



Propriety of the Erich Fromm Document Center. For personal use only. Citation or publication of material prohibited without express written permission of the copyright holder.

Eigentum des Erich Fromm Dokumentationszentrums. Nutzung nur für persönliche Zwecke. Veröffentlichungen – auch von Teilen – bedürfen der schriftlichen Erlaubnis des Rechteinhabers.

Bierhoff_B_2016

Aufstieg und Elend des Konsumkapitalismus – Ambiguitäten und Transformationschancen heute

Burkhard Bierhoff

„Aufstieg und Elend des Konsumkapitalismus – Ambiguitäten und Transformationschancen heute,“ in: *Fromm Forum* (Deutsche Ausgabe – ISBN 1437-0956), 20 / 2016, Tübingen (Selbstverlag), pp. 17-24.

Copyright © 2016 by Professor Dr. Burkhard Bierhoff, Technische Universität Cottbus, Postfach 130233, D-03025 Cottbus; E-Mail: bierhoff-fh[at-symbol]web.de.

Zusammenfassung

Veränderungen in der kapitalistischen Produktionsweise in den westlichen Industriegesellschaften seit den 1920er Jahren lassen sich grob als Wechsel vom Industriekapitalismus zum Konsumkapitalismus beschreiben. Der Wechsel fällt in eine Zeit, in der in und außerhalb der sozialistischen Bewegung Zweifel an dem Fortbestehen eines revolutionären Subjekts formuliert wurden. Auch Fromms Beitrag zum Verhältnis von Psychoanalyse und Marxismus war von dieser Frage bestimmt. In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts traten die veränderten Produktions- und Arbeitsbedingungen mit ihren Folgen für die Lebensweise deutlich in den Vordergrund. Das Doppelgesicht des Konsumkapitalismus zeigte sich in einem ungeheuren Zuwachs des Güterwohlstands auf der Grundlage der Massenproduktion und zugleich in sich zuspitzenden Formen von Verelendung, Armut und Unbehagen. Die Transformation des Konsumkapitalismus hin zu einer menschlichen Gesellschaftsform verlangt nach einer Lösung sowohl sozialer Probleme (Wohlstandsverteilung) als auch ökologischer Probleme (Ressourcennutzung).

Einleitung

Bei dem Thema „Konsumkapitalismus“ möchte ich auf Entwicklungsaspekte eingehen und den Konsumkapitalismus in der Bundesrepublik seit den 1950er Jahren betrachten. Ich beziehe mich auf das Elend, das mit dem Konsumkapitalismus verbunden ist: den sogenannten *Überfluss*. Dieser kann auf eine unterschiedliche Weise betrachtet werden. Es gibt einen Überfluss im Sinne von überflüssigem Plunder, auf den man verzichten kann, und einen Überfluss, der überfließenden Reichtum bedeutet. Fromm hat beide Phänomene, den überfließenden und den überflüssigen Überfluss, betrachtet. Der Begriff der *Ambiguität* ist von Fromm nicht gebraucht worden. Eine freie Übersetzung könnte ihn mit Widerspruch

oder Uneindeutigkeit bezeichnen. Mit diesem Begriff hat der französische Marxist Henry Lefebvre die Menschen beschrieben, die vor der Weggabelung stehen. Sie haben noch nicht entschieden, in die eine oder andere Richtung zu gehen. Bei dieser Sicht bleibt vieles am gesellschaftlichen Leben in der Ambiguität oder Mehrdeutigkeit. Ambiguität ist ein Begriff, der heute zur Postmoderne passt. Mit der Postmoderne ist eine Beliebigkeit verknüpft, in der die Menschen beflissen das eine oder andere ausprobieren und dabei außengeleitet erscheinen. David Riesman hat in *Die einsame Masse* von dem außengeleiteten Menschen im Kern der amerikanischen Kultur der 1950er Jahre gesprochen. Auch der Frommsche Begriff des Marketing-Charakters bezeichnet einen



Menschen, der außengeleitet ist und die Herdenkonformität lebt. Dieses Phänomen lässt sich im Konsum studieren. Fromm hat die Mehrdeutigkeit theoretisch nicht vor-schnell zur Entscheidung gebracht. Allen-falls hat er in dem produktiven Charakter-ideal eine Möglichkeit ihrer Auflösung gese-hen, ohne die Transformationschancen zu überschätzen. Niemand kann die Zukunft prognostizieren. Wenn man den Konsumka-pitalismus mit seiner ökologischen Misswirt-schaft betrachtet, sind die Zukunft und das Überleben der Menschheit ungewiss.

Kapitalismusbegriffe

Die Kapitalismuskritik hat Konzepte hervor-gebracht, die unterschiedliche Akzente set-zen und den Kapitalismus als Basis-und/oder als Überbauphänomen thematisie-ren. Ich möchte zuerst auf den engen (re-striktiven), vorrangig auf das Wirtschaftssys-tem bezogenen Kapitalismusbegriff verwei-sen. Dieser fokussiert die materiellen und menschlichen Produktivkräfte; darüber hin-aus blickt er auf die Arbeitsorganisation mit Arbeitsteilung, auf die Menge und den Ein-satz von Kapital, die Organisation des Pro-duktionsprozesses, mitunter auch auf die Folgen, die die technologische Entwicklung mit Rationalisierungs- und Automationspro-zessen mit sich bringt; ferner auf die Entloh-nungssysteme – und nicht zuletzt – auf Ausbeutung und Entfremdung.

Beim *Konsumkapitalismus* ist die Perspekti-ve verschoben. Der Konsumkapitalismus hat sich von Arbeit und Produktion wegbewegt und auf die Sphäre des Konsums, die Gebrauchsgüter- und Bewusstseinsindustrie konzentriert. Dieser Wechsel in der Betrach-tung ist nicht unproblematisch, da die Werte schaffende Produktionssphäre außer Blick geraten kann. Dennoch scheint dieses aus-gedehnte (expansive) Verständnis von Kapi-talismus sinnvoll zu sein, weil die Konsumti-onssphäre in der Entwicklung der kapitalisti-schen Gesellschaft eine besondere Bedeu-tung erhielt. Das heutige Ausmaß an Kon-sum übersteigt deutlich das, was ehemals für die Reproduktion der Arbeitskraft not-wendig war. Im Grunde genommen wurde ein sehr hoher Lebensstandard erreicht.

Dieser kann im Sinne des „überflüssigen Überflusses“ bewertet werden, von dem Generationen vor hundert Jahren nur hätten träumen können. Darin liegt ein Grund, dass die Arbeiterschaft zunehmend in das Sys-tem des Kapitalismus integriert und durch Konsum diszipliniert worden ist.

Der Kapitalismus kann mit einer Reihe un-terschiedlicher Etiketten beschrieben wer-den. Verwendet werden u.a. Begriffe wie Spätkapitalismus, neoliberaler Kapitalismus, Finanzkapitalismus, Staatskapitalismus und Volkskapitalismus. Auch Kulturkapitalismus und der genannte Konsumkapitalismus sind beliebte Etiketten. Sofern eine solche Vielfalt von Bezeichnungen vertretbar ist, darf trotz aller unterschiedlichen Akzente der Gegen-stand, bei dem es in der Analyse und Kritik des Kapitalismus geht, weder eliminiert noch in Beliebigkeit entwertet werden.

