

# Das Geschäft mit der Liebe!

Mit der Liebe bzw. dem Wunsch nach Liebe kann man Kasse machen. Bilder von Liebespaaren sind fast fischschwarmartig auf dem Markt und buhlen um Aufmerksamkeit. Ob als Cartoon, als Werbung für ein Dating-Portal, in der Klatschpresse, auf dem Kunstmarkt oder um für Kaffee Werbung zu machen – Bilder von Liebespaaren allen Altersklassen sind ein Must-have der aktuellen Bilderwelt.

von Ute Jansing

Amor und Psyche, François Edouard Picot - Foto: bpk Bildagentur





**Und ewig grüßt das Liebespaar**  
Amor und Psyche sind - neben Adam und Eva, laut Bibel das erste Menschenpaar und Stammeltern aller Menschen – wohl die ältesten bekannten Liebenden. Auch als Turteltauben bezeichnet, begleiten uns Abbildungen von sich Liebenden durch die Jahrhunderte. Amor und Psyche sind nicht nur ein Sujet der Bildenden Kunst, von der

Foto (li.): mauritius images / Lumi Images / Hudolin-Kurtagic  
Foto (re.): Okapia / Imagebroker / Moritz Wolf

derung beschlossen wurde. Liebe braucht eigentlich jeder, wie die Luft zum Leben, kein Wunder, dass das Thema so oft und so vielfältig in der Bilderwelt auftaucht, gehört es doch zum Alltag. Junge Liebespaare, die sich küssen und davon ein Selfie machen, tauchen häufig im Bereich Social Media auf. Bestimmt finden sich massenhaft davon auf unzähligen Smartphones.

### Was zusammengehört findet auch zueinander

Das Geschäft mit einsamen Herzen, die gerne ein Liebespaar wären, boomt: Etwa jeder 3. Erwachsene in Deutschland hat online bereits schon einmal nach einem Partner gesucht. Für diese Suche gibt es diverse Anbieter auf dem Markt und diese werben größtenteils mit Bildern von Liebespaaren – glücklichen natürlich.

Das Besondere hierbei ist, dass die abgebildeten Paare nicht wie sonst oft in der Werbung jung/dynamisch sind, sondern Menschen jeden Alters in vielen Lebenslagen zeigen. Meistens sind das Freizeitsituationen, die Spaß und Freude ausdrücken sollen. Gerne werden auch Sonnenuntergänge in die Motive eingebunden, um die romantische Stimmung zu zeigen, scheint typisch für eine Liebespaar-Situation zu sein.

„Die schönsten Erinnerungen sind die, die man teilen kann“ sagt ein Spot von mydays. Mydays, ein Onlineportal, dass nach eigenen Aussagen als Experte für außergewöhnliche Geschenke mit tiefer Botschaft als erklärtes Ziel nennt, die Kultur des Schenkens zu revolutionieren. Auch sie nutzen die Aufmerksamkeit von Liebespaar-Motiven, um ihre Produkte zu vermarkten. Ebenso die boomenden Wellness- und Kreuzfahrtmärkte nutzen romantische Stimmung

Foto: mauritius images / Kupka



Foto: Bulls Press

## love is...

Antike der Antike bis zur Neuzeit, sondern auch ein beliebtes Thema der Belletristik und der Musik.

Über die Jahrhunderte gibt es mannigfaltige Abbildungen von ihnen, die sich immer wieder gut verkaufen lassen. Auch aufgrund der künstlerischen Möglichkeit, mit ihnen explizit erotisch-freizügige Inhalte zu transportieren. Eine Skulptur von Amor und Psyche schaffte es 1981 sogar auf eine Briefmarke. Ebenso kam im Jahr 2017 mit gleich 2 Liebespaar-Werk-Abbildungen von Marc Chagall eine Briefmarke der französischen Post heraus.

### Love is in the air

Assoziativ gesprochen: Das Wort Liebespaar setzt sich aus Liebe und Paar zusammen. Zwei Personen, die in einem Liebesverhältnis zueinander stehen sind ein Liebespaar oder ein Pärchen oder ein Paar, auch Liebesbeziehung genannt. Aus einem Liebespaar wird oftmals ein Ehepaar. Heutzutage ist eine Liebesheirat der Wunsch der meisten Menschen.

Das ist aber erst seit ca. 200 Jahren so, vorher waren es Argumente wir finanzielle Absicherung, Nachkommenschaft sichern, Vermögenserhalt oder generell Sicherheit bekommen, die dazu führten, dass sich entweder 2 Menschen zusammengetan haben oder die Verbin-



### „Liebe ist ...“ oder „Milky und Schoki“?

Die Abbildungsvielfalt von Liebespaaren heute ist fast unbegrenzt, alles ist möglich. 1970 erschien in der Los Angeles Times das erste „Liebe ist ...“-Cartoon. Kurze Zeit später überschwemmten die Motive aus der Reihe den Alltag eines jeden in Deutschland. Die Bildzeitung hatte jahrelang diese Motive täglich abgedruckt – zigtausend Variationen wurden so in Umlauf gebracht.

Diesen Trend – ein Liebespaar als Cartoon – hat Ferrero für seinen Kinder Riegel zum Leben erweckt und „Milky und Schoki“ Leben eingehaucht. Seit Jahren sehen wir die beiden als Milch- und Schokoriegel in Spots und können teilhaben an den Liebesabenteuern der beiden Verliebten. Manche Motive werden gar online zum freien Download angeboten.

