

Auszug aus **FORVM** bei **Context XXI**

(http://contextxxi.org/die-sparmeisterschaft-von.html)

erstellt am: 13. Juni 2024

Datum dieses Beitrags: Januar 1973

Die Sparmeisterschaft von Österreich

16.12.72, ORF, FS 1, 20.15 Uhr

■ MICHAEL SPRINGER

Michael Springer
 Institut für Vergangenheit
 Sol III, Terra/Eur, Dep. Austria
 Sehr geehrte Herren,

ich bestätige den Eingang des archäologischen Materials und Ihres Begleitschreibens. Es handelt sich um einen Fund von größter Bedeutung für die Geschichtsforschung. Der Inhalt der Metallkapsel, die Sie bei den Bauarbeiten für einen Sojabohnensilo im Bereich der historischen Argentinierstraße zutage förderten, konnte als Video-Tape identifiziert werden. Es ist bespielt mit einer TV-Sendung, deren Minkowski-Koordinaten wir lokalisieren konnten: Die Sendung wurde in Alt-Wien vom Monopol-Funk ORF produziert und am 16.12.1972 über ganz Alt-Österreich ausgestrahlt. Die Sendezeit (Samstag abends, Erstes Fernsehprogramm) unterstreicht die Bedeutung, die der Veranstaltung von den damaligen Machthabern beigemessen wurde.

Die Entdeckung dieses Materials ist deshalb von eminenter Bedeutung, da es in die Zeit kurz vor der Zweiten Großen Weltwirtschaftskrise von 1978 fällt. Bisher tappten wir bezüglich ihrer Vorgeschichte im dunkeln, da im Lauf der Krise und der Revolution alles Material, das den Revolutionären unerheblich schien, verheizt wurde (erinnern wir uns an den strengen Winter 1979/80!).

Es war den Historikern immer ein Rätsel, wieso die westlichen Industrienationen der Entstehung der Zweiten Krise mit demselben abergläubischen Stauen zusahen wie der Ersten Krise von

1929, ohne die einzig möglichen Maßnahmen zu treffen (abgesehen von der Entfesselung eines dritten Weltkrieges), nämlich Vergesellschaftung der Produktionsmittel und staatliche Planung. Der von Ihnen beigebrachte Fund bringt einiges Licht in das Dunkel: Aus ihm geht hervor, daß — so unglaublich es klingt — der Versuch unternommen wurde, der drohenden Krise nicht durch ökonomische Pläne, sondern durch **moralische Appelle** an die Bevölkerung Herr zu werden!

Wie wir vermuten, ließen jene Regierungen, die sich zur „sozialen Marktwirtschaft“, d.h. zur ökonomischen Planlosigkeit bekannten, öffentlich Wissenschaftler auftreten, die in gelehrten Worten die Inflation in ein notwendiges und ein unnötiges Übel unterteilten; als notwendiges Übel wurden alle eigentlichen Ursachen der Inflation betrachtet, die auf der Produktionsseite und in den Besitzverhältnissen zu suchen gewesen wären; hingegen nannte man das Konsumverhalten der Bevölkerung, welche durch „Panikkäufe“ die Inflation weiter anheizte, ein unnötiges Übel. Diesem Übel versuchte man nun durch die alten Methoden der psychischen Konditionierung entgegenzuwirken: Die Massenmedien wurden eingesetzt, um mit denselben Werbemethoden, die vordem die Kauflust der Bevölkerung aufs äußerste angestachelt hatten, nun das Gegenteil zu erreichen. So wie es bis vor kurzem als modern gegolten hatte, das Geld für den neuesten Verschleißplunder zum Fenster hinauszuerwerfen — so mußte es nun als schick gelten, an allen Enden zu sparen und ein ganz hintertriebenes „Preisbewußtsein“ zu en-

twickeln.

