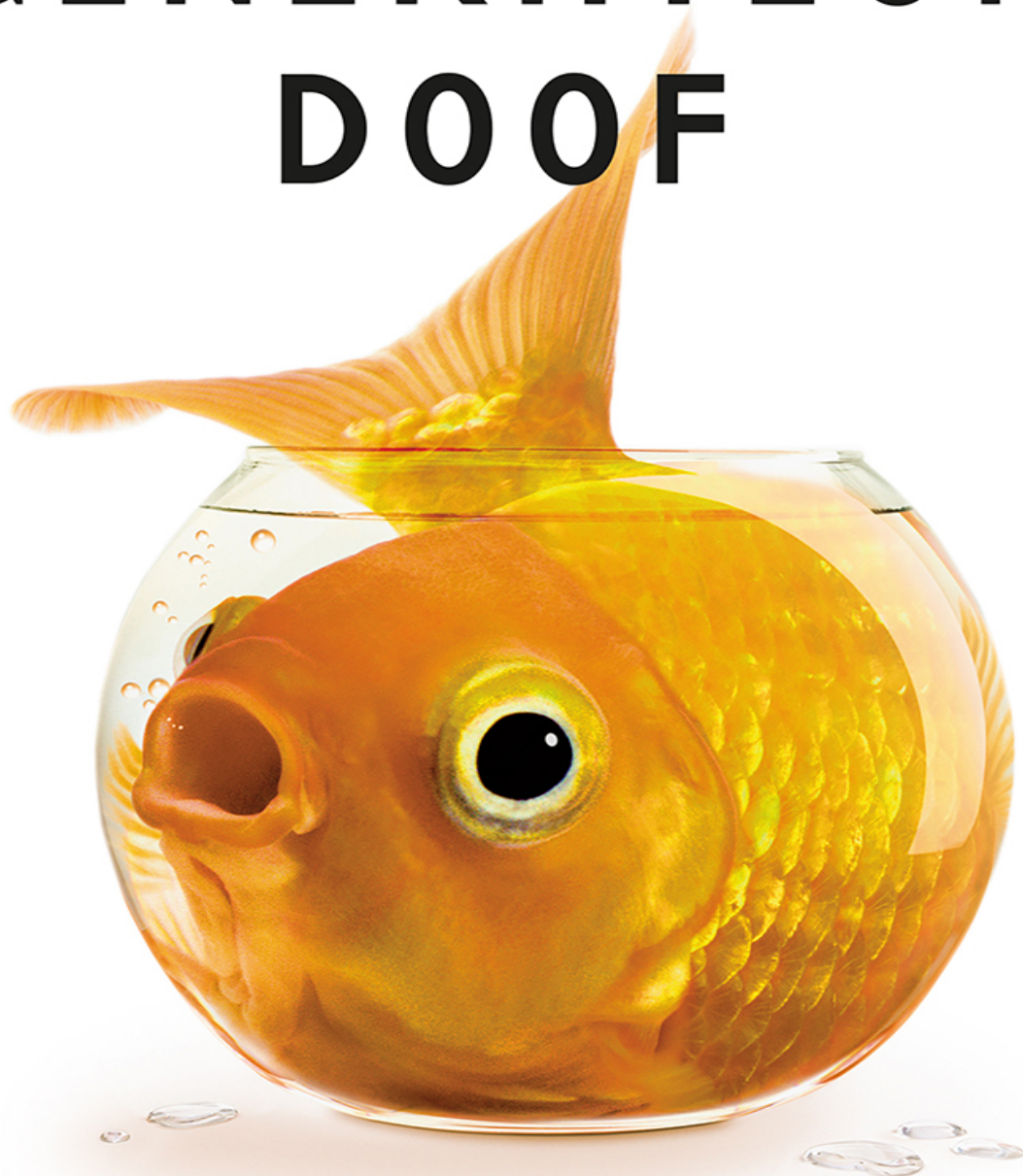


Stefan Bonner
Anne Weiss

GENERATION DOOF



Wie blöd sind wir eigentlich?

