



Trend- und Zukunftsforscher Tristan Horx gehört der Generation Y an. Er gibt als Speaker und Publizist Denkanstöße zu breitgefächerten Themen. Der studierte Kultur- und Sozialanthropologe lehrt an der Hochschule Heidelberg Trendforschung und arbeitet derzeit gemeinsam mit seinem Vater Matthias Horx an einem Werk zum Thema Epochenwandel. Der 30-Jährige blickt optimistisch in die Zukunft. Man müsse sie gestalten und dafür kämpfen.

Foto: Horx

TW: Ruhe und Realismus statt überbordende Exzesse. Sie blicken von einer anderen Warte auf das Geschehen, beobachten die gesellschaftlichen Strömungen. Wie ordnen Sie diesen extremen Wandel ein?

Tristan Horx: In der Welt der Mode bin ich kein Experte, ich sehe jedoch die Zusammenhänge. Es wurde eine Zeitlang versucht abzulenken mit viel Farbe und Sexyness. Doch jetzt bricht die Realität über alle endgültig herein. Wir als Menschen können den Weltschmerz lang ganz gut ignorieren. Aber irgendwann gewinnt er Überhand. Jetzt ist es so weit. Das ist meine Erklärung dafür.

Wie kann sich das in Mode zeigen?

Ich kann mir vorstellen, dass etwa die Gothic-Richtung ein Comeback haben wird. Gerade jetzt, wo alle Themen so hochpolitisch sind. Bei dem Konflikt in Gaza und Israel darf man den Palästinenserschall nicht vergessen. Das war eines der starken Symbole aus der Reihe der Identifizierungskleidungsstücke. Man sieht, wie politisch Mode ist. Aber in großem Stil ist er nicht mehr als Trend zurückgekommen – bislang. Vielleicht wissen die Menschen auch nichts über dessen Bedeutung.

Die junge Generation, der Sie ja auch angehören, beeinflusst sehr stark, was Mode wird und ist. Wie ist die Stimmungslage in diesen Kreisen aktuell?

Der Pessimismus der jungen Generation ist spürbar und messbar. Es gibt eine extreme Politisierung über die derzeitigen Kriege.

Die Informationen darüber fließen fast ausschließlich bei TikTok. Es gibt kein Entkommen. Die App, in der man früher blöde Tanzvideos geschaut hat, zeigt plötzlich nur noch tote Kinder. Dem Weltschmerz sind die jungen Menschen in einer zu hohen Taktung schutzlos ausgeliefert. Das muss man portionieren. Sonst kann man nicht empathisch werden, weil man sich dann sagt: Das ist so schlimm. Da kann ich eh nichts machen. Die Reaktion: Man dreht seine Empathie zu. Das zeigen die Stimmungsstudien bei den Jungen sehr stark.

Wer ist davon besonders betroffen?

Das sind vor allem die jungen Männer. Status kommt in diesem Zusammenhang in der jungen Influencer-Szene stark zurück. In Zeiten von Knappheit und Unsicherheit wird Besitz wieder attraktiver. Das klassische Rollenbild hat in seiner Simplizität zwar längst ausgedient. Doch sie sehnen sich danach, wieder Versorger der Familie zu sein. Das betrifft tatsächlich 25 bis 30 % der jungen Männer. Sehr überraschend. Hinzu kommt, dass viele in der heutigen Dating-Welt keine Chancen mehr haben.

Warum ist das so?

Durch das Online-Dating über Apps werden die unattraktiven Männer schnell aussortiert. Somit haben sie am Sexualmarkt keine Chance mehr. Frauen sind unabhängiger, selektieren stärker. Es gibt keinen schlechteren Zeitpunkt als heute, ein kleiner junger Mann mit Glatze zu sein. Was kann

ich dann machen? Das ist dann die Flucht in den Status mit Markenkleidung.

Welche Frauen passen zu diesen Männern?

Immer weniger. Aus diesem Grund sind die Männer so unerfolgreich beim Dating und bilden eigene männliche Blasen. Die Incel-Community zum Beispiel ist die Spitze des Eisbergs. Sie schließen sich zusammen und werden zu Frauenhassern. Den schlechtesten Ratschlag bekommen sie hier von den anderen Männern, die es auch nicht schaffen. Das kann nicht gut gehen.

