Der Homo stimulus
Die Schaffung eines neuen Menschen, geprägt von Reizgesellschaft und Verhaltenskapitalismus, im Zeitalter des kollektiven Individualismus

- **Die Konfrontation der Bevölkerung mit künstlich erzeugten Stimuli hat sich in den letzten Jahrzehnten massiv erhöht**
- **Die technologische Entwicklung ermöglicht mittlerweile eine Reizsetzung in alle Bereiche des persönlichen Lebens**
- **Es erfolgte eine Gewöhnung an schnelle und kurze Stimuli**
- **Diese werden nicht nur passiv konsumiert, sondern aktiv eingefordert und gestaltet**
- **Die moderne Reizgesellschaft ist entstanden**
- **Diese Reizgesellschaft hat daher einen neuen Menschen konditioniert: den Homo stimulus**
- **Die Reizgesellschaft hat, in Kombination mit dem Verhaltenskapitalismus, das Zeitalter des kollektiven Individualismus eingeleitet**

Zu Beginn soll eine These stehen: Die Welt verändert sich im rasenden Tempo. Doch nicht nur sie ist es, die neue Bahnen einschlägt, sondern auch der Mensch selbst. Es entstand der Homo stimulus, der Reizmensch, dessen Anteil an der Gesamtbevölkerung stetig zunimmt und der in künftigen Generationen eine Mehrheit stellen wird.

Eine evolutionäre Entwicklung? Eine Anpassung? Ein Produkt externer Beeinflussung? Es kommt auf die Betrachtungsweise an, doch die folgenden Seiten möchten keine Grundlagen der Sozialwissenschaften wiederholen, hierfür gibt es zweifellos bessere Versuche, sondern vielmehr eine Entwicklung der Konditionierung auf schnell-frequentierte Reize und deren Endprodukt, den Homo stimulus, betrachten sowie diese zur Diskussion stellen. Es bleibt eine These, die dem Verständnis einer neuen Wirklichkeit dienen soll. Eine erste, die schon deswegen notwendig ist, weil die Veränderungen unübersehbar sind und daher unbedingt neuer Erklärungsansätze bedürfen.

Der neue Mensch, geprägt durch die Reizgesellschaft, hat den Erfolg des Verhaltenskapitalismus[1] erst ermöglicht und stellt ein wesentliches Merkmal des Zeitalters des kollektiven Individualismus dar. Die Welt der Gegenwart und Zukunft wäre ohne den Homo stimulus undenkbar und deswegen ist es von Nöten, dieser Konditionierung, die noch nie in einem solchen Rahmen geschehen ist, zu benennen und so eine allgemein verständliche Verstehens- und Diskussionsgrundlage zu schaffen. Es ist die Fortsetzung jener ewigen Aufgabe, die uns eine jede neue Zeit aufbürdet und zugleich die Gefahr in sich birgt, für die Erklärung der Gegenwart auf obsolete Modelle der Vergangenheit zurückzugreifen. Doch mag es auch der ewig gleiche Fluss der Menschlichkeit sein, in den wir uns begeben, so führt er doch, wie schon Heraklit vor tausenden Jahren bemerkte, doch niemals die gleichen Wasser.

Bevor der neue Mensch jedoch eine tiefergehende Widmung erfahren soll, scheint es vorab ratsam zu sein, darzulegen, was diese Schrift unter einem Reiz, also einem sogenannten Stimulus und der Reizgesellschaft, aus welcher der Homo stimulus erwachsen ist, genau versteht. Dabei soll allerdings keine Entfernung vom wissenschaftlichen Standard erfolgen, bestenfalls eine Verkürzung.

Als Reiz bezeichnet man einen Stimulus, der ein Verhalten durch die Einwirkung auf ein Sinnesorgan auslöst oder verändert. Der Anregung folgt eine Reaktion. Diese Reaktion kann durch vergangene Reize beeinflusst werden.

Soweit zumindest die psychologische Definition, wie sie in fast allen akzeptieren Werken zu finden ist. Die Unterscheidung zwischen reaktivem (erst Reiz, denn Reaktion) und operantem Verhalten (erst Reaktion, dann Reiz), soll im Moment nur bedingt interessieren, denn diese Punkte sind für These und Zielsetzung schlicht zweitrangig.

Das grundsätzliche Prinzip ist nicht schwierig zu verstehen und soll an dieser Stelle auch für Menschen, die sich nur in der Nebensache mit derartigen Themengebieten beschäftigen kurz dargestellt werden:

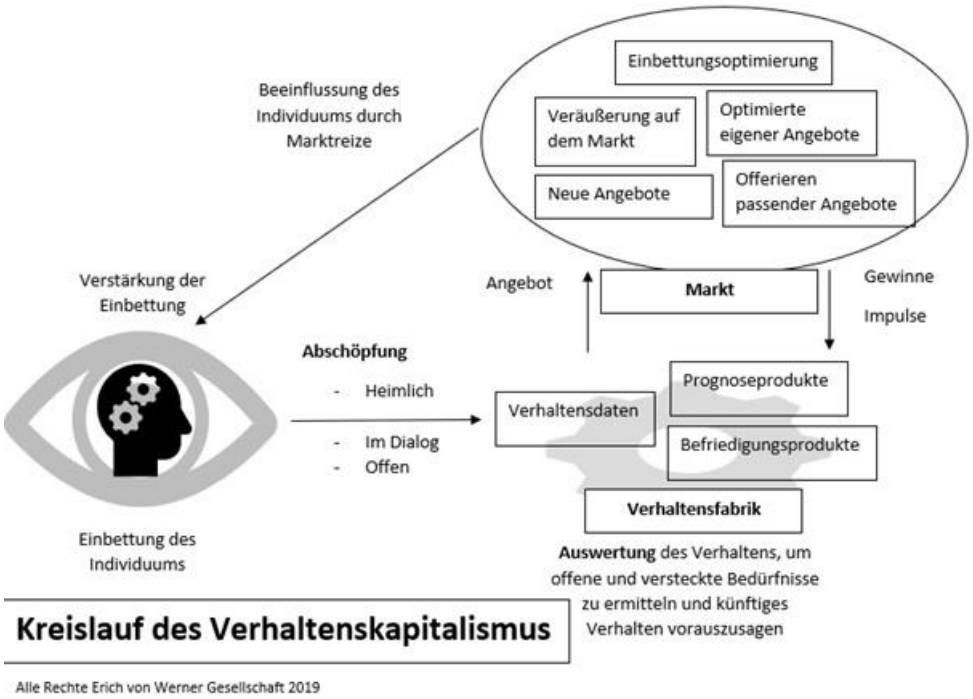
Das grelle Sonnenlicht lässt die Augen schließen. Ein angenehmer Essensgeruch erinnert nicht nur an den eigenen Hunger, sondern auch daran, wann das Gericht zuletzt gegessen wurde. Der Mensch ist daher stetig Stimuli ausgesetzt, die er beinahe durchgehend und auf unterschiedlichste Art und Weise, bewusst und unbewusst, wahrnimmt. Diese Sicht ist vereinfachend, aber dennoch lässt sich die Aussage treffen, dass eine Welt ohne Stimuli nur schwierig denkbar wäre.

[1] Vgl. Erste Grundlagen des Verhaltenskapitalismus: Bestandsaufnahme einer neuen Spielart des Kapitalismus, von Andreas Herteux, erschienen im Erich von Werner Verlag, 2019, ISBN 978-3981900651, DOI 10.5281/zenodo.3469587

Doch lebt er damit nicht schon von Anbeginn der Zeiten in einer Reizgesellschaft? Diesem Urteil könnte man unterliegen, wenn man die Begrifflichkeit sehr weitfasst, und doch ist die Definition der modernen Reizgesellschaft, wie sie diese Schrift versteht, weitaus spezifischer, eingegrenzter und letztendlich die Bezeichnung für eine historische Entwicklung, die sich auf einen ganz bestimmten zeitlichen Ablauf bezieht.

Unter einer Reizgesellschaft versteht man ganz allgemein einen Zusammenschluss von Individuen, der in starker Frequenz beeinflussenden, in der Regel künstlich erzeugten, Reizen ausgesetzt ist und sich diesen nur schwer oder nicht entziehen kann bzw. zum Teil auch nicht möchten.

