

**wespennest // 174 // leseprobe**

2_	<b>Editorial</b>
4_	<b>Frank Schulz</b>
	Anmut und Feigheit (Auszug)
12_	<b>Robert Schindel</b>
	Gedichte
14_	<b>José F.A. Oliver</b>
	Gedichte
17_	<b>Andreas Altmann</b>
	Muttererde
19_	<b>Alice Grünfelder</b>
	Die Wüste auf der Alb
21_	<b>Ute-Christine Krupp</b>
	Härtere Tage

	<b><u>schwerpunkt</u></b>
	IDIOTIE
	Bildarbeiten S. 43-45, 64, 65, 74, 75:
	<b>Matthias Mollner</b>
	26_
	<b>Nicolas de Warren</b>
	Die mündig gewordene Dummheit.
	Madame Bovary und ihr Traum
	von wunderbarer Leidenschaft
	31_
	<b>Helmut Neundlinger</b>
	O heil'ge Ignoranz! Bemerkungen zur
	Torheit als subversiver Praxis
	34_
	<b>Elfie Miklautz</b>
	Die Kunst im Unbedachten.
	Dummheit als Methode
	39_
	<b>Maximilian Probst</b>
	Fühl den Fisch! Wir brauchen
	neue Formen der Intelligenz
	46_
	<b>Lukas Hammerstein</b>
	Das ist Wahnsinn. Kim lacht irre,
	und König Putin ist nackt: Wie man
	den Verstand verliert
	50_
	<b>André Spicer</b>
	Business Bullshit
	56_
	<b>Natalia Besedovsky</b>
	Wer ist hier der Idiot? Finanzmärkte
	und die Logik der Risikobewertung
	60_
	<b>Ines Geipel</b>
	Homo optimus.
	Vom Irrsinn der Topträumer
	66_
	<b>Monika Rinck</b>
	Narrheiten, größer als ihre Träger.
	Oder: Der Liebe Abschied vom Idioten
	70_
	<b>Sabine Scholl</b>
	Auf Wiedersehen, Meerschweinchen-
	wiese! Berlin entwickelt sich
	76_
	<b>Peter Riedl</b>
	Das Ich ist das größte Luder.
	Über Gurus, Gehorsam und die
	schwierige Gratwanderung zwischen
	Dummheit und Vertrauen
	80_
	<b>Sandra Lehmann</b>
	Gegen den Strich des verendlichten
	Lebens. Dummheit und Verzweiflung
	bei Sören Kierkegaard

	<b><u>wespennest porträt</u></b>
	Fotos: KollektivRetina/Reinhard Öhner
	87_
	<b>Klaus Amann</b>
	Vom Vor- und Nachteil kein Missionar
	zu sein. Rede auf Josef Haslinger
	90_
	<b>Josef Haslinger</b>
	Ein Linsengericht für die Bildung
	92_
	<b>Evelyne Polt-Heinzl</b>
	Literaturkritik als demokratie-
	politische Frage
	<b><u>wespennest buch</u></b>
	94_
	Jürgen Link
	<b>Florian Neuner: Drei Tote</b>
	98_
	Stefan Ripplinger
	<b>Christian Steinbacher: Gräser im Wind</b>
	99_
	Astrid Nischkauer
	<b>Nils Röller: Bittermeer. Mare amoroso</b>
	100_
	Gisela Steinlechner
	<b>Margret Kreidl: Zitat, Zikade.</b>
	<b>Zu den Sätzen</b>
	102_
	Barbara Eder
	<b>Howard Cruse: Stuck Rubber Baby</b>
	102_
	Uwe Hübner
	<b>Kurt Drawert: Der Körper meiner Zeit</b>
	106_
	Theresia Prammer
	<b>Dieter Janz: Nebensachen.</b>
	<b>Ansichten eines Arztes</b>
	<b>Sebastian Kleinschmidt:</b>
	<b>Schmerz als Erlebnis und Erfahrung.</b>
	<b>Deutungen bei Ernst Jünger und</b>
	<b>Viktor von Weizsäcker</b>
	110_
	AutorInnen, Anmerkungen,
	Buchhandel
	Cover: © Antonio Gravante,
	de.123rf.com

André Spicer

# Bullshit

**E**in junger Mann, der einen Smoking trägt, geht durch einen Ballsaal. Um ihn herum sieht man Spuren eines Fests, die ihre Schuldigkeit getan haben: Ballons, leere Gläser, Konfetti. Am ersten Januar 1984 erschien dieses Bild überall in den USA. Darunter standen die Worte: «The Party's Over». Dies war eine Anzeige von AT&T, dem damals größten Telekommunikationskonzern in den USA. An diesem Neujahrstag war AT&T entflochten worden. Alle seine Tochterunternehmen sahen sich einer neuen Welt gegenüber: Eine angenehme Monopolstellung wurde durch die Härten des Wettbewerbs ersetzt.

Eines der Tochterunternehmen war Pacific Bell, das praktisch ein Monopol auf Kaliforniens Telefoninfrastruktur besaß. Das Managementteam stand unter dem Druck, den Konzern neu zu organisieren. Die Führungskräfte entschieden, dass nicht nur die Bilanz eine Überholung benötigte, sondern auch die gesamte Belegschaft. Dafür stellte das Unternehmen einen bekannten Experten für Organisationsentwicklung namens Charles Krone ein. Er machte sich daran, ein Managementtrainingsprogramm zu entwerfen, das versprach, die Art zu verändern, wie Menschen dachten, handelten und sprachen. Indem sie diesen Kurs durchliefen, würden ihre Untergebenen, so hoffte die Konzernleitung, auf neue Bewusstseinsstufen gehoben werden, und ihr Unternehmen würde Kräfte freisetzen, um unter den neuen Bedingungen konkurrieren zu können.

Krones Trainingsprogramm enthielt viele der üblichen Standards, die man erwarten durfte. Aber dieses Null-Acht-Fünfzehn-Managementtraining wurde in einer ziemlich bizarren Verpackung

präsentiert, nämlich den Gedanken eines russischen Mystikers des 20. Jahrhunderts namens George Gurdjieff.

Gurdjieff zufolge leben die meisten von uns in einem Zustand, der einem «Wachschlaf» gleicht. Wir reagieren automatisch und erlangen nicht «höhere Bewusstseinszustände». Um sich aus der Erstarrung zu lösen, müssen wir uns auf das einlassen, was er «die innere Arbeit» nannte. Der Fokus dieser «Arbeit» ist das eigene Ich. Durch die Selbstarbeit, die tief sitzenden Denkgewohnheiten zu unterminieren, so Gurdjieff, sei es möglich, die eigenen inneren Potenziale zu befreien und tiefgründige Wahrheiten zu erkennen.

**U**rsprünglich faszinierten Gurdjieffs Ideen Künstler, Intellektuelle und Freidenker. Menschen wie die Schriftstellerin Katherine Mansfield, der Architekt Frank Lloyd Wright und der Psychonaut Timothy Leary waren von seinen Ideen beeinflusst. Zu Beginn der 1980er-Jahre hatten Gurdjieffs mystische Ideen Resonanz in der eher seltsamen Umgebung eines großen kalifornischen Versorgungsunternehmens gefunden. Alle 70 000 Angestellten der Pacific Bell brachen mit Hilfe des Managementtrainings, das von Gurdjieffs Ideen geprägt war, zu einem höheren Bewusstseinszustand auf.

