

Wickie und die Online-Erinnerungen

Vermutungen zu einem 1970er-Jahre-Revival

Christian Rapp

Vor etwa drei Jahren begann eine Gruppe von 30jährigen, sich über ein E-Mail-Forum an die Kindheit in den 70er Jahren zu erinnern. Aus den gesammelten Mails wurde der Sachbuchbestseller „Wickie, Slime und Paiper“, der inzwischen einer ganzen Revivalbewegung mit regelmäßigen Clubbings, Kabarettabenden und anderen Veranstaltungen den Namen gibt. In einigen Skizzen geht der Autor den Fragen nach, was es mit dem Begriff der „Online-Erinnerungen“ auf sich haben könnte, warum gerade Kindheitserinnerungen nun die Vorstellungen von den 70er Jahren prägen und warum diese in Österreich so erfolgreich sind.

„Weiß jemand noch, wer Bobby und Strolchi waren? – Bin ich die einzige, die sich an eine klebrige Süßigkeit namens Leckerschmecker erinnert? – Kann jemand noch den Faserschmeichler Song singen?“ Mit Fragen wie diesen eröffnete vor drei Jahren die Journalistin Susanne Pauser eine Internetnewsgroup im Wiener Mailboxsystem Blackbox. Knapp vor ihrem eigenen 30. Geburtstag, so die Legende, wollte Pauser Gleichgesinnte versammeln, die sich mit ihr an die Kindheit in den 1970er Jahren erinnerten, die bereit waren „noch einmal die alten Geschichten aus Kindertagen aufzuwärmen, bevor sie endgültig aus dem Gedächtnis kippen“¹.

Mittlerweile, wissen wir, sind diese Geschichten nicht nur nicht aus dem Gedächtnis gekippt, sondern sogar mit beispiellosem Erfolg reaktiviert, publiziert, ausgestellt, dramatisiert und bebildert worden. Aus dem Internet-Projekt wurde – zusammen mit Wolfgang Ritschl – eine Rundfunkserie und im Frühjahr 1999 schließlich jenes Buch, das einer ganzen Bewegung den Namen geben sollte: „Wickie, Slime und Paiper“. Über ein halbes Jahr führte das sogenannte „Online-Erinnerungs-

1 Pauser, Susanne, Wolfgang Ritschl: Wickie, Slime und Paiper – Das Online-Erinnerungsalbum für die Kinder der siebziger Jahre. Wien–Köln–Weimar 1999, S. 9.

rungsalbum“ die österreichischen Sachbuch-Bestseller-Listen an. Im Herbst 1999 folgte eine von Sony Austria produzierte CD (mittlerweile sind es drei), im Frühjahr 2000 wurde der Bildband „Faserschmeichler, Fönfrisuren und die Ölkrise“² veröffentlicht und zur Jahreswende 1999/2000 gab es eine „Wickie, Slime und Paiper“-Ausstellung im Wiener Bundesmobiliendepot. Seit Juli 1999 werden regelmäßig Kabarettabende und Clubbings veranstaltet. Programmpunkte wie das „70s Quiz“, der „70s Styling Corner“, der „70s Outlook Contest“ weisen darauf hin, daß man sich für die Revival-Abende inzwischen gut vorbereiten sollte. Eigene Internet-Newsletter und zahlreiche Homepages zum Thema bieten da Hilfe. Für Jahresende 2000 ist – die Spezialisierung der Revivalisten schreitet rasch voran – sogar vorgesehen, ganz konkret die Silvesternacht von 1979/80 nachzufeiern.

Das 70er Jahre Revival kommt also als perfekt organisiertes und instrumentiertes Label daher, zu dem sich schon aufgrund seiner Omnipräsenz und Multimedialität kaum ein Konkurrenzprojekt behaupten könnte. Alle Veranstaltungen, alle Homepages, Flyer und Merchandising-Produkte zitieren stets Titel und das optische Konzept des Buches. Und dieses wiederum bezieht sich deutlich auf das graphische Repertoire des Internet- und E-Mail-Verkehrs. Selbst noch die CD, die ausschließlich Popsongs und Radio-Signations enthält, firmiert unter dem Titel „Online-Erinnerungsalbum“.

Mit dem Phänomen der „Online-Erinnerungen“ befassen sich daher die folgenden Vermutungen, die ganz bewußt so zu verstehen sind, daß sie – wie das, worauf sie sich beziehen – unter der E-Mail-Adresse des Verfassers „christian.rapp@vienna.at“ jederzeit fortgesetzt und kommentiert werden können.

