

Imke Weitkamp

**Untersuchung von Bedürfnissen und deren
Befriedigung in der Gastronomie nach
Thesen der Erlebnisgesellschaft**

Magisterarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

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

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 1997 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783832400446

Imke Weitkamp

**Untersuchung von Bedürfnissen und deren Befriedigung
in der Gastronomie nach Thesen der Erlebnisgesellschaft**

Imke Weitkamp

Untersuchung von Bedürfnissen und deren Befriedigung in der Gastronomie nach Thesen der Erlebnisgesellschaft

**Magisterarbeit
an der Universität Bremen
April 1997 Abgabe**



Diplomarbeiten Agentur
Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke
und Guido Meyer GbR

Hermannstal 119 k
22119 Hamburg

agentur@diplom.de
www.diplom.de

ID 44

Weitkamp, Imke: Untersuchung von Bedürfnissen und deren Befriedigung in der
Gastronomie nach Thesen der Erlebnisgesellschaft / Imke Weitkamp –
Hamburg: Diplomarbeiten Agentur, 1997
Zugl.: Bremen, Universität, Magister, 1997

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, daß solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey, Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke & Guido Meyer GbR
Diplomarbeiten Agentur, <http://www.diplom.de>, Hamburg
Printed in Germany



Diplomarbeiten Agentur

Wissensquellen gewinnbringend nutzen

Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Magisterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

Wettbewerbsvorteile verschaffen – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

<http://www.diplom.de> bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

Individueller Service – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit

Ihr Team der *Diplomarbeiten Agentur*

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey –
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke —
und Guido Meyer GbR —————

Hermannstal 119 k —————
22119 Hamburg —————

Fon: 040 / 655 99 20 —————
Fax: 040 / 655 99 222 —————

agentur@diplom.de —————
www.diplom.de —————



ERLEBNISHUNGER Eine moderne Geschichte der Gastrosophie

Universität Bremen
Magisterarbeit im Fachbereich Kulturwissenschaft
Prof. Dr. Franz Dröge
Prof. Dr. Michael Müller

vorgelegt von Imke Weitkamp
Bremen 24. April 1997

INHALT

| | |
|---|----------|
| Einleitung | 3 |
| Erster Teil: Erlebnis als Imperativ | 6 |
| 1. Kapitel: Die Basis | 7 |
| 1.1 Der empirische Ansatz | |
| 1.2 Einleitende Thesen | |
| 1.3 Rhetorische Fragen | |
| 1.4 Die Definition von Wohlstand | |
| 2. Kapitel: Der Aufbau des Gesellschaftskörpers | 11 |
| 2.1 Erlebnisorientierung | |
| 2.2 Wie ein Erlebnis zu schnitzen ist | |
| 2.3 Wie Erlebnisse Gem-Einsamkeit bilden | |
| 3. Kapitel: Die innere Struktur | 14 |
| 3.1 Ästhetische Hieroglyphen | |
| 3.2 Ästhetische Schemata | |
| 3.3 Ästhetisches Koordinatensystem | |
| 4. Kapitel: Zugang zum Herzen | 19 |
| 4.1 Die Nobelpreisverleihung im Niveaumilieu | |
| 4.2 Die Hochzeit im Harmoniemilieu | |
| 4.3 Die nette Runde im Integrationsmilieu | |
| 4.4 Der Künstler im Selbstverwirklichungsmilieu | |
| 4.5 Miami Beach im Trivialmilieu | |
| 4.6 Umleitung | |
| 5. Kapitel: Zwei Berge am Erlebnishorizont | 26 |
| 5.1 Die SINUS-Studie im Vergleich | |
| 5.2 Eine Bedürfnisanalyse im Vergleich | |
| 6. Kapitel: Jahrmarkt der Eitelkeiten | 30 |
| 6.1 Exposés von Einzelwesen | |
| 6.2 Symbolwelt | |
| 6.3 Heißhunger? | |

