

Gewohnheiten und Selbstoptimierung als Zeiterscheinung

n Dabei ist der Prozess der Selbstoptimierung kein einfaches Unterfangen und mit Gefahren wie Selbstübertreibung und Überforderung verbunden. Kritisch hinterfragt werden sollte stets, wer die Selbstoptimierungs-Ziele, Ideale und Wertmaßstäbe festlegt.

Der Prozess der Selbstoptimierung verfolgt das Ziel Geist, Körper und das eigene Leben zu optimieren. Es handelt sich hierbei um einen kontinuierlichen Prozess der ständigen Verbesserung der persönlichen Eigenschaften und Fähigkeiten. Erreicht werden soll der bestmögliche Zustand, den ein Mensch erreichen kann, mittels rationaler, disziplinierter und systematischer Selbststeuerung über permanente Rückkoppelung. Die Herausforderung besteht darin, nicht die Balance zwischen Ziel und Zweck zu verlieren.

Beispiele:

- Der Manager, der als Globetrotter durch die Welt rast.
- Wenn ständige Überbelastung die Psyche angreift. Dadurch droht der innere Widerstand zwischen dem Streben nach Perfektion und dem tatsächlich Erreichten aus dem Gleichgewicht zu geraten. Psychische oder körperliche Beeinträchtigungen sind die Folge.
- Sportler und Freizeitsportler, die ihre Leistungsfähigkeit mit Hilfe von Schrittzählern oder Pulsmessern ständig überwachen.

Das vom Zeitgeist propagierte Orientierungsmuster für die individuelle Lebensgestaltung verlangt jedem von uns ständige Anpassung ab. Der so entstehende soziale Druck erhöht das Bedürfnis nach Differenzierung, Andersartigkeit und Unverwechselbarkeit. Er geht einher mit Forderungen, die persönliche Leistungsfähigkeit der jeweiligen Aufgabe unterzuordnen, um dem Erwartungsdruck gerecht werden zu können.

Der Einzelne ist Teil einer Familie, einer Gruppe oder eines Teams. Der Zeitgeist hat Einfluss auf Ernährungsform, Freizeitaktivitäten, Hobbys, Beruf, Branche und u. v. m.

Der Philosoph Arthur Schopenhauer meint:

*¹ „Was einer in sich **ist** und an sich selber hat; kurz die Persönlichkeit und deren Wert, ist das alleinige Unmittelbare zu seinem Glück und Wohlbefinden. Alles andere ist mittelbar; daher auch*

¹ **Arthur Schopenhauer** (* 22. Februar 1788 in Danzig; † 21. September 1860 in Frankfurt am Main) war ein deutscher Philosoph, Autor und Hochschullehrer. Schopenhauer entwarf eine Lehre, die gleichermaßen Erkenntnistheorie, Metaphysik, Ästhetik und Ethik umfasst. Er sah sich selbst als Schüler und Vollender Immanuel Kants, dessen Philosophie er als Vorbereitung seiner eigenen Lehre auffasste. Weitere Anregungen bezog er aus der Ideenlehre Platons und aus Vorstellungen östlicher Philosophen. Innerhalb der Philosophie des 19. Jahr-

dessen Wirkung vereitelt werden kann, **aber die der Persönlichkeit nie**. Darum eben ist der auf persönliche Vorzüge gerichtete Neid der unversöhnliche, **(Anmerkung: Klar ist, wir sind in einer Neidgesellschaft angekommen)** wie er auch der am sorgfältigsten verhehlte ist. Ferner ist allein die Beschaffenheit des Bewusstseins das Bleibende und Beharrende, **Anmerkung: und das wird permanent unterhöhlt)** und die Individualität wirkt fortdauernd, anhaltend, mehr oder minder in jedem Augenblick: alles andere hingegen wirkt immer nur zu Zeiten, gelegentlich, vorübergehend, und ist zudem auch noch selbst dem Wechsel und Wandel unterworfen: daher sagt Aristoteles: denn die naturellen Anlagen sind sicher, die Schätze aber nicht. Hierauf beruht es, dass wir ein ganz und gar von außen auf uns gekommenes Unglück mit mehr Fassung ertragen, als ein selbstverschuldetes: denn das Schicksal kann sich ändern; aber die eigene Beschaffenheit nimmer.

Demnach also sind die subjektiven Güter, wie ein edler Charakter, ein fähiger Kopf, ein glückliches Temperament, ein heiterer Sinn und ein wohl beschaffener, völlig gesunder Leib, also überhaupt: ein gesunder Geist in einem gesunden Körper, zu unserm Glücke die ersten und wichtigsten; weshalb wir auf die Beförderung und Erhaltung derselben viel mehr bedacht sein wollten, als auf den Besitz äußerer Güter und äußerer Ehre.“ Zitat Ende

So lässt sich Zeitgeist von zwei Seiten betrachten. Einerseits unsere Persönlichkeit, die ein Fundament an Erlebnissen und Erfahrungen sammelt und immer wieder mit einer Einwirkung von außen in Beziehung setzt. Andererseits wirkt sich der Zeitgeist durch Neid, Langweile und Egoismus sowie vorherrschende Wertvorstellungen in Form von Produktwelten auf unsere Lebenswelt aus. Sie führen zu Veränderungen oder Anpassungen an vorhandene Gegebenheiten. Unsere Epoche, die ²Postmoderne, wird definiert als ein Zustand der abendländischen Gesellschaft, Kultur und Kunst „nach“ der Moderne.

1. Selbstoptimierung als Lebenskonzept

Der Prozess der Selbstoptimierung führt zur Entwicklung individueller Lebenskonzepte.

