

NAVIGATOR

Der Newsletter von SINUS SOCIOVISION

Ausgabe 4/2007

Insight

Moderner Status in Deutschland

Über die Konjunktur des kulturellen Kapitals

Folgt auf die handfest-materialistische Statussymbolik der Vergangenheit nun eine Ära postmateriellen Prestiges? Nicht ganz: Sozial- und Konsumkritik sind immer noch nicht wirklich statu strächtigt. Personale Kompetenz im Sinne von Weitblick und Durchblick aber schon.

Es ist ein Gemeinplatz, dass eine aufdringliche, protzig daherkommende Zurschaustellung von Geld heute nichts mehr mit glaubwürdigem Sozialstatus zu tun hat. Neureiche Profilneurosen, akustisch aufwändig inszenierte PS oder eine private Villa Kunterbunt, vollgestopft mit teuren Design-Trophäen aus aller Welt, sind im besten Falle mutig und individualistisch – statusrelevant, d. h. für eine gehobene Klientel attraktiv oder gar nachahmenswert sind sie schon lange nicht mehr.

Allerdings haben die statusbewussten Leitmilieus - Etablierte, Postmaterielle und Moderne Performer – mittlerweile auch die Phase der betont subtilen, nur dem Insider sich offenbarenden Distinktionsspielchen hinter sich gelassen. Die späten 1990er Jahre, in denen die Arrivierten maßgeblich vermittlels solcher ästhetischer Codes ihren Status kommunizierten beziehungsweise sich ihrer Kennerschaft versicherten, um sich vom plump hedonistischen, spaßorientierten Mainstream abzusetzen, sind einer neuen Etappe gewichen. Heute ist vorne, wer "Ahnung hat" und "durchblickt" – per Bildung, Wissen, Netzwerk, Erfahrung und personaler Kompetenz.

Der Sozialtheoretiker Pierre Bourdieu beschrieb ein sich aus diesen Quellen speisendes Prestige bereits Ende der 1970er Jahre als "kulturelles Kapital": Als ein soziales Medium, das wie ökonomisches Kapital (Geld, Besitz) eingesetzt werden kann, um im gesellschaftlichen Miteinander "Mehr-Wert" zu erzeugen. Und genau wie sein monetäres Pendant muss auch das kulturelle Kapital knapp gehalten werden, um begehrt zu sein. Die intellektuelle, mentale oder personale Kompetenz, um die es hier geht, kann nicht einfach gekauft, kurzfristig erworben, geborgt oder sonstwie instrumentell beschafft werden. Sie setzt vielmehr eine soziale Privilegiertheit voraus, die zu tun hat mit (Allgemein)Bildung, mit der Kenntnis kultureller Besonderheiten und Verhaltensmuster – etwa zeitgemäßer Benimmregeln –, mit einem feinen Gespür für soziale Lagen bzw. unterschiedliche Kreise sowie mit einem Talent zum "Self-Branding".

Was insbesondere bei jungen, gut gebildeten, modernen Milieus zieht bzw. Wetteifer auslöst, ist die soziale Performance einer Person in einem breiten, generalistischen Sinne. Das Spektrum der Attraktoren reicht dabei von Ich-Vertrauen und Fähigkeiten des Selbst-Managements über Empathiefähigkeit (die oft beschworene "emotionale Intelligenz") bis hin zu Erfahrungen, die einem privilegierten Dasein eben entsprechen: Bereits in jungen Jahren über den eigenen nationalen Tellerrand hinausschauen zu können; mit Hilfe eines Netzwerkes der "richtigen" Leute Menschen und Situationen einschätzen gelernt zu haben; und nicht zu vergessen: Medien- und Technobgiekompetenz.

Soziokulturelle Strömungen, die hier zum Tragen kommen, haben mit vermeintlichen "Trends" (im Sinne von Orientierung an Trendsettern bzw. Szenen) nichts zu tun. Vielmehr entwickelt sich in vorerst kleinen, Oberschichtigen Segmenten ein eigenständiger Markt der *Haltungen*. In ganz unterschiedlichen Bereichen beobachten wir derzeit die Ausdifferenzierung von Strategien des Selbstausdrucks. Bei zeitgemäßem Statusverhalten werden diese Strategien selbst zum Thema und beleuchten ein eigenes, neues Sehnsuchtsfeld des um Anerkennung buhlenden spätmodernen Ichs. Moderner Status heißt: Die intellektuellen und personalen Kompetenzen in tragfähige Lebensstilfacetten eines milieugemäßen Selbstausdrucks zu übersetzen. Das ist mühsam, langwierig, Gegenstand einer stetigen Arbeit am Selbst und letztendlich ein Effekt anhaltender Nachjustierung der eigenen Performance. Die, die das noch nicht geschafft haben, mühen sich redlich auf YouTube und Flickr, schreien immer, laut und multimedial "Hier! Ich!" und bleiben zu allermeist im Filter der profanen Aufmerksamkeitsökonomie hängen. Im qualitativen Sprung von solchen bloßen Posen zu echten *Haltungen* liegt die Wasserscheide der neuen, "feinen Unterschiede" – und eine der zentralen Quellen für Anerkennung, soziale Autorität und Charisma.

Mehr zum Thema "New Status" und zur Konjunktur kulturellen Kapitals in der aktuellen Sinus-Trendforschung.

Kontakt: Dr. Friederike Müller-Friemuth, (Tel. 06221 – 8089-12, [E-Mail](#))