Wie kleiden sich diese Männer mit den alten Rollenbildern? Ist da Fitnessstudio angesagt?

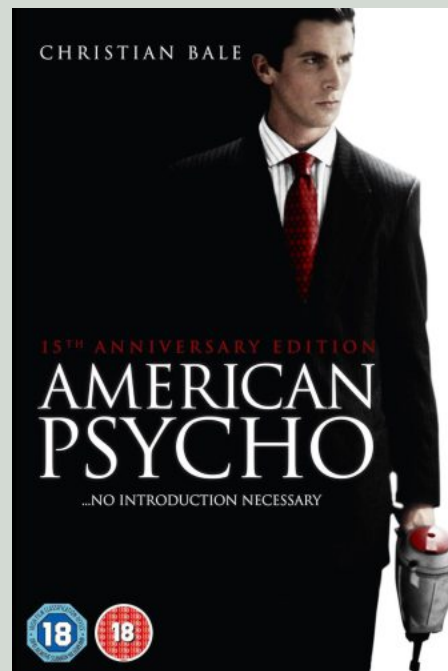
Nicht unbedingt, sie tragen Anzug, Dreiteiler. Das Gentlemanhafte. Kennen Sie den Film American Psycho? Der ist eine große Inspiration für diese Gruppe. Daran orientieren sich viele. Man sollte denen sagen, dass der Film eine Parodie ist und von einer Frau produziert wurde. Das Drehbuch stammt übrigens von einem homosexuellen Mann. Das wird denen gar nicht gefallen, wenn sie es wüssten. Eine schräge Nummer.

Themen wie das Gendern oder Rassismus-Diskussionen werden ja oft von Frauen angestoßen. Warum ist das so?

Seit 20 Jahren besteht Parität bei den höheren Studienabschlüssen bei Männern und Frauen. Mittlerweile liegt die Quote bei 60/40. Die Frauen sind besser gebildet. Wenn man das meritokratische System ►

„DER WELTSCHMERZ GEWINNT ÜBERHAND“

Die jüngsten internationalen Designerschauen haben die Zeichen auf Realität und Pragmatismus gesetzt. Woher kommt diese starke Strömung? Ist das Dopamin-Dressing nach Corona endgültig vorbei? Trend- und Zukunftsforscher Tristan Horx nimmt uns mit in seine Analysen.



Vorbild für mehr als ein Viertel der jungen Männer: Der Film American Psycho mit den gentleman-likes Outfits.



Foto: Martin Veit

Die Realität bricht über alle herein. Dark-Fashion mit Leder und Glanz weist in die Zukunft. *Coach*

hätte, also der kompetentere an die höhere Position käme, hätten wir auch mehr Frauen in Führungspositionen. Grundsätzlich ist es eine Dynamik, dass speziell in den Geisteswissenschaften viel mehr Frauen zuhause sind. Sie dominieren diese soziologischen und kulturellen Studien. Den Ingenieuren dagegen ist es doch herzlich egal, wie die großen Kulturkämpfe ausgehen. Frauen arbeiten sich hier deutlich weiter vor.

Wie kleiden sich genau diese gebildeten modernen Frauen heute, vor allem, wenn sie Führungsanspruch haben?

In der Generation Z gibt es sehr dominante und selbstbewusste Frauen. Sie tragen weniger Kleidungsstile, die zu ihrer Sexualisierung beitragen wie bauchfreie Oberteile, High Heels oder Miniröcke. Außerdem wird weniger Perfektionismus gefordert.

Sie arbeiten ja unter anderem an der Hochschule in Heidelberg. Was treibt Ihre Studentinnen und Studenten um?

Ich mache mit ihnen vor allem ausgearbeitete Trend-Berichte. Da kommt unglaub-

lich viel über nachhaltige Mode und Kosmetik zur Sprache. All das, was zu diesem Kosmos gehört – die ganze Zeit. Fast Fashion, Body Positivity und so weiter.

Mit Blick auf diese Konsumthemen: Was wird in Zukunft bestimmend sein?