Online-Erinnerungen als alltagsgeschichtliche Zeugnisse

Im Unterschied zu gewöhnlichen alltagshistorischen Projekten, die mit einer Menge Anstrengungen verbunden sind und in der Regel über Forschungsmittel, Ausstellungsbudgets, jedenfalls über mühsame Antragsprozeduren erst finanziert sein wollen, arbeiten die Online-

² Pauser, Susanne, Wolfgang Ritschl, Harald Havas: Faserschmeichler, Fönfrisuren und die Ölkrise – Das Bilderbuch der siebziger Jahre. Wien-Köln-Weimar 2000.

Erinnerungsaktivisten erstens umsonst, zweitens leidenschaftlich, drittens aber nichtsdestoweniger anspruchsvoll. Online-Erinnerungen werden in der Freizeit verfaßt, ihre Autoren denken weder über ihren Zeitaufwand noch über die Telefon- bzw. Internetkosten nach. Über 25.000 Beiträge sind seit dem Herbst 1997 auf dem Forum www.blackbox.net/Users_Corner/30jähriige/ eingetroffen. An Spitzentagen langen bis zu 60 Mails ein.

Was aber sind Online-Erinnerungen? Zunächst unterscheiden sie sich von sonstigen privaten und öffentlichen, autorisierten und nicht-autorisierten, nymen und anonymen Erinnerungsakten dadurch, daß sie an allen Anteil haben. Sie sind öffentlich, aber eben nur innerhalb einer Internetnewsgroup, sie sind festgeschrieben und doch ständig erweiterbar, sie sind anonym, und haben trotzdem einen deklarierten Urheber im Sinne eines Adressanten. Als schriftliche Kommunikationsformen liegen sie irgendwo zwischen privatem Brief und öffentlicher Stellungnahme. Die ambivalente Struktur der „Online-Erinnerung“ macht aus den beitragenden Autoren gewissermaßen Forscher und Zeitzeugen gleichzeitig, Interviewpartner und Interviewer, denen man wechselseitig über die Schulter schauen kann, wie sie „Geschichte“ machen, wie sie „dank des Puzzleeffekts mit vereinten Kräften nicht nur in den Ganglien verschollene Namen und Produkte einander zuordnen, sondern zum Beispiel den ‚Wickie‘-Titel song und jenen von ‚Mein Onkel vom Mars‘ rekonstruieren“³.

Hier aktiviert also ganz beiläufig und ohne vorherige Abmachung eine informelle Gruppe nicht nur ihr Gedächtnis, sondern hinterlegt dabei auch ihren Diskurs. Und nirgends ist die Begeisterung der Teilnehmer größer, als dann, wenn es darum geht, freigeschaufelte Objekte und Situationen ins Netz zu stellen, um sie gemeinsam zu betrachten und mit weiteren Erinnerungen zu umkreisen. Die Newsgroup fungiert wie ein Labor, in dem die Erinnerungen kollektiviert und kulturell veredelt werden. Und der Prozeß der Veredelung ist natürlich umso eindrucksvoller, je bedeutungsloser die Objekte sind. „„Bine“ writes: Könnt’s euch no an die ‚Liebe ist ...‘-Welle erinnern? Hat wahrscheinlich doch eher die weiblichen unsereiner betroffenen/getroffen, oder? – ‚Uli‘ writes: Ich glaub, ein Briefpapier mit ‚Liebe ist ...‘ hat noch überlebt bei meinen Aufräumungsarbeiten ...“⁴

3 Pauser/Ritschl, Wickie (wie Anm. 1), S. 9 f.

4 Pauser/Ritschl, Wickie (wie Anm. 1), S. 55

Natürlich stellt die Alltagskultur selbst erlebter Epochen immer ein Angebot gemeinschaftlicher Sinnstiftung dar. Im Unterschied aber zu vor- und frühindustriellen Alltagskulturen, die im wesentlichen über die geographische, ethnische, soziale Provenienz bestimmt wurden, sind mit der modernen Produktkultur Marke und Produktionszeit zu den entscheidenden Parametern geworden. Regionale Provenienzen wurden also durch temporelle Provenienzen abgelöst.

