

Materialblatt 1187

Stichworte:

Fastenzeit  
Kapitalismus  
Konsumismus  
Marxismus  
Wirtschaft

## **Wann sind wir zu dem geworden, was wir haben? (Theresa Hein)<sup>1</sup>**

Die meisten Menschen kaufen immer weiter, obwohl sie schon viel zu viel Zeug besitzen – und es eigentlich besser wissen. Woher kommt diese unbewusste Gier? Und wie schafft man es, den Versuchungen des Konsums zu widerstehen?

Ich glaube, kein Mensch auf der Welt findet sich jeden Tag schön. Meine aufs Aussehen bezogene Unsicherheit ist eine Begleiteigenschaft, die aus meiner Pubertät stammt und sich ins Erwachsenenleben hineingerettet hat, wo sie jetzt trotz viel Lebensfreude und einem phasenweise grotesk sicheren Selbstbewusstsein an mir dranhängt wie die rudimentären Flügel an einem Pinguin, einfach da. Wenn die Unsicherheit anklopft, kann ich nichts dagegen tun, sie tut vielmehr etwas mit mir. Sie lässt mich Klamotten kaufen.

Es ist dabei egal, ob die Kleidungsstücke neu oder secondhand sind, Hauptsache, ich habe sie kurz vorher noch nicht besessen. Mir geht es dann kurzzeitig besser. Ich kann in einen neuen Pullover schlüpfen und mich für einen Tag so fühlen, als trüge ich eine andere Haut. Statt darüber nachzudenken, woher dieses Bedürfnis kommt, gebe ich ihm nach. Die Tage, an denen ich finde, ich sehe auch nicht schlechter aus als andere, werden zum Glück mit zunehmendem Alter eher mehr, nicht weniger, außerdem habe ich jetzt keinen Platz mehr im Schrank. Aber der Impuls – sich mies fühlen, einkaufen –, der bleibt.

---

<sup>1</sup> [https://sz-magazin.sueddeutsche.de/leben-und-gesellschaft/konsum-shopping-gier-kapitalismus-93694?sc\\_src=email\\_3852066&sc\\_lid=370122399&sc\\_uid=jrEgdIhzCO&sc\\_lid=7354&sc\\_eh=](https://sz-magazin.sueddeutsche.de/leben-und-gesellschaft/konsum-shopping-gier-kapitalismus-93694?sc_src=email_3852066&sc_lid=370122399&sc_uid=jrEgdIhzCO&sc_lid=7354&sc_eh=)

Der Wunsch, Dinge zu kaufen, zu sammeln, mehr zu besitzen, als für uns und die Erde gut ist, betrifft nicht nur mich. Sie können das, was für mich Klamotten sind, im Folgenden auch durch Smartphones, Handtaschen, Bücher, Uhren, Schallplatten oder Autos ersetzen, wenn Sie sich dadurch eher angesprochen fühlen: Laut dem Statistischen Bundesamt besitzt ein deutscher Haushalt heutzutage im Schnitt 10.000 Gegenstände. Vor 100 Jahren waren es noch 180. Mittlerweile gibt es mehr menschengemachte Masse auf der Welt als Biomasse. Natürlich, dazu zählen Städte, Autobahnen, Chemiewerke und so weiter. Aber eben auch elektronische Geräte, Tupperdosen, Kleidung – Konsumgüter.

Der Historiker, die Soziologin und die Psychologin, mit denen ich für diesen Text über Konsum spreche, sagen alle gleich zu Beginn unserer Interviews, man könne Konsum nicht pauschal verteufeln. Sie sagen das, weil sie der Meinung sind, man ändere das Verhalten der Leute nicht, wenn man zu sehr die Moralkeule schwingt – was, vermute ich, richtig ist. »Viele von den Dingen, die wir uns anschaffen, haben Bedeutung«, sagt beispielsweise der Historiker Frank Trentmann. »Entweder kulturelle Bedeutung oder praktischen Nutzen – der wird oft vergessen. Auch eine Waschmaschine ist Konsum.«