Impliziert ist die Gefahr Selbstbegeisterung, Selbsterfüllung oder Selbstbeauftragung bis an die

hundreds entwickelte er eine eigene Position des *Subjektiven Idealismus* und vertrat als einer der ersten Philosophen im deutschsprachigen Raum die Überzeugung, dass der Welt ein irrationales Prinzip zugrunde liege. (Wikipedia)

² Im besonderen Sinn ist sie eine politisch-wissenschaftlich-künstlerische Richtung, die sich gegen bestimmte Institutionen, Methoden, Begriffe und Grundannahmen der Moderne wendet und diese aufzulösen und zu überwinden versucht. Die Vertreter der Postmoderne kritisieren das Innovationsstreben der Moderne als lediglich habituell und automatisiert. Sie bescheinigen der Moderne ein illegitimes Vorherrschen eines totalitären Prinzips, das auf gesellschaftlicher Ebene Züge von Despotismus in sich trage und das bekämpft werden müsse. Maßgebende Ansätze der Moderne seien eindimensional und gescheitert. Dem wird die Möglichkeit einer Vielfalt gleichberechtigt nebeneinander bestehender Perspektiven gegenübergestellt (Relativismus). Mit der Forderung nach einer prinzipiellen Offenheit von Kunst wird auch kritisch auf die Ästhetik der Moderne Bezug genommen. Die Diskussion über die zeitliche und inhaltliche Bestimmung dessen, was genau postmodern sei, wird etwa seit Anfang der 1980er Jahre geführt. Postmodernes Denken will nicht als bloße Zeitdiagnose verstanden werden, sondern als kritische Denkbewegung, die sich gegen Grundannahmen der Moderne wendet und Alternativen aufzeigt. (Wikipedia)

eigenen Grenzen zu führen. Der Zwang, gottähnliche Vorstellungen von sich zu phantasieren entspricht dem Weg, der uns von einem christlichen Leben zu einem ICH-Leben führt. Ein Leitgedanke modernen Lebens besteht in der Überhöhung des Selbst. Der Unterschied zwischen Verblendung und Erleuchtung verwischt.

Beispiele dafür liefert die Anfang der 1960iger Jahre im Haight-Ashbury-Viertel in San Francisco entstandene Bhagwan-Bewegung. Sie fand schnell Millionen Anhänger unter jungen Erwachsenen erst in den USA, später weltweit. Es entwickelte sich die religiöse Scientology – Bewegung, deren Lehre auf Schriften des US-amerikanischen Schriftstellers L. Ron Hubbard zurückgeht. Weniger bekannt sind Thorwald Detlefsen und seine religiöse Lehre.

Dazu gesellen sich eine Vielzahl von Vorbetern, Gurus und selbst ernannten Göttern. Sie alle versprechen Menschen durch Befolgung ihrer Lehren mehr Glück, Zufriedenheit und Ausgeglichenheit und ein Plus an Lebensqualität zu erreichen.

Klar ist, nichts geht ohne den Einsatz von Zeit, Glaubenseifer oder das sture Befolgen von religiösen Vorschriften, Ratschlägen, Anweisungen oder noch stärker, das genaue Einhalten von Regeln, Meditationsanleitungen, Trainingsvorschriften oder Ernährungsformen, wie es *Peter Sloterdijk* in seinem Buch „*Du musst dein Leben ändern*“ beschrieb.

Wo soll diese Sinnsuche durch Selbstoptimierung hinführen? Selbst in unserer scheinbar so aufgeklärten Welt, finden Heilsversprecher mit ihren quasi aus dem „Geist einer Flasche“ entsprungen Lehren Anhänger. Aber wie ist das mit dem Flaschengeist? Er muss seinem Befreier lebenslang dienen oder ihm meist drei Wünsche, die mit gewissen Einschränkungen verbunden sind, erfüllen. So darf der Wunsch nur einmal ausgesprochen werden wie durch die Erzählungen aus „Tausendundeine Nacht“ bekannt. In der deutschen Literatur debütiert der Flaschengeist als Homunkulus in „Faust, der Tragödie zweiter Teil“.

Fazit: Der moderne Zeitgenosse will umworben, verzaubert und angeleitet werden. Auf diese Weise fällt die Selbstoptimierungssucht „an sich oder seinem Ich“ auf der Ebene ständiger Arbeit auf fruchtbaren Boden. Die Formulierung, dass erst dann das Leben beginnt, wenn „es Spaß macht“ ist ein Trugschluss. Hinter „Spaßsucht“ verbirgt sich die Angst vor gähnender Langeweile, die Angst vor der Auseinandersetzung mit dem „Ich“. Den Weg der Selbstoptimierung zu beschreiten, setzt Denken, das sich neu Einüben in die intime Welt des eigenen Ichs - ohne Anleitung von außen - voraus. Kurz: Jeder nur für sich allein.

2. Selbstoptimierung und das soziale Miteinander

Fundgruben für soziales Leben sind Straßen, Kneipen um die Ecke, Büros und Werkhallen, aber auch Luxusdampfer und Ferienorte. Überall dort, wo Menschen Glück, Spaß und Zufriedenheit

suchen. Die meisten sozialen Kontakte funktionieren gut. Beispiele sind das Vereinsleben, Teamarbeit, intime Freundschaften und sich ehrenamtlich engagierende Menschen.

Die Kehrseite des sozialen Miteinanders können alle beobachten. Sie besteht in der Angewohnheit, mit dem Handy Fußgängerwege zu überqueren oder sich durch eine Menschenmenge hindurch zu schlängeln, ohne den Blick vom Bildschirm zu lösen. Solches Verhalten geht mit dem Anspruch „jetzt komme ich“ einher, der Rücksichtnahme gegenüber Entgegenkommenden ausschließt. Andere blicken während Meetings ständig nach unten, um Nachrichten am Handy zu verfassen oder zu lesen.

Vor langer Zeit entstand das Wort „*Ellbogengesellschaft*“. Der Einzelne entwickelte sich zu einem rücksichtslosen Zeitgenossen, der andere zur Seite drängt. Heute lautet die Devise „cool sein“. Was so viel bedeutet, sich selbst der Nächste sein und Mitmenschen erst gar nicht zu beachten. Der Selbstzweck heiligt jedes Mittel.

