

Kirchliche Konsumkritik
und Grundzüge einer
Christlichen Ethik des Konsums

Inauguraldissertation
zur Erlangung der Würde eines Doktors der Theologie
der Katholisch-Theologischen Fakultät
der Ruhr-Universität Bochum

Vorgelegt von: Heike Rumbach-Thome

Referent: Prof. Dr. Joachim Wiemeyer
Korreferent: Prof. Dr. Udo Zelinka
Tage der
mündlichen Prüfung: 09.07.2003 und 15.07.2003

Meinen Eltern

Franziska und Dr. Roland Thome

ist diese Dissertation in Dankbarkeit gewidmet.

Vorwort und Dank

Die vorliegende Arbeit wurde von der Katholisch -Theologischen Fakultät der Ruhr - Universität Bochum als Dissertation angenommen. Für die Veröffentlichung wurde sie an einigen Stellen sprachlich bearbeitet.

Herr Professor Dr. Joachim Wiemeyer war nach dem überraschenden Tod von Herrn Professor Dr. Franz Furger (Münster) bereit, die Weiterarbeit an dem vorliegenden und zu einem Teil schon ausgearbeiteten Konzept als neuer Doktorvater zu unterstützen. Ohnehin hatte er bereits im gemeinsamen Doktoranden- und Habilitandenkolloquium in Münster durch viele wertvolle Hinweise und Ratschläge zum Aufbau der Arbeit beigetragen.

Eine ganze Reihe von Anregungen geht auf die Teilnehmer des Münsteraner Kolloquiums zurück. Unvergessen bleibt insbesondere Herr Professor Furger, seine fachliche Hilfe, seine liebenswürdige Art sowie seine Förderung des Projekts.

Dass dieses überhaupt erst begonnen wurde, verdanke ich Herrn Professor Kardinal Karl Lehmann, der mich anlässlich einer römischen Synode von Bischöfen aus Ost- und Westeuropa auf die Bedeutung des Themas hinwies und zu einer Doktorarbeit ermutigte. Dies war bereits Anfang der 1990er Jahre, doch hat sich an der grundsätzlichen Relevanz des Themas nichts geändert.

Ohne die Unterstützung meiner Eltern in vielfacher Hinsicht, insbesondere ohne ihre liebevolle Umsorgung von Anna, Benedikt und Sebastian, wäre die Arbeit schließlich doch unvollendet geblieben. Das gleiche gilt für das Verständnis und die Geduld meines Mannes Albert.

Bei der drucktechnischen Fertigstellung schließlich leistete mein Schwager, Dr. Thomas Rumbach, zeitaufwendige und wertvolle Hilfe.

Ihnen allen gilt mein herzlicher Dank!

Bonn, im April 2004

Heike Rumbach-Thome

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	1
1. Genese und Charakteristik des modernen Konsums	8
1.1. <i>Perspektivenwechsel: Zum Verhältnis von Industrieller Revolution und Konsumbereitschaft</i>	8
1.2. <i>Die materielle Entwicklung und ihre strukturellen Voraussetzungen</i>	11
1.2.1. Größeres Güterangebot und gestiegene Kaufkraft	11
1.2.2. Trennung von Konsum und Produktion	12
1.2.3. Soziale Konsumschränken fallen	14
1.3. <i>Theorien über den Zeitpunkt und die Ursachen der entstehenden Konsumgesellschaft</i>	15
1.4. <i>Verkaufen - früher und heute</i>	20
1.5. <i>Wechselwirkungen zwischen Konsum und sozialem Wandel</i>	25
1.5.1. Demokratisierung	25
1.5.2. Individualisierung	27
1.6. <i>Strukturen des modernen Konsumverhaltens</i>	28
1.6.1. Unersättlichkeit der Konsumenten und Wegwerfcharakter des Konsums	28
1.6.2. Die Mode und das Neue an sich	28
1.6.2.1. Mode als universelles Phänomen?	29
1.6.2.2. Die Faszination des Neuen	32
1.6.3. "Moderner" Hedonismus	34
1.6.4. Hochrationaler, selbst-illusionärer Hedonismus	36
1.7. <i>Geistesgeschichtliche Bezüge: Puritanismus und Romantik</i>	42
1.7.1. Pietismus und "Sentimentalismus"	43
1.7.2. Eine "romantische Ethik"	47
1.7.3. Die Romantik und der Geist des Konsumismus	48
1.7.4. Ethik und Ästhetik	50
1.8. <i>Konsumtheorien. Erklärungsmodelle aus Ökonomie und (Sozial-)psychologie</i>	53
1.8.1. Die Haben-Funktion	53
1.8.2. Ökonomische Konsumtheorien	55
1.8.3. Instrumentelle und symbolische Funktion	58
1.8.3.1. Instrumentelle Bedeutung	59
1.8.3.2. Expressiv-symbolische Bedeutung	59
1.8.3.3. Kategorial-symbolische Bedeutung	60
1.9. <i>Zusammenfassung</i>	60
2. Kirchliche Materialismus- und Konsumkritik	66
2.1. <i>Papst Pius XII. (1939-1958)</i>	66
2.1.1. Vorbemerkung zum Materialismus-Begriff bei Pius XII.	66
2.1.1.1. Erkenntnistheoretischer Materialismus (Sensualismus, Empirismus)	68
2.1.1.2. Weltanschaulicher Materialismus	69
2.1.1.3. Praktischer Materialismus	70
2.1.2. Gegenstand der Kritik	70
2.1.2.1. Die Ebene der Handlungsdisposition: Vergötzung der Technik	70
2.1.2.2. Materialismus im Handeln des Einzelnen. Der Fortschritt als Gefahr für die menschliche Freiheit	74
2.1.2.3. Struktur- und Zeitgeistkritik	76
2.1.2.4. Materialismus ist gemeinschaftszerstörend	79
2.1.3. Ursachenanalyse	80
2.1.4. Wege der Veränderung	82
2.1.5. Resümee Pius XII.	84
2.2. <i>Papst Johannes XXIII. (1958-1963)</i>	86
2.2.1. Wohlstand als Chance - Gerechtigkeit als Aufgabe	86
2.2.2. Resümee Johannes XXIII.	91

2.3. Die Pastoral Konstitution des Zweiten Vatikanischen Konzils über die Kirche in der Welt von heute "Gaudium et Spes" (1965)	92
2.3.1. Die Beurteilung des Wohlstands und der ihn ermöglichenden Mittel	93
2.3.2. Beurteilung des wirtschaftlichen Fortschritts	94
2.3.3. Lebensbedingungen und gesellschaftliche Partizipation. Subjekte und Objekte des Fortschritts	95
2.3.4. Die Widmung der Erdengüter an alle Menschen (Art. 69)	98
2.3.5. Die anthropologische Funktion des Eigentums	100
2.3.6. Resümee „Gaudium et Spes“	101
2.4. Papst Paul VI. (1963-1978)	102
2.4.1. Analyse der Gegenwartssituation	102
2.4.1.1. Wirtschaftliches Wachstum und umfassende menschliche Entwicklung	102
2.4.1.2. Konsumkritik - Herrschaftskritik - Technikkritik	106
2.4.2. Ursachenanalyse: Strukturelle Akzentsetzung	108
2.4.3. Heilmittel: Innere Freiheit und Partizipation in Wirtschaft und Gesellschaft	109
2.4.4. Resümee Paul VI.	110
2.5. Bischofssynode "De iustitia in mundo" (1971)	111
2.5.1. Gegenstand und Begründung der Konsumkritik	111
2.5.2. Heilmittel: Bewusstseinsbildung, politischer Einsatz und alternativer Lebensstil	113
2.5.2.1. Konsumverzicht	113
2.5.2.2. Das Vorbild der Kirche	113
2.5.2.3. Erziehung und Bildung	114
2.6. Papst Johannes Paul II. (1978-)	115
2.6.1. Gegenstand und Begründung der Kritik	116
2.6.1.1. Unkontrollierter Fortschritt und Entfremdung von der Natur	116
2.6.1.2. Materielle Kultur, Überentwicklung und neue Bedürfnisse	118
2.6.1.3. Künstliche Bedürfnisse und schädliche Überentwicklung	120
2.6.1.4. Fehlformen des Habens: falsches Verhältnis zur Natur, zu Personen, zu Dingen	121
2.6.1.5. Konsumismus als Überlebensfrage der Menschheit	122
2.6.1.6. Konsum und Freiheit	123
2.6.1.7. Entfremdung als Folge des Konsums	125
2.6.2. Ursachen	126
2.6.2.1. Individuelle Ebene	126
2.6.2.2. Soziokulturelle und strukturelle Ebene	127
2.6.3. Lösungswege	129
2.6.3.1. Individuelle Ebene	129
2.6.3.2. Soziokulturelle Ebene	130
2.6.3.3. Gerechtigkeit für unterentwickelte Länder	131
2.6.4. Theologisch-anthropologische Vertiefung	132
2.6.5. Resümee Papst Johannes Paul II.	134
2.7. Katechismus der katholischen Kirche	135
2.8. Pastorale Texte auf weltkirchlicher Ebene	136
2.9. Ortskirchliche Verkündigung	140
Ergebnisse	142
3. Grundlagen und Grundzüge einer Ethik des	147
Konsums	147
3.1. Theologisch-ethische Entwürfe	147
3.1.1. Dietmar Mieth	148
3.1.1.1. Exkurs: Pier Paolo Pasolini	148
3.1.1.2. Struktureller Konsumismus	152
3.1.1.3. Konsumismus als Mentalität (Sozialpsychologie des Konsumismus)	153
3.1.1.4. „Lebensethik im christlichen Kontext“	155
3.1.2. Stephan Wirz	160
3.1.3. Karl-Georg Michel	166
3.2. Grundlagen einer theologischen Konsumethik	167