Über die Autoren

Mit Hirn, Charme und Spielkonsole: **Anne Weiss** und **Stefan Bonner** zählen zu einer Generation, die sich selbst nicht ernst nimmt, von anderen aber immer kritisch beäugt wurde. Stefan Bonner ist Journalist und Fernsehgucker. Er hat für die Wirtschaftsmagazine *impulse* und BIZZ geschrieben. Anne Weiss ist Kulturwissenschaftlerin. Sie hat sich lange beruflich mit Jugendkulturen und privat mit Joghurtkulturen beschäftigt.

Die Idee zu diesem Buch entstand im Büro bei einem Espresso – denn obwohl beide zur Generation Doof gehören, haben sie einen Job gefunden. Sie sind Lektoren in einem großen deutschen Publikumsverlag.

**Stefan Bonner
Anne Weiss**

GENERATION DOOF

Wie blöd sind wir eigentlich?

BASTEI ENTERTAINMENT 

BASTEI ENTERTAINMENT

Vollständige E-Book-Ausgabe
des in der Bastei Lübbe AG erschienenen Werkes

Bastei Entertainment in der Bastei Lübbe AG

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

Originalausgabe

© 2008 by Bastei Lübbe AG, Köln

Lektorat: Ruggero Leò

Textredaktion: Sibylle Auer

Titelbild: © Glen Wexler/Masterfile

Umschlaggestaltung: Bianca Schönfeld

E-Book-Produktion: le-tex publishing services GmbH, Leipzig

ISBN 978-3-8387-0617-7

www.bastei-entertainment.de

www.lesejury.de

Einleitung: Der Siegeszug der Dummheit

Alles Freizeit, oder was?

**Ein Streifzug durch einen normalen Tag der
Generation Doof**

Bildung - Dahinter steckt nicht immer ein kluger Kopf

Beruf - Leistung ohne Leidenschaft

**Unterhaltung, die man auch mit dem Zweiten besser
nicht sehen sollte**

**Liebe - Für die einen ist es Sex, für die anderen ist es
das längste Kuscheln der Welt**

**Erziehung - So leicht, dass sie sogar in Milch
schwimmt**

Nachwort: Wie blöd sind wir denn nun wirklich?

Literatur- und Zitatverzeichnis

Danksagung

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 verhalfen: 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 Totalausfall 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 Programmmachern am Herzen zu liegen. Hier ein kleiner Auszug aus einem Interview mit einer jungen Dame, schätzungsweise um die achtzehn, 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 einfach 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 Lattenrost 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 Unterhaltung, mit der wir unsere karge Freizeit totschiessen. 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 diejenigen, 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 Jugendlichen, 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*¹ 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* Marketingsprache, obwohl dich dann keiner mehr versteht. *Choose* schlecht 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 pfiffig, 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?

KAPITEL 1

Alles Freizeit, oder was?

Ein Streifzug durch einen normalen Tag der Generation Doof

*»Ach ich weiß ja auch nicht,
das Leben, das ist fiese
jeden Tag das Gleiche,
ich glaub', ich krieg' 'ne Krise.«*

Die Doofen



Wir warten am Kölner Hauptbahnhof auf einen Zug. Das ist eigentlich nicht besonders ungewöhnlich. Doch wir sind auf einer Mission.

Es ist kurz vor sechs am Abend, und um uns herum haben die Menschen nichts anderes zu tun, als von der Arbeit nach Hause zu hetzen, von A nach B. Wir haben jedoch etwas Besseres vor; wir wissen, wozu Züge wirklich gut sind: Man kann grandiose Partys darin feiern.

Gastgeber ist heute unser Freund Armin. Die Tour de Force geht von Köln nach Gummersbach und zurück, und zwar so lange, bis alle blau sind.