| | |
|--|-----------|
| Zweiter Teil: Erlebnis als Konjunktiv | 39 |
| 1. Kapitel: Ein Stammbaum der Erlebnisgastronomie | 40 |
| 1.1 Urahne: Schenken und Festtafeln | |
| 1.2 Ahne: Kunst und Benimm der Feinschmecker | |
| 1.3 Eltern: Betriebe zur allgemeinen Restauration | |
| 1.4 Neunzehnhundertachtzig plus | |
| 2. Kapitel: Die Sehnsucht der Crêpes Suzette | 56 |
| 2.1 Tagebuchnotizen: Definitionen des Begriffes Erlebnis | |
| 2.2 Kontaktlinsen auf Tränenfilm | |
| 2.3 Die Dorfschönheit | |
| 3. Kapitel: Frühstück bei Tiffany | 82 |
| 3.1 These nach Elias | |
| 3.2 These nach Canetti | |
| 3.3 These nach Negt / Kluge | |
| 4. Kapitel: Appetit auf Erlebnisse? Eine Aussicht | 86 |
| Literaturverzeichnis | 89 |
| Anhang | 93 |

EINLEITUNG

Zwei **Geschichten**: 1. Die Gäste sitzen in einem reich dekorierten Saal an prächtig gedeckten Tischen als der Eber von zwei Lakaien auf einem Speisebrett hereingetragen wird. An seinen stattlichen Hauern hängen zwei Körbe aus Palmenzweigen; der eine ist mit getrockneten, der andere mit frischen Datteln gefüllt; auf dem Kopf trägt er eine Freiheitsmütze. Kleine Gebäck-Ferkel säumen den Leib des Ebers. Als nach dem ersten Ah und Oh ein Diener im Jagdmantel sein Messer in die Seite sticht und schlitzt, fliegen kleine Vögel aus dem warmen Bauch und bringen laute Überraschung in den Saal. (Von der gestrigen Tischgesellschaft unangegessen, kehrt der Eber heute als Freigelassener zurück, deshalb die Mütze.)

2. Die Gäste sitzen in einer von warmem Licht durchfluteten Halle an prächtig gedeckten Tischen. Liebliche Klänge der Harfe begleiten das Perlen des Champagners als die Bediensteten erhabenen Schrittes silberne Speiseglocken hereintragen. Nach Positionierung senken sie die Teller und heben die Cloches beeindruckend simultan vor gespannten Gesichtern. Es zeigen sich kristallklare Kunst-Eis-Schwäne die über Lachsroschen an eßbarer Blume in Himbeerdressing thronen. (Erst gestern sprangen lebendige Hasen unter der Cloche hervor, deshalb die Spannung.)

Welche mag wohl die **moderne** Geschichte sein? Die erste Erzählung wurde so ähnlich vor fast 2000 Jahren von einem "Schiedsrichter in Genussfragen"¹ vorgetragen. Die zweite trug sich heute zu.² Gästekreise begeistern sich wieder für das ehemals fürstliche Schauessen. Unzählige Formen von Erlebnis- und Ereignisgastronomie erfahren einen Aufschwung. Erschreckt von Berichten über das Kneipen-Sterben und den geschätzten Komfort des Cocoonings (sich wohlfühlen in heimischen Schutzgespinsten, vgl. Popcorn 1996, 52ff), ergreifen Gastronomiebetreiber³ die Initiative: ihre geliebte Gastronomie muß zeitgemäßer werden. Immer mehr von ihnen entwickeln eine Art alltagssoziologisches Gespür, um den potentiellen Gästen genau das bieten zu können, was sie sich erträumen. Was sind von Seiten der Anbieter die Bedürfnisse der Menschen im ausgehenden 20. Jahrhundert? Welche Geschichten präsentieren sie ihren >modernen< Gästen? Die kunstvolle Darstellung der Schau- und Konfekttafel aus dem 16. Jahrhundert auf der Titelseite⁴ soll tatsächlich im Düsseldorfer Schloss gebacken, aufgebaut und (teilweise) gegessen worden sein (Ottomeyer 1993, 118). Kunst aus Zuckerwerk war modern, um Reichtum und feinen Geschmack zu beweisen. Soziale Unterschiede existieren nach wie vor. Äußern sie sich noch immer im Umgang mit Speisen?

