

MEINUNG NAHOST-KRIEG AUF TIKTOK

Der Untergang des freien Westens riecht nach Pomelo-Shampoo

Veröffentlicht am 03.11.2023 | Lesedauer: 4 Minuten



Von **Franziska Zimmerer**
Ressortleiterin Community & Social



WELT-Autorin Franziska Zimmerer

Quelle: Martin U. K. Lengemann/WELT

Influencer in den sozialen Medien haben umgesattelt: vom Konsum zur Politik. Die Folgen sind dramatisch, gerade im Umgang mit dem Krieg in Israel. Unkritisch werden Forderungen von Terroristen übernommen. Und das Publikum? Ist vor lauter Wissenslücken anfällig für solche Propaganda.

Wer wissen will, wie es um eine Gesellschaft bestellt ist, guckt sich ihre Idole an. Vor einigen Jahrzehnten waren das Persönlichkeiten wie Thomas Gottschalk, Heidi Klum, Helene Fischer (/themen/helene-fischer/) oder Günther Jauch. Bieder, harmlos, risikoavers.

Doch mit dem Niedergang des linearen Fernsehens und der Medien im Allgemeinen haben sich auch die Idole verändert. In den sozialen Netzwerken sind Menschen von nebenan zu Stars geworden, die bereit sind, ihr Privat- oder sogar Intimleben zu zeigen und anschließend zu vermarkten. Ihre Reichweiten übersteigen die Einschaltquoten und Zeitungsauflagen um

ein Vielfaches, auch wenn viele dieser Influencer der breiten Masse nicht zwangsläufig ein Begriff sind.

Wenn diese Leute nach Pomelo (/wams_print/article1828906/Das-ist-neu-doch-wie-schmeckt-es.html) riechendes Shampoo in die Kamera halten, wird es gekauft. Wenn diese Leute die Hamas und Israel mit hohlen „Beide Seiten“-Sprüchen auf eine Stufe stellen, wird ihnen geglaubt. Und genau das passiert gerade.

Vor rund drei Wochen hat die Terrororganisation Hamas auf brutalste Art das Leben von 1400 Menschen beendet, mehr als 200 entführt. Am Dienstag wurde bekannt, dass die Deutsch-Israelin Shani Louk von der Hamas nicht nur von einem Musik-Festival in der Wüste verschleppt, sondern anschließend zerstückelt und enthauptet wurde (/politik/ausland/article248270708/Shani-Louk-Hamas-Terroristen-haben-ihr-einfach-den-Kopf-abgehackt.html).

All das ist dokumentiert, es gibt Video-Material der Gräueltaten en masse im Netz. Und doch scheinen diese Schicksale viele Menschen nicht zu interessieren. Denn die Social-Media-Meinungsmacher, die bis vor drei Wochen noch Shampoos, Bikinis und Matcha Lattes beworben haben, geben den Ton an und faseln auf Instagram und Tiktok vor ihren Millionen Fans irgendwas von „Free Palestine“. In halbgenen Schreibschrift-Statements bedauern sie die Opfer „auf beiden Seiten“, um dann von Israel wahlweise eine Waffenruhe zu fordern oder sie des Genozids an den Palästinensern zu bezichtigen.

Natürlich fehlen in solchen Statements Hinweise darauf, dass in der Vergangenheit bereits ausgehandelte Waffenruhen innerhalb kürzester Zeit einseitig beendet wurden – durch Hamas-Raketen. Dafür enden diese faktenfreien Statements oft mit einem theatralischen Emoji: der weißen Friedenstaube.

Das mag man als Spinnerei abtun. So blöd kann doch keiner sein, bei völkerrechtlichen Angelegenheiten auf Influencer zu vertrauen, die sonst auf Sternzeichen statt auf Ratio setzen. Doch die jahrelang aufgebaute Nähe zu ihren Fans und das damit gewachsene Vertrauen machen sie zu perfekt geföhnten Propaganda-Maschinen, die ungeprüft Videos und vor Fehlern strotzende Statements verbreiten. Damit wirken sie für manche auch noch glaubwürdiger als traditionelle Medienmarken (/kultur/medien/article245107930/Digitale-Revolution-Das-Ende-der-jungen-

[wilden-Medien.html](#)) und deren Journalisten, die im besten Fall versuchen, komplizierte Sachverhalte zu recherchieren und auf ihren Webseiten, oft hinter einer Paywall, einzuordnen und wiederzugeben.

