Lebensfreude, Daseinsglück - in drei Buchstaben : Bemerkungen zum neuen Zauberwort "fit"

Autor(en): **Bebermeyer, Renate**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Sprachspiegel : Zweimonatsschrift**

Band (Jahr): **43 (1987)**

Heft 5

PDF erstellt am: **04.06.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-421490

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

immer für Hydropsie. Wassersucht hat so etwas kolossal Anschauliches." Doch eben, leider entscheiden sich die Leute ohne solche Überlegungen meist für das Fremdwort, wenn sie „die Wahl haben" — einfach deswegen, weil der fremde Ausdruck ihnen als erster einfällt und weil er sich überdies „so gut ausnimmt": effizient tönt besser als ein simples wirksam oder wirkungsvoll, definitiv besser als endgültig usw. Darum auch sagen sie, der Dieb sei in flagranti erwischt worden, nicht auf frischer Tat; darum die vielen prekären, kaum je aber bedenklichen, unsicheren, bedrohlichen Verhältnisse ... Mit einem Fremdwort lassen sich oft viele mögliche Inhalte wie in einem Sammelgefäß auf einmal wiedergeben, es erspart dem eiligen Schreiber das mühsame Aufsuchen eines treffenderen oder gar des treffendsten Wortes. Und — hier liegt der Hase im Pfeffer — der Gebrauch von möglichst gelehrten Fremdwörtern verleiht dem Sprecher oder Schreiber bei naiven Gemütern erhöhtes Ansehen: „Muß das ein gescheiter Herr sein!" Denn allzu viele lassen sich von fremdartigen, hochtönenden, von weither geholten Wendungen blenden; sie merken nicht, daß der vermeintliche Sprachglanz nur vom Katzengold der Fremdwörterei herrührt. Soll man sich da wundern, daß gewisse Wortkünstler aus dieser unkritischen Haltung ihrer Leser nach Möglichkeit Nutzen ziehen?

Hans Sommer

Lebensfreude, Daseinsglück — in drei Buchstaben

Bemerkungen zum neuen Zauberwort „fit"

Von Dr. Renate Bebermeyer

Haben Sie heute Ihre Meinung schon veröffentlicht? — Eine provokative Frage? — Nur im Prinzip: Auch wer heute keine Buttons, keine Aufkleber, keine Parolen trägt, klebt, plakatiert, hat, ohne dies zu wollen, sein Herz auf der Zunge. Die Schlagworte und Modebegriffe nämlich, die uns so leicht und unbekümmert von der Zunge gehen, haben eine Eigendynamik, an die wir zumeist nicht denken: Die Tendenzen, Motive, Motivationen der unmittelbaren Gegenwart machen jedes Modewort sofort zum Repräsentanten eines neuen Lebensgefühls, zum Träger eines fertigen Programms, zur Grundlage einer „unverzichtbaren", „nicht mehr wegzudenkenden" Neuorientierung: „Man muß die Geschichte des/der ... völlig neu schreiben", „Nur ein radikales

