

## Kommunikation mit Adventskalendern

Improvisierte Spinnerei mittels theoriegeladener LEGO-Bausteine

Adventskalender gehören zu den angenehmeren Werkzeugen der Zeitstrukturierung.

Das ist zu schätzen, angesichts der Allgegenwart von Uhren und Datumsangaben, die die moderne Gesellschaft hübsch synchron halten. Unerbittlich akkurat ticken unsere Chronometer voran. Eben ruckte noch der Minutenzeiger auf meiner Armbanduhr auf 12:51; die kleine Anzeige, die rechts unten in meiner Windows-Taskleiste klebt, ist da schon angekommen. Das hat Bedeutung, ich komme ins Überlegen: Wie viel Zeit kann ich noch am Text basteln, bis ich mich ums Essen kümmerge? Muss der Zwergpudel wieder vor die Tür? Wie lang ist der letzte Kaffee her oder präziser formuliert: stimmt der Koffeinspiegel im Blut noch? Das Datum ignoriere ich lieber, ich wüsste sofort: Ich darf gar nicht an diesem Essay schreiben, andere Deadlines sind studienökonomisch dringender.

Wie schon gesagt: Adventskalender strukturieren die Zeit angenehmer.

Er lässt mir ein wenig mehr Entscheidung. Öffne ich ihn gleich morgens? Warte ich — vielleicht sogar bis in die Abendstunden? Das erhöht die Spannung. Will ich den Inhalt für mich oder ihn teilen? Und die größte Freiheit von allen: Gefällt es mir, darf ich den Adventskalender mal vergessen; ihn am nächsten Tag öffnen. Sogar entsorgen könnte ich ihn; das hätte kaum negative Konsequenzen (jedenfalls weniger als den Kalender zu entfernen, auf dem meine Deadlines rot drohen). Wer nun aber würde solch Weihnachtsfreude in die Mülltonne kloppen? Dann lieber alle Türchen sofort aufreißen. Auch das geht ...

Der Adventskalender also als Widerstandspraxis gegen durchgetaktete und fremdbestimmte Zeitregime? Nein. Er bringt sie nicht in Unordnung, irritiert sie nicht. Im neoliberalen Jahreszyklus hat er einen ordentlichen Platz: Vorgesehen ist die aktive Kalendernutzung vom 1. bis 24. Dezember, ein gewisser Vorlauf ist einkalkuliert, ihn zu erwerben oder ihn erwerben zu lassen. Angeboten wird er, sobald Kürbisdeko, Geistermasken und Gummiskelette aus den Supermarktregalen verschwinden; eine bekanntermaßen immer früher ins Jahr rückende Zäsur. Nicht verschwiegen werden soll der Sonderfall jenes Adventskalenders, welcher nach den Festtagen

als Restposten verramscht wird — eine, wenn auch nicht leere, aber entzauberte Hülle seiner selbst. Der historische Materialist kann sich an der Stelle hinstellen und verkünden: „Wieder eine Geschichte des Kapitalismus von der Wiege bis zur Bahre!“ Seine Erwartung ist also erfüllt.

Erfüllt dieses Essay damit seine Aufgabe? Zur Erinnerung: Gabriele Metzler gab die Fragestellung wie folgt auf: „Warum geht die Entwicklung so zwangsläufig – ist sie überhaupt zwangsläufig? –, [...] in Richtung Katzen-, Pferde-, Motorradfahrer- und Dessousträgerinnenadventskalender?“ Die oben eingegrenzte Jahreszeit des Adventskalenders, deckungsgleich mit der temporalen Sinnformation „Weihnachtsgeschäft“, verleitet ohne Frage zum Erzählen von Konsumgeschichten. Die verschiedenen Kalendare — ihre Gestaltung, ihre Inhalte, ihr Vertrieb — schlössen uns Perspektiven in eine Gesellschaft auf, die sich Weihnachten durch die Gesetzes des Marktes hindurch gestaltet, indem sie diese für sich nutzt, adaptiert, von ihnen abgrenzt oder sie unterwandert. Wir können nach einem *doing Christmas* fragen, nach neoliberalen Strategien der Überzeugung und Verführung, nach Nostalgie. Die geneigte Leser:in mag die Liste ins Unendliche weiterdenken, sich einem Problem aber nicht entziehen:

Forschen fordert empirisches Material.

