

Astrid Hackenesch-Rump

## Wollen die Alten die besseren Jungen sein?

Was soll das mit dem Jugendwahn?

Volle Lippen, glatte Haut, ein muskulöser Körper: Attribute der Schönheit sind zugleich auch die der Jugend – aber sie sind nicht mehr exklusives Merkmal jener Menschen diesseits der 30. Schönheit und Jugend kann sich heute jeder kaufen, und immer mehr Menschen tun es. Im Jahr 2005 hat die GESELLSCHAFT FÜR ÄSTHETISCHE CHIRURGIE DEUTSCHLAND rund 150.000 Schönheitsoperationen gezählt. Die meisten von ihnen, fast ein Drittel, waren Laserbehandlungen im Gesicht, gefolgt von Fettabsaugungen.

Diese Zahlen können ebenso als Beleg für einen Jugendwahn herhalten wie die der 60-Jährigen auf einem *Rolling-Stones*-Konzert. Oder die der hippen Turnschuhträger in Berlin-Mitte, deren grauer Haarkranz sie als weit jenseits der *Generation Praktikum* ausweist. Selbst, wer sich heute nicht unters Messer legt, hat das tiefe Bedürfnis jung zu sein. Oder wenigstens nicht gleich alt.

Dabei ist Jugend ein relativ neues Konzept – und wurde lange Zeit nicht gerade für eine erstrebenswerte Lebensphase gehalten. Bereits in der Antike führten Philosophen Klage über den Zustand der Jugend (»Die Jugend von heute liebt den Luxus, hat schlechte Manieren und verachtet die Autorität. Sie widersprechen ihren Eltern, legen die Beine übereinander und tyrannisieren ihre Lehrer«, *Sokrates*) und legten Erziehungsratgeber vor. Der Bildung galt lange Zeit das Hauptaugenmerk, wenn von Jugend die Rede war. Wenn es denn eine gab. Für die meisten Schichten ging bis weit in die Industrialisierung die Kindheit einigermaßen nahtlos ins Erwerbsleben über. Eine Zeit zum Ausprobieren, zum sich Entwickeln wurde den Jugendlichen, wenn sie nicht gerade Adel oder Bürger-

tum angehörten, nicht zugestanden. Ab 1880 etwa wurde die Jugend dann als Problemgruppe identifiziert. Hierzu zählten vor allem junge Männer der Arbeiterklasse, denen ein Hang zur Kriminalität, Verwahrlosung und zum Sozialismus unterstellt wurde. Jugend blieb ein ambivalenter Begriff, sie war »Trunkenheit ohne Wein« (*Johann Wolfgang von Goethe*). Auch die beginnende Jugendforschung befasste sich Anfang des 20. Jahrhunderts hauptsächlich, inspiriert durch Freud, mit den psychologischen Krisen des Jugendlichen und der Pubertät.

Eine positive Umdeutung erfuhr der Begriff erst durch die Heranwachsenden selbst. Der *Wandervogel* als erste deutsche Jugendbewegung machte Jugend zum positiven Identifikationsangebot, wenn auch nur für eine Minderheit. Später, nach dem Ersten Weltkrieg, brauchte das deprimierte Deutschland wieder etwas, worauf sich Hoffnungen gründen ließen: Jugend als Aufbruch in eine strahlende Zukunft wurde zu einem Mythos, dessen sich auch die Nationalsozialisten bedienten. Schon damals geriet dieser Mythos unter Beschuss: Kritiker warfen den westlichen Gesellschaften in den 30er Jahren vor, einem Jugendwahn zu erliegen. »Ein Geist allgemeiner Hanswursterei weht durch Europa«, schimpfte Ortega y Gasset.

