

Im heutigen Kulturbetrieb setzt man auf erlebnisstarke Angebote, aber vielfach werden diese nur flüchtig konsumiert. Es ist eine „Ergebnisgesellschaft“ entstanden, teilweise fähig zur reaktionsschnellen Verarbeitung, oft aber darauf reduziert, dass immer mehr in immer kürzeren Abständen lediglich abgehakt wird. Diese Ergebnisgesellschaft konturiert Hermann Bausinger an einer Fülle von Beispielen aus unserem Alltag: im Sport, beim Einkauf, im Verhältnis zum Geld und zur Liebe, im Umgang mit Medien und in der Kommunikation, beim Spiel und auf Reisen.

Hermann Bausinger

ERGEBNISGESELLSCHAFT


Hermann Bausinger

kontostand
spielglück brauchtumsgalopp
kontaktdichte kleiderwahl
**ERGEBNIS
GESELLSCHAFT**
FACETTEN DER ALLTAGSKULTUR
rennkost krankheitsgewinn
quiztreppe erfolgskontrolle
tabellensport sammelsucht
infostückwerk reiseetappen
kauflost einheitsklatsch
nummernerotik

Hermann Bausinger

Ergebnisgesellschaft. Facetten der Alltagskultur

LUDWIG-UHLAND-INSTITUT FÜR EMPIRISCHE KULTURWISSENSCHAFT



Hermann Bausinger
Ergebnisgesellschaft
Facetten der Alltagskultur

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Hermann Bausinger: Ergebnisgesellschaft. Facetten der Alltagskultur -
Tübingen: Tübinger Vereinigung für Volkskunde e. V., 2015.

ISBN: 978-3-932512-84-1

Alle Rechte vorbehalten.

© Tübinger Vereinigung für Volkskunde e. V., 2015.

www.tvv-verlag.de

Gestaltungskonzept: Christiane Hemmerich Konzeption und Gestaltung

Umschlaggestaltung: Aikaterini Filippidou

Satz: Fabian Wiedenbruch

Druck: Gulde-Druck, Tübingen

Noch eine -gesellschaft	7
Tabellensport	13
Erfolgskontrolle	21
Infostückwerk	29
Kontaktdichte	39
Einheitsklatsch	47
Kauflust	53
Kleiderwahl	59
Kontostand	65
Rennkost	73
Krankheitsgewinn	81
Nummernerotik	89
Reise-Etappen	97
Sammelwut	103
Brauchtumsgalopp	109
Spielglück	117
Quiztreppe	127
Ergebnis	133
Register	145

Noch eine -gesellschaft...

Ergebnisgesellschaft. Nein, kein Druckfehler. Die *Erlebnisgesellschaft* ist schon einige Jahrzehnte in der Diskussion. In seiner Vorschau auf die 1980er Jahre legte Horst W. Opaschowski den Akzent auf die Erlebnisorientierung: „Freizeit wird wesentlich Erlebniszeit“, und 1992 veröffentlichte Gerhard Schulze seine umfangreiche Studie „*Die Erlebnisgesellschaft*“, die diesem Begriff eine Schlüsselfunktion für die Gegenwart zuwies und dies mit einer Fülle empirischer Beobachtungen und Daten fundierte. Ich kann nicht ausschließen, dass sich bei mir die Vorstellung der Ergebnisgesellschaft herausbildete, als ich mir auf die Erlebnisgesellschaft einen Reim zu machen suchte – die Verwandtschaft besteht ja nicht nur in der ähnlichen Lautform, sondern auch in wesentlichen Teilen der inhaltlichen Charakterisierung.

Gerhard Schulze koppelt die Erlebnisorientierung an das Ideal eines schönen Lebens, das sich in unterschiedlichen Milieus jeweils anders darstellt, das also nicht nur in luftigen ästhetischen Höhenlagen vorhanden ist. Er spürt die Erlebnisse in oft ganz banalen Zusammenhängen auf und zeigt vor allem, wie sie durch den *Erlebnismarkt* mit seinen vielseitigen Angeboten gesteuert werden. Er registriert aber auch, dass für diesen Markt der schnelle Wechsel charakteristisch ist: „Im Akt des Konsumierens ist schon das Drängen des nächsten Angebots spürbar“, das auf einen Konsumenten zielt, „dem es mehr auf das Nehmen ankommt als auf das Haben“. Abwechslung wird „zum Prinzip erhoben“, und der Zeittakt des Erlebens wird immer hektischer. Die Suche nach Erlebnissen nimmt oft suchartige Züge an. Noch einmal Schulze: „Allmählich sind zwischen den Erlebnisepisoden keine Zeiträume mehr frei. Nun erreicht die Intensivierung des Erlebens ihre nächste Stufe. Die durchschnittliche Erlebnisdauer wird immer kürzer.“ Schulze erwähnt in diesem Zusammenhang „das Springen zwischen den Fernsehprogrammen als Symptom einer allgemeinen Entwicklung“. Die Erlebnisse vermitteln nur „punktuelle Befriedigung“, und dies führt zu einer „permanenten Steigerung des Appetits“. Dies scheint mir der Punkt zu sein, an dem die Erlebnisgesellschaft in die Ergebnisgesellschaft umkippt.