Umdenken führt uns aus . . . heraus" — Sätze, die auf symptomatische Weise überall und selbstverständlich ausgesprochen und gedruckt werden.
Jung, aktiv, dynamisch hieß die Trilogie, die *das* gängige Gesellschaftsbild, *die* herrschende Vorstellung mit Vorbildcharakter darstellte. Nun sind wir auf die Drei-Buchstaben-Einheit gekommen: *fit* heißt jetzt *die* Maßeinheit für die „neue", allumfassende Lebensqualität. Oder *Fitneß*. Lebensprogramme werden immer kürzer — je länger die allgemeine Lebensdauer wird. Der Begriff, der lange zum täglichen gedankenlosen Sprachgebrauch gehörte, *Streß*, ist nun überflüssig. Wer ihn noch als „Statussymbol" nutzt — sei es zum Nachweis seiner Gewichtigkeit und Unersetzbarkeit, sei es als Krankheitsbegriff: zum Ausdruck des überbordenden alltäglichen Leistungsdrucks —, hat (vor lauter Streß?) übersehen, daß nunmehr Streß-*Bekämpfung* angesagt ist, daß der Zeitfühlige jetzt auf dem *Fitneß-Pfad* ist, daß augenblicklich die *Trimm-dich-fit-Parole* gilt.
„Streß heißt der große Feind unserer Zeit"; er wird an allen Fronten (auch da, wo er nicht ist) und mit allen Mitteln bekämpft. Doch ist dies kein Krieg, sondern *Fun:* „Fit mit Fun"! Das Erfolgsprinzip paart sich auf ideale Weise mit dem Lustprinzip. Das Fit-Sein/Bleiben/Werden ist urplötzlich zum gewichtigsten Stück der Alltagskultur geworden. Fitneß ist gewissermaßen ein Gesamtkunstwerk: sie verspricht: den perfekten Körper, die unerschütterliche Psyche, das vollendete Lebensgefühl und garantiert höchste und beste Erfolge in Karriere/Beruf, Familie, Freizeit. *Der Zustand totaler Vermarktung des Wortes und der Sache erscheint bereits erreicht.*
Der sprachliche Niederschlag dieser neuen Alltagsphilosophie zum Anfassen und Sinnlich-Erleben äußert sich am nachdrücklichsten im Bereich der Floskel, im Bereich der Medienlyrik unserer Tage: im Sektor Werbespruch und griffige Schlagzeile. „Wir machen Sie fit und immer fitter" . . .
Doch zunächst ein kurzer Blick auf die Herkunft des neuen Hitwort-Paares: Fit kommt — wie so manches, als sich der Sport Ende des 19. Jahrhunderts das Festland eroberte — aus der englischen Sportsprache. Es gehörte in den Bereich des Pferdesports, wie denn auch das etwas später (aus dem Amerikanischen) „angekommene" Fitneß zunächst im Tierbereich „ankam": in der Haustierzucht, die damals wichtigsten Merkmale benennend: große Anpassungsfähigkeit an die Umwelt und hohe Vermehrungsrate. Und *die* ist dem Begriff treu geblieben: er mehrt und mehrt und vermehrt sich. Nicht restlos klar zu fassen ist die Etymologie: Mittelenglisch „fete" bedeutete „gutes Zusammenhalten"; in älteren Sprachstufen (altnordisch, althoch-

deutsch) finden sich Varianten, die inhaltlich in dieselbe Richtung zielen, so daß sich — plausibel und folgerichtig — die Duden-Definition ergibt: „gute, zur rechten Zeit erlangte körperliche Grundverfassung, Bestform". So war es, solange der Begriff im Bereich des Sportes — ganz selbstverständlich — und unspektakulär zuhause war. Seit er sich alle Lebensbereiche erobert hat, ist aus der Bestform die Superform geworden, ist Fitneß zur Super-Fitneß geraten.

Viele Wege führen zur Fitneß, die man möglichst alle gehen soll. Die Werbeformeln weisen den Weg, den Weg durch das Nahrungs-Schönheitspflege-Urlaubs-Angebot und durch das laienmedizinische Sortiment: Fitsein ist butterleicht. / Fit mit Butter. / Fit mit Brot . . . / Unser Fitmacher im Mai (ein Mixgetränk). / Ein Fit-Tag pro Woche für mehr Wohlbefinden. / Ihre Tages-Fit-Diät. / Neu: Fitneß-Salatteller . . . / Fitneß aus dem Cremetopf. / Fit durch superstarke Frisuren. / Frohe Ostern, frisch, fit, feminin (Parfüm). / Fit? Nur mit Muscle-Fit. / Fitneß-Urlaub: Fitneß statt faulenzen. / Ferien, Freizeit, Fitneß. / Fit für Kontakt und Reise (Sprachkurse für Senioren). / Schlank und fit durch unsere Heilfast-Therapie. / Fit mit der besonderen Ultraschall-Therapie. / Fit durch das neue Biofeedback.

