

Das Event – ein Signum unserer Zeit

Ronald Hitzler

Erlebniswelt Event

Events lassen sich beschreiben als aus unserem zeitgenössischen Alltag herausgehobene, raum-zeitlich verdichtete, performativ-interaktive Ereignisse mit hoher Anziehungskraft für relativ viele Menschen. Diese Anziehungskraft resultiert wesentlich aus dem ‚Versprechen‘ eines hohen, an den vermuteten Interessen der Teilnehmenden orientierten, typischerweise verschiedene Kulturformen übergreifenden *erwünschten* Erlebens (Gebhardt/Hitzler/Pfadenhauer 1999; Betz/Hitzler/Pfadenhauer 2011). In der Regel werden Rahmenbedingungen von Events – zumindest auch – mit der Absicht produziert, die Teilnehmenden zu vergemeinschaften. Denn mit den in Folge von Modernisierungsprozessen wie Enttraditionalisierung, Pluralisierung, Individualisierung, Informatisierung, Optionalisierung, Kommerzialisierung, Urbanisierung, Globalisierung, Mediatisierung usw. vielfältig erfahrbaren und erwartbaren Irritationen von Lebensgewohnheiten geht in Gegenwartsgesellschaften auch ein gravierender Bedeutungsverlust überkommener Formen sozialer Kohäsion einher. Und vor dem damit angedeuteten Hintergrund kultureller Differenzierung und Diversifizierung stellt sich nun die Frage, ob bzw. inwiefern traditionelle Kohäsionsformen nicht nur ergänzt, sondern auch ersetzt werden. Als nachgerade exemplarische kulturelle Innovation im Hinblick auf Vergemeinschaftungsfunktionen erscheint nun eben das Event (Hitzler 2011).

Dass in der Gegenwartsgesellschaft immer mehr Menschen immer umfassender zu Bastlern ihrer individuellen kleinen Welten werden *müssen*, hat vor allem damit zu tun, dass das individualisierte Subjekt aus herkömmlichen Milieubindungen, aber auch aus Milieufürsorglichkeiten typischerweise freigesetzt und sozusagen ‚direkt‘ an die gesellschaftlichen Großstrukturen – insbesondere an ökonomische, politische, juristische Institutionen des Sozialstaates – angekoppelt ist (Beck/Beck-Gernsheim 1994).



Prof. Dr. Ronald Hitzler

Lehrstuhl für Allgemeine Soziologie, Technische Universität Dortmund

In der Theoriesprache des Konzepts reflexiver Modernisierung ausgedrückt (Beck/Giddens/Lash 1996) impliziert dieser Individualisierungseffekt, dass die Emanzipation des Einzelnen aus Abhängigkeit und Unmündigkeit zwischenzeitlich immer mehr nicht (vorher-)gesehene Konsequenzen zeitigt: Viele Zeitgenossen reagieren auf Selbstverantwortlichkeitszumutungen *nicht* mehr mit weiterem Freisetzungsbefehl, sondern typischer Weise eher mit einer pseudonostalgischen Sehnsucht nach *Sicherheit* und Gefühligkeit im Zusammenleben, wie sie aus dem ‚Vertrauen ins Unhinterfragte‘ erwächst. Und in Reaktion auf diese Sehnsucht kommt es nun augenscheinlich (immer wieder) zu Renaissance des Gedankens von – ‚kalter‘, nebenmenschlicher Gesellschaftlichkeit gegenüberstehender – ‚warmer‘, mitmenschlicher Gemeinschaftlichkeit (Gebhardt 1999).