Nicht mehr das „Woher?“, sondern das „Seit wann?“ und „Wie lange?“ sind die entscheidenden Fragen. Das ist an sich nicht neu. Neu ist hingegen, daß in den Online-Erinnerungen in erster Linie die Gebrauchsakte rekonstruiert werden. Wann ein Produkt oder eine Fernsehsendung entstanden ist und wer dafür verantwortlich war, ist vergleichsweise unerheblich. Die Aneignungen allein sind es, die zum gemeinsamen Bekenntnis aufrufen und eben dabei macht sich die besondere Autorität des Autorenkollektivs geltend, als Versicherung, daß die Praxis der Aneignung dieser Gegenstände allgemein und individuell zugleich war, daß die Erzeugnisse, ursprünglich von jedem für sich allein, wie sich zeigt aber faktisch von allen gleichzeitig entdeckt und gebraucht wurden.

Im virtuellen Diskussionsforum erhebt daher niemand Anspruch auf eine verbindliche Wahrheit. Gerade das spontane „Jö, ja, stimmt, kannte ich auch“, „fand ich übel“ und die nachgereichten sogenannten Emoticons und Gefühlsausdrücke wie *eine Trauerminute einleg*, *würg* verleihen dem Unternehmen seinen spezifischen Erinnerungsrahmen. Es handelt sich dabei weder um jenen der Autobiographie, auch nicht in der Mehrzahl, noch um ein geläufiges historiographisches Verfahren, sondern am ehesten um das Kommunikationsmodell eines endlosen Brainstormings, dessen wesentliche Ambition das Sammeln ist, und das eine beliebig erweiter- und verfeinerbare Erinnerungstopographie hervorbringt, eine wachsende und sich ständig neu formierende Landschaft aus Memorabilien, Anekdoten und Episoden. Die Online-Erinnerungen haben nicht den Anspruch, zu demonstrieren, wie es wirklich war, sondern daß allein die Annäherungen von möglichst vielen geteilt werden. Und je weiter die Mitglieder voneinander entfernt sind, nicht nur geographisch, sondern auch sozial und ökonomisch, desto stärker kann sich diese Erinnerungsgemeinschaft als quasi-soziale Klasse empfinden. Denn: Folgt man Pierre Bourdieu, ist die soziale Klasse ja weder durch Summe von Merkmalen, noch durch ein Merkmal definiert, als vielmehr

„durch die Struktur der Beziehungen zwischen allen relevanten Merkmalen, die jeder derselben, wie den Wirkungen, welche sie auf die Praxisformen ausübt, ihren spezifischen Wert verleiht“⁵. Und wo lassen sich diese Beziehungen besser herstellen als im Netz, noch dazu wenn als Kommunikationssubstanz die Handlungsfelder von Kindheiten beschrieben werden.

Online-Erinnerungen als Erinnerungen an Navigationsakte durch die Konsumkultur

Zugegeben: Man kann im Internet auch über die politische Lage, über das Kino und über sexuelle Vorlieben debattieren. Aber über drei Jahre ein einziges Thema aufrecht erhalten zu können, dazu bedarf es mehr. Dazu muß es sich um einen Themenkreis handeln, der alle (User) angeht und das sind abgesehen vom technischen System selbst im wesentlichen die Praxen des Suchens, des Sammelns, des Ordners, des Navigierens, von Aktivitäten also, die in der Idee des Archivs zusammengefaßt werden können. Da liegt es nahe, gewissermaßen das Archiv im eigenen Kopf zum Thema zu machen, es zu aktivieren, Gedächtnisleistungen miteinander auszutauschen und vor allem entwickelte Kriterien der Navigation, der Differenzierung und der Urteilskraft geltend zu machen.

Daher ist der Vorwurf gegenüber „Wickie, Slime und Paiper“, daß man sich hier „nur“ an die Konsumkultur erinnern würde, unberechtigt. Erstens, weil dieses „nur“ eine Menge aktiver Arbeit bedeutet und zweitens, weil es nicht die Konsumkultur, sondern eben die Konsumtionsakte sind, an die hier erinnert wird.

Die Kinder-Generation der 70er war die erste, die mit dem Fernsehen als flächendeckendem Massenmedium und mit einer alle Lebensbereiche durchziehenden Produktkultur konfrontiert war. Sie registrierten, prüften, analysierten Fertigwaren und Produkte, deren Konsum nicht mehr an das Wissen um ihre Herstellung und Lagerung gebunden war, sondern an die Kenntnis der Zeichensysteme, mit denen sie vermittelt wurden. Dieses Wissen gaben sie den Eltern weiter. Die Werbebranche weiß das bis heute zu schätzen. „Wichtig:

5 Bourdieu, Pierre: Die feinen Unterschiede – Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt am Main 1987, S. 182.