Es erfolgt daher eine Abgrenzung zwischen klassischen Anregungen und einer hochfrequentierten Reizung, die ihren Ursprung in der kommerzialisierten oder/und der politisierten technologischen Entwicklung besitzt, durch deren Fortschritt intensiviert wird und so, zusammen mit dem Verhaltenskapitalismus,[2] in der westlichen Welt das Zeitalter des kollektiven Individualismus[3] eingeleitet hat.



[2] Erste Grundlagen des Verhaltenskapitalismus: Bestandsaufnahme einer neuen Spielart des Kapitalismus, von Andreas Herteux, erschienen im Erich von Werner Verlag, 2019, ISBN 978-3981900651, DOI 10.5281/zenodo.3469587

[3] Herteux, Andreas, Das Zeitalter des kollektiven Individualismus, z.B. https://www.freitag.de/autoren/aherteux

Das mag im Moment noch abstrakt klingen, soll aber an späterer Stelle an der konkreten Entwicklung noch verdeutlich werden. Bis zu diesem Punkt muss aber die Definition an sich vertieft werden.

Voraussetzung für die Etablierung einer Reizgesellschaft ist die Möglichkeit das Individuum in großer Häufigkeit mit den Reizen zu konfrontieren.

Diese Voraussetzung der Reizgesellschaft ist elementar, denn an dieser Stelle findet sich eine klare Abgrenzung zu einem allgemeinen Verständnis der Reizung. Die Entwicklung der Reizgesellschaft und damit am Ende auch der Homines stimuli ist nicht von der technologischen Entwicklung zu trennen, die wiederum eng mit wissenschaftlichen Erkenntnissen und deren Nutzung durch Politik (z.B. politisches Marketing), Gesellschaft (z.B. Entwicklung der gesellschaftlichen Milieus) und vor allem der Wirtschaft (z.B. Entwicklung zur Konsumgesellschaft und später des Verhaltenskapitalismus) verknüpft ist. Vielmehr handelt es sich um ein untrennbares Zusammenwirken der Kräfte, die aber noch eine übersichtliche Darstellung erfahren wird.

Die Reizsetzung in modernen Zeiten erfolgt zumeist durch kurze, schnelle und sich wiederholende Reize.

Diese Feststellung ist eine wichtige, da hier schleichend eine Veränderung der Art der Wahrnehmung eingeleitet wurde, denn die Stimuli besitzen eine andere Natur als noch vor einigen Jahrzehnten.

Viele der heute sehr oft genutzten sozialen Medien, Kommunikationsmittel oder Dienste,[4] bieten schnelle Information und Unterhaltung, die keinen Wert auf eine längerfristige Beschäftigung mit ihnen legt und auch nie so gedacht waren.[5] Es bleibt auch unerheblich, ob zuerst die Reize vorhanden waren, oder der Wunsch nach ihnen. Die Frage ist nicht zielführend, denn es war vielmehr ein miteinander tanzen, das schneller und schneller wurde. Ein sich gegenseitiges steigern und fordern. Es soll das Ergebnis zählen.

Das Gehirn wird daher auf eine bestimmte Art und Weise konditioniert, die vielleicht für Menschen, die sich diesem Prozess, von jungen Jahren an, noch nicht ausgesetzt haben, gar nicht nachvollzogen werden kann und doch ist das Ergebnis aus der eigenen Empirie heraus auch für sie nicht übersehbar: Sei es an den Kommunikationsmitteln (z.B. Smartphone) Dritter oder schlicht

[4] Man denke her an Dienste wie WhatApp, Snapchat, Youtube oder Instagram.

[5] Beispielsweise kurze unterhaltende und informierende Videos, die Präsentation von großen Mengen an Posts, bei denen das Gehirn in Bruchteilen von Sekunden interessante herausfiltert und oder die Gewöhnung an das ständige Piepsen des Smartphones. Damit wird ein Gewöhnungsprozess implementiert, der sich in einer Veränderung der Wahrnehmung manifestiert.

nur an den schnelleren Schnitten von Filmen und deren Vergleich mit älteren Leinwandprodukten. Ob hier auch ein Abhängigkeitsverhältnis von kurzen und schnellen Reizen entstehen kann, soll an dieser Stelle nicht diskutiert werden. Es werden später entsprechende Studien verlinkt werden, die dieses nahelegen. Für den Moment soll allerdings auf ein weiteres zentrales Merkmal der modernen Reizgesellschaft hingewiesen weirden:

Die Reizaussetzung erfolgt oft freiwillig

Während gerade kommerzielle Reize (z.B. TV-Werbung) in früheren Tagen oft als lästig empfunden wurden, erfolgt die heutige Auseinandersetzung mit ihnen nicht nur auf Basis des freien Willens, sondern wird sogar aktiv gefordert. Es ist daher zu kurz gegriffen, von einem „Bombardement" zu sprechen, denn es handelt sich um einen Prozess, bei der beide Seiten die Rolle des Senders und Empfängers einnehmen.[6]

So ist das Smartphone stetiger Begleiter und das ständige Überprüfen von Posts, Nachrichten und Meldungen für so manche Person beinahe sekündlicher Standard.[7] Die Grenze zwischen kommerziellen und privaten Reizen vermischt immer mehr und daher öffnet sich die Tür in die intimste Sphäre des Menschen, die für frühere „Reizmethoden" in der Regel verschlossen blieb. Diese Grenze ist nun offen. Die Unterscheidung zwischen interner/externen Motivation oder zwischen angeforderten und erhaltenen Reizen wird immer unbedeutender sowie schwieriger zu unterscheiden.

Ein gewichtiger Unterschied, der irgendwann eine neue Spielart des Kapitalismus, den Verhaltenskapitalismus,[8] entstehen ließ, dessen Modell die beschriebenen Mechanismen in der Tiefe erklärt. Doch soweit soll es an dieser Stelle gar nicht erst gehen, bleiben wir bei den, in der Regel künstlich gesetzten, Stimuli, die ursprünglich einem Zweck dienen. Das legte aber bereits die Nutzung des Wortes „Konditionierung" nahe, bei dem oft Assoziationsketten wie „Behaviorismus", „Framing" oder „Priming" entstehen und doch wären diesen Ketten nicht ausreichend, um die Entwicklung einer neuen Zeit zu beschreiben. Richtig bleibt jedoch:

Das Ziel der künstlichen Reizsetzung ist die Beeinflussung des Verhaltens

[6] Es spielt dabei keine Rolle, ob diese Interaktion nur durch Menschen oder aber auch durch eine Maschine/KI betrieben wird. Hier ist auf die Abschöpfung im Sinne des Modells des Verhaltenskapitalismus zu verweisen.

[7] Selbstverständlich übertreiben wir an dieser Stelle ein wenig, allerdings ist auch die Mensch-Smartphone-Symbiose eine wahrnehmbare Realität.

[8] First Foundations of Behavioral Capitalism: A New Variety of Capitalism Gains Power and Influence, Andreas Herteux, Erich von Werner Verlag, 2019, ISBN 978-3981900675, DOI 10.5281/zenodo.3469568

Diese Erkenntnis ist keine und schon gar nicht neu. Ob der Wahrnehmende mit dem Reiz zu einem Kauf, zu einem Klick, nur zum Ansehen oder zu einer Verhaltensmodifikation bewegt werden soll, spielt dabei keine Rolle. Gleichfalls gilt, wie schon immer:

Nicht jedes Milieu oder Individuum reagiert gleich stark auf den gleichen Reiz. Niemand ist jedoch vollständig immun.

Dass nicht jedes Milieu oder Individuen auf die gleiche Art und Weise auf den gleichen Reiz reagiert ist verständlich, haben diese doch unterschiedlichste Ansichten, Wertvorstellung und Interessen. Auch das ist keine neue Erkenntnis, sonst wäre z.B. eine umfangreiche Segmentierung im Marketing nicht notwendig. Und doch ist erneut auf den Unterschied hinzuweisen:

Es geht in dieser Schrift nicht darum, ob bestimmte Stimuli ihr Ziel erreichen, sondern darum, dass eine Konditionierung und eine Wahrnehmungsverschiebung in Richtung kurzer, hochfrequentierter Reize erfolgt bzw. gar von den Homines stimuli vorangetrieben wird. Es geht um die globalen Konsequenzen. Es geht um eine Welt, in welcher die Sinnesorgane mit Unmengen an Reizen und das mit einer atemberaubenden Geschwindigkeit konfrontiert werden. Es geht um eine Realität, in der es bereits einen erheblichen Gewöhnungsprozess gibt. Es geht darum, wie sich der Mensch dadurch in seinem Verhalten und in seiner Betrachtung der eigenen Wirklichkeit nachhaltig verändert. Die Methodik und Struktur verändern, nicht der einzelne Reiz. Der Mensch wird konditioniert und neu geprägt.

