Zeitschrift: Sprachspiegel : Zweimonatsschrift

Herausgeber: Schweizerischer Verein für die deutsche Sprache

Band: 46 (1990)

Heft: 5

Artikel: Kulturerlebnis und Erlebniskultur : Neues aus der alltäglichen Schlagwortwelt

Autor: Bebermeyer, Renate

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-421583

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 13.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Kulturerlebnis und Erlebniskultur

Neues aus der alltäglichen Schlagwortwelt

Von Dr. Renate Bebermeyer

Immer wieder geben Schlagwörter Anlaß zu Betrachtung und Erörterung, zumal sie aktuelles Augenblicksgeschehen in jeder Hinsicht widerspiegeln. Am interessantesten sind die, die von einer neuen „Aktion" des „Zeitgeists" künden. Hat „Er", der action-reiche, wieder ein neues Befindlichkeitsglück ausgerufen, wird es augenblicklich angenommen. Es ist dann — ebenso plötzlich — kein Trend, keine Mode, keine Welle mehr, sondern ein ganz neues „Feeling", eine neue Ersatzreligion. Das neue, alles um- und erfassende Thema wird zum beherrschenden Bekenntnis, man „bringt sich (voll) ein"; das Wort wird zur Leitvokabel, die sich sofort zum „Expertensystem" entwickelt: alte und neue Komposita mit dem betreffenden Begriff bilden sich, mit deren Hilfe alles mühelos dem beherrschenden Thema zu- und untergeordnet werden kann.

Ein solches Schlagwort, das gegenwärtig hofhält, ist *Erlebnis*, ein Wort, das um 1800 nach „erleben" gebildet wurde, und ein „miterlebtes Ereignis" sowie einen „starken Eindruck" benennt. Auf der Freizeitwelle, auf der Woge, die die arbeitsfreie Zeit zum höchsten Gut erklärt, die den „eigentlichen" Tag mit dem Feierabend beginnen läßt, und „die schönsten Wochen des Jahres" zur fünften Jahreszeit macht, auf die man hinlebt, dreht sich alles um das *Erlebnis*. Natürlicherweise — wenn dies die Zeit ist, in der man wirklich lebt, in der man „echt" lebt.

„Erlebnisreisen liegen voll im Trend.", „Immer mehr gestreßte Normalbürger wollen den Zwängen des Alltags und des Ferienalltags entfliehen und einmal etwas völlig Neues erleben.", „Der neue Trend zu Erlebnisreisen aus dem Katalog." „Wenn einer eine Reise tut, so kann er was erzählen" — die sprichwörtlich gewordene Stelle aus einem Gedicht von Claudius hat eine neue Akzentuierung erhalten: auf das *Was* kommt es an, und nur das Sensationell-Einmalige kommt bei den wohlstandsabgestumpften Sinnen an. Besonders wichtig ist, die neue Erlebnishaltung in den normalen Alltag zu holen und dort alles zum Erlebnis zu stilisieren. Die Erlebniswelt ist angesagt, und unter diesem Zeichen siegen Werbestrategen. Überall gibt es das „spontane" Erlebnisangebot, wartet es auf Nachfrage:

„Die IBO präsentiert sich als Erlebnismesse.", „Die Bahn setzt auf Erlebnisqualität in ihren Zügen.", „Einen Erlebnisort möchte das Verkehrsamt den Besuchern präsentieren, auch eine Er-

