

Milieus, Klassen und Generationen im Politikmarketing:

**Postskriptum zur
US-amerikanischen
Präsidentschaftswahl**

 **-TREND**

von Bernhard Heinzlmaier

T-TREND DER WOCHE #12/16

Milieus, Klassen und Generationen im Politikmarketing:

Postskriptum zur US-amerikanischen Präsidentschaftswahl

Heute um 11 Uhr in einem Aldi-Markt in Hamburg Wandsbek. Am Eingang sind die Einkaufswägen ausgegangen. Einige Kunden stehen und warten, um sie denen abzunehmen, die ihren Einkauf bereits erledigt haben und aus dem Markt kommen. Drinnen ist es voll. Es sind zu über 90 Prozent ältere und alte Menschen, die jetzt einkaufen. Einige benutzen Rollatoren. Andere stützen sich auf ihre Einkaufswägen und schieben sie in Slow-Motion durch die Gänge. Ich bin wie immer gestresst. Man kommt nicht schnell voran in den vom „entschleunigten“ Alter verstopften Supermarkt. Manche Regale sind für mich nicht zugänglich, weil drei bis vier Alte den Zugang verstellen, da sie umständlich und langwierig ihre Auswahl treffen. Die einen sind deshalb „slow“ unterwegs, weil sie sich aufgrund der immer größer werdenden Unübersichtlichkeit der postmodernen Angebotsvielfalt nicht entscheiden können, die anderen, weil die kleinen Preisschildchen für sie schlecht lesbar sind oder sie sich schwer dabei tun, die Waren mit festem Griff zu packen und in den Einkaufswagen zu legen. Die zitterigen Hände der Alten gehorchen dem Willen nicht mehr so wie sie es sollten.

Mein Zeitdruck macht mich ungeduldig. Durch meine Gedanken rattert meine To-Do-Liste nach Lieferdaten sortiert. Alles ist urgent, wie immer. Wenn ich jetzt hier nicht in fünf Minuten draußen bin, dann schaffe ich es nicht mehr, sie heute abzuarbeiten, und das heißt dann verärgerte Arbeitskollegen, die auf meine Beiträge warten und aufgebracht Kunden, die ihre Daten und Berichte nicht bekommen. Sie werden dann zur Konkurrenz gehen, die nur auf einen meiner Fehler wartet.

Irgendwann gebe ich auf und passe mich dem Tempo der Alten an. Die hysterische Konkurrenzgesellschaft, denke ich, soll mir den Buckel runterrutschen. Ich lasse mich langsam im Strom der „Best Ager“, auch so ein lächerlicher Euphemismus, treiben und nehme mir vor, später noch beim Bäcker um die Ecke einen Tee zu trinken und die FAZ zu lesen. Heute mache ich beim „gesunden“ Wettbewerb, der uns erschöpft und krank macht, einmal nicht mit. Sollen mich doch alle einmal.

Beschleunigungskultur: Wie die Alten im Supermarkt abgefertigt werden

An der Kasse spitzt sich dann die Lage für die Alten und für mich zu. Jetzt werden wir vom Beschleunigungs- und Rationalisierungssog der Handelswirtschaft unmittelbar

erfasst. Die Scanner-Kassen arbeiten schnell, die Kassiererinnen sind bienenfleißig, und der Ablagebereich am Ende des Förderbandes ist absichtlich knapp bemessen. Die Alten und ich, wir raffen die gekauften Waren, die die Kassiererin in Höchstgeschwindigkeit über das Scannerfeld zieht und uns zuschiebt, an uns und werfen sie hektisch in den Einkaufswagen, geben zügig unser Geld ab und trollen uns so schnell es geht aus der Hochgeschwindigkeitszone des Kassenbereiches. An den wenigen Paktischen nahe des Ausgangs, wo sich die vom rücksichtlosen Tempo der Verkaufsmaschinerie ausgespuckten Irritierten nun sammeln, herrscht erschöpftes passives Gedränge. Aber auch dort lässt man den Kunden wenig Platz, damit sie es nicht zu gemütlich haben und dadurch zu lange verweilen. Wieder hektisch, weil vom Platzmangel genervt, pfeffern die Alten und ich nun die Waren hastig in die mitgebrachten Plastiksäcke und flüchten aus dem Laden.

Die Angestellten an der Kasse sind freundlich und wirken so, als wären sie den Kunden wohlgesonnen, können uns aber auch nicht helfen, weil sie genauso wie wir von der Beschleunigungs- und Profitmaschinerie der Supermarktlogistik getrieben sind.

Am späten Nachmittag und vor allem am Abend, findet man im Supermarkt dann Kunden, die besser in die nervöse Hochgeschwindigkeitskultur des postmodernen Handels passen. Es sind dies die jungen und mittelalterlichen „dynamischen“ und „kreativen“ Wissensarbeiter und Entrepreneurere aus dem benachbarten Nobelbezirk Marienthal. Die kaufen schnell und effizient ein und suchen am Ende kein Kleingeld aus ihren Geldbörsen zusammen, weil sie allesamt mit Plastikgeld bezahlen, auch wenn sie nur für 8 Euro 70 Cent eine Flasche günstigen französischen Rotwein einkaufen, um sich diesen dann zu Hause zur scheinbaren Entspannung reinzukippen, bevor sie sich wieder hinter ihre Laptops setzen, um noch bis Mitternacht das abzuarbeiten, was sie untertags nicht geschafft haben. So mache ich es auch, kippe mir nur keine Flasche Wein davor rein, weil ich keinen Alkohol mehr trinken will. Ich bin 56 Jahre alt, habe also nicht mehr so viel Lebenszeit übrig und das, was ich noch vor mir habe, will ich bei klarem Kopf erleben.