Sagt Euren Muttis, daß es auf den Tigerboy von Tuf 6 Monate Garantie gibt, auf den ganzen Schuh!“⁶

Mit den Online-Erinnerungen etablieren die Erinnerungsaktivisten gegenüber der Diskurshegemonie der Elterngeneration gewissermaßen ihre eigene historische Leistung. Susanne Pauser spricht im Vorwort von „Wickie, Slime und Paiper“ von den „anderen 68ern“, von jenen also, die damals geboren wurden, sich in Planung befanden oder bereits die Sandkisten bevölkerten.⁷ Damit klammert sie, wenn auch mit Augenzwinkern, die elterliche Sphäre nicht nur aus, sondern mobilisiert die Kinder-Erinnerungen gewissermaßen gegen die „Eltern“-Erinnerungen (das Jahr 1968 und seine Folgen). Die „anderen“, die „historischen“ 70er Jahre, die sie nicht erlebt haben, nicht steuern konnten, interessieren in dieser „Froschperspektive“ – nur insofern, als sie den Kindern über die Medien mitgeteilt wurden. Das Thema der Kindheits-Erinnerungen sind daher nicht die großen Diskursräume, sondern allenfalls deren mediale Schattenrisse und nicht der gesellschaftliche Aufbruch, sondern das Erwerben einer Souveränität innerhalb der neuen Produkt- und Medienkultur.

Der „Paiper“ ist dabei nicht zufällig zum Hoheitszeichen der Revivalbewegung geworden: Er ist ein Produkt, das sich aus der Werbung, der Verpackung, dem Design und der Substanz zusammensetzt, und er ist dazu ein höchst flüchtiges Erzeugnis, das seine eigentliche Konsistenz aus diesen Merkmalen bezieht.

Die Devotionalien der 1950er Jahre – Motorroller, Jeans, Rock'n Roll-Musik etc. – mögen Vehikel individueller Befreiungen gewesen sein oder sogar Requisiten rebellischer Haltungen. In den Konsumprodukten der 1970er Jahre war aber das Freiheitsversprechen bereits implantiert: Ob Erfrischungsgetränke oder Duschseifen, ob Urlaubsprospekte oder Autoplakate, überall wurde mit Erlösungsformeln und Verheißungen individuellen Glücks geworben. Diese Kommerzialisierung von Freiheit erforderte nun sehr viel raffiniertere Bewältigungspraxen, als „bloß“ die Verweigerung und Rebellion gegenüber dem Pflichtenprogramm herkömmlicher Autoritäten. Man mußte unterscheiden lernen zwischen rhetorischen und funktionalen Befreiungsversprechen, also zwischen dem, was einem die Werbung weismachen wollte und dem, was einen wirklich befriedigte. Und man

6 Aus einer Schuhwerbung der Marke Tigerboy, in: Pauser/Ritschl, Wickie (wie Anm. 1), S. 139.

7 Pauser/Ritschl, Wickie (wie Anm. 1), S. 9.

mußte entschlüsseln, was einen anging und was nicht. Denn die Kinder der 70er Jahre waren durch die Massenmedien nicht nur mit Teilbereichen, sondern mit der gesamten Produktkultur konfrontiert – auch jener der Eltern. Sie mußten letztlich selbst herausfinden, worum es sich beispielsweise bei „O.B.“ handelte und warum Bausparen Sinn machen könnte.

Die Online-Erinnerungen als Exportartikel

Das 70er Jahre Revival in der beschriebenen Konstellation ist ein österreichisches Konzept. Hier entstand die Idee zu dem Projekt, hier entstanden Rundfunkserie und Buch, hier wurden die Clubbings ins Leben gerufen. Zuletzt wurde dieses Erfolgskonzept nach Deutschland exportiert. Im September 2000 erschien die Export-Version „Alles Bonanza – Ein Album der 70er Jahre“. Sieht man davon ab, daß die Diskussion auf einer Online-Plattform der Hamburger „Zeit“ ausgetragen wurde, ist das Buch ein durch und durch österreichisches Produkt. Das Prinzip ist das gleiche wie bei „Wickie, Slime und Paiper“, die Produktion hat neuerlich die Wiener Niederlassung des Böhlau-Verlages übernommen und der Herausgeber Christian vulgo „Anko“ Ankwitsch mag zwar schon einige Jahre in Deutschland leben, hat aber „seine“ 70er Jahre definitiv in Klosterneuburg verbracht.

