



Freitag, 13. Februar 2026, 14:00 Uhr  
~9 Minuten Lesezeit

# Räume für die Seele

Die Umgebungen, die wir gestalten, sollten Spiegel unseres inneren Wachstums sein — stattdessen dokumentieren sie oft nur die Anpassung an den Massengeschmack.

von Olaf Borens  
Foto: Hadrian/Shutterstock.com

*Was wir häufig sehen, empfinden wir als „normal“. Es gibt in vielen Fällen vor, woran wir meinen, uns anpassen zu müssen. Die Zugehörigkeit zu einer Gruppe ist für die meisten Menschen ein für das*

seelische Wohlbefinden entscheidender Faktor. Unbewusst erleben wir Anpassung sogar als überlebenswichtig. Für individuellen Selbstausdruck bleibt da oft nur wenig Raum. Dies gilt nicht nur für den heiklen Bereich der nach außen hin vertretenen Weltanschauungen, sondern auch für unsere Wohnumgebung und das „Stadtbild“ sowie auch für Kleidung und die Objekte, mit denen wir uns umgeben. Oft spiegeln diese nicht so sehr das wider, was wir sind, sondern vielmehr, wozu wir gehören möchten. Die Folge ist oft ein gleichgeschalteter Massengeschmack. Accessoires, mit denen wir uns nicht wirklich identifizieren können, werden in schnellem Rhythmus ausgetauscht. Es entsteht ein Teufelskreis auf Selbstverlust, Unzufriedenheit und kompensatorischem Konsum. Dem können wir entgegentreten, wenn wir Räume bewusst wieder so zu gestalten beginnen, wie sie uns entsprechen. Das Schielen nach den Urteilen anderer sollte aufhören. Wenn wir werden und auch öffentlich zeigen, wer wir sind, gewinnen wir an Kraft und erlangen ein Lebensgefühl der Stimmigkeit

**Wir glauben gern, unser Geschmack sei individuell. Doch was uns** heute als zeitgemäß erscheint, ist oft nicht selbst entdeckt, sondern vermittelt — durch Bilder, Konzepte, Trends. In meiner Arbeit zeigt sich mir immer wieder: Entscheidend ist nicht die Gestaltung an sich, sondern die Passung zwischen Mensch und Umgebung. Ein Raum kann schön sein und dennoch Unruhe erzeugen. Ein anderer ist schlicht und wirkt gerade deshalb klärend. Das liegt weniger am

Stil als an der individuellen Verarbeitung der Reize.

Gleichzeitig lässt sich beobachten, wie stark diese individuelle Wahrnehmung zunehmend von äußeren Vorgaben überlagert wird. Unser Gehirn reagiert weniger auf einzelne Bilder aus Katalogen oder sozialen Medien als auf deren schiere Masse. In der Summe formen sie ein stilles Referenzsystem dafür, wie Räume auszusehen haben, was als zeitgemäß gilt und was als veraltet wahrgenommen wird. Geschmack wird immer seltener entdeckt, sondern zunehmend vermittelt. Wahrnehmung wird nicht mehr befragt, sondern ausgerichtet. Was sich durchsetzt, ist nicht Stimmigkeit, sondern Wiedererkennbarkeit.

Hinzu kommt ein weiterer Aspekt, der selten offen benannt wird.

***Geschmack ist heute nicht nur Ausdruck persönlicher Vorlieben, sondern zunehmend eine Frage von Zugehörigkeit. Die Art, wie wir wohnen, uns kleiden, essen oder uns zeigen, wird immer weniger davon bestimmt, was uns wirklich entspricht, sondern davon, wozu wir gehören möchten.***

Diese Orientierung entsteht durch Familie, Freundeskreise, berufliche Kontexte und vor allem durch Bilder und Botschaften aus Medien und Werbung. Offen wird dabei ein Ideal angepriesen: „So musst du sein, so sieht es richtig aus, nur so gehörst du dazu.“ Unterschwellig wird gleichzeitig die Angst geschürt, diesem Ideal nicht zu entsprechen. Diese Angst wird nicht ausgesprochen, sondern suggeriert: „Ohne dieses Produkt bist du weniger wert. Wenn du dich anders kleidest, wirst du nicht angenommen. Wenn du hier nicht mitmachst, entgeht dir etwas Wichtiges.“ Ebenso unausgesprochen bleibt, dass es immer jemanden geben wird, der besser ist, aktueller, näher am Ideal als du. Ohne das gehörst du nur zur zweiten Reihe — nicht ausgeschlossen, aber ersetzbar.