In einem Programm, das als «Kroning» bekannt wurde, nahmen Angestellte an zehn zweitägigen Sitzungen teil, wo etwa siebzig Menschen zusammenkamen, um über neue Konzepte unterrichtet zu werden. Danach hatten sie ein beeindruckendes neues Vokabular, das «Kronese» hieß. Sie redeten nun über «Justierung», «Endzustandsvisionen», «Wege nach vorn», «Zielstrebigkeit» und «Intention-

**Allerdings hatte Kroning unerfreuliche Nebenwirkungen. Die neue Sprache führte zu weitaus mehr Besprechungen. Alles dauerte doppelt so lange.**

nalität». Dieses neue Vokabular sollte Mitarbeiter aus ihrem bürokratischen Halbschlaf wachrütteln und ihnen die Augen für eine höhere Bewusstseinsstufe öffnen.

Allerdings hatte Kroning unerfreuliche Nebenwirkungen. So war es für Außenstehende fast unmöglich zu verstehen, was in dem Unternehmen vor sich ging. Eine frühere Angestellte erklärte, dass sie sich «erinnern konnte, regelmäßig Außenstehende in einer Besprechung zu haben, und sie konnten der Besprechung absolut nicht folgen». Die neue Sprache «führte zu weitaus mehr Besprechungen. Alles dauerte doppelt so lange». Ein Mitarbeiter mutmaßte, «wenn die Energie, die in das Kroning hineingesteckt wurde, für die anstehende Sache verwendet worden wäre, hätten wir alle viel mehr geschafft».

Auch wenn Kroning in einer New-Age-Sprache psychischer Befreiung verpackt war, wurde es von all den Drohungen eines autoritären Führungsstils begleitet. Viele Angestellte spürten einen übermäßigen Druck, an Kroning glauben zu müssen. Zum Beispiel wurde eine Managerin in das Büro ihres Vorgesetzten bestellt, nachdem ein Teammitglied eine Kroning-Sitzung vorzeitig verlassen hatte. Man forderte sie auf, den rebellischen Mitarbeiter «rauszudrängen oder in Rente zu schicken». Ein anderer Angestellter erzählte davon, wie «es klargemacht wurde, dass sich jede Opposition gegen das Training oder irgendwelche Beschwerden auf die Zukunft des Betreffenden auswirken würden. Wenn du nicht mitzogst, wurdest du lächerlich gemacht oder bedroht». Du musstest bereit sein, andernfalls ...!

**K**roning kam nicht billig. Das Programm kostete 1987 allein 40 Millionen Dollar. Dieser hohe Preis, dazu die öffentliche Besorgnis über die autoritäre Ausrichtung des Programms und der befremdliche New-Age-Ton gaben California's Public Utility Commission [eine Regulierungsbehörde des Bundesstaates Kalifornien] Anlass, das Programm der Führungskräfteentwicklung näher zu untersuchen. Sie kamen zu dem Schluss, dass es viele gute Merkmale hatte, aber zu teuer war. Daher beendete Pacific Bell Kroning und führte wieder traditionellere Techniken der Managerentwicklung ein.

Man kann Kroning für eines der zahlreichen Beispiele teurer und schlecht kalkulierter Missgeschicke halten, die im Geschäftsleben so üblich sind. Auch wenn es weitgehend vergessen zu sein scheint, lebt sein Erbe heute in Büros auf der ganzen Welt weiter. Wenn wir die Art von Sprache betrachten, die den Mitarbeitern bei Pacific Bell so merkwürdig vorkam, fällt auf, dass sie heute allzu vertraut klingt. «Justierung», «Wege nach vorn», «Endzustandsvisionen» und «Zielstrebigkeit» waren 1987 der allerneueste Geschäftsjargon. Kroning klingt fast vernünftig, vergleicht man es mit heutigem Unternehmenskauderwelsch wie «Ideation», «Imagining», «Issue Management», «Inboxing» und «Impactfulness». Mag Kroning auch abgeschafft worden sein, der Managementjargon lebt weiter.

Aber eine zweite verborgene Hinterlassenschaft von Kroning lässt sich in Büros weltweit finden. Wenn man näher in die pastellfarbenen Arbeitsnischen oder auf die tristen Anschlagbretter irgendeines Arbeitsplatzes schaut, findet man ziemlich sicher etwas, das

eine Erinnerung an die tiefen psychischen Wunden des Kronings ist. Zwischen den vergilbenden Sicherheitshinweisen und veralteten Werbeplakaten für Fundraising hängt oft ein Cartoon mit dem leicht verwehrten Ingenieur namens Dilbert und seinem bösen Boss namens Dogbert. Vermutlich an einem Bürocomputer während sinnloser Arbeitsstunden gezeichnet, fangen diese Cartoons in kurzen Szenen die immer wiederkehrenden Tragödien des Büro-

lebens ein – leere Schlagworte, vergebliche Umstrukturierungsmaßnahmen, wiederholtes Outsourcing und endemische Unsicherheit. Das Universum, das Scott Adams, der Erfinder des Cartoons, schildert, könnte überall sein – die (Nicht)-Handlung spielt an einem nicht identifizierbaren (Nicht)-Ort am Rande eines Büroparks in Nirgendweststadt. Diese Szenen existenziellen Ekels im Büro haben sich als weltweit äußerst beliebt erwiesen. Sie sagen einiges über das gegenwärtige Büroleben und

seine endlose Leere aus, die kein Managementbuch erfassen kann. Woher kam diese düstere Vision des Arbeitsplatzes? Was brachte Adams dazu, ein so trauriges Universum zu zeichnen? Die Antwort lautet: natürlich das Büroleben selbst. Adams erlebte die Arbeit in Großraumbüros hautnah. Er arbeitete als Programmierer für Pacific Bell, als dort Kroning voll in Schwung war. Er verließ das Unternehmen erst 1995.



Pacific Bell und sein Kroning-Programm mögen schon 1987 merkwürdig erschienen sein. Heutzutage sind Organisationen auf der ganzen Welt mit derartiger Managementsprache überschwemmt. Viele Millionen benutzen bereitwillig diese Phrasen, um über alles zu reden – von der Kindererziehung bis zum Betreiben eines Atomkraftwerks. Dieser Jargon ist so etwas wie eine organisatorische Lingua franca geworden. Die ständig neuen Begriffe werden zwischen den mittleren Führungskräften ausgetauscht, so wie Freimaurer geheime Handzeichen benutzten, um Mitgliedschaft und Status anzuzeigen. Die nicht so geheime Managersprache schallt durch die Landschaft der Arbeitszellen. Sie bildet den Hintergrund für das moderne Büroleben und scheint überall zu sein und sich auf alles zu beziehen. Und doch hat sie keinen Ursprung, keine Geschichte, keinen Urheber und keine wirklichen Anhänger.

Hier ein paar Beispiele: «Rolling out bleeding edge innovation»; «going forward by getting granular»; «taking a helicopter view to doing some blue sky thinking»; «circling back before close of play»; «proactively pushing the envelope»; «reaching out to get on the radar»; «taking a bio-break to avoid boiling the ocean»; «doing the no-brainer by picking those low hanging fruit»; «synergising some sunseting»; «having a cold eyed review of core competencies»; «diarizing some drilling down»; «thought leaders touching base in town hall meetings»; «having your human capital do some horizon scanning»; «benchmarking best practice». Unverständlich für die Uneingeweihten, aber allzu vertraut denjenigen, die unglücklicherweise diesem Blödsinn an jedem Tag ihres Arbeitslebens ausgesetzt sind. Das ist Business Bullshit.