Kann eigene Erfahrung und Erinnern erhalten? Das nähme ordentlich Bürde von meinen Schultern. Ein melancholischer Text über den Abstand zur eigenen Kindheit und dem geliebten LEGO-Kalender der frühen 2000er-Jahre (oder waren es doch die späten 90er?) würde leicht oder leichter von den Fingern fließen. Da gäbe es eine klare Moral: „Ein Weihnachten ohne LEGO ist ein armes Weihnachten.“ Das klingt nach Snob — auch wenn es absolut wahr ist! — und bietet an, das Narrativ im zweiten Schritt gegen diesen ersten Eindruck zu wenden: Für das Kind von damals war so ein Kalender kein kleines Geschenk. Die bunten Steinchen lehrten ihn Dinge, die in Akademiker:innenfamilien wohl anders gelernt werden. Oder auch nicht. Ich weiß das nicht genau. Im Spiel mit den Steinchen hegte sich die Liebe zum Prozess des Rumprobierens, Rekombinierens und Experimentierens ein. Man nennt das „Forschen“ und jenes führte das Kind an die Universität. Ihm war das alles andere als vorbestimmt.

Ein erbaulicher Text, nicht wahr? Er hätte Nachteile. Die Idee trieft vor Arbeiterkind-Romantik und Auto-Hagiographie, außerdem hilft sie wenig beim Beantworten der gestellten Frage. „Du“, wie Mai Thi Nguyen-Kim sprach, „bist keine Studie!“ Und die frisch ernannte Trägerin des Bundesverdienstkreuzes hat recht.

Nähmen wir kühn an, man könne die Verzerrungen der Beforschung des eigenen Egos ausschalten oder solch radikale Voreingenommenheit im Rahmen intersubjektiver Plausibilisierung teiltrationalisieren, so drückte weiter die Frage: Wofür steht die Episode? Ohne Kontext gibt sie bezüglich des Kalenderproblems wenig her. Wir bräuchten Vergleichsmaterial, parallele Erzählungen! Lohnt die Beschäftigung mit der schriftlichen Überlieferung? Existiert sie oder müssen wir auf die Pirsch nach Zeitzeugen? Ein Archiv der europäischen Adventskalender fehlt (glaube ich). Wo könnten Historiker:innen sonst historisches Material bergen? Wünschenswert wäre eine diverse Auswahl von Kalendernutzer:innen, nicht einzig aus diverse Hintergründe sollen sie stammen, diverse Kalender nutzen sollen sie, bitteschön. Mindestens abgedeckt sein müssen die schon genannten: Katzen-, Pferde-, Motorradfahrer- und Dessousträgerinnenadventskalender, der LEGO-Kalender und diejenigen mit Schokolade dürfen nicht vergessen werden; spätestens ab 2020 (*terminus ante quem*) gilt es, dem digitale Kalender für Historiker:innen Rechnung zu tragen.

Ein Essay kann so eine Materialerhebung nicht leisten; will und soll es nicht. Dafür wären Monographien und Aufsätze zu planen. Das Essay spielt im Wissenschaften eine andere Rolle. Hier äußert sich ein Spieltrieb der Forscher:innen am freisten. Sie probieren mit Begriffen rum, rekombinieren Theoriebausteine oder greifen experimentell nach Problemhorizonten. Ist wie Bauen mit LEGO.

Forschen ist eben genauso: Seinen Gegenstand richtig zu durchdringen. Ein erster Schritt: Sich Vorannahmen ausexplicieren, sie in Worte bringen (am besten schreibt man sie gleich auf, egal wie unsicher tastend — das verhindert sich Verständnis vorzuspiegeln, wo keines ist).

Ich versuche das im Weiteren.