Ein anderes Beispiel ist der Umgang mit bewährten Tugenden wie Glaubwürdigkeit, Zuverlässigkeit oder Vertrauen. Diese Charaktereigenschaften waren lange Zeit Gradmesser eines fruchtbaren Miteinanders im Arbeits- und Privatleben. Kinder wurden nach diesen Tugenden erzogen, richteten ihr Verhalten danach aus und lebten mit der Welt in Einklang. Bei Nichtbefolgen dieser Tugenden hieß es „Strafe muss sein“.

Auf keinen Fall will ich die Zeit als erstrebenswert heraufbeschwören, aber leben wir heute besser? Haben wir das Gefühl, wir leben in einer angenehmeren Welt als vormals? Heute besteht die Gewohnheit darin, Meinungen, Kommentare oder Überzeugungen zu relativieren und damit abzuschwächen und einzuschränken. Das führt soweit, das Sprachgewohnheiten genutzt werden, um sich aus jeder schwierigen Situation zu retten. Beispiele: „Mal sehen, was sich machen lässt“, „Ich bin nicht sicher, ob das klappt“, „Ich tue, was ich kann oder was machbar ist“, „Ich bin der Meinung, dass...“. Bereits Marie von Ebner-Eschenbach warnte: „Nicht jene, die streiten, sind zu fürchten, sondern jene, die ausweichen.“

Woher kommt diese unangenehme Erscheinung, die das Leben im Umgang miteinander erschwert? Woran liegt das? Ist es die tägliche Flut von Informationen, der Leistungsdruck in Unternehmen, die Angst vor Arbeitsplatzverlust, die ständige Zunahme von elektronischen Geräten zur Lebensoptimierung? Sind sie und anderes die Verursacher dieser Entwicklung? Vor allem das Internet verändert die Kommunikationskultur. Sie begünstigen das Entstehen von Fan-Gemeinden, neudeutsch „Followern“, auf unterschiedlichsten Internetplattformen. Der Relativist entwickelt eigene Wertvorstellungen, indem er von sich denkt „Warum nicht ich?“, „Alles ist gut!“, oder „Geht doch!“.

Was wir seit Jahren durch das Internet begünstigt erleben, ist eine Art von Überwachungs-kapitalismus. Ziel ist es mit Geschichten zu verführen, daraus Bindungen zu entwickeln, ohne dass den Followern auffällt, dass sie Opfer ihrer eigenen Vorstellungswelt geworden sind. Im

Internet verhelfen nicht Können, Wissen, Mühe und Arbeit zu Erfolg, sondern „Klicks“ sorgen für Begeisterung und Kauffreude. Die Gewinner von 50.000 € im Sommerhaus 2020 (*Ehepaar Robens*), die erfolgreich auf Mallorca ein Fitness Studio betreiben, treten gemeinsam mit RTL und der Industrie (Werbung) als Partner auf. Promi“-Paare lieferten sich beim Wettbewerb im „Sommerhaus 2020“ Verbalschlachten, um ihren Bekanntheitsgrad um jeden Preis zu erhöhen.

Eine andere Variante des sozialen Lebens kommt in Buchform daher. Lebens-Ratgeber und Romane sind voller Selbstoptimierungsgeschichten. Viele stammen aus der Feder von prominenten Künstlern, Sportlern, Köchen und Managern oder deren Ghostwritern, aber auch von bekannten Autoren. In ihren Geschichten geht es meist um seelische Erfahrungen, die Auseinandersetzung mit dem Erlebten, die Aufarbeitung und Verwirklichung des Erlebten. Diese Art der „Auferstehung“ wird lukrativ vermarktet.

Warum sind diese Geschichten für den Leser so anziehend? Nicht das Erlebte des Autors ist das Einzigartige. Es ist der Bekanntheitsgrad des Autors, der die Kassen der Verlage klingeln lässt. Und ganz nebenbei haben die Leser scheinbar am Leben ihrer Idole teil. Sie sollen spüren wie es sich „anfühlt“, was der „Autor“ Schweres durchlebt hat usw.

In den letzten 20 Jahren hat das zu dem Ergebnis geführt, dass wir das Miterleben, Mitempfinden und Mitleiden als eine Art „Optimierung am Leid des anderen“ erfahren. Wer Talkshows-Moderatoren aufmerksam zuhört, erkennt schnell, dass kritische Haltungen verdeckt oder übertüncht werden. Die Diskussion wird in eine bestimmte Richtung gelenkt. Hierzu einige Beispiele, deren Sätze häufig mit Signalwörtern wie „Warum?“, „Weshalb?“ „Stimmt das wirklich?“ „Mir geht es dabei um ...“, „Wie fühlt sich das an?“, „Muss man denn nicht?“, „Ich komme mal auf den Punkt“, „Das kann ich so nicht stehen lassen“, „Da bin ich ganz anderer Meinung als Sie“ oder „So kann man das nicht sagen“ beginnen.

Diese Beispiele zeigen, dass soziales Leben durch die Medien in Unternehmen oder im Familienleben auf dem Prüfstand stehen. Relativismus ist eine gefährliche Form des Miteinanders. Das Verbindliche, Ausdrückliche und Eindeutige fällt wie ein nasser Schwamm dem Gleichgültigen, Belanglosen und Einfältigen zum Opfer.

3. Selbstoptimierung und die Markenwelt

Menschen mit einem hohen Gestaltungswillen können dank ihres Verstandes oder ihrer Willensleistungen (Charaktereigenschaften) ihr individuelles Verhalten auf ein gesetztes Ziel ändern. Vorausgesetzt, ihr Handeln ist von größter Kraftanstrengung begleitet. Kurz: Viel Arbeit, viel Übung, viel Leidenschaft und viel Idealisierung sind erforderlich, um als Held das

tägliche Leben zu gestalten. Wer ist ein Held? *Held ist derjenige, der etwas beginnt und anschließend in die Wege leitet.*

Die Vervollkommnung des Ichs bestimmt weitgehend die Welt der Marken. Erst mit dem Zauber der Marke vollzieht sich die Transformation vom Konsumenten zum ³Einzigen. Die ersten Marken (Markenbild) entstanden in den 1920-er Jahren. Coca-Cola machte in Amerika den Anfang. In Deutschland waren es die Schuhcreme Erdal und das Waschmittel Persil. Gefolgt von Goldpfeil (Lederwarenhersteller) als Markenzeichen. Der Erwerb eines Markenzeichens war mit dem Schutzrecht auf das Produkt verbunden. Ziel war es, das Erzeugnis mit einzigartigen Merkmalen (Charakteristika) auszustatten, um es für den Verbraucher als unverwechselbar erscheinen zu lassen.