Versucht man das Prinzip einer nicht *gegen* Individualisierung gerichteten, sondern einer aus Individualisierung heraus *erwachsenden* Form von Vergemeinschaftung zu identifizieren, dann wird ein neuer Modus sozialer Aggregation erkennbar: Das Individuum bindet sich auf der Basis *seiner* kontingenten Entscheidung für eine zeitweilige Mitgliedschaft freiwillig in ein von ihm *gewähltes* Gesellungsgebilde ein. Das heißt, erkennbar wird eine solche Art von Gemeinschaft, die dem Einzelnen maximal viele (Selbst-)Verwirklichungschancen bietet und zugleich minimale Verpflichtungen auferlegt. Diese neue Art von – strukturell labiler – Gemeinschaft bezeichnen wir als „post-traditional“: Hier sind Dinge wichtig, die man selber schätzt. Hier kennt man das ‚gültige‘ Repertoire an Zugehörigkeitscodes und an Zusammengehörigkeitssignalen. Und hier gilt das Repertoire, das man kennt oder das kennenzulernen einen zumindest nachdrücklich (genug) interessiert. Und folglich wähnt man sich hier mit (hinlänglich) Gleichgesinnten zusammen, die einem jene Geborgenheit zu vermitteln scheinen, in der man nicht nur, wie in Traditionsgemeinschaften „keine Geheimnisse voneinander haben zu müssen“ (Plessner 2001, S. 45), sondern in der man ‚ganz man selber‘ sein zu können glaubt.

Eine besonders ‚flüchtige‘ Form solcher Art von Gesellungsgebilden sind nun eben *situative Event-Vergemeinschaftungen*, sind also jene Spontan-Verschwesterungen und -Verbrüderungen in der Dynamik des zusammen Spaß-Habens und aus der damit einhergehenden kollektiven Erregung heraus. Diese Massengefühligkeit geht auffällig oft einher mit jenen aus dem Alltag herausgehobenen, raum-zeitlich verdichteten, interaktiven Performance-Ereignissen, die unterschiedlichste Erlebnisinhalte und Erlebnisformen zu einem nach ästhetischen Kriterien konstruierten Ganzen verschmelzen – oder zumindest vereinen. Man denke dabei etwa an „public viewings“ (Junge 2008; Strasser 2011) auf sogenannten Fanmeilen, wo um Liveübertragungen auf riesigen Bildschirmen herum Alkohol, Ess-Stände, Verkleidungen, allerlei sonstige Accessoires, Gesänge, Tänze, Devotionalienhandel und anderes mehr im Zusammenspiel jene Stimmung erzeugen und befördern, die die Sehnsucht der Vielen weckt nach immer neuen Wiederholungen eines solchen Spektakels. Und strukturell ähnliches ließe sich eben bei vielerlei Events konstatieren.

Events sollen also möglichst viele Sinne ansprechen, die Wirklichkeit sinnlich fassbar und körperlich spürbar werden lassen und so zur Vergewisserung einer (metaphorisch formuliert) ‚kollektiven Existenz‘ beitragen. Als symptomatisch für das Event-Erleben erscheint denn auch eine emotionale und mentale Involviertheit in das *interaktive* Gesamtgeschehen angesichts einer wie auch immer gearteten ‚Aufführung‘, wie sie zwischenzeitlich sozusagen überall und jederzeit stattfinden kann.

Dass freizeitkulturelle Angebote aller Art erlebenswerte Ereignisse darstellen bzw. zumindest beinhalten müssen, wenn sie sich auf dem Markt der heutigen Unterhal-

tungskonsum-Möglichkeiten behaupten sollen, das ist ja nun eine sozialwissenschaftlich eher triviale Einsicht. Dass erlebenswerte Ereignisse und insbesondere *Verheißungen* erlebenswerter Ereignisse zweckdienliche Vehikel zur (besseren) Vermarktung von Gütern und Dienstleistungen ebenso wie von religiösen und politischen Heilsversprechen sind, ist ebenfalls eine Binsenweisheit. Weniger trivial ist vielleicht die Diagnose und Prognose, dass das Event-Prinzip das Leben in der Gegenwartsgesellschaft schlechthin wesentlich prägt und künftig erwartbar noch stärker prägen wird. Denn gelingender Weise bieten Events den Teilnehmern typischerweise außergewöhnliche Chancen, sich sozusagen wie in einem Kollektiv-Vehikel aus Lebens-Routinen heraus-transportieren zu lassen und zeitweilig an symbolisch vermittelten, mehrkanaligen Sinnenfreuden zu partizipieren.

