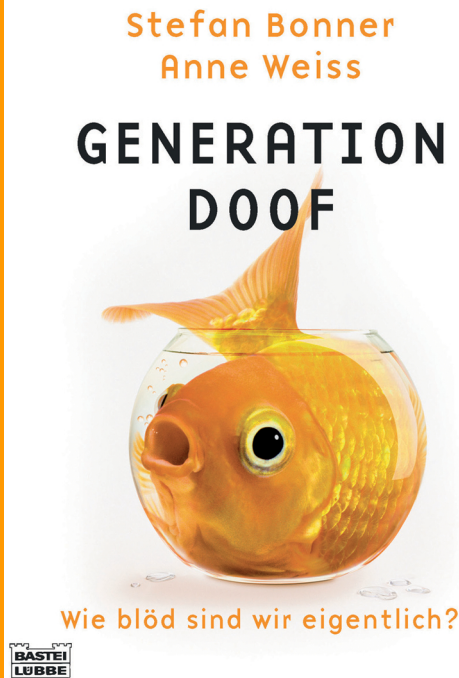


Unverkäufliche Leseprobe



Generation Doof
Wie blöd sind wir eigentlich?
von Stefan Bonner und Anne Weiss

ISBN 978-3-404-60596-5

© 2008 by Verlagsgruppe Lübbe GmbH & Co. KG

amazon.de
and you're done™

Gedruckte Verlagsausgabe dieses Titels bestellen

EINLEITUNG

Der Siegeszug der Dummheit

*»Ich weiß nicht weiter, ich weiß nicht, wo wir
sind, ich weiß nicht weiter, von hier an blind.«*

Wir sind Helden



Im Berliner Europa-Park lief eigentlich alles nach Plan. Wie jedes Jahr im Januar hatte sich die Schickeria zur Kür der Miss Germany versammelt. Mehrere Dutzend junger Mädchen waren mit dem Traum vom schnellen Model-Glück angereist und gaben sich ein Stelldichein vor den Fernsehkameras – ein Schaulaufen der Schönen, das normalerweise für ein paar kurze Berichte im Vorabendprogramm und in der Yellow Press taugt und danach schnell wieder in Vergessenheit gerät.

So sollte es auch an diesem Abend im Jahr 2005 sein. Eigentlich. Doch der Sonderzug aus Pankow hatte besondere Gäste mitgebracht, die der Veranstaltung noch Jahre später zu peinlicher Berühmtheit verhelfen: die Kandidatinnen für den Titel der Miss Ostdeutschland. Vor den laufenden Kameras eines bekannten Boulevardmagazins ließen sie keinen Zweifel daran aufkommen, dass sie zu Recht für ihr schönes Aussehen und den aufrechten Gang gekürt wurden, keinesfalls aber für ihre Intelligenz.

Die Angelegenheit hätte wohl auch keine weitere Beachtung gefunden, wenn Chad Hurley, Steve Chen und Jawed Karim nicht just einen Monat später die Internetplattform YouTube gegründet hätten. Doch seitdem man hier seine Abende mit lustigen Videos über den Unfug fremder Leute zubringen kann, ist der geistige To-

talausfall der Ost-Schönheiten zu einem Lieblingsclip vieler Internetsurfer geworden. Er steht stellvertretend für die Blödheit einer ganzen Generation.