Die **Gastrosophie**: Vor etwa 150 Jahren schrieb Eugen von Vaerst eine doppelbändige Geschichte der Speisen und des Umgangs mit ihnen. In *Gastrosophie oder die Lehre von den Freuden der Tafel* sollte der Verköstigung mehr Ehre zuteil werden als bloße Restauration oder Benimmfragen (Knigge wurde schon gelesen). Es galt, sich sowohl vom Gourmand zu unterscheiden, der unmäßig und gierig ißt, als auch vom Gourmet, der als dezidierter Feinschmecker viele schöne Lebenslüste verlieren mag und doch als Hypochonder enden wird. Der Gastrosoph hingegen weiß aus dem Vollen sich noch das Beste zu schöpfen und dabei die Freuden von Auge, Ohr und anderen Sinnen nicht zu

¹ Wahrscheinlich hat Gajus Petronius, als Virtuose in der Kunst des Genießens bei Nero hoch angesehen, das *Gastmahl des Trimalchio* geschrieben (1891).

² An dem Top-Level Abend der Deutschen Telekom am 13. März 1997 im Künstlerhaus Hannover.

³ Die Autorin behält sich vor, bei Begriffen, die sowohl das männliche als auch weibliche Geschlecht betreffen, den traditionellen, ihr vertrauten Begriff zu wählen.

⁴ Bildnachweis der Titelseite: Konfekttafel eines fürstlichen Hochzeitsessens in Düsseldorf 1585. Franz Hogenberg. Radierung 27,9 x 36,6 cm. Nürnberg Germanisches Nationalmuseum. Abb. in Katalog: Die anständige Lust 1993, 118.

vernachlässigen. Zielstrebig und klaren Kopfes dem gesunden Genuß entgegen, das schien in kulinarischer Hinsicht wahrhaft weise. (Vaerst 1975, Bd.I, 10f)⁵ Ein jüngerer Autor betont hingegen, daß der "Philosoph der Freuden des Tafelgenusses" vor allem Geselligkeit und Freundschaft pflegt (Bauer 1967, 8). Interessant für diese Arbeit ist die Gastrosophie, weil sie zu Beginn der neunziger Jahre wieder eine Aufwertung erfährt. Für den Freizeitsoziologen Horst W. Opaschowski wird die Gastronomie wieder zur Gastrosophie, da die Ästhetik den guten Geschmack überholt. Der Erlebnishunger ersetzt den Bärenhunger; die Eßkultur verbindet sich noch enger mit Lebenskultur und übernimmt gegebenenfalls mehr Aufgaben, als einfach zu sättigen. (1993, 269) Werden also andere Wünsche an die Gastronomie herangetragen, als satt zu werden? Wenn ja, welche?

Erlebnishunger: Die Untersuchung der Erlebnisse in der Gastronomie wird in zwei Teilen behandelt. Der erste gilt hauptsächlich einer Gesellschaftstheorie, die das Erlebnis als eine Art inneren Befehl präsentiert, deshalb: Erlebnis als Imperativ. Der zweite Teil beschäftigt sich mit spezifischen Erlebnissen in der Gastronomie und ihren Schöpfern, den Wirten, Veranstaltern und Geschäftsführern. Ihre Konzepte sollen ausdrücklich als Möglichkeiten verstanden werden, deshalb: Erlebnis als Konjunktiv.

