

ISABELL PROPHET

Wie gut soll ich denn noch werden?!



GOLDMANN

Lesen erleben

Buch

Fitness, Fremdsprachen, Karriere, Liebe: Die Möglichkeiten, sein Ich zu perfektionieren, sind heute unglaublich groß, und das Beste ist: Alles ist nur einen Klick entfernt. Jeder kann es spielend leicht schaffen, seinen Traumpartner zu parshippen, 15 Minuten Transzendenz in der Meditations-App zu finden und mit YouTube-Tutorials gelenkig wie ein Yogi zu werden. Wir optimieren Körper und Seele. Dabei ist das Besserwerden eine Illusion, denn der durchoptimierte Mensch ist nicht glücklicher als vorher.

Autorin

Isabell Prophet, geboren 1986, arbeitet als Journalistin. Sie studierte Wirtschaftswissenschaften, ehe sie bei der *Celleschen Zeitung* ein Volontariat absolvierte und die renommierte Henri-Nannen-Journalistenschule besuchte. Sie war bereits für Medien wie *Spiegel Online*, *Spiegel Wissen*, *FAZ.NET*, *t3n.de* und *Emotion* tätig und baute für den ZEIT-Verlag das Onlinemagazin *ze.tt* mit auf.

Ihre Themen sind künstliche Intelligenz, moderne Arbeit und modernes Leben, manchmal auch alles gleichzeitig. Bei Mosaik erschien im Jahr 2017 ihr erstes Buch »Die Entdeckung des Glücks«.

Außerdem von Isabell Prophet im Programm
Die Entdeckung des Glücks/Happy Monday!
(auch als E-Book erhältlich)

Isabell Prophet

Wie gut soll ich denn noch werden?!

Schluss mit übertriebenen Ansprüchen
an uns selbst

GOLDMANN

Alle Ratschläge in diesem Buch wurden von der Autorin und vom Verlag sorgfältig erwogen und geprüft. Eine Garantie kann dennoch nicht übernommen werden. Eine Haftung der Autorin beziehungsweise des Verlags und seiner Beauftragten für Personen-, Sach- und Vermögensschäden ist daher ausgeschlossen.

Sollte diese Publikation Links auf Webseiten Dritter enthalten, so übernehmen wir für deren Inhalte keine Haftung, da wir uns diese nicht zu eigen machen, sondern lediglich auf deren Stand zum Zeitpunkt der Erstveröffentlichung verweisen.

 Dieses Buch ist auch als E-Book erhältlich.



Verlagsgruppe Random House FSC® N001967

1. Auflage

Originalausgabe Juli 2019

Wilhelm Goldmann Verlag, München, in der Verlagsgruppe
Random House GmbH, Neumarkter Str. 28, 81673 München

Dieses Buch wurde vermittelt durch die AVA international GmbH

Autoren- und Verlagsagentur, München.

www.ava-international.de

Umschlag: Uno Werbeagentur, München

Satz: Uhl + Massopust, Aalen

Druck und Bindung: CPI books GmbH, Leck

Printed in Germany

JE · Herstellung: CB

ISBN 978-3-442-17808-7

www.goldmann-verlag.de

Besuchen Sie den Goldmann Verlag im Netz:



Inhalt

| | |
|---|----|
| Kauf mich | 10 |
| Von Menschen: Das Problem sitzt immer vor dem Bildschirm | 16 |
| #1 Die Suche nach dem wahren Ich führt ins Verderben | 17 |
| Verlockungen vor dem ersten Sonnenstrahl | 18 |
| Wer sich selbst sucht, der übersieht sich | 24 |
| Der Konsument ist tot | 30 |
| Selbstbetrug in Endlosschleife | 37 |
| Wissen gibt uns die Freiheit zurück | 43 |
| #2 Mehr ist nicht weniger | 45 |
| Keiner mag es – jeder tut es. Auch Sie | 45 |
| Wir tun aus den falschen Gründen das Richtige | 51 |
| Selbstoptimierung ist wider die menschliche Natur | 58 |
| Der Zielkonflikt des Optimierungskonsums | 63 |
| Und dann retten wir noch alle anderen | 70 |

| | |
|--|----|
| #3 Angst ist der neue Sex | 76 |
| Wer Angst vor dem Leben hat, stürzt sich in die Selbstoptimierung | 76 |
| Wir haben nicht genug Probleme | 81 |
| Die eigene Angst | 84 |
| Die Angst der anderen | 88 |
| Die Angst wird teuer | 92 |
| Das Geschäft mit der Angst | 97 |