Die erste intuitive Feststellung über den Kalender sei der Ankerpunkt: Der Adventskalender ist ein Objekt. Noch bevor wir ihn also ins Feld von Kapitalismus und Konsum eingliedern, gehört er in die Geschichte der Objekte: Der materiell vorhandenen Dinge. Die Engführung auf wirtschaftliche Fragen, schneidet zu schnell von zu vielen Perspektiven ab: Sie macht einen Forschungsgegenstand für einen einzelnen möglichen Sehepunkt zurecht, lässt seine Mannigfaltigkeit verblassen. Objekte sind mehr als ein Ausdruck ökonomischer Tatsachen. Das ist kein Plädoyer, deren Betrachtung in den Wind zu schlagen. Sie sind verknüpft mit der einem Gegenstand zugeschriebenen Bedeutung — die Frage ihrer Betonung aber beantworten Generationen junger und alter Historiker:innen unterschiedlich. Vergessen werden soll sie an dieser Stelle nicht, ich schlage jedoch einen anderen Hebel vor, frei nach Bruno Latour: Adventskalender

machen einen Unterschied. Die Adventszeit mit täglichem Öffnen der Türchen, ist eine andere als eine ohne dieses Ritual.

Billigen wir dem Adventskalender damit *agency* zu? Das hieße: Er bringt uns zum Handeln. So ist er keine Akteur:in, jedoch Aktant. Für einige Objekte untersuchte man so ein Verhältnis. Einen Klassiker, wenn sicher auch nicht *den* Klassiker, schrieb Niklas Luhmann zu Beginn der 80er-Jahre: „Kommunikation mit Zettelkästen“. Zwischen den Zeilen zwinkert einem die notorisch berüchtigte Ironie des Systemtheoretikers zu — es ist ein lehrreiches Stück, nicht nur für das Adventskalender-Problem. Es baut Vorurteile ab, dass Stil, Humor, Präzision und Wissensvermittlung sich voneinander ausschließen. Wenig überraschend stellt Luhmann sein Reflektieren unter das Stichwort „Kommunikation“.

Ein „kompetenter“ Kommunikationspartner soll sein Zettelkasten gewesen sein. Die Sache mit der Kompetenz bleibt mal außen vor, beschränken wir uns auf die Metapher (oder den realen?) Kommunikationspartner im Objekt. Dafür ist es nötig, so der Meister weiter, dass beide Partner sich wechselseitig überraschen. Zumindest auf eine Hälfte davon können wir voreilig ein „Ja“ rufen. Ein guter Adventskalender überrascht mich. Das muss qualifiziert werden: Was heißt „gut“ und was heißt „überrascht“? Beides hängt miteinander zusammen. Die Güte der Überraschung weißt eine direkte Relation zur Gesamtgüte des Kalenders aus – neben der Objektgestaltung der primäre Faktor in der Qualitätsgleichung. Wie sieht Überraschung durch den Adventskalender aus? Luhmann wieder: Ein Vergleichsschema liegt zu Grunde; eine Nachricht wird verglichen mit den anderen Möglichkeiten. Der Mann will sagen: Ich gehe mit einer Erwartung an meinen Zettelkasten – Pardon! – an meinen Adventskalender und öffne ein Türchen, was ich dahinter finde vergleiche ich mit dieser Erwartung: Das Objekt dahinter kann sie bestätigen (das wäre nicht sehr überraschend), es kann sie enttäuschen (ziemlich schade), völlig von ihr abweichen (das ist im wahrsten Sinne Unsinn) oder es kann ihr zwar entsprechen, aber in unerwarteter Weise (die Erlaubnis verblüfft zu sein, wird gegeben). Deckt die generelle Erfahrung das? In der Tat. Es soll vorkommen, dass alle vier idealtypischen Fälle bei einem einzelnen Kalender auftreten.

