

Bei diesem Text handelt es sich um das Manuskript einer Hörfunk-Marginalie, die, vom Verfasser selbst gesprochen, am 10. Juni 1997 im Programm Bayern 2 des Bayerischen Rundfunks („Nachtstudio“) ausgestrahlt wurde.

Der Verfasser hatte von 1995-2012 den Lehrstuhl für Didaktik der Geschichte der Ludwig-Maximilians Universität München inne.

## „Abholen“ – ein deutsches Lieblingswort

*Hans-Michael Körner*

Wir müssen unsere Kunden, unsere Schüler, unsere Hörer, unsere Studenten, wir müssen unsere Leser, unsere Konsumenten, unsere Zuschauer, wir müssen sie, so hört man allenthalben und mit erheblichem moralischen Eifer, dort abholen, wo sie sich je befinden, abholen in ihrer, wie man das dann nennt, je spezifischen Befindlichkeit.

Das Personalpronomen „wir“ und das Possessivpronomen „unsere“ signalisieren Verdächtiges, von „müssen“ ganz zu schweigen. „Wir“ – das ist die Marketing-Sektion der Handelskette, die Lehrplan-Kommission eines Kultusministeriums, die Programmstruktur-Kommission einer Rundfunk- und Fernsehanstalt; „wir“ – das meint den Autor, den Redakteur, den Lehrer, den Universitätsprofessor, den Politiker ebenso. Alle diese Leute und Einrichtungen haben ein Publikum, von dem sie leben, einen Abnehmerkreis, eine Wählerschaft. Und je rigoroser sich die Bindungskraft des Possessivpronomens „unsere“ gestaltet, umso eindeutiger ist die Beziehung zwischen dem Lehrer und seiner Klasse, zwischen dem Redakteur und seiner Leserschaft, zwischen dem Professor und seinem Seminar, dem Verkäufer und seinen Kunden.

Sehen wir vorderhand nur diese Innigkeit der Beziehung und lassen wir das Andere beiseite, was in Possessivpronomen ja auch steckt: den Besitz, die Verfügungsgewalt, die Verhinderung der Alternative, der Flucht.

Was hat es dann für eine Bewandnis, wenn zur Beschreibung der Interaktion zwischen all diesen Anbietern und all jenen Abnehmern das Verbum „abholen“ eingesetzt wird? Die Vordergründigkeit solcher Verbalisierung lässt zuerst nur Gutes ahnen: Der Kunde, der Schüler, der Student, der Leser wird ernstgenommen, eben weil er dort abgeholt wird, wo er sich – und ein „angeblich“ ist gleichwohl immer mitzudenken – befindet. Sofern wir dieses „abholen“ in der Nähe von „ernstnehmen“ belassen, leuchten die Ampeln des Fortschritts grell auf. Das passt zu Demokratie und Partizipation, das erlaubt den Abschied vom Obrigkeitsstaat und oktroiierten Heilslehren, das schließt die Anerkennung berechtigter Bedürfnisse und die Berücksichtigung autochthoner Wünsche ein. Das „Abholen“ bläht sich auf zur Chiffre eines emanzipatorischen Saeculum aureum, in dem niemand unabgeholt, auf sich allein verwiesen

bleibt, niemand – wichtiger noch – überfordert wird.

Legen wir den Supermarkt und das Konsumverhalten, die politische Propaganda und noch das Fernsehen beiseite, wenden wir uns dem zu, was früher mutig als Kultur bezeichnet wurde.

Den Konsumenten von Kultur immer dort abzuholen und ihn immer nur dort abzuholen, wo er sich gerade befindet: Schüchtern macht sich Skepsis breit. Sagt man vielleicht „abholen“ und meint in Wirklichkeit „besuchen“, um sich dann wieder zu „verabschieden“? Strapaziert man die rhetorische Kultfigur des „Abholens“, weil man Angst davor hat, den Geschmack des Konsumenten nicht zu treffen, ihn vielleicht zu überfordern? Enthebt das „Abholen“ nicht auch des Zwanges zur Selbständigkeit und der Pflicht zur Reflexion über Wertigkeiten und Prioritäten? Heißt „abholen“ nicht in Wahrheit feige sein?

Entkleiden wir das „Abholen“ jener vielleicht assoziierbaren menschlichen Wärme und seiner emanzipatorischen Suggestion, dann tritt Anderes in den Vordergrund. „Abholen“ gerät dann sehr schnell in veritable Bedenklichkeiten. „Abholen“ wird dann zum Synonym für die Reproduktion vorhandener Befindlichkeiten, vorhandener Defizite, vorhandener Unklarheiten und Unordnung; „abholen“ kann zum Synonym für die Reproduktion, wenn man die Dinge zu Ende denkt, auch dumpfen Unwissens werden. Die Metapher emanzipatorischen Fortschritts wird, sehr schnell und ohne dass man sich versieht, zur Hemmschwelle für Emanzipation, für Bildung, will man denn davon reden.