Nach dem Zweiten Weltkrieg war weniger vom Jugendwahn etwas zu spüren als von einem tiefen Misstrauen gegen sich herausbildende Jugendkulturen. *Rock'n'Roller*, *Beatniks* und *Gammler* galten den meisten Bundesbürgern – und vielen ihrer Altersgenossen – im harmlosesten Fall als Spinner, im schlimmeren als gefährlich. Jugendkulturen, selbst wenn ihnen nur eine Minderheit der jungen Generation angehörte, wurden ver-

standen als das, was sie sein wollten: Eine bewusste Abgrenzung von den Alten und ihrer Art zu leben. Auf die Idee, diesen Jugendlichen nachzuäffen, kam wohl niemand, der die 30 hinter sich gelassen hatte. Die 68er taten das ihre, um die Kluft zwischen den Generationen zu vertiefen. Aber die auch durch sie bewirkte Öffnung der Gesellschaft machte den Weg frei für das, was heute als Jugendwahn bezeichnet wird. Der Weg ins Erwachsenenleben war nicht mehr in festen Bahnen vorgezeichnet. »Alternative« Lebensentwürfe wurden legitim.

Was damals begann, führt heute zu einem fast völligen Verschwimmen der Grenzen zwischen Jugend und Erwachsensein. »Wann werden wir endlich erwachsen«, fragte die *Generation Praktikum* in ihrem Zentralorgan, der Zeitschrift NEON. Wenn es so ist, dass Erwachsensein auch durch ökonomische Unabhängigkeit markiert ist – vielleicht nie? Für um die 30-Jährige, bei denen der Dauerauftrag der Eltern nach Ende des Studiums einfach weiter läuft, die sich von Praktikum zu Praktikum, von Job zu Job hangeln und ihre Abende in hippen Szenebars verbringen, lässt sich die Adoleszenz unbegrenzt ausdehnen. Man lebt in Berlin oder Hamburg, könnte sich aber auch vorstellen, nach Frankfurt oder München zu gehen. Ein Leben auf Probe scheint möglich, und nach jedem Fehlversuch beginnt ein neues.

Aus Jugend, einer Altersphase zwischen 15 und 25 Jahren, ist Jugendlichkeit als Lebensgefühl geworden. In der so genannten *All-Age-Gesellschaft* der nivellierten Generationengrenzen macht sich jeder seine Welt, so wie sie ihm gefällt. Da gibt es 50-Jährige, die ihre Tage mit dem *Mac* im Café verbringen und gerade von einem Kurztrip aus Tokio zurückgekehrt sind (»Harajuku ist *das* Viertel«) und 30-Jährige, die mit dem Gehalt ihres unbefristeten Jobs die Raten fürs Eigenheim und den ersten Familienkombi abbezahlen.

Und was sagt die *echte Jugend* dazu? (Schließlich gehört man mit 30 wohl kaum mehr dazu!) Die gehört einer pragmatischen Generation an, hat die SHELL-Jugendstudie herausgefunden, und lehnt es ab, sich in jugendliche Scheinwelten zu flüchten. Inmitten einer Gemengelage aus gesellschaftlichen Problemen (demografischer Wandel) und persönlichem Fortkommen (Arbeitslosigkeit) sucht sie nach Lösungen, weniger optimistisch als noch vor vier Jahren, aber: »Aufstieg statt Ausstieg« bleibt die Devise der Jugendlichen. Sie suchen individuelle Wege und schaffen Strukturen, in denen sie weiterkommen können«, fassen die Jugendforscher die Ergebnisse der jüngsten SHELL-Studie von 2006 zusammen. Sie befragt Menschen zwischen zwölf und 25 Jahren, also die wirklich Jungen. Und stellt fest: Die finden es gar nicht erstrebenswert, *forever young* zu sein. Wer gerade die Pubertät hinter sich gelassen hat, ist froh, dass er sie überstanden hat. Wirklich Jugendliche stehen vor dem Dilemma einer scheinbar unbegrenzten Auswahl an Geschlechterrollen, Jugendkulturen, Ausbildungswegen und Lebensmodellen – und einem Konformitätsdruck, der nirgends so hoch ist wie unter Schülern sowie ökonomischen Zwängen, die sie erst einmal nicht ändern können. Schwer vorstellbar, dass dies das positive Jugendbild ist, von dem der 50-Jährige im Café sich nicht lösen will.