Die drei dominierenden minoritären Leitmilieus: Performer, Entrepreneurere, Postmaterialisten

Während ich dann im Auto sitze und versuche den Parkplatz zu verlassen, was nicht so leicht ist, weil die umständlich fahrenden Opas und Omas mit ihren alten Wägen ohne Navi, automatischen Fensterhebern, Bluetooth-Musikanlage und Sitzheizung – sie können sich neue Autos nicht leisten, weil die Renten im Arbeiterbezirk Wandsbek niedrig sind – die Ausfahrt blockieren, denke ich mir, dass diese Gesellschaft für die überwiegende Zahl ihrer Mitglieder keine Heimat mehr ist. Denn die Alten sind ja die

Mehrheit, alles ist aber eingerichtet für die minoritären Leitmilieus der karriereorientierten Performer, der narzisstischen Entrepreneure der Silicon-Valley-Kultur und der moralisch-neospiritualistischen Postmaterialisten. Diese drei Bevölkerungssegmente haben die Macht über die Gesellschaft, sind aber zu ihrem Überdruß quantitativ in der Minderheit und machen sich gegenwärtig die größten Sorgen um unsere Demokratie, weil die Unter- und Mittelklassen nicht mehr so wählen, wie sie das wollen.

Den Unter- und Mittelklassen und den Alten aller Gesellschaftsschichten ist diese Zeit zu schnell, zu unbeständig, zu unsicher und vor allem zu egozentrisch, wettbewerbsorientiert und viel zu abgehoben esoterisch und spirituell. Den Durchschnittsmenschen bewegt, wie er am Ende des Monats die Miete zahlen kann und gleichzeitig den Kindern die Schullandwoche und nicht, wie er seine Kreativität und seine emotionale Intelligenz durch Meditation optimieren könnte. Gemütlichkeit, Sicherheit, Planbarkeit des Lebens, Partizipation am Konsum und ein funktionierendes Sozialsystem sind für die pragmatische Mehrheit die tragenden Werte des Lebens. Viele von ihnen wollen nicht durch Kreativität oder durch die Erweiterung ihres „Headspace“ irgendwo hin, weder nach oben, an die Spitze der Hierarchien, noch ins Silicon Valley, sie wollen dort bleiben, wo sie sind, in ihrer gewohnten Kultur, die ihrem Habitus entspricht und in der Mitte der Gesellschaft und nur dann, wenn sie in der Unterschicht sind, wollen sie dorthin aufsteigen.

Die Abstiegs-gesellschaft: Abwärts geht es schnell, aufwärts nie

Die soziale Bewegung, die die Mitte am meisten beschäftigt, und das mit zunehmender Furcht, ist die Bewegung nach unten, der soziale Abstieg. Die Menschen der Mitte sind durchschnittlich und sie bekennen sich dazu. Sie wollen ein durchschnittliches Einkommen, eine durchschnittliche Wohnung, eine durchschnittliche Stellung in der Berufshierarchie, zweimal jährlich einen durchschnittlichen Urlaub und sonst wollen sie einfach von den hyperambitionierten Hysterikern der Selbstoptimierungs- und der neospiritualistischen Selbstverwirklichungsbewegung in Ruhe gelassen werden. Sie wollen weder Karriere machen oder mit einem Startup berühmt werden, noch am Abend zur Entspannung Mandalas ausmalen. Wenn sie Malbücher für Erwachsene sehen, geht ihnen primär ein Gedanke durch den Kopf und der lautet: „Die spinnen, die Grünen.“

Mandalas ausmalen: Anti-Stress-Techniken der Postmaterialisten, die die pragmatische Mitte belächelt

Für mich waren die Stunden, die ich am Wochenende mit dem Ausmalen der Mandalas verbracht habe, tatsächlich sehr beruhigend. Ich habe alles um mich herum ausgeblendet und war ganz bei mir. Wie damals in meiner Kindheit habe ich auch jetzt wieder diesen meditativen Zustand erreicht und mich beim Malen und danach super gefühlt. Und auch von meinem Mann habe ich einige Stunden nichts gehört, als er mit dem Ausmalen meiner Mandalas beschäftigt war. Das Ausmalen ist eine wirklich tolle Anti-Stress-Methode, wie ich finde. Und Spaß macht es noch dazu. Ich setze zwar weiterhin auf Sport und Yoga zur Stressbewältigung, aber ab und an mal wieder ein Mandala ausmalen – das werde ich in jedem Fall weiterhin machen.

<http://www.projekt-gesund-leben.de/2015/04/ausmalen-neuer-anti-stress-trend/>

Die Diktatur der Sprache und Denkschemata der Leitmilieus

In der Politik, den Medien aber auch in der kommerziellen Werbung wird in einer Sprache gesprochen, die nicht Bestandteil der Lebenswelt der unteren Hälfte der Gesellschaft ist, die dort niemanden versteht, die die Menschen im schlimmsten Fall beunruhigt und aufbringt. Auch Themen und Werte, die die Leitmedien in den Mittelpunkt ihrer Berichterstattung stellen, sind der unteren Hälfte der Gesellschaft fremd.



