

Über **Wachstum** durch endlose **Produktion von Bedürfnissen**,
über **kontaminierte Begriffe** und die **Kolonisierung des Bewusstseins**
durch quasi religiöse Doktrinen der herrschenden Ökonomie
Otto Ullrich

Ausgangsüberlegungen

1. Der technologische Weg
2. Der sozial-ökologische Pfad

A. Erste Annäherung zur Kritik am Konsumkapitalismus

1. Das Evangelium des Industriesystems
2. Das Mengenproblem
3. Wie kolonisieren Produkte die Lebenswelt?
4. Wie könnte die Dynamik der Unersättlichkeit gestoppt werden?
5. Wie könnte der Berg der Konsumaktivitäten abgebaut werden?
6. Verallgemeinerungsfähige Konsumaktivitäten
7. Wodurch erfolgen Verhaltensänderungen?

B. Die zweite Annäherung

1. Wie konnte der Konsumkapitalismus der Gesellschaft aufgepfropft werden?
2. Die Psychologie des Wohlstands
3. Die sozialen Grenzen des Wachstums
4. Das Konsumenten-Ich und das Bürger-Ich
5. Die Fragmentierung der Bedürfnisse
6. Der fehlgeleitete Konsum

C. Entkolonialisierung des Bewusstseins

1. Kapitalismus als Religion
2. Kontaminierte Begriffe
3. Zumutungen des verallgemeinerten Entrepreneurship

Ausgangsüberlegungen

Im ökologischen Diskurs gibt es **zwei Pfade**, mit denen man den Herausforderungen der Klimakatastrophe begegnen will: den technologischen und den sozial-ökologischen Pfad.

1. Der technologische Weg

Er setzt hauptsächlich auf die Innovationsfähigkeit von Ingenieuren und Naturwissenschaftlern. Sie sollen die problematischen Energiequellen durch nachhaltige Technologien ersetzen. Die Botschaft dieses Pfades an das Wahlvolk ist: Ihr müsst euer angewöhntes Konsumverhalten nicht ändern, auf nichts verzichten. Alles geht weiter wie bisher, nur ist es jetzt ein **grünes Wachstum** mit sauberen Technologien und Produkten. Vertreter dieses Pfades sprechen manchmal auch von anstehenden Verhaltensänderungen, aber sie verstehen darunter beispielsweise den Umstieg von Benzinkisten auf E-Autos. Dieser technologische Pfad wird mehrheitlich von allen Parteien vertreten, auch von den Grünen, die auch lieber auf vermutete Win-Win-Strategien setzen, um keine Wähler zu verschrecken. Man glaubt hierdurch die **Tabuthemen Verzicht und Zumutungen** vermeiden zu können, indem man auf einen „Positivdiskurs“, auf „positive Handlungsorientierungen“ setzt. Dabei ist schon jetzt zu sehen, dass dieser Weg mit erheblichen ökologischen Folgekosten verbunden ist und die „Lebensqualität“ vieler Menschen sehr einschränken wird. Auch kann man erkennen, dass die-

ser Weg eine gefährliche Illusion ist, mit der man viel Zeit vertun wird, denn der angewöhnte fossilatomaren Hochenergiepfad lässt sich nicht regenerativ fortsetzen.¹

2. Der sozial-ökologische Pfad

Er setzt auf grundlegende *soziale* Veränderungen, auf grundlegende Veränderungen der „gesellschaftlichen Rahmenbedingungen“ und zusätzlich auf ein ebenfalls grundlegend anderes *Naturverhältnis*, auf einen anderen Umgang mit der Natur. Dieser Pfad setzt auf einen gesellschaftlich-kulturellen *Paradigmenwechsel*, auf eine tiefgreifende Abkehr von der kapitalistisch-industriellen Produktions- und Lebensweise. Vertreter dieses Pfades haben begriffen, dass die über lange Zeit angewöhnte Art und Weise, wie in den überentwickelten Industrieländern produziert und konsumiert wird, in gar keiner Weise für alle Menschen nachahmungsfähig ist. Es ist ein Luxusmodell für wenige auf Kosten sehr vieler. Der Energie- und Ressourcen Verbrauch in diesen Ländern muss um mindestens den Faktor zehn gesenkt werden. Um das zu erreichen, genügen nicht Effizienz-Bemühungen, die meist durch Rebound-Effekte überkompensiert werden, sondern umfangreiche Einsparungen in Form von *Nicht-Konsum*.

Zu diesem Pfad gehört eine *Kultur der Mäßigung und Achtsamkeit*, eine Lebensweise mit erheblich weniger materiellem Kram und Ressourcen verschlingenden Dienstleistungen. „Die Welt durchlebt nicht nur eine historische Wirtschaftskrise, ihr steht auch die dramatischste Erwärmung seit drei Millionen Jahren bevor. Es mag sich bombastisch oder alarmistisch anhören: Aber die Große Transformation, die ansteht, gleicht in ihrer Tiefe und Breite historischen Achsenzeiten wie den Übergängen in die Agrargesellschaft und in die Industriegesellschaft.“²

Zu dieser anstehenden Großen Transformation gehört eine *Rücknahme des Warencharakters von Boden, Arbeit und Geld*. Dies wurde durch die von Karl Polanyi beschriebene Große Transformation vor rund zweihundert Jahren eingeführt. Grund und Boden, Arbeitskraft und Geld sollten nicht als Ware über Märkte gehandelt werden. Der „Imperialismus der Ökonomie“, die Kommerzialisierung aller Lebensbereiche muss zurückgenommen werden. Ökonomie muss wieder eine dienende Funktion haben, die nach normativen Regelungen in die Gesellschaft eingebettet wird.

Begriffsbestimmungen: Für diesen Pfad gibt es noch wenig eingeführte Begriffe. Ob *Transformation* ein glücklicher Begriff ist, müsste man noch prüfen. Die erste Große Transformation wurde von oben durchgesetzt zum Nachteil der Mehrheit. Transformation hat einen technokratischen Klang. Der Begriff wird in sehr unterschiedlichen Diskursen inflationär gebraucht. Vielleicht ist *Paradigmenwechsel* sinnvoller. Er signalisiert, dass es um tiefgreifende Veränderungen des Bewusstseins und des Verhaltens geht, nicht nur um ein „Umschalten“, was Transformation nahelegt.

Anstatt *sozial-ökologisch* verwenden manche *sozio-kulturell*. Eine „Kulturrevolution des Alltags“ stünde an. In Kultur wird hier das Naturverhältnis mitgedacht wie in Industriekultur oder Agrikultur. Man kann auch den Kapitalismus als Kultur beschreiben.³ Aber der Kulturbegriff ist auch vieldeutig. Andererseits verwendet der WBGU in seinem Gutachten „Welt im Wandel - Gesellschaftsvertrag für eine Große Transformation“ den Begriff Transformation, auch Leggewie und Welzer, was Anknüpfungen ermöglichte.

Angemessene Problemwahrnehmung: Wie tiefgreifend man Veränderungen fordert, hängt entscheidend davon ab, ob man ein angemessenes Problembewusstsein hat. Spricht man von einer

¹ Hierzu empfehle ich immer wieder das Buch von Richard Heinberg: „The Party’s Over. Das Ende der Ölvorräte und die Zukunft der industrialisierten Welt, 2004, zuerst 2003.

Sehr anregend hierzu auch: Marcel Hänggi: „Ausgepowert. Das Ende des Ölzeitalters als Chance“, 2011

² Claus Leggewie/Harald Welzer: „Das Ende der Welt, wie wir sie kannten“, 2009, S. 13

³ Dieter Claessens: „Kapitalismus als Kultur. Entstehung und Grundlagen der bürgerlichen Gesellschaft“, 1973

Klimakrise, der man schon irgendwie begegnen wird, oder nimmt man die bereits voll im Gang befindliche Klimakatastrophe zur Kenntnis? Ist man fassungslos über das Tempo des Artensterbens? Nimmt man die Befürchtungen der Klimaforscher über mögliche Kippvorgänge ernst? Wie stark ist man beunruhigt über das zur Verfügung stehende sehr kleine Zeitfenster für grundlegende Veränderungen? Welche Problemwahrnehmung jemand hat, kann man auch an seinen Vorschlägen zur Veränderung erkennen. Wer Lösungen nur als Win-Win-Möglichkeiten sucht, hat kein angemessenes Problembewusstsein.

Auswahl des Unterthemas: Mit der Wahl des sozial-ökologischen Pfads eröffnet sich eine sehr große Auswahl von möglichen Diskussionsfeldern. Ich liste hier nur einige Stichworte dafür auf: Wettbewerbsfetisch gegen eine solidarische Ökonomie; Freihandelsreligion gegen relativ autonome Kommunen; größeres Glück für alle durch gerechtere Einkommen; verwissenschaftlichte Großtechnologien gegen handwerklich orientierten Umgang mit den Naturstoffen; motorisch angetriebene Erholung in der Ferne gegen eine neue Sesshaftigkeit; ökonomisch-technische Abrüstung; materielle Entrümpelung; ökologischer Konsum gegen weniger Konsum verbunden mit weniger Lohnarbeit; Grundlagen einer wachstumslosen Ökonomie; Ökonomie des Genug; das „schreckliche Menschenbild“ der Marktgesellschaft; Eindämmung von Werbung im TV und öffentlichen Raum, um die Produktion der Bedürfnisse zu reduzieren; Lernprojekte zum Ausstieg aus der Autonutzung, der Ernährung mit Fleisch, der touristischen Flucht in die Ferne; Projekte zur kulturellen Verhaltensveränderung zur Einsparung von Strom am Beispiel Standby, Tiefkühlung, Beleuchtung der Städte in der Nacht. Wie wäre ein Abwägungsdiskurs zu führen zwischen verschandelter Landschaft durch Windräder und der Bequemlichkeit, überall auf Rolltreppen zu fahren? Wie überwindet man die tief verankerte psychische Zurichtungen durch den Kapitalismus, unabhängig von eigenen Bedürfnissen lohnzuarbeiten und zu konsumieren? Die Liste der Auswahlmöglichkeiten für ein Unterthema ist noch viel länger. Viele weitere Anregungen sind in meinem Text „Das produktivistische Weltbild“, zu finden unter www.otto-ullrich.de

A. Erste Annäherung zur Kritik am Konsumkapitalismus

1. Das Evangelium des Industriesystems

Konsumaktivitäten sind für eine kapitalistische Industriegesellschaft Moses und die Propheten, sie sind der „Kern des Wachstumsmotors“. „Der einzelne dient dem Industriesystem nicht dadurch, daß er spart und zu Kapitalbildung beiträgt; seine Aufgabe ist vielmehr der Konsum. Dieses Evangelium wird ihm so raffiniert und geschickt und aufwendig beigebracht wie kein anderer Glaubenssatz der Religion, Politik oder Moral.“ (Galbraith)⁴

Diese Wirtschaftsweise erzeugt systemnotwendig eine **Lawine von Produkten**, deren Herstellung, Infrastruktur, Gebrauch und „Entsorgung“ den größten Teil der Mitwelt-Probleme erzeugen. Dieser riesige Produktberg ist zusätzlich sehr viel größer, als die Menschen in dieser satten Gesellschaft für ein „gutes Leben“ benötigen.