Wer versucht, mit diesen Influencern über ihre zweifelhaften Statements zu diskutieren, kommt nicht weit. Auf Instagram oder Tiktok funktioniert – anders als auf Twitter – öffentliche Widerrede kaum. Im Fokus steht der Inhalt selbst. Und der verbreitet sich rasend schnell.

Zionismus ist selbst in den rosaflauschigen Safe Spaces der Mental-Health-Influencer ein Schimpfwort, „free palestine“ dagegen eine geflügelte Forderung. Bei beidem darf bezweifelt werden, ob die Absender allerdings komplett verstehen, was damit gemeint ist.

Wahrscheinlich sind sie gelangweilt von ihrem Dauer-Tele-Shopping, ein bisschen beschwipst von zu viel Bestätigung und auf der Suche nach gesellschaftlicher Bedeutung. So findet das mangelnde politische und historische Verständnis dieser Meinungsmacher bei den oft einsamen Followern, immerhin die Jugend des freien Westens, einen perfekten Nährboden.

Die eklatanten Wissenslücken treffen dabei auf eine wohlstandsverwahrloste Naivität. Das jährliche [Coachella-Festival \(/iconist/unterwegs/article175495926/Coachella-Festival-Diese-Dinge-weiss-nur-wer-wirklich-dort-war.html\)](#) in der Wüste vor Palm Springs ist das popkulturelle Superevent der Generationen Y, Z und Alpha, das dank Social Media über Kalifornien hinaus bekannt wurde. Die Videos vom Supernova-Festival in der Wüste Negev kurz vor dem brutalen Überfall der Hamas könnten auch in Coachella spielen.

Das Leben in Freiheit zerstören

Junge Menschen tanzen ausgelassen unter dem rosa Himmel, fühlen sich frei – bis das Massaker beginnt. Diese Aufnahmen müssten jeden jungen Menschen, der schon einmal auf einem Konzert war, schockieren und verstehen lassen, worauf islamistischer Terror abzielt: das Leben in Freiheit mit gnadenloser Brutalität zu zerstören. Doch diese Transferleistung scheint für viele zu komplex zu sein.

Stattdessen protestieren die über Instagram und Tiktok politisierten Jugendlichen in London, New York oder Neukölln mit „Free Palestine“-Banner

[\(/vermischtes/article248076314/Neukoelln-zu-Gaza-machen-Mehr-als-170-Festnahmen-bei-Ausschreitungen-in-Berlin.html\)](#) in Regenbogenfahnen neben jenen, die ihre Lebensentwürfe so sehr hassen. Bei dieser intellektuellen Blindheit ist es nicht verwunderlich, dass eine andere naheliegende Erkenntnis ausbleibt: Die Fotos im freizügigen Glitzer-Outfit vom letzten Christopher Street Day auf dem eigenen Instagram-Account könnten niemals in Gaza, aber sehr wohl in Tel Aviv aufgenommen sein.

Wer auf „beiden Seiten“ die Schuld für das schlimmste Massaker an Juden seit der Shoa und den Raketenterror sucht, stellt absichtlich einen demokratischen Rechtsstaat wie Israel auf eine Stufe mit einer lebensfeindlichen islamistischen Terrororganisation. Wer von „beiden Seiten“ spricht, hat sich in Wahrheit schon längst entschieden. Für die Seite der Unterdrückung und des Terrors. Der Untergang des freien Westens riecht nach Pomelo-Shampoo.

Teilen Sie die Meinung des Autors?

JA  1097

NEIN  31

Die WELT als ePaper: Die vollständige Ausgabe steht Ihnen bereits am Vorabend zur Verfügung – so sind Sie immer hochaktuell informiert. Weitere Informationen: <http://epaper.welt.de>

Der Kurz-Link dieses Artikels lautet: <https://www.welt.de/248306364>

MEINUNG SCHÖNHEITS-OP ALS STATEMENT

Der neue Botox-Feminismus

Veröffentlicht am 21.09.2023 | Lesedauer: 3 Minuten



Von **Franziska Zimmerer**
Ressortleiterin Community & Social



WELT-Autorin Franziska Zimmerer

Quelle: Martin U. K. Lengemann/WELT

Früher waren Schönheits-OPs umstritten. Heute erklärt eine neue Generation junger, erfolgreicher Frauen das Aufspritzen der Lippen einfach zum Akt der Emanzipation. Das passt zum Trend, jede private Entscheidung zum Statement hochzujazzen. Dabei ist die Wahrheit meist viel banaler.