Zum einen die Turbo-Individualisierung. Sie ist längst da. Alle wollten unterschiedlich sein. Eine hohe Vielfalt ist entstanden. Wir sind in einer Epochenwende angekommen. Das spüren wir alle. Wir arbeiten im Zukunftsinstitut gerade an diesem großen Thema. In Omni-Krisenzeiten bewegt man sich von einer Epoche in die nächste. Kreativität ist in solchen Momenten meist auf dem aufsteigenden Ast. Jetzt erleben wir noch den Pragmatismus. Aber man muss ja auch sagen, die Modewelt war lange Zeit total exzentrisch und verrückt. Und dann die schnelle Abfolge. Die 80er kommen wieder. Alle zwei Wochen ein neuer Trend: 60er, 70er, 90er. In Mega-Taktung. Aber wenn die Kaufkraft niedrig ist, macht das wenig Sinn. Die Konsumschwäche bricht die Fast Fashion-Logik. Wäre gut, wenn sich das beruhigt.

Stichwort Epochenwandel. Wovon ist er getrieben? Woran machen Sie ihn fest?

Wir haben zwar immer schon viel genörgelt. Aber wenn man in globale Statistiken hineinschaut, dann wird klar, der Menschheit geht es immer besser. Bei allen Indikatoren wie Lebenserwartung, Gesundheit, Lebensglück, Einkommen. Alles ist immer besser geworden. Langsam sind wir an einem Punkt, an dem diese Zahlen rückläufig werden. Der Tipping Point ist erreicht. Es ist ein Zyklus, den man über die Generationsforschung erkennen kann.

Können Sie das konkretisieren?

Das Industriezeitalter war geil. Gerade in Deutschland waren wir sehr erfolgreich. Aber es ist langsam vorbei. Den Übergang kann man historisch sehen. Oft wurde der Umbruch von Kriegen und Pandemien hervorgerufen. Das führt zu Krisen in allen Systemen. Man denke an die Renaissance. An die Kriege im 20. Jahrhundert, an die spanische Grippe. Danach geht es bergauf. Das hat vor allem demografische Gründe. Oft war es so, dass nach Pandemien die alten und schwachen Menschen verstorben sind, die die Systeme belastet haben. Das

führt zu einem starken Wirtschaftswachstum. Das passiert nun nicht so deutlich. Da brechen sich die Muster. Dafür haben wir haben Corona zu gut in den Griff bekommen. Das kann man als Zivilisationsfortschritt sehen. Dann wird die Frage sein: Wie lange dauern die dunklen Zeiten? Und die nächste Frage ist noch spannender. Werden wir überhaupt merken, dass sie vorbei sind? Das liegt daran, wie unsere kommunikativen Medien arbeiten, weil sich nur negative Nachrichten verbreiten. Es kann sein, dass wir schon auf dem aufsteigenden Ast sind und alle nur berichten, dass alles immer schlechter wird.

Woran machen Sie das fest?

Man hat in der Corona-Zeit doch jedes Unternehmen und viele Menschen gerettet. Letztlich ist alles gar nicht so schlimm gekommen. Deshalb war der Post-Pandemie-Effekt nicht so groß. Gut, wir haben auf Pump gelebt. Dann kann der Effekt, den eine Pandemie normalerweise hat, nicht eintreten. Das war eine beeindruckende Leistung vor dem Hintergrund einer vernetzten Weltwirtschaft, dass wir trotz harter Pandemie eine Bankenkrise verhindert haben.

Kommt die jetzt? Oder welche anderen Problemfelder tun sich auf?

Jetzt kriselt es ein wenig. Dann müssen wir sehen, wie wir aus dem Industriezeitalter heraus ins Postfossile kommen. Stichwort Klimafrage. Außerdem interessiert mich der Komplex Arbeit, Produktion, Automatisierung, Künstliche Intelligenz sehr. Ein weiterer Knackpunkt sind die Sozialen Medien, denen wir ordentlich Dampf machen müssen. Das ist auch eines meiner Lieblingsthemen. Es ist eine zombihafte Mischung aus halbrepletiert, aber profitgetrieben – da geht es zu wie im Wilden Westen. In diesem Feld befinden wir uns noch in der Pubertätsphase. Wir werden natürlich diese Omnikrise überstehen. Es ist Blödsinn, jetzt was anderes zu sagen.

Für einen 30-jährigen sind Sie ein ziemlich Social Media-kritischer Typ, oder?