Spötteln möchten einige: Authentische Überraschung schaut anders aus! Sie haben irgendwie recht, vor allem weil Authentizität zu verhandeln sich kompliziert gestaltet. Ich lasse das an dieser Stelle, das haben andere weit besser getan. Das Spötteln indessen interpretiere ich als eine gesunde antiautoritäre Skepsis: Die Überraschung, die aus dem Türchen gezogen wurde, mag Ergebnis eines Entscheidungsprozesses sein, der diese Überraschung auf Basis von Datenerhebungen,

psychologischen Tricks und gewieften Unternehmertum geradezu *designed* hat. Reinste Verkaufsstrategie der kapitalistischen Mammon-Maschinerie! Schöne einfache Antwort; vernachlässigt die Do-It-Yourself-Variante, die süßen Projekte fürs eigene Kind oder die Initiative zur Weihnachtsgestaltung auf der Arbeit, die eine globale Pandemie zu ertragen helfen. Sie intendieren genauso Überraschung, wenn auch weniger *by design* als *by empathy*. Wichtige Überlegung zur Emotionsgeschichte weihnachtlicher Überraschung. Wir wandern aber ab von unserer Kommunikation zwischen Akteur:in (Kalendernutzer:in) und Aktant (Adventskalender).

Luhmann setzt für die Kommunikation die Möglichkeit gegenseitiger Überraschung voraus. Auf seinen Zettelkasten bezogen meinte er: Ihm Fragen stellen, zu denen von seinem Schöpfer keine Antworten in ihm abgelegt sind. Das funktionierte über eine gar nicht derart komplexe Kombination von Verschlagwortung und internen Referenzsystemen (papierbasierte Hyperlinks sozusagen), die dennoch Material zusammenbrachten wie Exzerpte oder rein thematisch geordnete Verzettlungen es nicht vermochten. Kein Hexenwerk, von seinen Mythopoeten aber zum göttlichen Instrument stilisiert, das Luhmanns Werk ermöglichte. Das sei dahingestellt. Wichtiger: Überrascht wird nicht eigentlich der Zettelkasten, sondern Luhmann erfährt Überraschung in zweiter Ordnung. Er überrascht sich selber, indem er mittels seiner Referenzen und Indexe sich (Halb-)Vergessenes in geschickten Kombinationen in Erinnerung ruft. Die Liebe zur Figur selbstreferentieller Bezugnahme schimmert durch.

Hier endete die vernünftige Parallele von Adventskalender und Zettelkasten, wenn sie je vernünftig war. Widerwort ist erwünscht, aber hilfreich scheint die Vorstellung für den Moment nicht, wir würden uns durch unsere Adventskalender hindurch selber überraschen. Wir befüllen ihn ja nicht und öffnen ihn dann selber. Das klingt einsam.

Der Kommunikationsbegriff hilft vielleicht noch einen letzten Meter tiefer in den Komplex hineinzugraben. Ich reduziere stark: Geht es um Kommunikation stellt diese eine Differenz zwischen Umwelt und System her und da. Sinnvolles trennt sich von Unsinn; was im System Sinn hat, macht das System aus. Welche Handlungen machen also auf den Kalender hin Sinn? Das Format der Adventskalender leitet die Analyse. Sein Format ist die Sammlung seiner gestalteten Eigenheiten, die bereits vorgibt, was sinnvolle Handlungen sind. Sie machen einen Adventskalender unmittelbar als Adventskalender erkennbar: Seine vierundzwanzig Türchen, die mit Nummern versehen, Dezembertage repräsentieren, an denen Weihnachtsbegeisterte sie kollektiv öffnen. Die Vierundzwanzig Türchen — oder generalisieren wir noch mehr — die vierundzwanzig Black Boxen

helfen der Verallgemeinerung des Forschungsgegenstandes (auch ein Zeichen von Forschung, manchmal) und lassen eine Möglichkeit verschiedene Erscheinungsformen und -medien zu. So kann die geneigte Forscher:in gleichermaßen die mittlerweile übliche Pappschachtel mit den Sollbruchstellen für Türchen betrachten, wie die zum Beispiel in meiner Familie verbreitete Tradition selbstgenähte und von den Eltern gefüllte Säckchen mit Nummern an einer langen Leine aufzuhängen. Obwohl in der Essenz auf das Paper Tool Adventskalender ausgerichtet, übersteht diese Idee des Adventskalenders womöglich eine Transformation ins digitale. Die Bewertung dessen erfordert eine gewisse *code literacy*. Das Historiker:innen diese sich mit fraglichem Zögern aneignen, hindert die Neugierigen ja nicht; neue Sprachen zu lernen, gehört schließlich sogar in konservativen Kreisen der Zunft zu den Kernkompetenzen.