Ich habe trotzdem ein schlechtes Gewissen wegen meines Konsums. Ich rede aber ja auch nicht von der Waschmaschine, sondern von dem, was sich an Zuviel in unseren Schränken und Regalen ansammelt (ich habe zum Beispiel acht Jeans und zehn Mützen, aber nur ein Paar Beine und nur einen Kopf). Die Herstellungsbedingungen der Kleidung sind das eine. Ich achte seit Jahren darauf, keine Fast Fashion zu kaufen, weiß aber, dass es auch bei anderen Firmen keine Sicherheit gibt, dass die Menschen, die meine Kleidung herstellen, fair bezahlt werden.

Und der Handlung geht noch etwas voraus, ein Gedanke, den man kaum wahrnimmt und den sich die Industrie besonders gekonnt in der Werbung zunutze

macht: das Gefühl, man sei nicht perfekt, ungenügend ohne diese oder jene Neuanschaffung, und die Hoffnung, ein simpler Kauf könnte etwas an diesem Gefühl ändern. Es ist die brillante Konstruktion eines Mangels, von dem man kurz vorher nicht wusste, dass er da war.

Die Konsumenten- und Wirtschaftspsychologin Michaela Wänke sagt mir, als ich sie frage, warum man sich überhaupt neue Dinge kauft: »Alles, was mit Design zu tun hat – Mode, Klamotten, Möbel –, veraltet in unseren Augen irgendwann. Man will die altmodischen Dinge einfach nicht mehr sehen, sie langweilen uns, oder wir empfinden sie als hässlich.« Sie sagt, man fühle sich erfrischt, wenn man etwas, das in den eigenen Augen unansehnlich geworden ist, durch etwas Neues ersetze. »Unterschätzen Sie auch den sozialen Aspekt nicht: Menschen möchten gleichzeitig so sein wie alle anderen und sich ein bisschen von den anderen unterscheiden, gerade in der Mode.«

Ich kenne das Gefühl, das Wänke beschreibt: so sein zu wollen wie alle anderen und gleichzeitig besonderer. Es ist menschlich. Und von diesem Gefühl stammt der andere Teil meines schlechten Gewissens ab.

Denn sich ungenügend in Bezug auf das eigene Selbst zu fühlen, ist nicht cool (was ich gern wäre), es ist auch nicht feministisch und selbstbestimmt (was ich meistens bin). Und es ist auch nicht die Haltung, die mein soziales Umfeld mir mitgab und mit der ich in den Neunzigerjahren erzogen wurde: Du bist genau richtig so, wie du bist. Ich schäme mich also. Denn ich fühle mich nicht genau richtig, sollte es doch aber. Also kaufe ich Klamotten in Farben, mit denen meine Augen zur Geltung kommen (Dunkelgrau, Blau, Dunkelgrün), Hosen, in denen meine Beine lang aussehen und meine Füße ein bisschen kleiner (ich habe riesige Füße). Ich finde es falsch, ich sehe den Unsinn, ich weiß, dass es mich nur kurz glücklich macht, aber ich tue es. Und ich bin ja nicht allein.

Die meisten von uns kennen das Gefühl, etwas Neues, Besseres haben zu wollen, und wenn wir es kaufen, übernehmen wir den fiktiven Mangel in unsere

Sprache. Wir sagen fast nie: »Ich möchte so gern ein neues Smartphone.« Wir sagen: »Ich brauche ein neues Smartphone«, und sprechen nicht aus, dass das alte noch funktionstüchtig ist und das neue lediglich eine noch bessere Kamera hat.

Wer sich Freunde ansieht, die einem etwas zeigen, das sie sich neu angeschafft haben, oder sich selbst bei der Freude beobachtet, die ein Neukauf mit sich bringt, gewinnt den Eindruck, als seien der Wert von Dingen, die wir kaufen, und die Wertschätzung, die wir uns selbst als Mensch beimessen, eng miteinander verknüpft. Und je tiefer man in das Thema eintaucht, desto eher gelangt man zu der Überzeugung, dass es vielleicht gar keine unterschiedlichen Wertvorstellungen sind, sondern ein und dieselbe. Wann sind wir zu dem geworden, was wir haben?

