf beliebt - der übrigens auch bei den drei- bis fünfjährigen Jungen sehr gut ankommt.

Bedenklich ist das Zurückfallen in kindliche Verhaltensmuster, zu denen auch das Herumbrüllen bei Fußballspielen oder die Embryo-Haltung beim Einschlafen gezählt werden, generell übrigens nicht. „Regressives Verhalten kann entspannend sein“, sagt Arzt Thimm und betont: „Nicht jedes menschliche Verhalten, das wir uns selber nicht erklären können, gehört in die Schublade psychisch krank.“

VON NADINE JANSEN, MÜNSTER