Der Begriff *Kapitalismus* muss Aufschluss geben, wie eine kapitalistische Gesellschaft und Wirtschaft funktioniert. Obwohl mit dem Begriff des Konsumkapitalismus eine reduktionistische Perspektive verbunden sein kann, möchte ich mich in meinem Beitrag auf diesen beziehen. Fromm hat ihn nicht gebraucht, sondern vorgezogen, von Kon-sumismus (*consumerism*) zu sprechen.

Konsumkapitalismus, Massenproduktion und „Seelenmassage“

Der Konsumkapitalismus ist ein Stadium der wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung des Kapitalismus, in dem die Nachfrage der Verbraucher einen zunehmenden Stellen-wert erhält und das Marktgeschehen steuert. Er gründet auf der Überzeugung, dass die Zunahme des Güterverbrauchs einen wirt-schaftlichen Vorteil für alle bietet. Der mög-lich gewordene Wohlstand kann prinzipiell von jedem Gesellschaftsmitglied erreicht werden, das sich bestimmten Normen un-terwirft.

Die Massenproduktion, die im Kern des Konsumkapitalismus steht, braucht ausge-dehnte Absatzmärkte, die in eine wirtschaft-liche und soziale Ordnung eingebettet sind, die auf die systematische Erzeugung und die anhaltende Stimulation von Wünschen



bezogen ist. Letztere sind darauf gerichtet, Konsumgüter und Dienstleistungen in immer größeren Mengen zu kaufen und zu konsumieren. Hinzu kommt, dass die Methoden des Marketing, im Interesse der Produzenten und Verkäufer, Nachfrage bewusst und planvoll stimulieren. Die Stimulierung der direkten Nachfrage des Verbrauchers schafft erst einen Absatzmarkt für die massenproduzierten Güter. Die Massenproduktion kann nur aufrechterhalten werden, wenn auf der Verbraucherseite eine Nachfrage entsteht. Diese wird systematisch und künstlich erzeugt und am Leben gehalten.

André Gorz hatte schon vor über 30 Jahren angemerkt, die in den Marketing-Abteilungen beschäftigten Spezialisten wüssten, dass den produzierten überflüssigen Plunder von sich aus niemand kaufen würde. Er muss zuvor den Menschen als erstrebenswert nahegebracht werden. Das geschieht über Marketing, auch in der Spielart des Kultmarketing, das z.B. bei Jugendlichen bestimmte Marken beliebt macht und an das Lebensgefühl bindet. Ludwig Erhard, der Vater der deutschen Wohlstandsgesellschaft, bezeichnete diese Werbe- und Marketinganstrengungen als eine Art „Seelenmassage“. Ihr Ziel ist, die Menschen als Konsumenten in Form zu bringen, sie zu entspannen oder zu stimulieren, dass sie die angepriesenen Güter erwerben wollen.

Anomalien des Konsumkapitalismus und Handlungschancen

Erhard hat nicht nur wirtschaftspolitisch den Konsum angekurbelt, sondern ihn auch mit dem „Maßhalten“ konfrontiert. Diese Thematik hat heute einen neuen Stellenwert erhalten, nicht unbedingt in dem von Erhard gemeinten Sinn. Bei der Frage der Transformation geht es darum, ob es uns gelingt, die Überwindung der ökologischen Misswirtschaft wirkungsvoll einzuleiten. Vorschläge, etwa zum Lebensstil, empfehlen, zu Einfachheit und Bescheidenheit zurückzukehren. Sie scheinen nicht weit entfernt von einem Appell, den Gürtel enger zu schnallen und Maß zu halten. Das wäre jedoch in Bezug auf die neuen ökologischen Lebensstile ein Missverständnis, da der Massenkonsum

heute mit ökologischen Gefährdungen einhergeht, die in der Zeit des sogenannten deutschen Wirtschaftswunders in den 1950er und 1960er Jahren nicht vorhersehbar waren.

Man kann den Kapitalismus unter systemischen und lebensweltlichen Aspekten betrachten. Das ist die Spannung zwischen Systemwelt und Lebenswelt oder von Systemintegration und Sozialintegration. Die letztere Unterscheidung ist in den 1960er Jahren von dem britischen Soziologen David Lockwood in die Diskussion eingebracht und von Habermas aufgegriffen worden. In dem sozialräumlichen Ansatz der Stadtökologie ging es um die Differenzierung der Gesellschaft nach unterschiedlichen Reichweiten. Ich erwähne das, weil die Wirkmächtigkeit und die Partizipationsmöglichkeiten der Gesellschaftsmitglieder durch Schranken zwischen System und Lebenswelt begrenzt werden, die die Reichweite und den Wirkungsgrad von Handlungen einschränken.

Wir können nur in einem bescheidenen Umfang in soziale Systeme hineinwirken, in denen wir nicht unmittelbar Akteure sind. Wir haben zwar über die Teilnahme an politischen Wahlen hinaus die Möglichkeit über Politiker diesbezüglich Vorschläge zu machen; z.B. gibt es die E-Petitionen des Deutschen Bundestages, die Aufmerksamkeit auf sich gezogen haben. Eine E-Petition zum bedingungslosen Grundeinkommen war in dem Sinne erfolgreich, dass sie im Deutschen Bundestag behandelt wurde. Die Wirkungs- und Handlungsmöglichkeiten sind durch die Grenze zur Systemwelt behindert. Wir sind nur in der unmittelbaren Lebenswelt wirkmächtig. In dieser können wir etwas gemeinsam mit Menschen erreichen, mit denen wir zusammenarbeiten, zu denen eine Beziehung besteht, wo Gleichsinnigkeit in einem unmittelbaren Sozialbezug sich ausbildet. Da die Einflussmöglichkeiten begrenzt sind, erscheint es sinnvoll, auf die Differenz von Systemwelt und Lebenswelt zurückzugreifen.

Auf der Ebene der Lebenswelt, wo es die direkte Kommunikation von Menschen zu Menschen gibt, war es oft schwierig, sich überregional zu vernetzen. Das Internet hat



seit den 1990er Jahren neue Formen der Vernetzung mit sich gebracht. Das sind keine Face-to-Face-Verbindungen, sondern beispielsweise kurzfristige Flashmobs, die ein Protestpotential repräsentieren und auf eine ungewohnte Art und Weise den Menschen, die zufällig als Passanten daran beteiligt sind, den Spiegel vorhalten. Wenn z.B. zu einem Flashmob Musiker und Sängerinnen zusammengerufen werden, um in einem Kaufhaus aus einer Oper zu singen, ist damit ein Überraschungseffekt gegeben, der Kontraste innerhalb eines Konsummilieus für das anwesende Publikum mit sich bringt. Im Internet, bei YouTube, finden Sie solche Streifen. In den Gesichtern können Sie Überraschung und Freude finden. Das ist ein positiver Hinweis in Richtung der „lächelnden Weltverbesserung“, dass man bei den Menschen produktive Potenziale finden kann, die trotz der Konsumgesellschaft nicht erstickt worden sind.