Die Bahn ist überraschenderweise pünktlich. Wir steigen in Wagen elf ein, den Ort des Geschehens. Als sich die Türen öffnen, kommt uns trotz Rauchverbot ein Luftgemisch aus Gras- und Zigarettenqualm entgegen – eine großzügige Spende an den Schaffner hat diese Extravaganz ermöglicht. Die anderen feiern schon seit einer Stunde, und die kleine Reisegruppe ist bester Stimmung. Aus dem Ghettoblaster, der auf einer Bierkastenpyramide thront, dröhnt Mickie Krauses Evergreen *Zeig doch mal die Möpse*. Ein paar der anwesenden Damen rücken zur Veranschaulichung des

Liedtextes ihre beiden besten Argumente in Positur, was die anwesenden Herren zu anerkennenden Ausrufen veranlasst. Ein anderer weiblicher Partygast macht seinem Sweatshirt mit der Aufschrift »Bitch« alle Ehre und zieht gleich komplett blank. Schaut her, ich bin ein Luder.

Als Armin uns entdeckt, kann er vor Freude kaum an sich halten: »AnneunStefan! Schzönssihr dah said!« Er drückt uns zwei Bierpullen in die Hand. Der Zug fährt ab. Wir mischen uns unter die Gäste und plaudern schon Minuten später mit einer jungen Dame, die gerade eine Ausbildung zur Steuerfachgehilfin absolviert und bei uns als Michelle Schmitz vorstellig wird. Michelle ist geschätzte fünfundzwanzig und trägt bauchfrei. Ein Umstand, der uns – als sie sich nach einer weiteren Flasche bückt – den Blick auf das rückwärtige Dekolletee ihrer Jeans gewährt, über dem ein Tribal-Tattoo prangt. Über den Bund der viel zu engen Hose quellen bei dieser Bewegung etliche überschüssige Pfunde.

Als wir Michelle erzählen, dass wir gerade an einem Buch mit dem Titel *Generation Doof* schreiben, tritt ein Leuchten in ihre glasigen Augen.

»Weissich«, meint sie und stößt kurz auf. »Hat mir Aamin schon erzählt. Musstich gleich lachen.«

Das freut uns natürlich, aber wir wollen nun doch wissen, warum sie das so lustig findet.

»Na, ich fandn Titel so komisch«, erklärt sie. »Wie schreibtn ihr das? Doof wie blöd, oder so wie die Seife?«

*»Schlechtgelaunte Zeitgenossen könnten uns
an dieser Stelle Vorhaltungen machen wegen
fehlendem Niveau.«*

Die Ärzte

Es scheint, als hätten viele Menschen unserer Generation Seife im Kopf. Anders wären die zahlreichen Ausfälle in

puncto Bildung, Anstand, Niveau und Auftreten an diesem Abend nicht erklärbar gewesen. Die Idee, ein Buch über die Verfehlungen unserer Generation zu schreiben, ist uns zwar nicht an diesem Abend in der Bahn gekommen, aber Armins kleine Party war ein Zeichen dafür, dass die Zeit reif für unser Buch war.

Wir hatten uns zuvor lange genug darüber gewundert, dass uns jeden Tag Leute in unserem Alter begegnen, die in der Öffentlichkeit hemmungslos feiern, T-Shirts tragen, deren Aufschrift sie nicht übersetzen können, die eintönige Bässe brauchen, um den Rhythmus der Musik zu erkennen oder die wie Michelle so modebewusst durchs Leben gehen, dass ein Jutesack eine echte Verbesserung darstellen würde.



Mangelnde Manieren, ungepflegtes Äußeres, Scheißegal-Haltung oder Turbo-Spaß, all das gehörte schon in früheren Zeiten für eine aufmüpfige Jugend zum guten Ton dazu. »Die Jugend von heute liebt den Luxus, hat schlechte Manieren und verachtet die Autorität«, beschwerte sich immerhin schon Sokrates. Viel scheint sich seit der Antike nicht geändert zu haben. Der Unterschied ist jedoch: Heute sind viele Mittdreißiger stolz, wenn man sie für sechzehn hält. Die lässig-naive Lebenseinstellung hört für uns nicht mit dem Ende der Pubertät auf, sondern ist das Lebensgefühl einer gesamten Generation.

Warum sollte man es verschweigen? Unserer Generation mangelt es massiv und dauerhaft an Charme und Grazie.