Diese Umfunktionierung der Werbung konnte keinen Erfolg haben, allein schon deshalb, weil neben der neuen Werbung für „Besonnenheit beim Kauf“ natürlich die übliche Werbung für „Kauf mich um jeden Preis“ mit aller Kraft weiterlief. Aus diesem Gegeneinander der Interessen der **gesamten** Unternehmerschaft an Bremsung des Geldumlaufs und des **einzelnen** Unternehmers, mit seinem Produkt auf dem Markt seinen Profit zu realisieren, mußte jenes Kuddelmuddel resultieren, daß im großen Krach von 1978 ein erfreuliches Ende fand.

Immer wieder erstaunen uns die Ausgrabungen aus den finsternen Zeiten der Vorgeschichte durch das darin zutage tretende **magische Verhältnis** der Menschen zu ihrer Wirtschaft. Gegenständliches Video-Tape stellt darüber hinaus wohl nur einen der ersten tastenden Versuche zur „moralischen Inflationsbekämpfung“ dar; anders wäre die urkomische Widersinnigkeit dieses Produktes, das zum Lachen reizt wie der drohend erhobene Zeigefinger eines Clowns, nicht zu begreifen.

Die TV-Show trägt den Titel „Sparmeisterschaft von Österreich — ein Konsumentenquiz“. Das Wort „Konsument“, heute ungebräuchlich, war in der Vorgeschichte ein Synonym für „Mensch“. Auf dem Markt sind alle gleich, weil nur ihr Geld zählt; da man damals die Gleichheit der Menschen lieber voraussetzte als anstrebte, reduzierte man den Menschen gern auf den Kunden: Wo es nichts gibt als Angebot und Nachfrage, Kauf und Verkauf, da sind alle chancengleich und die Gesellschaft

klassenlos. Klassenunterschiede wurzeln im Produktionsbereich; „Arbeiter“ und „Unternehmer“ lassen sich deshalb schlecht als Synonyme für „Mensch“ gebrauchen.

Das Wort „Quiz“ bezeichnet einen in der Vorgeschichte populären Typ des Gesellschaftsspiels, bei dem für die Lösung kindischer Aufgaben unverhältnismäßige Geschenke vergeben wurden, zum Beispiel:

Quizmaster: „Wer war der Erfinder der Dampfmaschine?“

Kandidat (ratlos): „... Wa ...?“

Quizmaster: „Gewonnen, gewonnen!“

Das Quizspiel hatte die ideologische Funktion, den Warenüberfluß der freien Marktwirtschaft grenzenlos übersteigert darzustellen. Eine Zeitlang vermuteten daher die Historiker, die in alten oppositionellen Texten auftretende Formulierung „die Monopolherren und ihre Quislinge“ leite sich von diesem Spiel her.

Der Quizmaster dieser Sendung ist weiblichen Geschlechts. In der Vorgeschichte teilte man nämlich der Rolle der Frau („Haus-Frau“) den Charakterzug des Sparefrohsinns und bremsender Besonnenheit zu. Über das Vorleben des Quizmasters war nur zu erfahren, daß es sich um die früher ihrer bereitwilligen Tränendrüsen wegen populäre Schauspielerin Maria Schell mit dem Ehrentitel „Seelchen“ handelt. Dieses Wort interpretierte unser Übersetzungscomputer folgendermaßen:

SEELCHEN/DEUTSCH/SITZ VON GEFÜHLCHEN/

Im Lauf der Veranstaltung entwickelt Frau Schell eine für heutige Begriffe peinlich starke mütterliche Ausstrahlung, die das Publikum als einen einzigen Riesensäugling unterstellt, der vom Archetyp an die Brust genommen wird (Ur-Mutti).

Wie jede Matrone erinnert auch Schell sich gern an die Zeit, „da ich noch ein junges Mädchen war“, und lacht dazu kokett, als hätte jemand ausgerufen: „Aber ich bitte Sie! Bei Ihrem Aussehen!“

Und zwar entsinnt sie sich eines jungen Briten, der einst mitten im größten Weihnachtstrubel zu ihr sagte: „A pen-

ny saved is a penny earned!“ Dieses logisch falsche Sprichwort (es müßte heißen: „a penny earned might be a penny saved“) steht als Motto über dem Folgenden.