Zur Sozialintegration möchte ich ergänzend anmerken, dass sie heute durch die Mittel des Konsums begünstigt wird. Konsum kann demonstrativ sein, um den anderen zu zeigen, über welche finanziellen Mittel ich verfüge, um meine Identität mit den Dingen der Warengesellschaft auszustatten. Das ist die Demonstration von sozialem Status. Das kommunale Potential des Gemeinwesens wird hier nachgeordnet. Die Menschen werden von den Profitinteressen der Unternehmen dominiert. Die Lebensführung hat sich zunehmend auf den Konsum konzentriert und Konsumaktivitäten haben sich zeitlich ausgedehnt, die das Fernsehen und das Internet betreffen.

In einer Studie zum Sozialcharakter hat Winterhoff-Spurk berechnet, wie viel Lebenszeit die Menschen vor dem Fernsehen verbringen. Er ist auf 13 Jahre gekommen. Wir werden heute zwar älter, aber machen das, was Fromm eher nebenbei zur täglichen Betriebsamkeit und Langeweile angemerkt hat: Wir versuchen Zeit zu sparen, um diese vor dem Fernseher totzuschlagen.

Konsumismus und Kaufsucht

Mit dem Konsum gelang es dem Kapitalismus zu expandieren und die Menschen zu

integrieren. Die Wirkung war, wenn es sich nicht um Absicht gehandelt hat, vom Erfolg her durchschlagend. Vermutlich kann man von den 1920er Jahren in Amerika – in der Bundesrepublik begann die kapitalistische Expansion durch Binnennachfrage und Massenkonsum erst in den 1950er Jahren – eine Linie zu dem heutigen Konsumismus ziehen, der wirkungsvoll die Menschen stillstellt.

Unter *Konsumismus* versteht man im Allgemeinen den übersteigerten Konsum, den Überkonsum. Dieser gehört wie selbstverständlich zum Alltag der Menschen in unserer Gesellschaft. Wenn wir nicht vor dem Fernsehen sitzen, gehen wir einkaufen – wobei Einkaufen zum Zeitvertreib geworden ist. Es geht nicht nur darum zu kaufen, um die Brötchen oder das Schnitzel auf dem Teller zu haben, sondern das Kaufen weckt Begehrlichkeiten. Das Kaufen kann zudem beruhigen oder aktivieren, darüber hinaus zu Illusionen und Halluzinationen des Beschenktwerdens führen.

Untersuchungen zur Kaufsucht haben festgestellt, dass bei den 5% der bundesdeutschen Bevölkerung, die nach den Studien von Gerhard Scherhorn u.a. als kaufsüchtig gelten, das Kaufen die Menschen scheinbar verlebendigt oder auch ihre Ängste lösen kann, wenn auch nur vorübergehend. Durch das Angebot des Warenmarkts fühlen sie sich z.B. stimuliert. Wenn sie kaufen, geht es im Allgemeinen nicht um den Gebrauchswert des erstandenen Dinges, sondern es geht ausschließlich um den Akt des Kaufens. Denn anschließend werden die gekauften Gegenstände achtlos abgelegt, im Keller gestapelt, unausgepackt auf dem Kleiderschrank aufbewahrt, verschenkt oder bei eBay verkauft.

In der Kaufsucht gibt es keine ausgeprägte Gebrauchswertorientierung mehr, was im Grunde genommen folgerichtig ist. Denn der Kaufsüchtige ist der Konsument, wie ihn die Massenproduktion braucht, indem er die produzierten Güter schnell vernichtet, damit weiter produziert werden kann. Darin ist der Kernpunkt der Massenproduktion zu sehen: Die Bestimmung der produzierten Gegenstände ist nichts anderes als zu Müll zu wer-



den. Wenn diese Gegenstände nicht schon zum Zeitpunkt des Kaufes Müll waren, so werden sie spätestens dann zu Müll, wenn man sie nicht gebraucht, nicht gebrauchen kann – oder wenige Tage nach dem Kauf nicht mehr weiß, dass man sie erworben hat.

Mit solchen Verhaltensweisen bewegen sich die Menschen wie in einem Hamsterrad. Zum einen kann durch Kaufen eine gewisse Stimulation erfolgen, das heißt, der Kaufsüchtige fühlt sich als Käufer lebendig und wertgeschätzt, wenn er etwa in der Boutique von den Verkäuferinnen hofiert wird. In einer anderen Variante stellen sich durch das süchtige, zwanghafte Kaufen Entspannung und Beruhigung ein. Unerwünschte innere Zustände wie Angst, Langeweile und Unruhe werden beim Kaufen ausgeblendet oder abgemildert. Bei dem Konsumenten, der aus Gründen der Beruhigung kauft, entspricht der erwünschte Effekt der Einnahme von Tranquilizern. Trotz des Unterschieds zwischen Anregung und Beruhigung durch das Kaufen haben beide Kaufsüchtigen etwas Gemeinsames. Es geht nicht um das Produkt und was man mit ihm anfangen kann, sondern es geht um das Kaufen selbst; auch hier werden die Gegenstände achtlos abgelegt, es entstehen Warenlager in Wohnungen und in Kellern.

Ich will einen kurzen Seitenblick auf ein anderes Phänomen richten, das nach meinem Dafürhalten, zumindest auf einer theoretischen Ebene, in einer Verbindung zur Kaufsucht steht – auch wenn die Ätiologie und die Psychodynamik eine andere ist. Das ist das *Messiesyndrom*. Bei diesem sind die betroffenen Menschen in einem übermäßigen Sinne gebrauchswertorientiert. Sie können sich von banalen Dingen, denen andere Menschen keinen Gebrauchswert zuordnen, kaum trennen. Und es gibt eine Gruppe, zu der ich keine Untersuchungen gefunden habe, bei der man ein zwanghaftes Entsorgen und Wegwerfen entdecken kann. Die Wohnung muss überschaubar bleiben; alles, was gekauft und auch eine Zeitlang gebraucht wurde, muss möglichst schnell und geschickt entsorgt werden. Das kann wiederum über eBay geschehen oder über Sach-

spenden; manchmal wird es auch im Freundeskreis weitergegeben oder der „Entsorgung“ durch Mülltrennung oder Hausmüll überlassen. Hierbei handelt es sich meiner Einschätzung nach um ein Verhalten, das als eine Kehrseite des Massenkonsums zu verstehen ist. Wir werden so mit Dingen überschüttet, dass wir diese gar nicht mehr sinnvoll nutzen können. Das ist ein Überfluss im Sinne von überflüssigem Plunder, mit dem wir uns umgeben haben und in dem wir vermüllen.

