

Heiko Ernst

# Stil: die Signatur der Persönlichkeit

Individualität ist ein hoher Wert in unserer Kultur. Um als Person unverwechselbar, einzigartig und vielleicht sogar originell zu sein, müssen wir unsere Identität konstruieren. Dabei bedienen wir uns des reichen Repertoires an Stilen und Stilelementen, die uns zur Verfügung stehen. Wir entwickeln unseren Stil. So können wir die uns bedeutsamen Werte und Einstellungen ausleben

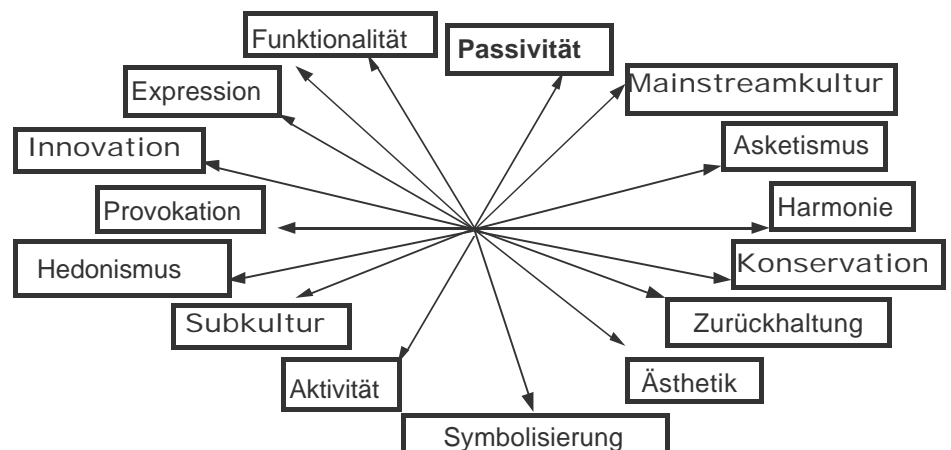
Stil ist die den ganzen Menschen umfassende Form des Selbstausdrucks, die Art, „wie man sich gibt“. Stil ist die Summe von Sprechweise, Auftreten, Umgangsformen, von Kleidung und Accessoires, aber auch von Geschmacksvorlieben und Konsumgewohnheiten. Der Stil eines Menschen ist das Destillat seiner sichtbaren Lebensführung. Kein größeres Lob als die Aussage: „Der/die hat Stil!“ Und kaum ein schlimmeres Verdikt gibt es als dieses: „Stillos!“, oder: „Das ist schlechter Stil.“ Gemeint ist damit immer die Abweichung von den *eigenen* Wert- und Geschmacksurteilen, von der eigenen Lebensart oder Kultiviertheit. Aber auch die Negation von Stilbewusstsein oder Stilwillen ist eine Aussage: Jeder Mensch hat, nolens volens, seinen Stil, auch die vermeintlich Stil- oder Geschmacklosen oder die bewussten Stilektiker. Auch ihr Stil ist eine Absichtserklärung: Das bin ich, das ist meine Lebensphilosophie. Auch sie zeigen, nonchalant oder trotzig, zu wem sie gehören, wem sie gefallen wollen.

Stil - das ist zum Beispiel das *fashion statement*, das man abgibt: Die Wahl

der Kleidung ist ein Signal für die erwünschte oder tatsächliche Zugehörigkeit zu einer gesellschaftlichen Gruppe. Der BWL-Student trägt Anzug und Krawatte, die Assistentin des Geschäftsführers ein Jil-Sander-Kostüm, der Althippie (oder der, der gern einer gewesen wäre) trägt noch mit 50 ausgebeulte Jeans und lange Haare. Der Rentner trägt beige und sandfarbene Popelinejacken — ein alterstypisches Kleidungsprogramm der Unauffälligkeit und der Anpassung.

Stil — das ist die mehr oder weniger sorgfältige, mehr oder weniger bewusste Gestaltung der eigenen Umwelt: die Einrichtung der Wohnung — Ikea, Stil-mix aus Ererbtem und Hypermodernem, Sachlichkeit, rustikale Gemütlichkeit; Stil — das ist auch das Auto: Sportflitzer, Familienkutsche, Jeep, Mmi; oder der Musikgeschmack — Heavy Metal oder Mozart, Abba oder Jazz. Der Stil eines Menschen drückt sich nicht zuletzt in seiner Lebensphilosophie aus: asketisch oder hedo-

## Die fundamentalen Stildimensionen





# Dem eigenen Stil auf der Spur

Ein Leitfaden, mit dem Sie Ihrer Form des Selbstaudrucks auf die Spur kommen. Er basiert auf dem Fragebogen der Stilbiografiestudie.