Ein Beispiel dafür ist die sogenannte Start-Up-Kultur und ihr inzwischen zum Evangelium erhobenes Wertesystem. Dieses ist, wie es Wertesysteme nun einmal sind, höchst abstrakt, eine Anhäufung von leeren Signifikanten, die alles und nichts bedeuten können, in denen man beliebig jene Inhalte unterbringen kann, die gerade opportun

sind. „Inspiration“ ist so ein Begriff. Er ist unanschaulich und gegenstandslos. Und wie die Inspiration praktisch funktioniert, ist völlig unklar. Man weiß nur, dass sie die Leute im Silicon Valley und in anderen Exzellenz-Clustern häufiger überkommt, wie die im Arbeiterbezirk Wandsbek, aber das liegt wohl dran, dass die Unterschichten eine falsche Einstellung zum Leben haben. Wenn man ihnen die richtige Silicon-Valley-Denke nur beibringen könnte, dann würden sie ebenso vor Ideen übergehen, wie die digitalen

Eliten. Aber leider sind die „Underdogs“ störrisch und eigensinnig. Sie lassen sich von den Eliten nicht willfährig umerziehen, sie wollen so bleiben wie sie sind: bodenständig, pragmatisch, unprätentiös, ein wenig vulgär und häufiger gerade heraus als unaufrichtig.

Design-Thinking? Was ist das?

Bis heute weiß ich nicht, was der neue Modebegriff „Design Thinking“ eigentlich bedeutet. Ich sehe nur, dass Menschen in Sitzungen viele bunte Kärtchen an die Wände picken, was wir früher auch schon gemacht haben, manche spielen mit Legosteinen, was angeblich total kreativ machen soll, dass in interdisziplinären Teams gearbeitet wird, dass sogenannte Kreativtechniken angewendet werden und dass jedes größere Unternehmen nun ein „Innovation-Lab“ hat. Bei den Österreichischen Bundesbahnen war man mit der neuen Technik bereits sehr erfolgreich. So hat man nun die Toiletten in den Nahverkehrszügen, die bisher sehr nüchtern gestaltet waren und gestunken haben, mit Foto-Tapeten und Duftspendern ausgestattet. Toll. Wenn das „Design Thinking“ so eine Wunderwaffe ist, warum verwendet man es dann nicht dazu, das Pensionsproblem zu lösen, die Ungleichverteilung der privaten Vermögen zu beheben, das Gesundheitssystem zu reformieren, die Jugendarbeitslosigkeit zu senken oder die globale Umweltvernichtung zu beenden? Ich vermute, das hängt damit zusammen, dass die Lösung dieser Probleme dem Profitinteresse des Monopol- und des Börsenkapitals zuwiderlaufen. Am Ende ist „Design Thinking“ primär ein Instrument zur Verbesserung der Warenästhetik, um den Konsum anzukurbeln und eine Spielwiese für die hypernervöse Startup-Community, auf der sie glanzvolle Narrative ohne jede Gravität – frei flottierende Zeichen ohne Bedeutung - entwickeln kann, um mit deren Hilfe dann den Venture-Kapitalisten die Kohle aus der Tasche zu ziehen und es im Anschluss daran zu verbrennen.

Das Silicon Valley: Eine neue Pilgerstätte des Irrationalismus

Die Digitale Wirtschaft, die ja der Hauptträger der Silicon-Valley-Ideologie ist, leistet in Österreich einen Beitrag von gerade einmal 6% zum BIP. Die restlichen 94% Prozent erbringen andere Branchen. Um die kümmert man sich aber kaum und auch wenig um die Beschäftigten, die dort arbeiten. Menschen die im Gesundheits- und Sozialwesen (ca. 250.000 Beschäftigte), im Gastgewerbe (ca. 200.000 Beschäftigte) oder in der Bauwirtschaft (ca. 250.000 Beschäftigte) arbeiten, um nur einige Branchen zu nennen, die die tragenden Säulen unserer Wirtschaft sind, sind zu wenig smart, zu wenig modisch, zu wenig kreativ und vor allem zu wenig aufgeblasen, elitär und selbstgefällig, als dass sich die Medien für sie interessieren könnten. Typen im Management von Uber,

die Firma ist der Tod des österreichischen Taxigewerbes oder vom Startup Airbnb, das die heimische Hotellerie ruinieren wird und jetzt schon die Mieten in den großen Städten in die Höhe treibt, sind da viel interessanter. Ja, man darf heute nicht konstruktiv sein, wenn man von den Medien eine Plattform bekommen will, man muss disruptiv sein, d.h. die alten Spielregeln brechen, Traditionen in die Luft sprengen und narzisstisch den eigenen Vorteil rücksichtslos verfolgen.

Interessant ist, dass nun auch Einrichtungen, die für die Beschäftigten des Gastgewerbes, des Handels oder anderer unterprivilegierter Gruppen am Arbeitsmarkt da sein sollten, dem Charme der inspirierten Konkurrenzfanatiker und Traditionsvernichter unterliegen. Offenbar herrscht dort Orientierungslosigkeit. Anders ist nicht zu erklären, warum sonst vor kurzer Zeit tatsächlich eine Abordnung des BFI ins Valley gefahren ist, um sich dort erleuchten zu lassen. Zurückgekommen ist man mit wichtigen Erfahrungen. So war man beeindruckt von der „Normcore-Culture“, d.h. dem demonstrativen Verzicht der disruptiven Elite auf Statussymbole, von der verschworenen Community im digitalen Cluster und von der dort herrschenden gnadenvollen „Kultur des Scheiterns“. Dass Zuckerberg deshalb nicht weniger elitär ist, weil er in seinen Normalo-Klamotten mit dem Hubschrauber auf seinen Landsitz fliegt oder Peter Thiel, wenn er trotz Normcore-Style Millionen in die Gen- und Bio-Forschung investiert, damit diese für ihn den Schlüssel zum ewigen Leben findet, ist für einen kindlich aufgeregten und von parteiischer Euphorie eingetrübten Blick nicht erkennbar.