3.2.1.	Schöpfungstheologische und anthropologische Grundlagen	168
3.2.1.1.	Die materielle Welt	168
3.2.1.2.	Beschaffenheit der menschlichen Antriebe	171
3.2.2.	Die Rolle des Bedürfnisbegriffs in einer Ethik des Konsums	178
3.2.3.	<i>Differenzierung der Formen des Konsums als Grundlage des ethischen Entwurfs</i>	186
3.2.3.1.	Haben	187
3.2.3.2.	Funktionaler Konsum	199
3.2.3.3.	Expressivität. Konsum als Ausdrucks- und Kommunikationsmittel	201
3.2.3.4.	Illusions-Konsum	207
3.3.	<i>Sozialethik, Ethik und Ethos des Konsums – Ergänzende Kriterien</i>	212
3.3.1.	(Sozial-)ethik des Konsums	213
3.3.1.1.	Haben-Aspekt	214
3.3.1.2.	Funktionaler Konsum	215
3.3.1.3.	Expressivitäts-Konsum	217
3.3.1.4.	Illusions-Konsum	222
3.3.2.	Christliches Konsumethos	224
3.3.2.1.	Haben - Aspekt	225
3.3.2.2.	Funktionaler Konsum	230
3.3.2.3.	Expressivitäts-Konsum und Illusions-Konsum	230
3.4.	<i>Schlussfolgerungen für Verkündigung, Theologie und kirchliche Praxis</i>	233
3.4.1.	Zum Verhältnis von Freiheit und Konsumismus	233
3.4.2.	Differenzierte Begriffe	234
3.4.3.	Zur Definition von Materialismus und Konsumismus	235
	Schlussbemerkung	237
	Quellen- und Literaturverzeichnis	239

Einleitung

Die sozioethische Relevanz des Konsums

Die heutigen Konsummöglichkeiten können eine Hilfe darstellen zu einem erfüllten menschlichen Dasein. Viele Güter haben über ihre materielle Bedeutung hinaus eine kulturelle Bedeutung, die im günstigen Fall im Dienst menschlicher Selbstentfaltung und zwischenmenschlicher Kommunikation steht und zur Humanisierung der Lebenswelt beiträgt. Im ungünstigen Fall führt Konsum dagegen zur Behinderung solcher humaner Kräfte, lässt Ausdrucksmöglichkeiten verarmen und steht der persönlichen und gemeinschaftlichen Entfaltung im Weg.

Auf die Frage: „Macht Wohlstand glücklich?“ geben empirische Untersuchungen sowohl ein Ja als auch ein Nein zur Antwort. In der Selbsteinschätzung der persönlichen Zufriedenheit spielt der Lebensstandard durchaus eine Rolle. Allerdings handelt es sich dabei um den *relativen* Lebensstandard, bei dem die Bezugsgröße der nationale Kontext ist. Wer in Bangladesh an der Spitze der gesellschaftlichen Wohlstandsskala steht, ist in Bezug auf seine materiellen Lebensverhältnisse gegebenenfalls zufriedener als derjenige, der in Deutschland zu den unteren Einkommensgruppen gehört, obwohl dieser in absoluten Maßstäben mehr Geld zur Verfügung hat.¹ Dass die Zufriedenheit oder gar das Glück der Menschen mit steigendem Wohlstand zunimmt, lässt sich generell nicht behaupten. Die Befriedigung der physiologischen *Grundbedürfnisse* ist zwar eine entscheidende *Voraussetzung* für das Glücklichein. Oberhalb der Grenze der physiologischen Grundbedürfnisse ist die Frage nach dem Zusammenhang von Wohlstand und Glück jedoch differenziert zu beantworten, weil sich mit dem Wohlstand in der Regel auch die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, zum Beispiel Konkurrenzdruck, Arbeitsbedingungen etc. ändern. Wohlstand ist daher nie absolut gegeben, sondern immer an bestimmte Bedingungen geknüpft.² Aus diesem Grund lassen sich unmittelbare Kausalbeziehungen zwischen Wohlstand und Glück kaum feststellen.

¹ vgl. Dieter Birnbacher, Was wir wollen, was wir brauchen und was wir wollen dürfen, in: Klaus M. Meyer-Abich und Dieter Birnbacher (Hrsg.), Was braucht der Mensch, um glücklich zu sein? Bedürfnisforschung und Konsumkritik, München 1979, S. 30-57, hier: S. 52f. mit Bezug auf Studien von R.A.Easterlin.

² Katrin Lederer, Bedürfnisse: ein Gegenstand der Bedürfnisforschung?, in: Klaus Michael Meyer-Abich, Dieter Birnbacher (Hrsg.), Was braucht der Mensch, um glücklich zu sein? Bedürfnisforschung und Konsumkritik, München 1979, S. 11-29, hier: S. 25.

Anders verhält es sich mit dem Zusammenhang von *Materialismus* und Glück. Studien liefern Hinweise darauf, dass materialistisch eingestellte Menschen nicht dazu neigen, glücklich zu sein.³

"Materialismus" wird dort zusammenfassend definiert als "die Bedeutung, die ein Konsument weltlichem Besitz beimißt". Die Kriterien, mit denen die Eigenschaft "materialistisch" hier bestimmt wird, sind: *Besitzgier* als die "Neigung und Tendenz, die Kontrolle über und das Eigentum an seinen Besitztümern zu erhalten"⁴, *Geiz* als "fehlende Bereitschaft, anderen vom eigenen Besitz zu geben oder mit ihnen zu teilen"⁵ und *Neid* als "Mißvergnügen ... aufgrund der Überlegenheit einer anderen Person in bezug auf Glück, Erfolg, Ansehen oder Besitz".⁶

Auch weitere Studien, die den Begriff „Materialismus“ mit anderen Parametern definieren, kommen zu dem Ergebnis, dass zwischen Materialismus und Lebenszufriedenheit ein *negativer Zusammenhang* besteht.⁷

Während der Zusammenhang zwischen Wohlstand und Glück differenziert zu beantworten ist, lassen Müllberge und Abfalltransporte ins Ausland, die Zerstörung der Ozonschicht, die Erwärmung der Erdoberfläche und der Raubbau an natürlichen Ressourcen auf Kosten zukünftiger Generationen keinen Zweifel an der *ökologischen Problematik* der Konsumweise der hoch entwickelten Industriestaaten. Vor allem jedoch wächst die Gefahr, dass der Skandal der Unterentwicklung und des Wohlstandsgefälles zwischen reichen und armen Ländern gleichgültig oder resigniert hingenommen wird.

Das Konsumieren (wie das Verhalten überhaupt) ist daran zu messen, wie es sich zur Förderung oder Schädigung unseres eigenen und unserer Mitmenschen Wohlergehen verhält. Wohlergehen ist dabei zu verstehen als *umfassend-*

³ Russel W. Belk, Three Scales to Measure Constructs Related to Materialism: Reliability, Validity, And Relationships to Measures of Happiness, in: *Advances in Consumer Research* 11 (1984), S. 291-297.

⁴ vgl. ebd., S. 291 (Eigene Übersetzung, Heike Rumbach-Thome).

⁵ vgl. ebd.

⁶ ebd. (Eigene Übersetzung, Heike Rumbach-Thome). Diese Eigenschaften müssen nicht alle gemeinsam auftreten. Eine Person kann beispielsweise besitzgierig sein und dennoch nicht geizig. Menschen, die sich in besonderem Maß durch einige oder alle dieser Eigenschaften auszeichnen (besonders durch Geiz und Neid), tendieren nicht dazu, glücklich oder zufrieden zu sein. Allerdings ist der negative Zusammenhang zwischen Besitzgier und Glück und Zufriedenheit am wenigsten deutlich von den drei untersuchten Parametern (vgl. ebd., S. 295).