Zu konstatieren ist also eine gesellschaftliche Entwicklung, bei der immer mehr Bereiche unseres gesellschaftlichen Miteinanders mit einer bestimmten Art kultureller Erlebnisangebote durchzogen und dergestalt sozusagen ‚verspaßt‘ werden. Dabei werden zum einen überkommene Formen kultureller Veranstaltungen (wie z.B. Nachbarschaftsgeselligkeiten, Jubiläen aller Art, Geburtstags- und Hochzeitsfeiern, Gottesdienste, wissenschaftliche Vorträge, musikalische Darbietungen, politische Kundgebungen, Sportwettkämpfe und vieles andere mehr) mit neuen oder aus anderen Zusammenhängen übernommenen, erlebnissteigernden Unterhaltungselementen und Konsumangeboten angereichert. Zum anderen vervielfältigen sich solche ‚künstlichen‘ Ereignisse, die bereits von vornherein als „Events“ konzipiert sind – also alles Erdenkliche, so ungefähr von den Bayreuther Wagnerfestspielen bis zum Wacken Open Air, vom Club Mediteranée-Urlaub bis zum Thai-Break der Techno-Liebhaber, von der Kaffeefahrt für Rentner bis zum WSOP Mainevent, vom Public Viewing bis zum Sportkletterer-Meeting, von der Erlebnismesse bis zur Vorlesung in der Fußgängerzone, vom Euro-Disneyland bis zum Spaßbad in Klein-Kleckersdorf, von der Tupperware-Verkaufsparty bis zur Prominentengala, von der Fete im Museum bis zur Menschen-Lichterkette usw.

Dieser Trend zum Event bzw. zur Eventisierung gründet auf der von Georg Franck (1998) verschlagworteten „Ökonomie der Aufmerksamkeit“, in der die erwünschte Erregung von Aufmerksamkeit (mehr als die Erregung von erwünschter Aufmerksamkeit) seit geraumer Zeit von einer sozial diskriminierten Verhaltensauffälligkeit extrovertierter Sonderlinge zu einem ressourcenträchtigen Inszenierungserfolgsmodell für ‚Jedermann‘ transformiert wird. Die lustvolle *Teilhabe* an etwas, das, wie eben exemplarisch das Event, darauf angelegt ist, Aufmerksamkeit zu erregen, stellt dementsprechend auch ‚Jedermann‘ in Aussicht, die begehrte Aufmerksamkeit auf *sich* zu lenken – wenn schon nicht individuell, dann wenigstens als Teil eines aufmerksamkeitserregenden Kollektivs. Das Phänomen des Events verweist also auf jene von Gerhard Schulze (1993, S. 20) so genannte „Erlebnisrationalität“. Und in der ‚Logik‘ dieser Erlebnisrationalität formuliert, verstärkt der Erfolg des jeweils einen Events allerdings den Konkurrenzdruck auf andere, mit wenigstens ebenso vielen, besser: mit noch mehr Sinnes- und sonstigen Anreizen ausgestattet und ‚aufgeladen‘ zu werden. Infolgedessen steigt generell das Niveau der Aufladungserwartungen, während der durch Aufladung erzielte Aufmerksamkeitsgewinn des einzelnen Events abnimmt. In Reaktion darauf müssen immer neue Aufladungskonzepte erfunden oder übernommen und appliziert werden; und so weiter. Kurz: Eventisierung hat alle Merkmale einer sich drehenden Überbietungsspirale.

Diese im Grund einfache Regel der Aufmerksamkeitsökonomie, wonach z.B. jede eingeworbene Aufmerksamkeit typischer Weise wiederum die Nachfrage nach dieser

Art von Aufmerksamkeitserregung erhöht, lässt sich grundsätzlich in allen gesellschaftlichen Teilbereichen erkennen. Systematisch untersucht haben wir das Phänomen „Eventisierung“ bislang insbesondere in Einzelfallstudien zum *Weltjugendtag* 2005 in Köln (Forschungskonsortium WJT 2007), zur *Kulturhauptstadt Europas Ruhr* 2010 (Hitzler/Betz/Möll/Niederbacher 2012) und zur *Loveparade* mit ihrem düsteren Ende in Duisburg (Hitzler/Kirchner/Betz 2011; Hitzler 2014).