In einem Fotostudio stehen acht erfolgreiche Frauen. Perfekt hergerichtet und ausgeleuchtet. Sie lachen. Sieben von ihnen tragen Hosenanzüge. Damit ist die Botschaft klar: Diese Frauen sind nicht nur attraktiv, sondern auch erfolgreich, schlau und selbstbewusst.

Dieses Motiv ist eines von mehreren aus einer Werbekampagne von Botox-Hersteller Merz Aesthetics. Es geht um Schönheitseingriffe gegen hängende Augenlider, die leidige Zornesfalte oder schmale Lippen. Weil daran aber alles oberflächlich und damit eher verpönt ist, muss eine politische Botschaft zur Aufwertung her: Feminismus.

Die Models sind „Pionierinnen“, wie Merz auf seiner Webseite schreibt. Sie sollen ihre Mitmenschen ermutigen, „selbstbewusst, gut informiert und ohne Diskriminierung“ über ihr Aussehen, Ästhetik und ihre Schönheit zu entscheiden. Schönheitseingriffe als politischer Akt? Schlauchboot-Lippen für Gleichberechtigung!

Diese Argumentation ist nicht neu. Schließlich ist es besonders für Frauen eine Errungenschaft, mit ihrem Körper ohne die Genehmigung eines Mannes anzustellen, was sie möchten (</kmpkt/article247019432/Barbie-Botox-Darum-lassen-sich-Frauen-die-Schultern-botoxen.html>). Doch halbwegs neu ist die Unart, in jeder privaten Entscheidung einen politischen Akt erkennen zu wollen.

Intime Themen lassen sich gut vermarkten

In den sozialen Medien zum Beispiel vermarkten „Momfluencer“ (Wortschöpfung aus Mom und Influencer) ihre Rolle als Vollblutmütter. Es geht ums Stillen, Windelnwechseln, Monatsblutungen – kurzum um private oder sogar intime Themen, die der Öffentlichkeit präsentiert werden. Das gibt ordentlich Aufmerksamkeit und lässt sich gut vermarkten, schließlich zahlen Marken wie Pampers gern für solche Inhalte.

Bis es so weit ist, dass sich das zur Schau gestellte Geburtstagskuchenbacken finanziell trägt, muss allerdings moralische Aufwertung her. Schnell also Kinderkriegen zum feministischen Akt erklären, es handelt sich schließlich um eine freie Entscheidung, den Job zu kündigen.

Die sonst so scharfsinnige und witzige Autorin Sophie Passmann stellt in diesen Tagen ihr neues Buch vor. Darin geht es auch um ihre Schönheitseingriffe, wie sie in einigen Vorabdrucken und Interviews erzählt. Frauen, so Passmann, würden von der Gesellschaft immer noch aufs Äußere reduziert.

Schönheitseingriffe könnten ihrer Erfahrung nach aber helfen, respektvoller behandelt zu werden. Ihr Fazit: Ob mit oder ohne Eingriff, Frauen können einfach nicht gewinnen. Eine individuelle Entscheidung für Filler und Botox (</kmpkt/article247179618/Botox-Immer-mehr-Maenner-setzen-auf-Botox.html>) wird zur Gesellschaftskritik. Immerhin originell.

Dieses Argumentationsmuster findet sich übrigens nicht nur bei Frauen. Der moderne Mann überhöht seine persönlichen Lebensentscheidungen auch gern zu einem politischen Akt.

Wenn er in seiner dreimonatigen Elternzeit sein Kind wie eine Känguru-Mama (wichtig – Austausch von Körperwärme!) im Tragetuch durch den Kiez schleppt, ist das erstmal ein politisches Statement.

Denn er, das Alpha-Tier, übernimmt Verantwortung in Form von Kinderbetreuung und Hausarbeit. Dass er vielleicht einfach Lust auf Abwechslung zu seinem langweiligen Büro-Job hatte, klingt einfach nicht so gut. Das Jonglieren mit pseudo-politischen Begriffen wie Care-Arbeit und Mental Load werten seine schnöde Entscheidung „Brei statt Business“ stattdessen auf.

