



KOOPERATION STATT KONKURRENZ

BUCHZUSAMMENFASSUNG (D)

Alfie Kohn

No Contest. The Case against Competition

[Why we lose in our race to win]

Houghton Mifflin Company, Boston/New York 1986/1992

0. Definition

Wechselseitig ausschließende Zielerreichung.

Wenn ich siege, verlierst du.

Wenn ich mein Ziel erreiche, kannst du deines nicht mehr erreichen.

Mein Ziel ist, dass du deines nicht erreichen kannst.

Sieger, „Marktführer“ oder „Exportweltmeister“ kann nur einer werden.

I. Menschennatur-Argument wissenschaftlich unhaltbar

Wir werden zuerst zum Wettbewerb *erzogen*, dann so lange *hineingezwungen* (Schule, Marktwirtschaft), bis viele das auch wirklich *wollen*, und dann *glauben* alle, dass dies die unvermeidliche Menschennatur sei. Die Tatsache, dass sehr viele Menschen Auto fahren, veranlasst jedoch auch niemanden zur Behauptung, dass Autofahren genetisch programmiert sei.

Menschen streben von Natur aus nach Zielen; aber ob sie das auf kooperative Weise machen oder im Wettbewerb, darüber sagen unsere Gene nichts aus. (25)

Wenn die „Menschennatur“ der Hauptgrund dafür wäre, dass wir Wettbewerb auch in der Wirtschaft unvermeidbar ist, dann würde es keinen Sinn machen, dass wir die Demokratie als Staatsform gewählt haben, weil die ist sicher genauso viel oder wenig in der Menschennatur wie die Kooperation.

Kurz, wir neigen zum Wettbewerb, weil uns das so gelehrt wurde, weil es alle tun, weil wir nicht auf die Idee kommen, es nicht zu tun und weil Erfolg in unserer Kultur genau dieses Verhalten zu erfordern scheint. (97)

Vor die Wahl gestellt, bevorzugen zwei Drittel befragter 9- bis 10-jähriger Buben und alle Mädchen Spiele, bei denen keine Seite verliert, gegenüber Spielen, bei denen eine Seite gewinnt und die andere verliert. (31)

In Österreich arbeiten 150.000 Menschen ehrenamtlich in Non-Profit-Organisationen – vom Rettungsdienst bis zur Sterbebegleitung.

Wir sind zu beidem fähig > freier Wille, wofür wir uns entscheiden.

II. Ist Wettbewerb effizienter/effektiver?

Eine Sache gut machen zu wollen und besser sein wollen als andere sind zwei verschiedene Dinge. (55)

Beide werden auch als unterschiedlich *erlebt*: Man kann sich entweder auf die Sache konzentrieren oder auf das Triumphieren über andere – letzteres geht oft auf Kosten von ersterem. (56)

„Sie konzentrieren sich so sehr auf das Gewinnen, dass sie von der eigentlichen Sache abgelenkt werden.“ (Robert L. Helmreich, 56)

Wie jede andere extrinsische Motivation führt Wettbewerb nicht zu jenen Ergebnissen, die aus der Freude an der Tätigkeit selbst fließen [intrinsische Motivation]. (60)

Extrinsische Motivationen sind nicht nur ineffektiv, sondern sogar kontraproduktiv: Sie schwächen diejenige Motivation, die tatsächlich zu hohen Leistungen führt. (60)
Leistung leidet unter Wettbewerb wie unter jeder anderen extrinsischen Motivation. (61)
David & Roger Johnson untersuchten 369 Studien zwischen 1898 und 1989, die die Auswirkung von Konkurrenz und Kooperation auf Leistung verglichen. 87% der Studien, die einen Unterschied fanden, fielen zugunsten der Kooperation aus. (205)
„Gegenwärtig gibt es keine Aufgabe, bei deren Lösung kooperative Strategien weniger effektiv sind als Konkurrenzstrategien.“ (48)
Roderic Gorney untersuchte die Leistungen von 58 Kulturen. Leistung wurde breit als Errungenschaften in Kunst, Wissenschaft, Recht und anderen Feldern definiert. Ergebnis: Kein signifikanter Zusammenhang zwischen Wettbewerb und Leistung. (38)

III. Macht Wettbewerb mehr Spaß?

Spiel ist *prozessorientiert*. Das Vergnügen/Lernen kommt aus der Spielaktivität selbst.
Wettbewerb ist *produktorientiert*: Es geht darum, besser zu sein als andere. Das macht nicht Spaß, sondern Stress, es verursacht Angst und Anspannung.
In den USA verlassen oft 80 bis 90 Prozent aller Mitglieder mit 15 Jahren die Sportvereine – so lustig kann es dort nicht sein. (92)
Kinder lernen und spielen lieber kooperativ, sobald sie einmal diese Erfahrung gemacht haben. (50, 93)
Wenn du versuchst zu gewinnen, bist du nicht wirklich im Spiel. (83)
Die meisten Definitionen von Spiel schließen Wettbewerb aus. (82)
Siegesgefühl, Trophäen oder Preisgelder sind dem Prozess extrinsisch. In dem Maß, in dem Wettbewerb durch extrinsischen Druck aufrechterhalten wird, handelt es sich nicht um Spiel.
In diesem Sinn sind Spiel und Wettbewerb antithetisch. (83)
Wer im Spiel vertieft ist, fragt nicht nach dem Ergebnis. (86)
Wettbewerbsorientierte Sportarten führen nicht so leicht zum „Flow“-Gefühl wie andere Sportarten. (90)
Das Übertreffen und Besiegen anderer Menschen kann tatsächlich Freude bereiten, doch die Motivation dieser Freude ist ebenso fragwürdig wie ihre Konsequenz. Unsere Freizeitaktivitäten sollten nicht unsere größten Charakterschwächen befördern. (91)

