

Stephanie Kleiner / Robert Suter (Hrsg.)

Guter Rat

Glück und Erfolg in der Ratgeberliteratur
1900–1940

Neofelis Verlag

Dieses Buch wurde gefördert mit Mitteln des im Rahmen der Exzellenzinitiative des Bundes und der Länder eingerichteten Exzellenzclusters der Universität Konstanz „Kulturelle Grundlagen von Integration“.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© 2015 Neofelis Verlag GmbH, Berlin

www.neofelis-verlag.de

Alle Rechte vorbehalten.

Umschlaggestaltung: Marija Skara

Druck: PRESSEL Digitaler Produktionsdruck, Remshalden

Gedruckt auf FSC-zertifiziertem Papier.

ISBN (Print): 978-3-943414-50-9

ISBN (PDF): 978-3-943414-75-2

Inhalt

Vorwort	7
<i>Stephanie Kleiner / Robert Suter</i>	
Konzepte von Glück und Erfolg in der Ratgeberliteratur (1900–1940). Eine Einleitung	9
<i>Stefanie Duttweiler</i>	
Glück durch dich Selbst. Subjektivierungsformen in der Ratgeberliteratur der 1920er–1940er Jahre	41
<i>Rudolf Helmstetter</i>	
Wille und Wege zum ‚Erfolg‘. Zu den Anfängen der Erfolg-Propaganda in Deutschland	61
<i>Wim Peeters</i>	
Selbsthilfe „durch die Macht des Beispiels“. <i>Der Weg zum Erfolg durch eigene Kraft</i> von Hugo Schramm-Macdonald	93
<i>Astrid Ackermann</i>	
Das Glück im Kleinen. Oder warum das Glück gefährlich ist	115
<i>Heiko Stoff</i>	
<i>Der erfolgreiche Mensch.</i> Ludwig Lewins transatlantisches Projekt, 1928	135
<i>Stefan Rieger</i>	
(Selbst-)Induktion. Zur Physik des Glücks	161
<i>Lu Seegers</i>	
Walther von Hollander als Lebensberater im ‚Dritten Reich‘	179
Abbildungsverzeichnis	208

Vorwort

Die Idee, gemeinsam eine Reihe von Workshops und Tagungsbänden zum Themenfeld *Glück und Erfolg im 20. Jahrhundert* zu erarbeiten, entstand im Herbst 2011. Sie war begünstigt durch die Ähnlichkeit der Forschungsanliegen und Fragestellungen der Herausgeber sowie die thematische Nähe unserer Habilitationsprojekte – Robert Suter hat sich mit dem Thema „Erfolgreiche Versager“. *Erfolg und Scheitern als literarische Subjektivierungsformen (1918–1989)* beschäftigt, ich mit dem *Glücksmwissen* als Reflexionsform gelingender Integration im 20. Jahrhundert. Darüber hinaus ist diese gemeinsame Arbeit Resultat von Roberts außerordentlichem Einfallsreichtum, seinem wachen Intellekt und mitreißenden Enthusiasmus gewesen, die mitzuerleben ich als Kollegin wie auch als Freundin immer als Privileg empfunden habe.

Im April 2013 fand das erste von drei geplanten Arbeitstreffen an der Universität Konstanz statt, das sich mit der Frühphase der Ratgeberliteratur zwischen 1900 und 1940 beschäftigt hat und aus dem der vorliegende erste Band unserer Reihe hervorgegangen ist. Im Frühsommer desselben Jahres wurde bei Robert Suter ein Krebsleiden diagnostiziert, dem er am 11. September 2014 erlegen ist. Der zweite Workshop der Reihe, der das Thema *Stress und Unbehagen. Glücks- und Erfolgspathologien in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts* untersucht hat, musste im März 2015 ohne ihn stattfinden und war seinem Andenken gewidmet.

Ohne die Hilfe und Unterstützung von Freunden und Freundinnen, Kolleginnen und Kollegen wäre die Fertigstellung des vorliegenden Buchs kaum möglich gewesen. Namentlich möchte ich mich ganz besonders bei Bernhard Kleeberg, Christopher Möllmann und Alexander Schmitz bedanken, deren Beitrag weit über kritische Lektüren und wichtige Hinweise hinausgeht. Mein besonderer Dank gilt

auch Simone Warta und Frank Schlöffel für das sorgsame Lektorat. Die Fertigstellung des Bandes hat sich lange hinausgezögert; daher möchte ich den Trägerinnen und Trägern des Bandes auch für ihre Geduld sehr herzlich danken.