Beide Teile kreisen aber um Phänomene der modernen, das bedeutet in diesem Fall zeitgemäßen Gastronomie, die häufig als **Erlebnissgastronomie** bezeichnet wurde und wird. Dabei spielt der Begriff zumindest für die Gastronomen eine eher untergeordnete Rolle. Je nachdem was man darunter versteht, wird er durch Ereignis-, Unterhaltungs-, Trend-, Szene- oder Themengastronomie ersetzt. Innerhalb dieser Arbeit wird der erstgenannte Begriff in der Regel beibehalten. Ich ordne einen Raum der Erlebnissgastronomie zu, wenn einem bestimmten Gästekreis über den Verzehr von Speisen und Getränken hinaus etwas geboten wird, das als besondere Unterhaltung von einem bestimmten Organisator in Erinnerung bleibt. Dieses >gewisse Etwas< kann als Dekoration, räumliche Besonderheit, in Show-Effekten oder im thematischen Zusammenhang eines Mottos sichtbar werden. Häufig äußert sich dieser Mehrwert auch im Verhalten des Personals. Dabei kann der gastronomische Raum auch mobil sein, wie es im Party-Service der Fall ist.

Ist der Begriff auch erst einige Jahre alt (Jenn 1993, 122), so existiert die Verbindung von Unterhaltung und Eßkultur doch schon etliche hundert Jahre länger. Deutliche Ähnlichkeit mit der heutigen Form weisen später Saalwirtschaften in Städten der Jahrhundertwende auf, die mit dem Engagement von sogenannten "Spezialitätentheater" (Kosok 1992, 174f) Gäste aus verschiedenen Bevölkerungsschichten lockten.

Diese "Unterhaltungsetablissemments" (Kosok 1992, 183), die sich später als Varietés etablierten, boten neben dem Verzehr von Speisen und Getränken auch spektakuläre Darstellungen. Die "zusammengewachsenen Schwestern Rosa und Josefa Blazek mit ihrem Sohne Franzl" oder "Brunhilde die Deutsche Riesin das grösste Weib das je gelebt", Akrobaten und Artisten, Kunstschützen und Humoristen einten den Durst und die Ablenkungsgier des Publikums. Schon damals war der Konkurrenzkampf hart. Wer wollte, daß seine Gäste wiederkommen, mußte "alle 14 Tage oder mindestens doch alle Monate" einen Programmwechsel ankündigen (Kosok 1992, 176). In dieser Arbeit geht es aber nicht primär um den historischen Nachweis von Erlebnissen in der Gastronomie, sondern um eine Untersuchung des gegenwärtigen Umgangs mit dieser Sonderform im Dienstleistungsgeschäft. Es wird davon ausgegangen, daß von Seiten der Anbieter das

⁵ Steht die Zitatklammer hinter dem Punkt, bezieht sie sich auf mehrere Sätze vorher; steht sie vor dem Punkt, nur auf diesen einen.

Erlebnis ein wichtiger Faktor in der Verkaufsstrategie geworden ist, und daß zumindest eine relevante Anzahl von Konsumenten positiv darauf reagiert, indem es den Anbieter durch Anwesenheit und Geld bestärkt.

Zur **Methode** dieser Arbeit bleibt noch zu sagen, daß ich als Studentin der Kulturwissenschaft nicht explizit in empirischer Sozialforschung ausgebildet bin. Daraus folgt, daß ich, wenn möglich, soziologisches Fachvokabular in mir verständliche Begriffe übersetze und somit der Gefahr der Fehldeutung absichtlich ins Auge sehe. Unvermeidbare Termini werden natürlich als solche verwendet. Um einen Ausgleich zur Theorie zu schaffen, wurden in sechs qualitativen Interviews acht >Gesellschaftsforscher< aus der Praxis der Gastronomie über die Erlebnisorganisation in ihrem Beruf befragt. Das geschah anhand eines Leitfragenkatalogs, der den Interviewpartnern und der Gesprächssituation angepaßt wurde. Die im zweiten Teil eingeleiteten und zitierten Interviews (Inter1-6) wurden auf Video aufgenommen und transkribiert (Inter6 mußte schriftlich durchgeführt werden); sie sind in voller Länge im Anhang nachzulesen.