Katharina T. aus Berlin-Pankow, an jenem Abend zur Schönsten aus den neuen Bundesländern gekürt, sollte den Fernsehreportern auf einer Deutschlandkarte zeigen, wo Ostdeutschland liegt. Zu viel verlangt. Mit einem entschlossenen Textmarkerstrich teilte sie Deutschland genau in der Mitte längs und schob die Bayern in die neuen Bundesländer ab. Ihre Konkurrentinnen machten es nicht besser. Miss Altmark spaltete Deutschland quer und vergab die vier Himmelsrichtungen so zufällig wie Franziska Reichenbacher die Lottozahlen. Miss Märkisch-Oderland vermutete ihre Heimat Brandenburg recht mittig neben Stuttgart. »Wo ist denn dann Berlin?«, wollte der Reporter wissen. »Na ja.« Sie stutzte. »Irgendwo hier.« Dann machte sie Frankfurt am Main endlich zu dem, was Bonn vor über fünfzig Jahren nach der Gründung der Bundesrepublik geworden war. Der Reporter ließ nicht locker: »Ja, wenn dort Berlin und Brandenburg sind, wo ist denn dann Polen?« Miss Märkisch-Oderland wurde merklich mulmig zumute. »Na ja, das ist ja gleich neben Berlin, also da.« Seitdem wäre Hessen wohl Polen, hätte der nette Reporter nicht beherzt eingegriffen. »Polen ist also mitten in Deutschland?«, hakte er nach. »Nee, nee, das kann ja nicht sein. Das ist doch hier oben«, lächelte Miss Märkisch-Oderland verschmitzt und versenkte unsere östlichen Nachbarn kurz entschlossen in der Nordsee.

Ein Anfall spontaner Blödheit, der nicht ansteckend ist? Ein Einzelfall mangelnder Allgemeinbildung? Leider nicht.

Im selben Jahr trat die ARD anlässlich der Bundestagswahl eine Deutschlandreise an, zwecks Nabelschau der Republik. Auch die Befindlichkeit der jungen Generation schien den Programm-machern am Herzen zu liegen. Hier ein kleiner Auszug aus einem Interview mit einer jungen Dame, schätzungsweise um die acht-zehn, blond, hübsch.

»Welche Fächer magst du denn nicht so gern?«, will der Reporter von ihr wissen.

»Geschichte.« Die junge Dame verzieht angewidert das Gesicht.
»Kann ich nicht leiden.«

»Hat dich Geschichte denn nie interessiert?«

»Nä«, sagt sie mit Schmollmund und Null-Bock-Stimme. »Mich interessiert eher die Zukunft, und nicht, was vor mir war.«

»Aha.«

»Die machen ihr Ding, und ich mach mein Ding. Diese komischen Römer und so ...«

Dann holt sie kurz Luft und fasst sich ein Herz: »Am Gymnasium zum Beispiel sind die Streber, die absoluten Streber, die auch ganz anders sind als die Hauptschüler. Haben Sie sich die schon mal angeguckt? Die sind auch viel zickiger. Ohne Witz jetzt. Die Realschüler sind die Normalsten, finde ich. Und die Hauptschüler sind die Allercoolsten.«

Der Reporter stellt lieber die nächste Frage: »Was ist denn dein Traumjob?«

»Arbeitslos. Einfach nur so zu Hause ... nee, doch. Megastar mit so richtig viel Kohle haben, ein riesengroßes Haus haben, Autos ...«

»Na ja, Megastar wird man ja nicht so einfach.«

»Schauspielerin zum Beispiel. Das wär cool.«

Dies ist nur ein Beispiel für die Welt der Hirngespinnste, in der wir leben. Weil es immer mehr geistige Totalschäden gibt, ist dieses Buch längst überfällig. Grazile Models, deren Gehirn anscheinend so schlank ist wie ihr Körper, und Schüler, die hart auf eine Hartz-IV-Karriere hinarbeiten, sind nur die Ausläufer einer großen Intelligenzschmelze. Die Dummheit geht um in Deutschland. Und eine ganz bestimmte Generation ist davon betroffen.

Natürlich ist Dummheit nicht grundsätzlich verwerflich. Sie ist eine uralte Erfindung und gehört zum menschlichen Dasein ein-

fach dazu. Man muss hierbei zwischen situationsbezogener und genereller Dummheit unterscheiden, denn selbst ein kluger Mensch verhält sich bisweilen dumm. Und nicht zuletzt ist die Dummheit auch immer mitverantwortlich für eine Weiterentwicklung der Spezies. Denn aus der Dummheit lernen wir. Berühmte Beispiele dafür sind Trial and Error bei der Entwicklung erster Flugmaschinen und die zweite Amtszeit von George W. Bush.