Glaubensevent

Die Weltjugendtage der Katholischen Kirche stehen nachgerade beispielhaft für das, was wir mit „Eventisierung“ meinen. Sie sozusagen ‚eventtechnisch‘ zu sehen, entspricht übrigens durchaus der Sprachregelung des Veranstalters, d.h. der Katholischen Kirche, selber, nach der die nunmehr seit 30 Jahren rund um den Globus ausgerichteten Weltjugendtage in den entsprechenden Verlautbarungen eben als „Event“ – wenn auch immer wieder mit der Qualifizierung „mehr als ein Event“ – etikettiert werden. Mit dieser zielgruppenspezifischen, zunehmend medialisierten und mithin zumindest für den klerikalen Kontext durchaus innovative Veranstaltungsformen erregt die katholische Kirche jedenfalls *positiv* konnotierte Aufmerksamkeit (wovon ja durchaus nicht immer die Rede sein kann). Auffällig ist dabei, dass bei den Weltjugendtagen Elemente modernistischer Eventformen, wie sie etwa für jugendkulturelle Szene-Events typisch sind, mit Elementen traditionalistischer Feierformen, z.B. der liturgischen Feier, verbunden bzw. verschränkt werden. Aus dieser Verbindung geht nun nicht einfach eine Mischform, sondern eine *eigenständige* Veranstaltungsform hervor: das von uns so genannte postmodernistische Hybrid-Event einer erlebnisorientierten, religionsaffinen Moralgemeinschaft.

Augenfällig ist nun eben die Kombination von traditionellen Elementen kirchlicher Liturgie und Seelsorge mit eklektischen Anleihen bei Jugendszenen, Unterhaltungsindustrie und sonstigen erlebniszentrierten Bestandteilen zeitgenössischer Freizeit- und Spaßkultur: Das kanonische Glaubensfest *erneuert sich* sozusagen im Gewand der Megaparty, und die innovative Megaparty *bezieht ihre Besonderung*, ihr Alleinstellungsmerkmal daraus, dass sie eben das Glaubensfest transformiert. Die Weltjugendtage sind beides zugleich – und obendrein eben auch noch Marketing-Event, Medien-Event und Papst-Event (also ein Prominenz-Spektakel).

Diese ‚kulturhybride‘ Dimension der Veranstaltung zeigt sich bereits in den *Programmen* der Weltjugendtage, die eben auf Elementen von profanem Fest und religiöser Feier bzw., wie es Michael N. Ebertz (2000, S. 354) formuliert, auf der Gleichzeitigkeit von „traditionaler Volksmission, Wallfahrt, Happening und Spektakel“ basieren. Den *ausdrücklichen* Intentionen der veranstaltenden Kirche nach liegt ihr thematischer Fokus allerdings in der gemeinsamen Gottesverehrung. D.h., mit der Mischung typisch profaner und typisch religiöser Bestandteile wird die situative Herstellung von kirchen-religiöser Vergemeinschaftung verfolgt, die verbunden ist mit der Hoffnung, dass diese *situative* Gemeinschaft – vermittelt durch Prozesse der Medienkommunikation – sich im kirchlichen Alltag als nachhaltig erweist.

Dergestalt also bedient sich mit den Weltjugendtagen (auch) die Katholische Kirche der Veranstaltungsform „Event“ – sozusagen als innovative ‚Antwort‘ auf die immer weiter und schneller um sich greifenden pluralistischen Bedingungen, unter denen, so Peter L. Berger (1973, S. 132), „Religionen, die früher herrschten, heute ‚verkauft‘ werden müssen, und zwar an einen Kundenkreis, der zu ‚kaufen‘ nicht genötigt

ist“. Die religiösen Institutionen seien folglich zu ‚Werbeagenturen‘, und die Religion selbst sei zum ‚Gebrauchsgut‘ geworden. Die ehemaligen Monopolisten müssten seither so umorganisiert werden, dass sie im Wettbewerb mit anderen Sinnanbietern um Konsumenten werben können. Denn da man dieser Kundschaft nicht mehr die eine (und ‚wahre‘) Religion *befehlen* kann, und da diese Kundschaft auch nicht unter Kaufzwang steht, muss das jeweilige Glaubensangebot eben attraktiv verpackt und zeitgemäß ‚vermarktet‘ werden. Geleitet sozusagen von ‚kluger‘ institutioneller Anpassungsfähigkeit wandelt sich das ‚Kirchliche‘ hier dementsprechend vom Hüter kanonischer Wahrheit zu einem innovationsgetriebenen Anbieter psychischer ebenso wie physischer Entspannungsprodukte und Wohlfühlaktionen.