Dieses Prinzip der Identitätsvermittlung durch Kommunikation (Werbung) hat sich bis heute nicht verändert. Ganz im Gegenteil. Im Laufe der Jahrzehnte wurden zur Stabilisierung der Marke Kampagnen entwickelt, die Kaufanreize schafften und zugleich um Vertrauen warben. Verfeinerte Formen der Markenpräsenz entwickelten sich ab der 1980er Jahre zu ausgefeilten Marketingkampagnen. Die Marktforschung lieferte Beweggründe (Motive) mit denen das Kaufverhalten (Zwangskauf) beeinflusst wurde.

Die psychologischen Erkenntnisse wurden ausschlaggebend beim Kreieren von Markenbildern. Mit ihrer Hilfe gelingt es, bei Konsumenten eine andere Ebene zu etablieren. Sie betont das Besondere, Individuelle und Unverwechselbare des Produktes. Die Markt- und Trendforschung zeigt, dass der Konsument über den praktischen Nutzen hinausgehende Bedürfnisse hat. Wurden Zielgruppen in den 1970iger Jahren noch durch sozio-ökonomische Attribute wie Geschlecht, Einkommen oder Wohnort unterteilt, kamen später weitere Eigenschaften hinzu. Ein Leitspruch lautet: „Morgens leger und am Abend elegant“.

Diese Entwicklung förderte weitere Angebots- und Vermarktungsstrategien bei Herstellern. Produkte für den Massenmarkt mussten nützlich und billig sein. Für Luxusgüter lagen die Präferenzen bei edel und teuer (Rolex–Welt). Begriffe wie „Nische“ oder „Nischenmarkt“ generierten Umsatz. Neue Geschäftsformate wie „Boutiquen“ folgten. Große Verkaufsflächen wurden auf die grüne Wiese verlegt. In der Innenstadt überlebten sie bisher in Kaufhausform.

Diese kurz skizzierten wirtschaftlichen Entwicklungen hatten einen enormen Einfluss auf die gesellschaftliche Weiterentwicklung. Es entstanden Lebensstile, die in allen Gesellschaften zu enormen Differenzierungen führten. Selbstoptimierung umfasst alle möglichen Methoden der Selbstverbesserung, zu denen traditionelle Praktiken wie Bildung, Körpertraining, Diät oder Meditation zählen. Beispiele aus dem Bildungssektor: In den 1960iger Jahren ging der überwiegende Teil der jungen Leute mit einem Volksschulabschluss in die Lehre, ein gewisser Prozentsatz besuchte die Realschule und nur wenige das Gymnasium. Von diesen schlossen die meisten mit Abitur ab und studierten an einer Universität. Danach standen die Wege offen für besser dotierte Positionen in Verwaltungen, Handel und Industrie. Was zu einem großen Anstieg

³ **Der Einzige und sein Eigentum** ist das Hauptwerk von Max Stirner, dass im Oktober 1844, vordatiert auf 1845, im Verlag von Otto Wigand in Leipzig erschien. [Wikipedia](#)

an Studierenden seit den 1970iger Jahren führte. Im Gegensatz dazu ging die Zahl der Hauptschulabschlüsse gravierend zurück. Zugenommen hat der Besuch von Real- und Fachschulen. Hauptschulabsolventen finden Arbeit in einfachen Service- und Dienstleistungsbereichen oder in Fabriken. Absolventen des mittleren Ausbildungsbereichs finden Beschäftigung in gehobenen technischen oder handwerklichen Dienstleistungsbereichen.

Wenden wir uns nun dem Einzelnen zu, der auf der Suche nach einem Platz in der Gesellschaft seine Wünsche, Erwartungen, Hoffnungen und Gestaltung auf seine persönlichen Ziele ausrichtet. Ausschlaggebend und entscheidend für den individuellen Lebensverlauf sind biografische Hintergründe in Familie und Gruppen (Verwandte, Freunde usw.). Die in den ersten Lebensjahren gesammelten Erlebnisse, Eindrücke und Empfindungen formen die Persönlichkeit. Selbsterfahrung und Selbstverwirklichung, aber auch Selbstenttäuschungspotenziale spielen eine wichtige Rolle.

Herkunft, Bildung und soziale Stellung in der Gesellschaft markieren den Status einer Persönlichkeit. In Ratgebern, Büchern, Hörbüchern, Seminaren (Entspannungstechniken) oder Events findet sich reichhaltiges Material, um die Eigenmotivation (Stimmungen) zur Selbstoptimierung anzukurbeln. Vergleiche helfen um zu sehen, ob der andere besser oder schlechter ist als man selbst.

Leider hat diese Vervollkommnungsstrategie einen Haken. Wie geht man mit dem Negativen, Verlustreichen, Unausweichlichem oder Unüberwindbaren um? Das Wort „Resilienz“ hat im technisch-ökonomischen Bereich Einzug gehalten. Es gilt als Maßstab für psychische Widerstandsfähigkeit und die Fähigkeit Krisen bewältigen zu können. Ein weiteres Wort im Sprachgebrauch ist „Singularität“ mit der Einzigartigkeit, das Außergewöhnliche oder Eigenständigkeit betont wird.

Statten Menschen ihre Sucht nach Status mit hohen Symbolwerten (Waren) aus, wollen sie zeigen, dass sie ein Quäntchen besser sind als andere. Vielleicht gewinnt Normalität wieder die Oberhand, wenn die Suche nach Einzigartigkeit eine andere Charakteristik bekommt. Und dadurch das Gemeinschaftsgefühl, die Kreativität und der Respekt vor dem Andersdenkenden eins vernünftigen Miteinander ermöglicht. Wie können Reichtum und Armut miteinander harmonieren? Vermögen allein, macht noch keine Persönlichkeit aus.