Wir halten fest: Wollen wir den Forschungsgegenstand Adventskalender verstehen, gehen wir von seinen vierundzwanzig Türchen aus.

Das Zurechtbiegen, das Unrecht-Tun und das in den Augen einiger grobe Rekombinieren und Springen zwischen Theoriegebäuden, um meine eigene Person zu unterhalten, bitte ich zu entschuldigen ... oder? Nein, eigentlich tue ich das nicht; das Spielkind in mir kann nicht anders. Es erlaubt sich sogar eine letzte Volte. Dieses Essay titelt nicht ohne Absicht „Kommunikation mit Adventskalendern“. Im theoretischen Witz, den dieser Text sich erlaubt, ist ein ganz praktischer eingebaut; ein doppelter Boden. Wir können die verwendeten LEGO-Steine auseinandernehmen und ein zweites Mal neu zusammensetzen. Ein wenig einfacher und viel mehr im Sinn der ursprünglich aufgegebenen Frage: „Warum geht die Entwicklung so zwangsläufig – ist sie überhaupt zwangsläufig? –, [...] in Richtung Katzen-, Pferde-, Motorradfahrer- und Dessousträgerinnenadventskalender?“

Kommunikation mit Adventskalendern, das meint mit: Kommunikation mittels Adventskalendern.

Für die Ausdifferenzierung in die vielen Inhalte, die hinter so einem Kalendertürchen warten und lauern, muss vermutlich doch die Antwort herhalten: Das begründet der Markt. Der antwortet da auf ein Bedürfnis. Er mag das Bedürfnis selber in den Konsument:innen erzeugt haben oder nicht. Wirkt monokausal und auf die Schnelle nicht zu prüfen. Ich spekuliere: Die Kalender unterschiedlichster Abart werden gern als verfrühtes Weihnachtsgeschenk ins Heim geholt. Ein Schlüsselwort lautet erneut Überraschung, ein anderes: Zuneigung. Eine gutes Geschenk kommuniziert Zuneigung indem es repräsentiert, wie gut man den:die Beschenkte kennt.

Schokolade zeigt keine intime Kenntnis des Gegenübers, eher eine allgemeine — ausgenommen es handelt sich um einen Liebhaber mittelmäßiger Schokohappen mit Werbeaufdruck. Die Vielfalt der Kalender, rührt aus der Vielfalt der Menschen: Sie dürfen Kalender haben, die sie mögen und die ihnen schmeicheln. Eine Anleihe an Marcel Mauss Arbeit über den Gabentausch liegt nahe; ein Schelm wer ihn als Warnung vor „angemessenen“ und „unangemessenen“ Geschenken liest. Es sei erlaubt Philipp Winterhagers Beitrag zu einem sehr speziellen Adventskalender zu verballhornen: „Geschenke sind gefährlich!“ In der Tat sind Geschenke noch auf eine andere Art gefährlich: Was verrät es über den:diejenige, die einen Katzen- oder Pferdekalendar schenkt? Was leitet sich aus einem mitgebrachten Dessousträgerinnenadventskalender her? Nehmen Sie sich in Acht! Naja, ein wenig zumindest, das Problem der Angemessenheit nämlich lässt sich mildern. Dafür ist eine kleine Bescheidenheit des Schenkers von Nöten: Nichts zurück zu erwarten, schenken aus Freude am schenken – vielleicht sogar anonym.

Wem sich die Praxis des Schenkens noch immer zu sehr im Rahmen von Warentauschlogik bewegt, egal ob die Ware im materiellen oder ideellen Kosmos wurzelt, darf ich ein einfaches Antidot empfehlen. Überraschen Sie, aber nicht auf die angepasste Art; üben Sie sich in der schönen Kunst der Irritation.

Nehmen Sie es nicht so ernst.