Urbanes Event

Die immer wieder augenscheinliche ‚Logik‘ der Aufmerksamkeitsökonomie gilt keineswegs nur für im Wettbewerb mit anderen Sinnanbietern stehende Kirchen, sondern – so der Grazer Zeitdiagnostiker Manfred Prisching (2011, S. 86) –, selbstverständlich „auch für Kommunen und Regionen, die für ihre Präsenz in den gesellschaftlichen Kommunikationsarenen nicht zuletzt deshalb sorgen müssen, weil sich der Konkurrenzdruck zwischen ihnen ... wesentlich gesteigert hat. [Auch Städte müssen sich zeigen, profilieren und inszenieren, denn – R.H.] eine Stadt, die – insbesondere von begehrten Investoren und Arbeitskräften – nicht wahrgenommen und wertgeschätzt wird, gerät an die Peripherie des Geschehens. ... Auch eine Stadt kann deshalb nicht mehr einfach in der Landschaft herumstehen, sie muss zu einem ‚Geschehen‘ werden“.

Historische Beispiele urbaner Eventisierungen sind z.B. Karnevalsumzüge, Theater- und Opern-Festspiele, Olympiaden und natürlich Weltausstellungen. Aber das waren im wesentlichen doch Events *in* Städten (mit oder ohne besonderes ‚Flair‘), während gegenwärtig die Städte *selber* sich transformieren von mehr oder weniger gestalteten Lebensräumen zu inszenierten, theatraalisierten, festivalisierten Dauer-Ereignissen bzw. zu Gesamtbühnen tendenziell ‚endloser‘ Ereignisketten. Dass Städte sich nachgerade unentwegt als Attraktionen für Touristen ‚aufhübschen‘, ist inzwischen zum urbanen Alltag geworden. Deutlich weniger alltäglich hingegen ist (bislang jedenfalls) die Konzeption eines Mega-Events wie das einer Kulturhauptstadt.

Zum Mega-Event wird ein Event wegen seiner Dauer, wegen seiner Ausdehnung, wegen der Komplexität der Konstellation(en) der darin involvierten potenziellen ‚Profiteure‘ im engeren und weiteren Sinne und vor allem wegen der Rahmen-Erzählung, die die vielfältigen Aktivitäten als etwas Zusammengehöriges überhaupt erst konstituiert. Das Mega-Event unterscheidet sich vom ‚normalen‘ Event also nicht einfach durch seine Größe und auch nicht nur dadurch, dass es weder mehr seriös plan- und organisierbar, noch einigermaßen ‚geordnet‘ durchführbar ist, sondern auch und gerade dadurch, dass es qua einer entsprechenden Narration überhaupt erst als *ein* Ereignis erzeugt wird.

Dementsprechend meint „Kultur“ in der Programmatik einer Kulturhauptstadt, Manfred Prisching (2011, S. 89) zufolge, auch „nicht das, was man herkömmlich darunter verstanden hat. Sie hat mehr mit dem Lifestyle als mit dem Museum zu tun. Sie ist ein Euphemismus für den Konkurrenzkampf, in dem Städte ihre allgemeine und insbesondere ihre wirtschaftliche Attraktivität steigern wollen (...). (Die Kulturhauptstadt (ist) demzufolge eine ‚strategische Waffe‘ im kulturell-ökonomischen Wettrüsten.“ Im April 2006 ist eines dieser „Wettrüsten“ beendet worden: Die Stadt Essen hat sich

darin gegen 17 nationale Mitbewerberinnen durchsetzen können, und der Europäische Rat hat der *Kulturhauptstadt Europas Ruhr 2010* offiziell zugestimmt. Das damit etikettierte Mega-Event-Projekt knüpfte inhaltlich und organisatorisch an die *Internationale Bauausstellung Emscher Park* (IBA) der Jahre 1989 bis 1999 an und führte einen seinerzeit unter dem Etikett „Industriekultur“ initiierten, fundamentalen Transformationsprozess fort; einen Transformationsprozess sozusagen von Kohle, Stahl und Bier zu Hightech, Entertainment und Lifestyle.