Die Konsumenten- und Wirtschaftspsychologin Michaela Wänke sagt mir, als ich sie frage, warum man sich überhaupt neue Dinge kauft: »Alles, was mit Design zu tun hat – Mode, Klamotten, Möbel –, veraltet in unseren Augen irgendwann. Man will die altmodischen Dinge einfach nicht mehr sehen, sie langweilen uns, oder wir empfinden sie als hässlich.« Sie sagt, man fühle sich erfrischt, wenn man etwas, das in den eigenen Augen unansehnlich geworden ist, durch etwas Neues ersetze. »Unterschätzen Sie auch den sozialen Aspekt nicht: Menschen möchten gleichzeitig so sein wie alle anderen und sich ein bisschen von den anderen unterscheiden, gerade in der Mode.«

Ich kenne das Gefühl, das Wänke beschreibt: so sein zu wollen wie alle anderen und gleichzeitig besonderer. Es ist menschlich. Und von diesem Gefühl stammt der andere Teil meines schlechten Gewissens ab.

Denn sich ungenügend in Bezug auf das eigene Selbst zu fühlen, ist nicht cool (was ich gern wäre), es ist auch nicht feministisch und selbstbestimmt (was ich meistens bin). Und es ist auch nicht die Haltung, die mein soziales Umfeld mir mitgab und mit der ich in den Neunzigerjahren erzogen wurde: Du bist genau

richtig so, wie du bist. Ich schäme mich also. Denn ich fühle mich nicht genau richtig, sollte es doch aber. Also kaufe ich Klamotten in Farben, mit denen meine Augen zur Geltung kommen (Dunkelgrau, Blau, Dunkelgrün), Hosen, in denen meine Beine lang aussehen und meine Füße ein bisschen kleiner (ich habe riesige Füße). Ich finde es falsch, ich sehe den Unsinn, ich weiß, dass es mich nur kurz glücklich macht, aber ich tue es. Und ich bin ja nicht allein.

Die meisten von uns kennen das Gefühl, etwas Neues, Besseres haben zu wollen, und wenn wir es kaufen, übernehmen wir den fiktiven Mangel in unsere Sprache. Wir sagen fast nie: »Ich möchte so gern ein neues Smartphone.« Wir sagen: »Ich brauche ein neues Smartphone«, und sprechen nicht aus, dass das alte noch funktionstüchtig ist und das neue lediglich eine noch bessere Kamera hat.

Wer sich Freunde ansieht, die einem etwas zeigen, das sie sich neu angeschafft haben, oder sich selbst bei der Freude beobachtet, die ein Neukauf mit sich bringt, gewinnt den Eindruck, als seien der Wert von Dingen, die wir kaufen, und die Wertschätzung, die wir uns selbst als Mensch beimessen, eng miteinander verknüpft. Und je tiefer man in das Thema eintaucht, desto eher gelangt man zu der Überzeugung, dass es vielleicht gar keine unterschiedlichen Wertvorstellungen sind, sondern ein und dieselbe. Wann sind wir zu dem geworden, was wir haben?

Ich muss darüber nachdenken, was Altkleider eigentlich für uns sind. Alles, an dem kein Etikett mehr dranhängt? Sehr oft sind die Dinge, die wir aussortieren, ja noch einwandfrei. Heimlich, an einem Tag, an dem niemand zu Hause ist, räume ich alles aus meinem Schrank und lege es im Wohnzimmer auf einen Haufen. Ich will nicht ausmisten, ich will nur mal sehen, wie viel es ist. Es ist ein Haufen aus Baumwolle, Wolle, Kunst- und Naturfaser. Ein beeindruckender Haufen und ein Bild, das sich einprägt. Ich nenne ihn den kleinen Berg.