4. Selbstoptimierung – gesellschaftlicher Fortschritt

Wir wissen, dass sich Gewohnheiten in unser Bewusstsein einschleichen. Sie verfolgen ein bestimmtes Ziel oder Zweck. Wir wissen außerdem, dass nur der Wille zum ständigen Üben den gewünschten Fortschritt mit sich bringt. Die Frage lautet: Welche gesellschaftliche Bedeutung hat das Phänomen der „Selbstoptimierung“? Werfen wir ein Blick auf die Wirtschaft als Motor für das soziale Leben.

Globalisierung und schnelle Lebenszyklen von Produkten und Dienstleistungen erhöhen den Innovationsdruck. Umweltfragen wie Nachhaltigkeit, beinhalten politisches Konfliktpotential. Kurz: Die Wirtschaft ist aufgefordert, ihre Anstrengungen zur Klimaverbesserung zu erhöhen. Auch wird der Ruf nach mehr sozialer Gerechtigkeit lauter. Die Schere zwischen arm und reich klafft weltweit immer weiter auseinander. Die Diskrepanz hat Auswirkungen auf Arbeitsverhältnisse und Einkommensentwicklungen.

Wovon ist künftig unter den herrschenden gesellschaftlichen und sozialen Verhältnissen auszugehen? Spürbar anders geworden ist durch die Pandemie das Leben von Millionen Menschen. Es ist mit vielen Einschränkungen verbunden. Abstand und Maskenpflicht, die AHA-Formel, ist das Gebot der Stunde. Abstand halten, Hygiene beachten und eine Mund-Nasen-Schutzmaske tragen sind laut einhelliger Ansicht aller Virologen der beste Schutz, um das Ansteckungsrisiko zu minimieren oder zu vermeiden. Konsumenten mit hohem und gesichertem Einkommen erkennen plötzlich, dass Spaß und Vergnügen Grenzen gesetzt werden können.

Die Pandemie hat gravierende Auswirkungen auf die sozialen und wirtschaftlichen Verhältnisse. Überall dort, wo Menschen zusammenleben, zusammenarbeiten und gemeinsam ihre Freizeit verbringen, sind *No-go-Areas* entstanden. Vieles fällt auseinander. Ein Beispiel: Zu den Selbstoptimierungsstrategen gehören Manager. Bis März 2020 war ihnen keine Reise zu weit, kein Land zu fern, um Führungsaufgaben vor Ort zu kontrollieren oder zu übernehmen. Videokonferenzen gibt es zwar schon lange, aber die Epidemie setzt neue Maßstäbe. Plötzlich entdecken viele die Vorteile sich virtuell auszutauschen. Zeit-, Reise- und Übernachtungskosten lassen sich so einsparen, Budgets optimieren. Zugleich werden drohende Milliardenverluste durch den Staat sprich die Steuerzahler aufgefangen. Begründet wird die staatliche Wirtschaftshilfe mit Sicherung von Arbeitsplätzen, der Wettbewerbsfähigkeit, des sozialen Friedens, der Verhinderung der politischen Einflussnahme durch radikale Parteien oder Verschwörungstheoretiker, welche die Stabilität von Staat und Gesellschaft gefährden könnten. Der Einfluss der Medien mit Fake News und ständiger Infiltrierung von Meinungen über tägliche Weltereignisse bilden hierbei die größte Gefahr. Sie verändern mit ihrer Berichterstattung tief das Bewusstsein der Menschen. Postmodern: Alles wird relativiert.

Die Gefahr besteht, dass es Menschen keine klaren, eindeutigen Unterscheidungen mehr treffen können. Nicht nur in Bezug auf ihr eigenes Leben, sondern auch auf Gesellschaft und internationale Gemeinschaft. Spielregeln des Fair Play, ethische Grundsätze des Zusammenlebens oder Vorstellungen von einem guten Leben, wie es zum Beispiel in religiösen Botschaften anklingt, bleiben ungehört oder werden nicht mehr verstanden.

5. Bildung im wirtschaftlichen Wandel

Die Wirtschaft ist Teil der Gesellschaft. Sie trägt zur Beeinflussung und Formung der vielfältigen Gruppierungen bei, aus denen die Gesellschaft besteht. Wodurch? Indem das ökonomische Machbarkeitsprinzip Selbstoptimierung mit Kriterien der Effizienz- und Produktivitätssteigerung voraussetzt. Kurz: Ökonomie und Optimierung sind kein Gegensatz, sondern bedingen einander.

Bereits in den 1970er Jahren begann in der Industrie die Frage nach einem neuen Menschenbild zwischen Persönlichkeit und ökonomischer Einsatzfähigkeit Fahrt aufzunehmen. Unternehmer und Topmanager gaben in diesem Jahrzehnt die hierarchischen Linien vor. Es ging um Definition, Festlegung und Entscheidung von Effektivität und Effizienz der Mitarbeiter. Kurz: Das Ideal ist der fleißige, strebsame und angepasste Mitarbeiter, der mitmacht und mitgestaltet.

Umsetzer von Entscheidungen (auch Führer oder Vervielfältiger) hatten die Vorgaben in praktische Szenarien zur Optimierung umzusetzen. Sie werden durch Personalplaner, externe Berater wie Coaches, Psychologen, Soziologen, Organisationsberater (Unternehmensberater) und „Gurus“ in Gestalt von Star-Rhetorikern unterstützt. Das heißt, sie sorgen für den letzten Motivationskick, um die Leistung des Einzelnen noch weiter zu steigern. Zu den gängigen Mantras gehören Thesen wie „Du musst dich verändern“, „nur der Wandel bringt den persönlichen Erfolg“ oder „sei dein eigener Gewinner“. Hinter jedem dieser rhetorischen Sprachblüten versteckt sich eine Welt voller Herausforderungen, Zielfixierungen und Strategien. Mit ihrer Hilfe soll dem Einzelnen der beste Weg zur Umsetzung der Strategie aufgezeigt werden. Oft sind jedoch Irritationen, Ungereimtheiten und Versprechungen bei den Empfängern die Folge dieser Mantras.