⁴ John Kenneth Galbraith: „Die moderne Industriegesellschaft“, 1970, S. 42, zuerst 1967. Vom gleichen Autor, wichtig für die Produktion der Bedürfnisse, „Gesellschaft im Überfluß“, 1963, zuerst 1958.

Wie unterscheidet man nun aber zwischen den wichtigen und den unwichtigen, den erforderlichen und den überflüssigen Produkten? Mit dieser Frage beschäftigen sich einige schon seit über hundert Jahren. Die Publikationen dazu füllen ganze Bücherregale.⁵

Die Produkte tragen ja kein Label, das sie als wichtig oder überflüssig kennzeichnet. Man kann ihnen das auch nicht so ohne weiteres zuweisen. Es gibt qualitativ sehr hochwertige Produkte, wie etwa Espressomaschinen für über tausend Euro, die von der Stiftung Warentest Qualitätsnoten bekommen, und die nicht wenige Menschen als fast unverzichtbare Bereicherung für ihre Lebensweise betrachten, die man jedoch von einer anderen Betrachtungsweise aus als völlig überflüssig angewöhnte Marotte einstufen kann.

Auch der Versuch, bestimmte Produkte mit dem Label „ökologisch“ zu versehen, um dann von einem „**ökologischen Konsum**“ zu sprechen, führt für die Aufgabe, aus dem viel zu großen Berg von Produkten den lebenswichtigen Teil herauszutrennen, nicht wirklich weiter. Einmal sind die weitaus meisten Produkte, die gegenwärtig irgend ein Öko-Label tragen, nicht wirklich nachhaltig und verallgemeinerungsfähig, was man nicht nur zur Zeit an dem Desaster mit dem Bio-Sprit sieht. Diese Öko-Produkte sind meist nur relativ mitweltverträglicher als andere. Dann geht es zweitens auch noch um die Mengen.

2. Das Mengenproblem.

„Es gibt viele Gruppen, die sich auf verdienstvolle Weise um die *Qualität* der Waren kümmern - sie kämpfen für Fair-Trade-Schokolade...oder für Kleidung aus biologisch angebaute Baumwolle...Aber nur wenige kümmern sich um das Thema *Quantität* und stellen diese eine unbequeme Frage: Konsumieren wir zu viel? *Das* ist die Frage, die zum Kern des Problems vordringt.“⁶ Alle Produkte benötigen Ressourcen wie Flächen, fruchtbare Böden, Wasser, Maschinen zur Verarbeitung, Transportmittel. Das ist auf einem endlichen Planeten mit viel zu vielen Menschen nicht beliebig vermehrbar. Eine Produktions- und Konsumweise, die angelegt ist auf ständigen Konsumumsatz mit kurzen Erneuerungszyklen kann auch mit ökologischem Konsum den Planeten ruinieren. Erst eine **Kultur der Mäßigung**, die mit wenigen Konsumaktivitäten auskommt und Dinge so lange nutzt, bis sie unbrauchbar geworden sind, könnte hier etwas ändern. Der *Nicht-Konsum* von Waren wäre ein ökologischer Konsum.

Joachim Radkau macht darauf aufmerksam, dass für eine Kultur der Mäßigung an früher vorhandene Selbstverständlichkeiten angeknüpft werden könnte. „Die alte Zeit der einfachen Bedürfnisse ist keine nostalgische Legende. Die Einsicht, dass die Zufriedenheit mit dem, was man hat und was man ist, das sicherste Glück beschert, war nicht nur eine alte, von Buddha bis Schopenhauer reichende Philosophenweisheit, sondern auch eine Alltagsweisheit der kleinen Leute.“⁷

⁵ Einige Beispiele aus der näheren Vergangenheit: Lederer/Mackensen: „**Gesellschaftliche Bedürfnislagen**“, 1975; „**Anders leben - überleben**. Die Grenzen des Wachstums als Chance zur Befreiung“, fischer alternativ 1977, darin Johan Galtung: „Weltproduktion für **Grundbedürfnisse**“; „**Der neue Konsument**. Der Abschied von der Verschwendung - Die Wiederentdeckung des täglichen Bedarfs“, fischer alternativ 1979 mit Kapiteln „Die Grenzen des Konsums“, „Konsumverzicht: Befreiung für Mensch und Natur“; Meyer-Abich/Birnbacher (Hg.): „**Was braucht der Mensch, um glücklich zu sein**. Bedürfnisforschung und Konsumkritik“, 1979 (darin: Katrin Lederer: „Was wir wollen, was wir brauchen und was wir wollen dürfen.“) Eppler (Hg.): „**Was braucht der Mensch?** Vision: Politik im Dienst der **Grundbedürfnisse**, 2000; John de Graaf/David Wann/Thomas Naylor: „**Affluenza. Zeitkrankheit Konsum**“, 2001.

⁶ Annie Leonard: „The Story of Stuff. Wie wir unsere Erde zumüllen, 2010, S.240, Hervorhebung durch Leonard. In ihrem Kapitel „Konsum“ (S. 235 - 284) gibt sie einen kurzen, sehr guten Überblick über das Thema Konsum.

⁷ Joachim Radkau: „Wachstum oder Niedergang: ein Grundgesetz der Geschichte?“ In: Irmi Seidl/Angelika Zahrnt (Hg.): „Post-Wachstumsgesellschaft. Konzepte für die Zukunft“, 2010, S. 39. Radkau zitiert Lassalle, den Gründer der deutschen Arbeiterbewegung, der über die „verdammte Bedürfnislosigkeit“ der Arbeiter von 1863 schimpft. Das größte Unglück für ein Volk sei es, wenn es keine Bedürfnisse hat. Interessant ist, dass dieser wichtige Beitrag von Radkau in dem Sammelband als einziger in den langen Zusammenfassungen und Schlussfolgerungen der beiden Herausgeberinnen keinerlei Erwähnung findet.

3. Wie kolonisieren Produkte die Lebenswelt?

Für die Bewertung von Produkten und Verhaltensweisen ist der Kontext bestimmend, in den sie sich eingemischt haben, denn das Tückische am Konsum in wachstumsorientierten Industriegesellschaften ist: sie schleichen sich fast unbemerkt in die Lebenswelt ein und verhaken sich dann nach einiger Zeit so stark mit dem sozialen Kontext und der Psyche der Menschen, dass sie neue Standards setzen, selbstverständlich werden und unverzichtbar erscheinen.

Zunächst wird das „innovative Produkt“, das Firmen erzeugen, damit die „kapitalistische Maschine“ in Gang bleibt (Schumpeter), von niemandem vermisst. Durch die **Produktion der Bedürfnisse**, „raffiniert und geschickt und aufwendig“ (Galbraith), nutzen zuerst Technikbesessene, Early Adopters, die Neuigkeiten meist aus Statusgründen, Angeberei oder marginalen Bequemlichkeitsvorteilen.

Ein Beispiel aus letzter Zeit ist das **Handy**. In einem Land mit einer Vollversorgung für das „Bedürfnis Fern-Sprechen“ durch ein Festnetz, hat mobiles Fernsprechen praktisch niemand vermisst. Nun hat es sich nach einiger Zeit so stark in die Gesellschaft und in die Psyche von Menschen verflochten, als Profitquelle mit Arbeitsplätzen, mit einer Energie und Ressourcen fressenden Infrastruktur, als Statussymbol, als scheinbar unverzichtbares Daten-Organisationsmittel für den Tagesablauf. Der plötzliche Verlust des Handys bedeutet für nicht wenige Menschen das Gefühl, vom Leben abgeschnitten zu sein.

Wir haben hier also ein qualitativ sehr hochwertiges Produkt, das für viele Menschen sehr wichtig und das dennoch eigentlich überflüssig ist, das von Systemnotwendigkeiten des Kapitalismus generiert wurde und nicht von der Erfordernissen für ein „gutes Leben“.

4. Wie könnte die Dynamik der Unersättlichkeit gestoppt werden?

Auf dieser Betrachtungsebene gibt es zwei Themen, zwei Fragen.

Einmal, wie kann dieser Prozess der *Dynamik der Unersättlichkeit* der herrschenden Wirtschaftsweise gestoppt werden, der ständig neue Produkte erzeugt, die niemand wirklich braucht und die sich dann doch in die Lebenswelt einnisten mit den verbundenen ökologischen und sozialen Schäden? Diese Frage führt zu den vielfältigen Schritten für eine **Postwachstums-Ökonomie**, für die kennzeichnend wäre, die *unaufhörliche* Wachstumsdynamik still zu stellen. Das schließt nicht aus, dass der eine oder andere Bereich auch wachsen kann, bis davon genug da ist.