Das Wort Erlebnis ist in der deutschen Sprache (aus der es sich nur schwer in andere Sprachen übersetzen lässt) mit gewichtigen Wertvorstellungen befrachtet. Man denke nur an die Erlebnispädagogik, die immer wieder als *ganzheitliche Erziehung* gefasst wurde und über die intellektuelle Entwicklung hinaus auch die Formung des Gefühls, die körperliche Bildung und die soziale Kompetenz einschloss. Im Konzept der Erlebnisgesellschaft ist dieser Hintergrund gegenwärtig. Die positive Konnotation und die Hochschätzung von Erlebnis haben sicher dazu beigetragen, dass Erlebnisgesellschaft zum populären Schlagwort und Etikett geworden ist. Vor allem aber dient die Kategorie Erlebnis in vielen Bereichen, nicht

zuletzt in der kommerziellen Werbung der Aufwertung bereitgestellter Angebote: Erlebnisreise, Erlebnisgastronomie, Erlebnisshopping etc.

Das Konzept der Ergebnisgesellschaft stellt diese Verbrämung von oft banalen Gegebenheiten in Frage. Gerhard Schulze betont für die Ergebnisgesellschaft die *Innenorientierung*: „Was von außen kommt, wird erst durch Verarbeitung zum Erlebnis“. Aber die Verarbeitung (falls man davon überhaupt sprechen kann) wird in vielen Feldern tendenziell immer flüchtiger; es wird dann nicht eigentlich erlebt, sondern *abgehakt* – an die Stelle tieferer Gefühlsbewegung tritt die hastigere Sensation, und die Reflexion schrumpft zum Reflex. Dies rechtfertigt den Begriff der Ergebnisgesellschaft und damit eine gewisse Abkehr von der Innenorientierung. Auch die nur flüchtig aufgenommenen Ergebnisse wirken erst in der subjektiven Rezeption; aber über die ständige Jagd nach Ergebnissen liefern sich die Menschen weitgehend den objektiven Angeboten aus.

In den digitalen Medien werden vielfach nicht gezielt bestimmte Spots und Infos aufgesucht, sondern es wird mit den fast unbegrenzten Wahlmöglichkeiten gespielt; in rascher Folge wird eine Vielzahl von Inhalten aufgerufen und auch gleich wieder verlassen. Der Vorgang des Zappens mit der Fernbedienung ist vergleichbar. Dabei wird meistens ja keineswegs etwas Bestimmtes gesucht – für diese Absicht gibt es schließlich Programmzeitschriften und Programmüberblicke, in der Zeitung wie im Netz. Der rasche Wechsel der Programme führt auch nicht von einem Erlebnis zum andern, vielmehr erschöpft sich das Zappen meist darin, dass die verschiedenen Programmangebote schnell hintereinander abgerufen und dass die einzelnen Spots in Sekundenschnelle abgehakt werden.