Bullshit ist nicht das Gleiche wie eine Lüge. Um zu lügen, muss man einen gewissen Respekt vor der Wahrheit haben. Wenn man lügt, versucht man, etwas zu vertuschen. Lügner wissen, dass sie vielleicht erwischt werden. Sie wissen, dass es eine Wahrheit gibt

und dass sie auf der falschen Seite sind. Bullshit ist eine ganz andere Sache. Harry Frankfurt, Philosoph an der Universität Princeton, zufolge spielt für den Bullshitter «der Wahrheitswert seiner Behauptung keine besondere Rolle», und «es ist ihm gleichgültig, ob seine Behauptungen die Realität korrekt beschreiben».<sup>1</sup> Bullshitter lügen nicht. Sie versuchen nicht, die Kluft zwischen dem, was sie sagen und wie die Dinge wirklich sind, zu verbergen. Es beunruhigt sie nicht, dass ihre großspurigen Behauptungen unlogisch, unverständlich und völlig verwirrend sein können. Sie interessieren allein, ob Leute ihnen zuhören.

Während sich Lügner beim Vertuschen beträchtliche Mühen machen, breitet der Bullshitter seine Ansichten und Behauptungen aus, damit alle sie sehen. Mehr noch, Bullshitter halten ihr Tun für eine Kunstform. Wie jeder gute Künstler gieren sie nach einem dankbaren Publikum. Die versierteren Bullshit-Künstler erwarten Applaus, Auszeichnungen und angemessene Belohnung für ihre Meisterwerke.

Angesichts geringer Wachstumsaussichten haben viele westliche Volkswirtschaften Bullshit in eine Quelle der Prosperität verwandelt. Schon eine oberflächliche Analyse der Wachstumssektoren im Westen legt nahe, dass die Gebiete, die den größten Spielraum für Bullshit haben, auch diejenigen gewesen sind, die am schnellsten wuchsen. Eine Studie fand heraus, dass die «Ökonomie der Überredung» (ein freundlicheres Wort für die Bullshit-Ökonomie) fünfundzwanzig Prozent der US-Wirtschaft ausmacht.<sup>2</sup> Eine neuere Aktualisierung durch das australische Finanzministerium korrigierte die Zahl auf drei Prozent nach oben.<sup>3</sup>

**N**un, wer genau sind all diese Bullshitter? Es gibt zweifellos Sektoren, von denen ein überwältigender Gestank ausgeht. In ihrer Analyse der Flut von Bullshit in der heutigen Zeit identifiziert Laura Penny einige Sektoren, die besonders bullshitintensiv<sup>4</sup> sind. An erster Stelle steht die Politik. Hier sind die Fähigkeiten, allem auszuweichen, das auch nur beiläufig einen Bezug zur Wahrheit hat, außerordentlich gut entwickelt. «Politiker gehören zu den Ersten, die einem sagen, dass Politiker nur Scheiße labern», schreibt Penny, «und niemand scheint mehr Freude daran zu haben, in allen Einzelheiten zu beschreiben, wie korrupt die Regierung ist, als jemand, der gerade dafür kandidiert oder ein gewähltes Mitglied in ihr ist».<sup>5</sup> Angesichts dieser Tatsache scheinen sich Politiker ermutigt zu fühlen, unaufhörlich Bullshit zu produzieren. Eine Auswahl neuerer Schlagworte mag einen Eindruck davon geben: «Unternehmenskultur», «der dritte Weg», «The Big Society», «offene Demokratie» oder «Nudging». All diese Konzepte waren zu ihrer Zeit stark umkämpft und heiß begehrt. Aber alle landeten bald auf dem Müllhaufen der Geschichte, um dann nur von anderen ähnlich klingenden Begriffen ersetzt zu werden. Während der letzten Jahre hat die Bullshitproduktion in der Politik eine beträchtliche Veränderung durchgemacht. Zu den bekannten Beispielen gehören Silvio Berlusconi's Markenzeichen des leeren Geredes, Wladimir Putins geschickter Umbau der russischen Medien in einen «Spiegelsaal», offensichtlich falsche Behauptungen derjenigen, die den Wahlkampf für den Austritt Großbritanniens aus der EU führten, und Donald Trumps bizarre Tweets.<sup>6</sup> Viele Kommentatoren haben dieses Ver-

halten postfaktische Politik genannt.<sup>7</sup> Dies ist eine Politik, die an das Gefühl appelliert und Evidenz und Vernunft verachtet. Laurie Penny zufolge ist Bullshit ein zentraler Aspekt der postfaktischen Politik.<sup>8</sup>

Dann sind da die Werbe- und PR-Agenturen, die ein Milliarden-geschäft aus dem gemacht haben, was Penny als «Scheiße erfinden» beschreibt. Tatsächlich bestätigen Insider bereitwillig, dass ihr Gebiet voll von Bullshit ist. Ein paar Beispiele aus der Bullshitproduktion der Werbung: «Open happiness» (Coke), «i'm lovin it» (McDonalds), «travel should take you places» (Hilton), «live your life» (American Eagle Outfitters), «what can brown do for you» (UPS), «Because I'm worth it» (L'Oréal) oder «Believe in Better» (Sky). Diese Unternehmenslogos sind meisterhafte Kreationen von Bullshit-Künstlern.

Natürlich gibt es viele Gebiete, in denen Bullshit vorherrscht: Das sind die Medien mit ihren Pseudo-Promis und leerem Geschwätz. Das ist der Sport mit seinen nichtssagenden, weitschweifigen Kommentaren und dem ununterbrochenen Strom sinnloser Statistiken. Da ist die Welt der Technologie mit ihrem Faible, von der geringsten Innovation, und sei sie noch so idiotisch, zu behaupten, sie «verändere alles». Aber wenn es einen Sektor gibt, der heutzutage massenhaft die beeindruckendsten Beispiele für Bullshit produziert, dann ist es wohl das Management.



**Z**uerst einmal muss man feststellen, dass nicht alles in dem gewaltigen Rede- und Text-Strom, der aus Organisationen hervorquillt, Bullshit ist. Manche Verlautbarungen beschreiben einfach, was Sache ist: Einzelheiten von Kundenbestellungen, Besprechungszeiten, eine neue Erwerbung oder Veräußerung, Mittelkürzungen, ein kleiner Erfolg. Diese Informationsfragmente mögen langweilig, äußerst ärgerlich oder uninteressant sein, aber sie sind kein Bullshit. Gelegentlich gibt es auch wohlgedachte Worte, die Leute verwenden, um darüber zu sprechen, was gewesen ist (zum Beispiel, warum sich ein Produkt nicht verkauft hat) oder was sein könnte (etwa ein vielversprechender Vorschlag, welchen Markt das Unternehmen als nächsten erschließen sollte). Leider sind solche Worte im Geschäftsleben selten. Und natürlich gibt es noch eine dritte Klasse von Worten, die den meisten von uns allzu vertraut sind. Das sind Worte, die keinerlei Bezug zur Realität haben und denen die grundlegenden Merkmale der Logik fehlen. Stattdessen scheinen sie eine Reihe willkürlich verbundener vager Begriffe zu sein, die sich unmöglich in Beziehung zur Realität bringen lassen. Solche irrealen und vernunftlosen Worte sind Bullshit. Sie versuchen nicht, die Wahrheit zu verbergen oder zu verschleiern. Sie haben vielmehr, wie Harry Frankfurt ausführte, bewusst keine Beziehung zur Wahrheit.<sup>9</sup>

**In vormodernen Organisationen waren die Rückmeldungen über die Beziehung zwischen dem, was man sagte, und dem, was man tat, schnell, schlüssig und brutal**

Wie alles in der Business-Welt wird auch Bullshit aktiv gehandelt. Während der Bullshit-Künstler eher die Bar bevorzugt, kann der Bullshit-Händler lukrative Geschäfte in jeder großen Organisation finden. Sie sind gigantische Maschinen für die Herstellung, Verbreitung und den Konsum von Bullshit. Für jedes Glied der Kette finden sich Spezialisten – leitende Angestellte und ihre verschiedenen Berater kreieren ihn, das mittlere Management verbringt seine Zeit damit, ihn zu verbreiten, und der Rest der

Organisation muss ihn dann schlucken. Erhebliche Anstrengungen werden in diesen ganzen Prozess gesteckt – Tage, Monate, Jahre, Lebenszeiten werden im Geschäft mit Bullshit verbracht.