Gerade weil diese Botschaften nicht offen formuliert werden, entfalten sie ihre Wirkung auf einer tieferen Ebene des Bewusstseins. Sie greifen nicht frontal an, sie steigen in uns auf und unterlaufen leise das Selbstbewusstsein. Sie erzeugen Vergleich, Mangel und einen stetigen Anpassungsdruck.

***Geschmack wird lenkbar, weil er nicht mehr aus dem Inneren entsteht, sondern aus dem Wunsch nach Zugehörigkeit. Immer wieder tauchen dieselben leisen Fragen auf: Was muss ich tun, wie muss ich sein, was brauche ich, um dazuzugehören?***

Diese Form der Beeinflussung beschränkt sich meiner Auffassung nach nicht nur auf Werbung und Trends. Auch Filme und Serien führen Lebensweisen, Rollenbilder und Formen von Heldentum vor. Ideale werden inszeniert, Konflikte dramatisiert, Lösungen vereinfacht. So entsteht Wirkung und zugleich eine Verzerrung dessen, was im wirklichen Leben Zeit, Aushandlung und Offenheit braucht. Wir identifizieren uns mit dem Gesehenen, ahmen es innerlich nach und messen unser eigenes Leben daran.

Computerspiele gehen noch einen Schritt weiter. Vom sicheren Sessel aus besiegen wir ganze Armeen, erbauen komplette Welten oder behaupten uns gegen Wesen aus anderen Galaxien. Wir erleben Macht, Wirksamkeit und Bedeutung in verdichteter Form. Kreativität wird dabei durchaus angesprochen, bleibt jedoch an vorgegebene Systeme, Regeln und Ziele gebunden. Die Nachrichten holen uns anschließend in eine andere Realität zurück.

***Schreckensmeldungen, Krisen und Bedrohungsszenarien werden zugespitzt dargestellt, um Wirkung zu erzeugen. Verletzlichkeit und Unsicherheit stehen im Vordergrund. Gleichzeitig werden Lösungen angeboten, die Schutz versprechen — zum Wohle aller, wie es heißt.***

Auch hier werden Ideale ausgegeben, ebenso klar wie zuvor in Werbung und Medien. Sicherheit, Ordnung und Stabilität werden in Aussicht gestellt, während unterschwellig die Angst genährt wird, ohne diese Strukturen nicht bestehen zu können. Diese Wirkung wird verstärkt, indem ausgewählte Experten auftreten, die die gewünschte Richtung mit großer Gewissheit vertreten, während Zweifel und abweichende Perspektiven zunehmend als Gefahr markiert werden. Ein gemeinsames Feindbild ersetzt die Auseinandersetzung mit der eigentlichen Thematik. Einigkeit entsteht weniger durch Verstehen als durch Abgrenzung.

In diesem Wechselspiel aus Überhöhung, Dramatisierung und Vereinfachung verliert sich zunehmend der Bezug zur eigenen Erfahrung. Wahrnehmung wird von außen geführt, innere Orientierung geht verloren. Gefühle folgen vorgegebenen Takten. Genau darin liegt eine zentrale Voraussetzung für Steuerbarkeit. Wer sich selbst nicht mehr klar spürt, orientiert sich zwangsläufig an Vorgaben.

Was dabei oft übersehen wird: Diese innere Verschiebung bleibt nicht ohne Folgen im Alltag. Wenn Wahrnehmung nicht mehr aus dem Inneren entsteht und Orientierung sich nach äußeren Maßstäben richtet, verlagert sich das Bedürfnis nach Halt auf Dinge, Bilder und Konzepte. Was innen an Stabilität fehlt, wird außen gesucht. Konsumangebote, Leitbilder und Statussymbole übernehmen zunehmend die Funktion von Selbstvergewisserung und Identifikation. Sie versprechen Halt, Zugehörigkeit und Orientierung. Sie sollen tragen, was innerlich brüchig geworden ist.

***Genau an diesem Punkt greifen wirtschaftliche und kulturelle Systeme ein. Sie bieten Antworten an, bevor eigene Fragen entstehen können, und liefern Lösungen für Bedürfnisse, die sie zugleich selbst mit hervorbringen.***

Diese Angleichung wirkt auf mich nicht zufällig. Gleichgeschaltete Geschmäcker und Deutungsmuster sind planbar. Sie ermöglichen Massenproduktion, berechenbare Nachfrage und kontrollierbaren Absatz. Mode gibt die Richtung vor, die Masse folgt. Der regelmäßige Wechsel der Geschmacksrichtungen sorgt für dauerhaften Kaufreiz. Wer möchte schon wie gestern leben. Trendforschung identifiziert Gemeinsamkeiten, verstärkt sie gezielt und unterlegt sie mit Bildern, Geschichten und Versprechen. Die neue Einrichtung wirkt für einen Moment frisch, dann kippt die Wahrnehmung. Was eben noch modern war, gilt plötzlich als altbacken.