Analytisch gesehen erweist sich das Mega-Event als Miteinander, Gegeneinander, Ineinander und Durcheinander von gewollten *und* ungewollten, von bedachten *und* unbedachten, von erstrebten *und* widerfahrenen Effekten des Tuns und Lassens und nicht zuletzt des Darüber-Redens und -Schreibens gestaltungsinteressierter Akteure – hier vor allem der am Ereignis beteiligten Kommunen, der Kulturinstitutionen und der *freien* Kultureinrichtungen, der Kunstschaffenden und der Sponsoren und Förderer der *Kulturhauptstadt Europas Ruhr 2010*. Mit Blick auf die Funktion des Events ist zu unterscheiden zwischen einem außenorientierten Stadtmarketing mit dem Ziel, Touristen und potentielle Investoren auf die Stadt bzw. Region aufmerksam zu machen, *einerseits*, und einer binnenorientierten Stadtentwicklung, deren Adressaten die ansässigen Bürger und Unternehmen sind, die unter Rückgriff auf Tradition, Identifikation und Integration mobilisiert werden sollen, *andererseits*. Oder anders ausgedrückt: Das urbane Event soll nicht nur „Fremde“ anlocken, sondern auch „Einheimische“ zum Da-Bleiben und Dabei-Sein verführen.

Juveniles Event

An vielerlei Entwicklungen lässt sich zeigen, dass Juvenilität als prinzipielle Lebensform zur kulturellen Alternative *gegenüber* der Lebensform des Erwachsenseins wird. Juvenile Menschen schaffen sich – insbesondere im Rahmen von uns so genannter „Jugendszenen“ – kollektive Erlebniswelten. Eine dieser Szenen hat sich seit den 1980er Jahren um eine Musikrichtung herum entwickelt, die wir grob vereinfachend als „Techno“ etikettieren. Die wesentliche Eventform der Techno-Szene ist der sogenannte Rave. Bei diesem handelt es sich um eine Art von Veranstaltung, die in, an oder auf ‚locations‘ (z.B. Großhallen bzw. Hallenkomplexen oder auch Open Air-Geländen) stattfindet, welche so groß sind, dass etliche hundert bis zigtausende Liebhaber von Techno-Musik zusammenkommen, sich tanzvergnüglich austoben und dabei ihren Spaß haben können. Die Art von Raves, die das Bild von Techno in der *öffentlichen* Wahrnehmung am nachhaltigsten geprägt haben, aber sind die Straßenumzüge mit Techno-Musik. Und hierfür wiederum hat die Loveparade weltweit die ‚Matrix‘ geliefert.

Dieses von 1989 bis 2010 insgesamt 19 Mal stattgehabte globale Main-Event der Techno-Szene war Ausdruck jener spezifischen, genuin reflektionsaversen, neotribalistischen Eventkultur. Dass die dabei zusammengeströmte, ausgelassene, von allem möglichen und vor allem auch von sich selber berauschte Riesenmenge nicht wirklich zu bändigen, geschweige denn in eine ‚Verkehrsordnung‘ zu bringen ist, ließ sich über die Jahre hinweg zumindest dann kaum ignorieren, wenn man beobachtend ‚mitten drin‘ war.

Nach dem Wechsel des veranstaltenden Unternehmens wurde im großzeiträumlichen Kontext der „Kulturhauptstadt Europas 2010“ das Techno-Spektakel von Berlin ins Ruhrgebiet verlegt. Nach erfolgreichen Paraden 2007 in Essen und 2008 in Dort-

mund kam 2009 aus Bochum eine überraschende Absage des Umzugs. Auch die Vorbereitungen für die im Kulturhauptstadtjahr geplante Loveparade in Duisburg stießen zunächst auf erhebliche Schwierigkeiten. Aber nach politischen Interventionen von verschiedenen Seiten und Unterstützungszusagen des Landes NRW und einer Bahn-Immobilientochter war dann schließlich nicht nur die Finanzierung hinlänglich gesichert, sondern mit dem Areal eines ausrangierten Güterbahnhofs stand auch ein Festgelände bereit.