Problematisch wird es dann, wenn man stolz darauf ist, Shakespeare und Goethe nicht zu kennen oder den Bundestag für einen deutschen Feiertag zu halten. Und was Hans nicht lernt oder gar nicht lernen will, das kann er auch seinem Sohn Hänschen nicht beibringen. Dumm sind aber nicht nur diejenigen, denen man schon aus zehn Kilometern Entfernung ansieht, dass sie einen Latenrost vor dem Kopf haben. Die Blödheit hat viele Facetten.

Sie werden in diesem Buch Menschen begegnen, die intelligent scheinen, aber dennoch ständig dumme Dinge tun. Sie werden Abiturienten mit einem Einser-Abschluss treffen, die den Dax nicht vom Dachs unterscheiden können, und erfolgreiche Topverdiener, denen abends nichts Besseres einfällt, als sich das Gehirn von einfältigen Fernsehsendungen pürrieren zu lassen. Und Sie werden dummes Verhalten kennenlernen, das uns nirgendwohin führt: Wenn beispielsweise Werbetexter aus Gründen vermeintlicher Modernität englische Sprüche wie »Drive alive« entwerfen und der Kunde versteht, dass er seinen Mitsubishi möglichst lebend fahren soll, haben zwei Dumme aneinander vorbeigeredet. Der Klassiker aller dummen Werbe-Missverständnisse, der Douglas-Claim »Come in and find out«, steht im Zusammenhang mit der landläufigen Übersetzung »Kommen Sie rein und finden Sie wieder raus« inzwischen stellvertretend für Idiotie, bei der das Gegenteil von dem erreicht wird, was eigentlich herauskommen sollte.

Und solche Dummheit finden wir in Deutschland heute in allen Lebensbereichen: Wie wir unsere Kinder erziehen. Wie unser Verhalten in Liebesbeziehungen aussieht. Die Sorte von Unterhal-

tung, mit der wir unsere karge Freizeit totschiagen. Unser Umgang mit Geld. Unser Job.

Wer wir sind? Ganz einfach: Wir sind die Generation Doof. Wir sind Berufsjugendliche, Schwätzer, Alles-Woller-Nix-Köner. Wir sind besessen von Konsum, lassen uns vom Fernsehen die Welt erklären und lieben die Spaßkultur. Und wir werden immer mehr.

Dies berichten zwei, die es wissen müssen. Wir, die beiden Autoren, sind Experten in Sachen Dummheit. Denn wir stammen aus der Mitte der Generation Doof.

Die eigene Unzulänglichkeit verfolgt uns täglich auf Schritt und Tritt. Zum Beispiel, wenn wir Menschen treffen, die die Abfolge der römischen Kaiser mit verbundenen Augen runterbeten können, die griechische Mythologie nicht nur von der Rückseite einer Cornflakes-Packung kennen und sogar noch wissen, wie man ohne Taschenrechner addiert. Wenn wir mit solchen Leuten reden, lächeln wir freundlich wie Japaner, weil wir nach kurzer Zeit den roten Faden verloren haben. In Momenten wie diesen wissen wir, was die moderne Informationstechnologie mit uns angestellt hat. Was uns tröstet, ist die Gewissheit, dass es uns nicht alleine so ergeht. Halbwissen und Dilettantismus sind die Waffen unserer Generation. Und das Wissen darüber, dass wir nicht so richtig viel wissen und das bloß keinen merken lassen dürfen, kennen wir alle.

Generationen werden seit Generationen gerne beschrieben. Zu den bekannteren Titeln in Romanform gehört ohne Zweifel *Generation X* von Douglas Coupland aus dem Jahr 1991. Er beschrieb ein Gefühl der Desillusionierung gegenüber den Erwartungen früherer Generationen wie Wohlstand und Karriere. Man könnte auch sagen: Die Generation X hatte null Bock auf Spießbürgertum.

