

OPEN OHIR FESTIVAL

**Die Freie Projektgruppe
Thesenpapier 2010**

OPEN OHIZ FESTIVAL

Vom 21. bis 24. Mai 2010 auf der Zitadelle Mainz

Ja Nein Vielleicht – Hauptsache YEAH!

Ich packe meine Generation und nehme mit: Hauptschul-AbbrecherInnen, ElitestudentInnen, Emos, Ökos, Faschos, JuristInnen, Moment-GenießerInnen, Riester-PlanerInnen, Fashionvictims, WeltretterInnen, EgoistInnen, SkeptikerInnen, RevoluzzerInnen, SpalterInnen, Nichts-TuerInnen, WarmduscherInnen, Fast-Food-Junkies, FDP-WählerInnen, PrenzlbergerInnen, IndividualistInnen, Herdentiere, Asis, StreberInnen, SpießerInnen, Zecken...

Schnell wird klar, was alle wissen: Das Ganze ist mehr als die Summe aller Teile, unsere Generation mehr als die Summe aller Style. *Generation Y, Praktikum, Prekär* – die Medien geizen nicht mit Schubladen und Schlagwörtern und trotzdem sträubt sich alles gegen eine einheitliche Definition. Kann man jenseits der Altersgruppe von EINER Generation mit einheitlichen Problemen, Forderungen und Lebenswelten sprechen? Muss man das überhaupt?

Wer sind sie, die „Nuller“, die Millennials, die postadoleszenten Frühreifen? Was macht diese Menschen, zufällig alle zwischen 15 und 35 Jahre alt, zu einer Generation? Tschernobyl, Mauerfall und 9/11? Oder eher Handy, Internet und iPod? Warum zähle ich mich dazu oder warum gerade nicht? Werfen wir doch einen Blick in die Runde!

Wir schreiben das Jahr 2010 und ganz Deutschland ist vernetzt. Ganz Deutschland? Ja! Kein Dorf scheint sich mehr zu widersetzen. Die *Generation Flatrate* deckt sich ein mit Massenkommunikation – geiles Zeug! Und während die *Generation Facebook* eifrig intime Urlaubsbilder für die 10.000 engsten online-Friends hochlädt, verrät die *Generation Twitter* der Welt, wann und wo sie feiern geht. Plötzlich kommen die bösen Konzerne und sammeln all die heruntergelassenen Hosen der *Generation Datenhandel* ein, um damit ein Vermögen zu machen, indem sie die Hosen an andere Konzerne verkaufen. Das geht natürlich nur, wenn alle mitmachen. Hose weg? Egal! Die *Generation eBay* besorgt sich bequem von zu Hause aus ein neues Party-Outfit. Second Life für alle – aber nicht ohne mein Handy! Und wer nicht erreichbar ist? Für den/die gibt es leider keinen Re-Call. Die *Generation 2.0* ist sich einig: Wer keine Ahnung hat von Handy, Web und neuestem Office, kann nach Hause gehen. Er/sie gehört wohl eher zur mediennutzenden aber nicht -verstehenden *Generation Chips* und bestimmt auch zur *Generation Arbeitslos*. Vorurteile? Bitte gerne! Medienkompetenz als Schlüsselqualifikation, „SpäßnutzerInnen“ als (digitale) Unterschicht – Herzlich Willkommen in der grenzenlosen Welt der *Generation World Wide Web*. Pack Dein Jamba-Spar-Abo ein und dann fahren wir gegen die Wand. Die *Generation *lol** braucht kein direktes Gegenüber mehr, sie verabredet sich, frei nach Kant, online mit *Generation Flashmob* zum digitalen Weltverkleinern: Sapere Modem...Habe den Mut, Dich Deines Internets zu bedienen.

Doch die *Generation Billigflieger* sitzt ja nicht nur zu Hause rum und surft im Netz! Gerne wirft sie sich in die Rolle der *Generation Euro* und jettet – ganz den Prinzipien

der *Generation Grenzenlosigkeit* entsprechend – mal eben zum Shopping nach London, Paris oder Mailand. Unterwegs macht die *Generation Webcam* schnell noch einen Zwischenstopp, um die Fernbeziehung zu gruscheln. So viel Zwischenmenschlichkeit muss sein! Hat sich unsere *Generation Global Governance* dann erneut durch 1.000 Terror- und Sprengstoff-Scanner gedrückt, kann sie sich endlich wieder daheim vor das Media Center fallen lassen und die neuesten Nachrichten checken. Furchtbar, was in der Welt der *Generation Spiegel Online* alles passiert! Da hat die *Generation Solidarität* alle Hände voll zu tun, um die Angst vor Kriegen, Krisen, Klimawandel zu verarbeiten. Unsere kleine *Generation Terrorwahn* hat's wirklich nicht leicht!