Einige Stichworte für das Ziel einer Postwachstums-Ökonomie sind: Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe anstelle der Exportorientierung, stärkere Selbstversorgung und höhere Wertschätzung langlebiger handwerklicher Produkte anstelle des Kaufs industrieller Waren, systematische Verteuerung von Energie und Ressourcen-Verbrauch begleitet von einem ökologisch orientierten Steuersystem, Entschleunigung auf allen Ebenen⁸, starke Einschränkung der Produktwerbung in allen Medien, Verschiebung des privaten Konsums auf öffentliche Güter, indem man Menschen nicht als Konsumenten anspricht, sondern als politische Bürger. Benjamin Barber beispielsweise beschreibt die „Pathologien der Freiheit“ durch den „Konsumkapitalismus“, der ständig neue Bedürfnisse für neue Produkte erzeugt, und dem infantilisierten Konsumenten vorgaukelt, der Inbegriff der Freiheit sei, als Individuum aus der Fülle der angebotenen Produkte frei wählen zu können. Barber sieht darin eine **Verkümmern des Freiheitsbegriffs**. „Die Idee, nur Privatpersonen seien frei und nur persönliche Entscheidungen, wie sie Verbraucher treffen, gälten als autonom, entpuppt sich heute als Angriff nicht auf die Tyrannei, sondern auf die Demokratie. Sie stellt nicht die illegi-

⁸ Viele Anregungen hierzu gibt Fritz Reheis: „Die Kreativität der Langsamkeit. Neuer Wohlstand durch Entschleunigung“, 1996; und „Entschleunigung. Abschied vom Turbokapitalismus“, 2003.

time Macht in Frage, mit der Tyrannen einst über uns herrschten, sondern die legitime Macht, mit der wir versuchen, uns gemeinschaftlich selbst zu regieren.“⁹

Aus einem vorgegebenen Menü durch wirtschaftliche Interessen etwas als Privatperson auswählen zu können, ist eine Scheinfreiheit. In vielen Orten, auch in Deutschland, kann man zur Fortbewegung zwischen dutzenden Autotypen wählen, aber nicht den öffentlichen Verkehr. „Aber die reale Macht und damit die reale Freiheit hat letztlich nur derjenige, der bestimmt, was auf das Menü kommt.“ (S. 142) Ein „sinnvolles Menü“, das soziale und ökologische Erfordernisse erfüllt, kann nur über **öffentliche Entscheidungsprozesse** gewonnen werden. Für die Ziele Nachhaltigkeit, Gerechtigkeit, Mitwelt-Verträglichkeit, Entschleunigung, ökonomisch-technische Abrüstung ist es von entscheidender Bedeutung, dass ein zivilgesellschaftlicher-politischer Prozess entscheidet, was zur Auswahl steht und nicht, wie heute, international operierende Konzerne, das Unternehmen, der Entrepreneur. *Die reale Freiheit ist die öffentliche Freiheit, nicht die private.* Diese Überlegungen zeigen erneut, wie beschränkt der Ansatz über die angebliche Konsumentensouveränität ist.

Das Stillstellen der Wachstumsdynamik, damit der Produktberg für die Müllhalde nicht ständig weitergeht und die Aufgaben zur Erreichung einer Postwachstums-Ökonomie, sind vor allem auf der Ebene der Politik zu bewältigen, die ihrerseits einen Paradigmenwechsel vollziehen muss durch den Antrieb engagierter Bürger. Vorschläge und Konzepte hierfür gibt es seit Jahrzehnten mehr als genug. Es muss auch nichts zum wiederholten mal neu erforscht werden. „Was fehlt, sind nicht die Ideen, was fehlt, ist der *politische Mut*.“¹⁰

5. Wie könnte der Berg der Konsumaktivitäten abgebaut werden?

Das zweite Thema ist, wie reduziert man den *vorhandenen* Berg der Konsumaktivitäten? Es ist wieder die Frage nach den Differenzierungen zwischen wichtig für ein gutes Leben und überflüssig. Man kann hier Konsumlinien identifizieren, deren Reduktion oder Abschaffung für das Klimaziel wichtig wäre, für die es ökologisch günstigere Alternativen gibt, und die dennoch nicht als „Wohltandsminderung“ anzusehen wären.

Hierzu zwei Beispiel-Felder.

Die **industrialisierte Landwirtschaft** zusammen mit den global operierenden Food-Konzernen, den staatlichen Agrarsubventionen und dem Verbraucherverhalten im Nahrungsmittelbereich gehört zu den größten Zerstörern der Lebensgrundlage auf der Erde. Und es ist verbunden mit einem unendlichen Leid der Tiere.

Ökolandbau, Zerschlagung der Food-Konzerne und der großen Handelsketten, Abschaffung der Agrarsubventionen, kein Export von Nahrungsmittel, Produkte aus der Region, vegetarische und vegane Lebensweise wären einige Stichworte für die Alternativen.

Bis zur Hälfte der Nahrungsmittel werden in den übersättigten Industrieländern weggeworfen. Angesichts der vielen Hungertoten, die man mit Jean Ziegler als ermordet betrachten muss, ist das ein kaum zu beschreibender Skandal. Hier muss sich das angewöhnte Verhalten der Verbraucher und auch das der Lebensmittelbranche grundlegend ändern. Vorschläge hierzu bringt zum Beispiel Tristram Stuart¹¹

⁹ Benjamin R. Barber: „Consumed! Wie der Markt Kinder verführt, Erwachsene infantilisiert und die Demokratie untergräbt“, 2007, S.122.

¹⁰ Das ist der letzte Satz in dem Buch von Michael Müller und Peter Hennicke: „Wohlstand durch Vermeiden. Mit der Ökologie aus der Krise“, 1994. In dem Buch werden eine Fülle von Maßnahmen für einen „ökologischen Strukturwandel“ vorgeschlagen, die alle nicht neu sind, sondern gesammelt werden aus vielen Vorarbeiten.

¹¹ Tristram Stuart: „Für die Tonne. Wie wir unsere Lebensmittel verschwenden“, 2011

Das zweite Beispiel für einen großen Ressourcen verschlingenden Komplex mit riesigen Schäden ist der **Mobilitätswahn**, die motorisch getriebene entfernungsintensive Lebensweise. Auch sie wurde, wie der Agro-Industrielle-Komplex, nur möglich auf der Basis der Nutzung der fossilen Energieträger. Nach dem Ende der Öl-Party, die sich nicht solar fortsetzen lassen wird, sind auch hier grundsätzlich andere Verhaltensweisen erforderlich.

Einige Stichworte hierzu sind: Überwindung der kollektiven Zwangsneurose, touristisch andere Länder zu überfallen, Ausstieg aus dem Automobilismus, für den Übergang für Kraftfahrzeuge Tempo 80 außerorts, Tempo 25 innerorts, Tempobegrenzungen bei Bahnen, Flugzeugen, Schiffen, Verbot innerdeutscher Flüge, Schließung der Regionalflughäfen, starke Erhöhung der Transportkosten, Rückbau des globalen Warenaustausches.

Ganz wichtig wären hier nachahmungsfähige und ermutigende Projekte wie die **autofreie Großstadt**. Berlin könnte damit anfangen.¹²

Auch ein Ausstieg aus der stromfressenden Kühlketten-Technologie in den Lagerhäusern, Läden und Haushalten ist angesagt. Die elektrisch betriebene Gefriertruhe gehört nicht zu den verallgemeinerungsfähigen Produkten.

6. Verallgemeinerungsfähige Konsumaktivitäten.

Für den global orientierten Nachhaltigkeitsdiskurs ist von zentraler Bedeutung, sich darüber zu verständigen, ob ein bestimmtes Produkt, oder ein Konsumverhalten nachahmungsfähig, verallgemeinerbar ist für alle Menschen jetzt und in Zukunft. In Diskussionen hierzu wird eher beiläufig zugestanden, dass „unser Wohlstandsmodell“ nicht „übertragbar“ sei. Man weiß, dass etwas weniger Fleisch, carsharing und gemeinsame Nutzung von Bohrmaschinen bei weitem nicht ausreichen werden, aber kaum jemand hat den Mut zu sagen, was wirklich erforderlich ist an Veränderungen der Lebensweise, was der erforderliche Faktor Zehn für die Reduzierung von Energie- und Ressourcen-Verbrauch real bedeutet. „Irgendwie“ wissen alle, dass es nicht so weitergehen kann mit dem European Way of Life, dennoch hoffen die meisten, dass die durch fossile Energienutzung ermöglichte verschwenderische Party doch „irgendwie“ weitergehen kann. Der angewöhnte Way of Life ist nicht nur für Bush und Al Gore nicht verhandelbar, sondern auch für alle, die Verzicht als Tabuthema betrachten und nur nach Win-Win-Möglichkeiten suchen.¹³

7. Wodurch erfolgen Verhaltensänderungen?

Es gibt viele interessante Erfahrungsberichte von Menschen, die darüber berichten, wie für sie weniger zum Mehr wurde. Sie essen kein Fleisch mehr, haben ihr Auto abgeschafft, fliegen im Urlaub nicht mehr „weit weg“, sondern erholen sich in der Nähe, haben ihr Handy abgemeldet. Sie beschreiben das nicht als Verzicht, sondern als Gewinn für ihr Leben. Sie sagen, sie fühlten sich freier, weniger gehetzt, zeitsouveräner, hätten mehr Zeit für selbstbestimmte Aktivitäten, für die Familie und Freunde, sie fühlten sich wohler und gesünder als früher. Sie erkennen für sich, dass sie sich selbst erzeugten Zwängen ausgesetzt hatten, nicht nur bei der Zwangsmobilität, sondern auch bei anderen angewöhnten Konsumweisen.¹⁴

Das wären also Beispiele für die gesuchte Win-Win-Konstellation. Die Schwierigkeit ist jedoch, dass man heutigen waren- und entfernungsintensiven Konsumenten das „Weniger ist mehr“ über Wissen, über Beschreibungen und Erfahrungen anderer, sehr schwer bis gar nicht vermitteln kann. Ein gewohnheitsmäßiger Flugtourist kann nur müde lächeln, wenn andere Menschen oder Wissen-

¹² Die Alternative Liste warb Anfang der 80er Jahre für ein autofreies Berlin. Die Grünen heute fordern für Berlin nur noch die Ausweitung der Tempo 30 Zonen. Das Beispiel zeigt erneut, wie viel weiter die Diskussionen für viele wichtige Themen vor Jahrzehnten schon waren als heute.

¹³ Zur Kritik an Al Gore vgl. Marcel Hänggi: „Wir Schwätzer im Treibhaus. Warum die Klimapolitik versagt“, 2008, das Kapitel „Eine bequeme Wahrheit“. Auch Gore setzt auf den technologischen Pfad.