Von Maschinen: Der Gegner wartet im Computer. Und er ist bewaffnet.

| | |
|--|-----|
| #4 Wir wissen nicht genug | 103 |
| Der Weg ist nicht das Ziel. Das Ziel ist das Ziel | 104 |
| Wir vertrauen am liebsten den Idioten | 111 |
| Professor Doktor Ich | 118 |
| Gemeinsam sind wir dumm | 122 |
| Optimierung meiner Wahl | 130 |

| | |
|--|-----|
| #5 Big Data macht unser Leben zur Handelsware | 137 |
| Konsumvieh und Verkaufsmaschinen | 137 |
| Das Internet ist voll mit Müll | 149 |
| Peak Privacy (is over) | 154 |
| Wir wissen, was wir tun | 164 |

| | |
|--|-----|
| #6 Die Retter sind die eigentliche Gefahr | 170 |
| Vorsicht vor denen, die uns retten wollen | 170 |
| Masterplan Umerziehung | 177 |
| Etikett Selbstoptimierung | 181 |
| Sag das Zauberwort | 184 |
| Was sollen die Leute denken? | 191 |

| | |
|--|-----|
| Vom Leben: Wehren wir uns! | 198 |
| #7 Wir können die Welt anhalten | 199 |
| Seid egozentrisch! | 200 |
| Das bessere Leben gibt's gratis | 203 |
| Neid muss man erst lernen | 206 |
| Superlative sind ineffizient | 211 |
| Du hast keine Macken, du hast Charakter | 214 |
| Probieren wir uns aus | 217 |
| Freiheit schlägt Gewohnheit | 221 |
| Wettkampfyoga ist keine Lösung | 227 |
| Prioritäten ersetzen Optimierung | 231 |
| Du bist genug | 234 |
| Das Glück liegt im Privaten | 237 |
| Blindes Vertrauen in den wichtigsten Menschen: uns selbst | 239 |
| Hinterfragen wir uns, unseren Konsum – und unsere Selbstzweifel | 243 |
| #8 Das Leben gelingt nur mit Unabhängigkeit | 245 |
| Wir brauchen das nicht | 245 |
| Alle Macht den Nein-Sagern | 248 |
| Glück braucht keine Perfektion | 250 |
| #9 Schlussbemerkungen | 256 |
| Anhang | |
| Danke | 259 |
| Weiterlesen | 261 |
| Register | 265 |
| Quellen | 269 |

Für Andreas

Kauf mich

Hallo! Sie sollten dieses Buch kaufen. Es wird Ihr Leben besser machen, ganz sicher. Vielleicht ist es Ihnen sogar empfohlen worden, auf Basis früherer Käufe oder weil Sie etwas gegoogelt haben. Vielleicht kennt Ihre Buchhändlerin Sie so gut, dass sie Ihnen das Buch direkt in die Hand gedrückt hat. Sie sollten ihr vertrauen.

Das bedeutet nämlich, dass Sie irgendwie auf der Suche sind. Nach Rat, nach Orientierung. Sie suchen den Weg, der Sie zum Glück, zum Erfolg oder zum Seelenfrieden führt. Oder zu allem gleichzeitig – warum so bescheiden sein? Zu einem neuen, besseren Leben mit einem neuen, besseren Ich. Wahrscheinlich würden Sie das niemals »Selbstoptimierung« nennen. Selbstoptimierung ist ein ganz schlimmes Wort.