Erneuerung wird notwendig, nicht weil etwas nicht mehr funktioniert, sondern weil es nicht mehr in das vorgegebene Bild passt. Produkte verlieren ihre Wertigkeit und ihren Bezug. Sie altern nicht mit dem Menschen, sondern gegen ihn. Früher wurde ein guter Schrank über Generationen weitergegeben. Heute überdauert er oft kaum eine Lebensphase. Nicht, weil Menschen sich schneller verändern, sondern weil Dinge kürzer gedacht werden. Produziert wird auf Masse, nicht auf Haltbarkeit.

***Der Gewinn zählt dabei mehr als die Lebensdauer. Qualität wird zur Ausnahme, Austauschbarkeit zur Norm. Dieser Mechanismus steht in einem auffälligen Widerspruch zu dem, was wir Umweltbewusstsein nennen.***

Ressourcenverbrauch, Entsorgung und Verschleiß werden in Kauf genommen, solange das System funktioniert. Was zählt, ist Bewegung im Markt, nicht Beständigkeit im Leben.

Paradoxerweise wird ausgerechnet das propagierte Umweltbewusstsein seit einiger Zeit selbst zum Motor dieser Bewegung. Nachhaltigkeit, Verantwortung und ökologisches Handeln werden zu neuen Verkaufsargumenten, die den Austausch

beschleunigen statt ihn zu bremsen. Produkte werden nicht langlebiger, sondern häufiger ersetzt – nun mit gutem Gewissen. Der Markt bleibt in Bewegung, nicht trotz des Umweltbewusstseins, sondern zunehmend durch seine Inszenierung. Was als Korrektiv gedacht war, wird so in die bestehende Logik integriert und verliert einen Teil seiner ursprünglichen Wirkung.

Damit dieses System in Gang bleibt, braucht es stetig neue Reize. Nicht nur die Vorgaben müssen sich ändern, auch ihre Intensität muss steigen, um weiterhin Wirkung zu entfalten. Aufmerksamkeit nutzt sich ab. Was gestern noch begeisterte, wirkt heute bereits gewohnt. Die Folge ist eine fortlaufende Steigerung, die nicht gleichmäßig verläuft, sondern sich beschleunigt. Reize werden lauter, Bilder schneller, Kontraste härter, Emotionen extremer. Diese Dynamik führt auf Dauer zu Zuspitzung und Überzeichnung. Wer sich umschaute, erkennt die zunehmenden Extreme in Gestaltung, Kommunikation und Inszenierung.

Der Mensch ist jedoch nicht für eine permanente Reizflut geschaffen. Wahrnehmung braucht Phasen der Ruhe, des Rückzugs und der Regeneration. Genau diese Phasen werden immer seltener. Zeit, die still sein könnte, wird gefüllt. Mit Fernsehen, mit Streaming, mit endlosen Inhalten auf Plattformen wie YouTube. Wirkliche Stille wird oft als unangenehm empfunden, nicht weil sie leer ist, sondern weil wir ihr entwöhnt wurden. In der Stille gibt es keine Vorgabe, keinen Vergleich, keine Ablenkung. Sie führt uns zurück zu uns selbst. Und das wird zunehmend ungewohnt.

Und doch liegt genau hier auch ein anderer Weg. Statt danach zu suchen, wem wir folgen sollen, beginnt an diesem Punkt die Wiederentdeckung unserer selbst, ganz konkret im Alltag und in unseren Räumen. Das erfordert Mut, weil es bedeutet, sich nicht länger an äußeren Vorlagen zu orientieren, sondern an dem, was wir tatsächlich empfinden, wenn wir einen Raum betreten, wenn wir uns hinsetzen, wenn wir zur Ruhe kommen oder arbeiten wollen.



Wir wechseln die Rolle. Vom Follower zum Gestaltenden des eigenen Lebens. Nicht im Sinne von Kontrolle oder Perfektion, sondern im Sinne von Verantwortung für das eigene Erleben.