Die narzisstische Sucht nach dem ewigen Leben

Der schizoide Charakter ist von der Grundangst beherrscht, das eigene Ich zu verlieren, in der Masse aufzugehen, nichts Besonderes und von anderen abhängig zu sein. Der hysterische Charakter ist getrieben von der Angst festgelegt, festgestellt, verbindlich gemacht, an transpersonelle Gesetze gebunden zu sein, die Notwendigkeit und Endgültigkeit wird als Unfreiheit wahrgenommen. Der unsere Tage beherrschende Sozialcharakter ist der schizoid-hysterische. In seiner reinsten Form kommt er im Silicon Valley vor. Der schizoide Hysteriker leidet an einem überwertigen ICH. Er schätzt sich selbst so hoch, dass es für ihn unvorstellbar ist, Naturgesetzen unterworfen zu sein, wie die Mehrheit der Durchschnittlichen. Im Silicon Valley ist man nun zur Auffassung gekommen, dass der Tod nicht ins Konzept des Entrepreneurship passt. Er kann nicht hingenommen werden. Aus diesem Grund investieren Startup-Millionäre wie Michael Greve oder Peter Thiel Millionen in Life-Extension-Forschung. Der Tod wird sozusagen "disruptiv" angegangen. Der alternde Mensch soll auf zellulärer und molekularer Ebene repariert werden. Dabei wird ein 4-stufiger Plan umgesetzt. Zuerst persönliche Selbstoptimierung durch geänderte Ernährung, Sport, Änderung der Lebensweise.

Zweitens biotechnologische Forschung, drittens Nanorobotik, die Bots liefern soll, die unseren Körper durchströmen und ihn von innen gesund halten und am Ende die Verschaltung von biologischen und synthetischen Gehirnen. Vom achtsamen Umgang mit dem Körper, von Wellness, ist hier nicht mehr die Rede. Es geht beinhart um Selbstoptimierung. Einer der Vertreter der Life-Extension-Bewegung dazu: "Wenn man mal anfängt, sich nicht mehr danach zu richten, ob ein Nahrungsmittel gut schmeckt oder gut aussieht oder bequem zu kriegen ist, kommt man darauf, was wesentlich ist: der micronutrient content." Es erübrigt sich hinzuzufügen, dass Investitionen, z.B. von Paul Allens Frontier Group, ausschließlich in die Spitzenforschung erfolgen und am Ende die Erfolge der Life-Extension-Forschung in erster Linie den Eliten zu Gute kommen werden. Und warum aus Österreich immer mehr Menschen auf Wallfahrt in das Silicon Valley aufbrechen, bleibt insofern unklar, weil man dort primär schizoide Hysteriker trifft. Und wer darauf Lust hat, mit solchen Menschen auch nur vorübergehend zu koexistieren, der sollte sich wohl selbst einmal den Schritt überlegen, sich in professionelle Hände zu begeben.

Auch die horrende soziale Ungleichheit innerhalb des Clusters erschließen sich dem Blick der BFI-Abordnung nicht. So ist den Fact-Findern nicht aufgefallen, dass man, wenn überhaupt, innerhalb des Clusters solidarisch ist. Konkurrenten außerhalb des Clusters behandelt man „disruptiv“, d.h. destruktiv im Sinne des Prinzips „der schöpferischen Zerstörung“. Und die Kultur des Scheiterns fordert man auch nur für Angehörige des Clusters.

Weniger verständnisvoll begegnet man den Gescheiterten aus den unteren und mittleren Milieus der Gesellschaft, denen man vermittelt, selbst für ihr Scheitern (z.B. Arbeitslosigkeit) verantwortlich zu sein, weil sie zu wenig kreativ und engagiert gearbeitet haben, denen man Obama-Care und andere Sozialtransfers streichen will – Peter Thiel hat Millionen in den Wahlkampf von Donald Trump investiert – und denen die Verbündeten des Valley-Clusters in Österreich beim geringsten Aufmucken die Mindestsicherung kürzen und sie in totalen Institutionen so lange „trainieren“ wollen, bis sie zusammenbrechen oder total brainwashed ein glühendes Bekenntnis zur Leistungsbereitschaft bis in den Tod abgeben. Denn das ist gut für den Profit.

Der Zukunftsforscher Andreas Boes über die Sozialstruktur des Silicon Valley

Das Silicon Valley besteht aus vier Gruppen: Da sind die Investoren und Top-Verdiener, die aus dem System am meisten rausziehen. Die zweite Gruppe sind die weißen Softwareentwickler und Vertriebspezialisten. Die profitieren von dem Boom durchaus. Die dritte Klasse ist die Dienstbotenklasse. Das ist etwas ganz Anderes als bei uns, und nicht vergleichbar mit unseren Facharbeitern. Die leben in einer eigenen Welt und sind nicht unwesentlich auf Trinkgelder angewiesen. Die meisten sprechen nur Spanisch und sind gar nicht richtig in den Arbeitsmarkt integriert.

Die vierte Gruppe sind Leute, die aus der Maschine unten rausgefallen sind. Vielleicht durch irgendeinen Zufall. Leute, die obdachlos sind und auf der Straße leben. Das sind ziemlich viele. Wenn man durch San Francisco geht, dann kann einem das nicht mehr entgehen.

Wenn sich die Führung eines „Berufsförderungsinstitut“ von der Kultur des Silicon Valley beeindruckt lässt, dann weiß man mit großer Sicherheit, dass diese Einrichtung keine Anlaufstelle mehr für Angehörige der unteren Sozialschichten und nur mehr bedingt für die Mittelschichten ist. Wie Hillary Clinton und ihr Anhang gehört man dort dann eher den Funktionseliten des Börsenkapitals an oder ist, ohne es zu wissen, einer ihrer ideologischen Unterstützer. Zweiteres wäre auf mangelnde Einsicht in die gesellschaftlichen Realitäten zurückzuführen, früher hat man dazu Dummheit gesagt.