**Ute Jansing.** Gründerin Bildagentur Pitopia, bis 12/2017 Geschäftsführende Gesellschafterin, seit 2018 Strategische Beratung Bildprojekte und Art Buying







verbreitende Liebespaarstimmungen für sich und ihre Vermarktung. Liebespaare geben doppelt Geld aus und das wollen diverse Reise- und Eventanbieter natürlich gerne einnehmen.

Foto (oben):  
MSC Rights

Foto (re.): Imago

### Augenschmaus im Doppelpack

Dieses Doppelpack erkennt jeder: Ein Paar auf einer Torte ist eine klassische Hochzeitstorte. Auch hier ist ein Liebespaar dargestellt. Dementsprechend ist nun klar, dass auch die Bilderwelt des Foodbereichs von Liebespaaren profitiert. Solche Bilder tauchen gerne in Berichten über Hochzeiten auf oder werden vielfach von Tortenlieferanten genutzt. Aber wer hätte gedacht, dass sich das Liebespaar auch in die Weihnachtslebkuchenwelt wiederfindet? Ist

Foto (unten):  
StockFood /  
The Picture Pantry



jedoch irgendwie verständlich, in der Weihnachtszeit gibt es natürlich auch Verliebte und Liebespaare, die das sehr anspricht.

Wer im Bereich Food dann doch auch die Abbildung eines menschlichen Liebespaares setzt, der findet bei jedem Bildanbieter genug Auswahl an verliebten Menschen. Jacobs Kaffee hat aktuell bei Instagram eine Werbung mit einem Liebespaar beim Zelten unter dem Motto „Liebe auf den ersten Schluck“ laufen, eine sehr schöne Adaption von Liebe auf den ersten Blick.

### Liebespaare in der Öffentlichkeit

Das Liebespaar des Jahres 2018 ist „Megan & Harry“. Ihre Hochzeit im Sommer wurde durch alle TV-Kanäle und sehr viele Printmedien vermarktet. Hier wurde im Zuge einer Hochzeit gleichermaßen auch Liebe inszeniert. Wer als sogenannter Promi gilt, muss sich darauf einstellen im Falle von Verliebtsein mit dem Partner von der Klatschpresse verfolgt und abgelichtet zu werden. Diverse Magazine – ob TV, Online oder Print – buhlen auf dem Markt um Leser und User mit den Fotos.

Je mehr Leser/User, um so mehr Werbung kann zum Beispiel geschaltet wer-

na Jolie – sind seit Jahren immer wieder für Schlagzeilen gut. Daran haben aber nicht nur die Medien „Schuld“, die Betroffenen bringen sich selbst immer wieder ins Gespräch, denn auch sie wollen und müssen dafür sorgen, dass sie im Gespräch bleiben. Mit einigen Filmklassikerliebespaaren wird seit Jahrzehnten über Berichte, Bücher, Poster- und Postkarten-Druck Geld eingenommen: Humphrey Bogart und Lauren Bacall in „Casablanca“, Scarlett und Rhett aus „Vom Winde verweht“, Cary Grant und Grace Kelly und auch im Bereich Zeichentrickfilm mit ‚Susi‘ und ‚Strolch‘ aus Walt Disney’s Zeichentrickfilm.

### Akzeptanz von gleichgeschlechtlichen Liebespaaren

Wenn sich Dick und Doof, Laurel und Hardy, jemals geküsst hätten, wären sie wohl das erste homosexuelle Filmpaar gewesen. Sie haben sich oftmals jedenfalls wie ein Paar verhalten und es gab die klassische Rollenverteilung ähnlich wie bei vielen Paaren. Es dauerte sehr lange bis eine amerikanische Comedy-Fernsehserie wie „Grace und Frankie“, in der die gleichgeschlechtliche Liebesbeziehung zweier Männer eine sehr wichtige Rolle spielt, zum Renner werden konnte.



den, heißt um so mehr Geld wird eingenommen. Gefühlt hat dieser Markt in den letzten Jahren in Deutschland extrem zugenommen. Kein Fernsehsender kommt ohne Promimagazin aus, die Onlinenewskanäle bringen Liebesneuigkeiten noch bevor die Freunde der Beteiligten Bescheid wissen. Scheint, die Welt will alles über Liebespaare wissen und das wird konsumiert und bis zum Überfluss vermarktet.

Selbst mit dem Ende eines heiß geliebten bzw. sehr gut vermarktbar Liebespaares wird noch Kasse gemacht. Brangelina – Brad Pitt und Angeli-

In der Netflix-Serie, die 2015 startete und für die die fünfte Staffel in 2019 produziert wird, geben 2 Anwälte ihren Ehefrauen nach über 30 Ehejahren bekannt, dass sie bereits seit 20 Jahren heimlich ein Paar sind und heiraten wollen. Sehr bemerkenswert dabei ist, dass die Protagonisten Senioren sind und mit in Deutschland sehr bekannten Schauspielern wie Jane Fonda und Martin Sheen besetzt sind. Zuschauer dürfen gespannt sein, was in Zukunft an Liebespaaren auf den Markt kommt und unterhält, informiert, aber natürlich auch nervt.