Ich räume meinen Berg wieder in den Schrank und treffe den Historiker Frank Trentmann in einer Münchner Hotellobby. Er sagt, der Konsum von Kleidung sei deshalb so interessant, weil Kleidung extrem persönlich sei, das, was wir den ganzen Tag an unserem Körper fühlten, und damit Teil unserer Identität. »Ein Grund, warum die Kleiderschränke der Menschen voll sind und es so viel Fast Fashion gibt, ist, dass die Firmen immer schneller neue Trends produzieren. Aber die spannendere Frage ist doch: Warum ist das so erfolgreich?«

Das frage ich mich auch. Geht es hier wirklich noch um das Sich-besser-Fühlen? Oder eher darum, das Gefühl der eigenen Unzulänglichkeit zu verstärken? Obwohl ich mich immerhin vom Zwang, einem bestimmten Frauenoberkörper zu entsprechen, früh freigemacht habe (haha), soll meine Garderobe mich verschönern, und ich finde immer einen Pullover, eine Jacke oder eine Jeans, die diesen Zweck noch besser erfüllt als das, was ich bereits besitze. Und damit zur Gretchenfrage.

In ihrer Dokumentation *Die Sammler und die Sammlerin* fragt Agnès Varda einen Mann, der in seinem Zuhause Sperrmüll anhäuft, bis es kaum einen freien Fleck mehr in der Wohnung gibt: »Ist es ein Schutz vor dem Nichts?« Die Frage gab mir zu denken, weil sie nicht wertet, nicht moralisiert, und weil sie das Gefühl der Maßlosigkeit schön zusammenfasst. Was wollen wir mit all dem Zeug, den Klamotten, den Schuhen, Büchern, Rennrädern? Schützt es uns vor einem Nichtsgefühl? Denn wer etwas hat, kann ja nicht nichts sein, oder?

Dabei ist das, was viel länger anhält als die Freude am Kauf, die Belastung, die Besitz mit sich bringt, und zwar nicht im übertragenen Sinne, sondern in Form von handfesten Fragen. Wie der österreichische Schriftsteller Arno Geiger in einem Interview sagte: »Was man hat, das hat einen.«

Die Last äußert sich nicht nur bei einem Umzug in eine andere Wohnung, sondern auch, wenn die Kinder größer werden und mehr Platz brauchen, beim Aufräumen oder Putzen. Oder beim Gedanken an den Tod, den sich ab und zu nicht

nur alte Menschen machen, sondern auch junge. Wer zu einer älteren Generation gehört oder auf dem Land lebt, hat vielleicht sogar ein vollgestelltes Eigenheim, mit Keller oder Dachboden: Wer kümmert sich im Falle unseres Ablebens darum? Wie viel, Pardon, Restmüll ist den Menschen, die wir lieben, nach unserem Tod zumutbar?

Ich rufe die Nachhaltigkeitsforscherin und Soziologin Melanie Jaeger-Erben an, die für ihr Projekt »Befreit den Keller« mit Menschen über die Dinge spricht, die sie in ihren Kellern und Abstellkammern anhäufen. Sie erzählt, die Teilnehmenden seien begierig darauf, sich ihren Besitz von der Seele zu reden, und berichteten von einer zwiespältigen Situation: Einerseits von einer Ruhe, die eintrete, wenn sie bestimmte Gegenstände aufbewahren – etwa ein kaputtes zweites Fahrrad, das irgendwann repariert werden soll, falls das neue, mit dem man jetzt fährt, einen Platten hat. Und zugleich von einer Unruhe, »weil man das Zeug dann hat, weil es Platz wegnimmt, Unordnung und irgendwann auch Müllmachen bedeutet«.

