



FANMEILE. Kunst, Mode und Möbel boten die Beatles 1967 in ihrer psychedelischen Apple Boutique an. Der Andrang war groß, wie auch das Cover dieser Ausgabe zeigt.

Zusammen stehen

Das Anstehen gehört zu den ältesten Kulturtechniken der Menschheit. Warum Warteschlangen Orte geballter Emotion sind und im Einreihen Demokratie geübt wird.

Text: Valerie Zehethofer

Es ist eine moralisch freilich ganz und gar fragwürdige, dennoch sehr nette Anekdote, die der deutsche Autor Timo Reuter in seinem Buch „Warten - Eine verlernte Kunst“ teilt. In Glasgow nämlich soll im Jahr 2012 ein Geldautomat aufgrund eines Defekts große Summen an Geld ausgespuckt haben. Zwar griffen zufällig anwesende Passanten eifrig zu. Nicht aber, ohne sich vorher in einer geordneten Reihe für den Gelegenheitsdiebstahl anzustellen. Nun wissen wir ja, dass man in Großbritannien einen ganz eigenen Zugang zum „Queuing“ hat, mit welcher Konsequenz die Inselbewohner auf dem Warte-Fair-Play beharren, ist dann aber doch erstaunlich. Wen sollte es also wundern, dass auch eine der längsten und am straffsten organisierten Schlangen 2022 in London dokumentiert wurde. Kilometerlang und über viele Stunden warteten Menschen

Foto: C. Maher/Express/Getty Images

damals an der Themse entlang, um von der verstorbenen Queen Elizabeth II. Abschied zu nehmen. Ohnehin legendär ist die Wimbledon-Queue. Wer Tickets für das weltberühmte Tennisturnier ergattern möchte, braucht einiges an Stehvermögen. Ein „Guide to Queuing“ liefert die dazugehörigen Benimmregeln: Toilettenpausen nicht länger als 30 Minuten! Für Warteschlangencamper gilt: Nicht mehr als zwei Personen im Zelt!

Dabei, und das kommt überraschend, waren es wohl gar nicht Briten mit ihrer enthusiastischen Liebe für das Anstellen, die die moderne Schlange erfunden haben. Deren Ursprung liegt vermutlich in der Französischen Revolution. Aus „Freiheit, Gleichheit, Brüderlichkeit“ wurde da „einer nach dem anderen“. Eine über die vergangenen Jahrzehnte mit allerlei Etikette institutionalisierte Schlange haben übrigens auch die Wiener. So gilt, wenn sich Opernfans Stunden vor Vorstellungsbeginn am Seiteneingang des Hauses um Restkarten anstellen, etwa die informelle Regel, dass der eigene Warteposten mit einem Schal an der Stange gekennzeichnet werden darf.

Der Reihe nach. Das Schlangestehen ist eine Kulturtechnik. Mal nervt das Warten in Reih und Glied, mal ist es ein lieb gewonnenes Ritual, dann wieder ist es eine Art Kompass: Denn da, wo viele stehen, muss es ja etwas in irgendeiner Form Interessantes geben?! Wie viele Stunden im Jahr wir Menschen mit dem Warten, allein beispielsweise an Supermarktkassen, verbringen, darüber gibt es unterschiedliche Angaben. Von sieben Stunden pro Jahr gingen Statistiker in den Nullerjahren aus. Heute sind es im Schnitt noch etwa sechs. An die Sowjetbevölkerung, die pro Jahr in ihrer Gesamtheit 30 Milliarden (!) Stunden in Warteschlangen verbracht haben soll – auch das ist bei Timo Reuter nachzulesen –, kommen wir glücklicherweise nicht mehr heran. Ihr „Mental Accounting“ muss miserabel gewesen sein. Auf diesem mentalen Konto verbuchen wir Erlebnisse und Begegnungen, die wir mit finanziellen Ausgaben verbinden.

Josef Sawetz forscht und publiziert im Bereich der Kommunikations- und Marketingpsychologie und lehrt an der Universität Wien. Das Anstellen im Supermarkt ist für ihn ein gutes Beispiel für die Schlange als ungeliebte Notwendigkeit. Übellaunigkeit und Stress sind ihr inhärent, der Lustgewinn gleich null. Mehr denn je, seit Onlinehändler quasi über Nacht Besteltes vor die Tür liefern. „Es entsteht Zeitverlust, den ich in einem hektischen Alltag ja