lebniswanderkarte wird herausgegeben.", „Erlebniswelt Gartenschau", das „Erlebnis zum Aufblühen", „Erlebniskauf statt nur Geldausgeben", verheißt ein Warenhaus.
Ein Wirtschaftsjournalist textet: „Kaufhof — eine Erlebniswelt — auch für Aktionäre", „BIG: Symbiose aus Discount und Erlebniskauf." Und nach dem Kauf*erlebnis*? Natürlich in die *Erlebnis*gastronomie („der Gast will unterhalten, verblüfft werden mit raffinierten Ideen"). Und am Wochenende? Ab in die *Erlebnis*landschaft X, oder in den *Erlebnis*park (der manchenorts noch bieder Freizeitpark heißt), oder lieber ins *Erlebnis*bad im *Erlebnis*center? Manchem wird auch ein *Erlebnis*buch (!) genügen („die neuen Erlebnisbücher sind da!") oder die entsprechende *Erlebnis*kassette. Den allnächtlichen *Erlebnis*schlaf scheint es noch nicht zu geben. Man kann zwar von der *Erlebnis*insel Malta träumen, dennoch müßte endlich auch die Schlafenszeit erlebbar gemacht werden.
Erlebbar sein ist gewissermaßen die Vorstufe und Voraussetzung zum Erlebnis. Erlebbar ist eine neue Aktivitätsform, die denen obliegt, die anderen neue Erlebniswelten erschließen wollen. Der betroffene „Gegenstand" wird dadurch mit einem Gütesiegel versehen: mit dem Prädikat „erlebnisgeeignet". „Der Lauf des Wassers durch die Landschaft ist heute nicht mehr erlebbar. ... Mehr erlebbare Flußufer zu schaffen ist das Ziel.", „Museen müssen heute erlebbar gestaltet werden.", „Das bedeutet, Geschichte lebendig zu machen, sie hautnah erlebbar zu machen.", „Diese steinernen Zeugen erlebbar zu machen heißt, ein Denkmalerlebnis anzubieten.", „Der Abbau der Personenkontrolle schafft den Durchbruch zum erlebbaren Europa."
Diese Erlebnisstrategie beruht auf einem in der Gegenwartssprache sehr lebendigen, von jedem hautnah erlebbaren Trend: dem zur *Aufwertung,* dem, der alles „eine Nummer zu groß" ausdrückt. Die grassierende Anspruchshaltung findet hier ihren sprachlichen Ausdruck. Die sprachliche Umsetzung ist leicht erreichbar: dank der leistungsfähigen Struktur der kompositionalen Möglichkeiten, dank der verbalen Gestaltungsfreiheit, die jedem eingeräumt wird. Sie wird voll ausgereizt: Was ist ein „Erlebnis mit Gleisanschluß"? Natürlich der Speisewagen. Mitunter fällt es schwer, das verbale Erlebnis ernstzunehmen.
Der Hintergrund, aus dem die Begriffe wachsen, wird ernst, allzuernst genommen. Das *neue Erlebnis* ist das Ergebnis eines *„neuen Bewußtseins"*, das epidemisch um sich greift und alles ansteckt: Das *neue* Reise*bewußtsein,* Konsum*bewußtsein,* Freizeit-, Gesundheits-, Körper*bewußtsein* u. a. m. „Das neue Müllbewußtsein wird sich durchsetzen." Diese Bewußtseinslagen führen ganz selbstverständlich zu neuen und verschiedenarti-

gen Erlebnissen, sie summieren sich zum allgemeinen Erlebnisbewußtsein. Der Erlebniskomplex ist also eng mit dem neuen Bewußtsein verknüpft — die Leitvokabeln sind vernetzt.
Die neue Erlebniserfahrung wird — die Medien machen's möglich — gewissermaßen zum Kultgegenstand. Da aber „einen Kult mit etwas treiben" doch eine faßbare negative Komponente hat, muß es zur besonderen *Kultur* angehoben werden. Nicht zufällig schießt die Kultur ins Kraut: „Kultur hat Konjunktur.", „Kultur blüht — kein Anlaß zu Kulturpessimismus."
Dabei geht es zum einen um das, was man schon immer unter Kultur verstand, jedoch wesentlich wortreicher, inflatorischer. Überall *Kultur*leistung, *Kultur*leben, *Kultur*austausch, um *Kultur*projekte, -initiativen, -vorhaben, -planungen und -erbe.
Kulturelle Entwicklungen, Schwerpunkte, Strömungen werden überall geortet. Es geht um die politische Kultur, um „die Kultur unserer Städte", die „Kulturtechnik des Lesens", die „Stärke eines kulturell begründeten Selbstwertgefühls" und interkulturelle Begegnungen. Kultur schmückt jedes Forum: „Tourismus — Förderer oder Zerstörer der Kultur" hieß das Motto der Schweizer Verkehrszentrale beim 1. Schweizer Forum für internationalen Tourismus.
Die allzusehr auf das Materielle gerichtete Erfolgswelt sucht ihr Defizit zu bemänteln und trägt Kultur zur Schau. „Wenn man den Teufel nennt, kommt er gerennt", sagt das Sprichwort. Und so wird sie denn feilgeboten: die Massenkultur als Mittel gegen „die kommerzielle Pseudokultur"!
„Die Kultur des Bildes" und „die Kulturquote unserer Städte", das „allgemeine Kulturerbe" und das „eigenständige Kulturerbe". Der Kulturmarkt ist zur Wachstumsbranche geworden und fordert großformatige institutionelle Verankerungen — von der bereits viermal erfolgten Benennung einer „Kulturstadt Europas" über das „Haus der Kulturen der Welt" (in Berlin) bis zur „Weltdekade für kulturelle Entwicklung", wie sie die Weltkulturkonferenz der Uno für die Jahre 1988—1997 ausgerufen hat.
Neben der Intensivierung und „wissenschaftlichen" Auffächerung des tradierten Kulturbegriffes haben die Kulturschaffenden das Erlebnisfeld Kultur entdeckt: Alles, was im Rahmen des jeweiligen neuen Bewußtseins *erlebbar* und erlebnisfähig ist, kann zur *Kultur* erhoben werden. Es gibt den direkten Weg vom Spiel*erlebnis* zur Spiel*kultur*, vom Wohnerlebnis zur Wohn*kultur*, Tanz*kultur*, Gesundheits*kultur*, Garten*kultur*, Haar-, Vollwert-, Sport-, Fußball-, Stadtrand-, Freizeit-, Strand-, Bade- und Demo*kultur*. Sprechblasen*kultur*, Diesel*kultur*, ... „neue Theater- und Opern*kultur*", Friedhofs*kultur*, Jugend*kultur* und „die neue Kultur der Senioren".