Viele Reize verfehlen ihr Ziel vollkommen und/oder gehen im Meer der Stimuli unter. Trotzdem beeinflussen sie die Art und Weise der Wahrnehmung derjenigen, die dauerhaft den Reizen ausgesetzt sind.

Es wäre daher eine Missdeutung, die Begriffe „Reizgesellschaft“ und „Homo stimulus“ ausschließlich mit einer geschickteren Manipulation, sei es aus wirtschaftlichen oder politischen Zwecken, in Verbindung zu bringen. Da wäre eine erschreckende Fahrlässigkeit, denn tatsächlich steht eine Wahrnehmungsverschiebung, eine neue Menschwerdung im Mittelpunkt, denn mag die Stimulierung auch ursprünglich einen kommerziell-politischen Hintergrund gehabt haben, heute sind die früheren Reizempfänger oft, wenn nicht sogar in der Regel, auch Sender und gehen in einen Reizdialog, man denke nur an jene Millionen die Zerstreuung bei Instagram, Youtube und Co. suchen, über.

Dieser Prozess scheint bei Teilen der Milieus bereits abgeschlossen zu sein, bei anderen sich noch in einem Anfangsstadium zu befinden, über das er vielleicht in manchen Fällen nicht hinausgehen wird.

Langfristig verändert die Reizaussetzung die Denkweise, die Wahrnehmung, die Entscheidungsprozesse und die Kommunikation der Reizempfänger.

Es entsteht der Homo stimulus, der Reizmensch.

Diese Veränderungen der Wahrnehmung hat langfristige Konsequenzen für das Verhältnis des Bewusstseins mit seiner Umgebung. Das legen zumindest zahlreiche Studien nahe.[9] Die Theorie der Reizgesellschaft und des Homo stimulus zieht daraus nur die notwendigen Schlüsse für eine neue Zeit.

Der Mensch wird in Teilen neu programmiert. Durch geschickte Manipulatoren? Nein, auch durch sich selbst, denn er nimmt die moderne Reizgesellschaft in vielen, wenngleich nicht allen, Fällen an und leistet seinen Beitrag.

Dass die Tiefe der Konditionierung milieubedingt und auch individuell unterschiedlich ausfällt, wurde bereits bemerkt. Nur ein Teil der Menschheit hat daher die „evolutionäre" Entwicklung zum

---

[9] Hier handelt es sich nicht um Mutmaßungen. Inzwischen gibt es starke Indizien, welche die These bestärken:

- Mit der Reizüberflutung sinkt die Aufmerksamkeitsspanne (vgl. Studie des Max-Planck-Institutes: https://www.nature.com/articles/s41467-019-09311-w)
  Vielleicht wäre es aber sinnvoller anzumerken, dass sie nicht sinkt, sondern auf kurze und schnelle Reize konditioniert wird.
- Teile des Gehirns werden, laut Beobachtungen, bei intensiver Smartphone Nutzung für Daumen-Reize messbar aktiver und sensibler. Ein positiver Effekt. Generell dürfte die manuelle Geschicklichkeit außerhalb der üblichen Berufe eher zugelegt haben. Das ist aber wiederum nur eine These.
- Manche Studie legt nahe, dass intensive Nutzung von digitalen Medien, die für eine Vielzahl der Reize Verantwortung tragen, Ängste, Aufmerksamkeitsstörungen, Bewegungsmangel oder Depressionen verstärken oder Wahrnehmungsprobleme erst schaffen. Ein Beispiel aus Großbritannien: (https://www.rsph.org.uk/uploads/assets/uploaded/62be270a-a55f-4719-ad668c2ec7a74c2a.pdf)
- Manche Untersuchung will einen Zusammenhang zwischen ADHS und Digitalkonsum nachgewiesen haben: https://jamanetwork.com/journals/jama/article-abstract/2687861

Die Liste lässt sich lange fortsetzen, allerdings steht es außer Frage, dass die Untersuchungen mehr in die Richtung gehen, eine schädigende Wirkung der Reize nachzuweisen, denn eine förderliche. Gerne werden dann auch vorläufige Thesen, wie, dass Bildmedien die Großhirnrinde von Kindern schrumpfen lassen würden, als Tatsache hingestellt. Die Studien lassen diesen Schluss aber nur bedingt zu und weitere Ursachen offen. (Beispiele: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/adb.12570 oder alternativ https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0195549). Da es sich um ein neues Phänomen handelt, liegen natürlich noch keine divers interpretierbaren Langzeitstudien vor und selbst dann wird man in Zukunft vor dem Problem der Vergleichsgruppen stehen.

Wichtig für uns bleibt an die Stelle lediglich, dass die intensivierte Reizüberflutung Folgen hat. Der Mensch wird durch die Reize neu programmiert, und konditioniert. Ob das nun positiv oder negativ zu werten ist, soll uns im Moment nicht interessieren, denn dieses ist in einer vernetzten Welt mit mannigfaltigen Einflussfaktoren nicht so einfach zu entscheiden, wie es manche gerne würden. Vielleicht benötigt die Welt des kollektiven Individualismus weitausweniger der alten, dafür umso mehr der Reizmenschen? Trotzdem bleibt festzuhalten, dass sich um einen beidseitigen, also sowohl von Seiten des Senders, als auch des Empfängers, Gewöhnungs- und Anpassungsprozess handelt.

Homo stimulus. bereits hinter sich. Künftige Generationen werden allerdings in einem Zeitalter des kollektiven Individualismus heranwachsen und damit praktisch von Geburt an mit Reizen konfrontiert werden. Sie werden sich, wollen sie die Vorzüge einer hochtechnologischen Welt der Konditionierung genießen, auch kaum mehr entziehen können.

Mit diesen Erläuterungen wollen wir den Versuch der Abgrenzung und der Definition der Reizgesellschaft abschließen und sogleich um Entschuldigung für die Abstraktion bitten. In der Folge soll nun die Beschäftigung mit der Historie der Reizgesellschaft fortgeschritten werden.

Entwicklung der Reizgesellschaft

Die Reizgesellschaft kam nicht aus dem obskuren Nichts, sondern besitzt eine lange Entstehungsgeschichte.[10] Diese soll nun in der Folge näher beleuchtet werden.

Spätestens im 19. Jahrhundert gewann die Überzeugung, dass der Geist und die Seele des Menschen entbehrlich sind und nur die richtigen Schalter betätigt, werden müssen, um eine bestimmbare Reaktion auszulösen, in der wissenschaftlichen Welt mehr und mehr an Einfluss. Durch die industrielle Revolution vorangetrieben, entwickelte sich langsam ein neues Menschenbild: Das Individuum an sich ist nichts mehr als eine komplexe biologische Maschine. Die einzelnen Bestandteile mussten lediglich verstanden werden, um letztendlich selbst zum Schöpfer werden zu können. Natürlich teilten nicht alle, im Besonderen natürlich die klerikalen Stellen, diese Ansichten und doch setzen sie sich am Ende durch. Der Mensch wurde letztendlich mehr und mehr auf das irdische, das sichtbare reduziert. Wissenschaft contra Mythos und Religion. Erklärbare Materie gegen übersinnliche Seele. Reine Empire gegen innere psychologische Vorgänge. Wenn wir es von der philosophischen Sicht her betrachten wollen, erkennen wir hier Materialismus und seine Spielarten Naturalismus und Realismus in Reinform.[11] Befreit von klerikalen Fesseln, galt es nun das Rätsel Mensch zu lösen und die Folge war ein Hoch der Wissenschaft, Pseudowissenschaft und Populärliteratur in diesem und artverwandten Bereichen.[12]

---

[10] Auf den Umstand, dass dabei unterschiedliche Faktoren miteinander in Wechselwirkung stehen müssen, wurde dabei mehr als einmal deutlich hingewiesen.