Nicht jede Entscheidung braucht eine politische Botschaft

Doch was, wenn es gar nicht so kompliziert ist? Was, wenn persönliche Entscheidungen aus viel profaneren Gründen getroffen werden?

Vielleicht lässt man sich das Nervengift auch einfach ins Gesicht schießen, weil man nicht so alt aussehen möchte, wie man sich fühlt. Vielleicht setzt sich eine Frau deshalb für die Frauenquote ein, weil sie selbst mehr Macht möchte.

Vielleicht vermarktet man seinen Alltag als Mutter, weil man aus Einsamkeit und intellektueller Unterforderung ([/vermischtes/plus23777785/Leben-mit-Kindern-Mit-einem-Kind-ist-das-alte-Leben-vorbei-wie-man-damit-umgeht.html](https://www.welt.de/vermischtes/plus23777785/Leben-mit-Kindern-Mit-einem-Kind-ist-das-alte-Leben-vorbei-wie-man-damit-umgeht.html)) nach zig Brabbel-Konversationen mit dem Kind den Austausch mit anderen Müttern im Internet sucht. Und vielleicht geht es in vielen Fällen auch einfach um Bestätigung durch Mitmenschen.

Die Selbstüberhöhung von alltäglichen Entscheidungen im Privatleben ist symptomatisch für eine Gesellschaft, die aus Genies bestehen will. Dabei offenbart dieses Bedürfnis die charakterliche Leere derjenigen, die in ihrem Wocheneinkauf oder Arztbesuch mindestens eine Gesellschaftskritik oder sogar ein Schlüsselerlebnis der Welt-Geschichte sehen wollen.

Es braucht nicht für alles eine politische Botschaft als Rechtfertigung. Manchmal reicht es, sich selbst nicht so wichtig zu nehmen.

Teilen Sie die Meinung des Autors?

JA  499

NEIN  35

Die WELT als ePaper: Die vollständige Ausgabe steht Ihnen bereits am Vorabend zur Verfügung – so sind Sie immer hochaktuell informiert. Weitere Informationen: <http://epaper.welt.de>

Der Kurz-Link dieses Artikels lautet: <https://www.welt.de/247340516>

MEINUNG MODETHEMA NACHHALTIGKEIT

Boomer, klebt euch vors Kanzleramt – für unsere Zukunft!

Veröffentlicht am 04.09.2023 | Lesedauer: 3 Minuten



Von **Franziska Zimmerer**
Ressortleiterin Community & Social



WELT-Autorin Franziska Zimmerer

Quelle: Martin U. K. Lengemann/WELT

Nachhaltigkeit ist in aller Munde. Es stimmt ja auch: Gute Politik denkt auch an künftige Generationen. Nur: Genau das tut sie nicht, wenn sie immer neue Millionensubventionen für den Klimaschutz ausgibt. Und dabei vergisst, welche Belastungen sie gerade jungen Menschen damit aufbürdet.

Alle reden von Nachhaltigkeit. Politiker und Unternehmen. Aktivisten, Kirchen, Fußballclubs. Es kann nicht nachhaltig genug sein. Bayern München trägt Trikots aus recyceltem Plastikmüll. Wenn Markus Söder nicht gerade Bäume umarmt, konferiert er in der Bayerischen Staatskanzlei vor einer mit Pflanzen begrünten Wand. Und Unternehmen, die etwas auf sich halten, schalten einmal im Jahr zur Earth Hour die Lichter aus.

„Wir haben die Erde nur von unseren Kindern geborgt“, lautete in den Achtzigerjahren einer dieser genial sentimental Wahl-Slogans der Grünen. Was bedeutet: Wir müssen mit unserem Planeten und seinen Ressourcen schonend umgehen. Wir handeln jetzt für die Zukunft.

Jetzt, vierzig Jahre später, ist die Zukunft von damals und es geht immer noch um Nachhaltigkeit und die nächsten Generationen (</wirtschaft/plus246903292/Landwirtschaft-der-Zukunft-Bauernregeln-statt-Duenger.html>). Das ist nichts Schlechtes, gute Politik zeichnet sich dadurch aus, dass sie nicht von Wahl zu Wahl und von Amt zu Amt denkt.