Konstanz, im Juli 2015

Stephanie Kleiner

Konzepte von Glück und Erfolg in der Ratgeberliteratur (1900–1940)

Eine Einleitung

Stephanie Kleiner / Robert Suter

Glück und Erfolg sind regulative Leitideen für Lebensläufe im 20. Jahrhundert. Im Schnittpunkt von Gegenwartsgestaltung und Zukunftsplanung, Psychologie und Lebensphilosophie, von kollektiven Ansprüchen und individuellen Wünschen, ökonomischer Realität und phantasmatischer Anspruchshaltung hat sich dabei die Ratgeberliteratur etabliert. Sie trägt dafür Sorge, dass Glück und Erfolg bis heute als Verdienst, als Resultat unausgesetzter Arbeit am Selbst gelten: *Find your Strongest Life*¹, das *Glücks-Workout*², *Perfekt! Der überlegene Weg zum Erfolg*³ oder *Happier. Learn the Secrets to Daily Joy and Lasting Fulfillment*⁴ – so lauten die Titel gegenwärtiger Glücks- und Erfolgsratgeber, die sich explizit als Trainingsprogramme eines „unternehmerischen Selbst“ (Ulrich Bröckling) entwerfen und eine gleichermaßen „rationale wie charismatische Form der Selbstbeherrschung“ propagieren.⁵

1 Marcus Buckingham: *Find Your Strongest Life. What the Happiest and Most Successful Women do Differently*. Nashville / Dallas / Mexico City et al.: Nelson 2009.

2 Nina Winkler: *Mein Glücks-Workout: In vier Wochen fitter, gesünder und zufriedener*. Bielefeld: Delius Klasing 2015.

3 Robert Greene: *Perfekt! Der überlegene Weg zum Erfolg*, München: Hanser 2013.

4 Tal Ben-Shahar: *Happier. Learn the Secrets to Daily Joy and Lasting Fulfillment*. New York: McGraw Hill 2007.

5 Ulrich Bröckling: Das unternehmerische Selbst und seine Geschlechter. Gender-Konstruktionen in Erfolgsratgebern. In: *Leviathan* 30,2 (2002), S. 175–194, hier S. 192.

Die Analyse von Ratgeberliteratur ermöglicht die Rekonstruktion konkreter alltäglicher Praktiken, die Glück und Erfolg mit spezifischen Subjektivierungsformen kombinieren und dadurch in eine symbolische Ordnung überführen. Obgleich bereits die frühneuzeitlichen Klugheitslehren als Vorläufer des modernen Ratgebers gelesen werden können, setzt dessen eigentliche Genese im 18. Jahrhundert an, als die Psyche des modernen Subjekts zunehmend zum Interventionsfeld beratender, therapeutischer Eingriffe wurde.⁶ Zusammen mit der Vorstellung eines therapiebedürftigen Selbst konstituierten sich im Verlauf des 19. Jahrhunderts sowohl spezifische soziale Institutionen – etwa die therapeutische Praxis – als auch spezialisierte Medienformate wie der Ratgeber, um die individuelle Suche nach Glück und Erfolg zu begleiten.⁷

Seit einiger Zeit hat sich die kulturwissenschaftliche Forschung intensiver mit dem Ratgebergenre beschäftigt.⁸ Hierbei steht zumeist die zweite Hälfte des 20. Jahrhunderts im Mittelpunkt, äußert sich doch hier der „Widerspruch von grundsätzlicher Ratlosigkeit und den vielen gedruckten Ratgebern“ am eklatantesten und erforderte die „Lebenswirklichkeit“ immer weiterer Bevölkerungskreise verstärkt neue Fähig- und Fertigkeiten, die durch eine Flut thematisch ausdifferenzierter Lebens- und Alltagsratgeber vermittelt werden sollten.⁹

6 Vgl. hierzu Boris Traue: *Das Subjekt der Beratung. Zur Soziologie einer Psycho-Technik*. Bielefeld: Transcript 2010, S. 9–10.