Die Grundthese dieses Buchs ist, dass dieses Verhalten auf viele Bereiche übergreift, dass also das quasi sinnlose Abrufen von Ergebnissen mit der gezielten Suche von Erlebnissen und mit dem Ziel sinnvoller Gestaltung der Lebensverhältnisse zumindest konkurriert; und in einigen Bereichen ist das bloße Abhaken, also die Ergebnisorientierung so ausgeprägt, dass die Kategorie Erlebnis nicht mehr greift. Dies wird im Folgenden in der ganzen Buntheit und in vielen Feldern gezeigt. Das reicht vom Umgang mit Geld bis zu sportlichen Liebhabereien, von Sightseeing bis zum geselligen Spiel, vom small talk bis zum Twittern, vom Krankheitsverständnis bis zur Mode, von Freizeithobbys bis zur Organisation von Arbeit und Wirtschaft. Die angeführten Beispiele stammen aus Beobachtungen in Deutschland mit einem gewissen Akzent auf dem Südwesten; aber die hier herausgestellte Tendenz ist in den meisten Industrienationen wirksam. Im Zusammenhang mit wirtschaftlichen Fragen ist der Begriff Ergebnisgesellschaft schon verwendet worden: Die Zeitschrift *Mitbestimmung* brachte 2003 ein Streitgespräch, in dem der Betriebsrat eines technologischen Unternehmens auf die mangelnde Qualifikation von Managern einging und feststellte: „Wir haben keine Leistungsgesellschaft, sondern eine Ergebnisgesellschaft. Wie das Ergebnis erzielt wird, ist ja egal.“ In einer derartigen Äußerung wird die große Reichweite und werden die ernsthaften Implikationen der Ergebnisgesellschaft deutlich,

die überwiegend im ökonomischen Bereich angesiedelt sind. Der Begriff öffnet aber einen Blick auf das Ganze unserer gegenwärtigen Kultur – Kultur natürlich nicht verstanden als abgehoben-elitäres Angebot, sondern als Modellierung des Lebens der Menschen, die auch den Alltag formt. Ich spreche von *einem Blick* auf die gegenwärtige Kultur – es ist sicher nicht die einzige Perspektive. Dies geht schon daraus hervor, dass für die Charakterisierung unserer Gesellschaft in den letzten Jahren und Jahrzehnten viele Etiketten bereitgestellt wurden, manchmal Wortschöpfungen, die nur kurze Zeit als Versuchsballon durch die Feuilletons flogen, oft aber auch stabile Begriffe, die durch präzise Beobachtungen und umfassende Theorien gestützt sind. *Postindustrielle* und *postmoderne Gesellschaft*, *Wissensgesellschaft* und *Bildungsgesellschaft*, *Mediengesellschaft* und *Informationsgesellschaft*, *Risikogesellschaft* und *Möglichkeitsgesellschaft*, *Multioptiongesellschaft* und *Bastelgesellschaft*, *Singlegesellschaft* und *hedonistische Gesellschaft*, *Müdigkeitsgesellschaft* und *erschöpfte Gesellschaft* – die Reihe ließe sich noch fortsetzen, und Manfred Prisching hat gewissermaßen die Summe gezogen, indem er von der *Etikettengesellschaft* spricht: Die Wirklichkeit ist so komplex und unübersichtlich geworden, dass der Bedarf an umfassenden Typisierungen wächst.

Zu diesen gehören ja auch die Markenbezeichnungen für verschiedene Generationen, beginnend mit Helmut Schelskys Prägung *Skeptische Generation*, der später *die 68er* folgten, abgelöst von der *Generation Golf*, die der in Douglas Couplands Roman vorgestellten *Generation X* nahesteht. Inzwischen propagiert der kanadische Schriftsteller die *Generation A*, und in Deutschland spricht man von der *Generation Y*, die durch ihre Karriere-Orientierung und biederes Verhalten charakterisiert ist und die pauschale Annahmen über die rebellische Jugend in Frage stellt. Die Markierungen folgen immer schneller aufeinander. Die Generationsbezeichnungen sind vor allem auf die jungen Menschen gemünzt, wobei die Orientierung an der biologischen Generation mit der historischen gekoppelt ist: Die Bezeichnungen zielen auf individuelle wie auf gesellschaftliche Entwicklungsphasen und damit auf begrenzte Zeiträume. Die Generationen und ihre Namen lösen einander ab, während die Etikettierungen der ganzen Gesellschaft zwar auf gesellschaftliche Veränderungen reagieren, aber größtenteils über längere Zeitstrecken nebeneinander existieren.

Bei diesen Etikettierungen handelt es sich im Allgemeinen um vollmundige Botschaften; sie werden manchmal – weniger von ihren Urhebern als von missionierenden Anhängern – präsentiert, als seien damit alle Welträtsel gelöst. Es sind aber immer nur Perspektiven auf die Gesellschaft, deren Vielschichtigkeit und Buntheit jede Etikettierung durchbricht. Im Jahr 1918 veröffentlichte der Ökonom Norbert Einstein „*Aufsätze zum Wesen der Gesellschaft*“ unter dem Titel „*Der Alltag*“. Er griff in dem kleinen Buch einzelne Alltagsphänomene heraus: den Gruß, die Sommerfrische, das Pensionat, den Geburtstag, die Zigarette, die Dessous, die Schokolade – doch er reflektierte auch das Ganze der Gesellschaft.

