



Mühl · Christ · Partner
Management Consulting GmbH



Newsletter
Mühl Christ Partner
Management Consulting GmbH

Sonderausgabe
**HYGGE – Marketing-
Erfindung, Trend oder
Wertewandel?**





MCP

Mühl · Christ · Partner
Management Consulting GmbH

Zukunftsforscher haben einen neuen Trend ausgemacht. Sie sagen: Je hektischer der Alltag, desto größer unser Bedürfnis nach Formen des Rückzugs.



Hygge (das Wort kommt aus dem Dänischen und wird etwa wie „Hügga“ ausgesprochen“) ist sowohl Lebensgefühl als auch Lebensstil. Es geht um soziale, aber auch um ästhetische Wärme, um die Konzentration auf die kleinen Dinge im Leben, auf die es wirklich ankommt: mehr Zeit mit Freunden und Familie verbringen, die guten Dinge des Lebens zu genießen.

Hygge meint nicht (Selbst-)Verwöhnung und passive Entspannung, sondern das aktive Gestalten des unmittelbaren Lebensumfelds. Im Unterschied zum „Cocooning“, einem der wichtigsten sozialen Trends der 1990er Jahre, ist Hygge nicht individualistisch, sondern ein Ausdruck einer neuen, sozialen Form von Geborgenheit.

Diesen Trend hat sich die Wirtschaft längst zunutze gemacht. Es gibt unzählige Angebote zum hyggeligen Leben, Wohnen, Essen, Trinken, Kochen, Kleiden, Stricken, Gestalten, Dekorieren. Es gibt online-Shops nur mit hyggeligen Angeboten, es gibt eine Flut von Büchern, Ratgebern, Blogs und Tipps zum Beispiel auf den online-Seiten großer Möbel- und Versandhäuser.

Hygge ist die Kunst, Intimität zu schaffen, ein Gefühl von enger Freundschaft, Heiterkeit und Zufriedenheit. Um diese ersehnte Atmosphäre des Wohlbefindens zu schaffen, braucht es mindestens Kerzen, passende Kaffeetassen, Kuchenteller, Kuschedecken. Es gibt sogar hyggelige Scheren im Angebot!





MCP

Mühl · Christ · Partner
Management Consulting GmbH

Die zehn wichtigsten Hygge-Faktoren sind:

- **Atmosphäre** (gedämpftes Licht, bevorzugt Kerzenlicht)
 - **Dankbarkeit** (sei den Dingen gegenüber achtsam)
 - **Frieden** (lass das Drama ruhen, lass die Politik draußen)
 - **Genuss** (die vier K – Kaffee, Kuchen, Kekse, Kakao)
 - **Gleichheit** (das wir kommt vor dem ich)
 - **Harmonie** (halte dein Ego aus der Gleichung raus)
 - **Komfort** (entspann Dich, entschleunige, lass dich fallen)
 - **Präsenz** (schalte dein Handy aus, sei im hier und jetzt)
 - **Schutz** (dein „Clan“ gibt Dir Schutz und Sicherheit)
 - **Zusammensein** (arbeite an den Verbindungen zu Menschen, nicht an den Verbindungstechnologien)
-

Hygge-Gegner geben zu bedenken, Hygge sei das tyrannisch gnadenlose Streben nach einem mittelmäßigen Konsens und das Diktat eines konfliktfreien Zusammenseins, geboren aus kleinbürgerlicher Konfliktscheu.

Zukunftsforscher gehen so weit zu behaupten, Hygge sei keine Erfindung der Werbebranche und kein Trend, sondern ein Wertewandel. Man spricht in diesem Zusammenhang von der neuen „Generation Biedermeier“. Es sei ein neuer Wertkonservatismus bei der jungen Generation zu beobachten. Stricken, Einwecken oder Schrebergärten – ja sogar Schrankwände und Bausparverträge – kämen wieder in Mode, sodass sich Eltern mitunter erstaunt fragen: Wie kommt es, dass meine Kinder Spießler sind?



Ob es tatsächlich so ist, dass eine neue Bürgerlichkeit aufkommt, die sich bewusst von den Wertvorstellungen und Idealen der 68er-Bewegung abgrenzt, sei dahingestellt. Spießigkeit fange da an, wo man eine andere Lebensform nicht gelte lasse – so hat es Claudia Roth in einem taz-Interview formuliert.



Der Ausdruck „Biedermeier“ geht auf einen fiktiven Herrn Biedermann zurück, einen dichtenden schwäbischen Dorflehrer mit einfachem Gemüt. Biedermeier bezeichnet die Epoche nach den Napoleonischen Kriegen, in der die Flucht ins Idyll und ins Private typisch war, wobei der Begriff inzwischen an Wertschätzung gewonnen hat. Denn im Biedermeier entstand auch eine eigene Kultur und Kunst des Bürgertums, zum Beispiel in der Hausmusik und in der Innenarchitektur. Kleingeist und unpolitische Haltung des „Biedermanns“ wurde und wird oft verspottet.

Aber: Die behagliche Wohnkultur und private Gemütlichkeit dieser Zeit war eine mehr oder weniger erzwungene Reaktion auf die staatliche Kontrolle und Zensur, die den Beschlüssen des Wiener Kongresses folgten.

Den Moment zu genießen, das Negative hinter sich zu lassen, Erwartungen herunter zu schrauben und sich freuen, wenn etwas besser kommt als befürchtet – das sind alles gute Ratschläge. Und es schadet gar nichts, hyggeligen Angewohnheiten im Alltag ein bisschen mehr Platz einzuräumen.

Aber die Politik oder politisches Interesse bewusst außen vor lassen zu wollen – das erscheint bedenklich.



Mühl · Christ · Partner
Management Consulting GmbH

Quellen:

- www.zukunftsinstitut.de
- www.faz.net

Impressum

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gem. 27a UStG: DE266955224

Verantwortlich für den Inhalt gem. 10 (3) MDStV:

Ulrich Bendel
Brüsseler Straße 5
65552 Limburg

Telefon: 06431/212496-0

E-Mail: info@mcpmc.de

Web: www.mcpmc.de

Um sich von unserem Newsletter abzumelden, senden Sie uns bitte eine kurze E-Mail.