So wie der Jugendwahn oder die Jugendlichkeit wenig mit der real existierenden Jugendgeneration zu tun hat, tritt auch in der Klage über *die* Jugend diese Generation eher in den Hintergrund. Was zählt, ist das Jugendbild dessen, der klagt. Und da ist, seit der ruhmreichen Revolution der 68er, immer wieder von der angepassten Jugend die Rede. Sie habe keine Meinung, sei unpolitisch und nur mit sich selbst beschäftigt. Sie möge sich erheben, gegen *Hartz IV*, den Klimawandel, die *Rente mit 67*, was auch im-

mer. Aus der vermeintlichen Untätigkeit der Jungen auf diesem Gebiet ziehen die Alten den für sie einzig möglichen Schluss: Sie sind die besseren Jungen. *Hip*, aber mit Haltung. So erledigen sie die Arbeit der Jugend – und die Jugend gleich mit. Auf dieses Problem weist auch die SHELL-Studie hin, die in ihrer Untersuchung zum Verhältnis jung zu alt zwei Arten von Alten unterscheidet. Auf der einen Seite die Hochbetagten, die zur Aufbaugeneration der Bundesrepublik zählen und denen die Jugendlichen respektvoll gegenüberstehen. Ihre Lebensleistung müsse belohnt werden, so die einhellige Meinung. Anders sieht es bei den *jungen Alten* aus: Die 60-Jährigen, die Rockkonzerte besuchen und modisch gekleidet in Rente gehen, stehen mit ihrer Haltung quasi unbegrenzt zur Verfügung. Und werden so für die wirklich Jungen zur Konkurrenz.

»Wenn die Alten jung sind, mögen sich die Jungen zu Recht sagen, dann müssen wir eben alt sein«, schreibt Gerhard Matzig (Jahrgang 1963) in der SÜDDEUTSCHEN ZEITUNG. Und weiter: »Gegen die behauptete Jugendlichkeit und künstliche Unkonventionalität helfen als einzig verbliebene Distinktionsmöglichkeiten nur die behauptete Konventionalität und die künstliche Alterung.« Und der spöttische Blick auf diejenigen, die aus lauter Angst vor dem vermeintlichen Alter an einer Jugend festhalten, die den wirklich Jungen allenfalls ein Kopfschütteln abnötigt. Mit ihnen rechnet die Autorin Harriet Köhler (Jahrgang 1977) in der ZEIT ab: »Eine 40-Jährige, die *Hello-Kitty*-Handtaschen trägt, ist kein Kind. Und nicht erwachsen werden zu wollen, bedeutet etwas anderes als jugendlich zu sein. Es gibt nur eine erste Zigarette, danach ist man einfach nur Raucher.« Köhler fordert: »Gebt der Jugend ihre Exklusivität zurück. Vielleicht entwickelt sie dann ja ein Bewusstsein dafür, eine andere, neue Generation zu sein.«

Aber vielleicht soll genau das verhindert werden. Vielleicht graben jene, die ein »Methusalem-Komplott« schmieden wollen, der Jugend das Wasser aus ganz anderen Gründen ab, nämlich um die eigene Zukunft zu schützen? Jugendwahn als Vorwärtsverteidigung gegen die Abschiebung in die Bedeutungslosigkeit. Früher hat sich die Jugend wenigstens noch die Mühe gemacht, gegen die Alten zu kämpfen. Um den angestrebten Platz des Vaters einzunehmen, musste der, zumindest symbolisch, getötet werden. Das war, so paradox es klingt, auch Ausdruck der Wertschätzung für die Altvorderen. Heute gilt das Leben der Eltern den Wenigsten als erstrebenswert. »Ich liebe meine Eltern, aber so wie sie will ich nicht leben«, ist ein viel gehörter Satz. Und trotzdem fahren zu Weihnachten alle wieder nach Hause und feiern den Heiligabend mit 32 noch so wie mit zwölf. Was für frühere Jugendgenerationen noch ein Feindbild war, wird zur Folklore. Gegen die Lebensweise der Eltern zu kämpfen ist vollkommen unnötig, man sucht sich eben seine eigene.