7 Siehe hierzu auch Alfred Messerli: Zur Geschichte der Medien des Rates. In: Peter-Paul Bänziger / Stefanie Duttweiler / Philipp Sarasin / Annika Wellmann (Hrsg.): *Fragen Sie Dr. Sex! Ratgeberkommunikation und die mediale Konstruktion des Sexuellen*. Berlin: Suhrkamp 2010, S. 30–57.

8 Siehe exemplarisch vor allem Rudolf Helmstetter: Guter Rat ist (un-)modern. Die Ratlosigkeit der Moderne und ihre Ratgeber. In: Gerhart von Graevenitz (Hrsg.): *Konzepte der Moderne (DFG-Symposium 1997)*. Stuttgart / Weimar: Metzler 1999, S. 147–172; Stefanie Duttweiler: *Sein Glück machen. Arbeit am Glück als neoliberale Regierungstechnologie*. Konstanz: UVK 2007; Thomas Macho: Was tun? Skizzen zur Wissensgeschichte der Beratung. In: Thomas Brandstetter / Claus Pias / Sebastian Vehlken (Hrsg.): *Think Tanks. Die Beratung der Gesellschaft*. Zürich / Berlin: Diaphanes 2010; Traue: *Das Subjekt der Beratung. Non Fiktion. Arsenal der anderen Gattungen* 1,2 (2012); Ratgeber; Stefan Niehaus / Wim Peeters (Hrsg.): *Rat geben. Zu Theorie und Analyse des Beratungshandelns*. Bielefeld: Transcript 2014.

9 David Oels / Michael Schikowski: Editorial. In: *Non Fiktion* 1,2 (2012), S. 7–12, hier S. 8.

Die wichtige Phase um 1900 bis etwa 1940, in der sich das Ratgebergenre in seiner uns heute geläufigen Form zu konstituieren beginnt, ist dabei nur selten in den Fokus systematischer Forschung gerückt worden.¹⁰ Der vorliegende Band möchte dazu beitragen, die Kluft zwischen der Popularität des Ratgebergenres in dieser Zeit einerseits und ihrer fehlenden systematischen Bearbeitung durch die Forschung andererseits zu schließen.

Im Zeitraum zwischen 1900 und 1940 entstanden vor allem im europäischen und US-amerikanischen Raum Klassiker des Genres, die zum Teil bis heute in immer neuen Auflagen publiziert werden: Franz Jungs Essays über *Glückstechniken* (1921–1923), Emile Coués *La maîtrise de soi-même par l'autosuggestion consciente* (1922), Gustav Großmanns *Sich selbst rationalisieren* (1927), Napoleon Hills *The Law of Success* (1928) sowie die weit über den angloamerikanischen Raum hinaus erfolgreichen Ratgeber von Dale Carnegie (etwa der 1936 publizierte Band *How to Win Friends and Influence People*) oder von Herbert N. Casson (*Glück durch Dich selbst* von 1927)¹¹ fallen in diese ‚Sattelzeit‘ der Ratgeberliteratur des 20. Jahrhunderts. Zudem traten nun auch zusehends Autorinnen auf den Plan, die sich mit ihren Verhaltensregeln an ein spezifisch weibliches Lesepublikum wandten.¹² Die erstaunliche Konjunktur des Ratgebergenres steht somit in unmittelbarem Zusammenhang mit der soziokulturellen Ausdifferenzierung jener Gesellschaften, die sich seit dem ausgehenden 19. Jahrhundert zusehends als modern

10 Zahlreiche Arbeiten, die sich mit der Genese der Beratungs- und Therapiegesellschaft des zwanzigsten Jahrhunderts auseinandersetzen, wählen einen zeitgeschichtlichen Schwerpunkt und fokussieren auf die unmittelbare Vorgeschichte der Gegenwart, so etwa Traue: *Das Subjekt der Beratung*; Sabine Maasen / Jens Elberfeld / Pascal Eitler / Maik Tändler (Hrsg.): *Das beratene Selbst. Zur Genealogie der Therapeutisierung in den ‚langen‘ Siebzigerjahren*. Bielefeld: Transcript 2011. Auch in Studien, die einen literatur- und kulturgeschichtlichen Ansatz wählen, finden sich wenige Hinweise zu einer systematischen Berücksichtigung der Jahrzehnte zwischen 1900 und 1940. Siehe hierzu ausführlicher *Non Fiktion* 1,2 (2012); Niehaus / Peeters (Hrsg.): *Rat geben*.