Zur Erreichung dieser Wünsche ideal sind Errungenschaften wie ein sicherer Arbeitsplatz, eine gute Ausbildung, soziale Absicherung und ein angenehmes, privates Umfeld. Der Preis für dieses Lebensideal beruht auf Wettbewerb. Oft führt die Verbesserung eines Parameters zur Verschlechterung eines anderen. Qualifikation und ständige Weiterbildung spielen Schlüsselrollen im Ranking. Unternehmen setzen bei der Qualifikation ihrer Mitarbeiter vor allem auf Sachthemen, die den Markt, Produkte oder Leistungen betreffen. Weitere Werte wie soziale Kompetenz, individuelle Fähigkeiten und Wertschätzung werden bei dieser Form der Optimierung häufig vernachlässigt.

In den 1970er Jahren kamen neue Systemstrukturen hinzu, um mit veränderten Befehlsketten besser auf Probleme und Herausforderungen, der sich rasant entwickelnden Märkte reagieren zu können. Es entstanden Qualifikationsstandards mit veränderten Kriterien wie höhere Ansprüche an Ausbildung und Spezialisierung der Aufgabenstellungen. Spiegel des Prozesses sind Berufsbezeichnungen. Auf Visitenkarten wurde aus einem Kundenbetreuer ein Account Executive Manager, aus einem Geschäftsstellenleiter ein Branch Manager oder aus einem Berater ein Coach.

Durch den technischen Wandel hielten Begriffe wie „Interdisziplinäres Denken“ Einzug in viele Unternehmen. Zu den bekannten Strategien gehörte die „Organisationsberatung“. Der ganzheitliche Ansatz war hilfreich, aber zu komplex. Weniger aufwendig und kurzfristig zielführender war es, die Motivation der Mitarbeiter mit Anreizen wie Prämien oder Reisen zu steigern.

Der „Weiterbildungsmarkt als Wachstumsmotor“ boomte, die Angebote wurden differenzierter. Vor allem die Digitalisierung entfachte enorme Wissenspotenziale. Die Auswahl der Anbieter übernahmen die Personalabteilungen (Suche nach geeigneten externen Institutionen), danach erfolgte die Abklärung der Entscheidungen mit den Fachabteilungen. An dieser Vorgehensweise hat sich bis heute wenig geändert. Personalabteilungen sind meistens „Beschaffer oder Verwalter“ von Aus- und Weiterbildungen. Selten finden sich in Unternehmen *Bildungsstrategien*, um gezielt die weitere Entwicklung eines Mitarbeiters zu fördern.

Nach wie vor besteht „Aus- und Weiterbildung“ zum großen Teil aus Vorträgen von Dozenten, Diskussionen, Gruppenarbeiten und allzu oft aus Kritikgesprächen. Dazu kommen verschiedene Informationsformate wie Berichterstattungen in Besprechungen, Beiträge der Hauptverantwortlichen und/oder deren Stellvertreter.

Erinnert sei an das Aufkommen von psychosozialen Spielformen, die eine Art „Spiegelin an der Wand, wer ist die/der Beste im ganzen Land?“ beinhalten. Beispiele hierfür finden sich in Ausschnitten aus Motivationsveranstaltungen auf *YouTube*. Szene-Erfolgstrainer überschwemmen mit Ratschlägen, Regieanweisungen und Rezepturen zur Persönlichkeitsentwicklung den Markt.

Was sollten Unternehmen beachten? Wichtig ist die Qualität der Aus- und Weiterbildung. Nachhaltigkeit des Lernens, Erlebens und des Nachdenkens gehören zur geistigen Weiterentwicklung.

Lassen wir zum Schluss dieses Kapitels einen bedeutenden deutschen Philosophen zu Wort kommen. ⁴*Robert Spaemann* veröffentlichte zehn Punkte über das, was seiner Ansicht nach ein „gebildeter Mensch“ ist. Hier lassen sich neue und wichtige Ideen und Konzepte für die Weiterbildung im Sinne einer verantwortlichen Persönlichkeit finden.

1. Der Gebildete hat begonnen, die Wirklichkeit als sie selbst wahrzunehmen. Bilden heißt objektive Interessen wecken, sich bilden heißt, „sich objektiv machen“. So schreibt Goethe: „Sich mitteilen ist Natur. Mitgeteiltes auffassen wie es gegeben ist, ist Bildung.“ ...es gibt außer uns noch andere Mittelpunkte der Welt und andere Perspektiven auf sie. Andere sind nicht nur Teil meiner Welt, ich bin auch Teil der ihren. Gebildet ist, wen es interessiert, wie die Welt aus anderen Augen aussieht, und wer gelernt hat, das eigene Blickfeld auf diese Weise zu erweitern.

⁴ Robert Spaemann (* 5. Mai 1927 in Berlin; † 10. Dezember 2018 in Stuttgart) war ein deutscher Philosoph. Er wird zur Ritter-Schule gezählt.