Für den permanenten *Kultur*teilnehmer beginnt der Tag mit der „Dusch*kultur*, die beachtliche Verbreitung gefunden hat" und der „noch immer nicht angenommenen Zahnreinigungs*kultur*". Es folgt die Teilnahme an der Eß*kultur* oder an der speziellen Müsli*kultur*. Vielleicht ist das, was im Rahmen der Tischkultur stattfindet, zugleich ein Teil der Gesundheits*kultur*. Bei dieser Gelegenheit kann der Einstieg in die Zeitungs*kultur* erfolgen oder in die „Kultur der Kommunikation", wahlweise Streit*kultur*. Für die „Kultur der Erinnerung" bleibt keine Zeit, man stürzt sich in „die Verkehrskultur, die leider noch immer fehlt" und tritt in die Arbeits*kultur*, die es zwar gibt, die aber nicht als solche empfunden wird. Warten auf den *Kultur*abend, offen sein für die Freizeit*kultur*, Hobby*kultur*, Sport*kultur*. Der Kulturhorizont läßt sich beliebig erweitern. Die „neue Bettkultur" ist sicher angeschafft.

„Unsere Gesellschaft ist multikulturell." Wir leben in einer „vielschichtigen Alltagskultur" und brauchen die „erlebnisbetonte Dienstleistungs- und Versorgungskultur" — und den „umfassenden Kulturdialog jeder Art". Dieses Kultur- und Erlebnisgerüst macht jeden zum Kulturexperten und zum Erlebnisstrategen. Damit ist das tägliche Tun und Treiben in den Rang einer Expertenleistung gehoben. Dadurch wird gewissermaßen die tägliche persönliche Gesamtleistung bestätigt, das so vielberedete Selbstwertgefühl gestärkt, in einer Welt, in der „es dem einzelnen nicht leicht gemacht wird, Profil zu gewinnen".

Zum zeitbedingten Hang, alles etwas zu hoch zu hängen, verbal und in der Praxis, kommt der ebenso zeitbedingte Trend, alles *überschaubar*, zum *Anfassen*, sinnlich erfaßbar, eben *erlebbar* zu machen. Das schlichte, „mit Herz" und „aus dem Bauch" genossene *Erlebnis* und die Experten*kultur* — Sehnsüchte, die sich in die Worte flüchten. Daß Erlebnis und Kultur schwerpunktmäßig im Freizeitbereich angesiedelt sind, belegt den gegenwärtig überhöhten Wert der Freizeit und sagt zugleich, daß weithin die *Mußezeit* zur *action-time* geworden ist.

Das Erlebnis ist zur Lebensbestätigung aufgewertet: Ich erlebe, also bin ich. Der Kulturbegriff wird vereinfacht und auf seine etymologischen Wurzeln zurückgeführt: Lateinisch colere bedeutet pflanzen, hegen, cultura zunächst Bearbeitung, Pflege, Anbau — also im Grunde alles, was man hegt und pflegt. Aus der Gesamtheit der geistigen und künstlerischen Lebensäußerungen einer Gemeinschaft ist die beliebige Tätigkeitsäußerung des einzelnen geworden. Vereinfachung kann entwertend sein — und hier ist sie es. Der Begriff wird zur Hülse, man nimmt ihn immer weniger ernst und macht ihn damit zu einer Art Clown. Sinnigerweise sind Kultur und Clown etymologische Verwandte.