Editorial

Autor(en): **Riklin, Adrian**

Objekttyp: **Preface**

Zeitschrift: **Saiten : Ostschweizer Kulturmagazin**

Band (Jahr): **9 (2002)**

Heft 94

PDF erstellt am: **29.05.2024**

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

Erfolg fühlt sich an wie **PARFÜM AUF DER HAUT**

«Der Erfolg, der Erfolg hat immer recht. Er nimmts, er schaffts, er gibts und er findet das Recht. Um sich selber zu rechtfertigen, kann er alles brauchen, er ist ein Allesfresser, ein Allesverwerter, er ist der grosse Magen dieser Gesellschaft, der allem die Substanz entzieht, die Nährstoffe herauslöst und deshalb ist er auch der grösste Produzent von Abfall.»

Die Erfolgsdefinition, die Rolf Bossart (‹Erfolg macht schön›, ab Seite 10) offeriert, spricht vielen aus tiefstem Herzen. Mir jedenfalls sehr. Was gehen mir doch all die Erfolgreichen im Allgemeinen, die Erfolgsdemonstranten und ihre -ministranten im Speziellen auf die Nerven! Eine Antipathie, die sich zuweilen in eine ernstzunehmende Allergie verwandelt. Dann kriege ich Hautausschläge, sobald sich mir da einer mit diesem stechenden Parfüm des Erfolgs nähert, eine sattsame Übelkeit breitet sich in mir aus, und ich ertappe mich dabei, wie ich mich danach sehne, mit mehr oder weniger erfolglosen Menschen zusammen zu sitzen und über die Leute, die das eben nötig haben, den Erfolg, und ihn auch noch derart schamlos mit sich herumschleppen, ausgiebig zu stänkern.

Doch halt! Bin ich vielleicht nur ein kleiner, feiger, impotenter Neider? Ist es am Ende vielleicht mit «der unparfümierten Wahrheit so eine Sache, weil die meisten von uns nichts gegen wohlriechenden Sozialkitsch haben, weil die meisten von uns ein Sozialkitschherz mit sich herumtragen und Sozialkitschgedanken denken, weil das die Existenz süsser und die Menschen menschlicher macht, wenn wir über alle Massen gemeinschaftlich denken und gemeinschaftlich träumen, um unserem saftlosen, würdevoll missratenen Leben einen ethischen Anstrich zu verpassen»? (Giuseppe Gracia in seiner Polemik ‹Über das Jämmerliche am Anti-Erfolgsdenken›, ab Seite 14)

«Seit Jahrhunderten postuliert die Linke den kollektiven sozialen Aufstieg durch eine kollektive Solidarität, seit Jahrhunderten glauben wir, es könne uns erst dann besser gehen, wenn es den anderen ebenfalls besser geht. Der Misserfolg aller», so Gracia in polemischer Konsequenz, «ist sozialer als der Erfolg einzelner, so das unausgesprochene Sozialkitschdogma». Doch muss denn Erfolg immer gleich asozial sein und sich nur auf Kosten anderer erzielen und feiern lassen? Liegt es nicht vielmehr daran, wie ich den Erfolg definiere, welchem Tun und Lassen in meinem Leben ich Erfolg beimesse?

In einer durch die freie Marktwirtschaft definierten Gesellschaft droht der Wert eines Menschen auf seinen Marktwert zusammen zu schrumpfen. Kein Wunder, wenn ein selbsternannter Erfolgsmessias wie Martin Betschart (Harry Rosenbaums Reportage, ab Seite 6) grosse Erfolge darin feiert, möglichst vielen «Erfolglosen» in möglichst teuren Seminaren möglichst billige Erfolgsrezepte zu verkaufen.

Der Sport bietet jene Bühnen, auf denen sich Erfolg in seiner ganzen Ausdruckspalette am ungeschminktesten zeigt (Jürg Roggenbauchs Beitrag, ab Seite 20). Es gibt auch andere «Erfolgsgeschichten» – jene etwa der erfolgreichen Loser, die ihre Erfolglosigkeit kultivieren und sich so auf raffinierte Weise in Winner verwandeln, ohne dabei den Charme ihrer Loser-Pose aufzugeben. Fast könnte man meinen, einen solcherart geprägten Trend auszumachen. Paradebeispiel dafür ist unser Cover-Held: Der St.Galler Trashbarde Daniel Mittag hat unterm Künstlernamen Jack Stoiker mit seinen dilettantischen Liedern vorübergehend Kult-Status erworben (Marcel Elseners Porträt, ab Seite 22). Zu erwähnen gilt es auch San Keller, Shooting-Star der Schweizer Kunstszene. Von ihm kommt – in einem brisanten Interview, das Marcus Gossolt mit ihm geführt hat, vorläufig aber noch nicht für die Öffentlichkeit bestimmt ist – das schönste Zitat zu unserm Titelthema: «Erfolg fühlt sich an wie Parfüm auf der Haut». Pech gehabt, wer ihn nicht erträgt und mit Hautausschlägen reagiert.