Wir sind froh darüber, kulturell nicht verbogen zu sein: Luke Skywalker und Darth Vader waren uns schon immer näher als Faust und Mephisto. Wir finden, dass zu viel Wissen das Leben nur unnötig verkompliziert, und leben lieber ohne Hürden und ohne Niveau, denn das verspricht mehr Spaß. Das Leben sollte unserer Meinung nach eher der Juniortüte eines bekannten Fastfood-Dealers gleichen: bunt und poppig, prall gefüllt mit Annehmlichkeiten ohne Nährwerte und immer mit einem kleinen Extra.

Neu ist nicht nur, dass sich gleich eine ganze Generation dumm stellt, sondern auch, dass wir unsere Blödheit so offen und schamlos zur Schau stellen wie noch keine Generation vor uns. Die verschiedenen Erscheinungsformen, Dosierungen und Aggregatzustände der Dummheit begleiten uns im täglichen Leben auf Schritt und Tritt.

Der Alltag, das Gewöhnliche und Allgegenwärtige, eignet sich deshalb hervorragend dazu, um auszuloten, wer wir eigentlich sind. Denn wie jemand seinen Alltag – also die Zeit zwischen Feiertagen und besonderen Ereignissen – gestaltet, sagt viel über seine Werte, seine Lebenseinstellung und seinen Geisteszustand aus. Und so ist es auch bei der Generation Doof: Wie wir uns geben, wie wir uns kleiden oder womit wir unsere Zeit verbringen, verrät, was uns antreibt, was wir von unserem Leben erwarten und wer wir eigentlich sind.

»Irgendwann war mir klar, dass ich nicht zur Müllabfuhr möchte, dass ich Geld verdienen möchte, dass ich kein Loser sein möchte.«

Dieter Bohlen

Begleiten Sie uns also durch das alltägliche Einerlei einer dummen Generation, auf einen Streifzug, der auf

Erlebnissen beruht, die sich so tatsächlich zugetragen haben und die jedem aus dem eigenen Leben vertraut sind.

Damit keine Missverständnisse auf kommen: Wir selbst zählen uns zur Generation Doof. Deshalb darf die ein oder andere kleine Anekdote aus unserem eigenen Leben nicht fehlen.

Also: Wie blöd sind wir wirklich?

What You See Is What You Get - Was doof aussieht, da ist auch doof drin

Morgens, 08:30 Uhr in Deutschland.

Wir haben schon die halbe Strecke zur Arbeit geschafft. Auf dem Weg vom Bahnhof zum Büro machen wir noch kurz am Kiosk Halt, damit der Tag nicht ohne Kalorien beginnt. Der Kiosk, der den bezeichnenden Namen Quickie-Shop trägt, hat sich verkaufstechnisch geschickt neben einer Berufsschule positioniert. Dort ist wie immer eine Schlange schlaksiger Schüler und Schülerinnen mit abenteuerlichem Outfit aufgereiht. Wir stellen uns an.

Vor uns versucht ein junger Mann, beim Verkäufer einige Backwaren zu ordern, deren nähere Bezeichnung ihm sichtlich Schwierigkeiten bereitet. Einen Anhaltspunkt hat der liebe Gott ihm dann doch mit auf den Weg gegeben: die Nationalität der begehrten Nahrung.

»Isch krisch zwei von den Franzosendingan da«, sagt der junge Mann und deutet ungeduldig auf das Brotregal.

Dem Verkäufer bereitet die textimmanente Interpretation der Bestellung Probleme. »Zwei Baguettes?«, fragt er nach.

»Nee, von den krisch isch Durschfall.« Der Typ und seine Posse gackern.

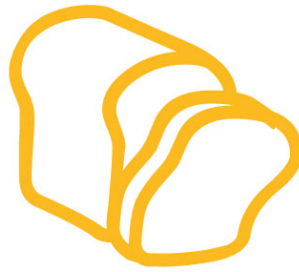
»Wollen Sie stattdessen Quiche? Die ist heute im Angebot.«

»Was? Ej, quischst gleich eins in die Fresse. Zwei von die krumme Dinga da, meinisch.« Noch lacht er.