[11] Bezeichnenderweise spielt der neue Glaube an die Technik parallel zur Wissenschaft auch in der zeitgenössischen Literatur eine große Rolle und trug dazu bei, das neue Gedankengut in der Öffentlichkeit zu verbreiten. Obwohl viele dieser Werke letztendlich nichts mehr als schwärmerische Utopie darstellten, waren sie doch Teil eines schöpferischen neuen Geistes: Alles ist erklär-, nichts unerreichbar. Zahlreiche, auch heute noch bekannte literarische Werke wie z.B. Mary Wollstonecraft Schelleys „Frankenstein“ (oder der moderne Prometheus, 1818) oder Jules Vernes „Die Reise zum Mittelpunkt der Erde“ (1864) entstanden und faszinierten Generationen.

[12] Erinnern wir hier nur stellvertretend an folgende populäre Ideen, die nachhaltig das Bild des Menschen veränderten. Nicht jede Schrift hält dabei heute noch einer wissenschaftlichen Überprüfung stand. Manche zog sogar schreckliche Folgen nach sich. Es geht daher bei dieser unvollständigen Aufzählung um Einfluss, nicht um wissenschaftlichen Wert:

- Evolutionstheorie (Charles Darwin, 1859)
- Psychoanalyse (Sigmund Freud, ab 1883)
- Anthropogenie (Ernst Haeckel, 1874)
- Vererbungslehre (Georg Mendel, ab 1856)
- Ungleichheit der Menschenrassen (ab Joseph Arthur de Gobineau 1853)
- Massenpsychologie (Gustave Le Bon, 1895)
- Popularisierung des Rassismus (Houston Stewart Chamberlain, ab 1899)
- Popularisierung des Kommunismus (Karl Marx, ab 1849)

Alten Fragen der Philosophie konnten neu formuliert und empirisch erforscht werden. Was macht den Menschen aus? Was ist menschliches Verhalten? Ist es steuerbar? In der Folge näherte man sich diesen Fragen aus verschiedenen Perspektiven, die hier nur zum Zwecke der Veranschaulichung getrennt werden, obwohl ein Separatismus hier wenig Sinn machen sollte:

- Wissenschaft (Massenpsychologie,[13] Individualpsychologie,[14] Biologie,[15] Juristik[16] u.a. Bereiche)
- Wirtschaft (Verkauf, Markenaufbau, Markenführung, Werbung u.a. Bereiche) [17]
- Politik (Politische Propaganda, Werbung, Kommunikation und andere Bereiche)
- Technik (Arten der Kommunikation selbst und deren Mittel)[18]

Diese Bereiche verschmölzen und standen in Wechselbeziehungen miteinander. Erst in der Nische. Später wirkten Politik und Wirtschaft als verschmelzende Elemente[19] und sorgten für die praktische Umsetzung mancher Theorie und damit auch für die Aussendung von Reizen.[20] Konkurrierten diese beiden Machtfaktoren bis zum 2. Weltkrieg noch, erringt spätestens nach dem Ende des

---

[13] Starken Einfluss hatte Ein Meilenstein ist hier sicher Gustave Le Bons „Psychologie der Massen" von 1895. Le Bons gilt als Gründer der Massenpsychologie. Selbst von Charles Darwin und Ernst Haeckel tief beeinflusst, strahlte er wiederum nicht nur auf Siegmund Freud, der sich in seinem Werk „Massenpsychologie und Ich Analyse" von 1921 ganz direkt auf den Franzosen bezieht, sondern auch auf Hitler und Stalin aus. Gerade die Passagen zur Propaganda in Hitlers „Mein Kampf" weisen erstaunliche Parallelen zu Le Bons Werk auf.

[14] Obwohl es auch Vorläufer gibt, wird diese in der Regel auf Sigmund Freud zurückgeführt. Seitdem wurde dieser Sektor vielfach ausgebaut und kennt zahlreiche Einzeldisziplinen.

[15] Diese beginnt mit Darwin und setzt sich bis zur Hirnforschung fort.

[16] In dem Sinne, dass sie die Beziehungen zwischen Menschen und deren Verhalten gesetzlich regeln muss. Die Fragen nach beispielsweise Geschäftsfähigkeit, Willen, Mündigkeit oder Zurechnungsfähigkeit sind dort von entscheidender Relevanz.

[17] Das Wort „Verkauf" mag profan klingen, allerdings gilt es, solange nicht ein totaler Verkäufermarkt, gepaart mit einem Monopol oder zumindest ein Oligopol besteht, die jeweilige Ware auch an den Mann zu bringen. Hierfür bedurfte es wiederum entsprechender Überlegungen, die immer weiter verfeinert wurden.

[18] Der Reiz muss immer auch seinen Weg zu den Empfängern finden. Der technische Fortschritt ermöglichte es, diesen immer weiter zu verbreitern und auszubauen.

[19] Kritiker mögen hier einwenden, dass diese bipolare Darstellung beispielsweise noch durch die freie Presse ergänzt werden könnte, allerdings wollen wir uns einerseits nicht in zu vielen Details verlieren und andererseits kann durchaus argumentiert werden, dass bei einem Primat der Politik in der Regel auch die Presse unter Kontrolle gebracht wurde, während bei einem Primat der Wirtschaft diese auch als Marktteilnehmer betrachtet werden kann. Tatsächlich gibt es diese klare Abgrenzung auch nicht und sie dient lediglich zur Vereinfachung-

[20] Während beispielsweise in den USA das kapitalistische Wirtschafssystem sehr schnell eine dominierende Rolle in der Reizaussendung einnahm, spielte der Staat in Europa und der übrigen Welt oft eine wichtigere Rolle. Extrem zeigte sich hier natürlich der faschistische und der kommunistische Block.

grausamen Schlachtens der Kapitalismus das Primat der Praxis, beginnt die Wechselwirkungen zu dominieren und richtet diese auf sich aus. Zumindest in der westlichen Welt, während in der sozialistische Einflusszone die Reizsendung und praktische Nutzen der Erkenntnisse weiter von der politischen Ebene gestaltet wurde. Diese östliche Entwicklung soll uns aber weniger interessieren. Stattdessen betrachten wir die westliche Welt nach dem Ende des 2. Weltkrieges. Hier lassen sich folgende, vom wirtschaftlichen System geprägte, Phasen erkennen:[21]

- Ab 1950: Orientierung beim wirtschaftlichen Marketing an der Produktion aufgrund einer Nachkriegsnachfrage. Diese ist – nach dem Krieg - so groß, dass sich die Produkte praktisch von alleine verkaufen. Große Bewerbungen sind gar nicht nötig.

  Auch auf dem politischen Feld ist die Bevölkerung für ein angemessenes Angebot politischer Inhalte dankbar und akzeptiert diese. Gerade in Ländern wie West-Deutschland ist nach den Erfahrungen mit der nationalsozialistischen Propaganda Zurückhaltung praktisch Staatsräson.[22] Die Reizbeeinflussung ist noch stark, auf wenige Medien und die Öffentlichkeit beschränkt[23]. Ein Entzug ist einfach und die Reize werden sogar in direktem Zusammenhang mit steigendem Wohlstand und Massenkonsum gebracht.[24]

- Ab 1960: Orientierung an Verkaufsmethoden und Vertrieb. Die Nachfrage ist noch immer gigantisch, allerdings wird es nötig, sich dem Kunden in Erinnerung zu rufen. Wissenschaftliche Erkenntnisse zur Beeinflussung gewinnen an Bedeutung.[25]

---

[21] Angemerkt sei, dass diese zeitliche für einzelne Länder des Westens leicht variieren können.

[22] Zudem kristallisierte sich mit dem aufziehenden kalten Krieg ein klares äußeres Feindbild heraus, das für politische Botschaften gewinnbringend genutzt werden konnte.

[23] Hier reden wir konkret von Medien wie beispielsweise Zeitungen, Anzeigenblättern, Werbung am Point of Sale bzw. der näheren Umgebung oder dem Radio. Das Fernsehen startete zwar in vielen westlichen Ländern, wenn man einmal von kurzweiligen Experimenten in den 30ern absah, in der Regel bereits in den 50ern, erreichte aber nur einen Bruchteil der Konsumenten.