Wenn ich sehe, was da abgeht, kriege ich die Krise. Der Umgangston nervt mich. Selbst bei LinkedIn gibt es viel politischen Unsinn. Aber das ist noch erträglich. Generell müssen sich Journalisten in den Medien über ihre moralische Verantwortung Gedanken machen. Wir sind im Informationszeitalter. Die Kuratoren von Informa-

„Der Pessimismus der jungen Generation ist spürbar und messbar. Es gibt eine extreme Politisierung über die derzeitigen Kriege.“

Tristan Horx
Zukunftsforscher

tionen haben einen immer höheren Stellenwert. Es gibt da keinen Eid, wie bei den Ärzten. Das wird man lösen müssen.

Fragen der Verantwortlichkeit gewinnen auch in der Modebranche zunehmend an Relevanz. Wie bewerten Sie in diesem Zusammenhang Zukunft und Chancen der Nachhaltigkeit?

Die Branche braucht noch Zeit.

Hat sie die Zeit? Glauben Sie an technische Lösungen für das CO² Problem? Oder geht es um Verzicht?

Es wird nur technisch gehen. Ich glaube sicher an gute Lösungen. Wir leben in einer Konsumgesellschaft, deshalb wird es nicht anders funktionieren. Es bewegt sich langsam in die richtige Richtung. Echte, nachhaltige Kleidung muss erkennbar sein und vor allem zum Statussymbol aufgebaut werden. Das funktioniert bei den jungen Leuten schon so. Es wird immer gesagt, alle reden von Nachhaltigkeit und dann gehen sie zu Primark. Das liegt aber an der Kaufkraft, denn heute haben auch Studenten hohe Fixkosten und können sich mitunter nichts anderes leisten. Wenn sie sich entscheiden könnten, würden viele wesentlich nachhaltiger kaufen.

Welche Rolle spielen in diesem Zusammenhang Aspekte wie Handwerk und Unikate?

Echtes Handwerk und Handwerker haben doch gewonnen. Jetzt braucht keiner mehr IT-Fachkräfte. Die Kunstform wird ihren

Stellenwert behalten. Auch gesetzliche Regelungen in Richtung Second Hand werden dem Handwerk zugute kommen. Um die würde ich mir also keine Sorgen machen. Die Massenherstellung wird immer automatisierter. Die individualisierte Massenherstellung wird noch lange von Bedeutung sein. Bis dahin haben das Unikat und Derjenige, der es herstellen kann, gute Karten.

Was tragen Sie persönlich eigentlich, Unikate?

Ich trage immer dasselbe. Nur Schwarz, Schwarz, Schwarz und dazu weiße Sneakers.

Mögen Sie bestimmte Brands?

Ich mag The Kooples sehr gerne. Ich habe einen Anzug, der hat schon vier Jahre durchgehalten. Dann mag ich Mud Jeans. Und, nun ja, das ist ein Klischee, aber ich bin ziemlicher Boss-Fan. 85 % meiner Kleidung ist von Boss. Ich weiß nicht warum. Meine Assoziationen kommen oft aus dem Nichts. Aber insgesamt kaufe ich sehr wenig Kleidung. Ich gehe auch nicht shoppen und erst recht nicht online.

Mein Fazit: Wir befinden uns trotz vieler Krisenherde derzeit eher in einer Art Atempause. Aber wir müssen hart an der Transformation arbeiten. Was kommt danach?

Danach kommt ein verdammt geiles Zeitalter. Dann geht es richtig los. Dann kann ich vielleicht auch ins Weltall. Wir werden weniger arbeiten, mehr erleben. Diese These ist noch frisch und wird von uns noch bearbeitet.

Woher nehmen Sie diesen Optimismus?

Aus der Zukunftsforschung. Die Menschheit ist immer besser geworden. Mit leichten Rückschritten. Man kämpft gegen die Romantisierung der Vergangenheit an. Das machen die Menschen immer, wenn sie zu faul sind, nachzudenken. Man beschäftigt sich mit Trends aus den letzten 2000 Jahren. Die Hälfte meiner Vorfahren sind Historiker, ich bin so aufgewachsen. Man muss das bigger Picture aufrufen. Zudem verabschieden sich die Baby-Boomer in den Ruhestand und überlassen endlich den jüngeren Generationen die Entscheidungen. Sie haben ein Anrecht auf Überarbeitung der alten Systeme. Dann kann es klappen. ■

DIE FRAGEN STELLTE CHRISTEL WICKERATH