Aber genau das passiert eben nicht. Wer wirklich an die nächsten Generationen denkt, der muss auch nachhaltig wirtschaften: keine Schulden, keine aufgedunsene Verwaltung, keine Sinnlos-Subventionen für E-Autos, Dienstwagen oder Solar-Paneele (</finanzen/immobilien/plus244631434/Immobilien-Solardach-Pflicht-wird-Realitaet-das-kommt-jetzt-auf-Eigentuerer-zu.html>) auf dem Eigenheim.

Die permanenten Forderungen von Grünen und Teilen der SPD, die Schuldenbremse aufzuweichen, sind das Gegenteil von Nachhaltigkeit. Sie sind blanker Hohn für zukünftige Generationen, die ohnehin Schwierigkeiten haben, Wohlstand aufzubauen.

Desolate Lage der Sozialkassen

Es gibt neben dem unbequemen Sparen – welcher Minister verzichtet schon gern auf den eigenen Podcast, Makeup-Artist oder Fotografen – ein weiteres großes Problem. Das Wort „Schuldenbremse“ klingt nicht sexy. „Finanzielle Nachhaltigkeit“ noch viel weniger. Und vermarktbar sind solche Vorhaben schon gar nicht.

Das zeigt sich an der Idee der gesetzlichen Aktienrente. Eigentlich ist das ein vernünftiger Vorschlag, um dem demografischen Wandel und seinen Auswirkungen auf die gesetzliche Rente zumindest vorsichtig entgegenzuwirken. Doch allein vor dem Wort „Aktien“ haben die Deutschen noch mehr Angst als die Grünen vor Chlorhühnern.

In der aktuellen Generationenbilanz (</wirtschaft/plus239624675/Staat-versteckt-80-Prozent-der-Schulden-und-sprengt-das-Sozialsystem.html>) zeigt der Freiburger Finanzprofessor Bernd Raffelhüschen die desolate Lage der deutschen Sozialkassen auf. Ohne Reformen drohe künftigen Generationen wegen des demografischen Wandels ein finanzielles Fiasko.

Raffelhüschchen berechnet, dass ein Anstieg der Krankenkassenbeiträge von 15 auf 28 Prozent, bei der Rente von 18,6 auf 25 Prozent und bei der Pflege von rund sieben Prozent notwendig seien.

Da es sich die meisten Parteien mit großen Teilen ihrer Wählerschaft, also den Rentnern und Bald-Rentnern, nicht verscherzen wollen, wird es ohne eine organisierte Interessenvertretung besonders schwer.

Eigentlich müsste [Fridays For Future \(/politik/deutschland/plus246390612/Letzte-Generation-will-Fridays-For-Future-radikalisieren.html\)](/politik/deutschland/plus246390612/Letzte-Generation-will-Fridays-For-Future-radikalisieren.html) dem eigenen Namen gerecht werden und auch für die finanzielle Zukunft der kommenden Generationen streiken. Die apokalyptischen „Es-ist-schon-fünf-nach-zwölf“-Szenarien lassen sich geschmeidig aufs Rentensystem anwenden. Die Erzählung der Kippunkte passt auch zu den Sozialkassen.

Auch die Boomer müssten ran: die Letzte Generation der dicken Renten. Sie müssen sich vors Kanzleramt kleben. Sie müssten für weniger Steuern, weniger Subventionen, weniger Bürokratie, weniger Beamte, weniger Regulierung und für mehr Eigenverantwortung demonstrieren. Denn sie haben die Rente auch nur von ihren Kindern geborgt.

Teilen Sie die Meinung des Autors?

JA  304

NEIN  58

Die WELT als ePaper: Die vollständige Ausgabe steht Ihnen bereits am Vorabend zur Verfügung – so sind Sie immer hochaktuell informiert. Weitere Informationen: <http://epaper.welt.de>

Der Kurz-Link dieses Artikels lautet: <https://www.welt.de/247212732>

MEINUNG FLUGSCHAM UND CO.

Reisen schadet der Dummheit

Veröffentlicht am 29.06.2023 | Lesedauer: 4 Minuten

Von **Franziska Zimmerer**
Ressortleiterin Community & Social

Nicht jeder hat einen Badesee vor der Tür oder einen Garten mit Hängematte, schreibt WELT-Autorin Franziska Zimmerer

Quelle: Martin U.K. Lengemann/ WELT

Gerade zur Urlaubszeit beschwören Journalisten ihre Mitmenschen, dass Fernreisen aus ökologischen Gründen nicht mehr zeitgemäß seien. Diesen Standpunkt muss man sich erst mal leisten können. Denn für Normalverdiener haben Urlaube im Ausland eine unverzichtbare Funktion.