[24] Es gab sogar die populäre These, dass der Massenkonsum die gesellschaftlichen Hierarchien der Gesellschaft beseitigen würde. Quasi der kapitalistische Sozialismus.

[25] Die Grundlagen des Marketings sind natürlich weitaus älter, denn sie sind so alt, wie es das Verkaufen an sich ist. Betrachten man nur das Ende des 19. Sowie den Anfang des 20. Jahrhunderts, findet sich auch in Gustave Le Bons „Psychologie der Massen“ von 1895 finden wir ganz konkrete Überlegungen in diesen Bereich;

„[..] Eine der wichtigsten Aufgaben der Staatsmänner besteht also darin, die Dinge, die die Massen unter ihren alten Bezeichnungen verabscheuen, mit volkstümlichen oder wenigstens bedeutungslosen Namen zu taufen. Die Macht der Worte ist so groß, dass gutgewählte Bezeichnungen genügen, um den Massen die verhasstesten Dinge annehmbar zu machen. [..]“

Die Grundlagen waren daher schon vorhanden. Nun ging es vielmehr um die konkrete Umsetzung und dafür lieferten Theorien wie der Behaviorismus neue Ansätze.

Gleiches gilt für das politische Marketing. Noch ist ein Großteil der Gesellschaft mit dem Angebot zufrieden, allerdings beginnt zur Mitte und zum Ende des Jahrzehnts die erste Nachfrage nach politischen Gütern zu entstehen, die durch das bisherige Angebot nicht mehr befriedigt werden kann. Erste politische Bewegungen jenseits des etablierten Spektrums werden von einer breiten Öffentlichkeit wahrgenommen.[26]

Die Methoden der Reizübermittlung werden größer, denn das Fernsehen findet immer mehr Verbreitung. Als unangenehm werden sie noch nicht empfunden. Vielmehr ist man in vielen westlichen Ländern noch sehr zufrieden mit dem errungenen Wohlstand und Konsum.[27]

- Ab 1970: Orientierung am Markt. Die Nachfrage ist gesättigt und die Produzenten werden gezwungen, die Bedürfnisse der Konsumenten genauer zu erforschen und zielgerichtete Angebote zu machen. Hierzu gehört auch, die oft theoretischen Kenntnisse über das Verhalten des Menschen, die teilweise bereits im 19. Jahrhundert etabliert wurden, tiefer und experimentell (z.B. Verhaltensforschung, Hirnforschung usw..) zu untersuchen. Parallel dazu tritt die Kritik am Massenkonsum aus der Nische endgültig heraus.

  Der politische Markt folgt erst einmal der veränderten Marktlage: Die etablierten politischen Kräfte passen sich teilweise erfolgreich an und dort, wo das nicht gelingt, etablieren sich mehr und mehr außerparlamentarische Oppositionsbewegungen als neue Anbieter. Inzwischen ist es offensichtlich, dass sie dauerhaften politischen Einfluss ausüben werden. Ihr Marsch durch und in die Institutionen steht bevor.

  Konkrete Reizsetzung ist nun von Nöten, um Produkte, seien sie wirtschaftlich oder politisch, veräußern zu können. Trotz der wachsenden Kritik an der Reizsetzung, sind die etablierten Medien dazu ein gutes Mittel, da sie den Markt für die Anregungen klar beherrschen.[28]

- Ab 1980: Orientierung am Wettbewerb. Der Markt ist hart umkämpft und Marktanteile gewinnt derjenige, der Alleinstellungsmerkmale präsentieren kann. Image und Markenführung

[26] In den 60er Jahren entwickelt sich ein Generationenkonflikt, der seine Entladung u.a. in den Protesten gegen den Vietnamkrieg oder in anti-kapitalistischen Bewegungen fand. Politische Impulse und Alternativen entstanden so außerhalb des Establishments. Diese waren erst einmal lautstark, sollten aber noch ihre Wirkung entfalten. Mit diesen neuen Milieus wusste man lange nicht umzugehen.

[27] Die These der gesellschaftlichen Vereinheitlichung durch Massenkonsum wird allerdings fallengelassen und mehr oder weniger nun das Gegenteil postuliert: Spätestens ab 1965 wird auch dieser Ansatz kritisch betrachtet werden.

[28] Kritik ist ein Stilmittel der Zeit. Hier zwischen Politik und Wirtschaft zu trennen, wäre sinnbefreit, denn es handelte sich um ein umfassendes Hinterfragen des westlichen Systems.

werden immer wichtiger. Parallel werden die Wahrnehmungsmechanismen des Gehirns noch intensiver erforscht und finden in der Bewerbung ihre Anwendung.[29]

Analog entstehen auch mehr und mehr politische Mitspieler, die Marktanteile (= Wählerstimmen) auf sich vereinigen können. Die etablierten politischen Kräfte versuchen die nicht gesättigte Nachfrage nach politischen Gütern (z.B. Umweltschutz) in ihren bisherigen Markenkern mitaufzunehmen, was aber nur teilweise gelingt. Das politische Marketing orientiert sich mehr und mehr am wirtschaftlichen.

Reize durch Werbung sind inzwischen allgegenwärtig und Teil der Konsumgesellschaft. Die Kritik daran ist inzwischen gesellschaftsfähig, trotzdem werden die Anregungen akzeptiert.[30]

- Ab 1990: Orientierung an den Milieus. Die Gesellschaft hat sich in den letzten Jahrzehnten verändert. Kunden müssen individuell in ihrer Lebenswirklichkeit angesprochen werden. Nur die wenigsten Produkte funktionieren noch von alleine, die Konkurrenz ist groß. Die mutmaßlichen Erkenntnisse aus der Verhaltens- und Hirnforschung gelten mittlerweile als unverzichtbar. Durch die entstandenen Milieus können Konsumkritik und ungezügelter Massenkonsum bequem nebeneinander existieren.[31]

  Parallel orientiert sich auch die Politik immer mehr an den Milieu-Modellen, um die Menschen zu erreichen. Auch hier hat sich der Konkurrenzkampf erhöht. Immer mehr setzt sich die Überzeugung durch, dass Image und Markenführung wichtiger ist, als das Produkt, in diesem Fall die politischen Inhalte, selbst. Die Anwendung von Manipulationstechniken über Sprache und Bilder erreicht einen Höhepunkt.[32]

  Politik, Medien und Wirtschaft reizen die Möglichkeiten der Reizübermittlung durch vorhandene Kommunikationsmittel nun aus und erreichen ein maximales Level der Perfektion. Das Mobiltelefon und das Internet verheißen aber ein Ende dieser Dominanz, wenngleich diese neuen Möglichkeiten noch eine untergeordnete Rolle spielen.

---

[29] Hierzu gehören beispielsweise Elemente wie die „Augenkamera“, die genau verfolgt, welche Waren in einem Supermarkt ein Kunde wie und wie lange wahrnimmt, woraus wiederum geschlossen wird, wie die Konsumgüter in den Regalen am verkaufsfördernden eingeräumt werden könnten.

[30] Die gesellschaftliche Lage hatte sich beruhigt, während parallel Die politische Alternative zum Westen, das kommunistische System, massiv an Attraktivität verlor und es sich mehr und mehr abzeichnete, dass dieses vor dem Zusammenbruch stand. Zudem wuchs eine neue Generation heran, die bereits in eine Konsumgesellschaft hineingeboren war. Die Milieus veränderten und spalteten sich.

[31] Wobei die Seite des Massenkonsums klar die größere ist. Selbstverwirklichung wird immer wichtiger.

[32] Heute würde man diese Techniken z.B. als Framing oder Priming bezeichnen.