Eigentlich geht es uns allen nur darum, dass das Leben besser sein könnte. Mir ja auch, auch wenn ich das nie zugeben würde. Während ich dieses Buch schrieb, kaufte ich unnützes Zeug in den falschen Läden ein, organisierte meine Zeit furchtbar ineffizient, vernachlässigte meine Freunde, meinen Körper, aktuelle Debatten und meinen Anteil an der Rettung des Planeten. Nicht, dass ich vollkommen gewissenlos wäre. Aber manchmal ist da so viel Leben zu leben, dass ich nicht weiß, wie ich dem Bild des *richtigen* Lebens auch noch gerecht werden soll. Es bleibt das schlechte Gewissen – ein grauenvolles Gefühl. *Wieder nicht gut genug gewesen.*

Selbstoptimierung klingt so wahnsinnig anstrengend. Nicht wie etwas, für das wir modernen Menschen ernsthaft noch Kapazitäten übrig hätten. Wir haben ja schon unseren Frühstückskaffee vom Esstisch getrennt und trinken ihn jetzt Zeitbudget-optimiert auf dem Weg ins Büro, wo wir das Geld verdienen, das wir brauchen, um uns anschließend die nötige Portion Erholung zu kaufen. »Ausgleich« nennen wir das.

Mit der Selbstoptimierung von Körper und Seele ist eine gigantische Produktwelt zum Kassenschlager geworden. Je abstruser die Idee, desto mehr Erfolg verspricht sie. Selbstoptimierung steckt in der Milchschnitte, die besonders proteinreich ist, oder im Snickers für den extra sportlichen Körper mit jedem Bissen. Selbstoptimierung steckt in der Meditations-App. Selbstoptimierung steckt in der Fitnessuhr mit Schrittzähler am Handgelenk, Selbstoptimierung steckt in Tees mit aromatischen Namen wie »Kraft tanken«, »Süße Verführung«, »Magenliebe« und »detox your feelings« – entgiften Sie Ihre Gefühle. Selbstoptimierung ist ein Versprechen guter Gefühle, und wir alle lieben gute Gefühle. Trotzdem startet der Tag nicht mit einem Blick in die Augen der Liebsten – erst mal Mails checken. Nicht schlecht, wenn man bedenkt, was die Onlinesuche nach dem optimalen Partner mal gekostet hat. Die einen bezahlen ihre Tinder-Dates mit Stunden verlorener Lebenszeit, die anderen zahlen im Abo für einen Algorithmus, der besser zu wissen verspricht als Sie selbst, wem Ihr Herz gehören sollte.

Ich habe dieses Buch geschrieben, weil ich überzeugt davon bin, dass wir nicht entkommen können. An dieser Tatsache wird dieses Buch also nichts ändern.

Wenn Sie entkommen wollen, lassen Sie das Buch fallen, rennen Sie aus dem Buchladen, werfen Sie draußen Ihr Handy weg und fahren Sie zum Flughafen. In Honduras gibt es Gegenden ohne Internet. Aber packen Sie sich Mückenspray ein, sonst wird das nichts mit dem optimalen Leben.

**Wir müssen nicht
ständig neue
Ziele erreichen**

Wenn Sie aber keine Lust haben auszusteigen: Leben Sie damit. Ein Entkommen ist in unserem Wirtschaftssystem nicht vorgesehen und unser Wirtschaftssystem wird sich mittelfristig nicht ändern. Deshalb bin ich der Selbstoptimierung auf den Grund gegangen. Was soll dieses Phänomen? Geht das wieder weg? Und muss ich da mitmachen?

Finden wir heraus, wie unsere Selbstoptimierungsökonomie funktioniert. Und dann treffen wir klügere Entscheidungen, um endlich Ruhe zu finden und vielleicht ein paar wirklich lohnenswerte Ziele zu erreichen. Aber damit das klappt, lautet die erste Regel: Wir müssen nicht ständig Ziele erreichen. Und wir müssen nicht ständig neue Methoden zur Selbstoptimierung ausprobieren, neue Produkte, Kurse oder Berater bezahlen. Auch wenn sie noch so verführerisch sind und uns noch so herrlich viel versprechen. Jeder will unsere letzte Rettung sein in einer Welt, für die wir nicht *genug* sind.