besser investieren könnte. Sind mehrere Kassen offen, haben wir schnell den Eindruck, wir stehen an der falschen. Dann kommt Ärger, das Gefühl der Ungerechtigkeit und Schuldzuweisungen an sich selbst: Ich bin immer der Loser.“ An der Supermarktkassa, schildert Sawetz, kämen die Emotionen gestapelt, eine nach der anderen. Man kennt das: Samstags, 17.45 Uhr, noch rasch einkaufen an einem städtischen Knotenpunkt. Hier wächst der Gefühlsstapel sehr schnell und sehr hoch. Nach und nach sei das Schlangestehen deshalb strukturiert worden, sagt der Marketingpsychologe. „Man möchte die Leute in möglichst gute Stimmung bringen.“ Etwa, indem man eine Reihe einrichtet, die sich erst später gabelt, indem man Zonen markiert und verbliebene Wartezeiten anzeigt oder Entertainment anbietet. Es gehe vor allem darum, den Wartenden Transparenz und ein Gefühl von Kontrolle und Selbstermächtigung zu geben. Es müsse, so Sawetz, aber ein gewisser Spielraum bleiben. Aus der Verhaltensforschung weiß man, dass überregulierte Schlangen demotivierend wirken, zu lasch organisierte Wartesituationen aber auch für Murren sorgen. Stanley Milgram fand in den USA der Sechziger außerdem heraus, dass ein Vordrängler womöglich noch toleriert wird, kommen die Schummler aber zu zweit, wird es laut.

Der Soziologe Jörg Potthast erklärte vor einiger Zeit in einem Interview mit der „Süddeutschen Zeitung“, dass Warteschlangen wie ein Übungsort für die Demokratie seien. Wir trainieren in ihnen unser Miteinander. Das Vorlassen, bestätigt auch Josef Sawetz, kann eine gesellschaftlich ausgehandelte Übereinkunft sein: Wer zum Beispiel weniger kauft oder gebrechlich ist, darf überholen. Es könne aber auch performativ eingesetzt werden, um sich einen sozialen Orden abzuholen, sagt der Forscher. Auch als Unmensch kann sich in der Schlange outen, wer dem gestressten Papa mit Kleinkind am Arm nicht den Vorrang lässt. Manchmal hingegen muss man sich gemeinsam verbün-

den, gegen dreiste Drängler oder für das Recht auf eine zweite Kasse.

Schlangenmenschen. „Ich bin früher gern ins U4 gegangen. Conny, der legendäre Türsteher, war sehr selektiv und hat Leute gern warten lassen. Manchmal ist man dann reingekommen und hat bemerkt, dass unten weniger los ist als oben in der Schlange“, erinnert sich Sawetz, um zu veranschaulichen, dass Warteschlangen seit jeher auch Begehrlichkeiten schaffen können. Die lange Schlange sei dann der Beweis, dass man eine gute, die richtige Entscheidung getroffen habe. Denn was die meisten wollen, will man auch für sich. „Social Proof“, nennt das der Experte: Die Mehrheit kann vermeintlich nicht irren. Darauf sind wir evolutionär programmiert. Im Luxusgüterbereich ist das mitunter künstliche Produzieren langer Schlangen und Wartelisten längst gängige Praxis. Und wer warten muss – auf ein iPhone, eine Handtasche oder eine Uhr –, misst dem Produkt sogar noch einen höheren Wert bei.

Wir bezahlen also indirekt sogar für das Anstehen und Warten. „Stellen Sie sich vor, Sie rufen bei Mercedes an und wollen eine G-Klasse in Weiß, und der Verkäufer sagt: ‚Oh, da haben Sie Glück, der Wagen ist sofort lieferbar.‘“ Dann werden Sie sich, so der Marketingpsychologe, wahrscheinlich denken, den will keiner, das ist ein Ladenhüter, und Sie werden ihn auch nicht mehr wollen. Andersherum ist das demonstrative Wartenlassen auch eine Machtdemonstration gegenüber willigen Konsumenten. Oder aber eben eine Orientierungshilfe in einem ohnehin übersättigten Markt. So helfen etwa professionelle Line-Sitter dabei, Schlangen vor Geschäften zu bilden, die wiederum über die sozialen Medien Aufmerksamkeit und somit noch mehr Kundenschaft anlocken wollen. Selbst Kekse und Bubbletea lassen sich auf diese Weise zum Hype stilisieren.

Der Schlangenmensch ist also ein vielgestaltiges, manchmal launisches Ding. Und spätestens seit der Pandemie um eine weitere Wesensart reicher. Covid fand in der Schlange eine Verbündete. Abstände, Markierungen, Sperrbänder und Nummern ohne Ende hegten die Menschheit während dieser Jahre ein. Und trieben auch die Ökonomisierung des Anstehens auf die Spitze. Denn auch wenn im Hintereinanderstehen einmal das Versprechen von Egalität lag, haben Priority- und Fast-Lanes auch hier schon bald den Klassenunterschied einziehen lassen. Die Schlange eben ist ein Mikrokosmos, theoretisch unendlich und dem Chaos immer ganz nah. ✖

An der
Supermarktkassa
kommen die
Emotionen
gestapelt, eine
nach der anderen.