In vormodernen Organisationen waren die Rückmeldungen über die Beziehung zwischen dem, was man sagte, und dem, was man tat, schnell, schlüssig und brutal. Da die Menschen eng mit dem Produktionsprozess verbunden waren, konnten sie sehen, wenn Worte sich von der Realität entfernten. An jedem Arbeitsplatz gab es eine eindeutige Sprache, die als Tradition weitergegeben wurde. Mit dem Aufstieg moderner Produktionsmethoden und großer bürokratischer Systeme verkümmerte diese traditionelle Sprache der Arbeit. Sie wurde vom Jargon der Experten wie etwa der Ingenieure ersetzt. Ihre Rede hatte kaum noch etwas mit der rauen Sprache der Fabrikhalle zu tun, war aber oft noch mit den Realitäten der Arbeit und einer gewissen Logik verbunden.

Als Fabriken, die Güter produzierten, im Westen schrittweise demontiert und ausgelagert oder durch Automation ersetzt wurden, blieb großen Teilen der westlichen Ökonomien nicht viel zu tun übrig. Manche Soziologen prophezeiten, dies würde zu einer Welt führen, in der die Menschen kaum noch Arbeit hätten.<sup>10</sup> Wir würden nur noch ein paar Stunden am Tag arbeiten und dann etwas finden müssen, was wir mit der restlichen Zeit tun. Die große Tragödie für viele besteht darin, dass genau das Gegenteil einzutreten scheint: An dem Punkt, da die Arbeit verschwindet, greift die Idee um sich, dass Arbeit der Weg zum guten Leben ist.<sup>11</sup> Um ein guter Bürger zu sein, muss man ein produktiver Bürger sein. Es gibt allerdings ein Problem – nur noch wenig muss durch uns produziert werden. Die große Ratselfrage lautet: Wie gehen wir mit all den arbeitsbesessenen Menschen um, wenn wir nur wenige echte Möglichkeiten zu arbeiten haben? Die Antwort ist bekannt: Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen. Aber David Graeber wies darauf hin, dass es ein Programm mit einem Haken ist.<sup>12</sup> Anstatt Jobs zu schaffen, die einen gewissen Sinn und Zweck haben, kam es zu der Schaffung eines riesigen Bestands von sogenannten «bullshit jobs» (D. Graeber). Dies sind Jobs, die die Menschen, die in ihnen arbeiten, als «absolut sinnlos und nichts zur Welt beitragend» erleben und die ihrer Ansicht nach «nicht existieren sollten».

**M**enschen, die in Bullshit-Jobs arbeiten, müssen etwas tun. Und dieses Etwas ist gewöhnlich die Produktion, Distribution und Konsumtion von Bullshit. Diese Bullshit-Arbeiter verbringen ihre Tage mit mehr oder weniger Enthusiasmus damit, dass sie die oben genannte Art von Management-Bullshit ausarbeiten, weitertragen und oft genug selbst schlucken. Man schaue sich nur den Tag einer durchschnittlichen Büroangestellten an, und man beginnt zu verstehen, wie tief sie im Bullshit steckt. Kurz nach dem Aufwachen checkt sie ihr Mobiltelefon (das erste von hundertfünfzig Mal, die die Benutzer durchschnittlich pro Tag ihre Smartphones checken). Dann wird sie vielleicht ein paar E-Mails von schlaflosen Kollegen sichten. Anschließend geht sie duschen. Sofort schweifen ihre Gedanken zu einer anstehenden Strategiesitzung ab und wie sie am besten ein Argument formuliert. Auf dem Weg ins Büro liest sie vielleicht einen Bericht. Sobald sie auf der Arbeit ist, wartet eine

endlose Reihe von Besprechungen auf sie, unterbrochen von hektischen Momenten, E-Mails abzurufen, einem Mittagessen mit Kollegen und verstohlenen Blicken ins Internet. An Montagnachmittagen – eine der Stoßzeiten für diese Aktivität – macht sie häufig Onlineshopping. Am späten Nachmittag muss sie vielleicht an einer Trainingssitzung zu einer neuen Managementtechnik teilnehmen. Wenn sie Glück hat, findet sie eine Stunde, um an einem Dokument zu arbeiten. Auf dem Heimweg checkt sie noch mal ihre E-Mails. Dann Abendessen, fernsehen, ohne die sozialen Medien aus den Augen zu verlieren, und zum Abschluss vor dem Zubettgehen ein letzter Blick auf ihre E-Mails. So sind die Tage, die viele Bürobewohner leben. Sie haben das Gefühl, wenig oder nichts getan zu haben. Und in gewisser Hinsicht haben sie recht. Alles, was sie tun, ist vor allem, Bullshit aufzubereiten, zu verteilen und zu konsumieren. Sie spüren, dass sie wirklich produktiv waren, wenn sie es

wunderbarerweise geschafft haben, ein bisschen Zeit herauszuschinden, um tatsächlich selbst etwas Bullshit zu produzieren (zum Beispiel einen Bericht, eine PowerPoint-Präsentation oder eines der vielen sinnlosen Produkte des gegenwärtigen Arbeitslebens fertigstellen). Abgesehen von ein paar eindeutig verblendeten Individuen weiß jeder in der Bürowelt, dass die Worte, mit denen sie tagtäglich arbeiten, letztlich bedeutungslos sind. Schließlich sind eine wachsende Zahl von Bürobewohnern gut ausgebildete Menschen, die das Einmaleins des klaren Denkens gelernt haben. Aber sie sind auch schlau genug, um zu wissen, dass der Bullshit, mit dem sie arbeiten, seine positiven Seiten hat. Indem

sie sich als Leitungsrohre in dem großen kommerziellen Kanalisationsnetz anbieten, kaufen sie sich einen Job. Er gibt ihnen ein Einkommen, eine gesellschaftliche Stellung, ein soziales Netzwerk und ein vages Gefühl, etwas mit ihrem Leben anzufangen. Wer sich geradewegs weigert, mit dem Bullshit zu arbeiten, findet sich schnell von der Arbeit befreit, aber auch in materieller Not, sozial geschmäht und der Freunde (zumindest der bisherigen) und der Sinnhaftigkeit des Alltags beraubt.

Aber sie ergeben sich diesem Scheiß nicht einfach aus egoistischen Gründen. Was den Bullshit angeht, können sie auch altruistisch sein. Der häufige Gebrauch von Bullshit kann dabei helfen, in oft äußerst ungesicherten organisatorischen Zusammenhängen zumindest einen Anschein von Gewissheit zu kreieren. Indem sie beeindruckend klingende Worte benutzen, können Bullshitter sich einbilden, etwas Kontrolle zu haben. Bullshit macht es möglich, all die großen angstbesetzten Fragen beiseitezuschieben. Er erlaubt den Menschen, sich auf bequeme, doch letztlich inhaltsleere Lösungen zu konzentrieren. Viele mögen nicht wirklich wissen, was sie tun. Bullshit kann ihnen so etwas wie eine Ersatz-Gewissheit verschaffen, dass das, was sie tun, richtig ist – selbst wenn das nicht der Fall ist.