¹⁴ Beispielsweise beschreiben dies in „Über Leben ohne Auto“, 2000, 65 Familien und Einzelpersonen für die Befreiung vom Auto. Oder Christine Holch stellt in „Wie weit weg darf es diesmal sein?“ (chrismon 7/2009) Erfahrungsberichte von Menschen vor, die sich vom jährlichen Zwangstourismus befreien konnten.

schaftler ihm erzählen, eine Wanderung in der Nähe sei mit „höheren Qualitäten“ für sein Wohlbefinden verbunden als mit der Flucht in die Ferne. Dass Fliegen sehr klimaschädigend ist, weiß er genau, aber es interessiert ihn nicht, wie Interviews mit Wartenden auf Flughäfen immer wieder zeigen.¹⁵ Die sehr schwer aufzubrechenden eingeübten Gewohnheiten zusammen mit dem prometheischen Gefälle von Wissen, Begreifen, Erfahren, Verantworten verhindern Verhaltensänderungen. Dass weniger mehr sein kann, wissen Menschen erst *nachher*, nachdem sie es am eigenen Leib erfahren haben.

Verhaltensänderungen, aber auch ein „Umdenken“, werden sehr oft erst durch *äußere Anstöße* ausgelöst, durch Unfälle, Krankheiten, neue Lebensabschnitte, unfreiwillige berufliche Veränderungen oder zufällige Erfahrungen. Über solche Anstöße von außen haben immer wieder bekannte Autoren ihre Verhaltensänderungen erklärt, wie beispielsweise Hans A. Pestalozzi, Klaus Traube oder Al Gore. Aktuell beschreiben Safran Foer (Tiere essen) oder Karen Duve (Anständig essen) ihre Anstöße von außen für ihre Verhaltensänderungen. Manchmal erziehen auch Kinder ihre Eltern, indem sie ihnen den zwanghaften Tourismus abgewöhnen, das Fleischessen oder die dicken Autos. Über neue Erfahrungen wird neues Verhalten gelernt. Es ist ein *Praxislernen*. „Diese Form des Lernens ist wohl tiefgreifender und effizienter als alles, was unter den klassischen Begriff der Aufklärung oder des kognitiven Wissenserwerbs fällt.“¹⁶

Darum sind keine neuen Forschungen nötig, sondern möglichst viele Gelegenheiten zum Praxislernen.

Ein Musterbeispiel war ein Lernprojekt in Bremen, in dem sich Menschen unter wissenschaftlicher Begleitung zusammenfanden, um herauszufinden, ob man auch ohne Auto leben kann. Teilnehmer, die das vorher nicht für möglich hielten, lernten durch Erfahrung, dass die Befreiung vom Auto für sie ein Gewinn war, „eine sinnliche Wiederaneignung des städtischen Raums“ ermöglichte. „Das urbane Leben der Zukunft wird ein Leben ohne Auto sein“ war das Fazit dieses Versuchs.¹⁷

Solches Praxislernen wäre an vielen Orten tausendfach zu wiederholen für das Auto, die Nahrung, die Kleidung, den Tourismus, das Handy. Es gibt ja eine Reihe von Beispielen für Praxislernen, wenn Kommunen beschließen, an einem Tag der Woche kein Fleisch zu essen, wenn Kantinen wenigstens an einem Tag nur vegetarisches Essen anbieten, wenn öffentliche Verkehrsbetriebe kostenlose Fahrscheine anbieten zum Ausprobieren ihres Angebots. Auch die Schlichtung in Stuttgart war ein Praxislernen für ein umfassenderes Demokratieverständnis. Wichtig sind auch Vorbilder, Verhaltenspioniere, die zur Nachahmung anstiften wie der zur Arbeit radelnde Bürgermeister oder der Starkoch im TV als Vegetarier. Nun wird es allerdings so sein, dass keineswegs alle, noch nicht einmal genügend viele, durch Praxislernen und Vorbilder zu einem veränderten Verhalten gelangen werden. Zwar ist es wichtig beim Thema Verzicht zu erkennen, wie stark wir gegenwärtig auf vieles verzichten, wie etwa auf lärmfreie Städte. Aber Menschen mit genügend Geld können in ruhigere Wohnlagen ziehen und die Folgen ihrer angewöhnten Mobilität auf andere abladen. Für sie wird das Autofahren und der Flugtourismus unverzichtbar bleiben, auch, weil sie sich das finanziell leisten können. Auf Freiwilligkeit allein zu setzen würde den erforderlichen Veränderungsprozess nicht genügend schnell voranbringen. Zusätzlich erforderlich sind veränderte Rahmenbedingungen in Form von *Preissetzungen, Vorschriften, Gesetzen und Verboten*. Diese müssen selbstverständlich über einen gesellschaftlich-politischen Diskurs demokratisch legitimiert sein, wofür die „kritische Masse“ der Verhaltenspioniere und der Menschen, die über Praxislernen gewonnen werden konnten, wichtig sind.

¹⁵ Die regelmäßigen Befragungen des UBA über das Umweltbewusstsein der Deutschen zeigen immer wieder die große Diskrepanz zwischen Wissen und Verhalten.

¹⁶ Leggewie/Welzer, w.o. S. 204

¹⁷ Hiltrud Burwitz/Henning Koch/Thomas Krämer-Badoni: „Leben ohne Auto. Neue Perspektiven für eine menschliche Stadt“, 1992

B. Die zweite Annäherung:

1. Wie konnte der Konsumkapitalismus der Gesellschaft aufgepfropft werden?

1904 schrieb Max Weber: „...der Mensch will von ‚von Natur‘ nicht Geld und mehr Geld verdienen, sondern einfach leben, so leben, wie er zu leben gewohnt ist, und so viel erwerben, wie dazu erforderlich ist. Überall, wo der moderne Kapitalismus sein Werk der Steigerung der ‚Produktivität‘ der menschlichen Arbeit durch Steigerung ihrer Intensität begann, stieß er auf unendlich zähen Widerstand...“¹⁸

Dennoch gelang es einer „kleinen radikalen Minderheit“ (Rolf Peter Sieferle), die über Besitz und Macht verfügte, diesen Widerstand zu brechen. Am Beginn der Industrialisierung erfolgte das mit brutaler Gewalt, wie E.P.Thompson das für England ausführlich beschrieben hat. In der zweiten Phase kamen eine schleichende Gewöhnung und die Verwandlung von Fremdwängen in Selbstzwänge hinzu. Herrenzwang wurde zum Sachenzwang. Die Herrschaft der Ökonomie und des Industrialismus wurden der Gesellschaft „aufgepfropft“ (Polanyi). Es war kein evolutionärer Prozess des Fortschritts, sondern eine Kolonisierung der Gesellschaft durch mächtige Minderheiten.

Man kann diesen Prozess auch als *doppelte Zurichtung* beschreiben: Unabhängig von den eigenen Bedürfnissen unablässig lohnzuarbeiten, und unabhängig von den eigenen Bedürfnissen unablässig Waren zu konsumieren. Durch diese Zurichtungen verhakt und verkrallt sich die Dynamik der Unersättlichkeit des „Systems“ mit der Psyche der im System Gefangenen, was ich schon erwähnt habe. Durch diese „Verschränkungen“ von „System“ und „Psyche“ wird es sehr schwierig, das aufgepfropfte System wieder abzuschütteln.

Eine Möglichkeit, diese Fremdherrschaft wenigstens an einigen Stellen aufzubrechen, könnte darin bestehen, Genaueres über die psychischen Verhakungen bei Konsumenten herauszufinden, auf welche Weise sehr trickreich „menschliche Schwächen“ ausgenutzt werden. Das versuchen seit langem sozialpsychologische Analysen zum Konsum, wovon ich einige in Erinnerung rufen möchte. Auf diese Weise könnte man vielleicht einzelne Verhaltensweisen ändern, ohne gleich das ganze „System“ ändern zu müssen. Wenn es beispielsweise selbstverständlich würde, dass Autofahren in einer Stadt wie Berlin als *unanständig* gilt und missbilligt wird wie andere Gewalttätigkeiten, dann wäre damit noch nicht der Kapitalismus abgeschafft, aber ein wichtiger Schritte dorthin.

2. Die Psychologie des Wohlstands

Einer der Konsumforscher ist Tibor Scitovsky, der eine „Psychologie des Wohlstands“ entworfen hat und schon im Titel die „Bedürfnisse des Menschen und den Bedarf der Verbraucher“ gegenüberstellt.¹⁹

Er vergleicht die „ökonomische Klassifizierung der Güter“ mit den psychologischen Klassifizierungen von Erklärungen für angestrebte Befriedigungen durch Konsumverhalten. Er beschreibt eine große Palette von psychologisch beschreibbaren Motiven, warum Menschen in bestimmten Situationen konsumieren: Sie versuchen dadurch etwa Schmerzen abzuwehren, suchen nach Wohlgefühl, Zugehörigkeit, Bequemlichkeiten, Status. Besonders hebt er den „Drang zum Neuen“ hervor und die Abwehr von Langeweile. Beides führt zu vielfältigem materiellem Konsum.

Scitovsky sucht nach Unterscheidungen zwischen den Konsumgütern, um herauszufinden, was notwendig ist für das „menschliche Wohlbefinden“ und was nicht. Lange galt die Gegenüberstellung von „lebensnotwendigen Gütern“ und „Luxusgütern“ als brauchbar, aber er stellt fest, dass in einer Wachstumsgesellschaft sich die Grenze hier ständig verschiebt, und es außerdem sehr auf den

¹⁸ Max Weber: „Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus“, 1965, S. 50.

¹⁹ Tibor Scitovsky: „Psychologie des Wohlstands“, 1977, 1989 als Taschenbuch, zuerst 1976 unter dem bezeichnenden Titel „The Joyless Economy“

gesellschaftlichen Kontext ankommt, was als lebensnotwendig angesehen wird. Auch andere Klassifizierungen, wie der Versuch, zwischen Bedürfnissen und Bedarf zu unterscheiden, eine Gegenüberstellung, die von vielen Autoren verwendet wird, erweisen sich nicht als trennscharf.

Für die Wachstumsdebatte ist auch sein Versuch interessant, herauszufinden, welche Güter und Bedürfnisse mit einem „stillbaren Verlangen“ verbunden sind und welche „unbegrenzt Verlangen“ in Gang setzen mit endlosem materiellem Konsum.

Sehr wichtig finde ich seinen Hinweis auf die *Macht der Gewohnheit*. Experimentell sei nachgewiesen, dass alle Organismen mit einem zentralen Nervensystem Gewohnheits-„Tiere“ sind. Gewohnheiten führen bei komplexen Lebewesen zu einer hohen Verhaltensentlastung, was sehr wichtig ist. Gewohnheiten werden schon nach einmaliger Belohnung eines Verhaltens sehr stabil. Um Gewohnheiten wieder los zu werden, bedarf es in der Regel eine große „Anzahl von Löschversuchen“. (S. 110) „Gewohnheit ist eine Art Gehirnwäsche, in die man allmählich hineinschlittert, Tag für Tag, und die einem eine hervorragende Imprägnierung gegen das Denken verleiht.“²⁰

Das Aufbrechen und neu verankern von Gewohnheiten gehört zu den wichtigsten Themen beim Konsum.