⁷ vgl. Marsha L. Richins, Media, Materialism, and Human Happiness, in: *Advances in Consumer Research* 14 (1987), hrsg. von Melanie Wallendorf und Paul Anderson, Provo, UT, S. 352-356, zitiert nach Marsha L. Richins u.a., An Exploration of Materialism and Consumption-Related Affect, in: *Advances in Consumer Research* 19 (1992), S. 230. Nach Marsha Richins kann der Kauf auch glücklich und zufrieden machen, aber dies ist weniger der Fall bei den "Materialisten", also bei denen, die sich besonders viel davon versprechen. Bei ihnen ist vielmehr, bei nicht eingetretener Erwartung, die Enttäuschung umso größer (vgl. ebd., S. 234).

des menschliches Wohl und dies bedeutet im christlichen Verständnis vom Menschen: *Heil*, als eine die reine Diesseitigkeit übersteigende Kategorie.⁸

Die bisherige Behandlung des Konsums in den Human- und Sozialwissenschaften

Erst spät haben die Human- und Sozialwissenschaften die Beziehung zwischen Menschen und artifiziellen Objekten zum Thema gemacht.⁹ In Zeiten des Mangels war der Konsum in der Ökonomik nicht viel mehr als das fraglose Ziel der Produktion. Weder empirisch noch theoretisch haben sich die Philosophie, die Geschichtswissenschaft, die Soziologie und die Psychologie bis in die jüngere Zeit in nennenswertem Ausmaß mit dieser Frage auseinandergesetzt, abgesehen von Teilaspekten wie der Eigentumsfrage oder der gerechten Verteilung von Gütern. Darüber hinausgehende Sinngehalte waren fast ausschließlich Gegenstand der Kunst und der Ästhetik.¹⁰ Die Bedeutung, die materielle Gegenstände für Menschen haben, soweit diese Bedeutung über ihre technische Funktion hinausgeht, wird erst seit relativ kurzer Zeit thematisiert - abgesehen von wenigen Pionierarbeiten. So hat beispielsweise Hannah Arendt im vierten Kapitel ihres Werkes "Vita Activa oder vom tätigen Leben" die kulturanthropologische Bedeutung von Gütern beschrieben:

"...die Welt Dinge (haben) die Aufgabe, menschliches Leben zu stabilisieren, und ihre 'Objektivität' liegt darin, daß sie der reißenden Veränderung des natürlichen Lebens ... eine menschliche Selbigkeit darbieten, eine Identität, die sich daraus herleitet, daß der gleiche Stuhl und der gleiche Tisch dem jeden Tag veränderten Menschen mit gleichbleibender Vertrautheit entgegenstehen. Mit anderen Worten, das, was der Subjektivität des Menschen entgegensteht, und woran sie sich mißt, ist die Objektivität, die Gegenständlichkeit der von ihm selbst hergestellten Welt, und nicht die erhabene Gleichgültigkeit einer von Menschenhand unberührten Natur ... Ohne eine solche Welt zwischen Mensch und Natur gäbe es ewige Bewegtheit, aber weder Gegenständlichkeit noch Objektivität."¹¹

Erst in jüngerer Zeit wurde das Thema im Bereich der Soziologie und Kulturanthropologie, in der Psychologie und in der Wirtschaftsethik aufgegriffen.¹² Bis-

⁸ vgl. Internationale Theologenkommission, Menschliches Wohl und christliches Heil, in: Herder-Korrespondenz 32 (1978), S. 24-30.

⁹ Während die Vernachlässigung des Themas in Deutschland durch die Soziologie, Psychologie und Ökonomik bis heute beklagt wird (vgl. Norbert F. Schneider, Vorwort, in: Doris Rosenkranz, Norbert F. Schneider (Hrsg.), Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven, Opladen 2000, S. 7f.), kam es im angelsächsischen Sprachenraum seit etwa zwanzig Jahren zu einer eingehenderen Beschäftigung mit dem Konsum.

¹⁰ vgl. Alfred Lang, Vorwort, in: Mihály Csikszentmihályi/Eugene Rochberg-Halton, Der Sinn der Dinge. Das Selbst und die Symbole des Wohnbereichs, München-Weinheim 1989, S.7-12, hier: S. 10.

¹¹ Hannah Arendt, Vita Activa oder vom tätigen Leben, Stuttgart 1960, S. 125.

¹² vgl. Ulrike Knobloch, Theorie und Ethik des Konsums. Reflexion auf die normativen Grundlagen sozialökonomischer Konsumtheorien, Bern-Stuttgart-Wien 1994. Ulrike Knobloch zeigt die Grenzen der auf individualistischen und rationalistischen Grundlagen fußenden ökonomischen

her bestimmte das ökonomische Nutzenvermehrungsmodell die Erklärungsversuche zum Konsumverhalten. Allerdings lässt sich heute, in einer weitgehend gesättigten Gesellschaft, ein großer Teil des Konsums mit Hilfe des Nutzenvermehrungsmodells nicht mehr erklären.¹³ In diesem Zusammenhang ist auch die Problematik des Bedürfnisbegriffs als Grundlage einer Konsumethik zu sehen, denn dieser Begriff suggeriert, dass der entsprechende Konsum dem Beseitigen eines *Mangels* diene.¹⁴

Die *Sozialethik* spiegelt die geschilderte Vernachlässigung des Themas in den Humanwissenschaften. Die Konsumethik *als solche* war bis vor kurzer Zeit in der christlichen Sozialethik ein wenig beachtetes Gebiet. Es gab zwar kein Vakuum an ethischen Maßstäben: Ethische Aspekte des Konsums wurden traditionell in der Christlichen Moraltheologie bzw. Sozialethik unter Stichworten wie Privateigentum, Gerechtigkeit, Solidarität, Armut, Reichtum, Habsucht, Vergnügungssucht, Luxus, Verschwendung, Askese, Maßhalten etc. behandelt. Die sozialethische Befassung mit der Problematik des Konsums in den Wohlstandsgesellschaften bewegt sich zwischen den Polen einer gesellschaftskritischen Konsumismus-Kritik¹⁵, die den Einzelnen primär als Opfer des sozioökonomischen Systems wahrnimmt, einerseits, und einer individuellethischen Betrachtung andererseits, die die soziale Dimension bei der Entstehung von Bedürfnissen wenig berücksichtigt.¹⁶

Darüber hinaus befassen sich die kirchliche Verkündigung und die Seelsorge mit dem Problem: Formen der Konsumaskese werden in der Österlichen Bußzeit („Fastenzeit“) nahe gelegt, Suchtgefahren werden zum Thema gemacht, ebenso das Maßhalten aus ökologischen Gründen und von jeher der Verzicht, um dem Not leidenden Nächsten zu helfen. Die systematisch-reflexive Behandlung des Themas fehlte dagegen bis zum Erscheinen der Studien von Stephan Wirz¹⁷ und Karl-Georg Michel.¹⁸

Konsumtheorien auf und bringt demgegenüber die kulturellen und institutionellen Aspekte des Konsumverhaltens stärker ins Blickfeld. Sie stellt fest, daß die wirtschaftswissenschaftlichen Theorien auf unzureichenden anthropologischen Voraussetzungen basieren, indem sie das Modell des homo oeconomicus, des rational handelnden Konsumenten, der konsequent seinen Nutzen zu vergrößern sucht, zu ihrer Grundlage machen und damit andere Motivationen vernachlässigen.

¹³ vgl. Kap. 1.8.2.

¹⁴ vgl. Kap. 3.2.2.

¹⁵ vgl. Erich Fromm, Dietmar Mieth, Dorothee Sölle (s.u.).

¹⁶ vgl. Stephan Wirz, *Vom Mangel zum Überfluß*. Die bedürfnisethische Frage in der Industriegesellschaft = Schriften des Instituts für Christliche Sozialwissenschaften der Westfälischen Universität Münster, Bd. 27, Münster 1993; Karl-Georg Michel, *Konsumethik in der Wohlstandsgesellschaft* = Abhandlungen zur Sozialethik, hrsg. von Anton Rauscher und Lothar Roos, Bd. 41, Paderborn-München-Wien-Zürich 1997.

¹⁷ ders., *Vom Mangel zum Überfluß*, a.a.O.