Die Welt ist nicht gegen Sie. Sie sollen nicht manipuliert werden, sondern nur verführt. Aber manchmal ist selbst das schon zu viel. Und auch gegen Verführung kann man sich wappnen.

Selbstoptimierung hat nämlich nichts mit »Mehr« zu tun. *Mehr* kaufen, *mehr* machen, *mehr* Tee trinken. Nichts davon.

Selbstoptimierung ist Selbstbetrug Es sei denn, Sie ersetzen mit dem Tee Ihre Frühstückscola, dann bitte trinken Sie mehr Tee. Den Rest können Sie sich schenken. Selbstoptimierung durch ein

»Mehr« an irgendwas hat nichts mit wissenschaftlicher Optimierung zu tun. Sie ist Selbstbetrug. Wir brauchen mehr Weniger. *Weniger* Anforderungen, *weniger* To-dos, *weniger* Probleme und Krankheit, Stress und Belastungen. Wir müssen Schluss machen mit den übertriebenen Ansprüchen. Erst wenn weniger von außen kommt, haben wir mehr Energie für uns selbst.

Eines noch: Bitte legen Sie dieses Buch wieder weg, wenn Sie wissen wollen, wie Sie ohne Selbstoptimierung ein optimaleres Selbst finden. Mehr Karriere mit weniger Selbstoptimierung. Oder der schönere Körper mit schlechterer Ernährung. Wie so was geht, wollen zwar wirklich viele Leute wissen, das macht diesen Wunsch aber nicht sinnvoller. Und ich kann es Ihnen auch nicht sagen. Überhaupt werden wir uns mal mit unseren Wünschen auseinandersetzen müssen.

Woher sie kommen.

Von wem sie kommen.

Und wem sie nutzen.

Und jetzt gehen Sie bitte zur Kasse, laufen Sie nach Hause, schütten Sie die Cola in den Ausguss und machen Sie sich einen Tee. Wir treffen uns im ersten Kapitel.

Von Menschen

Das Problem sitzt immer
vor dem Bildschirm



1 Die Suche nach dem wahren Ich führt ins Verderben

Was uns überfordert, wie wir es zu beheben versuchen und warum das schiefgehen muss. Unser Leben ist nur ein kleines Mosaiksteinchen in diesem großen, weiten Universum. Und alle gemeinsam ergeben wir eine Masse williger Konsumenten. Dabei wissen wir oft genug gar nicht, wonach wir eigentlich suchen. Big Data bietet es uns trotzdem an.

Verlockungen vor dem ersten Sonnenstrahl

Das Internet kennt mich zu gut. Nach 20 Jahren Beziehung weiß es genau, wie es mich kriegt. Und wenn ich von mir spreche, dann meine ich mein Geld. Und meine Lebenszeit, natürlich. Das Internet will nur mein Bestes.

Es ködert mich mit Versprechen von Liebe, Freundschaft, der Geborgenheit eines Chats und dem Endorphinschub nach einem lustigen Video. Und dank Big Data streut es noch Werbung für Sportschuhe, Kleider, Reisen und Fahrräder ein. Perfekt auf mich zugeschnitten: Ich liebe alles, was ich sehe. Nur Sportschuhe habe ich inzwischen wirklich genug – danke, Internet.

Und dann sind da noch die Heilsversprechen. Versprochen wird mir nicht weniger als der ganz große Hauptpreis im Leben: mein besseres Ich. Die Suche nach dem besseren Ich ist ein gigantischer Markt. Die Suche nach einem Ich, das all die guten Dinge verdient hat – emotional gesprochen, wirtschaftlich aber auch. Ein optimales Ich. Und natürlich: das richtige Ich. Das Ich, das ich wäre, wenn ich nicht irgendwann aus der Spur geraten wäre.