„Fit ist schön und schön ist fit". „Wer sich genußvoll und auf leichte Art fit halten will, kann auf Butter nicht verzichten". . . . : Die *Hilfsmittel* garantieren den Erfolg. Auf sie kommt es an. Zur Fitneß braucht man „GIM" (Geräte, Institutionen, Motivationen.):

Geräte: alles — vom Schnellkochtopf über Gewichtscomputer zu Hometrainern und natürlich Sport- und Freizeitkleidung, Hygieneartikel, Nahrungsmittel — jeder Art.

Institutionen: Fitneßclubs, Bodybuildingsinstitute, Diäthotels, Schönheitsfarmen, Bio-fit-Läden; eine „internationale Messe für Fitneß, Freizeit, Sport und Bodybuilding".

Motivationen: Sie werden durch Erfolgsversprechungen geweckt und gestärkt: „Fitneß — erfolgreich in allen Lebenslagen". „Fit in 21 Tagen" und durch das Verheißen eines spielerischen, lustvollen, anstrengungsfreien Fitneß-Wegs stimuliert. Vorbilder, die es „geschafft" haben, sollen für Motivationsschübe sorgen: Die persönlichen Fitneß-Programme Prominenter („Geheimnisse der Weltstars") füllen die Illustriertenspalten. Gagnafte, dem Alltagsbürger in den Mund gelegte „Selbstbekenntnisse" wie: „Ich war ein Schlaffi." „Hilfe! Meine Frau ist so fit!" usw. runden das Bild der Vermarktung.

Auf die Plätze . . . fertig . . . fit! Auf das richtige Outfit kommt es an. Fit durch *Outfit.* Fitneß stellt sich als käufliches Konsumgut dar; Fitneß ist mit dem Waren- und Dienstleistungssektor

fest verknüpft. Wo bleibt die sonst so hochgelobte „naive" Kreativität? der Touch des Individuellen? der Hauch von der Entdeckungsreise ins eigene Innere? Auch das ist inbegriffen, das Image des „eigenen Weges" wird mitgeliefert: „Ihr ganz persönlicher Weg zur Fitneß." „Lassen Sie sich Ihr individuelles Fitneß-Studio für zuhause zusammenstellen" usw.
Wo alles ökonomisiert, alles professionalisiert wird, wachsen die spezifizierenden, differenzierenden *Komposita* aus dem bestens bereiteten Medienboden, Kompositionen, die zugleich Einmaligkeit und Neuheit suggerieren:
Fitneß-Allroundhantel, -Bauchkiller, -Center, -Club, -Diät, -Fan, -Freak, -Gerät, -Gymnastik, -Hometrainer, -Kick, -Programm, -Studio, -Übung, -Urlaub; Fit-Figur, Fit-Frisur, Fit-Macher, Fit-Pflegerei, fitbegeistert; freizeitfit, motorradfit, müslifit, rollschuhfit, urlaubsfit.
Fit, fitter, am fittesten; alles wird verbal einbezogen. Die eigene Haut: „Fitneß für Ihre Haut", die Augen: „Kontaktlinsen halten Ihre Augen fit", und alles Leblose: Auch das Auto hat eine Kondition die fitgepflegt sein will: „Wir machen Ihr Auto urlaubsfit", „Alle Schlepplifte werden fitgemacht", „Sind Ihre Fenster fit fürs Energiesparen?"
Und der *Sport,* dem das Wort einst gehörte, der Fitneß praktizierte, ohne davon viel Worte zu machen? „Sportabzeichen — Ihr persönlicher Fitneß-Test", „Auch in Ihrer Vereinsgaststätte gibt es Fitmacher" usw.: Auch der Sport hat sich das neue Outfit beschafft, die neuen Kleider angezogen, aufgeschreckt durch die Zuwachsraten der Fitneß-Clubs und im Wissen um die Nutzlosigkeit von Erklärungen — in einer Zeit, in der die Rationalität eine psychologische Blockierung nach der anderen erleidet.