Der Ausfall des „revolutionären Subjekts“ im Konsumkapitalismus

Veränderungen der kapitalistischen Produktionsweise in den westlichen Industriegesellschaften seit den 1920er Jahren lassen sich als der Wechsel vom Industriekapitalismus zum Konsumkapitalismus beschreiben. Der Wechsel fällt in eine Zeit, in der in und außerhalb der sozialistischen Bewegung Zweifel an dem Fortbestehen eines revolutionären Subjekts aufkamen. Die zugrundeliegende Frage lautete, wie die *Klasse an sich* zur *Klasse für sich* werden könnte. Strittig war, ob die befreiende Auseinandersetzung im revolutionären Sinne als Klassenkampf oder sozial-integrativ im Sinne des Reformismus geschehen sollte. Beide – Klassenkampf und Reformismus – sind historisch plausibel begründbare Strategien gewesen. Erich Fromm hatte den Schwerpunkt deutlich auf einen nichtrevolutionären Weg der Veränderung gelegt, für den er gute Gründe anführen konnte, die etwa in den Charakterstrukturen im beginnenden 20. Jahrhundert, aber auch in der Natur des Menschen liegen. Insbesondere im Rückgriff auf die Marxschen Frühschriften konnte er sein Menschenbild schärfen.

Diese Subjektproblematik ist in der kritischen Theorie Ende der 1920er Jahre erkannt worden. *Wo ist das revolutionäre Subjekt geblieben?* Die Gruppe um Max Horkheimer, Herbert Marcuse und Erich Fromm hatte sich frühzeitig von einem Geschichtsmechanismus verabschiedet, in dem ein revolutionäres Subjekt als notwendig vorgesehen war.

Die Frage nach dem Träger revolutionärer



Veränderungen wurde in der Bundesrepublik der 1950er und 1960er Jahre von Oskar Negt aufgenommen, der aus der kritischen Theorie stammt. Negt wollte das Klassenbewusstsein in Bildungsprozessen mit Arbeitern rekonstruieren, die in die gewerkschaftliche Bildung eingebettet waren. Heute haben solche Versuche nicht mehr den Stellenwert wie noch in den 1960er und 1970er Jahren während und nach der Studentenbewegung. Dennoch darf man die Bewusstseinsfrage bezüglich der Arbeiter nicht unterschätzen, denn es gibt immer noch Teilöffentlichkeiten, die politische Arbeit leisten. Oskar Negt betrachtete die gesellschaftliche Gesamtpraxis als segmentiert, wobei einzelne Gruppierungen von anderen kaum Kenntnis haben, obwohl die Intentionen und Beweggründe vergleichbar sind. Das ist auch der Komplexität der Massengesellschaft geschuldet. Doch bleibt die Organisationsfrage bestehen.

Ich komme noch einmal zurück zu dem Zweifel an dem Fortbestehen eines revolutionären Subjekts. Fromms Beitrag zum Verhältnis von Psychoanalyse und Marxismus war von dieser Frage bestimmt, die in den 1930er Jahren zum Forschungsprogramm des *Instituts für Sozialforschung* gehörte. Die Arbeiter- und Angestelltenstudie hat im Nachhinein gezeigt, dass das revolutionäre Potenzial der Arbeiterschaft einschließlich der Funktionäre, denen eine Vorbildfunktion zukam, nicht so groß wie erhofft war. Die Zweifel an einem durchsetzungsfähigen Subjekt als Träger revolutionärer Veränderungen – das halte ich für einen interessanten zeitlichen Zusammenhang – tauchte mit dem Bemühen des Kapitalismus auf, den Konsum zu forcieren. Auf der funktionalen Ebene ist das der Integrationsmechanismus gewesen, der die Arbeiterschaft durch einen steigenden Lebensstandard in den 1930er und 1940er Jahren in Amerika zunehmend integrierte. Dort waren ja weder die Kriegsschauplätze, die die Menschen in ihrem Alltag unmittelbar betrafen, noch hatte es eine Nachkriegsnot gegeben. In der alten Bundesrepublik waren die Steigerungen des Güterwohlstands mit dem sog. Wirtschaftswunder der 1950er Jahre verbunden, das durch den Marshallplan unterstützt worden war.

Die amerikanische Außenpolitik und konsumwirtschaftliche Aufbauarbeit förderte den Massenkonsum und errichtete die damalige Bundesrepublik als ein Bollwerk gegen den real existierenden Sozialismus, ohne dass wie von der DDR an die Sowjetunion Reparationszahlungen geleistet werden mussten.

Aspekte einer kritischen Theorie des Konsums

Zu einer kritischen Theorie des Konsums hat eine Reihe von Theoretikern beigetragen, die sich teils auf den Kapitalismus, teils auf die Konsumgesellschaft bezogen, und die Auswirkungen der sozioökonomischen Veränderungen auf das Arbeiten und Leben beschrieben haben. Wenn auch die Schlussfolgerungen als vergleichbar erscheinen, sind die Themen und Thesen unabhängig voneinander erarbeitet worden.

Der in Frankreich wirkende Jean Baudrillard entwickelte im Anschluss an *Die Gesellschaft des Spektakels* (1967) von Guy Debord seine Theorie über die Mythen und Strukturen der Konsumgesellschaft (Baudrillard 2015). Im Kaufen erfährt der Konsument gesellschaftliche Teilhabe, die jedoch auf die Teilhabe an der Warenwelt reduziert ist und mit einer „Liturgie der Dinge“ verbunden ist. Die Akte des Kaufens und Verbrauchens geraten zum täglichen „Gottesdienst“ in den „Konsumtempeln“, in denen der „Dienst am Nächsten“, dem Konsumenten, erfolgt. Die „Zeremonien“ des Einkaufens und Konsumierens von Objekten und Dienstleistungen verbinden sich mit der „Verkündigung des Konsumheils“. Die Kaufhandlungen lösen sich vom realen Gebrauchswert ab, bestätigen den Tauschwert der Dinge und schaffen eine kommodifizierte Totalität des Erlebens, in der produktive Handlungen durch bloße Kaufhandlungen mit symbolischem Wert ersetzt werden. Die Liturgie in der Konsumgesellschaft verehrt Wachstum, Überfluss und Wohlstand. Im Widerspruch dazu wird die Konsumgesellschaft von Baudrillard als eine *Ökonomie der Knappheit* beschrieben, da gegenüber den gesteigerten Bedürfnissen und Wünschen die Mittel der Bedürfnisbefriedigung zurückfallen und ein Kreislauf des



Begehrens entsteht, der nicht befriedigt werden kann.

Andere Beschreibungen betonen, dass die Konsumgesellschaft der Arbeitsgesellschaft deutlich den Rang abgelaufen hat, nachdem Lohnarbeit knapper und das Waren- und Dienstleistungsangebot reichhaltiger geworden ist. Der aus Polen stammende Soziologe Zygmunt Bauman vertritt in seinem 2009 veröffentlichten Buch *Leben als Konsum* die These, die auch bei den Konsumismuskritikern zu finden ist, dass die Arbeitsgesellschaft deutlich an Stellenwert verloren und sich hin zu einer Konsumgesellschaft verändert hat, der „Gesellschaft der Konsumenten“ – mit einer Vielzahl von Problemen, die die Lebensweise der Menschen betreffen.