Die postmaterialistische Übertribunalisierung der Alten und der Armen

Drangsaliert werden die Unter- und Mittelschichten aber nicht nur von den Performern der Managementelite und den Valley-Entrepreneuren. Auch die dritte elitäre Gruppe, die grünen Postmaterialisten, trampeln moralisierend und tribunalisierend auf ihnen herum und die Gesamtheit der Eliten wundert sich dann, dass die Leute in Scharen ins Lager von Trump, Hofer, Strache, Le Pen, Wilders und der AfD überlaufen. Der deutsche Philosoph Odo Marquard hat den Begriff der „Übertribunalisierung“ geprägt. Er meint, dass, wenn man den Menschen im Übermaß unter Normen- und Kontrolldruck setzt, dieser dann das Handeln überhaupt lässt, aus Furcht, etwas falsch zu machen. Dass die Folgen der Übertribunalisierung bei Marquard etwas zu eng geführt erscheint, zeigt sich uns an der gegenwärtigen Praxis der Kontrollgesellschaft und ihren Folgen. Übertribunalisierung führt ab einer gewissen Intensität nicht lediglich zur Passivität, sondern zur regressiven Revolte, zu einer hinterhältigen, verschlagenen und destruktiven Form des Aufstandes. Tatsächlich heißt dies: die gesellschaftliche Mitte und die Unterschichten wählen die Rechtspopulisten und verschweigen dies den

Meinungsforschern, die vor den Wahlen von den Eliten ins Land geschickt werden. Am Abend nach der Wahl sitzt man (tatsächlich vor allem Mann) dann in fröhlicher Runde zusammen und lacht sich tot über die gequälten Leidensgesichter des alten Politikestablishments, der Kirchenvertreter und anderer Moralaposteln. Wenn man sich von Niemandem mehr etwas zu erwarten hat, wenn man glaubt, Keinem mehr vertrauen zu können, dann hält Einem nur mehr der Genuss der Destruktion und der heimlichen Schadenfreude aufrecht.

Ironie und Konterwahl

Die meisten Wähler der Rechtspopulisten erwarten sich von diesen genau so wenig die Verbesserung ihrer Lage wie vom alten Establishment. Ihre Stimmabgabe ist eine „Konter-Wahl“. Sie wählen nicht mehr dafür, sie wählen dagegen. Sie wählen nicht



konstruktiv, sie wählen ironisch. Sie sind nicht überzeugt von den Programmen der Rechtspopulisten, sie ironisieren durch ihr Votum nur die Dekadenz des alten Establishments.

Was hat das alles nun mit den Postmaterialisten unter den Eliten zu tun, die täglich engagierte Aufklärung gegen den neuen Autoritarismus, den sie drohend am Horizont aufsteigen sehen,

betreiben?

Die Ironie will verstanden werden

In Wirklichkeit ist die Ironie ein falsches Falschreden, eine Lüge, die sich selbst als Lüge zerstört, wenn sie ausgesprochen wird, und sie öffnet dem Getäuschten die Augen und belehrt den Getäuschten eines Besseren oder, eher, lässt dem angeblich Getäuschten die Mittel sich selbst eines Besseren zu belehren. (...) Die Ironie will nicht geglaubt werden, sie will verstanden werden. (...) Die Ironie ist ein Appell, den man hören muss, ein Appell, der uns sagt: ergänzen Sie selbst, berichtigen Sie selbst, urteilen Sie selbst! (...) Nur der Torpedo der Ironie produziert die ganze Wirkung, denn er macht benommen, um gewitzter zu machen, und schiebt auf, um zu erwecken und zu aktivieren; er schüttelt die Schläfrigkeit der zufriedenen Anmaßung; er ruft das Unbewusstsein zu mehr Bewusstsein auf; nach der Narkose, hier die fruchtbare und wachsame Reflexion.

Vladimir Jankélévitch: Die Ironie.