Adrian Riklin

Neue Kolumne: By-Line

Zwei Jahre lang hat Richard Butz im Saiten in seinen ‹blue notes› Neues aus der grossen Weltmusik vorgestellt. Mit dieser Ausgabe startet Butz mit einer neuen Kolumne: ‹By-Line› (Untertitel: Notizen zu Kultur, Alltag und Sprache). Der Titel ist gestohlen, von einer 1968 erschienenen Sammlung journalistischer Arbeiten von Ernest Hemingway. In ‹By-Line› (Seite 57; jeweils am Ende des Veranstaltungskalenders) will sich Butz mit dem Kulturbetrieb auseinander setzen, mit all seinen Erscheinungen, Auswüchsen und ab und zu auch Schönheiten, mit seiner Sprache. Als kleine Hilfe für Nachahmer/innen gibt Butz vorderhand jeden Monat einen Tipp, wie über Kultur geschrieben werden kann, ohne etwas auszusagen. Oder wie das, was dem Schreibenden unverständlich ist, sprachlich verhüllt werden kann… (red)

Medienpool: Globalisierung und Regionalkultur

Abonnent/innen haben mit dieser Ausgabe eine Beilage des Zürcher Kunsthauses erhalten: Erstes Ergebnis des Inseratepools, den die Kulturzeitschriften ‹Das Kulturmagazin› (Luzern), ‹ProgrammZeitung› (Basel) und ‹Saiten› im November lanciert haben. Der ‹Medienpool Kultur› ist zudem Teil eines redaktionellen Austausches über die Kulturregionen hinweg. Erstes Ergebnis einer solchen Zusammenarbeit finden Sie in der Rubrik Scheinwerfer ab Seite 28: Der Luzerner Journalist Pirmin Bossart hat sich mit dem Soziologen Kurt Imhof über die Auswirkungen der Globalisierung auf die regionale Kultur unterhalten. (red)

Vorschau: Kulturpolitik

Kürzlich hat der St.Galler Stadtrat einen ‹Kulturbericht› verfasst, der voraussichtlich im Februar im Gemeinderat diskutiert werden soll. Saiten nimmt in seinem Februar-Titelthema die städtische Kulturpolitik unter die Lupe, reflektiert die veränderten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und kulturellen Entwicklungen vor allem seit den 80er Jahren und fragt nach kulturpolitischen Perspektiven, Visionen und Utopien. (red)

MUSIC SHOP

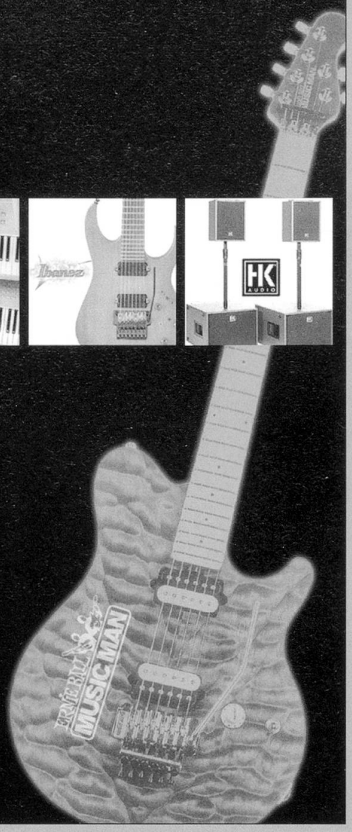
Instrumente, Beschallung, Unterricht

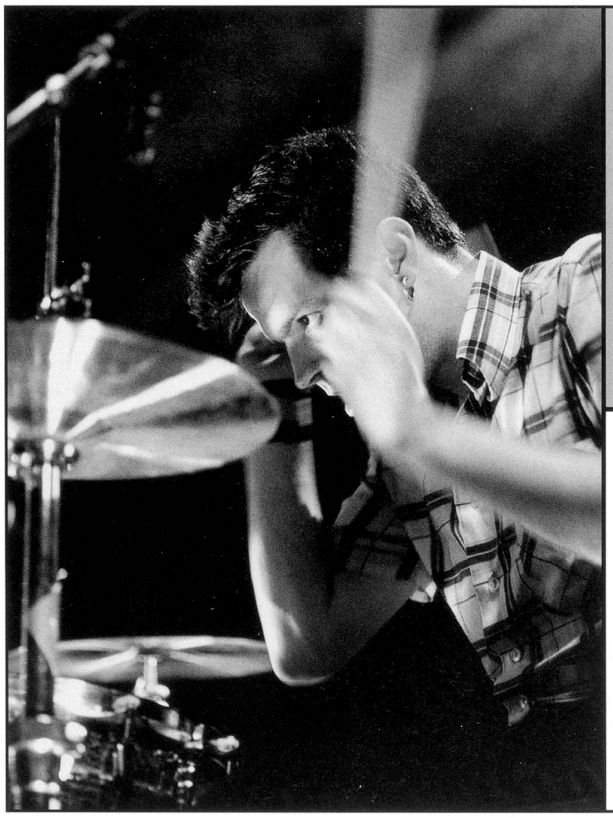
St. Jakobstr. 21
CH-9000 St. Gallen
(neben Brauerei Schützengarten)

Tel. 071 2-4-6 36 36
Fax 071 2-4-6 38 38

Dienstag - Freitag	09:00 - 12:00 Uhr 13:30 - 18:30 Uhr
Donnerstag	Abendverkauf bis 21:00 Uhr
Samstag	09:00 - 17:00 Uhr durchgehend
Montag	geschlossen

musicshop@bluewin.ch
www.musicshopsg.ch





Sondern ideal ergänzen. UBS unterstützt Ideen, Initiativen und Veranstaltungen, bei denen in Kultur, Kunst und Sport Aussergewöhnliches vollbracht wird. Mit derselben Überzeugung, wie wir auch bei UBS herausragende Leistungen fördern und im Kontakt mit Ihnen stets unser Bestes geben.

Ein Beispiel unter vielen: unser Engagement für die populäre Musik.

Geld und Geist sollen
sich nicht widersprechen.

UBS