Begriffe wie „Reizüberflutung“ sind bereits in die Alltagsprache eingedrungen, allerdings wuchsen bereits die beiden letzten Generationen mit dieser heran und sehen daher, trotz der Steigerung der Intensität der Stimuli, oft keine Notwendigkeit der Entziehung.[33]

- Ab 2000: Erweiterung der sich stetig entwickelten Milieubetrachtung durch neue Medien und Technologien. Die digitale Welt erweitert die Möglichkeiten die Kunden zu erreichen massiv und eröffnet ganz neue Perspektiven auf allen Ebenen. Zudem ergeben sich völlig neue Märkte und Geschäftsfelder, welche die bisherigen wirtschaftlichen und politischen Machtverhältnisse langsam ins Wanken bringen[34] Verhalten wird immer mehr zum Produktionsfaktor und der Verhaltenskapitalismus beginnt sich als neue Spielart des Kapitalismus zu verankern.[35]

  Die Welt dreht sich schneller und die Zersplitterung der Milieus durch den Zeitenwandel setzt eine kaum absehbare Dynamik frei. Das Sichere wird in Frage gestellt. Ein Umstand der die Saat der Entfremdung streut, die im folgenden Jahrzehnt aufgehen soll.

  Im Gegensatz zur Wirtschaft reagiert die politische Welt auf die technische Veränderung und den Zeitenwandel mit deutlicher Verzögerung[36] und verlässt sich lieber und zu lange auf einzelne, alternde Milieus, die einer bestimmten politischen Partei, oft unabhängig vom Inhalt, die Treue halten.

  Zudem unterliegt man der Illusion, dass der starke Einfluss auf jene Kräfte, welche die Mehrheit der Bevölkerung bislang als Informationsmittel (z.B. Zeitungen, Fernsehen) genutzt haben, auch künftig die Kommunikation dominieren wird. Dass aus einer beherrschbaren kleinen Engstelle, die alle Schiffe passieren müssen, langsam erst ein breitet Fluss wurde, der zum Ozean wird, erkennen sie nicht oder viel zu spät. Die digitale Welt bleibt so lange fremd und unverständlich, obwohl sich Mobiltelefone und Internet unübersehbar durchsetzen und moderne Smartphones spätestens ab 2007 massiv an Marktanteilen im mobilen Bereich gewinnen.

---

[33] Für die 90er wird oft der Begriff der „Spaßgesellschaft“ verwandt, um sie global für westliche Länder zu beschreiben. Diese pauschale Bezeichnung ist natürlich nicht richtig, wenngleich sie auch, in dem sie das entstandene hedonistische Milieu in den Vordergrund rückt, auf massive gesellschaftliche Veränderungen hinweist.

[34] Beispielsweise erlebten die in den 90ern gegründeten heutigen Technologieriesen Google (1998), Ebay (1995) und Amazon (1994) in dieser Periode ihren Durchbruch, während andere wie Facebook (2004) oder Youtube (2005) erst gegründet wurden.

[35] First Foundations of Behavioral Capitalism: A New Variety of Capitalism Gains Power and Influence, Andreas Herteux, Erich von Werner Verlag, 2019, ISBN 978-3981900675, DOI 10.5281/zenodo.3469568

[36] Diese Bezeichnung ist bereit euphemistisch, denn in Wahrheit reagieren große Teile des politischen Establishments gar nicht und verstehen den Zeitenwandel nicht.

Aus der Reizüberflutung ist inzwischen ein Reizbombardement geworden. Da jedoch Generationen daran gewohnt sind, spielt diese Steigerung, außerhalb bestimmter Milieus, kaum mehr eine relevante Rolle in der Medienkritik. Zudem werden auch Möglichkeiten der dialogischen Reizsetzung etabliert. Es handelt sich immer weniger um eine einseitige Kommunikation, sondern die aktive Anforderung von Reizen spielt eine zentrale Rolle in der neuen Reizgesellschaft.

- Ab 2010: Die Märkte haben sich komplett verändert. Der Kunde hat nun umfassende Möglichkeiten der Information. Internetnutzung und das Smartphone sind Teil des Alltags.[37] Der Markt ist nun wahrhaftig transparent, was völlig neue Strategien erfordert.

  Das Abschöpfen individueller Daten und die Bedürfniserkennung des einzelnen Kunden rückt in den Mittelpunkt. Um diese zum Maximieren wird der Kunde maximal eingebettet und entsprechende Informationen werden abgeschöpft. Mit dieser Methode können längst nicht alle Kunden und Lebenswirklichkeiten erreicht werden, aber doch ein stetig wachsender Anteil.[38] Das Prinzip des Reizdialogs, nach dem Reize auch von den früheren Empfängern (= Kunden, Wähler, Interessenten, Konsumenten usw..) angefordert werden verändert die Kommunikation nachhaltig.

  Der Verhaltenskapitalismus ist fest etabliert und gewinnt immer mehr an Macht und Einfluss.[39]

  Die etablierten politischen Kräfte orientieren sich noch immer überwiegenden an den veralteten Milieumodellen. Den erstarkten Milieukampf und die weitere Erosion der Lebenswirklichkeiten nimmt sie nicht mehr oder nur am Rande wahr. Hatte sich die Politik den wirtschaftlichen Werbemethoden einst angenähert und sie übernommen, so zeigt sie nun zu wenig Bereitschaft, sich mit den neuen Möglichkeiten auseinanderzusetzen.

---

[37] Es genügt allein eine einfache Fahrt in der Straßenbahn einer Großstadt und die Beobachtung, dass eine große Anzahl der fahrenden sich dauerhaft mit dem Smartphone beschäftigen wird und das Wissen, dass ganze Generationen auf diese Art und Weise geprägt werden oder schon wurden.
Selbstverständlich lässt sich dieses auch mit Zahlen untermauern, denn gab es in Deutschland im Jahr 1999 noch unter 25 Millionen Mobilfunk-Verträge waren es im Jahr 2018 etwas weniger als 130 Millionen. Eine beeindruckende Zahl mit einer klar erkennbaren Tendenz:
Es ist gar nicht vorgesehen, sich diesen Reizen zu entziehen, sondern im Gegenteil, werden diese gewollt und, in Form des Gerätes, immer bei sich getragen. Vielleicht besteht teilweise auch schon eine gewisse Abhängigkeit.

[38] Letztendlich ist es nur eine biologische Frage, bis jede lebende Generation in einer Welt voller Reize aufgewachsen sein wird.

[39] Erste Grundlagen des Verhaltenskapitalismus: Bestandsaufnahme einer neuen Spielart des Kapitalismus, von Andreas Herteux, erschienen im Erich von Werner Verlag, 2019, ISBN 978-3981900651, DOI 10.5281/zenodo.3469587

Bewährte Reize und Kommunikationsformen verlieren an Wirksamkeit. Die digitale Welt wurde als Informationsquelle ebenso unterschätzt, wie die Wirkung der bisher erfolgreichen Medien (z.B. Fernsehen) noch immer überschätzt wird.

Auf die neuen Arten der Kommunikation, sowie auf den Zeitenwandel generell, ist man nicht ausreichend vorbereitet und trifft so strategische Fehlentscheidungen, die zu einer Entfremdung und einer falschen Einschätzung der Bedürfnisse der Wähler führen. Die Folge ist der massive Verlust an Marktanteilen (=Wählerstimmen) und die Chance für neue politische Kräfte, die nicht unbedingt in Parteienform auftreten müssen, diese schnell zu gewinnen.

Die stetige Präsenz von Reizen ist für große Teile der Milieus bereits Normalität und wird nicht als unangenehm wahrgenommen. Im Gegenteil setzt man sich diesen gerne freiwillig aus, solange diese die eigenen Bedürfnisse befriedigen. In vielen Fällen sind die Reize sogar ausdrücklich erwünscht und ihr Fehlen wird als Mangel betrachtet.[40]

Die Kombination aus Verhaltenskapitalismus und Reizgesellschaft leitet eine neue Ära ein: Den kollektiven Individualismus.

- Das Zeitalter des kollektiven Individualismus: Versuch den Kunden vollständig einzubetten und seine Bedürfnisse unmittelbar zu erfahren und möglichst zeitnah zu erfüllen. Hierfür ist eine dauerhafte Datenabschöpfung durch digitale Vernetzung unabdingbar. Individuelle Steuerung über Algorithmen und Bots in der eigenen digitalen Lebenswirklichkeit bei gleichzeitiger Verschmelzung der digitalen und der realen Welt. Der Konsum wird individueller und ist es dennoch nur zum Schein, da die Methoden kollektiv gesteuert werden. Die vollständige Etablierung des kollektiven Individualismus scheitert aber noch an den Milieukämpfen. Er ist daher als unvollständig zu betrachten. Das Leben in einer eigenen Welt, wird aber in großen Teilen möglich sein.