Mit Adam Schaff lässt sich betonen, dass heute ein Lebenssinn außerhalb der Arbeit zu entdecken ist. Dieser liegt in einem Gemeinwesen, in dem die Menschen sich verständigen und lebensdienliche Strukturen der Nachbarschaft, Versorgung und Unterstützung aufbauen, mit verändernden Potenzialen, die Vorbild für eine kleinräumige Neuorganisation des Sozialen sind, wie der Kommunitarismus dies für möglich hält.

Erich Fromm hat in den 1950er Jahren sein Konzept des bedingungslosen Grundeinkommens entwickelt. Mit diesem Konzept strebte er die Freistellung der Menschen von Lebensnot an. In den reichen Gesellschaften des Westens könnte jeder Mensch prinzipiell dieses bedingungslose Grundeinkommen erhalten, nicht weil er – so meinte Fromm – einen Beitrag zur Funktion der Gesellschaft leistet, sondern weil er ihr Mitglied ist. Wenn Menschen auf diese Weise gesichert sind, so die Hoffnung, würde das zu einem Innovationsschub im Gemeinwesen führen, im Sinne der Vorstellungen, die Kommunitaristen wie Amitai Etzioni oder Benjamin Barber ausformuliert haben. Hier findet sich auch das Bemühen, die Entdemokratisierung der Gesellschaft, die seit Jahrzehnten stattfindet, rückgängig zu machen.

Etzioni hatte in den 1970er Jahren das Konzept der aktiven Gesellschaft entwickelt, das er in seinem Buch *Verantwortungsgesell-*

schaft weitergedacht hat. Er plädiert für ein Zurückschrauben des Individualismus. Unsere Gesellschaft sieht er in einer – so könnte man interpretieren – Pendelbewegung hin zu einem fruchtlosen Individualismus, der im Sinne von Fromm keine Individuierung bedeutet, in der die Menschen zu sich finden und ihre Möglichkeiten erproben können. Es handelt sich vielmehr um einen Individualismus, der in Kaufhäusern feilgeboten wird und die Menschen veranlasst, ihre Identität zusammensuchen. Folge ist, z.B. bei Gruppen von Jugendlichen, dass die Identität zwar individuell zu sein scheint, aber letztlich nur ein Abklatsch dessen ist, was die Konsumgüterindustrie bereithält. Auf der anderen Seite hat es immer soziale Trends gegeben, in denen etwas Neues entwickelt wurde. Dieses Neue wurde oft kommerzialisiert und der ehemalige Gegentrend sozial integriert. Damit springt der Kapitalismus überall dort in die Bresche, wo er ein Bedürfnis oder einen Bedarf erkennt und einen Trend kommerziell vereinnahmen kann.

Dem Konsumkapitalismus kommt die Funktion zu, unter Einsatz von Werbung die Menschen anzuhalten, Dinge zu kaufen, die sie gar nicht benötigen. Es geht nicht um den menschlichen Gebrauch der Güter, sondern darum, die Massenproduktion aufrechtzuerhalten. Die Produktion dient nicht der Bedürfnisbefriedigung, sondern dazu, das System am Laufen zu halten, indem die menschlichen Bedürfnisse als Transmissionsriemen für das Produzieren und Konsumieren gebraucht werden. Eine derzeit aktuelle Generation von Gütern soll durch eine angeblich verbesserte Produktgeneration ersetzt werden, was als in die Produkte eingebaute Obsoleszenz bezeichnet wird. Nimmt man als Beispiel das Handy, das es vor 15 Jahren gab, so findet man Modelle von damals bei Jugendlichen nicht mehr in Nutzung. Die Heranwachsenden haben alle Geräte wie Smartphone oder iPhone in möglichst der neuesten Generation. Der Grund ist in den Konsumerwartungen, die in Richtung Dienstbarkeit und Flexibilität gehen, zu finden.

Die Flexibilität ist ein Merkmal des Marketing-Charakters, überhaupt des außergelei-



teten Menschen. Die sozial erwünschte Flexibilität ist von dem Soziologen Richard Sennett in dem Buch *Der flexible Mensch* beschrieben worden. Ihm geht es um neue Entwicklungen im Kapitalismus, die er auf der Ebene von Biografien zu erfassen versucht, wobei die eine Biografie nicht das Beispiel für eine andere Biografie ist, die ähnlich verläuft, vielmehr soll in der einzelnen Biografie etwas gesellschaftlich Typisches herausdestilliert werden. Dies ist im Sinne von Charles W. Mills und Oskar Negt zu verstehen, denen es darum ging, die sozialen Strukturen transparent zu machen, die sich biografisch niedergeschlagen haben und mit Klassenlage und Milieuerfahrungen verbunden sind.

Solche Fragestellungen werden im Mainstream der akademischen Wissenschaften heute immer weniger verfolgt. Die noch auffindbaren kritischen Ansätze sind institutionell zurückgebaut oder ausgetrocknet worden (Beispiele sind Klaus Holzkamp und Rudolf Bahro). Das ist als Versuch der Disziplinargesellschaft auslegbar, den Systemkritikern den Boden zu entziehen. Sanfte Methoden der Kontrolle durch Werbung und Marketing existieren neben disziplinierenden Strategien der Exklusion.

Worauf es mir in diesem Kontext vor allem ankommt ist zu zeigen, dass der Wechsel von der Arbeitsgesellschaft zur Konsumgesellschaft mit Formen der sozialen Kontrolle verbunden ist, die über den Konsum vermittelt sind. Die Menschen werden durch Flexibilitätserwartungen entwurzelt, unter Einsatz von Werbung und Marketing für den Überkonsum weichgeklopft, vom Gemeinwesen isoliert und vereinzelt, mit einer scheinbaren Individualität ausgestattet, die substanz- und widerstandslos ist. Sie werden infantilisiert und dahin gebracht, sich mit dem Gefühl von Freiheit in der Konsumwelt häuslich einzurichten, ohne das „falsche Selbst“ zu erspüren, das ihnen in der Uniformität und Konformität alternativlos vermittelt wurde. Haltungen werden erzeugt, die von Konkurrenz, Ohnmacht, Langeweile, Apathie oder Resignation geprägt sind und zu Siegen oder Niederlagen in der Welt des Konsums führen. Der Konsumkapitalismus ist von ei-

ner immer intensiver und umfassender werdenden Entfremdung bestimmt, die eine Entfremdung im Überfluss ist.

Entfremdung im Kapitalismus

Bei den folgenden Ausführungen habe ich mich an Erich Fromm und Joachim Israel orientiert. Dieser hat ein viel gelesenes Buch zur Entfremdung geschrieben (Israel 1985), das zumindest im Kern eine weitgehende Übereinstimmung mit Fromm zeigt.