IV. Stärkt Wettbewerb unser Selbstwertgefühl und unserem Charakter?

Wenn wir über jemanden sagen, dass er sich ständig mit jedem und allen messen muss – „the most competitive person in town“ –, dann empfehlen wir diese Person üblicherweise nicht als guten Freund.
Wir neigen zum Wettbewerb, um fundamentale Zweifel an unseren Fähigkeiten auszuräumen und um letztendlich unser schwaches Selbstwertgefühl zu kompensieren. (99)
Wettbewerbsverhalten ist mehr eine Notwendigkeit als eine Präferenz. (101)
Wettbewerb ist eine Defizit-motivierte Charaktereigenschaft. (101)
Je gesünder eine Person, desto geringer das Bedürfnis zu konkurrenzieren. (102)
We have millions of people who try to feel better by making the next person feel worse. (103)
Wenn wir ein Verhalten als „ungesund“ beschreiben, das Defizit-motiviert ist oder das auf ein geringes Selbstwertgefühl zurückzuführen ist, dann ist „gesunder Wettbewerb“ ein Widerspruch in sich. (104)
Wettbewerbsorientierte Personen sind weit davon entfernt, ein bedingungsloses Selbstwertgefühl zu haben. Sie sind übermäßig davon abhängig, wie gut sie bestimmte Dinge gemacht haben und was andere über sie denken. (107)
In einem Wettbewerb hängt das Selbstwertgefühl vom ungewissen Ergebnis ab, ist bedingt. (110)
Psychoanalytische Gleichung für Leistungssport:
Siegen = Wertschätzung des Trainers = Wertschätzung der Eltern = Selbstachtung.
Eltern zeigen sehr oft (subtil) Enttäuschung, wenn die Kleinen die erwarteten Erfolge nicht nach Hause bringen.
Manche Eltern machen sich diese Strategie auch ganz bewusst zunutze:

Das Wettrennen um „Mamas Liebling“ nützt vor allem Mama. (28)
Nebeneffekt: Wir glauben, dass Liebe eine knappe Ware ist, um die wir wetteifern müssen: „Whose the best little girl in the whole wide world?“ (29)
Ländliche mexikanische Mütter verwöhnen ihre Kinder unabhängig davon, wie viel sie leisten, während US-Mütter streng nach Leistung Liebe vergeben. (36)

Kooperatives Verhalten korreliert positiv mit einer ganzen Reihe von Kriterien für psychologische Gesundheit wie emotionale Reife, Beziehungsfähigkeit, starke persönliche Identität oder Grundvertrauen in andere Personen. (108)

In einer groß angelegten Studienauswertung in Bezug auf die Auswirkung auf das Selbstwertgefühl besagten 87 Studien, dass Kooperation einen positiveren Effekt auf das Selbstwertgefühl habe, nur 1 Studie sprach für die Konkurrenz. (203)

In einer wettbewerbsorientierten Kultur wie der unseren kennt jeder das Gefühl der Scham und des Selbstzweifels, wenn man einen Wettbewerb verloren hat. (109)

„Loser“ ist zum weltweiten Schimpfwort geworden. Nur Gewinnen zählt! (165)

Doch Gewinne sind nicht nur vergänglich, sobald jemand Nummer eins ist, ist er das Ziel von den Rivalen/Herausforderern. Sieger haben sofort Neider und Feinde. Deshalb verweigern viele Menschen unbewusst das Gewinnen. Sie wollen keine Feinde haben. (122)

Siege sind vergänglich. Sie schmecken bald schal und weichen der Leere. Man wird zum Getriebenen: Um die Anerkennung nicht zu verlieren, muss man immer weiter wettkämpfen. Das Leben hat keinen anderen Sinn mehr als von „Kick“ zu „Kick“ zu leben, wobei die Dosis immer höher werden muss. Unbefriedigende Sinnlosigkeit wird zum Lebensziel: Sucht. (112)

Anstatt unser Selbstwert zu erhöhen, führt das Schlagen anderer Menschen zur Notwendigkeit, andere Menschen immer wieder zu schlagen. (113)

The more we compete, the more we need to compete.