Das dürfte für viele Ältere schwerer zu ertragen sein als jeder Generationenkampf. Die Reaktionen darauf sind unterschiedlich. Während die Methusalems sich den Jungen entschieden in den Weg stellen und ihre Rechte einfordern, folgen die anderen ihren Kindern in die Jugendlichkeit. So werden Alter und Jugend, ähnlich dem Übergang von *sex* zu *gender*, von biologischen Kategorien zu sozialen und kulturellen Konstrukten. Doch während *Jugend* eine selbst gewählte Konstruktion ist, die sich jeder selbst mit positivem Inhalt füllt, bleibt *Alter* eine fremd zugeschriebene Kategorie. Alt sind immer nur die anderen: Diese Binsenweisheit beschreibt das Lebensgefühl der meisten Menschen bis weit in die 80er Lebensjahre hinein. Und alte Menschen reagieren in ihrem Selbstbild auf die Zuschreibungen der Gesellschaft. Exempla-

risch beschrieben hat dies die frühere Familienministerin Ursula Lehr in ihrer bereits 1972 zum ersten Mal erschienenen *Psychologie des Alterns*. »Das gesellschaftliche Bezugssystem erscheint danach als bestimmender Faktor für das eigene Selbstbild und das eigene Selbsterleben«, schreibt Lehr. Das ist heute noch so wahr wie vor 35 Jahren – aber mit ganz anderen Konsequenzen. Das frühere Altenbild hat Menschen eingeschränkt. Sie sahen sich einem Katalog von Verboten gegenüber, Dingen, die man ab einem gewissen Alter »nicht mehr machte«. Heute ist das Gegenteil der Fall: Von den Alten wird erwartet, dass sie alles mitmachen: Tanzen, Bergsteigen, im Internet surfen und um die Welt segeln: In der *All-Age-Gesellschaft* sind diese Aktivitäten nicht mehr der Jugend vorbehalten. Das Alter als Ruhebetten ist ver-

schwunden. Die Wirtschaft kann es sich nicht leisten, Menschen ab 60 zum alten Eisen zu erklären. Schließlich werden die Alten gebraucht. Auf dem Arbeitsmarkt, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken und die Rentenkassen zu entlasten. Und auf dem Konsumgütermarkt, um all die *iPods*, *Sneakers*, *Harleys* und Luxusreisen zu kaufen.

So kommt die *All-Age-Gesellschaft* weniger den psychologischen Wünschen und Bedürfnissen der zwanghaft Jugendlichen entgegen als denen der Marktwirtschaft, die für ihre Güter Abnehmer in allen Altersschichten braucht.



Astrid Hackenesch-Rump  
(\*1974)  
lebt als freie Journalistin in Berlin.

Peter Pragal

## Alte werden gebraucht

*Die Zeiten des Jugendkultes gehen zu Ende*

Die drei Frauen, die auf Zeitschriftenseiten und Plakatwänden für eine Hautcreme warben, erregten Aufsehen. Nicht weil sie nackt waren. Das gehört bei Kampagnen, mit denen Konsumgüter angepriesen werden, zum Alltag. Es waren auch nicht die Posen der Models, denen die gesteigerte Aufmerksamkeit der Betrachter galt. Der besondere Reiz der Darstellung lag ausschließlich in der Tatsache, dass die Frauen graue Haare hatten und zwischen 54 und 63 Jahre alt waren. »Schönheit kennt kein Alter«, stand quer über den Fotos.

Die von der New Yorker Fotokünstlerin Annie Leibovitz im Auftrag einer Kosmetikfirma gestaltete Aktion zu Vermarktung einer »Pflugeserie für anspruchsvolle

Haut« kennzeichnet auf spektakuläre Weise einen Wandel in den Werbestrategien der Wirtschaft. Hatten früher nur junge, schöne Menschen das Privileg, Kunden zum Kauf von Waren zu verführen, so werden die Konsumenten, speziell die älteren unter ihnen, nunmehr auch von Models angesprochen, deren Körper und Gesichter von Lebenserfahrung geprägt sind.

Der Einsatz der Grauhaarigen in der Werbung folgt dem Trend, das Alter als Wirtschaftsfaktor stärker wahrzunehmen. Jahr für Jahr nimmt der Anteil älterer Menschen in unserer Gesellschaft zu. Im Jahr 2020 werden 30 Prozent der Deutschen älter als 60 Jahre sein. Handel und Industrie stellen sich bereits darauf ein. Einzelne Supermärkte zeichnen ihre Wa-