  Das politische Establishment verliert weiter an Marktanteilen und wird teilweise in der Bedeutungslosigkeit verschwinden, wenn keine radikale Kehrtwende gelingt. Einzelne Parteien und neue Bewegungen schaffen den Anschluss an die Moderne, verfügen aber nicht über die gleichen Daten und Einbettungsmechanismen wie die etablierten Konzerne. Es werden sich daher neue Formen des politischen Marketings etablieren.

[40] Internetsucht ist mittlerweile auch als Krankheit (Klassifikation nach ICD-11) anerkannt. Die Smartphone-Abhängigkeit könnte dieser bald folgen. Selbstverständlich ist aber nicht jeder, der sehnsüchtig auf die nächste Nachricht wartet oder seine Likes bzw. den Status überprüft, als krank zu bezeichnen. Wir reden hier von Extremen.

Über die entsprechenden Verhaltensdaten verfügen aber die Konzerne und die Frage, ob diese Unternehmen in Zukunft daher nicht noch einen weitaus größeren Einfluss auf die bestehende Ordnung haben werden, als sie sie bereits haben, muss durchaus gestellt werden.[41] Generell geht die Tendenz aber dazu, dass sich in der westlichen Welt das Primat der Wirtschaft durchsetzen wird, während im gelenkenten Kapitalismus östlicher Prägung, die Politik den Willen aufzeigt, den Verhaltenskapitalismus zu dominieren. Man denke hier nur an Chinas soziales Kreditsystem. Das beide Welten brutal und unvermeidlich aufeinandertreffen werden, sei erwähnt, aber für diese Schrift nicht relevant.

Die Technik schreitet weiter voran und verbessert die Kommunikationsmethoden und die Möglichkeiten der Einbettung. Die Reize erfolgen nun dauerhaft in beide Richtungen. Der ursprüngliche Sender (Verkäufer, politische Kraft, Medium usw..), dessen Rolle irgendwann vollständig von einer KI übernommen werden dürfte, regt den ursprünglichen Empfänger (Kunde, Wähler, Interessent usw..) an und der Homo stimulus sendet wiederum stetig Bedürfnisimpulse, ohne dass dieses Vorgehen von der breiten Maße hinterfragt werden wird. Es entsteht ein Dialog, der alte Marketingmethoden final ersetzt. Da der Reizaustausch dem eigenen Verlangen dienlich ist, werden sie als positiv wahrgenommen. Sie dienen letztendlich der Bedürfniserforschung und Bedienung und mündet in einer individualisierten Wirklichkeit, in der sich alles um den Homo stimulus dreht und die nur für ihn geschaffen wurde.[42] Letzte Kritik kommt mit dem altern und dem verschwinden älterer Generationen aus der Mode.

Die Form der Impulsübermittlung könnte sich dabei auch weiterentwickeln, denn wenn bislang die Wirkung von Stimuli beschrieben wurde, entstand der Eindruck, dass diese zwangsläufig extern einwirken. Dieses wird die nahe Zukunft für einen großen Teil der Bevölkerung auch überwiegend prägen.

Die Wahrscheinlichkeit, dass der Homo stimulus bald nicht nur externer, sondern vermehrt auch internen Reizen ausgesetzt werden wird bzw. sich diesen freiwillig aussetzt ist gegeben. Das bedeutet nichts weniger, als dass das Innere des Körpers direkt beeinflusst wird, wobei der Hinweis erfolgen soll, dass der Begriff „Reiz“ nun maximal weit gefasst werden muss.

Der Gedanke, dass steuernde Reize direkt im Körper, bevorzugt wohl im Gehirn, ausgelöst werden, ist ein unpopulärer, aber trotzdem ein realistischer. Hier wäre eine Vermischung des Menschen mit der Maschine ebenso denkbar, wie chemische oder genetische Impulssetzungen.

---

[41] Dieses ist natürlich eine mögliche Zukunft, ob es dazu kommen wird, ist abzuwarten. Die Tendenz ist vorhanden.

[42] Da die Welt zwar individuell ist, sie aber für alle nach den gleichen Regeln gebildet wird, sei daran erinnert, dass wir dieses Zeitalter, das des kollektiven Individualismus nennen.

Der technologische Wandel, den der Zeitenwandel mit sich bringt, wird in einigen Jahren Eingriffe erlauben, die heute noch absurd wirken aber teilweise bereits vor dem Durchbruch stehen. Die gezielte Stimulanz des Gehirns ist zudem keine Unbekannte mehr. Man denke hier beispielsweise nur an die aktuellen Erkenntnisse bei aktiven Prothesen, bei denen Implantate unter der Haut, eine koordinierte elektrische Stimulation, also einen Reiz, auslösen, die wiederum die entsprechenden Impulse an die dazugehörigen Nervenzellen im Gehirn senden und so dem betroffenen Menschen wieder ein Mehr an Beweglichkeit schenken. Experimente, bei denen elektrische Reize den Bereich des Gehirns, dass für Ängste und Nervosität zuständig ist, bearbeiten, waren so erfolgreich, dass die Behandlung schweren Depressionen mit Hilfe von implantierten Elektroden inzwischen seit mehr als 10 Jahren erfolgreich angewandt wird, um schwerste psychische Störungen zu bekämpfen.[43] Tiefe Hirnstimulation könnte ein Modetrend werden. Die Entwicklung von der Reparatur und Lebensverlängerung hin zur Optimierung wird mit Sicherheit einer.

Ob nun durch Chemie, Implantate, körperliche Vernetzung oder sonstiges - die Optimierung des Menschen hat gerade erst begonnen. Manche Milieus werden davon schneller profitieren, manche später und wiederum andere vermutlich nie. Aufzuhalten ist dieser Aspekt des Zeitenwandels aber nicht. Der interne Reiz ist damit bereits Wirklichkeit und wenn wir genauer darüber nachdenken, war er es doch schon immer. Denken Sie nur an Medikamente gegen Depressionen oder Drogen. Was ist das weniger, als ein biochemischer Eingriff, der letztendlich wesens- und verhaltensverändert wirkt?[44] Der Unterschied liegt, wie bereits betont allerdings darin verborgen, dass nun keine Schwächen ausgeglichen, sondern der Mensch mehr denn je optimiert werden wird.

---

[43] Zwar klingt die Zahl von bislang 200 Patienten weltweit nicht beeindruckend, allerdings ist ein Anfang gemacht. Die Risiken, des, man verzeihe die profane Ausdrucksweise, Loches im Kopf, sind dagegen überschaubar, die Verheißung dagegen, langfristig nicht nur Krankheiten zu bekämpfen, sondern auch die Leistung zu steigern, dagegen enorm.

[44] Doch das sollte nur ein Exkurs sein und letztendlich ist davon nur zweierlei mitzunehmen:

- Dass der technologische Aspekt des Zeitenwandels nicht nur die externen, sondern auch interne Impulse intensivieren wird. Welche genau sich durchsetzen werden, muss allerdings heute noch offenbleiben. Die klassischen Reize von außen werden allerdings aber weiter die dominantere Rolle einnehmen
- Und hoffentlich nehmen Sie, werter Leser, für sich auch eine gewisse Neugier auf diese neuen Technologien mit. Informationen finden sich viele. Es ist oft schon heute weitausmehr möglich, als es selbst die kühnsten Träume vermuten lassen