Dabei betonte er aber, diese zeitige „eine so große und widerspruchsvolle Fülle von Gesichtern, dass nicht irgendein willkürliches Prinzip genügt, um diese Gesellschaft zu erklären und zu begreifen“. An diese Einschränkung ist bei allen Versuchen zu erinnern, die innere Struktur einer Gesellschaft aus einer Perspektive verständlich zu machen.

Andererseits ist es keineswegs so, dass die in den letzten Jahren bereitgestellten Etiketten nur zufälligen Ausschnitten der Wirklichkeit zugeordnet werden können; die meisten zielen auf zentrale Positionen, von denen sich Netze über weite Teile der Gesellschaft spannen lassen. Das wird auch dadurch deutlich, dass es sich bei den Etikettierungen nicht um ein beziehungsloses Nebeneinander handelt, dass vielmehr immer wieder Verbindungslinien gezogen werden können. In seinem Entwurf der *Risikogesellschaft* zeigte Ulrich Beck, dass die von der Industriegesellschaft weg führenden Modernisierungsprozesse nicht nur unter ökologischen Aspekten, sondern auch im ganzen sozialen Bereich Gefährdungslagen erzeugen. Die Schwierigkeit und manchmal Unmöglichkeit der Steuerung hat ein hohes Maß von Unsicherheit in die individuellen Lebensverläufe hineingetragen. Manche institutionellen Sicherungsmaßnahmen sind ebenso verloren gegangen wie die Eindeutigkeiten der Tradition – die Wahl- und Entscheidungsmöglichkeiten der Menschen sind größer geworden. Dies wird betont in der von Peter Gross ausgemalten Szenerie der *Multioptionengesellschaft*, die immer mehr Freiheiten gewährt, dabei aber die alten Halteseile kappt. In den 1970er Jahren wurden die gängigen Appelle zu Emanzipation und Selbstverwirklichung ironisiert durch die angebliche Frage eines Kita-Zöglings: „Müssen wir heute schon wieder spielen, was wir wollen?“ In dieser kindlichen Frage steckt der Gegensatz von Freiheit und Unsicherheit, der die Multioptionengesellschaft charakterisiert und der die Menschen auf die Balance einer *Bastelexistenz* verweist, wie sie Roland Hitzler skizzierte: Nicht nur der Markt für Dinge, sondern auch der für Deutungen ist größer und unübersichtlicher geworden; die Lebenswege folgen seltener eingezäunten und geradlinigen Karrieren, sondern fordern rasches und flexibles Reagieren auf sich verändernde Konstellationen.

Leicht könnten von hier aus weitere Querverbindungen gezogen werden, etwa zur Informations- und Wissensgesellschaft oder zur Erlebnis- und hedonistischen Gesellschaft, und auch die *Ergebnisgesellschaft* erweist sich als anschlussfähig. Die in der Risikogesellschaft vorhandene Unsicherheit und mangelnde Planungssicherheit lenkt den Blick auf kurzfristige Entscheidungen und das schnelle Ergebnis, Improvisation ist gefragt. Gleichzeitig werden die angestrebten oder erzielten Ergebnisse aber leichtgewichtiger. Die Eröffnung vieler Optionen kann einerseits zur Lähmung, zur Unfähigkeit des Handelns führen, provoziert aber häufiger „Überbetriebsamkeit“, das Wettrennen der Erprobung vieler Möglichkeiten, das Aneinanderreihen diffuser Ergebnisse. Die daraus entstehende Hektik führt ebenso wie ein Übermaß an angestrebter Arbeit auf die *erschöpfte Gesellschaft* zu, die neuerdings von Stephan Grünewald beschrieben wurde.

Die deutlichste Verbindung besteht mit dem Konzept der Erlebnisgesellschaft. Wenn Opaschowski in seinem Entwurf die *Extremgesellschaft* auf die Erlebnisgesellschaft folgen lässt, zielt das in die hier eingeschlagene Richtung, und in Gerhard Schulzes Untersuchung wird das Zusteuern auf schnelle Verwirklichung, das man geradezu als Ergebnisgeilheit fassen kann, an vielen Stellen sichtbar. Man kann sagen, dass die Vorstellung einer Ergebnisgesellschaft so zwingend aus derjenigen der Erlebnisgesellschaft hervorgeht, dass man meine kulturwissenschaftliche Darstellung fast auffassen kann als pointierende, teilweise aber auch kontroverse Fußnote¹ zu Gerhard Schulzes Entwurf.