## 1. WOHNEN

Wo würden Sie am liebsten wohnen? Warum?

Was ist Ihnen wichtig an der Wahl der Wohngegend?

Wie ist Ihre Wohnung strukturiert? (Strikte Abgrenzung der Räume oder offene Struktur?)

Welche Räume und Gegenstände sind Ihnen besonders wichtig?

Wie würden Sie Ihre Einrichtung, die Prinzipien der Gestaltung charakterisieren? (Funktional, gemütlich, expressiv...)

Was würden Sie anders gestalten, wenn es die Möglichkeiten (bauliche Grenzen, Vorschriften des Vermieters, Finanzen etc.) zuließen?

Wie sähe die ideale Wohnung für Sie aus?

Wie hat sich Ihr Wohnstil entwickelt? (Frühere Wohnungen, angefangen bei der Wohnung der Eltern.)

Die Einflüsse: Wer, was hat die Gestaltung beeinflusst? Woher nehmen Sie Anregungen?

## 2. DIE TECHNOLOGIE

Welchen Grad an Technik haben Ihre verschiedenen Geräte im Haushalt? (Unterhaltungselektronik, Küchengeräte, Computer usw.)

Welche Bedeutung hat diese Technik für Sie? (Notwendiges Übel, Hobby, Spielzeug, Bequemlichkeit...)

Wie gehen Sie mit dem technischen Fortschritt um? (Biografische Entwicklung im Verhältnis zur Technik, Erneuerung von Geräten, Informationsgewohnheiten...)

## 3. DAS AUTO

Welchen Wagentyp fahren Sie - und warum gerade Diesen?

Was bedeutet Ihnen das Auto?

Wie sieht für Sie das ideale Auto aus - und welche Kompromisse machen Sie jetzt?

Wie sieht Ihre „Auto-Biografie“ aus? (Entwicklung der Typenwahl und des Geschmacks, wie geht es weiter: Welchen Typ würden Sie gerne fahren?)

## 4. DIE MEDIEN

Wie informieren Sie sich?

Welche Medien benutzen Sie für Ihre Unterhaltung?

Worüber informieren Sie sich, welche Themen sind für Sie Interessant?

Wie entwickelte sich die Biografie Ihres Medienverhaltens - etwa die Gewohnheiten aus Jugend/Studium, Abonnements, allmähliches Ausblenden bestimmter Informationen usw.?

## 5. DIE ARBEIT

In welcher Arbeitssituation befinden Sie sich? (Zufrieden/unzufrieden? Selbst gewählter Beruf? Job nur als Einkommensquelle? Stellenwert der Arbeit im Leben? Weitere Ambitionen?...)

Wie hat sich Ihre Arbeitsbiografie entwickelt? (Ausbildung, Ziele und Wünsche der Jugendzeit, Zufälle und Weichenstellungen, Richtungswechsel...)

## 6. DIE FREIZEIT

Was machen Sie in Ihrer Freizeit? (Passiv und/oder aktiv, Allein und/oder mit anderen, abschalten und/oder Neues entdecken, Bildung und/oder Spaß...)

Warum? Was ist Ihre Motivation?

Was würden Sie gerne noch tun?

In welchem Verhältnis steht die Freizeit zur Arbeit?

## 7. DIE KLEIDUNG

Was haben Sie gerade an? Ist es typisch für Sie?

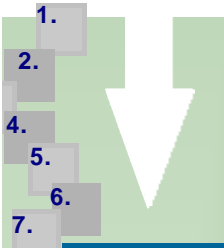
Welches sind Ihre Lieblingskleidungsstücke, und was daran gefällt Ihnen besonders?

Was würden Sie nie anziehen?

Welche Rolle spielt Kleidung und Mode in Ihrem Leben? Achten Sie auf Moden und Trends?

Haben Sie Ihren Stil gefunden - oder experimentieren Sie noch?

Wie informieren Sie sich, wo kaufen Sie ein?