2. Sein Selbstwertgefühl leidet nicht darunter, sondern wächst damit zugleich. Der Ungebildete nimmt sich selber sehr ernst und sehr wichtig, aber sein Selbstwertgefühl, seine Selbstachtung ist gleichzeitig häufig gering. Der Gebildete weiß, dass er nur „auch einer“ ist. Er nimmt sich nicht sehr ernst und nicht sehr wichtig. Aber da er sein Selbstwertgefühl nicht aus dem Vergleich mit anderen bezieht, hat er ein ausgeprägtes Gefühl für seinen eigenen Wert. Selbstrelativierung und Selbstachtung sind für ihn kein Widerspruch.
3. Das Wissen des gebildeten Menschen ist strukturiert. Was er weiß, hängt miteinander zusammen. Und wo es nicht zusammenhängt, da versucht er einen Zusammenhang herzustellen, oder wenigstens zu verstehen, warum das schwer gelingt.
4. Der gebildete Mensch spricht eine differenzierte, nuancenreiche Umgangssprache...“Vor allem meidet er den psychologischen Jargon. Psychologie – wie jede Wissenschaft - handelt von Bedingungsbeziehungen.
5. Der gebildete Mensch zeichnet sich aus durch Genussfähigkeit und Konsumdistanz. Schon Epikur wusste, dass beides eng zusammenhängt. Wer sich wirklich freuen kann an dem, was die Wirklichkeit ihm darbietet, braucht nicht viel davon. und wer mit wenigem auskommt, hat die größere Sicherheit, dass es ihm selten an etwas fehlen wird.
6. Der gebildete Mensch kann sich mit etwas identifizieren, ohne naiv und blind zu sein. Er kann sich identifizieren mit Freunden, ohne deren Fehler zu leugnen. Der Fremde ist ihm eine Bereicherung, ohne die er nicht leben möchte. Identifikation bedeutet für ihn nicht Abgrenzung, sondern (sich etwas zu eigen machen) - Anwendung.
7. Der gebildete Mensch kann bewundern, sich begeistern, ohne Angst, sich etwas zu vergeben. Insofern ist er das genaue Gegenteil des Ressentiment Typs, von dem Nietzsche spricht, des Typs, der alles klein machen muss, um sich selbst nicht zu klein vorzukommen. Er kann neidlos Vorzüge bewundern und sich an ihnen freuen, die er selbst nicht besitzt. Denn er zieht sein Selbstwertgefühl nicht aus dem Vergleich mit anderen. So fürchtet er auch nicht, durch Dankbarkeit in Abhängigkeit zu geraten...
8. Der gebildete Mensch scheut sich nicht zu werten, und er hält Werturteile für mehr als für den Ausdruck subjektiver Befindlichkeit. Er beansprucht für seine eigenen Werturteile objektive Geltung. Gerade deshalb ist er auch bereit, sie zu korrigieren. Der gebildete hält sich für wahrheitsfähig, aber nicht für unfehlbar. Gebildete Menschen im Umgang mit der Welt genügend Unterscheidungsvermögen entwickelt, um sich Qualitätsurteile zuzutrauen.
9. Der gebildete Mensch weiß, dass Bildung nicht das Wichtigste ist. Bildung schafft eine menschenwürdige Normalität.
10. Der gebildete Mensch liebt die Freundschaft, vor allem die Freundschaft mit anderen gebildeten Menschen.

6. Sport als Selbstoptimierungsstrategie in der Gesellschaft

In ganz unterschiedlichen Sportarten wird der Gedanke der Selbstoptimierung gebraucht, um etwa Ironman-Wettbewerbe oder Marathonläufe oder Fahrradrennen wie die berühmte Tour de France zu gewinnen. Die olympische Disziplin „höher, schneller, weiter“ gibt den Takt vor. Radfahren entwickelte sich vom Profi- zum Volkssport. Das Fahrrad wurde zu einem Breiten-Sportgerät, das dabei hilft, den Körper zu optimieren.

Im Element „Wasser“ vermitteln aufwendige Sportgeräte und Boote Wassersportlern jede Art von Kick. Selbstoptimierung kann Suchtpotenziale schaffen. Assoziationen zu religiösen Ritualen lassen sich leicht ziehen. Was die Kirche mit ihren Ritualen für Gläubige ist, ist für sportliche Selbstoptimierer das Fitness-Studio. Werfen wir einen kurzen Blick in ein modernes Studio. Was sehen wir? Geräte in allen Variationen, die der körperlichen Ertüchtigung dienen. Sie geben dem Trainierenden Richtung, Orientierung und Handhabung vor. Dadurch hat die Selbstbeschäftigung mit dem eigenen Körper Platz, Halt und Richtung gefunden.

Das Ziel des Trainierens ist vordergründig ein selbst gewählter Weg, um den eigenen Körper in Form zu bringen. Voraussetzung ist Disziplin. Damit die Selbstoptimierung durch Training permanent weiter vorausschreiten kann, ist ein ausgefeiltes Programm und Überwachungsmechanismen in Form von „Self-Tracking“ nötig.

Einschub: Eine andere Form der Selbstoptimierung ist die Selbstbemalung (*Tätowierung*) als Zeichen der persönlichen Selbstinszenierung. Kurz: Der Körper wird zur Leinwand, dient als Erzählgrundlage. Der Körper wird zum Kunstwerk, das Langzeitbetrachtung garantiert. Tätowierte halten mit ihren Tattoos Erinnerungen, Erlebnisse und Wünsche fest.

Tätowierung ist nicht die einzige Art, den Körper unter Selbstoptimierung zu setzen. Das Schönheitsideal unserer Zeit liefert jedem Tausende Möglichkeiten, die Kunst des Scheins auf verschiedenste Weise als „*Statement*“ in die Welt zu tragen. Die Bandbreite reicht vom Lippenstift bis zum ausgefallensten Kopfschmuck, vom Lidschatten bis zum operativen Eingriff, um den Körper optimal zu präsentieren.

Ein Blick zurück zeigt, dass bis weit in die 1970iger Jahre Arbeit für die meisten Menschen mit körperlicher Belastung verbunden war. Pflichterfüllung, genormte Arbeitsprozesse und eine Lebensgemeinschaft strukturierten den Alltag. Heute gelten andere Wertmaßstäbe. Der Körper wird zum Träger von Kunstwerken, die Blicke auf uns ziehen sollen, um Anerkennung und Applaus zu generieren. Anders: Vom Charakterbild zum Kunstwerk des ICHs.

Ein weiterer Aspekt betrifft die gesellschaftliche Optimierung. Der Begriff der ⁵„Dekadenz“ durchlief im Laufe der Jahrhunderte unterschiedliche Bewertungen. Ein Wort umschreibt das ganz besonders eindringlich, nämlich: „*Verfallserscheinungen*“. Dekadenz ist eine Haltung, die Abkehr und Verweigerung gegenüber der Gesellschaft hervorhebt. Der dekadente Mensch provoziert, wendet sich gegen alles Normale. Heute lassen sich Anzeichen erkennen wie Dekadenz von Verschwörungstheoretikern (mit der Tendenz, die Demokratie als entartete Gesellschaft zu dämonisieren), Gruppierungen wie die *Gothic-Kultur* oder der österreichischen Kabarettistin *Lisa Eckhart* ins gesellschaftlich-politische Leben versucht wird zu integrieren.