Anders als man meinen könnte, hat unsere Masse an Besitz auch vergleichsweise wenig mit individuellen Vermögensverhältnissen zu tun. Jaeger-Erben erklärt mir, dass sich unsere »erlernte Unfähigkeit, bedürfnisorientiert zu konsumieren« – also nur genau so viel, wie gebraucht wird –, durch alle Einkommensstufen zieht. Oder anders formuliert: »Auch Menschen mit geringem Einkommen kaufen relativ viel Zeugs.« Aber sie erinnert an eine nicht zu unterschätzende Tatsache: »Reiche Menschen können sich Kleidung kaufen, die länger hält. Man braucht Geld, um nachhaltig einzukaufen, um sich zum Beispiel Schuhe anzuschaffen, die mehrere Jahre halten. Wer kein Geld hat, muss zwangsläufig öfter neue Dinge kaufen.«

Und: Wer denkt, das Problem, den Hals nicht vollzukriegen, betreffe nur die jüngeren Generationen, irrt sich. Der Historiker Trentmann zitiert in seinem Buch *Aufbruch des Gewissens* eine Studie von 1975, die ergab, dass nur 39 Prozent

der Deutschen Konsum ablehnend oder skeptisch gegenüberstanden, während es in Frankreich 52 Prozent waren und in Italien 64 Prozent: »Mitte der Siebzigerjahre hatten die meisten Deutschen ihren Konsum erheblich gesteigert, und sie fühlten sich gut dabei.« Aber die entscheidende Veränderung in der Beziehung zwischen den Dingen, die wir besitzen, und dem, was wir sind, ist laut Trentmann in der frühen Neuzeit passiert. Davor habe man in Europa und vergleichbar reichen Gesellschaften Wert auf antike Sachen gelegt – je älter, desto besser. »Am besten Dinge, die viele Jahrhunderte alt waren und aus frühen Kaiserreichen stammten. Im 17. und 18. Jahrhundert wurden in Europa dann auf einmal neue Sachen wertvoll, exotische Produkte, Kaffee und Schokolade, Schnickschnack für den häuslichen Komfort. Da hat sich eine neue Konsumkultur durchgesetzt, die besagte: Neu ist besser.« Teilweise, sagt Trentmann, habe das mit neuen Handelsbeziehungen, Imperien und Sklaverei zu tun gehabt, teilweise mit einem kulturellen Wertewandel.

Heute gibt es ganze Industriezweige, die sich durch die »Neu ist besser«-Logik am Leben erhalten. Für Melanie Jaeger-Erben ist das auch eines der Hauptprobleme: »Wir sind viel zu stark aufs Neukaufen ausgerichtet und auf das Mantra, die Industrie könne nur so überleben. Dabei könnte viel mehr Reparatur im eigenen Land stattfinden und als Wirtschaftszweig ausgebaut werden.« Das mit dem Reparieren leuchtet mir ein, meine Freundinnen sagen immer, es sei überhaupt nicht schwer, aber ich habe weder Geduld noch Geschick. Ich lasse mir also helfen und bringe meine Lieblingsjacke zum Schneider. Es kostet 35 Euro, und der Schneider und ich freuen uns beide total, als er einen passenden Stoff für das Loch im Innenfutter findet, das immer größer geworden war.

Also, reparieren, logisch. Und was hilft sonst noch? Erwachsen entscheiden. Was leider leichter klingt, als es ist.

Melanie Jaeger-Erben sagt, die Industriegesellschaft infantilisiere uns. Ich werde hellhörig, weil ich zwar damit zurechtkomme, dass ich nicht nähen kann, aber

ich will mich nicht »verniedlichen« lassen, wie sie es nennt: »Als Kinder haben wir in den meisten Fällen gelernt, solidarisch zu sein, und wenn wir zu teilen lernen, dann auch, dass unsere Bedürfnisse nicht sofort erfüllt werden, dass Warten dazugehört. Dinge zu teilen, zu tauschen oder zu reparieren bedeutet auch, sich helfen zu lassen oder Reparaturgemeinschaften zu gründen. Der Kapitalismus kann mit Gemeinschaften oder solidarischem Handeln aber nichts anfangen. Der will einen einzelnen Menschen haben, der sein eigenes Fass ohne Boden ist, der durch massenhaftes Angebot und aggressive Werbung zum ungeduldigen Kind wird.« Jaeger-Erben sagt, es gehe um ständige Bedürfnissteigerung statt Bedürfnisbefriedigung, und dem zu widerstehen, falle vielen Menschen schwer. »So kaufen sie immer wieder unnütze Dinge. Weil ihnen signalisiert wird: Du brauchst das. Jetzt sofort.«