## 8. DIE SYNOPSE:

### Wie entstand Ihr Stil?

Welche Gemeinsamkeiten und/oder Unterschiede gibt es zwischen den verschiedenen Stilbereichen?

Welche Bereiche sind für Sie besonders wichtig und interessant?

In welchem Bereich haben Sie Ihren Stil gefunden, wo experimentieren Sie noch?

Wie würden Sie Ihren Stil charakterisieren? Was lehnen Sie vehement ab? (Funktionalität vs. Dekoration; Individualität vs. Konformität oder Neutralität; Emotionalität vs. Nüchternheit; Retro, Zeitloses oder Futuristisches; einheitlicher Stil oder Stilmix...)

Gibt es Subkulturen, die für Sie besonders interessant oder prägend waren?

Wer hat Ihren Stil wie beeinflusst: Eltern, Geschwister, Freunde, Kollegen, Partner, Kinder...?)

Welche Phasen können Sie in Ihrer Stilentwicklung erkennen? Wann haben Sie Ihren eigenen Stil gefunden? Was ist daran zeitgebunden, was zeitlos? Was variabel, was invariabel?

Wenn Sie in einer anderen Epoche leben könnten, in welcher würden Sie gerne leben? Warum?

Was war der letzte Trend, den Sie mitgemacht haben? In welchem Bereich?

Wie beurteilen Sie das Stilgebaren anderer Menschen, vor allem der jüngeren?

nistisch, stoisch oder pragmatisch, existenzialistisch oder religiös.

Ist der persönliche Stil ein Produkt von Zufällen, wird er vom Zeitgeist geprägt, ist er eine rein subjektive Geschmacksfrage, über die sich nicht streiten lässt? Wie entsteht das, was wir als den Stil eines Menschen erkennen? Und wie veränderlich oder stabil ist er im Laufe eines Lebens? Diese Fragen hat im Auftrag von *Psychologie Heute* das Mannheimer Markt- und Trendforschungsinstitut *Sommer Research* untersucht.

Unter dem Arbeitstitel „Stilbiografien: Die Entwicklung des persönlichen Geschmacks“ führte das Institut unter Leitung von Psychologieprofessor Carlo Michael Sommer und Diplom-Sozialwissenschaftlerin Sabine Hildebrand eine qualitative Studie durch und befragte in Tiefeninterviews eine breit gestreute Gruppe von Menschen in Berlin und Mannheim. Vor den Interviews hat jeder der Befragten eine Collage angefertigt, in der die Elemente der eigenen Stilkomposition ver-

sammelt sein sollten. Wir stellen die wichtigsten Ergebnisse und Beobachtungen dieser Studie vor.

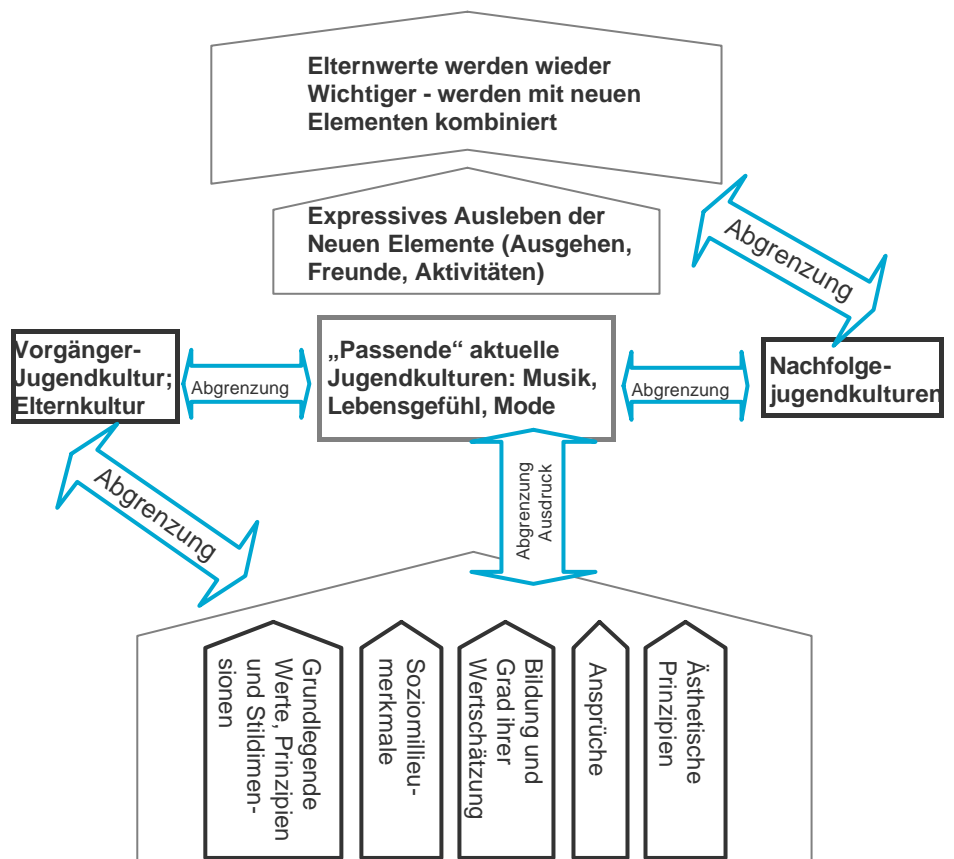
### DIE ELEMENTE DES STILS:

„Ich will etwas Eigenes aus den Angeboten machen“

Die Analyse der Stilbiografie konzentrierte sich auf die vier wichtigsten Ausdrucksfelder, in denen ein persönlicher Stil entsteht:

- Mode und Musik: Die Wahl der Kleidung und der Musik ist in der Regel die früheste Möglichkeit eines Menschen, für die anderen leicht erkennbar seine Zugehörigkeit zu einer Lifestylegruppe zu symbolisieren. Beides, Kleidungsstil und Musikvorlieben, lassen sich *erproben* und *konsumieren*, ohne dass gleich bestimmte Prinzipien und Einstellungen verinnerlicht werden müssen. Die Wahl einer Rockband oder eines Modelabels ist zugleich demonstrativ und reversibel.
- Das Wohnen schafft über die eigene Person hinaus eine stilistische Symbolwelt, an der andere teilhaben

### Entwicklung des persönlichen Stils





## Am Wohnstil lassen sich die Werte der Bewohner ablesen

können. Am Wohnstil lassen sich einerseits Werte und Prinzipien eines Menschen (wie Geborgenheit, Häuslichkeit, Modernität oder Funktionalität) ablesen, andererseits ist er weniger expressiv oder „missionarisch“ als etwa das politische Engagement oder künstlerischer Selbstausdruck. Das Wohnen ist der nichtöffentliche oder nur halböffentliche Teil des Stilausdrucks und wird naturgemäß nur relativ wenigen, ausgewählten Personen offenbart.

- Einstellungen zu Arbeit und Freizeit: Die grundsätzlichen Einstellungen zum Leben drücken sich in diesen Bereichen aus. Der Grad der eigenen Selbstbestimmung wird erkennbar — wo engagiert sich jemand mit welchen Prinzipien (Ich möchte zu den Entscheidern gehören, ich will etwas bewegen.“ Oder: „Ich habe mir lange Zeit die Freiheit genommen, das Materiel-

le zu ignorieren. Ich will jetzt endlich leben und Spaß haben, ich habe lange genug von der Hand in den Mund gelebt“, so formulierten zwei der Befragten ihre Haltung). Durch das Aufsuchen bestimmter Orte und durch bestimmte Freizeitaktivitäten drückt man Zugehörigkeit aus — Fitnessstudios, Clubs, Bars, Restaurants und so weiter. So entstehen Lifestylegemeinschaften, in die man sich mit einem gewählten Stil „einklinken“ kann.

- Der künstlerische und/oder politische Selbstausdruck ist der Teil des persönlichen Stils, der über die Demonstration von Geschmack, Vorlieben und Lifestyle hinaus geht. Er ist der am tiefsten verankerte und „langfristig angelegte“ Teil der Individualität

und steht mitunter in deutlichem Gegensatz zu ästhetisch-harmonischer Zelebrierung von Stilen. Die eigene Überzeugung ist der Maßstab für Werturteile, nach denen die Umwelt oft missionarisch gestaltet oder umgemodelt wird.