Die Praxis der Übertribunalisierung und ihre Folgen

Ich versuche es mit einem persönlichen Beispiel. Ich bin Vegetarier, rauche nicht, trinke keinen Alkohol, treibe mindestens dreimal die Woche Sport, bin natürlich Antifaschist, spende nicht für jeden aber zumindest für jeden fünften Bettler auf der Straße, versuche in meinem Unternehmen sozial zu handeln, werbe in meinem Alltag für Toleranz für die Flüchtlinge aus Syrien und dem Irak und setze mich wo es nur geht gegen Rassismus und Antisemitismus ein. Was ich aber auch mache ist: Ich trete gerne aufs Gas unseres 180-PS-Autos und fahre auch gerne mal mit quietschenden Reifen durch eine Kurve und empfinde dabei große Lust. Somit finde ich alle Visionen von einem selbstfahrenden Auto, in dem mich ein staatliches Leitsystem durch die Straßen leitet, äußerst entbehrlich, denn es schränkt meine lustvolle Selbstverwirklichung ein, neben dem, dass es mich zu einem total transparenten Kontrollobjekt macht. Zudem sehe ich für mein Leben gerne Motorradrennen, besonders die MotoGP und bin bekennender Valentino-Rossi-Fan. Und, ich bekenne es, ich schaue immer wieder Frauen auf den Hintern oder, auch das habe ich schon gemacht, ab und an einmal in ein schönes Dekolleté, d.h. ich bin wohl in den Augen so mancher Radikalpostmaterialisten ein unökologischer Antifeminist, was so viel ist wie der Teufel persönlich. Aber das ist nicht alles. Ich bin auch gegen die Gesamt- und Ganztagschule und ein glühender Verfechter des Gymnasiums. Ich bin also gegen die Verallgemeinerung des Typus des „Fachmenschen ohne Geist“ und gegen einen vom anthropologischen Standpunkt aus betrachtet unsinnigen Egalitarismus, der der Illusion anhängt, dass der geistige Konformismus erstrebenswert ist und die Herstellung der absoluten Gleichheit die notwendige Voraussetzung für das Glück des Menschen ist. Die Menschen wollen nicht gleich sein, das sehe ich am täglichen immer erbarmungsloser werdenden Konkurrenzkampf rund um mich, auch wenn es um totale Nebensächlichkeiten geht. Was ist nun böser? Mein Sexismus oder mein Antiegalitarismus? Aber vielleicht wohnt in mir noch etwas viel Schlimmeres? Meine völlig mangelhafte Bereitschaft, den Islam und seine Riten und kulturellen Praktiken verstehen zu wollen. Dabei habe ich bisher schon beim Christentum versagt. Ich halte sowohl Christen als auch Anhänger des Islam für Menschen, die an einer ekklesiogenen Neurose leiden. Warum muss ich, wenn ich auf die Träger solcher Neurosen treffe, mehr tun, als sie hinzunehmen? Und warum muss ich dafür sein, wenn man die Kindergärten und Schulen von Religionsgemeinschaften fördert oder die Lehrer von katholischen Privatschulen bezahlt, wenn Religionen doch reine Privatangelegenheiten sind und mit unserem säkularen Staat nichts zu tun haben?

Worum geht es hier nun eigentlich, wenn man über meinen Einzelfall hinaus denken will? Es geht um die Überheblichkeit und Selbstgefälligkeit des postmateriellen Milieus,

wenn man alle Angehörigen zusammenkratzt gerade einmal 10 Prozent der österreichischen Bevölkerung, der Allgemeinheit seine exklusiven Werte aufzuerlegen, und zwar auch mit Hilfe von Gesetzen, also staatlichen Zwangsmitteln, und durch die Instrumentalisierung der Bildungspolitik.

Die Postmaterialisten, im Verein mit den Wirtschaftseliten und den Startup-Visionären, tun so, als wären ihre Überzeugungen allgemeingültige Gesetze. Ein Beispiel dazu: Der weltberühmte Zukunftsforscher Matthias Horx, der an die „Digitale Erleuchtung“, „die Entschleunigung der Welt“, „das Verschwinden des Wettkampfsportes“ und andere empirisch nicht haltbare Phantasmagorien glaubt, stellt in einem Nebensatz eines seiner Texte fest: „Kaum noch jemand macht kein Yoga“ und insinuiert damit, dass eigentlich alle irgendeiner Abart dieser asiatischen Entspannungstechnik nachgehen. Die Wahrheit ist, dass in Österreich 70 Prozent der 14- bis 24-jährigen und 80 Prozent der 55- bis 65-jährigen noch niemals in ihrem Leben Yoga betrieben haben. Matthias Horx sieht die Realität anders. Seine Feststellung ist genauso unrichtig wie die, dass heute die Massen nach der Arbeit Mandalas anmalen. Beides ist ein Minderheitenprogramm, das von einem postmaterialistischen Zukunftsdenker zu einem allgemeingültigen Popanz aufgeblasen wird. Und warum macht er das? Nicht weil er lügt, sondern weil sein Wunsch danach, dass die Wirklichkeit so zu sein hat, wie er es für richtig hält, ihn unbewusst dazu drängt.

Die abgehobenen Phantasmagorien der Zukunftsforschung

Heute ist der Selfness-Mindness-Trend regelrecht explodiert. Das Time-Magazine brachte neulich eine mächtige Titelgeschichte mit dem Slogan „Die Mindness-Revolution“. Die Regale in Buchhandlungen biegen sich in Anleitungen zur Achtsamkeit und Selbst-Kompetenz. Kaum noch jemand macht kein Yoga. Die Kult-Konferenz TED, der wir so unglaublich viele scharfe Ideen und Gedanken verdanken, droht von der Nachfolge-Konferenz Wisdom 2.0 verdrängt zu werden, auf der amerikanische Manager und Unternehmer unentwegt ihre Achtsamkeits-Mantras summen. Das Feuilleton wimmelt von Entschleunigungs-Stories mit der immergleichen Botschaft des Selbst-Sinn-Langsamkeits-Findens. Der neue Star am Literaturhimmel, Ole Knausgard, beschreibt sein Gefühlsleben so intensiv wie das Flügelputzen einer Fliege auf dem Fensterbrett. Auch die neuesten Entwicklungen im Kampf gegen das Zu-viele-Digitale lassen sich in diesem Kontext deuten: Offline heißt demnächst wahrscheinlich Omline.

<https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/lebensstile/alle-sind-omline/>

Was kann man daraus ableiten? Die postmateriellen Eliten sind so stark in ihrem Glauben an ihre Heiligtümer, die da sind asiatische Entspannungstechniken, buddhistischer Spiritualismus, Mindfulness, Wellness-Kult, Entschleunigung, Slowfood etc. verfangen, dass sie gar nicht mehr glauben können, dass die Mehrheit der Bevölkerung gar nicht daran denkt, auf ihren Leberkäse zu verzichten, den Konkurrenzkampf im Sport liebt, lieber beim Abendbier entspannt als beim Yoga, bei der Lektüre der Zeitschrift „Flow“ einschläft und nicht im Traum auf die Idee kommt, Mandalas in einem Malbuch für Erwachsene zu kolorieren.