11 Vgl. hierzu ausführlich den Beitrag von Stefanie Duttweiler in diesem Band.

12 Siehe exemplarisch die Texte der amerikanischen Journalistin Marjorie Hillis, die als Redakteurin der amerikanischen *Vogue* tätig war und eine Reihe von Ratgebern verfasste, die sich explizit an berufstätige, alleinstehende Frauen wandten; so etwa Marjorie Hillis: *Live Alone and Like It. A Guide for the Extra Woman*. Indianapolis / New York: Bobbs-Merrill 1936; dies.: *Orchids on your Budget. Live Smartly on What You Have*. Indianapolis / New York: Bobbs-Merrill 1937.

wahrnahmen und in den „Experimentierfelder[n] konkurrierender Ordnungsentwürfe“ nach Orientierung suchten.¹³

Zugleich reagierten Ratgeber seismographisch auf die Einführung und Rezeption der Psychoanalyse sowie zeitgleich entstehender Konzepte und therapeutischer Praktiken – etwa der von Émile Coué eingeführten Autosuggestion. Mittels normativ aufgeladener Verhaltenslehren und Selbsttechniken sollte so das weit verbreitete Empfinden von Verunsicherung und Unbehagen – wie es Freud 1930 programmatisch artikuliert hat – bekämpft werden.¹⁴ Anders als in der späteren Ratgeberliteratur stand in diesen Ratgebern nicht das Phantasma einer direkten Interaktion, wie sie durch die therapeutische Szene vorgegeben ist, im Mittelpunkt, sondern die indirekte suggestive Einflussnahme in Schriftform, die sich in Rezeptionsanweisungen, etwa in der Empfehlung bestimmter Aufschreibe- und Aneignungspraktiken, niederschlug. Der Ratgeber stellte somit akkurate und – wie etwa Stefan Riegers Beitrag zur „Physik des Glücks“ aufzeigt – um wissenschaftliche Validität bemühte Regeln der Selbstaffizierung und -anleitung in Aussicht, mit deren Hilfe ein in den Jahrzehnten nach 1900 sich zunehmend radikalisiertes „Kontingenzbewusstsein“ bewältigt werden sollte.¹⁵ Die Ratgeber stellten hier die Möglichkeit in Aussicht, korrigierend in die eigene Biographie eingreifen und den vielfach diagnostizierten „Orientierungsdefizite[n]“ und „Verhaltensunsicherheiten“ entgegenwirken zu können.¹⁶

Der vorliegende Band, der aus einem interdisziplinären Workshop an der Universität Konstanz im April 2013 hervorgegangen ist, verfolgt

13 Vgl. zu gesellschaftlichen Erfahrungswelten, Selbstbeschreibungen und Ordnungsvorstellungen um 1900 exemplarisch Lutz Raphael: Vorwort. In: Ders. (Hrsg.): *Theorien und Experimente der Moderne. Europas Gesellschaften im 20. Jahrhundert*. Weimar / Wien: Böhlau 2012, S.6; Alexa Geisthövel / Habbo Knoch (Hrsg.): *Orte der Moderne. Erfahrungswelten des 19. und 20. Jahrhunderts*. Frankfurt am Main: Campus 2005; Marshall Berman: *All that is Solid Melts into Air. The Experience of Modernity*. London: Penguin 1988.

14 Siehe exemplarisch Sigmund Freud: Das Unbehagen in der Kultur (1930). In: Ders.: *Das Unbehagen in der Kultur (Und andere kulturtheoretische Schriften)*. Frankfurt am Main: Fischer 1994, S.29–108.

15 Siehe zum Konnex von Anleitungen zur Lebenskunst und dem steigendem Kontingenzbewusstsein der Moderne Günter Götde / Jörg Zirfas: Biographische Erfahrung, theoretische Erkenntnis und künstlerische Gestaltung. Eine Einführung in die Konzeptionen der Lebenskunst. In: Dies. (Hrsg.): *Lebenskunst im 20. Jahrhundert. Stimmen von Philosophen, Künstlern und Therapeuten*. München: Fink 2014, S.9–27, hier S.15.