Leben wir in einer Zeit, in der Selbstoptimierung und Dekadenz zu Bestandteilen unseres Lebens geworden sind? Ich stelle zur Diskussion einige Verhaltensweisen vor. Betont der Einzelne seinen Egoismus und seine Einzigartigkeit, fällt das Miteinander zurück. Beispiele:

- Heute ist zu beobachten, dass Menschen untereinander dazu neigen, die Gefühle des anderen schnell zu verletzen. Frage: Haben wir es mit einer Degeneration des Gefühlslebens zu tun?
- Wie gestalten wir unser Leben? Indem wir es nach Lust, Zerstreuung, Maßlosigkeit, Gier usw. ausrichten? Frage: Welche Zukunft haben wir unter diesen Bedingungen?
- Bietet diese geistige Verrohung eine Schwelle zu Neuem?
- Die Intoleranz gegenüber Andersdenkenden nimmt stetig zu. Sind wir noch in der Lage, zwischen Gut und Böse zu unterscheiden?
- Der Gemeinschaftssinn verkümmert mehr und mehr zu einem ausgeprägten Individualismus. Welche Art von Strahlkraft ist nötig, damit das Miteinander leben und gestalten die Oberhand gewinnt?
- Können Eliten und Reiche, die Verantwortung übernehmen, einen Beitrag zur gesellschaftlichen Entwicklung leisten?
- Wie retten wir uns vor uns selbst? Hilfe ist vom Himmel genauso wenig zu erwarten wie vom Staat, der nicht alle Probleme für uns lösen kann. Das kann nur heißen, dass wir gemeinsam lernen müssen, mit dem Verlust von Sicherheit, Freiheit, hierarchischem Denken oder der Übernahme von Verantwortung für die Gemeinschaft umzugehen. Anders: Öffnung statt Abschottung. Unsere Sprache gibt dazu genügend Hinweise. „Oben und Unten“, „Groß und Klein“, „Viel und Wenig“. Kurz: Sprache als Maß.

7. Vorläufige Abschlussbemerkung

⁵ **Dekadenz** (von lateinisch *cadere* „fallen“, „sinken“, französisch *décadence* „Niedergang“, „Verfall“, über mittellateinisch *decadentia*) ist ein ursprünglich geschichtsphilosophischer Begriff, mit dem Veränderungen in Gesellschaften und Kulturen als Verfall, Niedergang beziehungsweise Verkommenheit gedeutet und kritisiert wurden. Er wurde in der französischen Historiographie zuerst für den Niedergang Roms gezielt verwendet. Die Kritik am Dekadenten emanzipiert sich vom hergebrachten religiösen Moralisieren. In der Geschichtswissenschaft hat man inzwischen den Dekadenzbegriff zur Charakterisierung gesellschaftlicher Entwicklungsabschnitte fallen lassen.[1] Nur in der Dekadenzdichtung hat das Wort auch eine positive Bedeutung; im Sprachgebrauch überwiegt der abwertende Charakter.

Die Selbstoptimierung lebt vom Einüben von Einstellungen, Verhaltensweisen, Erwartungen und Wünschen. Angestrebt wird eine Veränderung hin zum Guten, zum Besseren. Sie stößt an ihre Grenzen, wenn eine Fokussierung auf das „Ich“ das Gemeinwohl schwächt. Der nach Außen gerichtete moderne Zeitgenosse sucht den Wettbewerb oder die Bestätigung durch Vergleiche mit anderen. Optimiert werden können wie bereits erwähnt, sämtliche Dimensionen des Selbst verknüpft mit der Hoffnung, dem Leben einen Sinn zu geben. Die zentrale Frage ist: Wie werde ich erfolgreich, wie erreiche ich Anerkennung und Wertschätzung oder wie schaffe ich es, aus meiner Angst Kräfte zu entwickeln, die mich selbstsicherer und einzigartiger machen? Ich werbe dafür, in Zeiten der Pandemie, am Ende des Jahres, darüber nachzudenken wie man als Einzelner oder Gruppe Beiträge zu einem gesunden Miteinander entwickeln kann. Selbstoptimierung ist per se keine negative Form der Selbstverbesserung und -entwicklung. Selbstoptimierung muss nicht zwangsläufig zu narzisstischen, egozentrischen Einzelkämpfertum und abnehmender Solidarität führen. Gefahren liegen in der Selbsttäuschung, in trügerischen Glücksversprechen, im Verneinen ethischer Werte. Prozesse der Selbstoptimierung sind sehr komplex. Die Bandbreite reicht wie geschildert von prekären Arbeitsverhältnissen, gesteigertem Leistungsdruck und verschärftem Wettbewerb auf der einen bis zum Ideal der persönlichen Autonomie auf der anderen Seite. Beachtet werden sollten dabei stets die Einhaltung geltender gesellschaftlicher Normen und Werte wie auch politische und wirtschaftliche Regulationssysteme. Es geht bei Selbstoptimierungsprozessen um den langwierigen Weg die innere Balance zu finden, die Freude an der persönlichen Entwicklung durch ein harmonisches Miteinander zu stärken. Gesundheit, Selbstbestimmung, Entspannung und persönliches Glück gehören zu den „inneren“ Ziele von Optimierungsprozessen. Ein positives Selbstverhältnis und Perfektionierung müssen mit Selbstverantwortung einher gehen. Als Verbesserungen empfunden werden nur Veränderungen, die vom Individuum positiv bewertet und erfahren werden.

Erich Grikscheit Praxis für Marketing und Motivation

Website: www.pfmm.de

E-Mail: info@pfmm.de

Telefon: 06039 45458

Skype: [e.grikscheit@pfmm.de](https://www.skype.com/people/e.grikscheit@pfmm.de)

Gerne stehe ich auch zu einem persönlichen Gespräch zur Verfügung.

Max-Planck-Straße 27

61184 Karben