Ceterum Censeo

Der Hauptgrund, warum die Mehrheit heute rechtspopulistisch wählt, liegt in der Überheblichkeit, Selbstgefälligkeit und Empathielosigkeit der Eliten. Die alten Wirtschaftseliten (Performer), die neuen Wirtschaftseliten (Digitale Entrepreneur) sind egozentrisch, amoralisch und eitel. Sie wollen die Macht, weil diese ihren Materialismus und ihren Narzissmus befriedigt. Und sie glauben, dass die Masse so dumm ist, dass sie sie ganz lässig mit Hilfe ihrer Spindoktoren, PR-Berater und Medienbeziehungen kontrollieren und manipulieren können. Das muss schiefgehen, in einer Zeit der Dezentralisierung und Individualisierung der Medienkommunikation. Die „Multitude“ ist heute nicht mehr von zentral gesteuerten „Massenmedien“ abhängig und hat selbst auch die Möglichkeit, über die sozialen Medien die öffentliche Meinung mitzugestalten, wie die Reichen und Mächtigen.

Die postmaterialistischen Eliten sind vordergründig weniger egozentrisch, aber genauso selbstgefällig und empathielos wie Performer und Digitale Entrepreneur. Sie erscheinen den Menschen als moralisierende Oberlehrer, die ein einziges großes Ziel umtreibt: die Umerziehung der Masse. Die Grünen sind heute in ihrem Kern eine sektenhafte Lebensreformbewegung, die ähnlich den fundamentalistischen religiösen Pietisten der amerikanischen Freikirchen überall wo es nur geht das Lustprinzip durch das Realitätsprinzip ersetzt sehen wollen. Am Ende soll alles in der großen Erleuchtung enden, einer allumfassend befreiten öko-feministischen Achtsamkeitskultur, die sicher moralisch einwandfrei sein wird, leider aber völlig langweilig, ohne Spontanität und ziemlich neurotisch.

Die Wahl von Trump, die bevorstehende Wahl von Hofer zum österreichischen Bundespräsidenten, von Strache zum österreichischen Bundeskanzler, von Marine Le Pen zur französischen Präsidentin etc., ist auch als Reaktion der Unter- und Mittelschichten auf einen gemischten (postmaterialistisch-neoliberalen) Herrschafts-Cluster zu deuten, dessen Repräsentanten in den USA die Clintons sind, in Deutschland Horst Seehofer, in Baden-Württemberg Winfried Kretschmann und in Österreich ein

noch auf eine persuasive Symbolfigur wartendes Geflecht aus Neos, Grünen, linkskatholischen Moralisten, einer verbürgerlichten sozialdemokratischen Pseudo-Linken und Industriellen, die im ästhetischen Mäntelchen des aufgeklärten Soft-Liberalismus daherkommen.

Welche Lehren für das Politik-Marketing können daraus gezogen werden?

1. Die Bevölkerung ist heterogen und keinesfalls so, wie sie von der Zukunftsforschung und den „Leitmedien“ beschrieben wird. Sowohl Zukunftsforschung und Marketingforschung als auch die Massenmedien sind Bestandteil der postmateriell-neoliberalen Elitenkultur. Was sie als Wirklichkeit ausgeben, ist lediglich Ausfluss ihres Wunschbildes von Gesellschaft. Das ist auch der Hauptgrund für die Irrtümer der Wahlforschung. Eine Wahlprognose ist das Ergebnis einer Mischung aus objektiven Daten und subjektiven Gewichtungen. In die Auswahl und die Stärkenintensität der Gewichtungsfaktoren fließt in der Regel unbewusst (manchmal auch bewusst) das Wunschbild der Forscher ein. Selbst die sich als „hyperobjektiv“ ausgebende Big-Data-Forschung, die die irrationale Illusion nährt, man könnte mit Gesellschaft genauso verfahren wie mit den Forschungsgegenständen der Naturwissenschaft, d.h. sie meint, die Kontingenz des Sozialen könne durch große Datenmengen in Kombination mit „objektiven“ Algorithmen eliminiert werden, ist bei der amerikanischen Präsidentenwahl voll auf dem Bauch gelandet. Die von der Zeitschrift „Wired“ noch im Vorfeld hoch gepriesenen „Bigdata-Gurus“ haben allesamt falsche Prognosen geliefert.
2. Die Alten und die Unter- und Mittelschichten wollen nicht mehr Freiheit und Eigenverantwortung, im Gegenteil, das Übermaß an Eigenverantwortung und Selbststeuerung, das ihnen abgefordert wird, treibt sie in die Erschöpfung. Politisches Leitmilieu wird in Zukunft das „adaptiv-pragmatische“ Milieu der Mitte sein, bei dem Sicherheitsbedürfnisse im Mittelpunkt des Interesses stehen und dem Globalisierungs- und Deregulierungspläne bestenfalls in homöopathischen Dosen verabreicht werden können. Die Begriffe Heimat und Nation werden im Sinne von Schutzgemeinschaften hier eine große Rolle spielen. Zudem wird es aber besonders darum gehen, die Unterschichten vor der totalen Entkoppelung zu bewahren. Weitere Deregulierung ist ohne entsprechende Kompensationen durch soziale Sicherungsmaßnahmen, z.B. durch ein Grundeinkommen ohne Einschränkungen und Kontrollen nicht möglich. Sonst werden die von Ausschließung und Entkopplung Bedrohten in die Arme des Rechtspopulismus getrieben.