Florian Illies setzte sich selbst und seinen Altersgenossen 2001 mit dem Sachbuch *Generation Golf* ein Denkmal. Es gelang dem jungen Journalisten damit, den Kindern der siebziger Jahre ein kuscheliges Gefühl der Gemeinsamkeit zu verkaufen.

Da sich dieses Buch eher an ein männliches Publikum wandte, folgte für das schöne Geschlecht die *Generation Ally* – eine Beschau von shoppingfixierten Frauen, die es wegen der Kult-Fernsehserie *Ally McBeal* witzig fanden, ein bisschen bluna zu sein.

Aber auch die Printmedien und das Fernsehen werfen mit Generationsbegriffen nur so um sich. Ernährungssünder wurden mit dem Begriff »Generation Chips« aufgescheucht. Er sollte die Generation der in den Achtzigern geborenen Kinder bezeichnen, die mit schlechter Ernährung aufgewachsen waren. Außerdem wurde die »Generation Praktikum« bemitleidet, die man auch »Generation Prekär« nannte, weil durch ihren Sklaveneinsatz in deutschen Unternehmen auf einmal Arbeitsplätze in Gefahr schienen. Sie leistete über einen langen Zeitraum alles, ohne Hoffnung, irgendwann einmal auch monetär dafür entlohnt zu werden. Hinzu kamen noch »Generation MTV« und »Generation Internet«. Und das sind nur einige Beispiele dafür, wie der Begriff in den vergangenen Jahren abgenutzt wurde. Mit ein bisschen Glück und Spucke wurde dabei der jeweilige Zeitgeist getroffen.

Die Generation Doof besteht aus all diesen Generationen, und doch ist sie mehr.

Eine Generation umfasst in Jahren das Mittel aus dem Altersabstand von Kindern und Eltern. Es hängt also alles davon ab, in welchem Alter die lieben Eltern sich entscheiden, ihren Wurf ins Rennen zu schicken. Vor dem Jahr 1800 betrug der Abstand einer Generation etwa dreißig Jahre, zwischendurch sank er mal ein bisschen, aber durch die vielen Akademikerinnen und Spätgebärenden sind wir heute etwa wieder bei dreißig Jahren.

Da ist man in der Soziologie auch schon mal etwas großzügiger und rechnet nach Karl Mannheim leger in »Kohorten«, also bestimmten Jahrgängen, die gemeinsame Erfahrungen aufweisen, zum Beispiel die Kriegsjahrgänge, die Achtundsechziger oder die Babyboomer.

Wir sind großzügig. Unsere Generation umfasst rund dreißig

Jahre und wird durch bestimmte doofe Einstellungen, Interessen und Verhaltensweisen geprägt. Es ist die Generation der heute Fünfzehn- bis Fünfundvierzigjährigen. Sie umfasst die Eltern, die heute ihren späten Wurf großziehen (oder kinderlos bleiben), genauso wie die Schüler, Auszubildenden, Studierenden und Praktikanten, die gerade aus dem Hotel Mama ausgezogen sind und sich mit der harten Lebenswirklichkeit jenseits von Playstation und Vollkasko-Mentalität abfinden müssen.

Wir sind die Generation der Unentschlossenen, der ewig Jungendlichen, die nicht erwachsen werden wollen – eine Generation, die alles haben will, und zwar sofort, aber keine Entscheidungen treffen mag.

Das führt dann im besten Fall dazu, dass man eine Stunde vor dem Shampoo-Regal im Supermarkt steht und dann doch mit dem gleichen Haarwaschmittel nach Hause dackelt, das schon Mutti immer gekauft hat.

