

## Hedonisten

### 1) Lifestyle-Hedonisten

Das nach aufregendem Lifestyle und Glanz strebende Erlebnismilieu der (unteren) Mitte. Primäre Sphären sind Fashion, neue Medien und jederzeitige Kommunikation mit engen Freunden. Streben nach auffälligen und glänzenden Oberflächen. Outfit und neue Kommunikationsmedien als wichtiges Ausdrucksmittel.

#### Grundorientierung

- Looks aus Zeitschriften und Medien; populäre Prestigemarken (meist als Fakes; das Emblem genügt): D&G, Gucci, Ray Ban, DKNY, Louis Vuitton, Chanel u. a.: Marken als äußere Symbole zur Produktion innerer Erlebniszustände und um Wirkung zu erzeugen. („*Ein bisschen sein wie ...*“; „*Ein bisschen scheinen wie ...*“)
- Im Kontakt bleiben mit der bürgerlichen Gesellschaft und v. a. mit der Herkunftsfamilie: sich nicht abkapseln von der normalen Gesellschaft; von ihr nicht stigmatisiert oder gar diskriminiert (ausgestoßen) werden. Stattdessen: Die spannenden und vielfältigen Möglichkeiten und Angebote der Medien- und Eventgesellschaft auskosten ist elementares Grundbedürfnis. Makellos sein, die eigene Oberfläche stylen mit den Mitteln der Medien- und Produktgesellschaft – motiviert von dem Wunsch, bei anderen als besonders schön und zeitgemäß zu wirken (ausgeprägte Außenorientierung). (Schönes) Scheinen und (aufregendes) Erleben bestimmen das Sein. Zeigen, dass man nicht im Alltagsrott erstarrt, sondern lebendig ist, das Leben mit allen Sinnen aufsaugt und auslebt. Starke Wahrnehmung und Orientierung an aktuellen medialen Trends, Popikonen und Kultgegenständen
- Tendenz zu Jobs mit Lifestyle-Dekoration und Erlebnischarakter: Surf-Lehrer (auch als Ferienjob bei Reiseveranstaltern; Urlaubsanimateur); Café-Bar und Cocktail-Bar; Verkäufer in CD-Laden, Motorrad-/Bike-Laden, Young-Fashion-Boutique. Aber auch bedingt durch die Ausbildung teilweise auch im öffentlichen Dienst und in Konzernen als kleine / mittlere Angestellte. Oft Zeitverträge und dann eine diskontinuierliche und kurzfristige Berufs- und Lebensperspektive, die zentraler Bestandteil des Lebens im Hier und Jetzt ist
- „Arbeit ist Mittel zum Zweck!“: Beruflich hohe Anpassungsfähigkeit, z.B. an geforderte konventionelle Kommunikations- und Arbeitsformen; Höflichkeit und Erwartungen erfüllen: selbst auferlegte und trainierte hohe Frustrationstoleranz: Das eigentliche Leben findet in der Freizeit statt; um sich diese(s) leisten zu können, muss man im Pflichtleben funktionieren, unauffällig sein (Sicherung des Jobs)
- Jederzeitige Demonstration von Spontaneität, Jugendlichkeit, Lebendigkeit, körperlicher und erotischer Attraktivität

### Alltagsphilosophie

- Sich aufregende Erlebnisse mit Thrill und Action gönnen
- Stressfreiheit: den Erwartungen und dem Druck des Umfelds ausweichen

### Ausstrahlung

- Sich an Stars und Sternchen orientieren: Glamour zeigen und inszenieren
- Popmedialer Jugendlichkeits- und Body-Kult (körperbetonte enge Kleidung, Demonstration der männlichen/weiblichen Vorzüge), die in diesem Milieu mächtige Lifestyle-Normen sind und innerhalb des Milieus wichtige Symbole für Zugehörigkeit sind (bereiten älteren Milieugehörigen aber zunehmend Probleme)

## 2) Subkulturelle Hedonisten

Stilistische, weltanschauliche und moralische Counter-Culture zur bürgerlichen Leistungsgesellschaft. Selbstbewusste Selbstverortung am unangepassten modernen Rand der Gesellschaft. Identität als unangepasste und freie Menschen, die das tun, wozu sie Lust haben (und nicht, was ihnen jemand vorschreibt).

### Grundorientierung

- Es geht darum, die eigenen Bedürfnisse nicht zu unterdrücken, sondern im Hier und Jetzt zu leben: Ausgeprägte Orientierung an kruden Erlebnissen
- Suche nach starken Reizen, Spaß an Tabuverletzung und Provokation, demonstrative Unangepasstheit; häufig Identifikation mit antibürgerlichen, „krassen“ Szenen und Gruppen (Fankulturen, Hardrockbands, Motorradclubs etc.). Nostalgisches Tradieren „großer Ereignisse“: 90s-Trash-Party, div. Motorradtreffen, Hard-Rock/Heavy-Metal/Gothic-Metal-/Dark-Metal-Konzerte (legendär: Wacken)
- Beheimatung in subkulturellen Szenen. Breites Spektrum an expressiven Ausdrucksweisen mit hoher Symbolkraft (Rasta – Irokese – Skin – Gothic – Metal – EMO u. a.)
- Den Werten, Moralvorstellungen, Vorschriften und Vorhaltungen der angepassten spießbürgerlichen Welt setzt man sich möglichst nicht aus. Präferenz für Jobs mit hohem Erlebniswert, freier Zeiteinteilung, hohem Selbstbestimmungsgrad (oft Gelegenheitsjobs, Zeitarbeit)
- Nur ungern liefert man sich dem Druck und der Kontrolle der Arbeitswelt aus: Sehnsucht nach einer beruflichen Tätigkeit, die den eigenen Bedürfnissen entspricht (DJ, Surftrainer, Animater an Urlaubszielen). Meist aber „normale“ Jobs, zu denen man eine äußere Distanz braucht, um damit zurechtzukommen (dann ist der Job notwendiges Übel zum Geldverdienen): Das eigentliche Leben findet in der Freizeit statt
- Wohlfahrtsstaatliche Einrichtungen (Jugendamt, Sozialhilfeamt, Bundesagentur für Arbeit u. a.) werden wahrgenommen als autoritäre Instanzen mit arrogantem Personal, von dem man diskriminiert wird. Projektion und Erfahrung, dass sich Mitarbeiter von Behörden ih-

- nen überlegen fühlen, einige sich als Richter ihrer Moral und ihres Lebensstils aufspielen, Vorschriften manchen und ihre Freizeit und Selbstbestimmtheit bedrohen
- Tendenz zu ungewöhnlichen Hobbys

### Alltagsphilosophie

- Die eigene Freiheit leben!
- Echt und authentisch ist man nur im Kreis von Gleichgesinnten
- Krass *und* cool sein; sich verweigern; sich nicht einspannen lassen

### Ausstrahlung

- Leben in Szenen
- Außenorientierung: von Kopf bis Fuß „konsequent“ und „radikal“ den eigenen Look durchziehen
- Null-Bock-Generation – die aber auf anderem Terrain enorme Aktivitäten entwickeln kann