

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
Kontingenz: 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
Neoliberale 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