16 Ebd.

daher primär zwei Erkenntnisinteressen: Erstens richtet sich die Aufmerksamkeit auf die den Ratgebern eigene Mediologie, d. h. auf jene medialen Settings, die sie entwerfen, und Selbstvermarktungsstrategien, mit denen sie ihr Publikum in einem sich ausdifferenzierenden, zunehmend multimedialen Markt binden wollten. Die in Zeitschriften, Seminaren, Lehrbriefen und in Buchform vermittelten Ratschläge adressierten Rezipientenkreise, die sich immer weiter ausdifferenzierten. Insofern erlaubt die Vielfalt der publizierten Ratgeber Rückschlüsse auf die sozialen Transformationsprozesse zwischen 1900 und 1940, etwa den Aufstieg der Angestellten oder die zunehmende Präsenz von Frauen im öffentlichen Raum.

Diese sozial- wie medienhistorisch folgenreichen Implikationen gedruckter Ratgeber, die sich an zerstreute Rezipientenkollektive richteten und die unmittelbare mündliche Kommunikation durch spezifische Strategien der Belehrung und Beglaubigung, der Emphase und der Expertise substituieren mussten, wird in den folgenden Analysen also mitreflektiert. Dass die offerierten Ratschläge schriftlich vermittelt und im Druckmedium verbreitet wurden, beließ den Adressierten die Freiheit, jeweils situativ auszuwählen, welche Empfehlungen wann und wie bedacht bzw. angewendet werden sollten. Dergestalt mussten gedruckte Ratgeberformate – scheinbar paradoxerweise – mit einem zusehends eigenwilligen Lesepublikum rechnen, das „je eigenen Gebrauch von den angebotenen Ratschlägen zu machen“ wusste.¹⁷ Sie mussten ihr Ratgeben mit wenigstens impliziten Anweisungen unterlegen, wie der angebotene Rat denn angemessen anzueignen ist, eine Balance wahren zwischen der Inszenierung eigener epistemischer Autorität und den wachsenden Selbstbestimmungsansprüchen ihrer Rezipientinnen und Rezipienten.

Dabei wird, da die Ratgeberliteratur im Gegensatz zur poetischen Literatur keinem Autonomieprinzip gehorcht, sondern sich unmittelbar auf den Markt ausrichtet (wodurch sie, wie schon zeitgenössisch bemerkt wurde, der Unterhaltungsliteratur verwandt ist), insbesondere den Interaktionen von Autorinnen/Autoren und Publikum nachzugehen sein. Gerade der expandierende anonyme Markt für Ratgeberliteratur machte dabei, wenigstens auf Seiten der Produzierenden, Strategien attraktiv, die eine persönliche Bindung des Publikums

an bestimmte Methoden oder Autoren versprochen. Einige Verfasser, darunter Gustav Großmann, bauten daher ausgedehnte Netzwerke auf, indem sie mit ihren Leserinnen und Lesern, ähnlich wie etwa der Unterhaltungsschriftsteller Karl May, in schriftliche Korrespondenz traten. Zudem lassen sich frühzeitig Strategien der Standardisierung und Formalisierung beobachten, durch die sich einzelne Autoren öffentlichkeitswirksam auf dem expandierenden Ratgebermarkt etablieren konnten: Dale Carnegie etwa konzipierte bereits zwischen 1910 und 1919 in New York und Philadelphia einen Lehrgang, in dem öffentliches Reden, Selbstvertrauen und der Umgang mit Menschen vermittelt und trainiert werden sollten. Nach dem überwältigenden Erfolg seines Buches *How to Win Friends and Influence People* wurde Carnegie nicht nur mitten in der Weltwirtschaftskrise zum Millionär, sondern er gründete sein eigenes Institut; Assistenten bildete er zu Kursleitern aus, die sein Programm in den gesamten USA, bald aber auch international unterrichteten. Grundlage der Kurse blieben seine Bücher.¹⁸