Meine Studie ist auf die gegenwärtige Gesellschaft ausgerichtet, aber mit weitwinkliger Perspektive. Befunde aus der Vergangenheit werden mit herangezogen, und dies nicht nur aus allgemeinem kulturgeschichtlichem Interesse. Man kann immer wieder feststellen, dass Gegenstände und Konstellationen, die rasch als modern oder postmodern klassifiziert werden, älteren Ursprungs sind oder wenigstens Vorläufer hatten. Und wo dies nicht der Fall ist, kann der historische Blick manchmal die Kippstellen markieren, an denen sich die neuen Strukturen herausbilden.

Die folgenden Kapitel, die jeweils einem Teilgebiet unserer Kultur gewidmet sind, können dabei nicht allen Verästelungen folgen. Sie greifen nur wenige Detailbefunde auf und setzen sich nicht systematisch mit den speziellen Ergebnissen empirischer Forschung auseinander, die auf diesen verschiedenen Feldern angesammelt wurden. In diesem Zusammenhang dürfte der Hinweis angebracht sein, dass die Ausdehnung der Forschung wie auch die neuen Möglichkeiten und Erfordernisse der Publikation dazu geführt haben, dass schon innerhalb der Teilgebiete kaum mehr alles zur Kenntnis genommen werden kann. Umso wichtiger ist deshalb der Blick auf die größeren Zusammenhänge und die Herausarbeitung von Gemeinsamkeiten, die für alle Bereiche der Kultur prägend sind.

Die Präsentation der Teilbereiche ist nicht in eine hierarchische Ordnung gebracht, die sich am gesellschaftlichen Gewicht der behandelten Gegenstände orientiert. Eher richtet sich die Reihenfolge nach dem Grad der Evidenz für die Abhängigkeit von Ergebnissen, die in dem jeweiligen kulturellen Sektor sichtbar wird. Vor allem aber soll die bunte Abfolge deutlich machen, dass das in den Mittelpunkt gerückte Prinzip des relativ beliebigen, raschen und, wie man sagen könnte, leichtsinnigen Umgangs mit Dingen, Konstellationen und Problemen fast überall in unserer Gesellschaft aufzuspüren ist. Die Darstellung spiegelt so in gewisser Weise selbst die Bedingungen der Ergebnisgesellschaft.

1 Als Fußnote ohne (weitere) Fußnoten. Angesichts des weitgespannten Überblicks und der vielfältigen Zugänge versteht es sich von selbst, dass sich der Verfasser in vielen wissenschaftlichen Sektoren bedienen musste. Bei Zitaten und bei der Übernahme substanzieller Gedanken sind die Urheber im Text erwähnt; eine detaillierte Darstellung und kritische Analyse einzelner Forschungen hätte den Rahmen gesprengt und erschien auch nicht notwendig, da die Einzelbefunde immer im Blick auf das Gesamtkonzept herangezogen werden.

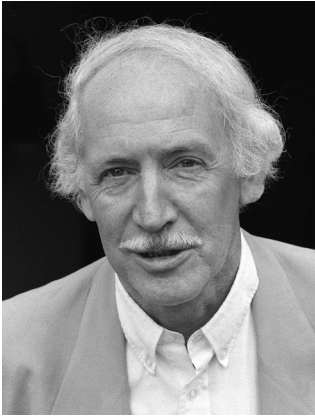


Foto: Manfred Grohe

Hermann Bausinger, seit 1960 Professor der Universität Tübingen, leitete dort bis zu seiner Emeritierung 1992 das Ludwig-Uhland-Institut für Empirische Kulturwissenschaft. Mit seinem in sieben Sprachen, zuletzt 2014 ins Chinesische übersetzten Buch „Volkskultur in der technischen Welt“ trug er wesentlich zur Modernisierung des Fachs bei. Neue Wege ging er auch in zahlreichen Arbeiten zur sprachlichen Kommunikation, zur Erzählforschung, zur Mediennutzung, zum Sport, zum Tourismus, zu Integrationsproblemen. In vielen Beiträgen befasste er sich mit der regionalen Geschichte und Tradition, richtete den Blick in den Büchern „Deutsch für Deutsche“ und „Typisch deutsch“ aber auch auf die nationale Kultur und ihre internationalen Verflechtungen.