3. Wir leben in einer Zeit des „Polytheismus der Werte“. Es gibt weder den einen Gott noch das eine ethische Programm. Vor allem die postmateriellen Eliten müssen sich darüber ins Klare kommen, dass sie durch den intoleranten Versuch, ihre „Wahrheit“ als die einzig richtige durchzusetzen, zwei Drittel der Bevölkerung anschlussfähig für die Botschaft der Rechtspopulisten machen.
4. Die gesellschaftliche Mitte will vielleicht bunte und äußerlich spektakuläre Botschaften und Vorbilder, in der Realität möchte sie aber Berechenbarkeit, Stabilität, Sicherheit und Ordnung. Nur der Form nach soll die Gesellschaft extravagant und aufregend sind, ihrem Wesen nach soll sie konventionell, ruhig und gleichbleibend sein.
5. Das Vertrauen des Volkes in „die da oben“, egal ob diese auf Seiten der Wirtschaft oder der Politik stehen, ist schwerstens erschüttert. Dieser Schaden ist durch eine bessere PR und durch eine zielgruppenadäquate Ästhetisierung von Produkten, Unternehmensimages und symbolischem Personal nicht mehr zu korrigieren. Das beste „Narrativ“ muss scheitern, wenn es keine Entsprechung in der Wirklichkeit findet.
6. Die Reaktion der Eliten auf das Ergebnis der amerikanischen Wahlen ist katastrophal. Der Grundtenor, der darin besteht, das Leitmotiv „die Masse kann auch irren“ in verschiedensten Formen und Intensitäten zu modulieren, bedeutet, dem Volk ins Gesicht zu sagen, dass man es für unreif und blöd hält. Das hat die Wut der unteren 50 Prozent der Sozialstruktur weiter gesteigert ebenso wie die unumwunden geäußerten Ideen, dass man die Briten so lange abstimmen lassen sollte, bis sie dem Rückzug vom Brexit zustimmen. Da sich das Volk nicht austauschen lässt, wird die unbeirrbar Überheblichkeit der Eliten wohl dazu führen, dass, so wie in den USA, demnächst in diesem Land die Politiker ausgetauscht werden – gegen Rechtspopulisten und Rechtskonservative.

**„Wenn mehr unterdrückt werden muss als sublimiert werden kann, so wird der Betreffende neurotisch; dann muss man ihm erlauben, weniger zu unterdrücken.“
(Erich Fromm: Die Furcht vor der Freiheit)**

... der Siegeszug des Rechtspopulismus ist der Ausdruck einer durch Übertribunalisierung, moralische Überheblichkeit, Sozialabbau und explodierende ökonomische Ungleichheit neurotisch gemachte Mittel- und Unterschicht. Die berechnete Elitenkritik ist zur regressiven Revolte pervertiert.

Schon aufgefallen? Unser neues Service für Sie 😊

DIE T-FACTORY TRENDS:

3 x -Trend der Woche + 1 x -Trend des Monats

Mit dem Trend des Monats (Kurzvideo und Report) und unseren Trends der Woche (in Form von kurzen Videos) erhalten Sie Einblicke in aktuelle und kommende Strömungen aus lifestylerelevanten Bereichen wie Werten, Einstellungen, Musik, Sport, Styling, neue und alte Medien, Gaming, Kommunikation, Food & Beverage und vieles mehr. Zu finden sind diese Ergebnisse unserer Forschung auf unserer Homepage, YouTube, Twitter und auf unserer Facebook-Seite.

Seit Jahrzehnten beleuchten und interpretieren wir aktuelle und kommende Strömungen. Unser wissenschaftliches Team verfügt über langjährige Erfahrung in den Bereichen Trendforschung, Kulturforschung und Gesellschaftsforschung - sowohl theoretisch als auch empirisch - und arbeitet mit folgenden Werkzeugen:

- **Die  – Trenddatenbank:** Regelmäßig werden aktuelle Artikel aus trendrelevanten Magazinen, externe und interne Studien sowie Literatur in einer eigenen Datenbank von unserem wissenschaftlichen Team dokumentiert, kommentiert und in die Trenddatenbank eingegeben.
- **Die  – Trendgruppen:** Ausgewählte Trendsetter und Opinion Leader aus unserem Trend-Pool werden laufend in Gruppendiskussionen und Einzelinterviews zu aktuellen Themen und künftigen Entwicklungen befragt.
- **Die  – T-Trendstudie TIMESCOUT:** TIMESCOUT liefert wertvolle zusätzliche quantitativen Daten für den T-Trend-Observer.

Damit bieten wir allen T-Factory Kunden eine theoriegeleitete, wissenschaftlich fundierte, vor allem aber auch praxis- und umsetzungsorientierte Dienstleistung an, die von der strategischen Unternehmensplanung bis hin zu kurzfristigen Kommunikationsaktivitäten eingesetzt werden kann. Das Multimethoden-Design sorgt dafür, dass trendrelevante Entwicklungen aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet werden.

Unser Berater-Team steht Ihnen gerne für themen- oder produktspezifische Trendanalysen oder Ihre ganz individuelle Fragestellung zur Verfügung! Sichern Sie sich Ihren Wissensvorsprung und kontaktieren Sie uns: trend@tfactory.com

Hier geht's zu den T-Trends der letzten Wochen:

- TREND DES MONATS NOV/2016: GENERATIONENMARKETING
- TREND DER WOCHE #8/2016: INDIVIDUALISIERUNG & MUSIK
- TREND DER WOCHE #7/2016: TATTOOS & PIERCINGS
- TREND DER WOCHE #6/2016: BUCHBESPRECHUNG "DIE ABSTIEGSGESELLSCHAFT"

Viel Spaß beim Lesen, Sehen und Hören!

Ihr T-Factory Team