Die Ideologie des permanenten und unverdrossenen „Abholens“ als perfide

Verhinderungsstrategie recht verstandener Emanzipation zu disqualifizieren – daraus spricht kein kulturnostalgischer Anachronismus. Daraus spricht eine, zugegebenermaßen aggressive, Reaktion auf die Praxis jener Vermittler, die sich der Aufgabe verweigern, Kompliziertes verständlich zu machen und die statt dessen Simples trivial vermarkten. Wenn wir von „abholen“ reden, beziehen wir uns auf Vermittlungsprozesse in unserer Gesellschaft. Vermittlungsprozesse sind davon gekennzeichnet, dass sie immer etwas mit Intention, auch mit absichtsvoller Steuerung zu tun haben. Vermittlungsprozessen wohnt auch deshalb immer das Potential, wenn man so will die Gefahr, der Manipulation inne, weil die Rollenverteilung zwischen Aktivität und Rezeption strikt und zwingend erscheint.

Die Attraktivität all jener Strategien, die ihr Credo im „Abholen“ erblicken, rührt ja gerade daher, dass man glaubt, diese Rollenverteilung aufbrechen zu können, den Konsumenten aus der Rolle des Opfers manipulativer Willkür zu befreien. Gravierender könnte die Fehleinschätzung indes nicht sein. Hinter diesem Credo des „Abholens“ steht die Attitüde der Arroganz, die sich ein Bild der angeblich minder Bemittelten zurecht legt, ein Bild, welches in Wirklichkeit nur das Geschäft der Vermittlung, konkret der Vermittler, erleichtert.

In dieser Form verhindert „Abholen“ die Emanzipation eher als dass sie diese befördert. „Abholen“ verdummt, weil es nicht fordert, weil es an die Hand nimmt, ohne dass der an die Hand Genommene die Richtung kennt; „Abholen“ verdummt, weil es Transparenz und

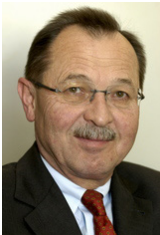
Leichtigkeit vorgaukelt, wo die Arbeit des Denkens angesagt wäre; „Abholen“ verdimmt, weil aus dem „Abholen“ ganz schnell ein „Mitnehmen“ wird, wo der Mitgenommene sich wieder findet in neuen Fesseln fataler Fremdbestimmung. Und gewoben sind diese Fesseln aus dem Gespinnst von Infotainment und Häppchen-Journalismus, vom Schönsten aus der Klassik und der nonverbalen Inszenierung, von Nachrichtenshows und von Lehrplankonzeptionen, denen die situative Bedürfnislage der Kinder Anfang und Ende ist.

Und noch ein Anderes: Die Vermittlungsprozesse in unserer Gesellschaft sind kollektiv organisiert; den Privatlehrer gibt es kaum noch. Aber weil dem so ist, gerät jenes Niveau, auf dem ein Publikum angeblich abzuholen ist, zur nichtssagenden Chimäre. Das statistische Mittel

aus Unterforderung und Überforderung als Publikumsprofil zu definieren, hält redlicher Betrachtungsweise nicht stand. Auch kann es nicht leisten, was allen Vermittlern ein hohes Gut sein muss: die Motivation zu befördern.

Niveau selbstbewusst zu setzen, Aufregendes zu präsentieren, Ansprüche zu formulieren, Zumutungen zu artikulieren: Hier liegen die Alternativen zu jener wässrigen Minimalstrategie, die das Publikum unausgesprochen und ebenso grundlos für dumm und für nicht in der Lage hält, über den eigenen Tellerrand hinauszuschauen und sich der schlichten Reproduktion der eigenen Befindlichkeit zu verweigern.

Wir müssen unsere Leser anspornen, unsere Schüler anstrengen, unsere Studenten provozieren, unsere Hörer animieren – nicht abholen.



### Prof. Dr. Hans-Michael Körner

**Universität:** Ludwig-Maximilian-Universität München  
Historisches Seminar  
Didaktik der Geschichte

**Anschrift:** Geschwister-Scholl-Platz 1, 80539 München  
**E-Mail:** [geschdid@lrz.uni-muenchen.de](mailto:geschdid@lrz.uni-muenchen.de)

#### **Zur Person:**

Prof. Dr. phil., Professor im Ruhestand, ehemaliger Lehrstuhlinhaber

#### **Arbeits- bzw. Forschungsschwerpunkte:**

Bayerische Geschichte im 19. und 20. Jahrhundert, Bildungsgeschichte, Didaktik der Geschichte (insbes. außerschulische Vermittlung von Geschichte im Fernsehen, in Museen und Ausstellungen, durch Denkmäler)