Dennoch gibt es zwischen den beiden Büchern markante Unterschiede. Der wichtigste ist wohl: Die deutschen Erinnerungen sind, völlig wertfrei gesagt, „erwachsener“. Die „Wickie“-Autoren halten sich ziemlich konsequent an die Kinder-Perspektive und ergänzen diese kaum durch nachträgliche Revisionen. Die deutschen Erinnerungsaktivisten lassen dagegen durchblicken, daß sie älter geworden sind und auch Kindheitserinnerungen Korrekturen und Reflexionen erlauben. Das zeigt sich am deutlichsten in der Interpretation politischer Ereignisse. Schon in der Eingangssequenz des Buches, in der die Phrase „In den 70ern ...“ von den Teilnehmern jeweils mit eigenen Assoziationen zum Lebensgefühl fortgesetzt werden sollte, bringt mehr als die Hälfte der Autoren Begriffe aus verschiedenen politischen Diskursen ein. Das reicht von den Spätfolgen des Zweiten Weltkriegs und des Nationalsozialismus bis zur deutsch-deutschen Frage und dem Kalten Krieg. Am häufigsten wird, mit immerhin 21 Nennungen, der RAF-Terrorismus erwähnt. Aber auch Phänomene

wie „kooperative Schule“, „Wohngemeinschaft“, „antiautoritäre Erziehung“⁸ gehören für die „Bonanza“-Kinder offenbar genuin zum Lebensgefühl der 70er Jahre.

Die österreichischen Wickie-Erinnerungen sind dagegen ziemlich frei von politischen Begrifflichkeiten. „Politik“, fasst Susanne Pauser den durchaus allgemeinen Tenor ihrer Mitautoren zusammen, „war für uns das Kirchschläger-Portrait im Klassenzimmer, und die Ölkrise präsentierte sich in Form von Pickerln, die mit Bezeichnungen wie ‚MO‘ oder ‚DO‘ Vaters VW-Käfer endlich von dem der Nachbarn unterscheidbar machten“⁹. Nun mag man einwenden, daß die beiden Bücher möglicherweise mit unterschiedlichem Anspruch entstanden sind. Das ändert aber nichts an der Differenz der politischen Sozialisierung, denn diese zeigt sich schon dort, wo es darum geht, sich über den Stellenwert politischer Personen und Ereignisse zu einigen. Gleich in der ersten Chat-Runde wird da etwa debattiert, was zulässig wäre, wenn man nach den fünf wichtigsten Personen der 70er Jahre fragt. Chatterin Klaudia Sisters: „Ich möchte nicht daran beteiligt sein, noch im nachhinein die Baader-Meinhof-Gruppe oder einzelne von denen hochzujubeln. Wichtig ist für mich bei Personen gleichbedeutend mit beeindruckend und positiv.“ Daraufhin Chatterin Anja Schroeder: „Wichtig und prägend ist nicht immer das, was wir guthießen. Historischer ‚Bestandteil‘ der 70er Jahre ist auch der Terrorismus, die RAF, Baader-Meinhof. Als ‚Nachrichten‘ aus den 70er Jahren sind mir besonders die Meldungen zu diesem Thema im Gedächtnis geblieben ... Auch an dem Ausmaß des Unbehagens kannst Du ablesen, wie sehr die RAF-Geschichte Dein Leben in den 70ern begleitet hat.“¹⁰

Demgegenüber sind sich die „Wickie“-Kinder nicht nur über den Stellenwert der Begriffe einig, sondern auch darüber, daß dieser konsequent in der Perspektive kindlicher Naivität verhandelt werden kann, wie die letzte im Buch zitierte Online-Erinnerung offenlegt. „Aber etwas, das mir dennoch Rätsel aufgegeben hat, war der in den Siebzigern sehr geläufige Terminus ‚Eiserner Vorhang‘. Das wurde ganz oft erwähnt, und ich hatte eine sehr bildhafte Vorstellung davon.

8 Sämtliche Nennungen aus Kapitel „Einschwingen“ in: Alles Bonanza, Ein Album der 70er Jahre – zusammengetragen von Surfern im Internet, hg. von Anko Ankowitsch. Wien-Köln-Weimar 2000, S. 13–29.