Mehrere Kandidaten sind vor der Sendung ausgeschwärmt, um ein bestimmtes Warensortiment preisgünstig einzukaufen. Sieger ist, wer am wenigsten ausgegeben hat. Das Spiel soll auf plump-lehrhafte Weise zeigen, wie der „Konsument“ der Inflation ein Schnippen schlägt, indem er immer dort einkauft, wo es gerade am billigsten ist.

Man erfährt, daß dieselben Papiertaschentücher um 7 und um 14 Schilling erhältlich sind. Schell: „Das ist unheimlich! Das müssen wir diskutieren!“ Das unheimliche Phänomen wird aber nie mehr erwähnt und bleibt daher unheimlich. Später wird einmal von der „Magie des Kaufens um des Kaufens willen“ geredet. Wie gesagt: In der Vorgeschichte hatten die Menschen zur Wirtschaft ein magisches Verhältnis.

Es kommt zu einem unbegreiflichen Zwischenfall: Frau Schell fragt eine Kandidatin: „Sind Sie verheiratet?“ Kandidatin: „Nein.“ — Schell: „Haben Sie Kinder?“ Statt jedoch auf diese uns natürlich erscheinende Frage die Antwort abzuwarten, krümmt Frau Schell sich zusammen und kichert, als wäre ihr etwas Unanständiges unterlaufen. Wir hoffen, durch die Analyse dieser Sequenz etwas über die vorgeschichtliche Moral zu erfahren.

Um ganz sicher zu gehen, daß auch Grenzdebile kapieren, daß dasselbe nicht dasselbe kostet, wird vor den Prüflingen nacheinander ein TV-Gerät, ein Milchpaket und eine Modelleisenbahn aufgebaut. Man soll raten, um wieviel die Preise dieser Waren im Handel differieren. Auch bei dieser Gelegenheit bleiben die Ursachen unerwähnt, gelten also als naturgegeben. Man hat nur gelernt, daß man durch zähe Geduld und lange Fußmärsche in der Freizeit beim Einkauf sparen kann: Was einer nicht in der Börse hat, das muß er in den Beinen haben.

In der anschließenden Szene gestalten zwei Schauspieler ein weiteres Lehrstück über falsches „Konsumverhalten“. Ein Ehepaar will im Selbstbedienungsladen eine Tube Zahnpasta

kaufen, fällt aber der intensiven Werbung (Weihnachtssonderangebote usw.) zum Opfer und tätigt einen Spontankauf nach dem anderen; die Zahnpasta wird natürlich vergessen. In der nachfolgenden Erklärung (!) dieser Szene ist von „**geheimen** Verführern“ die Rede: ein weiteres Indiz für magische Wirtschaftsauffassung.

Für uns sehr aufschlußreich ist an diesem Sketch die Art, wie der „dumme Konsument“ charakterisiert wird: Der Schauspieler äfft einen Alt-Wiener Dialekt nach und erweckt durch Kleidung und darstellerische Mittel den Eindruck des ordinären Ungebildeten; er ist z.B. nicht imstande, englische Warenaufschriften richtig auszusprechen. Wir vermuten, daß früher auf diese Art ein Vertreter der Arbeiterklasse charakterisiert und verspottet wurde.

Tatsächlich hebt sich von der Trottelhaftigkeit dieses Konsumproleten die kultivierte Besonnenheit Maria Schells mit einem stillen Leuchten ab: Sie schlägt dem Publikum vor, in jedem Bezirk sollten sich doch „einige Damen“ zusammensetzen, gemeinsam die billigsten Geschäfte auskundschaften und darüber „vielleicht in Form eines kleinen *Kommuniqués*“ Informationen austauschen.