Eigentlich finde ich mich gar nicht mal schlecht, aber es geht vermutlich noch um einiges besser. Diese Frau, die beim Joggen regelmäßig von Schmetterlingen abgehängt wird, das bin *nicht wirklich ich*. Mein wirkliches Ich steht frühmorgens auf und hat beim Laufen dann Spaß. Das Internet weiß das natürlich. Und es verspricht mir das Blaue von einem wolkenverhangenen Himmel herunter, wenn ich nur diese Schuhe kaufe, diesen virtuellen Trainer en-

gagiere und meine minderbemittelte innere Mitte zentriere. So einfach ist das.

Mehr Produktivität, mehr Gelassenheit und natürlich viel mehr Glück und Gesundheit gewinne ich dem Internet zufolge, wenn ich morgens um 5 Uhr in der Frühe aufstehe, 7 Minuten Sport mache, 15 Minuten meditiere und dann 30 Minuten lese. Und zwar auf Papier und keinesfalls Nachrichten. All das vor dem Frühstück und vor dem ersten Sonnenstrahl. Der Weg zur besten Version meines Selbst ist gepflastert mit Aufgaben, Anforderungen, Verlockungen, Regeln und Hashtags. *#morningrun*, weil man das ja morgens so macht und weil der Hashtag eine Routine suggeriert. Und jeder Tag beginnt mit einer neuen Liste mit sieben Dingen, die glückliche Menschen jeden Morgen tun. Ich hingegen putze mir jeden Morgen die Zähne und ziehe Kleidung an – damit bin ich komplett ausgelastet. Aber wo ist der Hashtag *#morgenszähnegeputzt*? Wo ist *#successfullydressedinmyworkingpajama*? Die kleinen Erfolge des Alltags, die feiert wieder keiner.

Wenn Instagram recht hat, machen sich glückliche Menschen morgens eine Schale Açaíjoghurt mit Sternchenbananen und ebenso exotischen wie wirkungsfreien Körnern. Dazu gibt es einen Smoothie, gleich mit Rabatt-Code für noch mehr Produkte für den perfekten Start in den Tag. Glückliche Menschen bekommen viele Rabatt-Codes und fangen entweder ganz schön spät mit ihrer Arbeit an – oder sie schlafen echt wenig.

Und das soll mein Leben besser machen?

Nicht mit mir. Natürlich wollen wir besser sein. Ich will

**Warum ist besser sein
so anstrengend?**

auch gern besser sein. Ich frage mich nur, warum das so verdammt anstrengend sein soll. Und warum es schon so früh am Morgen stattfinden muss. »Besser« bedeutet in unserer Gesellschaft in der Regel »Schaff mal mehr!«. Und mit »mehr« meinen wir: die Arbeit, die Hausarbeit, den Konsum. Moderne Übermenschen haben alles im Griff, nehmen sich, was sie wollen, schaffen, was sie müssen, und machen noch das kleine bisschen Mehr, damit alles perfekt aussieht. Wir nennen es Optimierung, aber in Wahrheit ist es eine Materialschlacht. Und das Material sind wir selbst. Unser Körper, unsere Energie, unser Seelenfrieden.

Ich finde Konsum noch nicht einmal schlecht. Es gibt einen Grund, warum mir in Werbeanzeigen Sportschuhe, Kleider, Reisen und Fahrräder gezeigt werden. Ich mag diese Dinge. Das Internet weiß, dass ich sie gern mag. Ich hätte sogar gern noch ein Fahrrad mehr – in Berlin sollte man immer ein oder zwei als Reserve halten. Auch das weiß das Internet, da bin ich mir sicher.

Das Internet könnte mich zum perfekten Menschen machen, jedenfalls behauptet es das. All die Instrumente und Methoden sind schon da, ich müsste nur ein wenig investieren: Zeit, Geld, Morgenstunden, Sie wissen schon. Und was ich nie für ein Thema gehalten habe, ist plötzlich eine gigantische neue Welt aus Produkten und Dienstleistungen geworden.

Die Selbstoptimierung.

Ich bekomme Lösungen für Probleme, die ich noch nie hatte, und Lösungen für Probleme, die ich vielleicht habe – die mir aber nie als Problem erschienen waren.