9 Pauser/Ritschl, Wickie (wie Anm. 1), S. 9.

10 Alles Bonanza (wie Anm. 8), S. 27 f.

Beschäftigt hat mich vor allem die Frage, ob eiserne Vorhänge wohl schöne Falten werfen ...“¹¹

Dennoch enthält auch das österreichische Wickie-Revival eine politische Valenz. Diese ist allerdings nicht im Erinnernten zu suchen, als vielmehr in der euphorischen Begeisterung, mit der dieses Jahrzehnt beschworen wird und die mittlerweile den Charakter einer Massenbewegung angenommen hat. Viel stärker, als das bei den Bonanza-Kindern der Fall ist, wird hier ein Sehnsuchtsbedürfnis spürbar, das auch dem enormen Erfolg von „Wickie, Slime und Paiper“ zugrundeliegt.

Keine Frage: Die österreichischen 70er Jahre waren rückblickend „ein remarkables Jahrzehnt“¹²: Das Jahrzehnt des Sonnenkönigs Kreisky, das Jahrzehnt internationaler Reputation, das Jahrzehnt des österreichischen Austropop, das Jahrzehnt der Skispringer und Weltcupsieger, der Rennsiege Niki Laudas, kurz, ein Jahrzehnt der Siegesposen und der ersten Plätze. Und all das umrahmt von einer stabilen politischen Konstruktion (Sozialpartnerschaft, SPÖ-Alleinregierung), die so gut wie luftdicht war gegenüber gesellschaftlichen Radikalisierungen, wie sie in der BRD auch den kindlichen Alltag prägten.

Und trotzdem: Nicht weil damals alles „so super“ war, sind die österreichischen 70er Jahre in den Online-Erinnerungen so konfliktfrei, sondern weil es offenbar ein Bedürfnis gibt, sie so zu idealisieren. Denn – und das erst macht den Nimbus um dieses Jahrzehnt so besonders glanzvoll, wie das Licht eines Scheinwerfers umso heller strahlt, je dunkler seine Umgebung ist – in den beiden folgenden Jahrzehnten trifft das Erwachsenwerden der 70er Jahre-Kinder, salopp gesagt, mit dem „Erwachsenwerden“ der Republik zusammen. Erst rückblickend läßt sich der besondere Ausnahmezustand erkennen, bei dem die seinerzeit vielzitierte „Insel der Seligen“ mit dem „Paradies der Kindheit“ der demoskopisch größten Bevölkerungsgruppe (Babyboomers) zusammenfiel. Beides hat zwangsläufig seine Unschuld verloren. Ob Bruno Kreisky oder Kurt Waldheim, ob die Verstaatlichte Industrie oder Wolfgang Ambros, ob die Sozialpartnerschaft oder die katholische Kirche, ob der Staatsvertrag, die Neutralität oder die Mär vom Opferstatus Österreichs, keine jener in den 70ern selbstverständlichen Institutionen und Gewißheiten, die nicht

¹¹ Pauser/Ritschl, Wickie (wie Anm. 1), S. 124.

¹² Pauser/Ritschl, Wickie (wie Anm. 1), S. 137.

inzwischen unter zunehmendem Druck der politischen Lager demonstriert wurde. Und was besonders schmerzhaft ist: Die Kinder der 70er Jahre mußten in ihrer Adoleszenz, je nachdem, ob sie sich eher den „linken“ Demontageparadigmen anschlossen (gegen Waldheim, gegen die „Lebenslüge“, gegen die Sozialpartnerschaft etc.) oder den „rechten“ (gegen die Verstaatlichte, gegen Kreisky, gegen die Neutralität) sich „ihr“ Kindheitsparadies gewissermaßen gegenseitig „zerstören“. Die Erinnerungen an die 70er Jahre, vor allem in der hier beschriebenen spezifischen Form, sind insofern der Ausdruck einer Harmonisierungssehnsucht, die nicht ablösbar von der gesellschaftlichen und politischen Entwicklung der letzten Jahre ist. Sie beschwören mit den Erinnerungen an ein Jahrzehnt zugleich auch die soziale Idee, eine politisch auseinandergedriftete Generation noch einmal in einem anonymen Medium zu versammeln, wo man – wenn sonst schon nichts – doch immerhin die Erinnerungen als Fluchtziel gemeinsam hat.

Christian Rapp, *Wickie and Online Remembrances: Surmises about a Revival of the 1970s*

About three years ago, a group of 30-year olds began exchanging remembrances of their 1970s childhood through an email forum. A non-fiction bestseller entitled “Wickie, Slime und Paiper” was crafted out of the collected emails, and under this name an entire revival movement has emerged in the meantime that includes club meetings, evening cabarets and other performances. The author here pursues the question what the term “online remembrances” might mean, why it is that memories of childhood in particular mark the imagery of the 1970s, and why such remembrances have been so successful in Austria.