Bitterkeit und Unwirschheit sind starke Kennzeichen von Wettkämpfern. (110)

Ein Sportreporter berichtet, dass von allen Schreibern, welche behaupten, dass Wettbewerb charakterbildend wirkt, nicht einer das Wort „Charakter“ definierte, geschweige denn die Behauptung belegte. (115)

Manche Autoren fanden Sportler „mit extremer Charakterstärke“, die Wettbewerbssportarten ablehnten. (115)

Ein Panel von SportmedizinerInnen empfahl, dass Kinder unter 8 bis 10 nicht an Wettbewerbssportarten teilnehmen sollten. (116)

Richtig verstandener Individualismus zeigt sich an Selbstgenügsamkeit, Bewusstheit, Autonomie, Nichtkonformität: **Freiheit / Sein**. (128)

Falsch verstandener Individualismus zeigt sich im Messen-Müssen, Besser-Sein-Wollen, extrinsischer Motivation und Überhang materieller Zielsetzungen: **Egozentrik / Haben**.

VI. Auswirkung auf Beziehungen

Studien zufolge zeigen erfolgreiche SportlerInnen „wenig Interesse an Unterstützung und Fürsorge durch andere, ein geringes Bedürfnis, für andere zu sorgen und geringe Gruppenanschlussfähigkeit. Eine andere Studie zeigt, dass „Freundlichkeit, Sympathie und Uneigennützigkeit“ auffallend abwesend unter erfolgreichen SportlerInnen sind. (135)

Eine dritte besagt, dass stark wettbewerbsorientierte Kinder weniger empathisch sind als schwächer wettbewerbsorientierte Kinder. (139)

Wettbewerb schädigt aufgrund seines Wesens Beziehungen. Ziel einer KonkurrentIn ist, dass die andere ihr Ziel nicht erreicht.

Wenn mein Ziel ist, dass du deins nicht erreichst, wie kann ich da deine Würde achten?
Wenn ich dich vorrangig als jemanden betrachte, den ich übertrumpfen muss, wirst du rasch vom „Du“ zum „Es“, vom Subjekt zum Objekt.

Es ist nur ein kleiner Schritt, dass man will, dass jemand anders ein Ziel erreicht [weil man es selbst erreichen will] und dass man dieser Person generell Schlechtes wünscht. (136)

Die konsequente Fortsetzung dieser a) Entpersonalisierung und b) Dämonisierung ist Krieg.

Konkurrenten ihrer Persönlichkeit, ihres Gesichts, ihrer Subjektivität zu berauben, ist fast eine zwangsläufige Strategie, wenn der Sieg das Ziel ist. (139)

„Wettbewerbsorientierung führt zu Neid gegenüber den Stärkeren, zu Verachtung gegenüber den Schwächeren und zu generellem Misstrauen gegenüber allen.“ (140)

Warum solltest du mir auch vertrauen, wenn mein Ziel Dein Versagen ist? (142)

Sich anderen gegenüber zu öffnen ist Zeichen emotionaler Gesundheit und Beziehungsfähigkeit. Wettbewerb schwächt jedoch das Vertrauen, das die Voraussetzung für das Sich-Öffnen ist. (142)

Feindseligkeit ist jedem intensiven Wettbewerb inhärent, da der Sieg des einen die Niederlage des anderen voraussetzt. (143)

„Wettbewerb ist der verbreitetste Grund für Angst in unserer Kultur.“ (123)

Teufelskreis der Konkurrenz: Individuelles Wettbewerbsverhalten > Feindseligkeit > Isolation > Angst > individuelles Wettbewerbsverhalten (123)

“Anxiety or insecurity is undesirable in itself.” (124)

Entgegen einem weit verbreiteten Vorurteil senkt das Besuchen von sportlichen Wettbewerben nicht das Aggressionspotential, sondern steigert es. Zwischen kriegerischen Nationen und solchen, die Wettkampfsportarten hochhalten, besteht kein negativer Zusammenhang, sondern ein positiver. (144)

„Die wahre Mission des Sports in den USA ist die Vorbereitung junger Menschen auf den Krieg.“ (Präsident Eisenhower) (145)

VII. Kooperation

Kooperative Strukturen führen zu größerer gegenseitiger Zuneigung, vermehrtem Teilen und höherer Hilfsbereitschaft als Wettbewerbsstrukturen. (140)

Sie begünstigen gegenseitige Ermutigung und Unterstützung, Sensibilität, Empathie, Perspektiveneinnahme, Kommunikationsfähigkeit und Vertrauen. (150)

„Unsere letztgültige Sicherheit hängt davon ab, dass wir die hilfsbereite Kooperation auf unsere größten Einheiten ausdehnen: die Staaten.“ Roderic Gorney (155)

„Der Unterschied zwischen Kooperation und Wettbewerb ist der zwischen Einander-Zuhören und Armdrücken.“ (157)

VIII. Cui bono?

Aus der Sicht derer, die das gegenwärtige sozioökonomische System aufrechterhalten wollen, weil sie davon profitieren oder es lenken, ist es günstig, dass sich Menschen als Rivalen betrachten. (85)

**Vorläufige Version, wird weiter bearbeitet
Wien, 4. Jänner 2009**