Die Lösung: Weggucken! Sehet die *Generation Wohlstandskinder*, die sich als *Generation Politikverdrossenheit* weitestgehend raushält und sich höchstens als *Generation Yes We Can!* noch politisch euphorisieren lässt. Da wir ja gleichzeitig auch Teil der *Generation IchAG* und der *Generation Bild Dir Deine Meinung!* sind, entwickeln wir uns zur *Generation Multiindividualismus*. So geht der gesellschaftliche und politische Zusammenhalt der *Generation Anything Goes* allmählich flöten. Und alle so: „YEAH!“

JedeR will den Wettlauf der *Generation Wer Wird Millionär* für sich entscheiden, möglichst ohne der *Generation Burn-out* anheim zu fallen. Man kann auch sein Glück bei *Generation Topmodel* oder *Generation Supertalent* versuchen. Hauptsache, sie strengt sich an, die *Generation 24/7*, um sich zu beteiligen an der *Generation Aufschwung* und nicht allen anderen Generationen als *Generation Hartz IV* zur Last zu fallen. Schließlich hat die *Generation Demografischer Wandel* schon genug Unheil angerichtet. Da muss man sich die Rolle der *Generation Humankapital* schon gefallen lassen, denn, mal ehrlich, wer will sich schon aus der *Generation Freier Markt* ausschließen lassen?

Die *Generation Wachstum Für Deutschland* weiß am besten, wie man sich im internationalen Wettbewerb behaupten kann und darf deshalb über so wichtige Dinge wie Bildung bestimmen. So generiert sie die *Generation Bachelor* und die *Generation G8-Abitur* – man möchte fast sagen: *Generation Flatratelernen*. Das findet die *Generation Bildungsstreik* zwar nicht so gut; ist aber immer noch besser als in der Sackgasse zu landen, wie beispielsweise die *Generation HauptschulePlus*, das Sammelbecken der *Generation Migrationshintergrund*. Dabei ist auch wichtig, dass die *Generation ADHS* brav zum Arzt oder zur Ärztin geht, die sie als *Generation Ritalin* wieder verwertbar machen.

Die *Generation Multitasking* muss in unserer Gesellschaft funktionieren und überschlägt sich förmlich vor extrem ausdifferenzierten Softskills und mentalem Poweryoga.

Hier auch ein Gruß an die *Generation Praktikum* und ihr Schicksal „Arbeitsprostitution für ein DANKE SCHÖN“. Die Hoffnung auf einen langfristigen Lebensentwurf verliert sich irgendwo in der Dow Jones Welt der ArbeitgeberInnen aus der *Generation Geiz Ist Geil*.

Um diesen Frust zu kompensieren, rennt die *Generation Einzigartig* scharenweise zu H&M und IKEA, wo sie ihren massentauglich-individuellen Style findet. Vielleicht hat ja die *Generation iPhone* eine passende „App“ parat, um bei der permanenten Reizüberflutung des Alltags nicht den Überblick zu verlieren. Ist mein Leben „porno“ oder „stylish“ und wann legt das verdammte Becksschiff endlich zum Flatratesaufen an?

Doch was unsere *Generation NEON* wirklich berührt, muss schon einen würdigen Aufmacher haben. Ein Schnitt in den Finger lockt niemanden mehr hinter dem Ofen hervor. Abgetrennte Gliedmaßen und trauernde Menschen – sonst guckt da ja KeineR mehr! Nach diesem Schock muss die *Generation Hype* sich erstmal mit dem Megaevent des Jahres ablenken und wieder runterkommen: Känguruhoden fressende B-Promis und Mistgabeln schwenkende Junggesellen sind eh viel interessanter.

Die gegensätzlichen Alltagswelten prallen à la TV-Doku „Frauentausch“ immer stärker aufeinander. Die *Generation Entscheidungsneurose* sieht sich mit zunehmend inkompatiblen Rollenerwartungen konfrontiert. „Life Rollenspiel“ im wahrsten Sinne des Wortes.

Der ewige Schrei nach „Schneller! Besser! Individueller!“ birgt eine große Gefahr von Versagensängsten und von radikalen Forderungen nach der „guten alten Zeit“, dem damit verbundenen Rollenverständnis und anderen konservativen Werten. Eva Hermann hat den Tisch gedeckt und die *Generation Retro* kehrt mit Mamas Leggings und Opas Nerdbrille zurück zu den Werten ihrer Großeltern. Aus Alt mach Neu, denkt sich die *Generation Abwrackprämie*.

Die *Generation Breitband* ist geprägt von Schnellebigkeit. Sie rast flexibel voraus und erreicht das Ziel als *Generation Ausgebrannt*. Wer erfolgreich sein will, muss sich schnellstens neuen Gegebenheiten anpassen können, langfristige und nachhaltige Persönlichkeitserfahrungen bleiben dabei auf der Strecke. Geht es uns damit gut? Darauf findet selbst die *Generation Google* keine Antwort und kriegt die *Generation Krise*.

Alles klar? Blickt noch jemand durch? Nein? Wen wundert's!

Die Masse der Schlagwörter, die man verwenden könnte, geht gegen unendlich und doch ist keines davon in der Lage zu verdeutlichen, was uns als Generation wirklich vereint. Entspringt den Umständen, die wir als eine Generation durchleben, ein gemeinsames Bewusstsein, eine geistige Haltung, so unterschiedlich wir alle sind? Werdet einmal mehr mit uns zur *Generation OPEN OHR* und lasst uns gemeinsam diesen Fragen auf den Grund gehen! Seid ihr dabei? Und alle so: „YEAH!“