»Alles klar, zwei Croissants.« Der Verkäufer ist sichtlich erleichtert, und wir rücken schon mal vorsichtshalber ein wenig auf. Aber in diesem Fall gibt es noch kein Happyend.

»Was jetzt? Cross was?! Du Opfer! Gib mia endlich zwei von den verkackten Franzosenteilen!«

Zwischen dem Verkäufer und dem jungen Mann entbrennt eine lautstarke Diskussion über den angemessenen Umgangston. Es ist Viertel vor neun. Wir beschließen, unseren Weg dann lieber doch ohne Brötchen fortzusetzen.



09:00 Uhr, ein moderner Büropark.

Auf der Straße vor dem Bürogebäude spricht uns eine gutaussehende junge Frau an.

»Wisst ihr, wo Harald-Schmidt-Straße hier?«, erkundigt sie sich nicht allzu freundlich. »Die Filmstudios sind in Hürth.«

»Äh, ja.« Sie guckt ratlos. Dann holt sie einen Zettel aus der Tasche. Darauf steht »Helmut-Schmidt-Straße«. Kennen wir nicht. Man kann ja nicht alles kennen.

»Wo müssen Sie denn da hin?«, fragen wir sie.

Die junge Frau nickt begeistert. »Muss isch Bewerbungsgespräch.«

»Aber wo?«

»Bei Helmut-Schmidt-Straße.«

»Ja, ja, schon klar. Bei welcher Firma denn?«

»Name weiß isch nich. Die haben nur gesagt, isch soll bei Harald-Schmidt-Straße kommen.«

Da wir ihr offenbar nicht weiterhelfen können, zieht sie von dannen. Im Gehen räuspert sie sich noch mal kurz und spuckt volle Kanne direkt aufs Trottoir. Wir wundern uns nicht über den geschmacklosen Abschied – wir kennen gepflegtes Danebenbenehmen aus eigener Erfahrung in noch schlimmerer Ausprägung.



Anne erzählt:

Meinem früheren Nachbarn Sven mangelte es in Sachen Benimm und Charakter an allen Ecken und Enden. Bei ihm vereinte sich umfassende Nichtbildung mit ultraschlechtem Geschmack.

Sven rülpste seinem Gastgeber offen ins Gesicht, wenn ihm das Essen gut schmeckte, kratzte sich in aller Öffentlichkeit an Bauch und Gekröse und konnte mit Kunst allenfalls im Zusammenhang mit Kamasutra etwas anfangen. Niki de Saint Phalle hielt er für einen flauschigen französischen Peniswärmer und ließ gerne ohne Scham verlauten, dass er nicht wähle, nicht wisse, über wie viele Bundesländer die Republik verfüge, und keinen blassen Schimmer habe, wie deren Ministerpräsidenten heißen. Lesen hielt er – außer im *Playboy* – für die reinste Zeitverschwendung, genau wie die Nettigkeit »bitte« und ihre Verbalschwestern »danke« und »'tschuldigung«.

Kurz, er benahm sich auf alle erdenklichen Weisen daneben. Das schockierende Ergebnis: Es hat ihm nicht geschadet. Heute ist Sven ein erfolgreicher Internet-Werbefuzzi und hat immer noch keine Ahnung, wie er

sich bei offiziellen Anlässen benehmen muss, aber es ist ihm auch scheißegal. Er hat genügend Auftraggeber, und schließlich wollen die ja was von ihm und nicht umgekehrt.



So viel unbändige Freude am eigenen Fehlverhalten hinterließ bleibenden Eindruck. Sven ist jedoch kein Ausnahmefall. Wir von der Generation Doof mischen unser offiziell attestiertes Halbwissen gerne mit ungezwungener Lässigkeit. Und wir sind mit uns durchaus zufrieden. Ich will so prollen, wie ich will – du darfst! Das scheint der Wahlspruch von vielen zu sein. Überraschenderweise kommt man damit offenbar ganz gut durchs Leben, zumindest so lange, wie gestresste Lehrer, überforderte Eltern oder die Öffentlichkeit ein oder beide Augen zudrücken.