Scitovsky beschäftigt sich vor allem mit der Analyse des „amerikanischen Lebensstils“ und mit den Folgen des „puritanischen Erbes“, das die Tiefenschichten des Konsumverhaltens bestimmt. Er beklagt zusammenfassend das Übermäßige im „Streben nach Bequemlichkeiten“ und nach Gütern, die „uns mehr schaden als nutzen“ und uns „viele andere Aspekte eines wirklich schönen Lebens“ verpassen lassen. (S. 152)

3. Die sozialen Grenzen des Wachstums

Ebenfalls 1976 erschien ein Klassiker der Konsum- und Wachstumskritik: „Die sozialen Grenzen des Wachstums“ von Fred Hirsch. Hirsch analysiert, warum wachstumsorientierte Gesellschaften Versprechen geben, die sie gar nicht erfüllen können: durch Wachstum Gerechtigkeit zu erzeugen. Durch Wachstum versprach man sich eine „dynamische Egalisierung“: Die Luxusgüter der ersten Generation gehörten zum normalen Lebensstandard der zweiten und waren unverzichtbar für die dritte Generation. Diese verlockende Vorstellung, durch Wachstum eine lediglich zeitlich verschobene Gerechtigkeit, einen Wohlstand für alle zu schaffen, übersieht wichtige Sachverhalte. Einmal sind für das Gerechtigkeitsempfinden die Unterschiede, etwa Einkommensdifferenzen, zur jeweiligen Zeit sehr wichtig und für das „Wohlbefinden“ einer Gesellschaft bestimmend.²¹ Dann können sich zum anderen der Nutzwert ehemaliger Luxusprodukte sehr verändern, wenn sie als Massenprodukte „nach unten weitergereicht werden“. So enden etwa ehemalige „Vergnügungsfahrten“ auf freien Strassen mit dem Automobil im Dauerstau. „*Verstopfung*“ wird zum allgemeinen Phänomen bei der massenhaften Verbreitung bestimmter Waren und Dienstleistungen.

Ein Thema beschäftigt Hirsch besonders: Die verheerenden Folgen des Wettbewerbs um *positionelle Güter*. Diese sind nicht vermehrbar und dennoch suggeriert die neoliberale Gesellschaft, dass mit entsprechendem Einsatz, auch materieller Art, jeder alles erreichen kann. Alle werden ins Rennen gehetzt, obwohl man weiß, dass nur wenige gewinnen können. „Der gegenwärtige Kapitalismus erzeugt eine Spannung zwischen den Ansprüchen, die von immer mehr Menschen geteilt werden,

²⁰ Das hat Karen Duve an sich selbst festgestellt, als sie in Selbstversuchen des Praxislernens zu einer anderen Ernährungsweise finden wollte. Karen Duve: „Das Leiden der Anderen. BARMHERZIGKEIT. Vom Fleischkauf bis zum Altruismus: ein Versuch über die Bedingungen des Mitgefühls“, taz 24.12.2010

²¹ Aktuell dazu die materialreiche Studie von Richard Wilkinson und Kate Pickett: „Gleichheit ist Glück. Warum gerechte Gesellschaften für alle besser sind“, 2009.

und Chancen, die allein aufgrund der *beanspruchten Dinge* auf wenige beschränkt und ungleich verteilt bleiben.“²²

Manche Verhaltensweisen bringen nur den ersten Vorteile, die aber verschwinden, wenn die anderen nachkommen, beispielsweise an den ruhigeren, grünen Stadtrand ziehen, was ein Auto voraussetzt. Bald haben hier die Nachzügler auch alles verlärmt und das Grün wird immer grauer. Der *individuelle* Versuch sich in eine günstigere Situation zu bringen, bringt hier trotz erheblichem Einsatz von Zeit und Ressourcen keinen Erfolg. „Wenn alle sich auf Zehenspitzen stellen, kann keiner besser sehen.“ (S.19) Bei einer allgemeinen Abrüstung der eingesetzten Güter, Anstrengungen und Zeitvergeudung für das aussichtslose *Wettrennen um Positionen*, Anerkennung, Status und relativ höheres Einkommen würden alle besser dran sein und gleichzeitig ökologischer leben.

Den unsinnigen und zerstörerischen *Statuswettlauf* analysiert und kritisiert gegenwärtig sehr ausführlich Richard Layard. „Eine Lösung des Problems könnte eine Art kollektive Abmachung sein, die dieses absurde Wettrennen begrenzt.“²³

4. Das Konsumenten-Ich und das Bürger-Ich

Aber diese „*kollektive Abmachung*“ zu gewinnen, ist genau das Problem in einer Gesellschaft, deren Köpfe zugekleistert sind mit den Doktrinen der herrschenden Ökonomie, in der Wettbewerb, grenzenloser Individualismus, individuelle Selbstverwirklichung, Egoismus, ein Ich-AG-Entrepreneurship des unternehmerischen Selbst die Verhaltensstandards vorgeben.²⁴

„Individuelle Entscheidungen, jeweils für sich getroffen und dadurch zwangsläufig ohne Berücksichtigung der zwischen ihnen bestehenden Wechselwirkung, haben in ihrer Gesamtheit zerstörerische gesellschaftliche Konsequenzen.“ (Hirsch, S. 65) Wie kommt man zu einem abgestimmten, koordinierten, solidarischen Verhalten mit anderen? Jeder von uns hat eine *zweigeteilte Identität*: „Wir haben ein Konsumenten-Ich und ein Bürger- oder Gemeinschafts-Ich. ... Vom Moment unsere Geburt werden wir mit Botschaften bombardiert, die unsere Rolle als Konsument unterstreichen. ... Unser Konsumenten-Ich ist so überentwickelt, dass es all die anderen Teile unserer Persönlichkeit überragt.“ Das Bürger-Ich ist durch einen „fast ein Jahrhundert andauernden Konditionierungsprozess“ verkümmert. „Bewusster Konsum“ ändert daran nichts. Es ist ein Greensumption, denn „bewusstes Konsumieren ist nicht das Gleiche wie politisches Engagement. Ein gut informierter und engagierter Konsument ist kein Ersatz für einen gut informierten und engagierten Bürger.“²⁵

Denn es kommt darauf an, in einem politischen Prozess das Menü zu bestimmen und sich nicht abspesen zu lassen mit der fremdbestimmten vorhandenen Auswahl. Durch welche politische Verfahren können Menschen dazu instand gesetzt werden, ihr *verkümmertes Bürger-Ich* zu stärken, also als *politischer Bürger gegen die eigenen privaten Interessen als gewohnheitsmäßiger Konsument anzugehen*, um das sinnlose private Rattenrennen zu beenden und die öffentlichen Güter zu sichern? Dieses Thema beschäftigt Hirsch, Layard, Barber und viele andere als eines der wichtigsten Aufgaben unserer Zeit, um die selbstzerstörerische Konsumgesellschaft zu überwinden.

²² Fred Hirsch: „Die sozialen Grenzen des Wachstums. Eine ökonomische Analyse der Wachstumskrise“, 1980, S. 162, zuerst 1976.

²³ Richard Layard: „Die glückliche Gesellschaft. Kurswechsel für Politik und Wirtschaft“, 2005, S. 162. Vergl. hierzu auch Mathias Binswanger: „Sinnlose Wettbewerbe. Warum wir immer mehr Unsinn produzieren“, 2010.

²⁴ Ulrich Bröckling: „Das unternehmerische Selbst“, 2007, S. 46 ff.

²⁵ Alle Zitate hier sind von Annie Leonard, w.o., S. 272 bis 274. Die Sackgasse des „bewussten Konsums“ beschreibt an vielen Beispielen auch Kathrin Hartmann in „Ende der Märchenstunde. Wie die Industrie die Lohas und Lifestyle Ökos vereinnahmt“, 2009.

5. Die Fragmentierung der Bedürfnisse

In den Studien über Konsum und Wachstum wird immer wieder, manchmal auch mit Erstaunen, festgestellt: Die Multioptionsgesellschaft (Peter Gross) bietet eine kaum überschaubare Fülle von Waren und Dienstleistungen an zur Befriedigung aller nur denkbaren Bedürfnisse und dennoch nimmt die Zufriedenheit der so beglückten Konsumenten eher ab, wenn das Angebot steigt.

William Leiss bietet hierfür eine Erklärung an: „Im fortgeschrittenen Stadium der Marktgesellschaft unterliegt die Erfahrung von Bedürfnissen einer zunehmenden Fragmentierung in immer kleinere Bruchstücke, die in Reaktion auf gesellschaftliche Orientierungssignale nur noch zu zeitlich begrenzten, fließenden und ziemlich unstabilen Mustern wieder zusammengesetzt werden.“²⁶

Die Bruchstücke werden immer wieder zu neuen „Bedürfnisfeldern“ zusammengesetzt, und mit immer wieder neuen Bedarfsartikeln wird versucht, sie zu befriedigen. Das gelingt nicht, womit das Spiel von neuem beginnt. Potenziell kann man das unendlich permutieren, wodurch der Eindruck entsteht, als gäbe es unersättlich viele Bedürfnisse für die immer wieder neue Bedarfsartikel, die zur Befriedigung erforderlich seien.

Leiss verweist darauf, dass gerade die impliziten *Botschaften der Werbung* zeigen, dass es ein „ziemlich stabiles Ensemble von Bedürfnissen“ gibt, das die Werbung mit ihren Produkten in Verbindung zu bringen versucht. Es sind die „traditionalen, älteren *Bilder des Wohlbefindens*“, die hier angesprochen werden: Bilder eines gemächlichen Lebens, der Ruhe und Heiterkeit, der Weite der Landschaft. Es sind Bilder des Landlebens, des Familienlebens, der handwerklichen Fertigkeiten.