**DIE PHASEN DER STILBILDUNG:**  
**„Punk. das war endlich was anderes als dieser Pink-Floyd-Kram!“**

Die Untersuchung zeigte: Der individuelle Stil entsteht in der direkten Auseinandersetzung mit dem Lebensstil der Herkunftsfamilie zum einen, zum anderen mit der Aufnahme der eher vermittelten Einflüsse des Zeitgeistes. Dabei ist wichtig, wie man den Umgang der Eltern, der vorangegangenen Ge-

neration und der Peergruppen mit diesem Zeitgeist erlebt. Die Ausbildung des Stils verläuft in fünf Phasen:

- In der ersten, grundlegenden Phase (bis zum Alter von zehn Jahren) wird die eigene Person definiert („Ich war immer die Prinzessin/das Aschenputtel“), die Werte und Prinzipien der engeren Umgebung (Eltern, Geschwister, Lehrer) werden unbewusst übernommen — also die grundsätzliche Sicht der Welt, die Werte des Sozialmilieus, Basisdimensionen des Stils. Diese Prägungen geben den Rahmen für die weitere Stilbiografie ab, sie sind später kaum revidierbar.

- In der Phase der Umorientierung (zehn Jahre bis ins Teenageralter) suchen wir als Jugendliche nach neuen Orientierungen, die wir vor allem in der Gruppe der Gleichaltrigen als neuer „Wertegemeinschaft“ finden, die näher am Zeitgeist steht, der nun stärker beachtet wird. Dabei kann es in Äußerlichkeiten durchaus zu Brüchen kommen, die Basisorientierung bleibt jedoch stabil. Nun setzt auch eine allmähliche Abgrenzung zu den Eltern ein („Bei uns zu Hause war es immer unordentlich. Ich wusste schon früh, dass mir das nicht gefällt“). Aber nicht nur von den Eltern grenzen sich Jugendliche ab, sondern auch von der Vorgängerjugendkultur. Diese Jahre markieren die so genannte „formative Erfahrung einer Alterskohorte“ (siehe Abbildung Seite 23).

- Die Phase der Individualisierung reicht von der Teenager- bis in die frühe Twenzeit: Die Eltern verlieren nun stark an Bedeutung, neue Freunde und Bekanntschaften beeinflussen die individuelle Stilbildung, unterschiedliche Jugend(sub)kulturen bieten sich als Identifikationsmöglichkeiten an — wobei die Individualisierung auch durch Abgrenzung von den neuen Bezugsgruppen zustande kommt („Meine Freunde und ich — wir hören sehr unterschiedliche Musik, ich würde das gar nicht anders wollen“). Die wichtigsten Formen des persönlichen Ausdrucks-

## Warum wir so gerne Oldies hören

### „Sie spielen unser Lied!“

Wer in den 50iger Jahren aufgewachsen ist, hat noch die Schlager dieser Zeit im Ohr - jene eskapistischen Heile-und-weite-Welt-Lieder (Prototyp: *Capri-fischer*), mit denen die Elterngeneration Ihre Arbeit am „Wirtschaftswunder“ untermalte. Dann aber kamen in steter Folge neue Musikstile und -strömungen auf, vor allem aus dem Angelsächsischen, und prägten das Lebensgefühl der Nachkriegsgeneration: Von Elvis Presley und Bill Haley über die Beatles, Stones und ihre Epigonen bis zu BAP, Abba, Michael Jackson und Peter Dinklage. Innerhalb kurzer Zeit sank und sinkt ein populäres Musikstück nun zum *Oldie* ab, die Masse der recycelbaren Musik nimmt von Jahrzehnt zu Jahrzehnt zu. Oldiesendungen im Radio und Oldieveranstaltungen (das Genre der *Revivals* - wörtlich: Wiederbelebungen) gehören inzwischen zum Standardangebot. Was macht den besonderen Reiz von „Golden Oldies“ aus - warum wollen Menschen „ihre“ Hit wieder und wieder hören? Dies sind die Komponenten der Oldieästhetik:



- Oldies haben, als sie noch neu waren, den Übergang einer bestimmten Altersgruppe von der Adoleszenz zum Erwachsenenalter begleitet. Sie waren Identifikationsangebote in den sensiblen Phasen der Stilentwicklung.

- Oldies sind für immer verknüpft mit der bestimmten historischen Situation, in der sie zuerst gehört wurden: Sie benennen den Beginn der persönlichen Identität eines Hörers, die Musik erinnert ihn daran, wie er ein Gefühl für Orte und Zeiten in seiner Biografie entwickelt hat.

- Oldies umfassen als „innere Klassiker“ ein festes Repertoire von Texten, Figuren, Melodien, Erinnerungen. Sie sind der Soundtrack unseres Lebens, weil sie wichtige emotionale Momente und Leitmotive unserer bewegtesten Zeit und - der Jugend - konservieren.