Selbstoptimierung ist der Versuch, dem Leben gerecht zu werden, auf alles vorbereitet zu sein. Und sie ist allgegenwärtiger, als ich dachte. Wir nennen es nicht so. Aber wir tun es alle. Optimierung ist längst zum Teil unserer Identität geworden. Das ist manchmal gut, wenn wir unser Streben gezielt einsetzen und sorgsam dosieren. Es kann aber auch problematisch sein. Nämlich immer dann, wenn die Selbstoptimierung uns mehr kostet, als sie bringt. Da kann man den Begriff der »Optimierung« schon mal hinterfragen. Aus diesem Gedanken ist dieses Buch entstanden.

Optimierung verspricht uns eigentlich ein »Weniger«.

Verkauft wird uns aber ein »Mehr«. Und am Ende des Tages kennen wir alle Details der neuen Methode zum besseren Leben. Nur uns selbst, uns kennen wir nicht mehr. Wir haben uns erfolgreich verdrängt.

Ein teures Beispiel: Coaching. Liegt voll im Trend. Ich wollte das auch mal machen, nach meiner Arbeit an meinem letzten Buch »Die Entdeckung des Glücks«.¹ Ich hatte gerade ein Jahr damit verbracht zu erklären, wie wir mit kleinen Veränderungen im Berufsleben glücklicher werden. Und wieso solche kleinen Veränderungen wirksamer sind als große, anstrengende, teure. »Grandioses Thema fürs Coaching!«, befanden 100 Prozent meiner Freunde.

Nachdem ich mich intensiv mit Coaching-Ausbildungen auseinandergesetzt hatte (um mich selbst ein bisschen optimaler auszubilden und dann andere zu optimieren), bekam ich im Facebook-Newsfeed eine Werbeanzeige für einen Coach, der Coaches coacht. Kein Scherz! Coaching ist auch Selbstoptimierung. Nur halt in besonders

teuer. Trotzdem ist es ein gigantischer Trend geworden. Alle reden darüber! Warum? Weil es zu viele Coaches gibt. Ich kenne mehr Menschen mit Coaching-Zertifikat als Menschen, die mal gecoacht wurden. Wenn das kein Trend wäre, die Leute wären alle so arbeitslos wie vor ihrer Ausbildung.

Das Internet weiß einfach, was wir brauchen. Hinter diesem Wissen stecken große Datenbanken. Sie merken sich jeden Klick, sie merken sich sogar, ob wir länger auf einen Beitrag schauen, wie weit wir einen Text lesen, wer unsere Freunde sind und wo wir gern essen gehen. Sie kennen alle unsere Schwächen und sie wissen, was wir für unsere Schwächen halten. Sie wissen, wo sie angreifen müssen. Als »Datenkraken« verteufeln wir die Unternehmen, die alles einsammeln. Dabei verraten wir ihnen unsere Geheimnisse freiwillig. Ein Reiseunternehmen verwendet meine Daten nicht gegen mich, wenn es mir verlockende Bilder eines Ortes anzeigt, an den ich gern reisen würde. Der Konzern hasst mich ja nicht. Er mag mich. Er will ein paar Sachen mit mir unternehmen und er ist überzeugt davon, dass ich den Spaß meines Lebens hätte. Er zeigt mir, was ich sehen will. Und damit folgt er seinem Unternehmenszweck: mein Geld einzusammeln, indem er mir Glück verspricht. Das finden Sie zu idealistisch? In Kapitel 6 reden wir genauer darüber. Und ja, es gibt Einschränkungen. Aber bleiben wir mal bei der Idee.

Wer als Kind Limonade verkauft hat, der tat das auch eher an heißen Tagen am Rande der beliebten Laufstrecke. Im Winter bei Feierabend vor dem Firmenausgang wäre der Erfolg möglicherweise begrenzt gewesen, denn die Limonade hat an einem kalten Tag und kurz vor dem Heimweg keinen Wert für uns. Im Sommer kann sie die Welt bedeuten. Gerettet. Und eine Werbeanzeige mit Strandfoto kommt genau zur richtigen Zeit, wenn wir sie kurz nach dem Mittagessen in unserem Smartphone sehen. Wenn der Arbeitstag noch nicht einmal halb rum ist und der nächste Urlaub noch so wahn-sinnig fern.