Zur Zielsetzung und Struktur der vorliegenden Arbeit

Das Ziel dieser Arbeit besteht in der Darstellung des Gegenstands kirchlicher Konsumkritik sowie in der Grundlegung einer christlichen Konsumethik. Der Ausgangspunkt ist dabei die Beobachtung, dass zwar heutiges Konsumverhalten von kirchlicher Seite vielfach kritisiert wird, dies jedoch meist in wenig konkreter Form geschieht. Lässt sich der Gegenstand der kirchlichen Kritik, die sich mit den häufig schlagwortartig verwendeten Begriffen des *Konsumismus* und *Materialismus* verbindet, genauer beschreiben? Wie wird diese Kritik begründet? Handelt es sich um etwas Neues gegenüber der traditionellen moraltheologischen bzw. sozialetischen Frage der Gerechtigkeit und Nächstenliebe im Besitz bzw. im Gebrauch von Gütern und gegenüber der Verurteilung von Habgier und Luxus? Bezieht sich die Kritik auf Verhaltensweisen von Individuen oder auf gesellschaftliche und strukturelle Erscheinungen? Welche Wege werden empfohlen, um Konsumismus und Materialismus zu vermeiden? Mit diesen Fragen befasst sich der zweite Teil dieser Arbeit. Zugrunde gelegt wurden sozialetische Dokumente der Päpste und relevanter weltkirchlicher Versammlungen vom Zeitraum des Pontifikats Johannes Pauls II. zurückgehend bis Papst Pius XII., desjenigen Papstes, in dessen Amtszeit der Beginn des Wohlstands für breitere Bevölkerungsschichten in den westlichen Industrienationen fällt. Hinzugenommen wurden zwei ortskirchliche Dokumente, die für die katholische Kirche in Deutschland von herausgehobener Bedeutung sind: das Dokument „Unsere Hoffnung“ der Gemeinsamen Synode der Bistümer in der Bundesrepublik Deutschland und der Erwachsenen Katechismus, Bd. 2, der Deutschen Bischofskonferenz.

Gegen Konsumkritik, vor allem von kirchlicher Seite, wird häufig der Vorwurf erhoben, den Massen, die endlich am Wohlstand teilhaben können, diesen nun wieder vorenthalten zu wollen. Gegen konsumkritische Stellungnahmen wird auch vorgebracht, dass die Möglichkeit zum Konsum die Gesellschaft stabilisiere, weil die Menschen weder politisch rebellisch werden, noch – da sie an Gott nicht mehr glauben können – an Sinnfragen verzweifeln.

Diese Einwände zeigen, dass eine Konsumkritik möglichst differenziert argumentieren muss. Am Anfang dieser Arbeit steht daher das Bemühen um ein besseres Verständnis der Eigenart der modernen Konsumgesellschaft und des Charakters heutigen Konsumierens.

¹⁸ ders., Konsumethik in der Wohlstandsgesellschaft, a.a.O.

Für eine ethische Befassung mit dem Thema Konsum ist es notwendig, sich der Komplexität des Themas und seiner unterschiedlichen Aspekte bewusst zu werden, sonst liegt die Gefahr einer Verwendung von Schlagworten (Materialismus, Konsumismus) nahe, die zu pauschal sind, um ethische Orientierung zu ermöglichen. Auch der Ansatz beim Bedürfnis-Begriff¹⁹, der einen Mangel impliziert, bedeutet eine Engführung (vgl. Kap. 3.2.2.). Aus diesem Grund unternimmt diese Arbeit den Versuch einer differenzierten Sicht der Konsumfunktionen und –motivationen und ihrer ethischen Relevanz (Kap. 3.2.3.) und bemüht sich, dementsprechende ethische Kriterien zu formulieren. Insbesondere ist die Charakteristik modernen Konsumverhaltens in ihrer Eigenart wahrzunehmen (Kap. 3.2.4.). Dass Konsumieren sich heute nicht nur quantitativ von Formen früheren Konsumierens unterscheidet, wird deutlicher auf dem Hintergrund der historischen Entwicklung und der Gegenüberstellung verschiedener Aspekte des Konsumierens früher und heute (Kap.1). Dabei zeigen sich unterscheidende Charakteristika des modernen Konsums, die durch ihre geistesgeschichtlichen Bezüge erhellt werden. Dabei stütze ich mich insbesondere auf die Untersuchungen des Soziologen Colin Campbell²⁰, der die eigenartigen Strukturen des modernen Konsumverhaltens als selbst-illusionären Konsum darstellt (andere Autoren kommen, von unterschiedlichen Ansatzpunkten aus, zu ähnlichen Ergebnissen²¹) und ihre geistesgeschichtlichen Wurzeln untersucht. Der geschichtliche Teil bezieht sich hauptsächlich auf die Entwicklung in England, wo sich zu einem frühen Zeitpunkt für größere Teile der Bevölkerung die Konsummöglichkeiten erweiterten. Die gegenseitige Beeinflussung von Geistesgeschichte und Konsumgeschichte, die die Eigenart des modernen Konsums erhellt, wird von Colin Campbell am Beispiel Englands besonders deutlich dargestellt.

Der Schwerpunkt des systematisch-ethischen, dritten Teils, liegt auf der Formulierung derjenigen Kriterien, die sich aus der genannten Differenzierung der Konsumfunktionen und –motivationen ergeben. Daher stehen allgemeine christlich-ethische Prinzipien wie Gerechtigkeit, Nächstenliebe und die Verant-

¹⁹ vgl. Stephan Wirz, Vom Mangel zum Überfluß, a.a.O.

²⁰ Colin Campbell, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, Oxford 1987

²¹ vgl. Gerhard Schulze, *Die Erlebnis-Gesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*, Frankfurt-New York 1992; Tibor Scitovsky, *Psychologie des Wohlstands. Die Bedürfnisse des Menschen und der Bedarf des Verbrauchers*, Frankfurt - New York 1989; Norbert Bolz, David Bosshart, *Kult-Marketing. Die neuen Götter des Marktes*, Düsseldorf 1995.

wortung für die Umwelt an dieser Stelle nicht im Vordergrund, sondern werden vorausgesetzt.²²

Zur Definition

Etymologisch bedeutet Konsum (von lat: „consumere“) das Verbrauchen bis zum völligen "Aufzehren" eines Gegenstandes. Nach dieser Definition wäre kein echter Konsument, wer nur einen flüchtigen Gebrauch von einem Konsumgegenstand macht und nach einem neuen sucht, bevor der alte materiell unbrauchbar ist.²³ Die heutige Bedeutung, insbesondere auch in den kritischen Begriffen der „Konsumgesellschaft“ und des „Konsumismus“, ist offensichtlich eine andere.

Der Konsum – die Bedürfnisbefriedigung – liegt dem Konzept der Marktwirtschaft als zentrales Organisationsprinzip zugrunde (im Unterschied zur produzentenzentrierten Wirtschaft des Mittelalters). Das Ziel und die ethische Begründung der Marktwirtschaft argumentieren mit dem Wohl der Konsumenten, der Allgemeinheit.²⁴ Die ökonomische Theorie unterscheidet zwischen privatem und öffentlichem Konsum und fasst unter den privaten Konsum den Verzehr von Verbrauchsgütern und die Benutzung und Abnutzung dauerhafter Gebrauchsgüter.²⁵ Der Konsumbegriff wird in dieser Arbeit in diesem Sinn verwendet, wobei es sinnvoll scheint – wenn man nicht lediglich den Absatz von Gütern, also die Perspektive der Produzenten, sondern insbesondere diejenige der Konsumenten einnimmt - den Begriff darüber hinaus auch auf die Tätigkeiten im Zusammenhang mit dem Erwerb eines Konsumgutes zu beziehen.

Zum Konsum zählt die ökonomische Theorie außerdem die private Erstellung und Nutzung von Dienstleistungen. Die Argumentation dieser Arbeit bezieht sich auf den Konsum materieller Güter, lässt sich jedoch in mancher Hinsicht auf viele Dienstleistungen übertragen.

²² Wegen dieser Konzentration des Themas werden die Dokumente des Konziliaren Prozesses für Frieden, Gerechtigkeit und Bewahrung der Schöpfung an dieser Stelle nicht behandelt, obwohl sie für die Konsumethik insgesamt wichtig sind.

²³ vgl. Walter Grasskamp, Die Ware Erlösung. Kleine Apologie des Konsums, in: Merkur. Deutsche Zeitschrift für europäisches Denken 2/50 (1996), S. 138-146.

²⁴ vgl. Karl Homann, Franz Blome -Drees, Wirtschafts- und Unternehmensethik, Göttingen 1992, S. 52f.

²⁵ vgl. Bernd Biervert, Artikel "Konsum, Konsumgesellschaft", in: Georges Enderle et al. (Hrsg.), Lexikon der Wirtschaftsethik, Freiburg/Brsg.-Basel-Wien 1993, Sp. 535-545, hier: Sp.536.

1. Genese und Charakteristik des modernen Konsums

1.1. Perspektivenwechsel: Zum Verhältnis von Industrieller Revolution und Konsumbereitschaft

Das nachfolgende erste Kapitel befasst sich mit einer Darstellung der geschichtlichen Entwicklung der komplexen Lebenswirklichkeit des Konsums. Der Blick auf frühere Konsummöglichkeiten und -gewohnheiten sowie ihre Bedingungen kann zu einem besseren Verständnis und einer angemesseneren Beurteilung der heutigen Konsumpraxis beitragen. Sinn der geschichtlichen Rückschau ist auch die Suche nach den spezifischen Merkmalen modernen Konsumverhaltens.