Deutlich zeigt sich, wie nicht einmal im Begriff des „Konsumenten“ die Klassentrennung ganz auszumerzen ist. Der gute Bürger spart, weil für ihn tatsächlich gilt: „A penny saved is a penny earned.“ Der dumme Arbeiter gibt den Lohn hurtig aus, weil er nicht wie die Bürger seit Jahrhunderten zum „Sparen“, d.h. Akkumulieren, erzogen wurde und zunächst gar keinen Grund sieht, nicht auf die „geheimen Verführer“ zu hören. Erst wenn die Parole „Stabilität“ ausgegeben wird, gilt die Kauflust auf einmal als komisch und unfein, wird „Preisbewußtsein“ zu einem Mittel stilisiert, sich von den niederen Ständen zu distanzieren. Hatte man zuerst dem Proleten eingeredet, durch rücksichtsloses Konsumieren könne er sich der Upper Class angleichen, diesen Arme-Leute-Geruch loswerden, dieses Jeden-Schilling-Umdrehen, dieses Immer-gleich-nach-dem-Preis-Fragen, so wird er jetzt als Depp hingestellt, wenn er nicht jeden Groschen spart — wie das die gepflegten Damen immer schon taten, wenn sie „*Kommuniqués*“ über

die billigsten Greißler zirkulieren ließen.

Unter die Lehrstücke der Sendung sind eigenartige Musiknummern eingestreut, offenbar um das Publikum zwischen den verwirrenden Lernschritten zu entspannen und die Sparmoral ins Bewußtsein sickern zu lassen. Bei dieser Musik wird jede Echtheit sorgfältig vermieden, das musikalische Material möglichst denaturiert: Eine Big-Band spielt Lieder der Beatles, eine füllige Weiße bemüht sich krampfhaft, wie eine Ghetto-Negerin zu singen, ein Trompeter spielt das Adagio aus einem Konzert für Sologitarre so schnell er nur kann. Diese Nummern wirken nicht nur durch ihren polierten Dilettantismus so peinlich, sondern vor allem durch eine tolpatschige Mischung aus Hysterie und sakraler Ergriffenheit, in der alles schwimmt wie in einer alten Sauce.

Das nächste Lehrstück befaßt sich mit dem Thema: „Wie reklamiert man richtig?“ Frau Schell geht zunächst vom Problem aus: „Ein wunderschönes Abendkleid hat einen Fleck!“, popularisiert es dann jedoch zu einem alten Pullover, der ein Loch hat. Die Kandidaten treten mit dem ruinierten Pullover an einen Tisch, hinter dem Leute sitzen, die verschiedene Reklamationsinstanzen symbolisieren. Obwohl man schon nach dem ersten Durchgang kapiert hat, wie man richtig reklamiert, muß man einem Kandidaten nach dem anderen zusehen, wie er gleich einer dressierten Ratte das Labyrinth durchläuft.

(Man reklamiert richtig, indem man den beschädigten Pullover einem wissenschaftlichen Test unterziehen läßt, der feststellen soll, ob das Loch von Altersschwäche herrührt oder von der Putzerei. Erst dann macht man Ansprüche geltend, notfalls über einen Anwalt.)

Eine Jury, der der Innungsmeister der Putzereien und ein Rechtsberater angehören, wählen jene Ratte aus, die am schnellsten war.

Es fällt das Wort: „Man soll sich selbst behaupten als Konsument.“

Die ausscheidenden Kandidaten werden mit fürstlichen Trostpreisen überhäuft

(Farb-TV-Gerät, Spülzentrum, Waschaufwärmegerät usw.). Es ist eines der Paradoxa der Sendung, daß ein Sparspiel die Teilnehmer mit teuren Konsumfetischen belohnt, anstatt mit einem Sack und etwas Asche.