Fromm ist nicht einfach zu lesen, weil er einen detaillierten Bezug zum Lebendigen hat und nicht im Übermaß abstrahiert. Das kann wissenschaftlich irritierend wirken. Natürlich ist Fromm in einem hohen Maße zur Abstraktion fähig. Autobiografisch hat er sich so dargestellt, dass er keine Bereitschaft und Fähigkeit hatte, abstrakt zu denken. Wenn man sich auf einer Ebene bewegt, die den Menschen ausschließt, führt dies zu einer sterilen Abstraktheit. Der entschiedene Bezug zum lebendigen Menschen (den es in der akademischen Soziologie kaum noch gibt) hat mir ursprünglich den Zugang zu Fromm erschwert. Ich habe gedacht, das findet man anderswo prägnanter formuliert. Bei Fromm erschienen mir viele Ausführungen zu weitschweifig, etwa seine Ausführungen zum Marketing-Charakter. Ab 1980 kam ich zu einer anderen Betrachtungsweise mit der Konzentration darauf, was mit den Menschen in der Konsumgesellschaft geschieht. Bei diesem Perspektivenwechsel waren Enttäuschungen im Spiel, nachdem der Marsch durch die Institutionen nicht wie erwartet funktioniert hatte. Politische Enttäuschungen im Gefolge der Studentenbewegung führten dazu, im Psychoboom das Selbst und die sozialen Beziehungen durch Erfahrungen zu verändern. In einem seiner letzten Vorträge kritisierte Herbert Marcuse solche Bemühungen der Selbstverbesserung entschieden als „Politik in der ersten Person“. Die im Konsumkapitalismus versuchte Selbstveränderung war mit dem Trend der *Individualisierung* verbunden, die zur Vereinzelung und in den Rückzug ins Private führt. Solche Versuche der Befreiung können in der Wirkungslosigkeit verlaufen und in neue Formen der Entfremdung mün-



den.

Da der Entfremdungsbegriff vielschichtig ist, bleibt jeder Definitionsversuch unzureichend. Israel umschreibt Entfremdung wie folgt: „Entfremdung ist der gesellschaftliche Prozeß, bei dem der Mensch seine eigene gesellschaftliche Tätigkeit nicht länger bewußt kontrolliert, sondern in steigendem Umfang vom Produkt dieser Tätigkeit kontrolliert wird.“ (Israel 1985, S. 163).

Entfremdung und Verdinglichung bilden einen Zusammenhang. „Die Entfremdung manifestiert sich in der bürgerlich-kapitalistischen Gesellschaft als Verdinglichung, was u.a. bedeutet, daß der Gebrauchswert dem Tauschwert untergeordnet wird, was auch für die Ware Arbeitskraft gilt.“ (Israel 1985, S. 25) Das gilt ebenso für den Massenkonsum. Wie ich weiter oben versucht habe aufzuweisen, sind die Dinge nicht mehr in erster Linie gebrauchswertdienlich, sondern werden sehr schnell ausgetauscht. Unter Verdinglichung versteht Israel die Tendenz, „den Menschen in ein Objekt zu verwandeln, seine Wahlmöglichkeiten zu behindern, seine Möglichkeiten, Entschlüsse zu treffen, über das eigene Leben mitzuentcheiden“ (Israel 1985, S. 172f.), ebenfalls zu behindern.

Das Problem der Entfremdung sieht Israel mit der Emanzipation und Selbstverwirklichung des Menschen konfrontiert (vgl. Israel 1985, S. 32). Er konstatiert eine „doppelte Bedeutung des Begriffs Entfremdung“: „sein gleichzeitiges Verweisen auf gesellschaftliche Prozesse und psychische Zustände“ (Israel 1984, S. 34). Das ist nach meinem Dafürhalten genau die Frommsche Position: „die Entfremdung, die Verdinglichung des Menschen, den Verlust der Kontrolle über sich und das Kontrolliertwerden des Menschen von den Dingen und Umständen, die er schafft“ (Fromm 1992d, S. 281).

In seiner Ethik hat Fromm in Anknüpfung an Kant die Position vertreten: „Der Mensch ist Selbstzweck“ und „Der Mensch ist kein Ding“. Auch im Mittelpunkt seines humanistischen Sozialismus steht die Auffassung, dass der Mensch nicht auf dem Altar der Macht geopfert werden darf, weder aus

Gründen der Macht und Kontrolle noch für die Zwecke des Profits oder für die Ausbeutung des Menschen durch den Menschen. Stattdessen müssen die Menschen wieder in den Sattel steigen und selbstbestimmt ihre Situation, die sie in der Lebenswelt vorfinden, verändern. In *Haben oder Sein* (1976a) hat Fromm versucht, Anregungen zu geben, wie Gesellschaft organisiert sein könnte. Das sind Konzepte, die man kritisieren kann, aber er hat sich bewusst darauf eingelassen, konkrete Vorschläge zu erörtern. So spricht er etwa vom *Kulturrrat* oder von *Dezentralisierung*. Das sind Themen, die von anderen kongenialen Denkern ebenfalls angesprochen worden sind, wie Rudolf Bahro etwa die Vergeudungswirtschaft mit dem Sechs-Tage-Rennen, in dem der moderne Konsument sich befindet, kritisiert hat. Im Vergleich zu Fromm konnte Rudolf Bahro, der Fromm um 15 Jahre überlebte, entschiedener die ökologische Krise in den Blickpunkt der Aufmerksamkeit rücken.

Wege aus der Krise?

Trotz aller Bemühungen gibt es keine eindeutigen Lösungen. Mit Fromm ist auf einen kulturellen Verdrängungsprozess zu verweisen, der an den vorherrschenden Sozialcharakter und das gesellschaftliche Unbewusste gebunden ist. In meinem Vortrag habe ich versucht, den Konsumkapitalismus zu beschreiben, der seinen Aufstieg in den USA seit den 1920er Jahren und in Europa in der Nachkriegszeit seit den 1950er Jahren genommen hat. Heute ist der Industriekapitalismus vom Konsumkapitalismus überlagert worden, was daran ablesbar ist, dass die Sozialintegration überwiegend durch die Teilhabe an der „Gesellschaft der Konsumenten“ (Zygmunt Bauman) erfolgt. Entsprechend erfolgt eine Exklusion bzw. „Entgesellschaftung“ (Peter Brückner) der fehlerhaften Konsumenten durch deren mangelnde Chancen, dauerhaft am Massenkonsum teilzuhaben. Neue Formen der Armut und Entfremdung sind entstanden. Der eingangs nur rudimentär entfaltete Begriff der Ambiguität deutet an, dass die Integration durch Konsum in einem solchen Maße erfolgt, dass die ökologische Problematik nicht genügend in die Aufmerksamkeit der Kon-



sumenten geraten kann. Bildlich gesprochen befinden sich die Konsumenten vor der Weggabelung und haben sich (noch) nicht für rettende Handlungsalternativen entschlossen. Dieser Sachverhalt ist nach wie vor klärungsbedürftig, da die Anzeichen der Krise bereits seit den 1970er Jahren bekannt sind.