**Gute Werbung verspricht
immer Rettung**

So ist Konsum auch immer etwas Emotionales: Gut gemacht zeigt uns die Werbung genau das, was wir gerade brauchen. Deshalb sehen wir bei Fußballspielen Werbung für Bier und während der »Rosenheim-Cops« Spots für Hämorrhoiden-Cremes. Je nach Lebenslage können diese Dinge unser Leben verdammt viel besser machen – obwohl ich überzeugt bin, dass vielen Fußballfans mit der Hämorrhoiden-Creme besser gedient wäre und die Rosenheim-Cops nach zwei Bier viel lustiger sind.

Übrigens musste ich googeln, wie man Hämorrhoiden-Creme schreibt, und ich bin mir sicher, das Internet wird es mich monatelang bereuen lassen.

Wer sich selbst sucht, der übersieht sich

Selbstoptimierung. Was für ein Wort. Meine Freundin Emma war es, die dieses Konzept in mein Leben brachte, das ist schon ein paar Jahre her. Emma ist Mitte 30 (war sie damals natürlich noch nicht), hat eine Tochter (hatte sie damals noch nicht), ein Herz für den Planeten (hat sie schon länger) und eine fragwürdige, aber äußerst einträgliche Arbeitseinstellung: Viel hilft viel. Emma ist in meinem Freundeskreis die mit dem Geld, die, die nie Zeit hat, und die, die trotzdem jeden Morgen Yoga macht. Natürlich. Ich bin ein bisschen neidisch, aber ich habe auch wirklich gern frei. Krasser Zielkonflikt.

Emma entdeckte eines schönen Sommertages das Thema »Quantified Self«. Das Ich quantifiziert, also in Zahlen gefasst. Es geht dabei um Menschen, die sich selbst vermessen. Einen Schrittzähler haben heute viele, Pulsuhren sieht man auch immer öfter, bei Schlaftrackern ist vielleicht noch Luft nach oben.

Im »Quantified Self« sind diese Daten nur die Basis. Selbstvermessen geht es darum, sich selbst gut kennenzulernen. Sie wollen wissen, wie viel Zeit sie am Tag auf Facebook verbringen, auf der Toilette, beim Lesen oder in der Bahn. So entdecken sie Ineffizienzen. Vergeudete Lebenszeit, die sie anderswo besser einsetzen können.

Ich war irritiert, unsere gemeinsame Freundin Judith vollkommen fasziniert. Judith ist die weltbeste Katastrophen-Bändigerin. Ich kenne niemanden, der das alltägliche Chaos besser im Griff hat als sie. Judith wollte organisierter werden, ordentlicher, sich gesünder ernähren und

so weiter. Quantified Self schien ihr also eine gute Idee. Daten sammeln, um sich selbst zu optimieren, täglich auswerten, sich selbst verantwortlich halten.

Etwa drei Tage lang wertete sie an jedem Abend ihre Tagesleistung aus, sammelte dann noch gut zwei Wochen lang weiter – und erkannte schließlich, dass eine Liste mit Informationen keinen anderen Menschen aus ihr macht. »Und im Übrigen mag ich mich«, verkündete sie stattdessen. »So!«

So.

Man muss Judith nicht verbessern. Man muss Emma nicht verbessern. Ich würde weniger Arbeit und mehr Freizeit für optimal halten – Emma aber nicht.

Vielleicht sollte ich mich verbessern. Mehr arbeiten und seltener pleite sein als Emma? Mehr Mut zum Chaos und dann kreativer sein als Judith?

Niemand will besser sein wollen

Ich könnte eigentlich alles Mögliche sein.

Und gerade als ich noch dachte, ich fände schon den Begriff Selbstoptimierung ziemlich gaga, war ich schon mittendrin. Niemand will gern besser sein wollen. Selbstliebe heißt die Losung unserer Zeit: Wir finden uns gut. Dumm nur: Dann gibt's doch wieder was, was man verbessern kann. Sogar die Selbstliebe hat ein Optimierungspotenzial. Es passiert von ganz allein.

