

Schlechter Stil



Illustration: Ossi Möhr, Bilder: Sigi Tischler, Keystone

Guter Stil ist nicht mehr gefragt, Dummheit und schlechter Geschmack sind in. Interview mit dem Trendforscher **Matthias Horx**.

macht Schule

Shakespeare? Nie gehört! Einst schämte sich, wer solche Bildungslücken offenbarte. Heute reicht mangelnde Bildung und fehlendes Talent schon fast aus, ein Star zu werden – siehe Zlatko aus «Big Brother».

Was hat es zu bedeuten, wenn jeder ein Star sein kann, wenn guter Geschmack oder die Beherrschung des Akkusativs nichts mehr gelten? Der renommierte Trendforscher **Matthias Horx** gibt Auskunft.

«Brückenbauer»: Warum ist Müll Kult? Anders gefragt: Was fasziniert uns so am Trivialen?

Matthias Horx: Das ist ein klassischer Gegentrend. In den letzten zwei Jahrzehnten sind Stil und Stilbildungen zu einer kulturellen Norm geworden, die auch die mittleren und unteren Schichten zunehmend beeinflusst hat. Man musste wissen, dass man Spaghetti al dente kocht, dass Rotweine ein «Bouquet» haben und welcher Designer angesagt ist. Prolig und müllig sein ist eine Revolte gegen diese Diktatur des Stilistischen.

Handelt es sich bei diesem Phänomen nur um einen momentanen Medienhype, oder steckt eine langfristige Entwicklung dahinter?

Es ist im Grunde ein ewiger Impuls. Immer wieder gab es Epochen, in denen man sich mit Tabuverletzungen lustvoll gegen «das Spiessige» gewehrt hat. Heute allerdings sind fast alle Tabus gebrochen, und es bleiben eigentlich nur noch Mittel wie Anti-Intellektualität, blöd sein oder politisch

unkorrekt sein zur Provokation übrig. Ausserdem hat das viel mit Männern zu tun, die sich gegen Frauen wehren – mit dem sogenannten Proll- und Macho-Gehabe. Es gibt relativ wenig Frauen in dieser «Bad Taste»-Offensive, und das ist kein Zufall.

Immer mehr Menschen haben Zugang zu Bildung. Gleichzeitig triumphiert das Triviale. Wieso?

Eben darum. Wo alle gleich gebil-

«Wo alle kultiviert sind, wird es **LANGWEILIG**»

det und kultiviert sind, wird es mit der Zeit langweilig. Also muss ein neuer Reiz her.

Wird denn das Triviale das «Edle» vollkommen verdrängen?

So wenig, wie das Telefon und das Fernsehen das Buch verdrängt – beides galt den damaligen Kulturkritikern als ausgemachte Sache.

Humanistische Bildung und bürgerlicher Geschmack scheinen passé: Verlust oder Chance?

Man kann auch salopp formulieren: Die weniger gebildeten Schichten erobern sich das Massenmedium Fernsehen und nutzen es als Spiegel für sich selbst, als voyeuristisches Medium im wahrsten Wortsinn. Gleichzeitig verabschieden sich die Gebildeten ins Internet, also in ein Response-, das heisst ein interaktives Medium. Dieser Prozess hat etwas von einer lustvollen Machtergreifung: Hallo, jetzt kommen wir, und keiner kann mehr weggucken!

Früher schämte man sich wegen mangelnder Bildung oder schlechten Geschmacks. Heute gibt man damit an. Das Ende der europäischen Zivilisation?

Ich bin da ganz entspannt, weil der Untergang des Abendlandes so alt ist wie das Abendland selbst. Und ob «man» dies tut, wage ich zu bezweifeln. Aus allen Studien und Umfragen wissen wir, dass der eigentliche Fanclub der «Big Brother»-Welle oder von Stefan Raab

als blosser Bereicherungsmaschine, sondern als Epochenmedium begriffen haben.

Sittenerfall auch im Alltag: In der Familie, auf der Strasse, im Zug – überall Rüpel. Anstandsgesten wie das Aufstehen im öffentlichen Verkehrsmittel sind out. Was sind die Gründe für diese Verrohung?

Ich habe da eine andere Diagnose. Ich bin früher ungleich mehr ange-

recht klein ist. Diese vielleicht fünf Prozent der Bevölkerung werden aber total durch solche Sendungen mobilisiert, weil sie eben **mitspielen** können – das konnte man sonst im Fernsehen nur sehr begrenzt. Ausserdem sollte man nicht unterschätzen, wie schnell sich in diesem Irrsinn so etwas wie Selbstdistanz, Humor und Ironie entfaltet. Ich warte nur darauf, dass Zlatko ein Philosophiestudium beginnt!

Wo ist denn jetzt der Platz für die bisher den Geschmack im Sinne einer kulturellen Leitkultur bestimmende Elite?

Diese Leute waren immer schon eine Art «outcasts». Aber sie haben es zwei, drei Jahrzehnte geschafft, den Diskurs zu beherrschen, und das haben sie unter anderem auch mit dem Zentralmedium Fernsehen gemacht, das ein Bildungsmedium war, obwohl es von Leuten gesehen wurde, die sich unterhalten wollten. Ich denke, hier wird ein natürliches Verhältnis zwischen «den Leuten» und «den Intellektuellen» wieder hergestellt. Die «anderen» können nun eben auch was sagen!

Die 68er hatten ihre Vordenker, von Sartre bis Adorno. Wer hat heute deren Platz eingenommen? Etwa die TV-Bosse und Werber?

Das ist schon wieder vorbei. Heute sind es die Wirtschaftsleute, die klugen Innovateure, die Teilnehmer der «Next Economy», also diejenigen, die das Internet nicht nur

pöbelt worden – von Postfaschisten und selbsternannten Polizisten. Ich denke, dass die Dienstleistungsgesellschaft einen grundlegenden Ton von Zivilität durchsetzt, weil wir alle irgendwie Dienstleister des anderen werden.

Vielleicht ist das in der Schweiz anders, weil hier ein alter, eher bürgerlich-konservativer Konsens zerfällt, der in anderen Teilen Europas nie so existierte – einmal abgesehen von England.

Und wie sollen wir unsere Kinder erziehen in einer Gesellschaft, in der solche Verhaltensmuster üblich sind?

Entlang der neuen, modernen Werte: Toleranz, Fairness, Kreativität und Leistung. In dieser Reihenfolge. Und nicht zu verwechseln mit Pflichterfüllung, Ordnung und Gehorsam.

INTERVIEW
CHRISTIAN WAEFLER
UND BEAT A. STEPHAN

WAS MEINEN SIE?

Leben wir in einer Welt, die schlechten Geschmack, Dummheit und unflätiges Benehmen zum Kult erklärt, oder ist diese Sicht zu pessimistisch? Schreiben Sie an **«Brückenbauer»**, «Bad Taste», Postfach 1751, 8031 Zürich. E-Mail an bb@migros.ch

MISTER TREND

Matthias Horx, Trend- und Zukunftsforscher, ist Gründer und Inhaber des Zukunftsinstituts, eines Innovations-Think-Tanks mit Sitz in Frankfurt und Wien. Sein neues Buch «Smart Capitalism» erscheint im April beim Frankfurter Eichborn-Verlag.

Weitere Informationen:
www.zukunftsinstitut.de