Die Marktgesellschaft, die mit solchen Bildern wirbt, untergräbt aber die Möglichkeiten, so zu leben. Gleichzeitig verschwinden damit die wirklich zufrieden stellenden, anhaltend glücksstiftenden *intensiven Erfahrungen*, die zum stabilen, nicht fragmentierten Ensemble des Wohlbefindens gehören. Um diese intensiven Erfahrungen wiederzugewinnen, ist ein erweitertes Praxislernen erforderlich, in dem auch versucht wird, sich eine bestimmte Zeit ganz aus dem vorhandenen Getriebe herauszuziehen.

Leiss empfiehlt neue „*Paradigmen der Zufriedenheit und des Wohlbefindens*“ als kohärenten Erfahrungszusammenhang „*außerhalb der Sphäre des Konsums*“. Einen Anknüpfungspunkt sieht er in einer systematischen „*Neubelebung von handwerklichen Fertigkeiten*“. Etwas handwerklich richtig gut können stärkt das Selbstbewusstsein ungemein. Das schützt vor konsumtiven Ersatzbefriedigungen und stärkt das Potential, Dinge, die man braucht, selbst zu machen, anstatt sie zu kaufen. Handwerkliche Produktionsweisen werden ohnehin ein ganz wesentlicher Bestandteil einer nachhaltigen Gesellschaft sein.²⁷

6. Der fehlgeleitete Konsum

Einen Konsens darüber zu finden, was die „eigentlichen“ oder „wahren“ Bedarfe, oder qualitativ höherwertigen Konsumaktivitäten sind, ist kaum möglich. Viel leichter ist es, einen Konsens darüber zu erlangen, welcher Konsum überflüssig, umweltschädlich, ungesund, unsozial oder eine unsinnige Ersatzbefriedigung ist. Darum schlägt Udo Beier vor, *negative* Handlungsempfehlungen zu geben für einen fehlgeleiteten Konsum. Dadurch wird eine „Bedarfsreflexion“ möglich, und wenn der einzelne Konsument ohne Hilfe nicht in der Lage ist, dadurch schon sein Verhalten zu ändern, können solche Empfehlungen aufklärenden Einrichtungen dienen wie Verbraucher- und Umweltberatungen oder für Verhaltenstherapeuten. Da es ohnehin nicht um den „guten Konsum“, sondern vor

²⁶ William Leiss: „Die Grenzen der Bedürfnisbefriedigung“, in: „Technologie und Politik“, Nr. 12, 1987, S. 145f. „Technologie und Politik. Das Magazin zur Wachstumskrise“, herausgegeben von Freimut Duve, erschien von 1975 bis 1985. Es sind mehr als 20 Bände. Das Niveau der hier geführten Auseinandersetzung zu Themen wie Konsum, Wachstum, Nachhaltigkeit, andere Lebensweisen, Wissenschaft, Technologie und Politik ist bis heute noch kaum wieder erreicht worden. Was damals geschrieben wurde, wird heute weitgehend ignoriert.

²⁷ Vgl. Christine Ax: „Das Handwerk der Zukunft. Leitbilder für nachhaltiges Wirtschaften“, 1997.

allem um weniger Konsum geht und um eine Befreiung von der Konsumorientierung, geht dieser Ansatz in die richtige Richtung.

Beier beschreibt 51 Arten des fehlgeleiteten Konsums.

Er beginnt mit dem **Konsumpassivismus**, dem Bequemlichkeitsverhalten, Sachen zu kaufen, die man mit ein wenig Mühe auch selbst durch eigne Tätigkeit erzeugen könnte. Besonders im Ernährungsbereich sind die „Fremdversorgerhaushalte“ typisch, die lieber abgepackte industrielle Waren für die Mikrowelle kaufen, anstatt mit saisonalen frischen Lebensmitteln aus der Region selber zu kochen. Auch in anderen Bereichen führt die passive Haltung, die Fertigkeiten verkümmern lassen, zur konsumorientierten Fremdversorgung. Anstatt sich etwa die Haare gegenseitig zu schneiden, lässt man sie sich beim Friseur auch noch waschen. Für all das muss Lohn gearbeitet werden in oft wenig befriedigenden Jobs.

Dann gibt es die **Kauflustbefriedigung**: Dinge werden gekauft, nur weil im Kaufakt ein Lustgefühl aufkommt. Sofort nach dem Kaufakt lässt das Interesse am Gekauften nach. Es wird zu Hause gehortet und oft nicht ein einziges mal genutzt. Dieses Verhalten, das meist aus einem Frust heraus erfolgt, fördert das regelmäßige Shoppen, was für viele ein normales Freizeitverhalten ist, das Konsumerlebnisse in den Kathedralen der Shopping Malls sucht. Die gar nicht so seltene Extremform dieses Verhaltens, die **Kaufsucht**, ist mittlerweile eine behandlungsbedürftige Krankheit, da sie Menschen in den Ruin treibt. Die Konsumgesellschaft unterstützt diese krankmachende Sucht durch eine der wichtigsten Erfindungen für den Konsumismus: den Kredit.²⁸

Für den allmählich sich verselbständigenden **Gewohnheitskonsum** nennt Beier viele Beispiele: Die Angewohnheiten bei der Ernährungsweise, im „Haushaltspflegebereich“, im „Körperpflegebereich“ (z.B. tägliches Duschen), im „Freizeitbereich“ mit dem zwanghaften Tourismus, im „Gesundheitsbereich“, etwa mit einem regelmäßigen Medikamentenkonsum, ohne medizinische Gründe. Das sind alles Konsumaktivitäten, in denen der prüfende Verstand ausgeschaltet ist. Es entsteht dadurch ein fehlgeleiteter Konsum, weil er im Ausmaß oft überflüssig ist, selbsterzeugte Abhängigkeiten schafft und zur Lohnarbeit zwingt.

Ein sehr breites Feld für einen fehlgeleiteten Konsum ist der **Ersatzkonsum**. Das schließt an Leiss an. Zugrunde liegen meist *immaterielle* Bedürfnisse, wie die Suche nach sozialen Kontakten, Anerkennung, Zuneigung, Liebe, Geborgenheit, die man ersatzweise durch den Einsatz materieller Güter zu befriedigen sucht. Das gelingt nicht, was zu Versuchen mit gesteigertem Einsatz gekaufter Dinge führt. Diesen **kompensatorischen Konsum** kann man beispielsweise bei Jugendlichen beobachten, die ihre Anerkennung in der Peergroup dadurch zu gewinnen hoffen, in dem sie sich ausrüsten mit prestigeträchtiger aufgeladener Life Style Elektronik, Markenklamotten und Tretern.

Oder heranwachsende Kinder suchen sehr die Zuneigung, Geborgenheit und Liebe der Eltern. Sie möchten möglichst viel Zeit mit den Eltern verbringen, die doppelverdienende, karriereorientierte Eltern nicht haben. Kompensatorisch werden Spielsachen gekauft, was man an den mit Plastikspielkram vollgemüllten Kinderzimmern sieht. Die Kinder wären weit besser dran, wenn die Eltern weniger lohnarbeiteten, dafür Zeit für die Kinder hätten, in der sie die Spielsachen zusammen mit den Kindern selbst herstellen würden.

Durch den intensiv beworbenen Spielkram werden Kinder schon sehr früh zu Konsumenten gedrillt. Ein Beispiel ist die Barbie-Puppe, die Millionen kleinen Mädchen zuflüstert: „Kauft schöne Dinge,

²⁸ Die Möglichkeit von Banken, Kredite für Investitionen zu vergeben, aus deren erhofftem Gewinn auch erst die Zinsen der Kredite bezahlt werden können, gehört zu den wichtigsten Antriebsquellen der Wachstumsgesellschaft. Das ist zwar eine logische Trivialität, wird aber sehr ausführlich erklärt in Hans Christoph Binswanger: „Die Wachstumsspirale. Geld, Energie, und Imagination in der Dynamik des Marktprozesses“, 2006

wenn ihr so schön sein wollt wie ich.“²⁹ Der Barbie-Konsum, für den es viele Varianten gibt, auch für Jungs, erzeugt zwangsläufig einen *Folgekonsum*. Jedes gekaufte Teil verlangt nach dem noch fehlenden Teil. Die Spielzeugindustrie könnte weitgehend abgewickelt werden, wenn Eltern das Zeug nicht mehr kauften, weil sie wissen, es ist fehlgeleiteter Konsum.

Zum *Ersatzkonsum* gehört auch der *Trostkonsum*, der lediglich dazu dient, Probleme zu vergessen, zu überdecken und zu kompensieren. Es handelt sich meist um sehr persönliche Probleme wie „Langeweile, Mißbehagen, Unzufriedenheit, Streß, Enttäuschungen, Sorgen, Alleinsein, Angst, fehlende Anerkennung bzw. Geborgenheit, Minderwertigkeitsgefühle ...oder der inneren Leere...“³⁰ Diese Probleme, die ja auch die konsumbesessene Wettkampfgesellschaft selbst erzeugt, werden durch Konsum wenigstens vorübergehend betäubt, durch übermäßiges Essen, Trinken und Naschen, aber auch durch Drogen vom Fernsehen über Bier, Medikamente zu harten Drogen und natürlich durch Shoppen.