»Ich bin kein bisschen sozial und auch nicht kollegial, ich gehe niemals zur Wahl, denn mir ist alles egal.«

Wise Guys

Mulmig wird anscheinend nur den Arbeitgebern, die mit der Generation Doof schon ihre eigenen fragwürdigen Erfahrungen gemacht haben. »Zunehmend Sorgen bereiten

uns die vermehrt auftretenden Mängel im Sozialverhalten«, beklagte der Präsident der Handelskammer Hamburg, Karl-Joachim Dreyer im *Hamburger Abendblatt*. Für ihn ist erwiesen, dass mangelnde Umgangsformen den Jugendlichen und jungen Erwachsenen den Job-Einstieg erschweren – und nicht nur das: Ihr schlechtes Benehmen macht auch den Ausbildern, Vorgesetzten und Kollegen die Arbeit nicht gerade leichter. Mit der Einschätzung mag Dreyer durchaus recht haben, wenn man bedenkt, dass viele Berufe noch eine eher spießige Meinung über tadellose Manieren und ein gepflegtes Äußeres haben. Doch auch das Erscheinungsbild ist eine weitere Großbaustelle der Generation Doof:

10:00 Uhr, ein Konferenzraum.

In der wöchentlichen Abteilungskonferenz ist das Wichtigste bereits besprochen. Unser Chef – ein Befürworter von Anzug und Fliege – möchte noch kurz etwas loswerden. Das kurze Aufbegehren der Mannschaft wegen des defekten Milchaufschäumers an der Kaffeemaschine übergeht er elegant. »Ich werde den Gedanken mitnehmen«, sagt er dazu nur, und die Beschwerden ersticken im Keim. Dann räuspert er sich. »Ich möchte Ihnen nun gerne unsere neue Praktikantin vorstellen, Frau Grützner.«

Die Mannschaft klopft sich wie üblich die Fingerknöchel an den Tischen arthritisch.

»Frau Grützner, vielleicht möchten Sie selbst ein paar Worte ...« Er sieht sich ratlos in der Runde um. Frau Grützner ist nicht auffindbar.

In diesem Moment springt ohne Vorwarnung die Tür auf. Eine junge Dame stürmt mit Handy am Ohr herein. »Ruf dich später wieder an«, bescheidet sie ihrem Gesprächspartner. »Tut mir echt leid«, meint sie dann.

Die Schlipsfreunde starren sie an.

Die Praktikantin trägt eine zerschlissene Cargo-Hose, karierte Chucks und ein knappes schwarzes T-Shirt, das einen unverbauten Blick auf ihren gepiercten Bauchnabel und rückwärtig auf ihr Steißtattoo freigibt. Das komplette Tussiprogramm. Die erste Amtshandlung von Frau Grützner ist es, wieder nach Hause zu fahren und sich auf Weisung des Personalchefs umzukleiden.

*»Ich finde, für Hühthosen sollte es einen
Berechtigungsschein geben.«*

Userin akasha in einem Internetforum

Galt die Entblößung geschlechtsteilnaher Körperpartien in früheren Zeiten noch als eindeutiges Balzritual, so gehört sie heute zur Bekleidung unserer Generation mit dazu. Nabelschau hat heute einen anderen, sehr direkten Sinn. Sie soll sexuelle Aktivität und Attraktivität signalisieren, indem sie unter anderem den Blick auf ein kostspieliges Accessoire freigibt: den Steißadler, das klassische Arschgeweih, auch Schlampenstempel oder Tussilenker genannt. Und die Mode rund um das Hautbild zeigt, dass wir frei sind: bauchfrei, hinternfrei, geschmacksfrei. Ab ins Studio und nix wie drauf mit dem Scheiß auf den Steiß. Heute haben wir schamfrei!