Der Tagesthemen-Kommentar ist legendär. Ein Mensch aus dem Kosmos der Öffentlich-Rechtlichen liest ein bisschen zu engagiert seine Meinung vor: steile These, angestrebter Ich-Bezug und garantiert keine knackige Schlusspointe. Man muss den Tagesthemen-Kommentatoren aber zugutehalten, dass sie mit ihren Forderungen häufig ihrer Zeit voraus sind. Beim Thema Fliegen zum Beispiel.

Bereits im Juli 2019 forderte Lorenz Beckhardt vom WDR, dass Fleisch, Fliegen und eigentlich alles, was Spaß macht, teurer werden (</wirtschaft/plus240206413/Urlaub-und-Inflation-Fluege-und-Hotels-das-Ende-des-billigen-Reisens-naht.html>) müsse. Die Begründung: Konsumsüchtige, wie er auch selbst einer sei, bräuchten Hilfe, die kein Arzt

geben könne. Deswegen müsse die Politik ran. Na, zum Glück ist es jetzt so weit. Die Flugpreise steigen, der berühmt-berüchtigte 19,99-Euro-Flug Mallorca kostet inzwischen mehrere Hundert Euro. „Fliegen ist natürlich kein Grundrecht“, resümierte die ARD-Journalistin Kristin Joachim in einem anderen Tagesthemen-Kommentar. Sind deshalb jetzt alle glücklich? Natürlich nicht.

Denn Reisen ist zur Klassenfrage geworden. Nur wer überdurchschnittlich gut verdient, kann es sich noch leisten, mit Kind und Kegel in den Urlaub zu fahren. Es trifft nicht die, die sich nach Entschleunigung sehnen und mit ihrem Gravelbike in teure [Bio-Hotels](/reise/article238311685/Von-Deutschland-bis-Italien-Diese-Hotels-sind-oeko-und-trotzdem-cool.html) (</reise/article238311685/Von-Deutschland-bis-Italien-Diese-Hotels-sind-oeko-und-trotzdem-cool.html>) im Umland fahren können. Es trifft jene, die ihr Geld für einen Jahresurlaub zusammenkratzen, um ihre Kinder zur Abwechslung etwas anderem als schlecht gelaunten Deutschen im Nahverkehr auszusetzen.

Urlaub im Ausland ist mehr: Es sind die Beinahe-Unfälle mit dem Mietwagen, das klebrige Pain aux Raisin einer Boulangerie Artisanale, herauszufinden, wie viel Trinkgeld man gibt. Es ist das Feilschen in einer Markthalle, die endlosen Pasta- und Keks-Regale in riesigen italienischen Vorort-Supermärkten. Es sind auch die Gespräche beim Pitstop im Mittleren Westen der USA und die Erkenntnis, dass nicht alle Amerikaner Trump-Wähler sind.

Es sind die auf den Kopf gestellten Tagesabläufe, das Abendessen um Mitternacht. Es ist das schale Stella-Bier in einem britischen Pub, das man natürlich [mit Karte zahlen](/finanzen/article239763217/Bargeld-Liebe-der-Deutschen-deshalb-hat-es-die-Karte-so-schwer.html) (</finanzen/article239763217/Bargeld-Liebe-der-Deutschen-deshalb-hat-es-die-Karte-so-schwer.html>) kann. Es ist die Enttäuschung, dass die Mona Lisa wirklich so klein ist. Es ist die Erkenntnis, dass Restaurants mit Bildern auf der Karte allenfalls in Japan eine Berechtigung haben und Sonnencreme in Deutschland immer am billigsten ist.

Natürlich macht Saufen im Mega-Park aus keinem einen Alexander von Humboldt. Aber darum geht es nicht. Es sind die individuellen Erfahrungen im Ausland, die einen resilienter, informierter und offener, und eine Gesellschaft im besten Fall toleranter für andere Lebensentwürfe machen.