Die Erlebnisgastronomie ist, wie sich herausstellen wird, von Schaubildern und Gleichnissen überflutet. Demgemäß zeichnet sich diese Arbeit nicht durch Abwesenheit von Metaphern aus, damit dem Thema die Appetitlichkeit nicht abhanden kommt. Ein schlüssiger **Verlauf des Inhalts** darf selbstverständlich nicht auf der Strecke bleiben. Im ersten Teil wird die soziologische Theorie erläutert, die meinem Interessengebiet am nächsten liegt: *Die Erlebnisgesellschaft* von Gerhard Schulze. Daß die Entwicklung innerhalb der Gastronomie überhaupt einer gesamtgesellschaftlichen Theorie zugeordnet werden soll, resultiert aus der Tatsache, daß das Ei und das Huhn nicht ohne einander existieren können. Mutiert das Ei, so wird man zuerst dem Huhn unter die Federn schauen.

Nach Schulze machen die Menschen in der Tat eine entscheidende Entwicklung durch: sie orientieren sich im Leben nicht mehr an Arbeit oder Besitz, sondern an schönen Erlebnissen; damit schließt der Autor schreckliche, gefährliche oder traurige aus. Diese werden nach seiner Befragung durch Erlebnisse ersetzt, die zufriedenstellen, reine Selbstzweckfunktion haben oder Ästhetik versprechen. (1995, 13) Das ist an sich keine revolutionäre Erkenntnis; im Zusammenhang mit seinen Thesen aber erfährt dieser Satz eine derart zentrale Bedeutung, daß er gerade im Hinblick auf die alltagserprobte Gastronomie Fragen hervorruft. Wird der Alltag durch schöne Erlebnisse ersetzt, bereichert oder ausgeklammert?

Die ersten vier Kapitel widmen sich seinen Thesen, die aber im fünften anhand von zwei weiteren Gesellschaftsstudien in Frage gestellt werden. Das sechste Kapitel rundet den ersten Teil ab und leitet zur >Praxis< der Gastronomie im zweiten Teil über. Darin werden zunächst Bezüge der Erlebnisgastronomie zur Geschichte beschrieben. Im zweiten Kapitel wird die gegenwärtige Position dieser besonderen Gastronomieform geortet. Theoretisch durch Autoren, die aus unterschiedlicher Motivation darüber schreiben und praktisch durch die Beschreibung von Erscheinungsformen. Schließlich werden die Interviewpartner in bezug auf ihre Lokalitäten vorgestellt. Stellvertretend für alle Gastronomen, die Erlebnisse organisieren, sollen sie zu Kernthesen Schulzes (indirekt) Stellung beziehen. Angeregt durch drei komplexe Theorien, soll im dritten Kapitel eine kritische Interpretation der vorgestellten Gastronomieform als Spiegel der Gesellschaft folgen. Nichtsdestoweniger zeigt das vierte Kapitel Eßlust erregende Aussichten.

ERSTER TEIL : ERLEBNIS ALS IMPERATIV

Die Erlebnisgesellschaft bietet einen komplexen Körper mit dem stattlichen Gewicht von einem Kilo. In den vier Jahren seines Erscheinens wurde das Werk nicht nur von Soziologen gelesen und zitiert, sondern regte Scharen von Gegenwartstheorie-Interessierten zum Lesen an (Eckert/Jacob 1994, 131). Bestätigt diese Massenrezeption (relativ gesehen!) Schulzes These von dem Dauerantrieb Erlebnis? Von einem gastronomischen Standort aus soll dieses Buch verstanden und erläutert werden. Gerade, weil mein Interesse in der Frage liegt, ob wir wirklich der Duftmarke Erlebnis folgen, wenn wir auf der Fährte nach Speisen und Getränke sind, werde ich mich also im ersten Teil dieser Arbeit mit der Erlebnistheorie auseinandersetzen. Seine kulturelle Strukturanalyse sozialer Milieus bildet den Theoriemantel zu der im zweiten Teil folgenden Spezialform der Erlebnisorganisation, auf die Schulze nur in kurzen Beispielen eingeht.