Im schlechtesten Fall geht es uns wie der Autorin Claudia Rusch: »Ich will fünf Kinder! Und ich hätte so gern eine Familie. Aber ich kann mich nicht entscheiden. Bevor es ernst wurde, bin ich regelmäßig getürmt.«

Sie ist nur eine von vielen, die sich nicht trauen. Dafür treffen wir täglich alle möglichen kleinen Entscheidungen zu unserem Nachteil, die man als dumm bezeichnen kann: *Choose** doof. *Choose* Massen-E-Mail-Versand, weil du glaubst, dass du dann ein Handy von Nokia umsonst bekommst. *Choose* Alcopops und Fertigfraß, *choose* Rechtschreibkorrekturprogramme und Bildungsshows mit Jörg Pilawa im Fernsehen. *Choose* Geschmacksverirrung bei der Kleiderwahl und bauchfrei trotz Rettungsring, *choose* Arschgeweih (und sei es nur als Aufnäher auf der Jeans, wenn du dich nicht traust, ein richtiges Tattoo machen zu lassen), *choose* Marketing-sprache, obwohl dich dann keiner mehr versteht. *Choose* schlecht

* *choose*, engl. Verb für: auswählen, aussuchen

gemachte Sketchsendungen und *Der Schuh des Manitu*. Oder *choose* Dieter Bohlen statt Thomas Mann.

Was soll aus Deutschland werden, mit einer Generation von Schülern und Studenten, die der deutschen Muttersprache nicht mehr mächtig sind? Wer die Eine-Million-Euro-Frage bei Günther Jauch beantwortet, gilt heute schon als neuer Einstein. »Pimp my car? JA! Pimp my brain? NEIN!«, könnte eine Schülerparole auf Neudeutsch lauten. Werden die, denen heute eine Karriere als Popstar vielversprechender erscheint als eine solide Ausbildung, unsere nächsten Bundeskanzler? Werden immer mehr Nepper, Schlepper oder Bauernfänger sich junger Familien bemächtigen wie in Konstanz, wo ein Wahrsager einer Familie erfolgreich einredete, ihr Vermögen sei mit einem Fluch belegt und er könne sie davon befreien, indem sie ihm ihre Wertsachen vermachten? Ist wirklich eine ganze Generation verloren, und treibt sie haltlos einem ungewissen Ende entgegen?

Nein. Denn die Gegenbewegung ist schon unterwegs, um sich ihre Trophäen in der Arbeitswelt zu holen. Diese Schüler pfeifen auf den Rat ihrer Eltern und holen sich noch während der Schulzeit professionellen Rat bei einem Karriereplaner. Sie stecken voller Ideen, sind pfffig, gründen Unternehmen, melden Patente an oder entwickeln komplexe Softwareprogramme. Kurz, sie tun das, woran viele ihrer Altersgenossen scheitern: Sie benutzen ihren Kopf.

Die Schere zwischen Clever und Doof geht immer weiter auf. Denn je dümmer die einen sich benehmen, desto mehr planen und entwickeln die anderen. Es gibt sie, die siebenundzwanzigjährigen promovierten Mehrfach-Praktikanten mit Auslandsaufenthalt und sprachlicher Zusatzqualifikation. Sie sind unsere Hoffnung. Müssen wir sie deshalb mögen? Nein.

Vielleicht können die Schlaumeier die tumbe Masse vor einem harten Aufprall bewahren. Aber möglicherweise sind wir gar nicht so blöd, wie es aussieht ... oder etwa doch?

BASTEI LÜBBE TASCHENBUCH
Band 60596

1. Auflage: März 2008

Das vorliegende Buch beruht auf Tatsachen.
Zum Schutz der Persönlichkeitsrechte wurden
Namen und Details verändert.

Bastei Lübbe Taschenbücher in der Verlagsgruppe Lübbe

Originalausgabe
© 2008 by Verlagsgruppe Lübbe GmbH & Co. KG,
Bergisch Gladbach
Lektorat: Ruggero Leò
Textredaktion: Sibylle Auer
Titelbild: © Glen Wexler/Masterfile
Umschlaggestaltung: Bianca Schönfeld
Autorenfoto: © Rolf Hörner
Satz: Martin Zensheim, Rösrath
Druck und Verarbeitung: Ebner & Spiegel, Ulm
Printed in Germany
ISBN 978-3-404-60596-5

Sie finden uns im Internet unter www.luebbe.de Bitte beachten Sie auch: www.lesejury.de

Der Preis dieses Bandes versteht sich einschließlich
der gesetzlichen Mehrwertsteuer.