In einer Zeit, in der sich Teile der Wirklichkeit ins Digitale verlagert haben, sind Offline-Erlebnisse und menschliche Interaktionen etwas, was den Menschen vom Roboter unterscheidet. Es ist die Unvorhersehbarkeit, das Anpassen an immer wieder neue

Situationen, die Abhängigkeit von Wildfremden, wie einem scheinbar nicht ganz vertrauenswürdigen Taxi-Fahrer. Es ist der Sprung aus dem Gewohnten ins Ungewisse. Schrecklich wäre die Vorstellung, wir säßen zwei Wochen lang im Sommer auf unseren Sofas, um mit Ski-Brillen-förmigen Virtual-Reality-Headsets (</kultur/article245735880/Apple-Vision-Pro-In-der-neuen-VR-und-AR-Technologie-steckt-eine-Revolution.html>) die Reiseziele online anzusehen.

Zuletzt rief ein FAZ- (<https://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/menschen/tourismus-mit-negativen-folgen-ueber-das-reiseverhalten-der-deutschen-18985843.html>) Kollege eine neue Bescheidenheit in Sachen Reisen aus. Es sei einfach notwendig – ökologisch, kulturell, sozial und gesundheitlich. Weniger sei oft mehr, schrieb er. Wenn Deutsche zudem ihr Reiseverhalten überdächten, könne das auch unseren Ruf im Ausland retten. Denn der reisende Deutsche sei im Ausland noch deutscher und die ständige Besserwisserei womöglich ein Überbleibsel alter Großmannssucht.

Man muss die Wahl haben

Nun ist nicht überliefert, wo der Autor diesen Text geschrieben hat. Aber es klingt ganz nach dem Deutschen aller Wesenszüge: Menschen vom Schreibtisch aus zur Bescheidenheit aufzurufen und ihnen erklären, wie sie ihr Leben dem Klimaschutz unterordnen sollen.

Jene, die den Fernreisen freiwillig abgeschworen haben, feiern sich jetzt für sogenannte Mikro-Abenteurer. In der Hängematte im Garten schlafen, zum Badensee radeln, Wandern im Allgäu. Zu Hause ist es eben am schönsten. Ja, das können die Menschen mit Garten und Badensee in der Nähe sagen.

Für viele ist Fliegen vielmehr die Möglichkeit, sich Träume und Sehnsüchte zu erfüllen. Jedem ist freigestellt, sich bewusst dagegen zu entscheiden. Jedem steht frei, den Machu Picchu für überlaufen oder Ibiza für zu prollig zu halten. Aber um diese Vergleiche ziehen zu können, muss man vorher erst mal die Wahl gehabt haben.

Teilen Sie die Meinung des Autors?

JA  964

NEIN  68

Die WELT als ePaper: Die vollständige Ausgabe steht Ihnen bereits am Vorabend zur Verfügung – so sind Sie immer hochaktuell informiert. Weitere Informationen: <http://epaper.welt.de>

Der Kurz-Link dieses Artikels lautet: <https://www.welt.de/246127378>

Das große Luxus-Missverständnis der „Letzten Generation“

Veröffentlicht am 13.07.2023 | Lesedauer: 3 Minuten



Von **Franziska Zimmerer**
Ressortleiterin Community & Social



Ein von der „Letzten Generation“ besprühtes Haus in Sylt und WELT-Autorin Franziska Zimmerer

Quelle: Julius-Christian Schreiner/dpa; Martin U.K. Lengemann/WELT

Die Klimaaktivisten haben es auf „modernen Luxus“ abgesehen und besprühen deswegen Häuser auf Sylt. So ein Quatsch. Reichtum sieht heute ganz anders, überraschend grün, aus: Lastenräder, Patagonia-Fleece-Pullis, ICE-Tickets. Wärmepumpen-Bling-Bling eben.

Fette Autos, große Uhren, kleine Privatflugzeuge – die Aktivisten der „Letzten Generation“ haben ein wunderbar antiquiertes Bild von Luxus. Auf diesen Luxus hat es die „Letzte Generation“ jetzt abgesehen.

Nachdem die Randalierer im Namen des Klimaschutzes vor einigen Monaten Filialen von Rolex und Gucci auf dem Berliner Ku'damm (</vermischtes/weltgeschehen/article244947540/Berliner-Ku-damm-Klimaaktivisten-bespruehen-Luxus-Laeden-mit-Farbe-Passanten-beschimpfen-sie.html>) mit oranger Farbe besprüht haben, ist jetzt endlich Sylt dran. Denn nichts verkörpert für Kleingeister den bösen Luxus so sehr wie die Insel im Norden, deren Hauptort Westerland in Sachen Hässlichkeit mit Köln und Mannheim locker mithalten kann.

