

Gastkolumne

Think different! Wieso man in den neunziger Jahren verrückt sein wollte

Das Jahrzehnt war
so normal und
eingemittet, dass
Querdenken als
erstrebenswert galt.
Ganz im Gegensatz
zu heute.



Caspar Hirschi

Die neunziger Jahre sind heute eine fremde Welt. Zugleich liegt im langen Jahrzehnt vom Fall der Mauer bis zum Fall der Zwillingstürme ein Schlüssel zum Verständnis der Gegenwart. Das prägende Motto der Zeit kam aus der Werbung, war grammatikalisch falsch und psychologisch goldrichtig: «Think different»! Apple lancierte den Slogan 1997 mit einem ikonischen Film, der ein Hohelied auf «die Verrückten, die Unangepassten, die Rebellen, die Unruhestifter» anstimmte: «Sie sehen die Dinge anders, sie mögen keine Regeln, sie haben keinen Respekt vor dem Status quo.» Man stelle sich ein solches Skript in der heutigen Zeit vor. Es wäre ein vorausseilender Ritt in den nächsten Shitstorm.

Noch vielsagender sind die Gesichter zum Text. Sie stammen überwiegend von Avantgardisten aus Kunst, Musik, Wissenschaft und Politik, die schon lange im Pantheon der Moderne ruhten: Albert Einstein, Pablo Picasso, Frank Lloyd Wright, Alfred Hitchcock, Mahatma Gandhi, Martin Luther King, Miles Davis und, als eine von wenigen Frauen, Maria Callas. Eine Versammlung von Verrückten? Wohl eher von kreativ Gesegneten und politisch Bewegten, die schon zu Lebzeiten Heldenstatus genossen. Der Werbetext formulierte es anders: «Während



einige sie für verrückt halten, sehen wir in ihnen Genies.» Diese «einigen» hätte man mit der Lupe suchen müssen. Der Film inszenierte ein vergangenes Rebellentum, das längst im Mainstream angekommen war.

Nichts verdeutlicht dies besser als die wenigen Gestalten im Film, die 1997 noch im Zenit ihres Schaffens standen: Ted Turner, Gründer von CNN, und Richard Branson, Gründer der Virgin Group. Der Spot transportierte eine historische Botschaft: Die wahren Nachfolger der kreativen Genies und politischen Reformer der klassischen Moderne sind die Wirtschaftskapitäne von heute! Turner und Branson figurierten dabei nur als Stellvertreter für den Mastermind bei Apple selbst. Steve Jobs verstand die Message sofort, als ihm die Rohversion vorgespielt wurde. Laut Rob Siltanen, dem Creative Director der Kampagne, schreckte er einen kurzen Moment zurück: «Das ist wirklich grossartig. Aber ich kann es nicht tun. Die Leute denken bereits, ich sei ein Egoist.» Wenig später nahm Jobs sogar eine Version des Spots mit seiner eigenen Stimme auf.

Die «Think different»-Kampagne wurde deshalb zur Ikone der neunziger Jahre, weil sie die Phantasiewelt einer eingemitteten Gesellschaft abbildete. So stark war die Kraft der Normalität, dass man sich selbst Verrückte nur als erfolgreiche Hochleistungshelden vorstellen konnte. Wirtschaftshochschulen organisierten «Querdenker»-Seminare, in denen brave Manager den kreativen Rebellen in sich entdecken sollten. Das Fundament der liberalen Demokratie erschien unerschütterlich. Politische Parteien, die einst progressive und konservative Pole besetzt hatten, wetteiferten um die Wählergunst der Mitte, so dass kaum ein Blatt zwi-

„
Dominierten
in den neunzi-
ger Jahren
Normalos, die
verrückt sein
wollten, so sind
wir heute
umzingelt von
Verrückten,
die sich für
normal halten.“

schen ihre Programme passte. Sie begrüßten die Globalisierung wie ein Naturgesetz und unterwarfen damit die Demokratie im Moment ihres grössten Triumphes dem Diktat einer Wirtschaftselite, die im neoliberalen Überschwang aus der ganzen Welt *a better place* zu machen versprach.

Als Steve Jobs 2011 starb, war diese Welt schon eine andere. Während an der Gedenkfeier in Cupertino der Werbespot von 1997 mit seiner Stimme abgespielt wurde, raunten Kommentatoren, «Think different» habe Jobs das Leben gekostet. Sie bezogen den Slogan nun auf die alternativen Behandlungsmethoden, mit denen Jobs seinen Krebs zuerst hatte kurieren wollen. Vielen Leuten war nach zehn Jahren Krieg gegen den Terror, kaum überstandener Finanzkrise und angeschwollenem Dauerkrach in den neuen Digitalmedien die Lust auf Verrücktheit vergangen. Man wünschte sich die Normalität zurück. Allein, der Konsens darüber, was «normal» sei, war verflogen.

Dominierten in den neunziger Jahren Normalos, die verrückt sein wollten, so sind wir heute umzingelt von Verrückten, die sich für normal halten. Sie bevölkern die politischen Ränder, während die Mitte in vielen Demokratien verwaist. «Normalität» aber wird in ihrer Hand zur scharfen Waffe, zersplittet in zig Dogmen, mit denen sie gegeneinander missionieren. Denn wer sich als normal ausgibt, kann anderen seine Normen aufdrängen. Wir erleben es täglich von allen Seiten. Gäbe es einen ikonischen Clip der Gegenwart, er würde die Unverrückbaren feiern, die stoisches in der Mitte ausharren.

Caspar Hirschi ist Professor für Allgemeine Geschichte an der Universität St. Gallen.