- Oldies sind im Grunde Miniopern: Schlager und Popsongs greifen mit *gesungenen* Worten geradezu formelhaft zugespitzt die wichtigen Sätze und Gefühle einer Zeit auf und verbinden sie mit eingängiger Musik. Reine Instrumentalhits werden kaum Oldies. Ihre Zeitgebundenheit ist das Wesen

der Oldies - mein Oldie ist nicht dein Oldie: Wer zwischen 15 und 25 Jahre alt war, als *Yesterday, all my troubles seemed so far away* gesungen wurde, *Liebeskummer lohnt sich nicht* oder *I can't get no satisfaction* gehört dazu, die „davor“ oder „danach“ teilen dieses spezielle *feeling* nicht.

Oldies sind Produkte der Massenmedien, sie verbringen



vor allem in Mode und Musik — sind nun in nuce erkennbar und gewinnen allmählich Konturen.

- In der expressiven Phase, die sich etwa bis Ende 20 hinzieht, verfestigen sich die individuellen Stilelemente zum unverwechselbaren eigenen Ausdruck: Die erste eigene Wohnung wird in dieser Zeit meist eingerichtet, und die Lösung vom Elternhaus ist abgeschlossen („Ich bin immer weiter nach links gedriftet, sehr zum Ärger meines Vaters“). Lifestylegruppen sind nun sehr wichtig, bedeutende Einflüsse kommen fast nur noch von ihnen. Eine neue Sprache entwickelt sich — in Abgrenzung zur Vorgängergeneration. Diese Phase ist die expressivste und intensivste, der nun gefundene Stil wird demonstrativ ausgelebt.

- Zwischen Ende 20 bis Mitte 30 mündet die expressive Phase allmählich in der Etablierungsphase: Mit der Übernahme von Verantwortung orientiert sich das Stilleben mehr nach innen, die jungen Erwachsenen kümmern sich vorwiegend um das berufliche Fortkommen und ziehen sich „in die eigenen vier Wände“ zurück. Dementsprechend sind nun Kleidungsfragen und die öffentliche Zurschaustellung der eigenen Überzeugungen und Geschmäcker weniger wichtig als etwa die Ausgestaltung der Wohnung und die Pflege des intimeren sozialen Lebens im Freundes- und Bekanntenkreis („Ich muss mich nicht mehr austoben, heute bin ich lieber mit Leuten zusammen, mit denen man sich richtig unterhalten kann“). In dieser Phase stehen die nun Stilsicheren oft schon verständnislos den nachwachsenden Jugendkulturen gegenüber (wer sich über die Punk- oder Gothicbewegung definiert hat, schüttelt über die „hirnlosen Raver“ nur den Kopf), eine Identifikation mit den Jüngeren ist nicht mehr möglich. Neue Einflüsse von außen werden nur dann angenommen, wenn sie zum eigenen Stil passen. Und: Fast unmerklich nähert sich der Lebensstil wieder dem der Eltern an ...

### DIE TYPOLOGIE DER STILE:

**„Ich gucke mir prinzipiell Keine Filme mit Werbeunterbrechung an!“**

Fünf deutlich unterscheidbare Stiltypen schälten sich bei der Untersuchung von Stilfeldern und Stilentwicklung heraus:

**Die Modeorientierten:** Der Stil besteht im Wesentlichen darin, in einzelnen Stilfeldern (Mode, Möbel, Musik) offen für Neues zu bleiben — jedenfalls offener als die anderen Typen. Diese Offenheit wurde bereits in der grundlegenden Stilbildungsphase als wichtiger Wert verinnerlicht. Menschen dieses Typs sind beispielsweise die in der Marketingsprache so genannten *early adopters*: allzeit bereit, innovative Produkte zu testen, etwa in der Kommunikations- oder Unterhaltungselektronik. Neue Produkte und Accessoires werden in das eigene Stilempfinden integriert, wenn sie mit den tiefer verankerten Werten und Prinzipien kompatibel sind. Allerdings ist selbst bei den Modeorientierten das „Fenster“ für die Einflüsse neuer Jugendkulturen geschlossen — übernommen wird, was der „erwachsene“ Markt an neuen Ideen und Produkten bietet („Ich informiere mich über Mode, Frisuren und Einrichtungsideen aus der *Brigitte*. Die Einrichtung verändert sich öfter mal“).