Dabei steht dieses Kapitel nicht nur unter dem Vorbehalt, dass auf einigen wenigen Seiten der Konsumwirklichkeit mehrerer Jahrhunderte kaum Genüge getan werden kann. Es ist vor allem zu unterstreichen, dass die Erforschung der Geschichte des Konsums noch in den Anfängen steckt. Es gibt keine Forschungstradition,²⁶ doch hat sich in den vergangenen zwanzig Jahren die Geschichte des Konsums als Forschungsgebiet etabliert.²⁷

Lange Zeit wurde als selbstverständlich vorausgesetzt, dass mit den technischen und materiellen Möglichkeiten nach der Industriellen Revolution auch automatisch die Konsumbereitschaft zugenommen habe. Neuere Untersuchungen zur Wirtschaftsgeschichte weisen demgegenüber darauf hin, dass zumindest ein komplexeres *gegenseitiges* Beeinflussungsverhältnis zwischen *Konsumbereitschaft* und *industrieller Entwicklung* vorgelegen hat. Die Implementierung technischer Möglichkeiten mit dem Ziel einer erhöhten Produktion ist nicht nur als Voraussetzung, sondern auch als *Folge* des gestiegenen Bedarfs und einer verstärkten Konsumbereitschaft zu betrachten.²⁸

²⁶ Grant McCracken, Die Geschichte des Konsums: ein Literaturüberblick und Leseführer, in: Günther Rosenberger (Hrsg.), Konsum 2000. Veränderungen im Verbraucheralltag, Frankfurt/Mn. 1992, S. 25-44, hier: S. 26.

²⁷ Vor allem auf der Basis der wegweisenden Studie von Fernand Braudel, *Capitalism and Material Life 1400-1800*, London 1973.

²⁸ Beispielsweise wurde die Dampfmaschine lange vor ihrem massenweisen Einsatz in der Industriellen Revolution erfunden. 30 Jahre nach Thomas Newcomen's Erfindung (1712) waren davon nur eine in England und zwei auf dem Kontinent in Gebrauch (1742) (vgl. Fernand Braudel, *Capitalism and Material Life 1400-1800*, London 1973, S. 324).

Als in England die Produktion von Baumwollstoffen weit fortgeschritten war, lange nach der Erfindung des mechanischen Webstuhls, beschäftigten Unternehmer immer noch Heimarbeiter zum Spinnen, weil dies kostengünstiger war. Erst musste die *Nachfrage* stark wachsen, bevor die Anwendung des mechanischen Webstuhls allgemein gebräuchlich wurde.²⁹ In diesem Bedingungsgefüge kommt nicht nur dem gesellschaftlichen und ökonomischen Wandel, sondern auch weiteren geistigen und kulturellen Einflüssen anscheinend eine erhebliche Bedeutung zu. Ihnen wurde bis in die jüngste Zeit kaum Beachtung geschenkt³⁰.

Die Änderungen im Konsumverhalten hatten für die Entwicklung der westlichen Welt eine solche Bedeutung, dass in der Literatur von einer "Konsumrevolution" gesprochen wird³¹. Sie hat die heutigen Lebensbedingungen wie die industrielle und die technische Entwicklung mitbestimmt. Sie ist jedoch nicht lediglich als deren Resultat zu betrachten.

Es handelt sich in den Anfängen dieser Entwicklung nicht in erster Linie um eine Ausweitung der lebensnotwendigen oder arbeitserleichternden Güter, sondern im Konsum von Luxusgütern.³² Neil McKendrick beschreibt sie folgendermaßen:

„Im 18. Jahrhundert gab es in England eine Konsumrevolution. Mehr Frauen und Männer als je zuvor in der Geschichte der Menschheit kamen in den Genuss des Erwerbs materiellen Besitzes ... Das, was sie einst hofften, von ihren Eltern zu erben, konnten sie nun selbst erwerben. Was einst gekauft wurde, weil es notwendig war, kaufte man jetzt, weil die Mode es befahl. Was früher für den lebenslangen Gebrauch bestimmt war, kaufte man jetzt eventuell mehrmals im Leben. In einem sich ausbreitenden Netz von Geschäften konnte man nun an jedem Tag außer sonntags erstehen, was früher nur an Festtagen auf Märkten, Jahrmärkten und von Wanderverkäufern feilgeboten wurde. In der Folge wurde, was ehemals als Luxus galt, nun als bloße Annehmlichkeit betrachtet, was dagegen früher als annehmlich gegolten hatte, war nun eine Notwendigkeit. Und auch das Notwendige wurde in vielfach variierten Aufmachungen angeboten und war leichter zugänglich.“

²⁹ Erst 60 Jahre nach ihrer Erfindung wurde eine größere Zahl in Cornwall gebaut (vgl. ebd.).

³⁰ Außerordentlich hellichtig beschreibt beispielsweise Colin Campbell die Wurzeln veränderten Konsumverhaltens in der Romantik und in ihr vorangehenden geistesgeschichtlichen Strömungen (ders., *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, Oxford 1987). Ausgangspunkt der bisher nach meinem Kenntnisstand im Kern nicht angefochtenen These Campbells ist eine Erweiterung der Max-Weber-These (vgl. Max Weber, *Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus*, in: ders., *Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie I*, S. 17-206). Colin Campbell stellt einen Erklärungsbedarf fest angesichts der Frage, warum eine kapitalistische Wirtschaft, angetrieben von säkular-asketischem Geist, bei ihren Kunden (die sie weitgehend in derselben soziologischen Schicht des wohlhabenden Mittelstands vorfand) auf ein ausgabefreudiges Konsumverhalten stieß. Die Lösung dieses soziologischen Rätsels sieht Campbell in einer Erweiterung der Max-Weber-These durch die Berücksichtigung weiterer Strömungen innerhalb des Protestantismus, insbesondere des Pietismus (vgl. Kapitel 1.7.).

³¹ vgl. v.a. Neil McKendrick, John Brewer, J.H. Plumb, *The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth-Century England*, Bloomington/Indiana 1982.

³² Dabei ist zu beachten, dass die Definition von "Luxus" geschichtlich bedingt ist und heute nicht mehr dieselben Gegenstände als Luxus gelten wie damals.

Materieller Besitz wurde zuvor wegen seiner Haltbarkeit geschätzt - nun kaufte man ihn, weil er in Mode war. Eine Mode hingegen, die früher ein Leben lang dauerte, wurde nun nach kaum einem Jahr durch eine neue abgelöst. Hatten die Frauen früher von der aktuellen Londoner Mode nur träumen können, waren sie nun in der Lage, sie in der ländlichen Presse zu verfolgen und sogar selbst zu erwerben ...

Alle diese Änderungen vollzogen sich innerhalb des 18. Jahrhunderts. Die Folgen für alle, die mit dem Anfertigen und Verkaufen von Dingen für Menschen oder das Heim beschäftigt waren, waren revolutionär.“³³

Die weitgehende Vernachlässigung des Konsums als Forschungsgebiet nicht nur in der Geschichtswissenschaft, sondern auch in den übrigen Humanwissenschaften, mag unter anderem darin begründet sein, dass man den Konsum in den Zeiten des Mangels in Europa lediglich für eine Funktion der Produktionsbedingungen hielt.³⁴ Man ging davon aus, dass die Verbesserung der Produktionsmöglichkeiten selbstverständlich auch eine Steigerung der Bedarfe nach sich zog. Dies ist jedoch nur so lange selbstverständlich, wie es sich um lebensnotwendige Güter handelt.

Zu den geschichtlichen Faktoren, die die heutige Konsumweise mitbestimmen, zählen veränderte Produktionsbedingungen und eine veränderte Beziehung zwischen Konsum und Produktion, die naturwissenschaftliche und die technische Entwicklung als Voraussetzung des Massenkonsums, ein freiheitliches Wirtschaftssystem und der Abbau von Konsumbeschränkungen, die Veränderung des Verkaufsverhaltens hin zu aktiveren Formen des Marketings und neue Distributionswege.³⁵ Diese Änderungen der äußeren Konsumbedingungen trugen dazu bei, dass Güter in einer neuen Diversität und Quantität angeboten werden konnten. Sie vermögen jedoch nicht zu erklären, warum sich auch die Bereitschaft und die Einstellung zum Konsum änderten.