Ein anderes Mittel, um auf dem volatilen Ratgebermarkt persönliche Bindungen herzustellen und ein möglichst großes Publikum zu erreichen, waren charismatische Selbstinszenierungen.¹⁹ Eine weitere Strategie bestand darin, die Rezipientinnen und Rezipienten für die kontinuierliche Anwendung der empfohlenen Methoden haftbar zu machen, indem der Erfolg auf ihr Verhalten zurückgeführt wurde. Im Besonderen der Couéismus, der sich ab 1920 um den gelernten Apotheker Emile Coué und den von Hyppolite Bernheim übernommenen Begriff der Autosuggestion gruppierte, machte das Gelingen seiner Methode, die gleichermaßen Glück und Erfolg versprach, von der Festigkeit des Glaubens und der Überzeugung der Ratsuchenden abhängig. Solche Methoden, die den Adressaten ‚guten Rates‘ eine aktive Rolle zuschrieben, lassen sich auch als Reflex auf die Ausrichtung auf zerstreute Rezipientenkollektive interpretieren. Der Figur des Ratgebers kam hierbei die Rolle eines Coaches zu, der sein Leben

18 Siehe zum sogenannten „Dale Carnegie-Lehrgang“ ausführlich Giles Kemp / Edward Clafin: *Dale Carnegie. Der Mann, der zeigt, wie man Millionen Freunde gewinnt*. Hamburg: Goldmann 1989, bes. S. 96–99, 147; sowie zu Carnegie als Erfolgsautor ebd., S. 172–176, hier bes. S. 174

19 Vgl. zur „Psychoanalyse als charismatisches Unternehmen“ besonders Eva Illouz: *Die Errettung der modernen Seele*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2011, S. 48–52.

als Exempel für die Erreichbarkeit jenes künftigen Glücks- und/oder Erfolgszustandes vorführte, den seine Methode versprach. Zudem erlaubt die Ratgeber-Analyse die Rekonstruktion eines zeitgenössischen Wissens über Glück und Erfolg. Institutionelle Kontexte und Aneignungspraktiken erschließen sich auf diese Weise ebenso wie geschlechts- und schichtenspezifische Idealvorstellungen eines glücklichen und erfolgreichen Lebens. Neben der Berücksichtigung der massenmedialen Zurichtung der Glücks- und Erfolgsratgeber geht es dem vorliegenden Band somit zweitens um eine Geschichte von mit der Ratgeberliteratur verbundenen Sozialpraktiken und Subjektivierungsformen im Sinne einer praxeologischen Annäherung. Einige Hinweise zur Geschichte von Erfolg und Glück in der Ratgeberliteratur von 1900 und 1940 sollen die folgenden Ausführungen geben. Zugleich werden sie anhand zentraler Begrifflichkeiten und thematischer Schwerpunkte einen Überblick über den Aufbau und Inhalt des Bandes liefern.

Exempel. Zur Rezeptionssituation von Erfolgsratgebern

Weg – weg mit den Menschen, ich will nichts mehr mit ihnen zu tun haben. Sie sollen mich nicht mehr modeln und formen, ich will mich auch nicht mit jedem auseinandersetzen, denn schließlich ist es ja mein Leben, das ich lebe, nicht das der anderen.²⁰

Diese Sätze, die dezidiert ein Nichtwollen zum Ausdruck bringen, spricht in einem *Der Kandidat des Lebens* betitelten Roman dessen Protagonist zu sich selbst. 1918 erschienen, stellt der Roman des Berliner Unterhaltungsschriftstellers Erdmann Graeser einen Abgesang auf die wilhelminische Willensmetaphysik dar, indem er sie mit ihren eigenen Mitteln zerlegt. Der Roman soll im Folgenden den Ausgangspunkt bilden, um eine Geschichte der Erfolgsratgeber von 1900 bis 1940 zu skizzieren.

Als in die Erzählung eingearbeitete Kontrastfolie fungiert bei Graeser der Ratgeber *Männer eigener Kraft*, den Felix Weidner, vaterloser Antiheld des Romans, von seinem Vormund geschenkt bekommt. Dafür werden die Märchen von „Andersen und Tausendundeiner Nacht“ aus dem Buchregal aussortiert.²¹ Onkel Eißner, sein späterer

20 Erdmann Graeser: *Der Kandidat des Lebens*. Berlin: Ullstein 1918, S. 186.

21 Ebd., S. 61.