Aufgrund der gegebenen urbanen Raumstrukturen führte das Zusammenwirken einer ganzen Reihe von Faktoren dort dann zur Katastrophe des 24. Juli 2010: In der Situation kaum wahrgenommen von den zwei-, dreihunderttausend euphorisch feiernden Ravern gerieten ab etwa 16.30 Uhr in dem als Zu- und als Abflussweg genutzten Tunnel einige tausend ausweglos eingekeilte Menschen in eine ganz andere als die feierlaunige Art von kollektiver Erregung: Sie gerieten in einen „Menschenkessel“. Und in Folge ihrer Ausweglosigkeit aus einer eingekeilten und sich erdrückenden Menschenmenge gerieten sie in Panik. Diese Panik schaukelte sich quasi übergangslos, jedenfalls: in kürzester Zeit zur unkontrollierbaren Massenpanik auf. Eine solche Massenpanik bewirkt, dass jede Rücksichtnahme auf andere, dass also so gut wie jede Form von kultureller Verhaltensnormierung dem schieren Selbsterhaltungstrieb weicht und dass dergestalt sämtliche Gebote und Verbote des körperlichen Umgangs miteinander zusammenbrechen. 21 Menschen kamen so zu Tode, 511 wurden, zum Teil schwer, verletzt und viele andere wurden traumatisiert bzw. deklarieren sich selber auch heute noch als traumatisiert.

Die infolge dieser Katastrophe so grauenhaft zu einem vorzeitigen Ende gekommene „Geschichte“ der Loveparade im Ruhrgebiet war die Geschichte der allmählichen Herauslösung eines Kult-Ereignisses aus immer mehr seiner ursprünglichen „idealistischen“ Implikationen und Konnotationen und seiner Überleitung und Wiederverortung in einem komplexen Rahmen „materialistischer“ unternehmerischer und stadtpolitischer Kalküle. Diese – entgegen allen bekannten Einreden und Kritiken – mir nach wie vor als alternativlos erscheinende Transformation dürfte sich auch – über das vermutlich endgültige „Aus“ dieses Events hinaus – als irreversibel erweisen.

Event-Dynamik

Als wesentlich bedeutsamer als das Ende dieses *einen* spezifischen Massenspektakels aber erscheint mir, dass wir uns hier keineswegs zum ersten Mal mit der Schattenseite nicht nur von jugendkulturellen Events, sondern des Prinzips „Event“ schlechthin konfrontiert sehen. Dass es bei Events, gleich welcher Art, immer wieder zu Katastrophen – auch zu Katastrophen eines Ausmaßes wie bei der Loveparade in Duisburg – kommt, wird vermutlich kaum andere Konsequenzen haben, als dass allenthalben etwelche Sicherheitsauflagen verschärft wurden und werden. An der nachgerade omnipräsenten Eventisierung unserer Gegenwartsgesellschaft hingegen wird sich, ja ‚kann‘ sich nichts ändern, denn selbst bei und nach Katastrophen wirkt die bereits genannte „Erlebnisrationalität“: Auch Katastrophen werden, das hat insbesondere das *mediale* Trajekt der Katastrophe von Duisburg (wieder einmal) exemplarisch gezeigt, so inszeniert und rezipiert, als ob sie selber Events – qua entsprechender Bebilderung, Untermalung und Kommentierung eben *düster konnotierte* Events – wären.

Dementsprechend deutet nichts darauf hin, dass sich am Eventisierungsprinzip (in) unserer Gegenwartsgesellschaft etwas ändern könnte: Eventisierung ist, wie eingangs

notiert, längst ein kaum revidierbar verselbstverständlichtes Element des heutigen Lebens: Events nehmen ständig zu – an Zahl, an Bedeutung und an Größe. Neue Veranstaltungsideen ebenso wie traditionelle und ‚klassisch bürgerliche‘ Feste und Feier unterliegen einer akzelerierenden Eventisierung. Immer mehr Events werden zu allen möglichen Zeiten an allen möglichen Orten durchgeführt. Und immer mehr Menschen gehen da hin, wo sie vermuten bzw. darauf hoffen können, es sei oder gehe etwas los, woran mit vielen anderen zusammen teil zu haben ihnen Spaß machen könnte. Denn Events evozieren in unserem unter dem Vorzeichen des verlorenen Standpunkts zu bewältigenden Leben zumindest noch kurzzeitig intensive Gefühlswallungen – nicht zum wenigsten solche der Gemeinsamkeits- und Gemeinschaftsseligkeit.