Im traditionellen Konsumverhalten wurde zusätzlicher Reichtum eher gespart als ausgegeben, oder aber er wurde in Freizeit umgesetzt.³⁶ Zu unterscheiden ist also die *Fähigkeit* von der *Bereitschaft*, Güter zu kaufen, die nicht notwendig sind³⁷. So hatte beispielsweise die Heraufsetzung von Akkordlöhnen in der Frühzeit der Industrialisierung zur Folge, dass weniger gearbeitet wurde. Man

³³ Neil McKendrick et al., *The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth-Century England*, a.a.O., S. 1f. (Eigene Übersetzung, Heike Rumbach-Thome).

³⁴ vgl. "Say'sches Theorem": Jedes Angebot schafft sich seine Nachfrage selbst. Bedürfnisse lassen sich nach dieser Vorstellung endlos steigern.

³⁵ vgl. Stephan Wirz, *Vom Mangel zum Überfluß. Die bedürfnisethische Frage in der Industriegesellschaft*, Münster 1993, S. 18-36.

³⁶ vgl. Colin Campbell, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, a.a.O., S. 18. Bauern neigen dazu, ihren Überfluss für Zeiten des Mangels zu sparen oder aber sie bezahlen andere dafür, ihre Arbeit zu erledigen, verwandeln also ihren Reichtum in Freizeit (vgl. ebd.).

³⁷ vgl. ebd., S. 18.

wollte nicht möglichst viel verdienen, um sich mehr als bisher leisten zu können, sondern so viel arbeiten, dass die bisherigen Bedürfnisse gedeckt werden konnten.³⁸

Der Einfluss der bisher vernachlässigten geistesgeschichtlichen Ursachen für die gestiegene Konsum*bereitschaft* ist für eine Studie in ethischer Perspektive von besonderer Bedeutung. Dazu zählt eine Geisteshaltung, die dem Neuen grundsätzlich positiv gegenübersteht und die darüber hinaus ein besonderes, über alle pragmatischen Zwecke hinausgehendes ästhetisch-ethisches Verhältnis zum Umgang mit Gütern entwickelt.

Zunächst sind die wesentlichen materiellen Entwicklungen und soziologischen Implikationen darzustellen.

1.2. Die materielle Entwicklung und ihre strukturellen Voraussetzungen

1.2.1. Größeres Güterangebot und gestiegene Kaufkraft

Die Konsummöglichkeiten, die über die Befriedigung der elementaren Bedürfnisse hinausgehen, waren vor der Industriellen Revolution für den weitaus größten Teil der Bevölkerung eng begrenzt. Der frei verfügbare Teil des Einkommens (der für nicht-elementare Bedürfnisse zur Verfügung steht), war gering. Wahrscheinlich wurden um die 90 Prozent des Einkommens für die Befriedigung der Grundbedürfnisse (Lebensmittel, Kleidung, Wohnen, Heizen) verwendet.³⁹ Dagegen mussten die Haushalte in Deutschland im Jahr 1994 noch nicht einmal 17 Prozent des „ausgabefähigen Einkommens“ für Nahrungs- und Genussmittel ausgeben.⁴⁰

³⁸ vgl. Max Weber, *Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus*, a.a.O., S. S. 44f. (zitiert nach Ulrike Knobloch, *Theorie und Ethik des Konsums*, a.a.O., S. 23).

³⁹ vgl. Walter Minchington, *Die Veränderungen der Nachfragestruktur von 1750 bis 1914*, in: Carlo M. Cipolla/K. Borchardt, *Europäische Wirtschaftsgeschichte*, Bd. 3, Stuttgart - New York 1985, S. 47-118, hier: S. 74f. (zitiert nach Stephan Wirz, *Vom Mangel zum Überfluß*, a.a.O., S.8).

⁴⁰ vgl. Karl-Georg Michel, *Konsumethik in der Wohlstandsgesellschaft*, a.a.O., S. 111, mit Verweis auf Angaben des Statistischen Bundesamtes. Das „ausgabefähige Einkommen“ ist das Gesamteinkommen nach Abzug von Steuern, Pflichtbeiträgen zur Sozialversicherung und Arbeitsförderung, Versicherungen, Spenden etc. und Gespartem. Die Angabe bezieht sich auf 4-Personen-Haushalte – Ehepaar mit zwei Kindern – von Angestellten und Arbeitern mit mittleren Einkommen (vgl. ebd., S. 111, Anm. 23).

Stephan Wirz fasst den Einfluss der Industrialisierung auf die veränderten Konsummöglichkeiten folgendermaßen zusammen:

"Die Industrialisierung ermöglichte aufs Ganze hin gesehen nicht nur eine quantitativ und qualitativ zunehmende Güterversorgung, sie schaffte auch Arbeitsplätze und sorgte damit für eine dem Güterangebot entsprechende Kaufkraft. Durch sie wurde das 'uralte Menschheitsproblem der Armut gelöst.' Mit Heinrich Bechtel lässt sich das Fazit ziehen: 'Die Industrialisierung steigerte die Angebotsmengen an Verbrauchsgütern in früher unvorstellbarer Schnelligkeit und Größe und ermöglichte eine ständig reichere Bedarfsdeckung des einzelnen'"⁴¹.

Nach dieser Darstellung ist der moderne Konsum ein Resultat des quantitativ und qualitativ verbesserten, diversifizierten Güterangebotes in Verbindung mit gestiegener Kaufkraft, das seinerseits Folge der veränderten ökonomischen Rahmenbedingungen ist. Diese Sichtweise vernachlässigt die geistigen Prozesse, die tief greifende Änderungen in der Konsumweise nach sich zogen und zu einem veränderten Konsumverhalten bereits vor der Industriellen Revolution führten (s.u.).⁴²

Weit im Vorfeld der Industriellen Revolution gab es immer wieder Schübe eines verstärkten Konsums.⁴³ Da dies in der Regel nicht die Mehrheit der Bevölkerung - im 18. Jahrhundert in England jedoch bereits breitere Bevölkerungsschichten - betraf, blieben sie in der Wirtschaftsgeschichte lange unberücksichtigt.

1.2.2. Trennung von Konsum und Produktion

Konsum und Produktion standen vor der Früh-Industrialisierung und dem Aufkommen der Manufakturen sowohl räumlich als auch sachlich in einer engen Beziehung.⁴⁴ Produziert wurde in der Regel aus Anlass eines vorhandenen Bedarfs, auf Bestellung. Der Ort der Produktion wie des Konsums war in der vorindustriellen Gesellschaft im Wesentlichen der Haushalt. "In dieser vorindustriellen Hauswirtschaft arbeiten die Menschen nur so viel wie nötig ist, um sich zu ernähren und an einem aus heutiger Sicht bescheidenen Lebensstandard festzuhalten"⁴⁵. Da sie ihr Bedürfnisniveau und den Grad ihrer

⁴¹ Stephan Wirz, Vom Mangel zum Überfluß, a.a.O., S. 30.

⁴² Stephan Wirz beschäftigt sich nicht mit den Beweggründen heutigen Konsums generell, sondern im Wesentlichen mit den äußeren Ursachen, die für die Form des *Massenkonsums* konstitutiv waren. In einem (sozial-)ethischen Zusammenhang ist über den quantitativen Aspekt hinaus besonders der geistige Kontext modernen Konsumverhaltens von Belang.

⁴³ vgl. Grant McCracken, Die Geschichte des Konsums, a.a.O., S. 30 .

⁴⁴ vgl. Rosalind Williams, Dream Worlds. Mass Consumption in Late Nineteenth-Century France, Berkeley-Los Angeles-London, 1992, S.2f.

⁴⁵ Ulrike Knobloch, Theorie und Ethik des Konsums, a.a.O., S. 18.

Arbeitsanstrengungen selbst bestimmen, neigen sie dazu, ihre Bedürfnisse zu begrenzen, da sonst eine höhere Arbeitsleistung erforderlich wäre⁴⁶.

Mit dem Aufkommen der Manufakturen⁴⁷ lockert sich der ehemals enge Zusammenhang von Produktion und Konsum im Haushalt. Hinzu kommen neue Arbeitsweisen und technische Möglichkeiten, die die Produktion erleichtern und ertragreicher werden lassen.

Georg Simmel hat auf die psychologische Bedeutung der Aufhebung des unmittelbaren Zusammenhangs von Konsum und Produktion und ihre Folgen für den Charakter des Konsums hingewiesen.⁴⁸ Er schildert den Wandel der äußeren gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, die geeignet waren, nicht nur die Art und die Menge der Konsumgüter zu beeinflussen, sondern darüber hinaus den Charakter der Konsumhandlung zu verändern. Dabei weist er dem Aufstieg der Geldwirtschaft zentrale Bedeutung zu.⁴⁹

Nach Georg Simmel bedeutete die frühere Einheit von Produktion und Konsum innerhalb der Hauswirtschaft eine ganzheitlichere Produktionsweise. Der Konsum war in den Lebens- und Arbeitsablauf integriert. In der Manufaktur bzw. in der Fabrik stellt der Arbeiter einen Gegenstand her (meist nur einen Teil davon), den er selbst in der Regel nicht benötigt. Stattdessen erhält er für seine Arbeit einen festgesetzten Lohn. Das davon erworbene Konsumgut muss nachträglich angeeignet werden, es muss in das Leben des Arbeiters bzw. seiner Familie integriert werden. Dies bedeutet bereits ein Stück Fremdheit zwischen dem Konsumenten und dem Konsumprodukt. Ulrike Knobloch spricht von der Notwendigkeit der "Konsumarbeit".⁵⁰ Sie fängt bereits bei der Auswahl unter einem heute teilweise unübersehbaren Güterangebot an.