Das weit verbreitete Fehlen eines kleidungsästhetischen Bewusstseins ließe sich vielleicht noch verschmerzen, wenn einem dabei nicht immer wieder ein anderes Manko unserer Generation vor Augen geführt würde. Denn allzu häufig stecken in den knapp geschnittenen Klamotten Figuren, die weder stromlinienförmig sind noch zum Outfit passen – was uns fast zwangsläufig daran erinnert, dass der letzte BigMac noch nicht lange verdaut ist. Zudem ist diese Mode gesundheitsschädlich, aber das haben wir ja schon lange geahnt. Der Hamburger Arzt Prof. Dr. Volker Ragosch warnt vor der Bauchfreiheit: »Bei dieser Kleidung

ist die Nierengegend ungeschützt, und dadurch können schmerzhaftes Nierenbeckenentzündungen entstehen.« Wer schön sein will, muss leiden, das gilt auch für die Generation Doof. Wie lange dauert es noch, bis wir uns hier den Nabel vom Schönheitschirurgen veredeln lassen, wie dies in den USA schon der Fall ist?

*»Solche Reizwäsche passt vielleicht in die Disko oder in die Badeanstalt. (...)
Es gibt Sexbomben an unseren Schulen,
da möchte ich nicht Junglehrer sein.«*

Willi Lemke

Und auch der männliche Teil der Generation Doof bleibt vom Modewahn nicht verschont. Für viele ist die gesunde Bräune immer noch Ehrensache. Ein Kölner Sonnenstudio wirbt sogar mit dem Spruch: »Nur tosten ist billiger!«, um auch Kunden mit kleinem Geldbeutel anzusprechen. Und da viele von uns glauben, dass man sich Schönheit kaufen kann, ist es nicht verwunderlich, dass auch Quellwürste Hühthosen tragen und Schmalbrüstige sich mit Zuhälterketten schmücken. 12:00 Uhr, Kantine.

Wir essen mit unserem Kollegen und guten Freund Daniel zu Mittag. Er ist Mitte dreißig und lebt alleine.

Heute gibt es wahlweise Schweinebraten aus der Mikrowelle an Bandnudeln und matschigen Erbsen oder einfach Salat. Danni hat sich für den Braten entschieden, wir führen uns das bereits welke Hasenfutter zu. Während er die Nudeln durch die braune Soße schleift, berichtet Daniel von seinen Erlebnissen am vergangenen Abend.

»Leudee, als ich nach Hause gekommen bin, hab ich mir erst mal 'ne Pulle Bier aufgerissen«, erzählt er, »und da lief im Fernsehen so 'ne Kochsendung.« Daniel schlingt ein Stück Braten runter, dessen Konsistenz irgendwo zwischen verdammt gut durch und verkocht anzusiedeln ist. »Ich

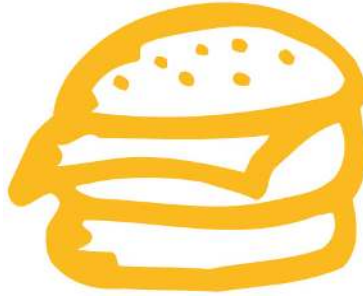
sach euch«, stellt er dann fest. »Die Köchin in der Sendung gestern war so 'ne verkniffene Lustbremse. Die hat Kürbissuppe, Papaya-Soufflee und noch irgend so 'n Kack zusammengekocht.«

Er macht eine wegwerfende Handbewegung und kramt einen zerknitterten Zettel aus der Jackentasche. »Hier, ich hab mal ein Alternativmenü zusammengestellt.« Daniel schiebt uns den Zettel zu. Vorspeise: Tafelspitz, steht da in enthusiastischen Lettern. Hauptgang: Krustenbraten mit Klößen, Rotweinsauce und Schnitzel, dazu Kartoffeln aus dem Glas mit Rosmarin. Und schließlich die Nachspeise: Buletten mit Ketchup. Daniels Vorstellung von einem bekömmlichen Getränk, das dem Essen schmeichelt, ist natürlich ein Zehnliterfässchen Kölsch, ein sogenanntes Pittermännchen.

Wir lassen den Zettel sinken.