Abschließend möchte ich noch auf einen Typus des fehlgeleiteten Konsums eingehen, der für den Konsumismus eine wichtige Funktion hat und den Beier *Aktualitätsstreben* nennt. Scitovsky nennt es den „Drang zum Neuen“, und schon Veblen meinte 1899, es gäbe eine „Vorliebe aller Menschen für das jeweils Neue“. Generell stimmt das nicht. Vormoderne Gesellschaften waren sehr misstrauisch gegen das Neue. Sowohl die Herrschenden als auch die Untertanen fürchteten eher das Neue. Das änderte sich erst im *Weltbild der Moderne*, das Zeitalter, das schon in seinem Namen mit dem Neuen protzt. Die Vergötterung des Neuen gründet sich nicht auf die „menschliche Natur“, sie ist eine *kulturelle Prägung*. Sie wird getragen vom *kulturellen Hintergrundmythos* der neuen Epoche, dem *Fortschrittsglauben*. So wie in der Epoche davor der Glaube an einen übernatürlichen Gott für fast alle der unhinterfragte kulturelle Bewusstseins-hintergrund war, so verbreitet sich in der Moderne für fast alle der unhinterfragte Glaube, dass durch Arbeit, Wissenschaft und Technik alles dem Imperativ der *unaufhörlichen Verbesserung und Höherentwicklung* unterworfen sei. So ist für den modernen Menschen das jeweils neue Produkt ganz fraglos das qualitativ bessere, das nun dazu zwingt, das Vorhandene zu ersetzen. „Das neue Produkt legt es darauf an, alle eingeführten Produkte seiner Art ins Defizit zu setzen. Schlecht soll dastehen, womit man sich bisher zufrieden gegeben hat; die Neuheit zieht ihren Glanz aus der Abwertung des Bestehenden. Deshalb ist mit dem Lobpreis des Besseren zumeist auch die Neudefinition von Mängeln verbunden.“³¹

Das ist alles sehr passend für den Konsumkapitalismus, der aus seinen Systemzwängen heraus den unaufhörlichen Fluss neuer Produkte und die Entwertung des Vorhandenen durch die „schöpferische Zerstörung“ (Schumpeter) benötigt. Der Fortschrittsgläubige, Neuigkeitsversessene passt sich dieser katastrophenträchtigen Ökonomie fast widerstandslos an. Die Deutschen kaufen im Durchschnitt alle zwei Jahre ein neues Handy, obwohl das vorhandene voll funktionsfähig ist. Ähnlich ergeht es anderen Produkten, die nur aufgrund des Neuigkeitsfimmels vorzeitig zu Müll werden. Neben der geplanten Obsoleszenz kommt so die Obsoleszenz durch die Attraktivität des Neuen, die wahrgenommene, psychologische Obsoleszenz hinzu.³²

²⁹ Ausführlicher: Alexander Meschnig/Mathias Stuhr: „Wunschlos unglücklich. Alles über Konsum“, 2005, S. 110f.

³⁰ Udo Beier: „Der fehlgeleitete Konsum. Eine ökologische Kritik am Verbraucherverhalten“, 1993, S. 79.

³¹ Wolfgang Sachs: „Die Liebe zum Automobil. Ein Rückblick in die Geschichte unserer Wünsche“, 1984, S. 168. Vgl. auch Marianne Gronemeyer: „Immer wieder neu oder ewig das Gleiche. Innovationsfieber und Wiederholungswahn“, 2000.

³² Der Klassiker hierzu ist Vance Packard: „Die große Verschwendung“, 1964, zuerst 1960.

C. Entkolonialisierung des Bewusstseins

Als Serge Latouche, eine wichtige Stimme in Frankreich für den Austritt aus dem „Kult und der Religion des Wachstums“, gefragt wurde, welche Forschungen für eine Postwachstumsgesellschaft noch nötig seien, meinte er, dass man am wenigsten darüber weiß, „wie die Vorstellungswelt entkolonialisiert werden kann.“³³ Verhalten kann man verändern durch Praxislernen, wie man etwa sein Leben von fehlgeleitetem Konsum entrümpelt. Aber *wie entrümpelt man sein Weltbild*, sein Bewusstsein, von ungeprüften und falschen Dogmen, Behauptungen und Annahmen?

1. Kapitalismus als Religion

Zum Weltbild der herrschenden ökonomischen Lehre gehört die *Doktrin des Freihandels*. Aufgrund der komparativen Kostenvorteile würden alle am Freihandel Beteiligten Vorteile haben. Diese These stammt von Ricardo aus dem Jahr 1806, die er sogar anhand von Rechenbeispielen empirisch absicherte. Er hatte sie jedoch an strenge Voraussetzungen geknüpft, wie die Bedingung, dass das Kapital sich zwischen den Ländern nicht frei bewegen kann. „Läßt man diese Annahme weg, fällt das Prinzip des komparativen Vorteils in sich zusammen.“³⁴

Heute gibt es nichts Beweglicheres als das Kapital. Die Freihandelsdoktrin beruht also schon länger nicht mehr auf Sachverhalten, sie wird nur noch geglaubt. Sie ist zur *Freihandelsreligion* geworden. Am Beispiel Freihandel kann man auch sehen, wie schwer es selbst kritischen Geistern fällt, zu eingetrichterten Dogmen eine kritische Distanz zu gewinnen. Herman E. Daly, einer der wenigen kritischen Ökonomen, die eine Wirtschaftsweise jenseits der Wachstumsdoktrin theoretisch entfaltet haben, bekennt: „Freihandel und komparativer Vorteil waren die beiden orthodoxen Doktrinen, die einst mein Denken am stärksten beeinflussten und von denen ich mich am schwersten trennen konnte.“ (Daly w.o.) Nachdem er zwanzig Jahre lang die Freihandelsdoktrin gelehrt hatte, wurde er erst durch einen Kollegen aus seinem „dogmatischen ‚Freihandelsschlummer‘ geweckt“, wie er bekennt. Und als er dann durch Nachforschungen herausfand, wie sehr er als Lehrender und die von ihm verwendeten Lehrbücher die strengen Voraussetzungen von Ricardo einfach ignoriert haben, war er tief beschämt.

Wir haben es nicht nur mit der *Freihandelsreligion* zu tun. Es ist sehr aufschlussreich, den Kapitalismus und das dazugehörige Lehrgebäude der Ökonomie als Religion zu betrachten. Angeregt durch Walter Benjamin haben das eine ganze Reihe von Autoren gemacht.³⁵

Für eine Religion ist kennzeichnend, dass sie auf der Grundlage einiger Dogmen ein Lehrgebäude errichtet. *Innerhalb* dieses Lehrgebäudes kann einigermaßen rational-logisch argumentiert werden. Nur ist das ganze dennoch eine irrationale Phantasmagorie, weil die zugrunde liegenden Annahmen Hirngespinnste sind.

Für das herrschende ökonomische Lehrgebäude gilt Ähnliches. Die Bausteine dieser Lehre wie die „unsichtbare Hand“, die private Laster und Egoismen zu öffentlichen Tugenden und Gemeinwohl führt; der „homo oeconomicus“, der immer nur rational handelt; die umfassend informierten Marktteilnehmer, die über Angebot und Nachfrage im freien Spiel der Marktkräfte zu optimalen, effizienten Ressourcen-Allokationen führen, all das sind Ideal-Annahmen, weit weg von jeder Realität.

Das *religiöse Weltbild* wird Kindern in einer Lebensphase indoktriniert, in der sie noch nicht in der Lage sind, Dinge kritisch zu überprüfen, die ihnen von vertrauten Autoritäten erzählt werden. Den

³³ Seidel/Zahrnt, w.o., S. 204

³⁴ Herman E. Daly: „Wirtschaft jenseits von Wachstum“, 1999, S. 192, zuerst 1996.

³⁵ Für einen Überblick vgl. Meschnig/Stuhr, w.o., das Kapitel „Religion“, S. 48 - 64. Vgl. auch Ton Veerkamp: „Der Gott der Liberalen“, 2005. Aktuell sehr erhellend und sehr informativ: Joseph Vogl: „Das Gespenst des Kapitals“, 2011. Vogl beschreibt u.a. die Oikodizee. So wie die Jenseits-Religion ein Theodizee-Problem hat, gibt es bei der säkularen Marktreligion eine Oikodizee.

dann im Gehirn verankerten Glaubensschrott über Höllenfeuer, ewigem Leben und Erzengel werden manche nur sehr schwer wieder los.

Das *ökonomische Weltbild* wird Studenten in einer Phase einsozialisiert, in der sie noch nicht in der Lage sind, das von den professoralen Autoritäten der Betriebs- und Volkswirtschaft Vorgetragene kritisch zu „hinterfragen“. Wenn man bedenkt, dass selbst der ungewöhnlich kritische Daly seinen Studenten ungeprüfte Dogmen als Wissenschaft vorgetragen hat, kann man sich ausmalen, was normale Ökonomieprofessoren, die an den Kapitalismus, an Wachstum, Fortschritt, Wettbewerb usw. glauben, den Studenten alles eintrichtern. Und da die auf Dogmen gründenden ökonomischen Modelle mit Mathematik aufgeplustert werden, sieht es für einige so aus, als handle es sich hier tatsächlich um eine Wissenschaft.

Die so sozialisierten Ökonomie-Studenten werde diese Kolonisierung ihres Bewusstseins oft auch nur sehr schwer wieder los. Dazu trägt ganz wesentlich bei, dass die herrschenden Gedanken die Gedanken der Herrschenden sind. Sie werden unablässig über die Medien verbreitet, über die Nachrichten mit stündlichen Börsenberichten, über Talk-Shows, Kommentaren, Printmedien, Gutachten der Wirtschaftsinstitute, Parteien, Gewerkschaften bis hin zum Vorstand der grünen Heinrich Böll Stiftung, überall wird das Mantra der säkularen Religion der herrschenden Ökonomie gepredigt.

Im Zentrum steht der Wachstumsfetisch und die Anbetung der technischen Innovationen. Hieran knüpfen sich alle Heilserwartungen. „Wachstum und technische Innovationen erhalten eine fast religiöse Weihe, sind nicht hinterfragte Götzen, die von den Hohepriestern der Moderne - den Ökonomen - dem Publikum zur Anbetung angedient werden.“ (Altvater)³⁶ „Die Wachstumsreligion ist mit allen Merkmalen des Sakralen ausgestattet - mit Priestern, Ritualen, Geboten, Verboten, Sünden und Strafen.“³⁷

2. Kontaminierte Begriffe

Im Kontext der Wachstumsreligion gibt es die dazugehörigen Leitbegriffe, die beim gläubigen Publikum hohes Ansehen genießen: Marktwirtschaft, Wettbewerb, internationale Wettbewerbsfähigkeit, Exportpotentiale, Freihandel, Zukunftsmärkte, wirtschaftliche Entwicklung der Entwicklungsländer, Deregulierung, Privatisierung, weniger Staat mehr Eigeninitiative und Eigenverantwortung, Investitionen, Energieeffizienz, Ressourceneffizienz, Beschäftigung, technische Innovationen, neue Produkte, Arbeitsproduktivität, Konsumnachfrage, Marketing, Bruttosozialprodukt usw.

All diese Begriffe sind kontaminiert durch den Kontext, aus dem sie stammen: Der Wachstumsreligion, dem Fortschrittsglauben, der kapitalistisch-industriellen Rücksichtslosigkeit gegenüber den Menschen und der Natur. Diese Begriffe sind nicht verwendbar für ein neues Denken, für die Entfaltung eines sozial-ökologischen Pfads, für einen kulturellen Paradigmenwechsel. Verwendet man sie, wirken sie wie trojanische Begriffe, die Bedeutungen mitschleppen, die man eigentlich überwinden wollte.