Dieses Werk räumt dem Erlebnis, wie schon erwähnt, einen wesentlichen Stellenwert in der Strukturbildung unserer Gesellschaft ein. Neuartig daran ist, daß nicht mehr das Sein das Bewußtsein bestimmt, sondern das Subjekt die Situation als Mittel zum Zweck betrachtet. Das eigene Leben verdient es, schön gestaltet zu werden (Schulze 1995, 52) Fehlgeschlagenes wird mit einem Sahnehäubchen bedacht oder gänzlich überbacken.

In der Form der kritischen Analyse, werde ich dem Gedankengang Schulzes folgend, zunächst die Grundlagen erläutern, auf der seine Gesellschaftsstruktur der fünf Milieus fußt. Da der Autor bei der Anordnung seiner Prämissen sehr sorgfältig und ausführlich vorgeht, wird dieser Teil auch hier einen angemessenen Raum einnehmen. Im Zenit seiner Studie wird den sozialen Milieus (ersetzt bei Schulze die Bezeichnungen Schicht oder Klasse, siehe 3.3) Form und Inhalt geschenkt. Nachdem diese hier beschrieben wurden, sollen sie sich mit Hilfe von zwei weiteren Studien einer Prüfung auf Realitätstauglichkeit unterziehen. Zunächst wird eine wesentlich umfassendere Milieu-Studie zu Rate gezogen, die SINUS-Studie⁶. Ähnlich wie Schulze unterteilt das SINUS-Institut die Gesellschaft in verschiedene Milieus, kommt aber zu anderen Ergebnissen, die dennoch vom Kollegen affirmativ verwendet werden. Nachdem die Bedeutung der Milieus ins Verhältnis gesetzt wurde, soll eine gastronomisch orientierte Befragung mit Schulzes verglichen werden. Was die Milieu-Analyse dem Soziologen, bedeutet die Bedürfnisanalyse dem Gastronomen. In einer qualitativen Untersuchung wurden 120 Gäste zu ihren Wünschen an Gastronomie und Service befragt. Die Veröffentlichung unter dem Titel *Alltag als Event* läßt eine ähnlich hohe Gewichtung des Erlebnisses vermuten wie Schulze sie der Gesellschaft zuteil werden läßt. Um das zu überprüfen und somit die theoretische Nähe zur Gastronomie zu schaffen, wird diese Untersuchung Raum finden, bevor Gerhard Schulzes "Vorstellungen vom Ganzen" (Schulze 1992, 395ff) interpretiert werden. Ein eigenes Kapitel ist der Beschreibung und Deutung des Erlebnismarktes gewidmet (ebd., 417ff). Wie schreibt der Erlebnisanfrager sein eigenes Konsum-Drehbuch und worauf ist die Rationalität der Erlebnisanbieter gerichtet? Vielleicht provozierend, aber in jedem Fall Schulze folgend wird erläutert, welche Triebe des Marktes das Trägheitsgesetz⁷

⁶ Das SINUS-Institut betreibt seit 1979 soziologische Gesellschaftsforschung. Es hat "in sehr aufwendigen qualitativen und auch repräsentativ-standardisierten Forschungen eine Milieu-Analyse entwickelt, die den sozialen Verkennungen und perspektivischen Verzerrungen entgegenwirkt." (Vester 1993, 21)

⁷ "Eines der von Sir I. Newton aufgestellten Grundgesetze für die Mechanik eines Massepunktes: Jeder Körper verharrt im Zustand der Ruhe oder der gleichförmig geradlinigen Bewegung, solange er nicht durch äußere Kräfte gezwungen wird, seinen Zustand zu ändern (Trägheitsgesetz)." (Meyers Grosses Taschenlexikon 1992, >Newtonsche Axiome<)

aufheben. Aus diesem ökonomischen Schwung ergibt sich nach einem Resumé die Überleitung zu einer Spezialform des Erlebnismarktes: die Erlebnisgastronomie.

1. Kapitel: Die Basis

In diesem Kapitel werden die Grundvoraussetzungen erläutert, die Gerhard Schulze motivierten, die Forschung über das Erlebnis zu vertiefen.