Das heißt nicht, dass wir uns abkapseln oder eine Gegenhaltung einnehmen müssen. Es geht nicht darum, Trends grundsätzlich abzulehnen, sondern bewusster zu wählen. Zu erkennen, welche Dinge, Farben, Formen und Materialien uns innerlich gut tun und welche uns lediglich beeindrucken oder beschäftigen. Dafür müssen wir wieder lernen, unserem eigenen Empfinden zu vertrauen, und aufhören, andere stillschweigend als höherwertige Instanz anzuerkennen. Räume dürfen sich verändern, so wie wir uns verändern. Wir dürfen uns irren, neu beginnen, umstellen, loslassen. Wir sind lebendige Wesen, keine fertigen Konzepte.

Mit dieser Rückkehr zu uns selbst wachsen Individualität und Vielfalt ganz von allein. Nachfrage wird feiner, differenzierter, weniger vorhersehbar. Massenwaren verlieren an Bedeutung, nicht aus Ablehnung, sondern weil sie dem individuellen Erleben nicht mehr gerecht werden. Gleichzeitig erhalten kleinere Manufakturen, Werkstätten und Produzenten wieder Raum, Nischen zu besetzen. Qualität, Haltung und Beziehung gewinnen an Gewicht. Werte verteilen sich neu. Abhängigkeiten von dominanten Strukturen nehmen ab, weil Alternativen sichtbar und zugänglich werden. Macht, die lange aus Konzentration, Vereinfachung und Kontrolle entstanden ist, beginnt ihren Einfluss zu verlieren, sobald Menschen sich nicht mehr an wenigen Vorgaben orientieren, sondern an vielen individuellen Referenzen.

An diesem Punkt beginnt sich für mich der Kreis zu schließen. Was als Betrachtung von Gestaltung und Räumen begonnen hat, führt zurück zur Wahrnehmung selbst.

***Räume wirken nicht, weil sie einem Ideal entsprechen  
oder einem Trend folgen, sondern weil sie in Beziehung***



***treten. Nicht der Stil entscheidet, sondern die Resonanz zwischen Mensch und Umgebung. Dort, wo wir wieder beginnen, uns selbst zu spüren und unserer eigenen Wahrnehmung zu vertrauen, verlieren äußere Vorgaben ihre bindende Kraft.***

Es ist dieser einfache Gedanke, dieses tiefe Gefühl, das Goethe so treffend formulierte:

„Hier bin ich Mensch, hier darf ich sein.“

Gestaltung wird dann nicht länger Ausdruck von Anpassung oder Zugehörigkeit, sondern von innerer Stimmigkeit. Dabei entsteht keine neue Ordnung und kein neues Ideal. Es entsteht ein lebendiges Geflecht aus Unterschieden, Übergängen und Eigenheiten. Genau darin liegt seine Stabilität. Systeme, die auf Vielfalt beruhen, sind weniger anfällig, weil sie Entwicklung zulassen, ohne sie zu erzwingen. Wandel wird nicht als Störung erlebt, sondern als natürlicher Prozess.

Dieser Wandel begleitet uns ein Leben lang. Wenn wir ihm in unseren Wohn- und Arbeitsräumen Raum geben, entsteht Leichtigkeit. Dann wird Einrichten kein Ausdruck von Anpassung oder Status mehr, sondern ein Spiegel unseres inneren Wachstums. Fehler verlieren ihren Schrecken, Entscheidungen ihre Endgültigkeit. Erfahrungen – ob angenehm oder nicht – führen uns Schritt für Schritt näher zu uns selbst. Vielleicht liegt genau darin eine stille Form von Freiheit. Nicht laut, nicht spektakulär, aber tragfähig. Sie entsteht nicht durch Vorgaben, sondern dort, wo wir aufhören, uns selbst zu übergehen. Wir müssen sie nicht erzwingen. Wir müssen sie nur zulassen.



**Olaf Borens**, Jahrgang 1970, berät, plant und baut seit 38 Jahren mit und für Menschen. Er ist BDSH-geprüfter Sachverständiger und hat seine Erfahrungen in dem Buch „Psychologie des Bauens – Die 13 Schwellen“ zusammengeführt. Darin verbindet er Raumwirkung, biografische Prägung und Resonanz zu einer neuen Sicht auf Gestaltung — als Spiegel innerer Prozesse und als Einladung zur Selbstverantwortung und persönlichen Entwicklung. Weiterführende Informationen befinden sich auf seiner Webseite **Borens-Bau** (<https://www.borens-bau.de/>).