Die Kunst des miserablen Lebens

Mischen Sie sich in fremde Angelegenheiten

Bei Ihren Nachbarn schwelt seit Jahren eine Ehekrise, die immer wieder in unterschiedlicher Intensität und Färbung ausbricht. Die Tochter des zerstrittenen Paares ist offenbar magersüchtig und musste in eine Klinik eingeliefert werden. Der Sohn hat mit 15 seine zwanzig Jahre ältere Lehrerin geschwängert – die sich weigert, das Kind abzutreiben, weil erzkatholisch. Auch sonst ist in Ihrem Quartier einiges los: In Ihrer Strasse wohnt jemand, dessen Sohn nicht zu seiner eigenen Hochzeit erschienen ist, weil er sich in die Schwester seiner Verlobten verliebt hat. Der lokale Viertliga-Fussballtrainer hat im Hobbymarkt ein Werkzeugset samt vernickelten Schraubenziehern gestohlen – offenbar nicht zum ersten Mal –, um damit das Klubhaus zu renovieren. Und die Blockflötenlehrerin Ihrer Kinder wiederum soll dem Schulhausabwart beim Schuhebinden geholfen haben – so jedenfalls hat sie es den Kindern erklärt, die die beiden hinter dem Fahrradschuppen entdeckten.

Was für Skandale, was für Dramen! Da sollten Sie auf keinen Fall unbeteiligt bleiben. Mischen Sie sich sofort und überall ein –

schliesslich haben Sie zu all dem eine Meinung und meistens auch schon einen Schuldigen im Kopf. Suchen Sie mit allen Beteiligten das Gespräch. Lassen Sie sich alle Seiten ausführlich erklären – oft ist die Wahrheit noch spektakulärer als gedacht. Denken Sie sich in die verschiedenen Akteure ein. Vermuten Sie die schlimmsten Motive. Zeigen Sie Verständnis, spenden Sie allen Rat. Nur so erfahren Sie noch mehr Details. Intrigieren Sie ruhig auch ein bisschen, während Sie sich gleichzeitig als Vertrauensperson anbieten. Sie werden sehen: Das ist spannender als Netflix. Sie werden sich fühlen wie beim Dirigieren einer hochdramatischen Sinfonie. Sie werden die Schicksale der anderen hautnah miterleben, als wären es Ihre eigenen. Gleichzeitig sollten Sie auf keinen Fall wirklich helfen – die Show soll ja weitergehen. Ihr Job ist es, das Maximum an Drama aus Ihrer Umgebung herauszukitzeln und über alle zu urteilen. Führen Sie sich als Wohnzimmeresselsrichter der anderen auf – so lange, bis diese irgendwann erkennen, wer Sie sind: ein kleiner, miserabler, gieriger Voyeur, der andere Leben sabotiert, weil er selbst keines hat.

Die leise Stimme der Vernunft: Es gibt viele Gründe, warum sich Menschen gern in die Dramen der anderen einmischen. Klatsch und Tratsch bieten Einblicke in fremde Leben – idealerweise solche, die komplett kaputt sind. Das lässt die eigenen Nöte sofort etwas weniger tragisch aussehen. Zweitens kann es äusserst unterhaltsam sein, Intrigen zu schmieden und Schicksale zu lenken. So entflieht man der eigenen Monotonie. Drittens: In ein grosses oder kleines Drama eingeweiht zu sein, gibt einem ein Gefühl von Wichtigkeit. Wer sich als Eingeweihter zu erkennen gibt, erlebt zumindest kurzfristig einen sozialen Boost. Schliesslich gibt es noch einen vierten Grund, nicht bei allen, aber bei manchen: Wir glauben ernsthaft, dass wir helfen können.

So süß sich das auch anfühlt, lassen Sie es sein. Machen Sie einen weiten Bogen um die Dramen der anderen – selbst wenn Sie von der einen oder anderen Partei dazu eingeladen werden. Zwischenmenschliche Dramen wirken wie ein Wirbel, der Sie herunterzieht. Weil Sie vom ersten Kontaktmoment an nicht mehr objektiv sein können. Weil Ihre Ränkespiele Sie in den



Rolf Dobelli

Der Autor ist Gründer von World.Minds, einer Community von weltweit führenden Köpfen. Hier präsentiert er Verhaltensweisen, die garantiert zu einem schlechten Leben führen – eine Art Enzyklopädie der Idiotie.

Augen Ihrer Freunde mit der Zeit abwerten werden. Weil Sie die Beziehungen zu den Hauptakteuren nicht beschädigen wollen – es gibt ja auch ein Leben nach dem Drama. Weil Ihre Zeit wertvoll ist und Sie mit Ihrem eigenen Leben garantiert genug zu tun haben, wenn Sie es ernst nehmen. Weil Sie die persönlichen Grenzen der anderen respektieren sollten. Und weil Sie sich nicht zur Zielscheibe von Vergeltungsmassnahmen machen wollen.

Kurzum: Machen Sie es sich zum Prinzip, sich nicht in fremde Angelegenheiten einzumischen. «Leben und leben lassen» ist und bleibt eine vernünftige Devise. Wenn Sie ohne Klatsch und Tratsch nicht leben können, gönnen Sie sich ab und zu eine billige Illustrierte. Tauchen Sie in die Misere der Königshäuser ein, ohne die Kosten zu bezahlen, die nachbarschaftliche Dramen verursachen. Am allerwichtigsten aber: Geben Sie anderen selbst keinen Anlass, sich in Ihre eigenen Dramen einzumischen. Setzen Sie klare Grenzen, und klären Sie Ihre Probleme in den eigenen vier Wänden. Ein Kammerspiel haben Sie schneller hinter sich als eine grossangelegte Oper.