Literatur

- Beck, Ulrich/Beck-Gernsheim, Elisabeth (Hrsg.) (1994): *Risikante Freiheiten*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp
- Beck, Ulrich/Giddens, Anthony/Lash, Scott (1996): *Reflexive Modernisierung*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp
- Berger, Peter L. (1973): *Zur Dialektik von Religion und Gesellschaft*. Frankfurt a.M.: Fischer
- Betz, Gregor/Hitzler, Ronald/Pfadenhauer, Michaela (Hrsg.) (2011): *Urbane Events*. Wiesbaden: VS
- Ebertz, Michael N. (2000): Transzendenz im Augenblick. In: Gebhardt, Winfried/Hitzler, Ronald/Pfadenhauer, Michaela (Hrsg.): *Events*. Opladen: Leske + Budrich, S. 345-364
- Forschungskonsortium WJT (2007): *Megaparty Glaubensfest*. Wiesbaden: VS
- Franck, Georg (1998): *Ökonomie der Aufmerksamkeit*. München: Hanser
- Gebhardt, Winfried (1999): „Warme Gemeinschaft“ und „Kalte Gesellschaft“. In: Meuter, Günter/Otten, Henrike R. (Hrsg.): *Der Aufstand gegen den Bürger*. Würzburg: Königshausen + Neumann
- Gebhardt, Winfried (2008): Gemeinschaften ohne Gemeinschaft. In: Hitzler, Ronald/Honer, Anne/Pfadenhauer, Michaela (Hrsg.): *Posttraditionale Gemeinschaften*. Wiesbaden: VS, S. 202-213
- Gebhardt, Winfried/Hitzler, Ronald/Pfadenhauer, Michaela (Hrsg.) (2000): *Events*. Opladen: Leske + Budrich
- Hitzler, Ronald (2011): *Eventisierung*. Wiesbaden: VS
- Hitzler, Ronald (2014): Das Duisburg-Syndrom. In: Löw, Martina (Hrsg.): *Vielfalt und Zusammenhalt*. Verhandlungen des 36. Kongress der DGS in Bochum und Dortmund. Frankfurt a.M., New York: Campus, S. 815-827
- Hitzler, Ronald/Betz, Gregor/Möll, Gerd/ Niederbacher, Arne (2012): *Mega-Event-Macher. Zum Management multipler Divergenzen am Beispiel der Kulturhauptstadt Europas RUHR 2010*. Wiesbaden: VS
- Hitzler, Ronald, Babette Kirchner und Gregor Betz (2011): Das Beispiel Loveparade. In: Betz, Gregor/Hitzler, Ronald/Pfadenhauer, Michaela (Hrsg.): *Urbane Events*. Wiesbaden: VS: 261-278
- Junge, Matthias (2008): Die kollektive Erregung des public viewing. In: Hitzler, Ronald/Honer, Anne/Pfadenhauer, Michaela (Hrsg.): *Posttraditionale Gemeinschaften*. Wiesbaden: VS, S. 189-201
- Plessner, Helmuth (2001): *Grenzen der Gemeinschaft*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp
- Prisching, Manfred (2011): Die Kulturhauptstadt als Groß-Event. In: Betz, Gregor/Hitzler, Ronald/Pfadenhauer, Michaela (Hrsg.): *Urbane Events*. Wiesbaden: VS, S. 85-102
- Schulze, Gerhard (1993): Vom Versorgungs- zum Erlebniskonsum. In: *GDI-impuls*, H. 3, S. 15-29
- Strasser, Hermann (2011): Das Aus der Fans oder die neue Kirche? In: Betz, Gregor/Hitzler, Ronald/Pfadenhauer, Michaela (Hrsg.): *Urbane Events*. Wiesbaden: VS, S. 201-21