Nachdem 1972 der *Club of Rome* die Wachstumsgrenzen verdeutlicht hatte, blickte Fromm nicht vorrangig auf die Ressourcen und die Umweltschäden, sondern fokussierte den Menschen als entfremdetes Wesen. Im Kern der Entfremdung stand für ihn die gesellschaftlich vermittelte Habenorientierung mit ihrer Gier und Rücksichtslosigkeit, die am Massenkonsum ablesbar ist. Heute wird die Entfremdungsthematik verstärkt auch unter dem Aspekt der Entfremdung von der Natur betrachtet. Die Frage nach dem Umwelt- und Naturbewusstsein, die in verschiedenen Bereichen der Sozialwissenschaft gestellt wird, gibt Hinweise und Anregungen in Richtung dieser Entfremdung. Die Menschen sind zwar prinzipiell interessiert und können die aktuellen ökologischen Probleme erfassen, scheitern aber bei der Umsetzung der notwendigen Konsequenzen im alltäglichen Verhalten. Auch die modernen Lebensstile, die an Gesundheit und Nachhaltigkeit orientiert sind und in den USA als LOHAS (*Lifestyles of Health and Sustainability*) bezeichnet werden, erscheinen als Etikettenschwindel. Bei ihnen steht das Marketing im Vordergrund. Die entstandenen Absatzmärkte für Bioartikel expandieren. Inzwischen hat jeder Discounter eine zunehmende Anzahl dieser Artikel in seinem Sortiment. Wenn es am Ende der Veranstaltung noch einmal um die Frage der Transformation geht, ist die Veränderbarkeit von Lebensstilen im Konsumkapitalismus ein Fokus für die Diskussion.

Anhang: Antworten zu Fragen aus der Zuhörerschaft

In Ihrem Beitrag haben Sie die Massenproduktion, deren Nutznießer wir alle sind, als etwas Großartiges deklariert. Dennoch ist die Massenproduktion hochproblematisch, denn ihr Ergebnis ist *Müll*. Wir leben in einer

Situation, in der wir zunehmend vermüllen. Als Beispiel können Sie *Plastik* herausgreifen. Plastik ist überall in der Welt verbreitet, wird an allen Stränden der Welt vom Meer angespült. Es gibt z.B. Plastik in Mikroform, das bei der Wasseraufbereitung in Kläranlagen nicht herausgefiltert wird und in Bier und anderen Getränken zu finden ist. Inzwischen sind zunehmend ökologische Probleme entstanden. Plastikmüll ist nur ein Beispiel.

Was die Überwindung der Massenproduktion betrifft, wäre die Produktion dauerhafter Güter, die einen hohen Qualitätsstandard erfüllen, nicht nur in Einzelstücken, sondern auch in Serie anzustreben. Dauerhafte und unschädliche Gebrauchsgüter würden nicht nur in Massenproduktionen hergestellt werden, sondern handwerkliche Fertigkeiten und Unikate erhielten einen höheren Stellenwert. Bei hochwertigen und dauerhaften Gütern wäre der Markt bald gesättigt und würde die Massenproduktion in ihrer derzeitigen Form in Frage stellen.

Das Problem liegt nach meiner Einschätzung darin, dass die Bestimmung der Waren von heute der Müll von morgen ist. Ein zukunftsweisendes Konzept beschreibt der Chemiker Michael Braungart: *Cradle to Cradle*. Es gründet darauf, dass bei der Produktion von Gütern zwei getrennte Stoffkreisläufe beachtet werden. Der eine Stoffkreislauf ist vollständig natürlich und ohne jede Umweltbelastung. Das kann man am besten durch eine Übertreibung verdeutlichen. Nehmen wir an, Sie haben eine Wohnzimmercouch gekauft und mögen sie nicht mehr. Den Stoffbezug könnten Sie im Prinzip essen, weil er keine Giftstoffe enthält. Sie könnten die Couch im Wald entsorgen. Sie würde im natürlichen Kreislauf zu 100% Humus zersetzt werden. Damit ist das Prinzip verdeutlicht, alltägliche Gebrauchsgüter im Sinne eines Stoffkreislaufs zu produzieren und zu verbrauchen, der der Natur abgeguckt ist.

Demgegenüber gibt es einen weiteren Stoffkreislauf, der nicht frei von belastenden Stoffen ist. Hier geht es um einen geschlossenen Kreislauf der Produktion und des Gebrauchs mit Rückgabe der Gebrauchsgüter, die aus hochwertigen Materialien beste-



hen. Es geht darum, diese 100%ig zu recyceln. Zu diesem Zweck werden Produkte nur zur Nutzung durch die Konsumenten verkauft und mit einem Pfand versehen, so dass sie von den Konsumenten nach einer festgelegten Gebrauchsdauer oder bei Verschleiß und Defekt wieder zurückgegeben werden. Auch hier gibt es Beispiele, dass ein solches Konzept funktionieren würde.

Abschließend versuche ich, mehr oder weniger ausführlich auf die weiteren Beiträge einzugehen. Ich will mit der Frage nach der Kaufsucht beginnen. Die 5% Kaufsüchtigen oder stark Kaufsuchtgefährdeten darf man m.E. nicht von den anderen 95% abspalten und die letztere Gruppe als gesund deklarieren. Denn auch sie zeigt in abgemilderter Form ein Verhalten und eine Psychodynamik, wie sie schon bei der Gruppe der Kaufsüchtigen zu finden ist. Das wird mit dem Begriff des kompensatorischen Kaufens beschrieben. Auch der Durchschnittskonsument hat an diesem Konsum teil und kauft in diesem kompensatorischen Sinne. Was dahinter steckt, ist in der Kaufsuchtforschung, u.a. von Gerhard Scherhorn, wie folgt zusammengefasst worden: Die Menschen haben ein reduziertes Selbstwertgefühl. Man könnte ergänzen, sie haben keine innere Sicherheit im Sinne des Urvertrauens, keine sichere Bindung, kein Getragenwerden erlebt und sind notorisch unglücklich. Auch hier trifft sich diese Analyse mit Ausführungen von Erich Fromm, der den Begriff der „Pathologie der Normalität“ geprägt hat. Aus dieser Psychodynamik entsteht eine sich fortsetzende und vergebliche Suche nach etwas, das das Leben erfüllt. Das ist offenbar auch die Dynamik, die man beim Konsum findet. Und da kann man eben schlecht sagen, die 5% sind krank und die anderen 95% sind gesund. Fromm geht hinsichtlich der Normopathie – kurz zusammengefasst – davon aus, dass die Menschen einen sozialen Defekt aufweisen. Aber weil dieser gesellschaftlich von der Mehrheit geteilt wird, merken die einzelnen nicht, dass sie an einem Defekt leiden. Derjenige, der in einem bestimmten Sinne gesund ist, weil er z.B. als Sehender unter Blinden lebt, wird ausgegrenzt. Die soziale Blindheit dieses sozialen Defekts ist eine treffende Beschrei-

bung der Rolle der Menschen im Konsumismus oder im Konsumkapitalismus.

Konsumismus und Konsumkapitalismus sind zwei konkurrierende Konzepte, die sich als kritisch verstehen. Konsumismus wird manchmal auch in einem apologetischen Sinne gebraucht, wie von Norbert Bolz, der das *Konsumistische Manifest* verfasst hat, das eine Lobrede auf den Konsumismus ist. Bolz bezeichnet den Konsumismus als das Immunsystem der Weltgesellschaft. Wenn alle Menschen das Konsumheil erfahren, werde es keinen Fundamentalismus und auch keinen Terrorismus mehr geben. Dann ist die Welt befriedet. Das jedenfalls ist, auf einen einfachen Nenner gebracht, die beschränkte Aussage. Aber dahinter verbirgt sich noch ein ganz besonderes Problem, das der Scheinfreiheit. Die Menschen werden zum Konsumismus *genötigt*. Dem Konsumenten als dem Objekt von Werbung wird ständig suggeriert, was ihm zu seinem Glück fehle und was er noch benötige.