Die großzügige Verwendung von Bullshit kann Organisationen auch dabei helfen, in den Augen anderer gut auszusehen. Durch den Gebrauch leerer Schlagwörter kann der Bullshitter anderen einreden, dass sie das Richtige tun. Wenn zum Beispiel jeder in deinem Industriezweig über Big Data redet und du nicht (wenn auch aus guten Gründen), dann wirst du wahrscheinlich für jemanden gehalten, der «nicht mehr mitkommt». Für das Unternehmen



kann das böse enden. In einer Studie zur Einführung von umfassenden Qualitätsmanagement-Techniken fanden Barry Staw und Lisa Epstein heraus, dass Firmen, die diese Techniken übernahmen, nicht mehr leisten als solche, die darauf verzichteten.<sup>13</sup> Jedoch wurden sie häufiger auf andere Weise belohnt – sie wurden von anderen in der Industrie mehr bewundert und für innovativer gehalten. Die Konkurrenten glaubten, sie hätten ein besseres Qualitätsmanagement. Eine wirtschaftliche Folge hatte dieser Imagegewinn ganz sicher: Die Bezüge der Vorstände stiegen.



Da die bloße Menge an Zeit und Ressourcen anwächst, die für die Produktion, Zirkulation und den Konsum des Bullshits aufgebracht werden, bleibt in einer Organisation wenig Raum für anderes. Mitglieder solcher Organisationen neigen dazu, diese fast tragische Situation auf zwei Arten auszugleichen. Eine Taktik besteht in dem Versuch, Zeit in anderen Bereichen ihres Lebens zu finden, wo sie den Teil ihres Jobs tun können, von dem sie glauben, er mache ihre Arbeit sinnvoll. Das führt oft zu der beunruhigenden Situation, dass die Mitarbeiter ihre Abende und Wochenenden mit der «echten Arbeit» verbringen. So kann es zu einer Form der Selbstaussbeutung kommen, bei der sich Angestellte frei nehmen, um einen guten Job machen zu können. Sie tun das nicht, weil sie dazu gezwungen werden, sondern weil ihnen ihre Arbeit am Herzen liegt.<sup>14</sup>

Eine zweite Reaktion, die ein wenig gesünder und zugleich verstörender erscheint, ist geprägt von Zynismus. Anstatt verzweifelt zu versuchen, Zeit für «wirkliche Arbeit» zu finden, geben viele Menschen einfach auf und nehmen hin, dass ihr Job völlig sinnlos ist. Alles, was sie auf der Arbeit tun, ist einfach nur Bullshit. Solche Resignation hat ihre Vorteile: Sie kann Einzelnen helfen zurechtzukommen; sie gewinnen Zeit, in der sie vielleicht in der Lage sind, so etwas wie Sinn zu finden; es bedeutet auch, dass sie nicht immer in einem endlosen Krieg mit Bullshit gefangen sind, den sie nicht gewinnen können. Aber diese psychologischen Gewinne haben tiefgreifende kollektive Auswirkungen. Da immer mehr Menschen es aufgeben, Orte und Zeiten zu finden, um die Arbeit zu machen, die ihrer Ansicht nach wichtig und sinnvoll ist, werden genau diese Aufgaben nicht mehr erledigt.



Da Bullshitarbeit überhandnimmt und die Kernaufgaben einer Organisation immer häufiger ungetan bleiben, wird die Organisation allmählich ausgehöhlt. Das kann dazu führen, dass Kunden und andere Anspruchsberechtigte allmählich erkennen, dass die Organisation ihre zentrale Aufgabe überhaupt nicht mehr oder zumindest unzureichend erledigt. Die Konsequenz: Menschen verlieren das Vertrauen.

Konsumenten gehen nicht zu einer Bank, einem Restaurant oder einem Arzt, um mit einer großen Portion Bullshit abgesselt zu werden. Sie wollen ein anständiges Qualitätsprodukt oder einen Service zu einem angemessenen Preis. Angestellte gehen nicht zur Arbeit, um mit den neuesten Management-Phrasen herumzuspielen. Sie wollen ihre Fähigkeiten und Talente nutzen, um auf irgendeine Weise etwas zur Gesellschaft beitragen und dafür belohnt zu werden. Investoren geben nicht ihr Geld an Unternehmen, um in endlose Strategieplanungen zu investieren. Sie hoffen vielmehr, dass ihr Geld die Organisation produktiver macht und sie da-

durch eine entsprechende Rendite bekommen. Die Bürger erwarten nicht, dass Organisationen mit den neuesten Moden und Marotten aufwarten, um sie zu beeindrucken. Woran sie wirklich interessiert sind, ist die Frage, ob diese Organisation etwas zur Gesellschaft beiträgt, indem sie Jobs schafft, Steuern bezahlt und nützliche Produkte oder Dienste anbietet. Leider hindert das Wachstum des Business Bullshit einige der besten Organisationen daran zu verstehen, warum sie überhaupt existieren.

Aus dem Englischen von Norbert Hofmann

Dieser Text ist ein Auszug aus: André Spicer, *Business Bullshit*. London: Routledge 2017.

- 1 Harry Frankfurt, *Bullshit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2014, S. 41.
- 2 Donald McCloskey/Arjo Klamer, «One quarter of GDP is persuasion», *The American Economic Review* 85, 2 (1995), S. 191ff.
- 3 Gerry Antioch, «Persuasion is now 30 per cent of US GDP», *Economics Round-up*, 1 (2013).
- 4 Laura Penny, *Your call is important to us: The truth about bullshit*. New York: Crown 2010.
- 5 Ebd.
- 6 Joris Luyendijk, *On Trump, Brexit and Bullshit*. London: Profile 2012.
- 7 Peter Pomerantsev, «Why we're post fact», *Granta* (20. Juli 2016).
- 8 Laurie Penny, «Why in the post-truth age, the bullshitters are winning», *New Statesman* (6. Januar 2017).
- 9 Vgl. Harry Frankfurt, *Bullshit*, a.a.O.
- 10 André Gorz, *Wege ins Paradies: Thesen zur Krise, Automation und Zukunft der Arbeit*. Aus dem Französischen von Eva Moldenhauer. Berlin: Rotbuch 1983.
- 11 Peter Fleming, *The Mythology of Work*. London: Pluto 2015.
- 12 David Graeber, «On the phenomenon of bullshit jobs», *Strike! Magazine* (2013).
- 13 Barry M. Staw/Lisa D. Epstein, «What bandwagons bring: Effects of popular management techniques on corporate performance, reputation, and CEO pay», *Administrative Science Quarterly* 45, 3 (2000), S. 523ff.
- 14 Stuart J. Bunderson/Jeffery A. Thompson, «The call of the wild: Zookeepers, callings, and the double-edged sword of deeply meaningful work», *Administrative Science Quarterly* 54, 1 (2009), S. 32ff.

## \_autorInnen und anmerkungen

ANDREAS ALTMANN, geb. 1963 in Hainichen/Sachsen, lebt in Berlin. Zuletzt erschien der Gedichtband *Die lichten Lieder der Bäume liegen im Gras und scheinen nur so* (2014). Die hier publizierten Gedichte sind Teil des Bandes *Weg zwischen wechselnden Feldern*, der im Juni 2018 (ebenfalls im poetenladen Verlag, Leipzig) erscheinen wird.

KLAUS AMANN, geb. 1949 in Mittelberg/Vorarlberg, studierte Germanistik und Anglistik an der Universität Wien. War bis 2014 Professor für Geschichte und Theorie des Literarischen Lebens und Leiter des Robert-Musil-Instituts der Universität Klagenfurt. Er publizierte u.a. Bücher über Adalbert Stifter, Robert Musil und Ingeborg Bachmann und ist Mitherausgeber der kommentierten digitalen Gesamtausgabe der Werke Robert Musils. Zuletzt hat er gemeinsam mit Doris Moser im Wallstein-Verlag in vier Bänden die Werke Christine Lavants herausgegeben.