»Schau mal«, sagt das Internet, »diese Reisebloggerin, das könntest du sein«.

»Geh weg, Internet«, sage ich.

Sage ich natürlich nicht. Ich scrolle ihren ganzen Feed durch, vorsichtig, um nicht versehentlich ihren Tausen-

den Likes auch nur ein weiteres hinzuzufügen, und fühle mich elend, weil ich nicht dünner bin als sie und nicht auf Curaçao am Strand. Sondern in Berlin. Wo es regnet.

Und damit ist es ja noch nicht einmal getan. Level eins: so sein wie diese coole Reisebloggerin auf Curaçao.

Aber dass wir nicht ständig die Besten sein müssen, das haben wir in unserem Hinterkopf ja schon drin. Sie ist auf Curaçao, okay. Aber ich kann ohne Messbecher Pfannkuchen backen. Außerdem könnte ich alles Mögliche sein, wie gesagt. Nur halt nicht alles gleichzeitig.

Wobei.

Vielleicht ja doch. Ein bisschen mehr wäre vermutlich wirklich drin.

Und schon bin ich bei Level zwei der Selbstoptimierung: besser sein als das Ich von gestern. Und hier wird es gefährlich. Denn dieses »Besser« ist wie eine Yucca-Palme im Wohnzimmer. Größer geht immer.

Der Grundgedanke der Unzufriedenheit: Ich, das ist eigentlich jemand anderes. Ich lebe nicht so, wie ich wirk-

**Ich, das ist eigentlich
jemand anderes**

lich bin. Ich bleibe hinter meinen Möglichkeiten zurück. Ich lebe meine Bedürfnisse nicht aus. Und dann: Ich muss mich selbst finden. Und wenn ich mich gefunden habe, dann bleibe ich für immer genau so, denn dieses Ich, das muss ja etwas Stabiles sein. Etwas Verlässliches: Hier stehe ich, so bin ich, so bleibe ich. Deshalb muss dieses Ich auch gar nicht perfekt sein. Nur stabil soll es sein. Dieses richtige Ich, das muss jemand sein, auf den ich mich immer verlassen kann.

Bei dieser Suche ignorieren wir vollkommen, dass wir

immer nur in unserem Kontext funktionieren. Ohne soziale Anerkennung gibt es kein stabiles Ich. Ohne stabile Lebensumstände und soziales Umfeld existiert deshalb auch kein stabiles Ich. Und wann im Leben sind die Umstände dieses Lebens schon stabil? Das kommt nicht vor. Das Ich findet deshalb viel weniger in uns selbst statt, als wir uns das vorstellen. Darum tut es uns so gut, wenn wir uns trennen, ob von Freunden oder vom Partner, und deshalb ist die Veränderung des Ichs so anstrengend, wenn sie auf Basis einer Idee oder eines Produkts erfolgen soll. In einem neuen sozialen Umfeld können wir neue Ichs ausprobieren und uns einmal neu kennenlernen. Eine neue Meditations-App mag etwas ändern – aber sie macht uns nicht zu neuen Menschen, egal, wie gepriesen sie ist.

Die Suche nach dem echten Ich ist eigentlich die Suche nach einem Ich, das wir lieber mögen. Ein idealisiertes Ich – das oft nur unter großer Anstrengung aufrechterhalten werden kann und das deshalb instabiler ist als alle anderen Ichs zusammen. Deshalb muss die Suche nach dem wahren Ich ins Verderben führen. Viel einfacher wäre es doch, uns so zu mögen, wie wir sind.

Das klingt ein bisschen nach Kapitulation, oder? Wo kämen wir denn hin, wenn niemand mehr Ziele hätte? Uns selbst zu mögen wäre die einfachste Lösung – doch auch sie ist so verdammt instabil. Weil uns ständig eine bessere Version versprochen wird und wir immer wieder darauf hereinfallen.

Verstehen Sie mich nicht falsch, ich will nicht sagen, dass es falsch wäre, sich gesund zu ernähren, regelmäßig