Gegen Ende der Veranstaltung tritt ein würdevoller junger Mann auf die Bühne und wird von Frau Schell jauchzend als „Supersparmeister von Österreich“ ins Herz geschlossen. Es handelt sich um einen Finanzminister Alt-Österreichs, um einen gewissen Androsch.

Das erste Spiel, das Androsch mit ungeheurem Ernst leitet, ist ohne tiefere Bedeutung: Ein Puzzle soll raschest zusammengesetzt werden. Hingegen ist das zweite Spiel um so lehrhafter; eine vorhandene Menge von Jetons soll so klug wie möglich auf ein Haushaltsbudget aufgeteilt werden. Da die zwei Schlußkandidaten die bisherigen Lernschritte soweit nachvollzogen haben, um darüber im Bilde zu sein, daß sie an einer Sparmeisterschaft mitwirken, reservieren sie über 50% ihres Budgets für „Sparen“. Der eine der Teilnehmer verfügt, wie er sagt, über 3.100 S monatlich und gibt für die Wohnung 500 S aus; daher bedeutet diese Sparrate für ihn, daß er von 1.000 S monatlich zu leben hätte. Unseres Wissens hätte das in der Zeit um 1975 allmähliche Zerlumpung und langsames Verhungern bedeutet.

Der Finanzminister wird von Frau Schell gefragt: Kann der einzelne Bürger überhaupt etwas gegen die Inflation tun? Die Antwort überrascht nun nicht mehr: „Ja: preisbewußt einkaufen und sparen.“

Zum Schluß hat ein Holländer, der im Lauf der Sendung immer wieder über die Bühne gestolpert ist und versucht hat, das Publikum durch die Unbedarftigkeit seiner Scherze zu rühren, seinen großen Auftritt. Er gibt treuherzig ein Lied zum besten, das die Sorgen eines Vaters schildert, dem „Gammler und Gastarbeiter“ die Tochter wegnehmen. Dieser Mann (Name: Rudi Carrell) führt auch vor, wie sich Angehörige verschiedener Nationalitäten benehmen, wenn sie auf der Straße 1.000 S finden. Der Russe sagt: „Kapitalismus nix gut“, der Araber kniet zum Gebet nieder und

grabscht dabei das Geld, der Italiener sagt „Mama mia“ usw.

Diese Ansätze zu einer negativen Volkstumspflege erhalten auf der Stelle ihr positives Gegengewicht durch heimliche Blasmusik.

Mit schrill entzückter Stimme erzählt Frau Schell, daß aus „lauter zauberhaften Trachtenkapellen“ die „hinreißendste“ ermittelt wurde. Diese marschiert dann auch auf, stampfend und blasend. Zum Abschluß werden noch schnell drei Preise verlost (Möbel, Küche, Auto), und die Liste der Mitwirkenden wandert von oben nach unten über die festliche Begeisterung.

Auf dieser Liste steht zum Schluß: „Idee: Karl Damisch.“ Unser Computer übersetzte:

DAMISCH/MUNDART/NÄRRISCH?/
ALBERN?/TÖRICHT?/

Wollte irgendeiner der an der Produktion der „Sparmeisterschaft von Österreich“ Beteiligten hier heimlich seine kritische Einstellung dokumentieren, onomatopoetisch? Es ist unwahrscheinlich.

In der Hoffnung, daß Ihnen das Institut für Vergangenheit mit diesen Auskünften gedient hat, verbleibe ich hochachtungsvoll Ihr



Michael Springer: Jahrgang 1944, aufgewachsen in Henndorf bei Salzburg, studierte Theoretische Physik in Wien und war Redakteur des FORVM. Er lebt heute als freier Schriftsteller, Übersetzer und Redakteur in Aachen. Von ihm sind u.a. die Romane *Was morgen geschah* (1979) und *Leonardos Dilemma* (1986) erschienen. *Leben Sie wohl?* ist 1999 bei Zsolnay erschienen.

Lizenz dieses Beitrags

Copyright

© Copyright liegt beim Autor / bei der Autorin des Artikels