NATALIA BESEDOVSKY, geb. 1981, ist wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Professur für Gesellschaftsanalyse und sozialen Wandel der Universität Hamburg. Forschungsschwerpunkte: Soziologie der Finanzmärkte, Valuation Studies, Risikosoziologie und Soziologie der Nachhaltigkeit. Publikationen in Auswahl: «Politischer Ritterschlag für Ratingagenturen: Regulatorisches Outsourcing und der Beitrag von Gesetzgebern zur Macht der Ratingagenturen», in: Kraemer/Nessel (Hg.): *Entfesselte Finanzmärkte?* (Campus 2012); «Finanzialisierung von Nachhaltigkeit», in: Neckel et al. (Hg.): *Die Gesellschaft der Nachhaltigkeit. Umriss eines Forschungsprogramms* (transcript 2018).

NICOLAS DE WARREN ist Associate Professor für Philosophie an der Pennsylvania State University. Derzeit arbeitet er an zwei Büchern, die in keinerlei Beziehung zueinander stehen, einmal einem Buch über die Dummheit, zum anderen einem Buch über das Unverzeihliche. In einem dritten aktuellen Buch befasst er sich mit der Beziehung der deutschen Philosophie zum Ersten Weltkrieg.

BARBARA EDER, geb. 1981, Studium der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften, Philosophie und Gender Studies in Wien, Berlin und Frankfurt/Main. Zuletzt erschienen: *Theorien des Comics. Ein Reader* (Hg. gem. m. Elisabeth Klar u. Ramón Reichert, Transcript 2011) sowie ihr Erzählband *Die Morsezeichen der Zikaden* (Drava 2016).

INES GEIPEL, Schriftstellerin und Publizistin, Professorin für deutsche Verssprache an der Berliner Hochschule für Schauspielkunst «Ernst Busch», Vorsitzende der Doping-Opfer-Hilfe in Deutschland und eine der kritischsten Stimmen im Antidopingkampf. Zuletzt erschien ihr Roman *Tochter des Diktators* bei Klett-Cotta in Stuttgart.

ALICE GRÜNFELDER studierte nach einer Buchhändlerlehre Sinologie und Germanistik in Berlin und

China. Lektorin beim Unionsverlag, für den sie 2004 bis 2010 die Türkische Bibliothek betreute. Unterrichtet Jugendliche und arbeitet als freie Lektorin. Herausgeberin mehrerer Asien-Publikationen, u.a. *Flügel Schlag des Schmetterlings. Tibeter erzählen* (Unionsverlag 2009). Im Frühjahr 2018 erschien ihr erster Roman *Die Wüstengängerin* über Xinjiang/West-China (edition 8).

LUKAS HAMMERSTEIN, geb. 1958 in Freiburg im Breisgau, Studium der Rechtswissenschaft (beide Staatsexamen), lebt in München. Veröffentlichte mehrere Romane (zuletzt: *Wo wirst du sein*, S. Fischer 2010), Theaterstücke (bei S. Fischer Theater) und Essays (zuletzt: *Die Guten und das Böse. Deutschlandessay*, Matthes & Seitz Berlin 2015), Website und blog: lukashammerstein.de

JOSEF HASLINGER, geb. 1955, Studium der Philosophie, Theaterwissenschaft und Germanistik, lebt in Wien und Leipzig. Von 1977 bis 1992 *Wespennest*-Mitherausgeber. Seit 1996 Professor für literarische Ästhetik am Deutschen Literaturinstitut Leipzig. Zuletzt erschienen bei S. Fischer der Roman *Jáchymov* (2011) sowie als Herausgeber (gemeinsam mit Franziska Sperr): *Zuflucht in Deutschland. Texte verfolgt Autor\*innen* (2017; Fischer TB).

BETTINA HOFFMANN arbeitet an der Schnittstelle von Fotografie, Video, Film, Tanz und Theater. Durch experimentell entwickelte Choreografien und Bewegungen von Darstellern in konstruierten (vereinfacht nachgebauten) Räumen untersucht sie die unterschwelligen (schwelenden) Mechanismen von sozialen Beziehungen, Konflikten und Kommunikation. Sie studierte an der Hochschule der Künste in Berlin und lebt nach Studienaufenthalten in Amsterdam, Los Angeles, Istanbul, New York und Tokio heute in Montreal. Ihre Arbeiten sind in internationalen Ausstellungen, Filmfestivals und Tanztheatern zu sehen

UWE HÜBNER, geb. 1951 in Gelenau/Erzgebirge, lebt in Dresden. Arbeitete als Maurer, Bibliothekshelfer, Buchhändler, Galerist und Maschinist. 1993 erschien unter dem Titel *Pinscher und Promenade* ein Band mit Prosa und szenischen Texten im Druckhaus Galrev, Berlin. 2013 veröffentlichte er den Gedichtband *Jäger Gejagte* im Leipziger poetenladen.

UTE-CHRISTINE KRUPP, lebt in Berlin. Sie schreibt Romane, Erzählungen, Gedichte und Hörspiele.

JÜRGEN LINK, geb. 1940, Professor für Literaturwissenschaft an der Universität Dortmund (seit 2006 a.D.). Schwerpunkte: Interdiskurstheorie, Kollektivsymbolik, Normalismustheorie; literaturgeschichtliche Forschung u.a. zu Hölderlin und Schiller. Neben der wissenschaftlichen Tätigkeit politisches Engagement (besonders Friedensbewegung). Mitherausgeber von *kultuRRevolution. zeitschrift für angewandte diskurstheorie* und Autor des Romans *Bangemachen gilt nicht auf der Suche nach der Roten*

*Ruhr-Armee. Eine Vorerinnerung* (asso 2008). Zuletzt erschien bei Konstanz University Press: *Normale Krisen? Normalismus und die Krise der Gegenwart* (Mit einem Blick auf Thilo Sarrazin; 2013). Für Herbst 2018 ist der Band *Normalismus und Antagonismus in der Postmoderne. Krise, New Normal, Populismus* angekündigt.

SANDRA LEHMANN ist Lektorin für Philosophie an der Universität Wien und der Webster Vienna Private University. In ihren aktuellen Arbeiten befasst sie sich mit neuem realistischen Denken an der Schnittstelle von Metaphysik und Theologie. Letzte Veröffentlichung: «Grenzprobleme der Moderne. Jan Patočkas durchgestrichene Eschatologie», in *Ostium*, vol. 2, 2017. <http://www.ostium.sk/sk/grenzprobleme-der-moderne-jan-patockas-durchgestrichene-eschatologie/> (letzter Zugriff: 01.02.2018).

ELFIE MIKLAUTZ, Kulturosoziologin und Professorin an der Wirtschaftsuniversität Wien, forscht aktuell an den Schnittstellen von Wissenschaft und Kunst. Kürzlich beendete sie ein Projekt zum Thema «knowledge through art – andere räume» (gefördert vom FWF im Rahmen des PEEK-Programms), das seinen Abschluss in dem Buch *Neugier. mehr zeigen* (hg. gem. mit Wilhelm Berger, Verlag Wilhelm Fink 2017) fand. Mehr dazu unter [www.spaciergang.org](http://www.spaciergang.org)

MATTHIAS MOLLNER, geb. 1984 in Gmünd (NÖ), ist bildender Künstler und lebt und arbeitet in Wien und Niederösterreich. Als Pop-Existenzialist analysiert er Gegenwartssysteme und verschiebt deren Grenzen, indem er sich ihnen aussetzt. Mollners interdisziplinäre Arbeiten werden als Ausstellungen, Projekte in öffentlichen Räumen, Performances und Aktionen gezeigt. [www.mollner.blogspot.co.at](http://www.mollner.blogspot.co.at)

HELMUT NEUNDLINGER, geb. 1973, arbeitet als Autor, Musiker und Literaturwissenschaftler. Zuletzt erschienen: *Die Gerüche des Meeres und der Eingeweide* (hochroth 2017), *Die Kunst der Erschöpfung* (Essays, Klever 2018) sowie *Eins zwei Fittipaldi* (Roman, Mury Salzmann 2018).