1.1 Der empirische Ansatz

Dieses stattliche 765 Seiten starke Werk von dem Bamberger Professor für Methoden der empirischen Sozialforschung fußt auf einer Standardrepräsentativumfrage und qualitativen Zusatzerhebungen an 2.343 Nürnberger Einwohner, die per Zufallsauswahl an der Untersuchung teilnehmen sollten. Darunter waren 654 Ausfälle, 675 Verweigerungen und somit 1.014 verwertbare Antwortstrukturen (ebd., 591f). Da sich aber in der empirischen Sozialforschung "die wahren Verhältnisse selbst bei optimalen Stichprobenbedingungen nur ungefähr niederschlagen" (ebd., 570), ist es "vor allem (...) die Alltagserfahrung des Forschers selbst in der Gesellschaft, die er untersucht, das ungeschriebene Protokoll lebenslanger teilnehmender Beobachtung." (ebd., 563) Konsequenterweise sind die Daten der sehr umfangreichen Untersuchung im sorgfältig geordnetem Anhang untergebracht. Sie sind nicht das Ergebnis, sondern der Deutungsversuch Gerhard Schulzes (ebd.). Er zieht sie zu Rate, wenn sie theorieunterstützend verwendet werden können, was der Vollständigkeit seines umfassenden Gesellschaftsbildes keinen Abbruch leistet. Seine "Gedankenexperimente" (ebd., 25) sind derart detailliert eingeleitet, begründet, verkettet und aufgelöst, daß der Leser im Falle des Nichtverstehens zunächst seinen eigenen Horizont als zu eng vermutet, bevor er wagt, in Schulzes Horizont unüberwindbares Gebirge zu entdecken.

Einen beschwerlichen Weg der Befragten vermutet man, wenn man den Umfang der Umfrage betrachtet. Sie besteht aus drei Teilen:

a) Der Hauptfragebogen mit 85 Fragen zur Lebenssituation. Dazu gehören Wohnsituation, Familie, soziale Kontakte, Nutzung und Beurteilung kultureller Institutionen, Gesundheit, Beruf, Fernsehgewohnheiten und Beurteilung von Parteien.

b) Ein Zusatzfragebogen mit 180 anzukreuzenden Fragen. Durch die Antwortmöglichkeit von >stimmt< oder >stimmt nicht< zu sehr persönlichen Thesen wie zum Beispiel: "Hin und wieder gebe ich ein bißchen an." (Nr.10), "Andere finden, daß ich mehr arbeite als nötig ist." (Nr. 21) oder "Ich brauche immer wieder neue Reize." (Nr.134) ergibt sich ein Persönlichkeitsbild, das Schulze dann unter Rubriken wie "Anomie", "Arbeitszufriedenheit" oder "Paranoide Tendenzen" einordnet.⁸ Auf welche Weise dieser Persönlichkeitstest in die Untersuchungen eingeht, wird erst zu einem späteren Zeitpunkt erläutert.

⁸ Nicht zu unterschätzen finde ich die Ähnlichkeit des Schulze-Tests mit dem >Standard-Oxford-Persönlichkeits-Auswertung-Fragenblatt<, den der berühmte L.Ron Hubbard als Eintrittskarte zu Scientology einführte. Mit Fragen wie "Stört Sie eine Zahl unerledigter Arbeiten, die zu erledigen sind?" (Nr. 146), "Versuchen Sie in Ihrer Gegend neue Dinge zu starten?" (Nr. 165) oder "Bemerken Sie häufig, daß Sie warten, bis etwas geschieht, anstatt selbst etwas zu unternehmen?" (Nr. 185) versucht Scientology auch herauszufinden, welche Befindlichkeit die Menschen umtrieblich macht. Allerdings heißt das Ergebnis für die Gesellschaft in jedem Fall: Schließen Sie sich uns an, wir sehen, daß Sie einsam sind! Mit Unterstellungen solcher Natur hat Schulze nichts zu tun. Wie er seine Persönlichkeitsauswertung betreibt wird an entsprechender Stelle zu untersuchen sein.