Aus der Frommschen Perspektive kann man sagen, dass die Konsumenten diese Nötigung nicht als Nötigung erfahren. Der Mensch tut mit dem Gefühl von Freiheit das, was er tun soll. Bei einer solchen Betrachtung kommt Freud mit der Psychodynamik ins Spiel, die Fromm auf die Gesellschaft bezieht und erweitert. Das Problem wurde auch von den rivalisierenden „Brüdern“ der Frankfurter Schule – Fromm und Marcuse – in relativer Übereinstimmung diagnostiziert. Beide gehen davon aus, die Menschen müssten Bedingungen von Freiheit vorfinden, damit sie entscheiden können, welche Bedürfnisse sie als wahr empfinden. Unter Bedingungen von Unfreiheit ist die Differenz zwischen wahren und falschen Bedürfnissen jedoch bis zur Unkenntlichkeit verwischt, so dass man nicht mehr treffsicher unterscheiden kann. Dann gibt es nur noch empirisch feststellbare Bedürfnisse und Wünsche, und der Einzelne kann sagen, das ist aber doch mein Bedürfnis zu kaufen, zum Beispiel die Billigtextilien, oder diese Billigreise zu buchen. Man kann ihm dieses Bedürfnis auch nicht absprechen, wenn es subjektiv als eigenes empfunden wird. Da hilft auch der Aufklärungsgedanke gegenüber einem



Problem wenig, das in der sozioökonomischen und soziokulturellen Struktur der Gesellschaft verankert ist und sich in der „Liturgie der Dinge“ (Baudrillard) offenbart.

Der Konsummensch ist leicht ansprechbar. Ich brauche nur in die Werbematerialien hineinschauen. Früher waren es Kataloge von Neckermann und Quelle. Heute ist es das Internet oder sind es die Werbebroschüren, die mit den kostenlosen Zeitungen im Briefkasten landen. Wenn man sich in diese Werbeträger vertieft, findet man immer etwas, das man auch noch gebrauchen könnte. Das ist die Dynamik der gesteigerten Wünsche. Die Versprechen, Glück und Befriedigung zu erlangen, fallen bei uns Menschen im Konsumkapitalismus auf fruchtbaren Boden. Das ist – kritisch gewendet – die Anfrage, die wir an uns richten müssen. *Woran liegt es, dass wir so anfällig sind?*

Literatur

- Baudrillard, J., (2015 [1970]): *Die Konsumgesellschaft. Ihre Mythen, ihre Strukturen*. Wiesbaden (Springer VS.).
- Bauman, Z. (2009): *Leben als Konsum*, Hamburg (Hamburger Edition).
- Bierhoff, B. (2013): *Konsumismus. Kritik einer Lebensform*, Freiburg i.Br. (Centaurus Verlag).
- Bolz, N. (2002): *Das konsumistische Manifest*, München (Wilhelm Fink Verlag).
- Braungart, M., und McDonough, W. (2003): *Einfach intelligent produzieren. Cradle to Cradle*, Berlin (Berliner Taschenbuch-Verlag).
- Debord, G. (1973): *Die Gesellschaft des Spektakels*, Düsseldorf (Projektgruppe Gegengesellschaft).
- Erhard, L. (1957): *Wohlstand für alle*. Bearb. von Wolfram Langer, Düsseldorf (Econ-Verlag).
- Etzioni, A. (1975): *Die aktive Gesellschaft. Eine Theorie gesellschaftlicher und politischer Prozesse*, Opladen (Westdeutscher Verlag).
- Etzioni, A. (1997): *Die Verantwortungsgesellschaft. Individualismus und Moral in der heutigen Demokratie*, Frankfurt und New York (Campus).
- Fromm, E.: *Gesamtausgabe* in 12 Bänden (GA I bis GA XII), hg. von Rainer Funk, München (Deutsche Verlags-Anstalt und Deutscher Taschenbuch Verlag) 1999.
- Fromm, E. (1955a): *Wege aus einer kranken Gesellschaft*, in: *Gesamtausgabe*, Band IV, S. 1-254.
- Fromm, E. (1976a): *Haben oder Sein*, in: *Gesamtausgabe*, Band II, S. 269-414.
- Fromm, E. (1980a): *Arbeiter und Angestellte am Vorabend des Dritten Reiches. Eine sozialpsychologische Untersuchung*, hg. u. eingeleitet von Wolfgang Bonß, in: *Gesamtausgabe*, Band III, S. 1-230.
- Fromm, E. (1983b): *Überfluss und Überdruß in unserer Gesellschaft*, in: *Gesamtausgabe*, Band XI, S. 305-337.
- Fromm, E. (1992d [1961]): *Der moderne Mensch und seine Zukunft*, in: *Gesamtausgabe*, Band XI, S. 271-284.
- Gorz, A. (1989): *Kritik der ökonomischen Vernunft. Sinnfragen am Ende der Arbeitsgesellschaft*, Berlin (Rotbuch Verlag).
- Israel, J. (1985): *Der Begriff Entfremdung. Zur Verdinglichung des Menschen in der bürokratischen Gesellschaft*, 2. Auflage, Reinbek b. Hamburg (Rowohlt Verlag).
- Lefebvre, H. (1987): *Kritik des Alltagslebens. Grundrisse einer Soziologie der Alltagslichkeit*, Frankfurt/M. (Fischer Taschenbuch-Verlag).
- Negt, O. (1968): *Soziologische Phantasie und exemplarisches Lernen. Zur Theorie der Arbeiterbildung*, Frankfurt a.M. (Europäische Verlagsanstalt).
- Negt, O. (1981): *Geschichte und Eigensinn*, Frankfurt/M. (Zweitausendeins).
- Riesman, D., Denney, R., und Glazer, N. (1956): *Die einsame Masse. Eine Untersuchung der Wandlungen des amerikanischen Charakters*, Darmstadt und Berlin-Frohnau, Neuwied (Luchterhand).
- Schaff, A. (1985): *Wohin führt der Weg? Die gesellschaftlichen Folgen der zweiten industriellen Revolution*, Wien, München, Zürich (Europaverlag).
- Scherhorn, G., Reisch, L. A., und Raab, G. (1990): *Kaufsucht. Bericht über eine empirische Untersuchung*. 3., durchges. Fassung, Stuttgart (Lehrstuhl für Konsumtheorie und Verbraucherpolitik, Universität Hohenheim).
- Sennett, R. (1998): *Der flexible Mensch. Die Kultur des neuen Kapitalismus*, Berlin (Berlin-Verlag).
- Winterhoff-Spurk, P. (2005): *Kalte Herzen. Wie das Fernsehen unseren Charakter formt*, Stuttgart (Klett-Cotta).