

Inhaltsverzeichnis

Scheitern enthüllen	11
Eine Arbeit am Scheitern	12
Beschreibung des empirischen Materials	23
Lesehinweise und Aufbau der Arbeit	26
Reflexiv wissenschaften: ‚Echte‘ Emotionen und ‚falscher‘ Forschungsgegenstand	31
I. Scheitern (ethnographisch) beforschen	37
1.1. Von der Wissenschaft ins Feld	37
Ethnographie als Erfolgsgeschichte: Mehr als Methode	37
Scheitern als Gegenstand der Forschung: Definitionsversuche	40
Alte Anforderungen und ‚neuer‘ Kapitalismus: Ist Scheitern ‚modern‘?	44
Neue Sichtbarkeiten und Tabus: Hat Scheitern Konjunktur?	54
1.2. Vom Feld in die Wissenschaft	62
Zwischen Trending Topic und Tabu: Ist Scheitern ‚hip‘?	62
Typologien: Gutes Scheitern, schlechtes Scheitern	67
Topografien: Gute Fehlerkultur, Schlechte Fehlerkultur	74
Scheitern wissenschaftlich: Zwischen Kult und Kritik	80
II. Emotionen praxeologisch beforschen	87
2.1. Symmetrisch auf Emotionen zugreifen	87
Stigma und Scham: Wie kommt das ‚Außen‘ ins ‚Innen‘?	87
Performativität und Praxis: ‚Innen‘ und ‚Außen‘ verbinden	93
Kontingenzen: Zwischen Regelmäßigkeit und Spontaneität	97
2.2. Asymmetrien: Machtgefälle und missfallende Gefühle	101
„Emotion Work“: Arbeit gegen das falsche Fühlen	101
Gefühlskontrolle: Selbsttechniken und Regiertwerden	105

2.3. Emotionspraktiken transformieren – Transformierende Emotionspraktiken	109
III. Bühnen für das (professionelle) Scheitern	119
3.1. Das Konzept: Ansprachen und Ansprüche	119
3.2. Das Format: Event-Bedingungen	125
Zugänglichkeiten: Zeit, Sequenz, Öffentlichkeit	125
Zuständigkeiten: Räume, Rollen, Praktiken	128
Betroffenheiten: Stimmungen und gemischte Gefühle	134
Gleichzeitigkeiten: Zwischen Alltag und Fest	143
3.3. Die Vorträge: Scheiter-Geschichten	147
Präsentationsweisen: Zwischen Humor und Verletzlichkeit	147
Dramaturgien: Erzählungen des Exzeptionellen	150
,Learnings‘: Die (kakophone) Moral von der Geschichte	156
3.4. Professionell(e) Gescheiterte: Leitbilder, Wissen und Währungen	161
Startup und Entrepreneurship: Die Welt verbessern	161
Unternehmer: Weiße, junge Männer oder ‚Female Founders‘?	167
Therapie und Beratung: Das Selbst verbessern	171
Denken vs. Fühlen: ‚Mindset‘ und ‚Bauchgefühl‘	174
Speech und Performance: Selbstformung und Mission	179
Moralisches Programm: Weitermachen(!)	183
IV. Aufmerksamkeiten und Authentizitäten verhandeln	189
4.1. Das Event als Marktplatz	189
Netzwerke(n): Globale Bewegung und lokale Community	189
Aufmerksamkeitsmarkt: Gesehen werden als Kapital	196
Performanzökonomie: Authentifizierung als Leistung	203
4.2. Scheitern und Fehlerkultur als Produkte und Währungen	209
Scheitern als Kompetenz, Wahrheit und Gefühlsgarant	209
Scheitern und Innovation: Die Events als Angebot	215
Fehlerkultur als Unternehmen: Lizenz(en) zum Scheitern	222
Fehlerkultur in Unternehmen: Scheitern und Imagepflege	230

4.3. Emotionen als Waren	236
Scheitern als betriebliches Steuerungsinstrument	236
Das Event soll keine Werbeplattform sein	242
 V. Performanzen des ‚guten‘ Scheiterns	. 253
5.1. Über Scheitern sprechen: Situativität statt Chronizität	253
Fragen der Zeit: Gegen ‚Ver‘-arbeitung und lineare Abfolgen	253
Gefühlsarbeit und Vorläufigkeit: Emotion (as) Work in Progress	258
5.2. Über Scheitern sprechen unter Event-Bedingungen	263
,Das Format‘: Ein günstiger Platz für die Gefühlsarbeit	263
Event-Gemeinschaft und Exponierung	265
Fest-Stimmung und Rahmungen	281
Handlungs- und Deutungsangebote	292
Performanz und Valorisierung	309
5.3. Transformierende Praktiken: Zwischen Distanzierung und Wiederaneignung	334
Temporalisieren und therapieren: Zukunftspraktiken	334
Teilen und Einverleiben: Publikumsgestützte Selbstsorge	341
5.4. Zwischen Utopie und unzulänglicher Umsetzung	349
Failtopia? Das FUE als individuelle und kollektive Übung	349
Fuckup-Beta oder Stigma 2.0? Limitierungen des Formats	354
Ko-Präsenz und Körper-Einsatz: Die alternative Sozialität des Events	362
 VI. Zwischen Sichtbarkeit und Authentizität	367
6.1. Scheitern auf dem Prüfstand	367
6.2. Topoi ‚wirklich‘ Gescheiterter	372
Programmatisches: Scheitern muss negativ bleiben	372
Privates: Vermutete Zugehörigkeiten und Eigenschaften	375
Objektivierbares: Zahlen, Daten, Schlagworte	379
Sequenzielles: Vor/Nach dem Erfolg ist nach/vor dem Erfolg?	383
Öffentliches: Dargestelltes steht im Verdacht	385

Formelles: Alles (nur) Show?	387
Emotionales: Falsche Stimmung/Falsche Gefühle	390
6.3. Zwischen Transparenzpflicht und Expressionskritik	395
Leistungsimperativ und Figurationen legitimer Abweichung	395
„Wahre“ Gefühle zeigen oder „failing with dignity“?	403
Sichtbarkeit als Paradox: Bedingung und Ausschlusskriterium	408
6.4. Zugänglichkeiten und Unsichtbarkeiten	411
Vor/aussetzungen: Gescheiterte (jenseits) der Mitte	411
Etikett „Scheitern“: Schwindel oder Chance?	417
Sichtbarkeit als Performanz gegen Überflüssigsein	423
VII. Scheitern im stetigen Dazwischen	429
7.1. Subjektivierung in unsicheren Zeiten	429
VUCA und Vorläufigkeit: Das Leben als „Perpetual Beta“	429
Potenzial und Prospektive: Lebenslang Lernen/Scheitern	433
Neoliberaler Moral: Zwischen Potenzialen und Mäßigung	439
Kapitalismus und Kapitulation: Kein Abschied vom Erfolgsleben?	446
7.2. Folgenreiche Verbesserungsversuche	453
Der Kapitalismus als Selbstoptimierer	453
Marktfreiheit = Urteilsfreiheit? Wann kommt die Moral?	458
Emotionalisieren und Monetarisieren: Schlechte Gefühle als gutes Geschäft	463
Events: Zwischen Eskapismus und Experiment	468
Ausblick: Neue, scheinbare und zweifelsfreie Gescheiterte	483
Literatur- und Quellenverzeichnis	489
Dank und Widmung	511