Daniel grinst. »Und als kleiner Gruß aus der Küche hab ich mir gedacht: Rinderrouladen!«

Das Ganze nennt er Männer-Menü. Es passt in die Ernährungsgewohnheiten unserer Generation, denn es handelt sich um ein Fleisch-only-Menü mit unfrischem Alibigemüse. Das Glas mit den Kartoffeln bleibt meistens zu. Die Junkfood-Konditionierung beginnt schon früh: Im Schulunterricht gehörten Cola-Dose, Schokoriegel und Chipstüte zur Standardausrüstung, Mutter hatte nicht selten die Klinikpackung Milchschnitte im Einkaufswagen, und die Mikrowelle hat unser Leben vielleicht mehr beeinflusst als die Erfindung des Rades oder des Internets. Noch heute greifen wir nach getaner Arbeit gerne ins Tief kühlfach oder halten lieber gleich beim Energielieferanten Nr.1 mit dem gelben M an. Wer schaut da noch in den Cholesterinspiegel?



Fastfood gehört mit der intensiven MTV-Beschallung, den bunten Aktionstüten und fantasievollen Menünamen zur Partykultur der Generation Doof. Hier isst man ohne Besteck, und Servietten dienen allenfalls zum Naseputzen. Und der Zwischenstopp am Schnellfuttertrog kann ganz einfach bei fast jedem Diskobesuch eingebaut werden – denn wir wissen, dass McDick um vier Uhr morgens auf jeden Fall noch geöffnet hat.

Auch in den eigenen vier Wänden wollen viele von uns die Nahrungszufuhr gerne so simpel wie möglich halten. Kein Wunder, denn die Gefahren, die in der Küche bei der Zubereitung einer selbstgebauten Mahlzeit lauern, sind nicht zu unterschätzen ...



Stefan erzählt:

Es gibt für alles ein erstes Mal. Auch für das Pizzabacken im heimischen Ofen. Ich bin vor wenigen Wochen mit meiner Freundin Maja zusammengezogen, und heute Abend bin ich für das Abendessen zuständig. Das Aufwärmen von Tiefgeköhltem, die Anwendung von Mikrowellen und die Konsultation örtlicher Fastfood-Dealer sind laut Spielregeln ausgeschlossen. Zu blöd, denn Maja möchte gerne Pizza, und die habe ich bislang immer dann gut gekonnt, wenn der Italiener meines

Vertrauens sie gemacht hatte. Aber heute gibt es keine Ausrede.

Ich stehe in der Küche und studiere aufmerksam die Gebrauchsanweisung auf der Verpackung. Eigentlich ganz einfach; ich schaffe es sogar, die tiefgekühlte Teigscheibe mit Tomaten-Schinken-Belag auf das dafür bestimmte Backpapier zu drapieren. Flugs noch den Ofen auf 220 Grad gestellt und die Klappe zugeworfen.

Ich bin stolz auf mich.

Dann gehe ich ins Wohnzimmer, setze mich neben Maja aufs Sofa und gönne mir ein Glas Whisky. Im Fernsehen läuft eine neue Folge der Serie 24. Verdammt spannend.

Die Zeit vergeht wie im Flug, bis Maja die Nase rümpft.

»Es riecht«, meint sie.

»Ich war's nicht.« Da muss sie sich wohl geirrt haben.

»Nach angebrannter Pizza!«

Mit dem Whisky im Blut lege ich die fünf Meter in die Küche in unter zehn Sekunden zurück. Aus dem Ofen quillt dichter Rauch. Mit beiden Händen greife ich beherzt nach dem verkohlten Ding im Ofen und ziehe es raus. Das Backpapier bleibt an den Heizstäben hängen, die Pizza fliegt in hohem Bogen durch die Küche und die Papierreste im Ofen fangen augenblicklich Feuer.

»Wooow!«, ist das Einzige, was mir dazu einfällt. Das Feuer will gelöscht werden. Aus dem Augenwinkel heraus bemerke ich das Whiskyglas, das ich auf den Küchentisch gestellt habe.

Flüssigkeit + Feuer = Löschen, funkt es wild durch mein Hirn. Ich kippe das halbvolle Glas reflexartig in den Ofen. Eine riesige Stichflamme schnellte hervor.

In dem Moment betritt Maja die Küche. Sie betrachtet mein rußgeschwärztes Gesicht und das Whiskyglas in meiner Hand. Dann wandert ihr Blick