So wäre *Marktwirtschaft* systematisch zu kritisieren, weil sich durch diesen Leitbegriff die Kommerzialisierung, die Ver-Varung, in viel zu viele Lebensbereiche ausgedehnt hat.³⁸ Nicht *Wettbewerb* steht an, der Menschen, Unternehmen, Regionen und Staaten in Produktionsschlachten gegen-

³⁶ Elmar Altvater: „Das Ende des Kapitalismus, wie wir ihn kennen. Eine radikale Kapitalismuskritik“, 2005, S. 19.

³⁷ Leggewie/Welzer, w.o., S. 112.

³⁸ Vgl. John R. Saul: „Der Markt frißt seine Kinder. Wider die Ökonomisierung der Gesellschaft“, 1997; Raj Patel: „The Value of Nothing. Was kostet die Welt?, 2010, oder Ulrich Thielemann: „System Error. Warum der freie Markt zur Unfreiheit führt“, 2009.

einander hetzt, sondern Solidarität, Kooperation, die gegenseitige Hilfe zwischen Menschen und Tieren.³⁹ Wettbewerb wird von einer Minderheit der Mehrheit zu ihrem Nachteil aufgenötigt.⁴⁰ Der *Exportismus* wäre zu überwinden zugunsten einer regionalorientierten solidarischen Ökonomie, von Erzeuger-Verbraucher Genossenschaften, die nicht durch Märkte tauschen, sondern durch längerfristige Verträge ihre Beziehungen regeln. In den gedankenlos gebrauchten Begriffen *Entwicklung*, Entwicklungsländer, Schwellenländer, ist die ganze Arroganz des Westens gegenüber allen anderen Ländern enthalten. Mit dem Begriff Entwicklung wurde angenommen, dass die ganze Welt sich nach dem westlichen Vorbild „entwickeln“ müsse. Es war und ist die smarte Form des westlichen Imperialismus, nun getarnt als Wohlstandsversprechen für alle. Jeder weiß mittlerweile, dass dies die „Lebenslüge der Industriegesellschaften“ ist, so Klaus Töpfer schon auf dem Klimagipfel in Rio 1992, aber dennoch wird weiterhin munter von Entwicklung und Entwicklungsländer geschwätzt. Auch in „nachhaltige Entwicklung“ wird man diesen Bedeutungshintergrund nicht los.⁴¹ Der immer noch voranschreitende und von den Hohenpriestern der Ökonomie empfohlene Prozess der Deregulierung und Privatisierung verwandelt öffentliche Güter in private Waren. Es ist eine Enteignung der Öffentlichkeit zugunsten privater Eigentümer. Zugrunde liegt hier der *Eigentumsfetisch*, die Doktrin des Besitzindividualismus⁴², und die Legende, private Unternehmer könnten „besser Wirtschaften“ als Gemeinwesen.⁴³

3. Zumutungen des verallgemeinerten Entrepreneurship

Raus aus den Köpfen muss auch die Unternehmensorientierung, die heute viel zu stark die Gedanken kolonisiert hat. Zum herrschenden Weltbild der neoliberalen Religion gehört die Vorstellung, den *Unternehmer zur Leitfigur* für alle handelnden Subjekte der Gesellschaft zu machen. „Das Leitbild der Zukunft ist das Individuum als Unternehmer seiner Arbeitskraft und Daseinsvorsorge“.⁴⁴ „In der Figur des unternehmerischen Selbst verdichten sich sowohl normatives Menschenbild wie eine Vielzahl gegenwärtiger Selbst- und Sozialtechnologien, deren gemeinsamen Fluchtpunkt die Ausrichtung der gesamten Lebensführung am Verhaltensmodell der Entrepreneurship bildet.“⁴⁵

Jeder soll sein eigener „Arbeitskraftunternehmer“ werden, der sich ständig selbst so zurichtet, dass sein „Marktwert“ hoch ist. Er soll sein eigener „Humankapitalist“ werden, der auch den eigenen Konsum noch als unternehmerische Tätigkeit seiner selbst ansieht. Die „Tyrannei der Selbstverantwortung“ im herrschenden „Subjektivierungsregime“ will der armseligen Figur der Ich-AG als „Selbständige“ einreden, dass sie den Gipfel der Selbstbestimmung und Freiheit erreicht habe. Die meisten begreifen aber schnell, was „Selbstständig“ bedeutet: „Ich muss selbst arbeiten und das ständig.“ Das *unternehmerische Selbst* ist ein erschöpftes Selbst, das durch die Zwänge des aufgedrückten Wettbewerbs geplagt wird von zahlreichen „modernen Krankheiten“.

Der Triumph und die Lobpreisung des Entrepreneurs im herrschenden Denken ist genau das Gegenteil von dem, was anstünde für ein *souveränes Subjekt* eines demokratischen Gemeinwesens. Zur Erinnerung: Die Entrepreneurs haben in der Frühphase der kapitalistischen Industrialisierung ihr

³⁹ Vgl. Altvater, w.o., S. 186f.

⁴⁰ Sogar Friedrich August von Hayek räumt ein: „Schließlich ist der Wettbewerb immer ein Vorgang, in dem eine kleine Anzahl eine viel größere Anzahl nötigt, das zu tun, was diese nicht will...“, zitiert nach Bröckling, w.o., S. 104.

⁴¹ Der Begriff der Entwicklung wird ausführlich analysiert und kritisiert in Wolfgang Sachs (Hg.): „Wie im Westen so auf Erden“, 1993. In diesem Band werden auch andere Begriffe analysiert, die in einem imperialen Kontext stehen wie Lebensstandard, Produktion, Ressourcen, Bedürfnisse, Armut, Fortschritt, Technologie.

⁴² C.B. Macpherson: „Die politische Theorie des Besitzindividualismus“, 1967

⁴³ Für eine ausführlichere Darstellung der kontaminierten Begriffe vgl. „Das produktivistische Weltbild“.

⁴⁴ heißt es beispielsweise im Bericht einer Kommission „Zukunftsfragen“ für Bayern und Sachsen 1997.

⁴⁵ Ulrich Bröckling: „Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform“, 2007, S. 47.

Bereicherungssystem der Gesellschaft aufgedrückt. Eine Verkehrung von Mittel und Zweck fand statt. Die Ökonomie war nicht mehr „im Dienste der Gesellschaft und ihrer politischen Institutionen, fortan sollten vielmehr die Gesellschaft und ihre politischen Institutionen den Imperativen der Ökonomie gehorchen.“⁴⁶

Diese „Entbettung der Ökonomie aus den raum-zeitlichen Koordinaten der Natur und der Gesellschaft“ verwandeln die Enterprise Culture in „eine anti-natürliche, anti-gesellschaftliche und daher durch und durch autistische Veranstaltung.“⁴⁷ Empathie für andere sind dem unternehmerischen Selbst und dem Unternehmer abtrainiert worden. *Es sind kranke Verhaltenstypen*. Der Entrepreneur sollte in den überentwickelten Industriegesellschaften in gar keiner Weise Vorbild sein und weiterhin Einfluss auf die Gesellschaft haben. Der Schumpetersche innovative Unternehmer, der durch schöpferische Zerstörung ständig neue Produkte in eine Gesellschaft pumpt, die von allem viel zu viel hat, ist ein Problemerzeuger, kein Problemlöser.

Auch die Unternehmer sind Gefangene der Wettbewerbsdoktrin, der Steigerungshetze, des Beschleunigungswahns, des kapitalistischen Rattenrennens. Das ist alles sehr weit weg von dem, was Menschen als mitfühlende politische Wesen, als *zoon politikon*, eigentlich sein könnte. Warum sollte ein so sozial verstümmeltes Wesen Vorbild sein und als gesellschaftlicher Akteur auftreten dürfen? Auch Unternehmer müssen befreit werden.⁴⁸

Es wird auch nichts besser, wenn man vor Entrepreneur das Adjektiv sozial klemmt. Wofür sollte ein Social Entrepreneur gut sein? Einen Unternehmer braucht man nur dort, wo es Märkte gibt. Märkte gibt es viel zu viele. Wenn man die Kommerzialisierung der Lebensbereiche zurückdrehen will, braucht man weniger Unternehmer. Und das Soziale sollte auf keinen Fall über Märkte geregelt werden. Soziale Veränderungen gehören in den Aufgabenbereich der Gemeinwesen, der politischen Bürger, nicht in die Hände von Unternehmungen. **Social Entrepreneurship** ist also eine widersinnige Konstruktion, ganz im Geiste der herrschenden ökonomischen Religion.⁴⁹

Die **Macht** konzentriert sich gegenwärtig in den **international operierenden großen Unternehmen**. Die Regierungen haben diese Macht freiwillig an die Konzerne und Banken abgetreten, weil sie die gleiche Religion teilen wie die neoliberalen Wirtschaftseliten. Dazu gibt es zwei sehr informative Dokumentarfilme auf DVD: „**The Corporation**“ von Mark Achbar, Jennifer Abbott & J. Bakan. Hier wird die Entstehung der Aktiengesellschaften beschrieben, die man auch wieder abschaffen sollte. Der andere Film ist „**Inside Job**“ von Charles Ferguson. Er analysiert die Wirtschaftsverbrechen der Finanzbranche seit 2007. Wenn man die beschriebenen Sachverhalte dieser beiden Dokumentationen zur Kenntnis nimmt, sieht man: Wenn man Hauptakteure nennen will, die gegen einen kulturellen Paradigmenwechsel sind mit dezentralen Strukturen, hoher politischer Selbstbestimmung, geringem marktgängigem Konsum und hoher Selbstversorgung, dann sind es die großen international operierenden Unternehmen. Und wenn man sich zu diesen Erkenntnissen durchgerungen hat, sollte man dann nicht auch erkennen, dass die Bemühungen um **CSR** und **Ranking Listen** reines Greenwashing sind ausschließlich im Interesse des „politischen Gegenspielers“?

⁴⁶ Bröckling, w.o., S. 52.

⁴⁷ Altvater, w.o., S. 60.

⁴⁸ Vgl. dazu Thomas Assheuer: „Befreit die Unternehmer“, in: DIE ZEIT Nr. 22 vom 26. Mai 2011.

⁴⁹ Meine Kritik bezieht sich hier auf die S. 40 des IÖW Jahresbericht 2009.