Der Gedanke schlägt zumindest bei mir ein. Man kann dem Kaufimpuls besser widerstehen, wenn man einen Schritt zurücktritt und sich nicht fragt, warum will ich das haben (eine Frage, für die man schnell kleine Rechtfertigungen findet), sondern: Wer will, dass ich das haben will?

Zum Abschluss noch eine alte Parabel über einen Landwirt namens Pachom. Der russische Autor Leo Tolstoi hat sie vor 140 Jahren geschrieben, sie heißt *Wie viel Erde braucht der Mensch?*, hat etwa 15 Seiten und ist 14 zu lang, aber ihre Botschaft ist zeitlos. Ich fasse zusammen: Pachom hat keine nennenswerten Probleme, außer dass andere Landwirte mehr und vermeintlich besseres Land besitzen als er. Sein Leben stellt er in den Dienst des Bedürfnisses, mehr Besitz anzuhäufen, und wenn er wieder einmal erfolgreich gewirtschaftet hat, ist das Hochgefühl nur von kurzer Dauer – denn es könnte ja immer noch besser sein. Eines Tages hört er von einem fruchtbaren Flecken Erde, den Einheimische für lächerlich wenig Geld feilbieten. Als er dort ankommt, sagt einer der Männer zu ihm, er könne so viel Land umsonst haben, wie er an einem Tag von Sonnenaufgang bis Sonnenuntergang zu Fuß umschreiten könne. Pachom kann sein Glück kaum fassen. Gierig läuft er ein viel zu großes Gebiet ab und wird im Laufe des

Tages immer ausgelaugter. Als der Landwirt endlich wieder an der Linie angelangt ist, von der er losgelaufen ist – es geht gerade die Sonne unter –, ist er am Ende seiner Kräfte und bricht tot zusammen. Dann nimmt ein Knecht Maß an Pachoms Körper, um genauso viel Erde für ein Grab auszuheben, dass der Tote hineinpasst.

Wenn ich in den vergangenen Monaten versucht war, etwas zu kaufen, habe ich an Pachom und an den Textilberg in meinem Wohnzimmer gedacht. Daran, wie unverantwortlich es ist, als einzelner Mensch zu meinen, man müsse einen Berg Dinge besitzen, in den viele Stunden schlecht bezahlter, teilweise gesundheitsgefährdender Arbeit und Umweltverschmutzung geflossen sind. Daran, dass man sein ganzes Leben lang bestrebt ist, für voll genommen zu werden, und sich dann innerhalb von Sekunden von einem Model in einem schicken Mantel zum kindischen Kaufimpuls überreden zu lassen. Und daran, wie naiv es ist zu glauben, es würde irgendetwas an dem Menschen ändern, der man ist.

Zugleich habe ich ehrlicherweise keine Antwort darauf, wie es gelingen soll, dass man derart rundum mit sich zufrieden ist, dass man keine Angst »vor dem Nichts« hat, wie die Regisseurin Agnès Varda es in ihrem Film formuliert. Aber ich habe so eine Ahnung, dass es mehr mit Menschen zu tun hat als mit Besitz.

Viele mögen jetzt anführen, das sei ihnen schon lange klar. Aber wenn Sie der Landwirt aus Tolstois Geschichte wären, der so viel Land umsonst in seinen Warenkorb legen darf, wie er einmal zu Fuß innerhalb eines Tages umschreiten kann: Wüssten Sie, wann es Zeit wäre, mit dem Laufen aufzuhören?