ASTRID NISCHKAUER, geb. 1989 in Wien, studierte Germanistik und Komparatistik. Rezensionen und «Literarische Selbstgespräche» für [fixpoetry.com](http://fixpoetry.com). Übersetzungen. Gedichte, Kurzprosa und Drama. *frisch gepresste Parasiten. Gedichte* (parasitenpresse 2015). *Poesie passieren & passieren lassen*. Gedichte Ausstellung Katalog (parasitenpresse 2016). <https://astridnischkauer.wordpress.com>

JOSÉ F.A. OLIVER, andalusischer Herkunft, geb. 1961 in Hausach (Schwarzwald/BRD), wo er als freier Schriftsteller lebt. Kurator des von ihm initiierten Literaturfestivals Hausacher LeseLenz. Publikationen (Auswahl Deutschland): *Fahrtenschreiber* (Gedichte; Suhrkamp 2010), *Fremdenzimmer* (Essays; weissbooks.w 2015), *sorpresa, unverhofft – Lorca, 13 Einschreibungen* (hochroth Berlin 2015), *21 Gedichte*



aus Istanbul, 4 Briefe und 10 Fotoworte (Matthes & Seitz 2016) und *wundgewähr* (Gedichte; ebda. 2018). In den USA: *sandschrift. Selected Poetry 1987–2018* (White Pine Press 2018). www.oliverjose.com

EVELYNE POLT-HEINZL, geb. 1960, ist seit 1990 Mitarbeiterin der Dokumentationsstelle für neuere österreichische Literatur im Literaturhaus Wien und hat zahlreiche Literatursausstellungen kuratiert. Ihre Rezensionen erscheinen in *Literatur und Kritik*, *Die Presse*, *Die Furche* u.a. Sie publiziert vor allem zur österreichischen Literatur des 20. Jahrhunderts, zuletzt u.a.: *Ringstraßenzeit und Wiener Moderne. Porträt einer literarischen Epoche des Übergangs* (Sonderzahl 2015) sowie eine vierbändige Leseausgabe des Werks Marie von Ebner-Eschenbachs (Residenz 2015; hg. gem. mit Daniela Strigl und Ulrike Tanzer).

THERESIA PRAMMER, geb. 1973 in Niederösterreich, lebt als Essayistin, Herausgeberin, Übersetzerin und Veranstalterin in Berlin. Mitarbeiterin von «Literatur Lana». Veröffentlichungen, u.a.: *Lesarten der Sprache* (Königshausen & Neumann 2005), *Verlaufsformen poetischer Rede* (Klever 2009), *Eine Wissenschaft vom Licht – Pier Paolo Pasolinis späte Gedichte* (Schreibheft 2009), *Ricostruzioni* (Mailand: Scheiwiller 2011).

MAXIMILIAN PROBST, geb. 1977. Hat nach dem Philosophiestudium für den Passagen-Verlag in Wien Werke von Paul Virilio, Alain Badiou und Slavoj Žižek übersetzt. Er arbeitet als Redakteur für die Wochenzeitung *DIE ZEIT* in Hamburg und schreibt Essays für den Mairisch-Verlag. Sein Buch *Verbindlichkeit. Plädoyer für eine unzeitgemäße Tugend* erschien 2016 bei Rowohlt.

PETER RIEDL, geb. 1947, ist Mediziner und Meditationslehrer, Gründer und Herausgeber der Zeitschrift *Ursache & Wirkung*; von 1997 bis 2002 war er Generalsekretär, von 2002 bis 2006 Präsident der Österreichischen Buddhistischen Religionsgesellschaft (ÖBR); 2006 gründete er in Wien das spirituelle Wohnheim Mandalahof. Letzte Veröffentlichungen: *Möge die Übung gelingen I – Eine buddhistische Praxis und Achtsamkeit und Sexualität II – Eine spirituelle Reise* (U/W Verlag, Wien 2016 und 2017).

MONIKA RINCK lebt und arbeitet in Berlin. Seit 1989 diverse Veröffentlichungen in vielen Verlagen. 2012 erschien ihr Lyrikband *Honigprotokolle* bei kookbooks, 2015 folgte *Risiko und Idiotie*, im selben Verlag. Rinck ist Mitglied im P.E.N.-Club, der Akademie der Künste Berlin und der Deutschen Akademie für Sprache und Dichtung. 2017 kuratierte sie die Poetica III in Köln. Sie übersetzt mit Orsolya Kálász aus dem Ungarischen, mit Uljana Wolf aus dem Englischen, kooperiert mit Musikern und Komponisten und lehrt von Zeit zu Zeit. 2018 erschien *Kritik der Motorkraft* in der brueterich Press.

STEFAN RIPPLINGER, geb. 1962 in St. Ingbert (Saarland). Freier Autor. Zuletzt erschien der Essay *Vergebliche Kunst* (Matthes & Seitz 2016).

ANDREA ROEDIG, geb. in Düsseldorf, promovierte im Fach Philosophie. Von 2001 bis 2006 leitete sie in Berlin die Kulturredaktion der Wochenzeitung *Freitag*. Seit 2007 lebt und arbeitet sie in Wien, schreibt als freie Publizistin für diverse deutsche und österreichische Medien. Seit Mai 2014 Mit-Herausgeberin des *Wespennest*. Letzte Buchveröffentlichungen: *Über alles, was hakt. Obsessionen des Alltags* (Klever 2013) und *Bestandsaufnahme Kopfarbeit* (gem. mit Sandra Lehmann; Klever 2015).

ROBERT SCHINDEL, geb. 1944 in Bad Hall, lebt in Wien. Zuletzt erschienen: *Man ist viel zu früh jung. Essays und Reden* (2011), *Der Kalte. Roman* (2013), *Scharlachmutter. Gedichte* (2015, alle bei Suhrkamp) sowie *Dunkelstein. Eine Realfarce* (Haymon 2010) und *Don Juan wird sechzig. Heiteres Drama* (Hollitzer 2015).

SABINE SCHOLL ist Autorin und lebt nach Wien, Aveiro, Chicago, New York, Nagoya zurzeit in Berlin. Im Frühjahr 2018 erschien im Secession-Verlag ihr Roman *Das Gesetz des Dschungels* über familiäre Beziehungen zwischen Österreich, London und Sri Lanka.

FRANK SCHULZ, geb. 1957 in Hagen bei Stade (Unterelbe). 1991 erschien mit *Kolks blonde Bräute*, dem ersten Teil der «Hagener Trilogie», sein Debütroman bei Haffmans, Zürich. Unter dem Titel *Mehr Liebe. Heikle Geschichten* veröffentlichte er 2010 einen ersten Band mit Erzählungen, es folgten *Onno Viets und der Irre vom Kiez* (2012), *Onno Viets und das Schiff der baumelnden Seelen* (2015) sowie *Onno Viets und der weiße Hirsch* (2016, alle im Verlag Galiani, Berlin).

ANDRÉ SPICER ist Professor für Organisational Behaviour an der Cass Business School der University of London. Er schreibt regelmäßig für *The Guardian* und *The Telegraph*. Zuletzt erschienen: *Auf der Suche nach dem perfekten Ich: Ein Jahr in der Optimierungsindustrie* (gem. mit Carl Cederström, Edition Tiamat 2018) und *Business Bullshit* (Routledge 2017).

GISELA STEINLECHNER, geb. in Tirol, Studium der Germanistik und Vergleichenden Literaturwissenschaft, von 1992–2007 Lehrbeauftragte am Germanistischen Institut in Wien; freiberufliche Tätigkeit als Literaturwissenschaftlerin, Kulturpublizistin, Autorin und Ausstellungskuratorin (zuletzt *Ernst Herbeck. Eine leise Sprache ist mir lieber* im Museum Gugging).