**Die Egoexpressiven:** Der Stilwille dieser Gruppe hat vor allem ein Ziel — die eigene Individualität und Identität hervorzuheben. Egoexpressive sind fast unablässig um positive oder negative Abgrenzung bemüht. Sie möchten als originelle oder „ausgefallene“ Persönlichkeiten beachtet werden. Deshalb wird Zeitgeistiges nur genutzt, um sich noch deutlicher als authentisch und unverwechselbar zu positionieren. Die Profilierung des eigenen Stils lässt sich vor allem in der Kleidung, im Ausleben von künstlerischen und ästhetischen Interessen oder auch in der Ge-

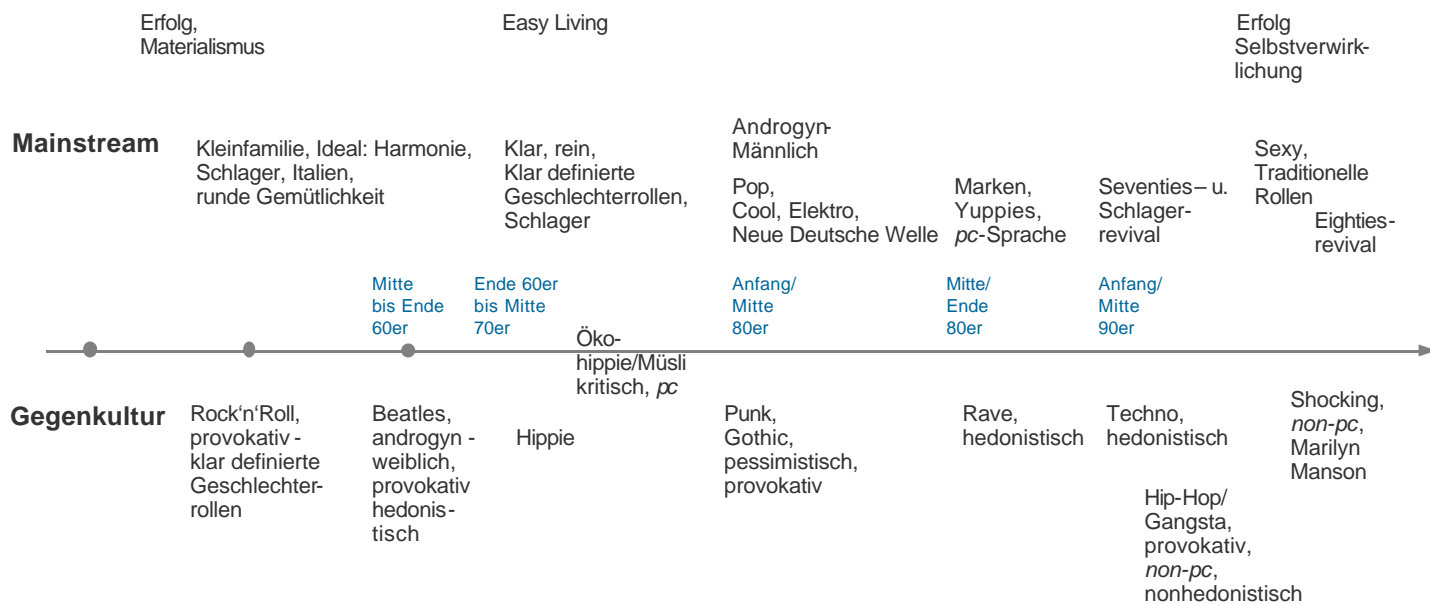


**Spätestens mit 35 hat man seinen Stil gefunden — für immer**

staltung der Wohnung beobachten („Ich liebe Afrika ... das sind meine Farben“; „Ich mag schöne Düfte, es ist wichtig, dass man mich an meinem Duft erkennt“). Oft werden Egoexpressive selbst zu Trendsettern und Wegbereitern für andere.