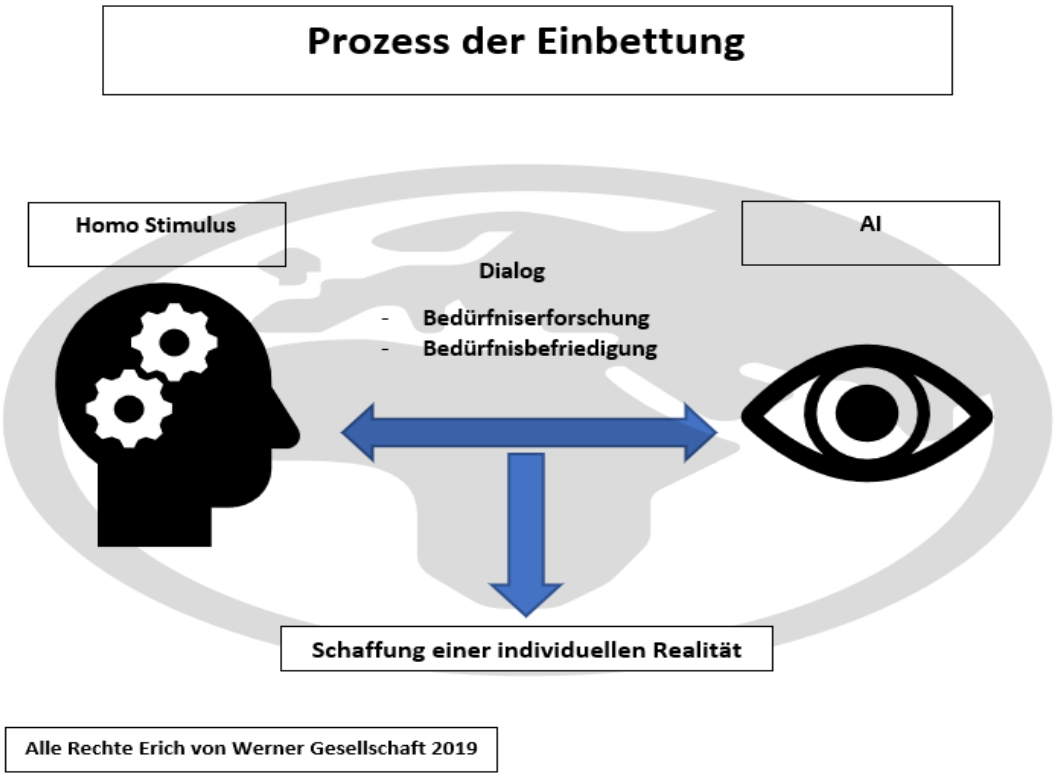
Implementierung der Reizgesellschaft

Soweit zu unserem kurzen Streifzug durch die Geschichte und die mögliche Zukunft der Reizgesellschaft, die letztendlich immer auch Teil der des kollektiven Individualismus selbst ist. Dass die Kürze der Darstellung immer auch eine Konzentration von Informationen verlangt, gehört zur Natur der Sache.

Am Ende ging es um die These der Reizgesellschaft und des Homo stimuli und nur um diese. Es lässt sich in der Summe feststellen, dass sich Anzahl und Intensität der Reize seit dem Ende des 2. Weltkrieges massiv gesteigert haben und die Anregung heute für ganze Milieus praktisch unverzichtbar ist. Die Reizgesellschaft ist daher Realität. Gleiches gilt für den Verhaltenskapitalismus, der von ihr nicht zu trennen ist. Für den Homo Stimuli sind die intensivierten Reize zum unverzichtbarer Teil des individuellen Lebens betrachtet werden. Er fordert sie sogar ein. Der Mensch wurde konditioniert und trainiert. In der Regel darauf, eine Vielzahl von kurzen, schnellen Reizen innerhalb einer kurzen Zeitspanne zu verarbeiten. Diese Angewöhnung ist aber kein Teil einer zielgerichteten Verschwörung,[45] sondern vielmehr im Laufe einer Entwicklung, in der mannigfaltige Kräfte und ihre Wechselwirkungen erst aufeinandergetroffen sind und später durch den Zeitenwandel dynamisiert wurden.

[45] Derartige „Umerziehungsthesen“ werden bei der Beobachtung eines solchen historischen Ablaufes immer wieder vorgebracht. Der Glaube, dass eine einzelne Kraft oder gar einzelne Menschen dauerhaft einen solchen Einfluss ausüben können, ist absurd. Vielmehr unterliegen alle Menschen diesem Prozess. Manche profitieren, andere nicht. Verhindern lässt er sich nicht.

Der so entstehende Homo stimulus wird nicht nur an die Anregungen gewöhnt sein, sondern fordern sie auch und ist bereit mit eigenen Reizen zu reagieren und so einbettende Kommunikationen und Handlungen zu ermöglichen.



Er tritt in den Dialog mit dem Ziel der eigenen Bedürfniserforschung- und Erfüllung. Dieser Dialog ermöglicht ihm ein maximales Level persönlicher Selbstverwirklichung und das Schaffen einer eigenen Realität, die ihn im Mittelpunkt hat.

Die Frage künftiger Diskussionen wird daher nicht sein, wie sich der Homo stimulus verhindert lässt. Nein, er ist bereits Realität und mit jeder neuen Generation wird sein Anteil wachsen. Nein, die Diskussion muss sich darum drehen, wie das Leben im Zeitalter des kollektiven Individualismus gestalten werden soll und welches Maß an Selbstbestimmung erhalten bleiben muss. Es geht um viel, wenn nicht um alles.

Referenzen:

(Studien werden nicht separat aufgeführt, sondern im Text verlinkt. Erwähnungen oder Verweise auf Standardwerke im historischen Kontext werden ebenfalls mit einem Verweis auf diese abgehandelt)

- „Die Psychologie der Massen“, Gustave Le Bon, Nikol Verlags-GmbH, 2008, EAN EAN:9783868200263
- "Erste Grundlagen des Verhaltenskapitalismus: Bestandsaufnahme einer neuen Spielart des Kapitalismus", von Andreas Herteux, erschienen im Erich von Werner Verlag, 2019, ISBN 978-3981900651, DOI 10.5281/zenodo.3469587.
    - "First Foundations of Behavioral Capitalism: A New Variety of Capitalism Gains Power and Influence", Andreas Herteux, Erich von Werner Verlag, 2019, ISBN 978-3981900675, DOI 10.5281/zenodo.3469568
    - "Premiers fondements du capitalisme comportemental: Un inventaire d'une nouvelle variété de capitalisme", Andreas Herteux, Erich von Werner Verlag, 2019, ISBN 9783981900682, DOI 10.5281/zenodo.3517802
    - "Le prime basi del capitalismo comportamentale: Inventario di una nuova varietà di capitalismo", Andreas Herteux, Erich von Werner Verlag, 2019, ISBN 9783948621025, DOI 10.5281/zenodo.3517835
    - "Primeiras Fundações do Capitalismo Comportamental: Um inventário de uma nova varied-ade de capitalismo", Andreas Herteux, Erich von Werner Verlag, 2019, ISBN 9783948621018, DOI 10.5281/zenodo.3517837
    - "Primeros fundamentos del capitalismo conductual - Un inventario de una nueva variedad de capitalismo," Andreas Herteux, Erich von Werner Verlag, 2019, ISBN 9783948621001, DOI 10.5281/zenodo.3517839
    - "Первые основы поведенческого капитализма: Инвентаризация нового разнообразия капитализма", Andreas Herteux, 10.5281/zenodo.3517841
    - De eerste stichtingen van het gedragskapitalisme - Een inventaris van een nieuwe variëteit van het kapitalisme, Andreas Herteux, Erich von Werner Verlag, 2019, ISBN 978-3-948621-03-2, DOI 10.5281/zenodo.3521230

- Pierwsze fundamenty kapitalizmu behawioralnego - Inwentaryzacja nowej odmiany kapitalizmu, Andreas Herteux, Erich von Werner Verlag, 2019, ISBN "978-3-948621-05-6 DOI 10.5281/zenodo.3521294

- „The Alternative Hegemony Model (AH Model): The "invisible hand" of nurture for the better“, Andreas Herteux, Erich von Werner Verlag, 2019, ISBN 978-3-9819006-1-3, DOI 10.5281/zenodo.1894461
    - „Das Alternative Hegemonie Modell (AH-Modell): Die unsichtbare Hand der Erziehung zum Guten“, Andreas Herteux, Erich von Werner Verlag, 2019, ISBN 978-3-9819006-4-4, DOI: 10.5281/zenodo.1894403

- „Grundlagen der Weltenphilosohpie, Andreas Herteux,“ Erich von Werner Verlag, 2015, ISBN 978-3945509029
- „Identitätsorientierte Führung einer politischen Marke: In der Theorie und am praktischen Beispiel der Freien Demokratischen Partei (FDP)“, Andreas Herteux, Erich von Werner Verlag, 2013, ISBN 978-3639490480