Im Sommerplan der Aktivisten heißt es: Man wolle „an die Symbole des modernen Reichtums“ gehen und die „Aufmerksamkeit auf die rücksichtslose Verschwendung der Reichen lenken“. Gesagt, getan.

Ein Aktivist – für Sylt situativ angemessen in roter Chino gekleidet – hat sich am Dior-Laden in Kampen künstlerisch ausgelassen und die Fassade des Reethauses so verunstaltet, dass es aussah wie die Louis-Vuitton-Kollaboration mit Künstler Stephen Sprouse im Jahr 2006. Außerdem gruben die Randalierer den lokalen Golfplatz um und besprühten Sportflugzeuge (</vermischtes/article245719782/Letzte-Generation-Auf-Sylt-bespruehen-Klimaaktivisten-Privatjet-auf-mit-Farbe.html>) so lange mit oranger Farbe, bis sie aussahen wie Billigflieger von Easyjet.

Nun kann man sagen, dass Dior seit dem Abgang von Designer Raf Simons (</iconist/news/article206073295/Raf-Simons-wird-Co-Creative-Director-bei-Prada.html>) wirklich etwas langweilig (bis ordinär!) geworden ist und die schreckliche Basttasche „Book Tote“ für knapp 3000 Euro besonders geschmacklos ist. Das liegt aber eher daran, dass es eben kein Symbol für modernen Reichtum, für „quiet money“, ist, sondern für lauten, auf Social Media optimierten Influencer-Luxus mit fettem „CHRISTIAN DIOR PARIS“-Schriftzug.

Symbole des modernen Reichtums sehen anders aus. Ironischerweise genau so, dass der besagte moderne Reichtum bei sehr gut verdienenden, umweltbewussten Manufactum-Großstädtern, bei Grünen-Wählern und Sympathisanten der „Letzten Generation“, gut ankommt. Es sind die 5000-Euro-teuren E-Lastenräder (</politik/article233314725/E-Lastenrad-Das-ist-das-Arschgeweih-des-Alnatura-Adels.html>) von Bakfiets, die aus Fischernetzen recycelten Daunenjacken von Ecoalf, die Fleecepullis von Patagonia (gern auch in diesen Kreisen „Patagucci“ genannt). Wärmepumpen-Bling-Bling also.

Wer es also auf modernen Luxus abgesehen hat, müsste sich konsequenterweise an das Sieben-Euro-Brot vom Slow-Zimtschnecken-Bäcker „Zeit für Brot“ oder an den Rohmilch-Käse-Stand am Berliner Kollwitzplatz kleben. Bewundernswert rebellisch wäre es auch, wenn man über die Theke der Coffeeshop-Kette The Barn greift, um in den aufwendig gebrühten Filterkaffee (ab fünf Euro, mit first und second pour, na klar) einfach Zucker reinkippt, obwohl einem der „Coffee Roaster“ vom Zucker „wegen der dezenten costa-ricanischen Aprikosennote“ abgeraten hat.

Und breite Unterstützung gäbe es mit Sicherheit, wenn gegen DAS Luxussymbol unserer Zeit demonstriert werden würde: ICE-Tickets, die selbst im Supersparpreis und mit Bahncard, dem Jamba-Spar-Abo der 2020er-Jahre, regelmäßig an die Kosten einer Ecoalf-Jacke kommen.

Der Philosophieprofessor Lambert Wiesing

(<https://www.nzz.ch/podcast/megahertz/was-ist-das-eigentlich-luxus-philosoph-lambert-wiesing-hat-antworten-ld.1742363>) hat kürzlich im „NZZ“-Podcast gesagt, Luxus habe mit bewusster Irrationalität zu tun. Das klingt ganz nach euch und eurer Selektion der Feindbilder, liebe „Letzte Generation“.

Diskutiert das doch mal – im Hinblick auf den Herbstplan – aus! Aber zu viel Zeit solltet ihr euch nicht lassen. Schließlich seid ihr die allerletzte Generation.

Teilen Sie die Meinung des Autors?

JA  2341

NEIN  261

Die WELT als ePaper: Die vollständige Ausgabe steht Ihnen bereits am Vorabend zur Verfügung – so sind Sie immer hochaktuell informiert. Weitere Informationen: <http://epaper.welt.de>

Der Kurz-Link dieses Artikels lautet: <https://www.welt.de/245941464>