**Die Zeitgeistkonservatoren:** Wer zu dieser Stiliausprägung neigt, hat die Stilelemente und den Zeitgeist der expressiven Phase als eigenen Stil übernommen — und konserviert ihn im weiteren Lebenslauf. Diese Gruppe tut sich relativ schwer mit der Stilfindung — sie wird als eine wichtige Aufgabe der persönlichen Selbststilisierung erkannt und entsprechend aufwändig erarbeitet. Mehr als bei den anderen Gruppen signalisiert der Stil für die *Konservato-*

# Gesellschaftliche Einflüsse auf die Stilbildung



ren die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Lifestylegruppe und deren „Philosophie“ („Bis auf die Kleidung habe ich alles, was ich auch heute noch gut und wichtig finde, aus meiner Twenzzeit mitgenommen — Umweltschutz, Solidarität, und so weiter...“). Konservatoren sind ziemlich immun gegenüber neuen Zeitgeistereinflüssen.

**Die funktional Orientierten:** Vernünftig, praktisch, gut — so könnte das Stilmotto dieser Gruppe auf einen Nenner gebracht werden. Sie trifft stilistische Entscheidungen auf der Basis von Nützlichkeitsabwägungen und Funktionalität, und sie lehnt ein Zuviel an Design und Mode als überflüssig ab. Das bedeutet keineswegs, dass die *Funktionalen* freudlos, frugal oder enthaltsam sind — sie machen sich nur nichts aus präntentöser und statusorientierter Oberflächlichkeit („Bei meiner Kleidung spielen Trends und Moden keine Rolle — Bequemlichkeit und Haltbarkeit sind das Wichtigste“).

Funktional Orientierte demonstrieren und kommunizieren ihre Rationalität als Kern ihrer Identität — etwa durch unauffällige, klassische Kleidung, durch den Kauf „vernünftiger“ Autos und Gebrauchsgegenstände, aber auch durch die bewusste Nutzung neuer Technologien wie Computer, E-Mail und Fax, sofern diese das Kriterium „praktisch“ erfüllen.

**Die Asketen:** Sie verzichten auf die vielfältigen äußeren Möglichkeiten, sich zu profilieren oder darzustellen — Mode, Kleidung, Konsum sind ihnen eher notwendige Übel („Nie würde ich mir einen neuen Fernseher kaufen. Technologie ist mir zu anstrengend, einfache oder gebrauchte Geräte tun's doch auch.“). Das Spiel der Selbstinszenierung mit ästhetischen Mitteln macht ihnen schlicht und einfach keine Freude („Stil ist, wenn man etwas möglichst auffällig nicht tut“). Der Selbstausdruck findet eher in Aktivitäten statt — etwa im Schreiben, in der Arbeit oder im politischen Engagement. Das persönliche Wertesystem kreist um Bescheidenheit, Schlichtheit, Ernst und Sicherheit.

Diese fünf Typen repräsentieren die fundamentalen Stildimensionen, auf denen wir uns positionieren. Der individuelle Stil ist ein zentraler Wert im Leben eines Menschen — etwas, das mit Energie und innerer Überzeugung etabliert und verteidigt wird. Mögen bei der Entstehung eines Stils noch so viele Einflüsse eine Rolle spielen und mögen die individuellen Endformen der Stile höchst unterschiedlich und vielfältig erscheinen, es gibt offenbar einige verborgene Grundmuster und Gesetzmäßigkeiten, nach denen jede Stilbildung abläuft

- Der persönliche Stil ist ein Amalgam zwischen den Wertprägungen und Lebensstilen, die wir im Elternhaus erfahren haben, und späteren Einflüssen, die wir in der Phase der Ablösung vom Elternhaus „an uns heranlassen“ oder aussuchen. Eingeschmolzen in das individuelle Stilamalgam werden nur solche Elemente, die dem tief verankerten Wertesystem nicht widersprechen.

- Stil ist auch eine Frage der Generationen: Nur zu bestimmten Zeiten sind wir besonders empfänglich für die Einflüsse des Zeitgeistes. In den „sensiblen Phasen“ der Umorientierung und Individualisierung wird der Stil entscheidend geprägt. Danach schließen sich die Fenster für immer, und neue Moden und Trends werden nur noch sehr selektiv und in geringen Dosen „eingelassen“

- Diese Prägung verläuft in bemerkenswerter Konstanz für alle der fünf gefundenen Stiltypen entlang der biografischen Phasen ab.

- Jeweils nur ein Zeitgeist, das heißt: eine Jugendkultur kann nachhaltigen Einfluss auf den Stil haben. Diese Kultur „altert“ mit ihren Anhängern, sie wird zunächst expressiver, dann etabliert sie sich in abgeschwächter und milderer Form und wird — „mein Stil“.

<