⁴⁶ vgl. André Gorz, Kritik der ökonomischen Vernunft. Sinnfragen am Ende der Arbeitsgesellschaft, Berlin 1989, S. 160 (zitiert nach Ulrike Knobloch, Theorie und Ethik des Konsums, a.a.O., S. 18f.).

⁴⁷ Die Blütezeit der Manufakturen war im 17. und 18. Jahrhundert. Die Beibehaltung im Wesentlichen traditioneller Handwerkstechniken wird in der Manufaktur verbunden mit Arbeitsteilung und Serienanfertigung. In Deutschland waren die Manufakturen im 18. Jahrhundert weit verbreitet. Sie dienten vor allem der technisch aufwändigen Produktion von Luxusgütern wie Gobelins, Fayencen, Porzellan, Nähadeln, Glaswaren, Stoffen, Lederwaren und Waffen (vgl. Brockhaus-Enzyklopädie, Bd. 14, Mannheim, ¹⁹1991, S. 171).

⁴⁸ vgl. Georg Simmel, Philosophie des Geldes, Leipzig 1900.

⁴⁹ vgl. Douglas Holt, Kathleen Searls, The Impact of Modernity on Consumption: Simmel's Philosophy of Money, in: Advances in Consumer Research 21 (1994), S. 65-69, hier besonders: S. 67. Die folgende Zusammenfassung von Simmels Theorie orientiert sich an diesem Artikel.

⁵⁰ Ulrike Knobloch, Theorie und Ethik des Konsums, a.a.O., S. 38ff. Vgl. dazu auch John O'Neill, The Productive Body: An Essay on the Work of Consumption, in: Queen's Quarterly 85 (1978), S. 221-230.

Die Geldwirtschaft verändert nach Simmel den Charakter des Konsums, indem sie die Produkte austauschbar macht. Der materielle Tauschwert gewinnt an Bedeutung.⁵¹ Die quantitative Betrachtung lässt den Konsum zu einer berechnenden Tätigkeit werden, sie bewirkt eine Art Rationalisierung im Bereich des Konsums. Demgegenüber verliert die affektive Komponente an Bedeutung.⁵² Dies hat zur Folge, dass der Konsum erhebliche symbolische und materielle Anstrengungen erfordert, um diese Einseitigkeit wieder auszugleichen.⁵³

1.2.3. Soziale Konsumschränken fallen

Die Entwicklung der technischen Voraussetzungen heutigen Konsums war bedingt durch den Erkenntnisfortschritt der Naturwissenschaften und durch soziale und politisch-rechtliche Veränderungen, die erst eine größere Freiheit im Umgang mit Konsumgütern bzw. mit dem Eigentum zuließen⁵⁴.

In der mittelalterlichen Wirtschaft waren Produzieren und Konsumieren stark reglementiert. Bis in die Neuzeit hinein war teilweise bis ins Einzelne festgelegt, was als standesgemäßer Konsum zu gelten hatte. Der öffentliche Verzehr bestimmter Lebensmittel beispielsweise, wie auch die standesgemäße Kleidung, waren traditionell durch Konventionen festgelegt. Gleiches galt für den erlaubten Aufwand bei der Ausrichtung von Festlichkeiten, z.B. mit Blick auf die Zahl der Gäste und Speisen bei einer Hochzeit. Zu Beginn der "great transformation"⁵⁵ im 16. Jahrhundert in Westeuropa gab es eine klar gegliederte hierarchische Ordnung mit festen Statusdifferenzen und voneinander abgegrenzten sozialen Klassen. Die Konsummuster waren vor allem durch die Klassenzugehörigkeit geprägt.⁵⁶ Zwischen dem 14. und 17. Jahrhundert, als sich der Konsum auszuweiten begann und die Konvention durch sich entwickelnde modische Tendenzen bedroht war, wurden in Europa für die unterschiedlichen sozialen Stände Verbrauchsvorschriften gesetzlich festgelegt und bei Zuwiderhandlung

⁵¹ Douglas Holt, Kathleen Searls, *The Impact of Modernity on Consumption: Simmel's Philosophy of Money*, a.a.O., S. 65-69.

⁵² vgl. ebd., S. 66. Wenn weiter unten davon die Rede ist, dass es gerade Affekte und Stimmungen sind, die einen großen Teil heutigen Konsumverhaltens bestimmen, bedeutet dies nicht unbedingt einen Widerspruch gegenüber Simmels These. Möglicherweise ist dies die verselbstständigte Gefühlskomponente, die sich hier in übersteigerter Form zurückmeldet.

⁵³ vgl. Douglas Holt, Kathleen Searls, *The Impact of Modernity on Consumption*, a.a.O., S. 66.

⁵⁴ vgl. die zusammenfassende Darstellung bei Stephan Wirz, *Vom Mangel zum Überfluß*, a.a.O., S. 1-30.

⁵⁵ Karl Polanyi, *The Great Transformation. Politische und ökonomische Ursprünge von Gesellschaften und Wirtschaftssystemen*, Frankfurt/Mn.1978.

⁵⁶ vgl. Grant McCracken, *Rank and Two Aspects of Dress in Elizabethan England*, in: *Culture* 2,2 (1982), S. 53-62, hier: S. 33f.

mit teilweise schweren und demütigenden Strafen belegt.⁵⁷ Die mittelalterliche und noch die frühneuzeitliche Gesellschaft sahen im übermäßigen Verbrauch die Anmaßung einer gesellschaftlichen Position und den Betrug der Gemeinschaft hinsichtlich der sozialen Rolle des Individuums, insofern dessen Identität weitgehend auf der Grundlage seiner Herkunft und nicht seiner Fähigkeiten oder seines selbst erlangten Vermögens definiert wurde. Tatsächlich schien jedoch die Strafandrohung, die schwer umzusetzen war, nicht das gewünschte Ziel zu erreichen, so dass man in England im 17. Jahrhundert die Aufwandsgesetzgebung wieder aufhob, allerdings nicht auf dem Kontinent.⁵⁸

In dem Maß, wie sich die Klassenschranken auflösten, vergrößerte sich der Spielraum der Konsummöglichkeiten: Dies schwächte wiederum die traditionellen Klassenschranken.⁵⁹ Die Demokratisierung des Konsums im 19. und 20. Jahrhundert hat einen wichtigen Beitrag zur Demokratisierung der Gesellschaft geleistet. In diesem Zeitraum hat Konsum dazu beigetragen, das Konzept der Klasse zu verändern.⁶⁰

1.3. Theorien über den Zeitpunkt und die Ursachen der entstehenden Konsumgesellschaft

Nach Fernand Braudels wegweisender Studie⁶¹ haben sich in den 80er Jahren mehrere Arbeiten mit der Frage nach den *Ursachen* für die Änderungen des Konsumverhaltens befasst.

Die im Folgenden dargestellten Modelle widersprechen sich nur, wenn man von einem plötzlich stattfindenden Einschnitt, einer "Konsumrevolution" sprechen möchte.⁶² Die Entscheidung darüber, wie unvermittelt diese Entwicklung einsetzte und wie schnell sie verlaufen ist, ob sie sich im wesentlichen innerhalb der Grenzen des 18. Jahrhunderts vollzog oder es sich um einen allmählicheren Entwicklungsprozess handelte, der bis in die Zeit des Übergangs vom Mittelalter zur Neuzeit zurückreicht, bleibt den Historikern vorbehalten.

Chandra Mukerji sieht die ersten Ansätze des Massenkonsums in der *frühen Neuzeit* und der damaligen Verbreitung von Bilddrucken, Büchern und geographischem Kartenmaterial. Für das spezifisch moderne Konsumverhalten (s.u.) sind sie weniger kennzeichnend. Zu den damals immer populärer werdenden Gütern zählten aber auch bedruckte Baumwollstoffe aus den briti-

⁵⁷ vgl. Chandra Mukerji, *From Graven Images. Patterns of Modern Materialism*, New York 1983, S. 179.

⁵⁸ vgl. ebd., S. 182.

⁵⁹ vgl. auch Kapitel 1.2.3.

⁶⁰ vgl. Grant McCracken, *Die Geschichte des Konsums*, a.a.O., S. 35.