Fit, Fitneß. Ein Wort, ein Worte-Zwillingspaar sagt uns, worum es geht. Es sagt uns, daß wir auf dem Weg zur Dienstleistungsgesellschaft, von der die Soziologen sprechen, schon recht weit gekommen sind. Es sagt, was sprachlich vor sich geht:
Alte Begriffe werden *„besetzt":* sie werden fit gemacht für eine neue gesellschaftliche Aufgabe: für die Aufgabe als Programmverkünder, für die Aufgabe als *das* philosophische Wort zum Alltag. „Schweizer Minister müssen belastbar sein und fit" — sicher inhaltlich keine neue Forderung, doch eine, die besagt, daß es zwar nicht unwichtig ist, zu sagen *worauf* es ankommt, daß es aber letztendlich *darauf* ankommt, etwas *so* zu sagen, daß es *ankommt.* Und eine Formulierung im neuesten Modegewand hat ihre sofortige „Akzeptanz".
Die *Fitneß-Welle* ist großformatig; sie trägt für alle etwas und für jeden alles für die Zukunft heran. Die Welle ist eine Welle

besonderer Art. In ihr türmt sich ein ganzes Wellensystem. Sie hat die seit längerem wogende *Gesundheits-Welle* eingefangen, die seit langem rollende *Jugendlichkeits-Welle,* die relativ junge *Körperkult-Welle* („die neue Lust am Körper"), die aktuelle *Schlankheits-Welle,* die immer stärker anbrandende *Freizeit-Welle,* die *Öko-Welle* usw. Die *Fit-Superwelle* überspült als „Jahrhundertwelle" die Alltagslandschaft, getrieben vom Sturm des Verlangens nach sofortiger Lösung aller Probleme. Wer sich mitreißen läßt, wird mit einer Vielzahl großer, kleiner, kleinster Anweisungen und Angebote konfrontiert: Er steht in der Welle und versucht, die einzelnen Wassertröpfchen zu zählen. Fitneß killt Streß — oder: Streß, dein neuer Name heißt fit? Ist Aktivität durch Aktionismus ersetzt? Wird Aktivität nur vorgetäuscht? Ernste Fragen, die sich aber so manchem Fitneß-Fan erst gar nicht stellen, denn das Fitneß-Programm ist vielfach nur ein verbales Ritual. Man ergreift das Wort als Renommier- und Selbstdarstellungsvokabel. Man zeigt gleichsam den Fitneß-Paß vor und steckt ihn wieder weg, wenn er die gewohnten Alltagspraktiken stören könnte.

Der Alltagsbürger also hat zumindest den Renommiernutzen. Die Fitneßanbieter haben ihren materiellen Nutzen. Der Begriff Lebensqualität hat einen neuen, aktuellen modischen Inhalt: fit/Fitneß sagt alles. Die Gegenwartssprache hat ein neues Supermodewort.

Schiebt man das ganze „Phänomen" einen Augenblick in die Entfernung, aus der man etwas betrachten kann, erkennt man schlagartig, worum es beim ganzen Fitneßrummel geht: „Krafttraining fürs Selbstbewußtsein", „Ein starker Körper stärkt die Seele — mit lauter leichten Dingen" usw. Fitneß ist nichts anderes als das gute alte „mens sana in corpore sano" (der gesunde Geist im gesunden Körper) im neuen, im zeitgenössischen „Outfit". Damit ist *fit* eigentlich dasselbe wie „gesund", gesund in der Definition der Weltgesundheitsorganisation (WHO), die auch psychisches und soziales Wohlbefinden einbezieht. Und doch ist fit „moderner" als das WHO-gesund: es ist *marktwirtschaftlich* orientiert; es ist reduziert auf das, was einen Markt hat, auf das, was verkauft und gekauft werden kann. Das ideelle Ziel steht abstrakt in weiter Ferne; angeleuchtet und bestens gebahnt ist der Weg. Der vermarktete Weg ersetzt das Ziel. Darin spiegelt sich in anschaulicher Deutlichkeit, daß das Warum des Lebens in den Hintergrund gerückt ist. Im Vordergrund steht das Wie des Lebens — unter deutlich betonten konsumorientierten Aspekten.

„Wer ein Warum zu leben hat, erträgt auch jedes Wie", sagte Nietzsche.