

Zeitschrift: Sprachspiegel : Zweimonatsschrift
Herausgeber: Schweizerischer Verein für die deutsche Sprache
Band: 58 (2002)
Heft: 3

Artikel: "Event" und "Kult" - Leitfossilien der Spassgesellschaft
Autor: Bebermeyer, Renate
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-421807>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 18.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

«Event» und «Kult» – Leitfossilien der Spassgesellschaft

Von Renate Bebermeyer

Der Zeitgeist hat die Spassgesellschaft ausgerufen. «Angesagt» sind Fun, Highlights, Kicks und vor allem Events: «Von Event zu Event – das ist das pralle Leben»; Event-Hopping als Lebensmaxime?

Events sind Gerippe und Rückgrat der spassorientierten Erlebnisgesellschaft. Sie strukturieren die frei verfügbare Zeit, die das «wirkliche Leben» ausmacht... «In der Freizeit bin ich der, der ich wirklich bin.»

«Events» heissen im Angloamerikanischen Ereignisse jedweder Art; hierzu-lande sind es die «einmaligen» Gegeben- und Begebenheiten. Und die Medien sind es, die ein Geschehen, eine Veranstaltung als Event ausrufen, zum Event ernennen. Weil das spassgesellschaftliche Leben offenbar nach «Events» giert, bekommt fast alles Eventcharakter: Die Opernfestspiele in...; die drei Tenöre in...; die Inszenierung des Stücks X im Stadttheater Y; die Saisonöffnung des Freibads in...; selbst das Kinderfest am Waldrand und das «alljährliche Strassenfest in ..., das zum Event wurde» («weil es sogar Hummer gab»). Und für die Daheimgebliebenen gibt es das Event zum Nachlesen: da war der Geburtstag der Queen Mum – «das Jahrhundert-Event»; die Adelshochzeit in..., das Event des Jahres; das «Eröffnungsevent» in Bayreuth.

«Der Event-Tourismus boomt», war zu lesen, und einer Umfrage zufolge ist «jeder 5. ein Event-Tourist». Die Einmaligkeit kann es nicht sein, die ein Geschehen zum Event macht, denn viele Events sind, für jeden deutlich, wiederholbar. Was wirklich zählt, ist wohl der Massenzustrom («da ist was los»; «da ist man mittendrin») und die Emotionen, zu denen man sich bekennen kann: «so richtig gefühlsmässig eintauchen»; «fühlen und spüren, was alle fühlen»; «ein Event zum Loslassen und Abtauchen».

Im Event umschlingen sich Millionen – oder vielleicht ein bisschen weniger. Das intensive Erleben muss jedoch auch erzählbar sein. Ganz lifestylich ist gegenwärtig weniger das Vorzeigbare, etwa das grosse Auto oder die Desigermöbel, sondern der besondere Event/Erlebnis-Bericht. Es ist wichtiger, von einer «voll-exklusiven» Modenschau berichten zu können, bei der man «sagenhafte Gags» erlebt hat, als die entsprechende Kleidung zu tragen.

«Event-Kultur» ist nicht nur Massenkultur, sie führt auch zu massenhaftem Angebot. Wie kann man dabei noch die Übersicht behalten? Ansätze, eine Rangierung einzuführen und von «Big Events», «Maxi-Events» und «Mega-Events» zu reden, sind ein möglicher Ausweg. Aber «die Zahl der Big Events wächst». Da ist es nicht erstaunlich, dass der ganz banale Alltag schliesslich zum Besonderen wird, zum Event eben. Die lebensechte Story etwa vom Riesenstau, in den man geraten ist, und von den fliegenden Würstchenverkäufern, die sich sogleich eingefunden haben. Zu schlechter Letzt fährt die Flucht aus der inszenierten Event-Welt in die inszenierte Alltags-Welt: «Big Brother», dessen Einschaltquoten zeigen, wie der – scheinbare – Alltag der andern vorübergehend zum Event werden kann.

Ein wenig anders verhält es sich mit dem «Kult». Das Wort klingt an «Kultur» an und scheint Bleibendes, Qualitätsvolles zu signalisieren. «Das ist Kult» – diese Kurzstil-Floskel sagt, was Sache ist. Anders als beim Event können auch Personen Kult sein: «Zlatko ist Kult», «die Frau mit dem Maschendraht-Song ist Kult».

Die Events haben dann innerhalb eines Kults Platz. Generell gilt: «Formel-1 ist Kult»; die vielen Formel-1-Rennen im Jahresverlauf sind dann sozusagen die «Events» innerhalb des Kults. «James Bond ist Kult», damit wird jeder neue Bondfilm zum «Kult-Event».

Praktisch alles ist zum Kultstatus geeignet: «Die beliebtesten Kultorte für die Mitternachtsspektakel», «Kultobjekt Barbie», «Pralinen und Zuckerbackwerk – das ist es, was den Namen Kranzler zum Kultbegriff werden liess», «die Wiederentdeckung der Langsamkeit hat Kultpotential»; «Camping mit garantierter Bierseligkeit ist für viele Kult geworden».

Was Kult ist, ist «kultig». «Kult» ist also flexibler als «Event»: Das entsprechende Adjektiv für «Event» fehlt noch. «Edgar-Wallace-Filme» sind einfach kultig»; «Mac Donald ist jugendkultig».

Kult scheint zum einen der «ideelle» Überbau des festivalisierten Lebens, Glorifizierung des Lifestyles zu sein, zum andern eine Art säkularisierter Heiligenverehrung. Kult macht den eigenen Frust vergessen und nährt auch Hoffnungen auf eigene (Fernseh-)Berühmtheit; Kultstatus erscheint erreichbarer als ein Lottogewinn: «Zlatko, der es zum Deppen mit Kultstatus gebracht hat.»

Und wenn es «bereits Kult ist», zu zeigen, «dass Stars Menschen sind wie du und ich» oder sogar «Menschen von gestern», ist dann nicht der ganz normale Alltagsmensch bereits auf dem Weg zur Kultfigur?