Medieninhaber und Verleger:  
Verein Gruppe Wespennest

Herausgeberinnen:  
Andrea Roedig, Andrea Zederbauer  
Redaktion:  
Thomas Eder (Buch), Walter Famerl, Erich Klein, Jan Koneffke (Literatur), Reinhard Öhner (Foto), Ilija Trojanow (Reportage)  
Ständige redaktionelle Mitarbeit:  
George Blecher (New York)  
György Dalos (Budapest/Berlin)  
Jyoti Mistry (Johannesburg)  
Franz Schuh (Wien)

Lektorat/Korrektur/Vertrieb/Marketing und Webbetreuung:  
Lena Brandauer, Ingrid Kaufmann, Johanna Öttl

Buchhandelsvertretungen:  
Österreich: Thomas Rittig, Jürgen Sieberer  
Südtirol: Thomas Rittig  
Deutschland: Thomas Romberger und Jens Müller (Bayern), Dirk Drews (Baden-Württemberg), Peter Wolf Jastrow und Jan Reuter (Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern), Torsten Spitta (Thüringen, Sachsen, Sachsen-Anhalt), Karl Halfpap (Nordrhein-Westfalen), Torsten Hornbostel und Michaela Wagner (Hamburg, Bremen, Niedersachsen, Schleswig-Holstein), Jochen Thomas-Schumann (Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Luxemburg)  
Schweiz: Schupp Verlagsagentur AG

Auslieferungen:  
A: Mohr Morawa Buchvertrieb  
D: NV Nördlinger Verlagsauslieferung  
CH: Buchzentrum

Geschäftsführung: Andrea Zederbauer  
Alle: A-1020 Wien, Rembrandtstraße 31/4  
Tel.: +43-1-332 66 91, Fax: +43-1-333 29 70  
E-mail: office@wespennest.at  
Homepage: www.wespennest.at

Visuelle Gestaltung: fuhrer  
Druck: Walla

Für unverlangt eingesandte Manuskripte ohne Rückporto keine Gewähr.

©, wenn nicht anders angegeben, bei den Autoren und Fotografen. Nachdruck der Texte nur mit Genehmigung der Autoren unter genauer Quellenangabe erlaubt. Der Nachdruck der Fotografien im Ganzen oder als Ausschnitt sowie jede sonstige Form der Veröffentlichung nur mit Genehmigung der Fotografen.

ISBN 978-3-85458-174-1  
ISSN: 1012-7313

Bezugsbedingungen:  
Einzelheftpreis: € 12,-  
Abonnement Inland: € 36,- / Ausland: € 40,- (für vier Ausgaben inkl. Porto / 2-Jahres-Abo)  
Abonnements verlängern sich automatisch, sofern sie nicht vier Wochen vor Ablauf schriftlich gekündigt werden.

Bankverbindung:  
BAWAG P.S.K. | BIC BAWAATW7  
IBAN AT25 6000 0000 0718 0514

Erscheinungsweise: halbjährlich  
Verlagsort: 1020 Wien

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme  
Ein Titeldatensatz für diese Publikation ist bei der Deutschen Bibliothek erhältlich



Wespennest ist Mitinitiator der internationalen Netzzeitschrift *Eurozine*. www.eurozine.com

## WESPENNEST BEIM BUCHHÄNDLER – WESPENNEST BEI DER BUCHHÄNDLERIN

**ÖSTERREICH:** Wien a.punkt, Frick, Frick International, Hartliebs Bücher, Walther König im Museumsquartier, Kuppitsch, Leporello, Lhotzkys Literaturbuffet, Manz, Minerva, Morawa Wollzeile, Müller, ÖBV, Orlando, Posch, Riedl, Strass, tiempo nuevo, Valora Retail Bahnhofsbuchhandlung Westbahnhof, Wohnpark Buchhandlung **Wiener Neustadt** Hikade **Linz** Alex, Morawa, Valora Retail **Gmunden** Mythos – Film, Musik, Literatur **Salzburg** Rupertus, Valora Retail **Innsbruck** Studia Universitätsbuchhandlung, Tyrolia, **Feldkirch** Pröll **Oberpullendorf** buchwelten **Klagenfurt** Haid, Landhaus **DEUTSCHLAND:** **Berlin** Akademische Buchhandlung Werner, do you read me?!, Kisch & Co., Motzbuch, Marga Schoeller Bücherstube **Bonn** buchLaden 46 **Frankfurt** Autorenbuchhandlung, Karl Marx **Köln** Colonia Versandbuchhandlung **Konstanz** Zur Schwarzen Geiß **Ludwigsburg** Mörike **München** Lehmkuhl **Norderstedt** Buchhandlung am Rathaus **Potsdam** Wist Literaturladen, Script Buchhandlung **Rostock** andere buchhandlung **Saarbrücken** Buchhandlung Hofstätter **Schwerin** Littera et cetera **Simbach/Inn** Anton Pfeiler jun. **Weilheim** Buttner **Wiesbaden** Wiederspahn **SCHWEIZ:** **Baden** Librium Bücher AG **Basel** Labyrinth, Buchhandlung Stampa **Weinfelden** Buchhandlung Akzente **Wetzikon** Buchhandlung und Antiquariat Erwin Kolb **Winterthur** buch am platz **Zürich** sec52, Buchhandlung Calligramme **SÜDTIROL:** Buch-Gemeinschaft Meran

Im Vertrieb von

**C.H.BECK**  
www.chbeck.de



Wespennest 171  
**Back to the USSR – 2017**

«Back to the USSR» – auf diesen Nenner lassen sich viele reale oder auch nur propagandistische Konfrontationen bringen, in denen Altbestände des kommunistischen Imperiums ausgehandelt werden. Hat diese Formel auch in der jüngeren russischen Literatur Sprengkraft?

112 Seiten/€12,-, ISBN 978-3-85458-171-0



Wespennest 172  
**be-, ent-, ver-fremden**

Fremd sein, «ent-fremdet» – eine Störung im Welt- und Selbstverhältnis oder ein produktiver Vorgang? Hat das Fremde in der globalisierten Welt zugenommen oder kommt es uns abhandeln? Ein Schwerpunkt über das «fremden» als ambivalenter Zustand.

112 Seiten/€12,-, ISBN 978-3-85458-172-7



Wespennest 173  
**Kultur erben**

Kultur zu erben ist, gesellschaftlich wie individuell, nicht einfach. Versteht man die Erbschaft als Bereicherung, veräußert oder zerstört man sie? Und wenn es sich um Kulturgutbeute handelt? Ein Schwerpunkt über die Dynamik von Erinnern und Vergessen.

112 Seiten/€12,-, ISBN 978-3-85458-173-4

## WESPENNEST 175 ERSCHEINT IM NOVEMBER 2018. THEMA: HILFE

Lieferbare Hefte früherer Jahrgänge: Nr. 9, 11–13, 15–18, 26–39, 41–46, 49, 53 € 3,70 / Nr. 54, 55, 60, 62, 65, 67 € 4,40 / Nr. 47, 50, 51, 71, 75–79 € 5,- / Nr. 48, 80, 83–87 € 5,80 / Nr. 88, 89, 91–93, 95 € 6,60 / Nr. 68, 72, 74, 81, 82, 97–99 € 7,90 / Nr. 90, 94, 100–106 € 9,40 / Nr. 107–123 € 10,- / ab Nr. 124 € 12,-. Vergriffen: Nr. 1, 2–8, 10, 14, 19–25, 40, 52, 56–59, 61, 63, 64, 66, 69, 70, 73, 96. Fordern Sie unseren kostenlosen Prospekt an!