⁶¹ vgl. Fernand Braudel, *Capitalism and Material Life 1400-1800*, London 1973.

⁶² z.B. Neil McKendrick et al., *The Birth of a Consumer Society*, a.a.O.

schen Kolonien. Neil McKendrick et al.⁶³ legen überzeugend dar, dass sich der Konsum innerhalb des *18. Jahrhunderts in England* in einem nie dagewesenen Tempo ausbreitete. Colin Campbell greift die von Neil McKendrick vorgetragene wirtschaftshistorischen Fakten auf, kritisiert jedoch sein Erklärungsmodell (s.u.) und macht stattdessen den Geist der Romantik verantwortlich für die erhöhte Konsumbereitschaft. Rosalind Williams⁶⁴ verweist ihrerseits auf das *19. Jahrhundert in Frankreich* und die Bedeutung der französischen Hauptstadt mit ihren Weltausstellungen und ihrer Entwicklung zur Weltstadt der Mode und des Luxuskonsums.

Von der Frage der sich entwickelnden *Konsumbereitschaft* zu unterscheiden ist die Frage nach, teils bewusst und gesteuert eingesetzten, äußeren Faktoren. Dazu gehören Marketing-Methoden, die Instrumentalisierung des Konsums zu politischen Zwecken und die veränderten ökonomischen und gesellschaftlichen Bedingungen. Vielfach ist die Beeinflussung eine gegenseitige. Veränderungen im Konsumverhalten bleiben nicht ohne Auswirkungen auf das soziale Beziehungsgefüge und umgekehrt. So haben beispielsweise die neuen Konsummöglichkeiten zur De-facto-Demokratisierung der Gesellschaft und Egalisierung der Klassen beigetragen und auf der anderen Seite die Voraussetzungen für feinere Ausdifferenzierungen in "Stile" geschaffen, die nach außen die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe dokumentieren. Diese Konsumformen ihrerseits wurden erst möglich durch eine ökonomische und gesellschaftliche Emanzipation des Bürgertums, seine wirtschaftliche Erstarkung und vorausgegangene geistige Prozesse.⁶⁵

Verglichen mit heutigen Konsummöglichkeiten erscheint uns der Lebensstandard der Menschen noch vor wenigen Jahrzehnten, und erst recht früherer Jahrhunderte, als ausgesprochen bescheiden. Es wäre jedoch unhistorisch, aus unserer Perspektive fast die gesamte bisherige Menschheitsgeschichte unterschiedslos als Zeit des Mangels zu definieren. Zwar gab es immer wiederkehrende Perioden extremer Entbehrung bis hin zu Hungersnöten nach Ernteausfällen. Es lassen sich jedoch bereits lange vor der Industriellen Revolution erhebliche Wohlstandsschwankungen feststellen.⁶⁶ Beispielsweise waren die französischen Dorfbewohner in der Zeit vor den Religionskriegen so reich an Vorräten und ihre Häuser so gut ausgestattet, dass sie den Adligen kaum nachstanden.⁶⁷

⁶³ ebd.

⁶⁴ Rosalind H. Williams, *Dream Worlds. Mass Consumption in Late Nineteenth-Century France*, Berkeley-Los Angeles-London 1982

⁶⁵ Die gegenseitige Verschränkung geistiger, materieller und gesellschaftlicher Prozesse ist ein Grundproblem der Soziologie und kann mit Blick auf die Konsumwirklichkeit in der vorliegenden Arbeit nur angedeutet werden.

⁶⁶ Die nachfolgenden Bemerkungen können kaum mehr, als einige Schlaglichter auf die materielle Situation Europas in den Jahrhunderten vor der Industriellen Revolution zu werfen.

⁶⁷ vgl. Fernand Braudel, *Capitalism and Material Life 1400-1800*, a.a.O., S. 130.

Dies bedeutet allerdings nicht, dass es damals eine besonders entwickelte materielle Kultur gegeben hätte. Im mittelalterlichen Europa waren Konsummöglichkeiten kaum existent⁶⁸: Der Haushalt bestand aus wenig mehr als aus einigen Küchengeräten, die der Zubereitung karger und wenig abwechslungsreicher Mahlzeiten dienten, wenigen Möbelstücken (Bett, Truhe, Tisch, ein Stuhl oder eine Bank), Bettzeug, Schuhen, Hemd, Hose oder Kleid, allenfalls einer speziellen Sonntagsgarderobe und einigen notwendigen Werkzeugen. Bis zum 18. Jahrhundert war die Ausstattung mit Möbeln für die ärmeren Bevölkerungsschichten in Europa äußerst rudimentär.⁶⁹

Selbst bei den Banketten der Reichen war der materielle Standard des Mittelalters niedrig: Es gab einige wenige Tische und Stühle sowie gemeinsam benutzte Trinkgefäße.⁷⁰

Erst spät entwickelten sich zaghafte *Ansätze einer materiellen Zivilisation* im heutigen Verständnis. So begann sich eine Tischkultur beispielsweise erst im 16. Jahrhundert herauszubilden. Man hatte zwar eine Gabel bereits lange als Werkzeug in der Küche und als Vorlegebesteck benutzt. Als individuelles Esswerkzeug wurde sie jedoch in England erst ab ca. 1750 gebräuchlich.⁷¹ In Deutschland wurden bis ins 19. Jahrhundert Holzteller verwendet. Am kaiserlichen Hof in Wien aß man Fleisch mangels geeigneter Hilfsmittel bis 1651 mit den Fingern!⁷²

Im 15. und 16. Jahrhundert begannen sich in Europa die Märkte mit Seiden- und Wollstoffen zu füllen, mit Töpferwaren, Gewürzen, Kartoffeln und anderen Lebensmitteln, mit Hölzern, gemalten Porträts, orientalischen Teppichen und Teeservicen.⁷³ Bereits vorher wurden immer neue Güter für den breiteren Verkauf entdeckt: Im 16. Jahrhundert waren es Gewürze, die bis zu diesem Zeitpunkt als großer Luxus galten, dann fanden Kaffee, Schokolade, Alkohol und Tabak Eingang in den bis dahin monotonen Speiseplan. Auch kam es zur Verbreitung bis dahin unbekannter Gemüsesorten (z.B. aus Italien), die die traditionellen Essgewohnheiten zu variieren begannen (Spargel, Spinat, Salat, Artischocken, Erbsen, grüne Bohnen, Blumenkohl, Tomaten, Melonen). Ein

⁶⁸ Die folgende Aufzählung findet sich bei Rosalind Williams, *Dream Worlds*, a.a.O., S. 18.

⁶⁹ vgl. Fernand Braudel, *Capitalism and Material Life 1400-1800*, a.a.O., S. 204.

⁷⁰ Im Vergleich zu dieser spartanischen Ausstattung boten die Tafeln der Gesellschaften des 18. Jahrhunderts mit Geschirr, Gläsern, Tischen, Stühlen, Leinentischdecken und weiteren Dekorationen ein deutlich verändertes Bild (vgl. Chandra Mukerji, *From Graven Images*, a.a.O., S. 36f.)

⁷¹ vgl. Fernand Braudel, *Capitalism and Material Life 1400-1800*, a.a.O., S. 138f.

⁷² vgl. ebd., S. 139.

⁷³ vgl. Chandra Mukerji, *From Graven Images*, a.a.O., S. 1.

"neuer Luxus" entwickelte sich im Hinblick auf die Nahrungszubereitung im England und Frankreich des 18. Jahrhunderts⁷⁴. Aus Indien wurden bedruckte Baumwollstoffe („calicoes“) eingeführt, die schließlich in England zum Ausbau der Bekleidungsindustrie führten.⁷⁵ Allgemein lässt sich in Westeuropa in der Zeit zwischen 1400 und 1800 - im Unterschied zu anderen Kulturen - eine Vorliebe für den Wandel feststellen. Sie führte beispielsweise dazu, dass sich die Nahrungszubereitung, aber auch die Möbel und die Innenausstattung zwar nicht im heutigen Tempo, aber doch kontinuierlich veränderten.⁷⁶

Chandra Mukerji sieht den Ursprung der Konsumgesellschaft in einem sich bereits in der Renaissance entwickelnden Materialismus.⁷⁷ Er bildete sich (hier divergieren Mukerji und Campbell, s.u.), bevor der Protestantismus calvinistischer Prägung eine religiöse Begründung (und Motivation) hinzufügte. Materielle Möglichkeiten und veränderte Konsumwünsche greifen bereits im 15. und 16. Jahrhundert ineinander und lassen neue Wirtschaftszweige entstehen. Neue Importe aus Übersee, beispielsweise von Baumwollstoffen aus Indien, stießen auf ein reges Interesse in der einheimischen englischen Bevölkerung. Dies führte zu der Erkenntnis, dass volkswirtschaftliche Ressourcen nicht im eigenen Land eingesetzt würden, wenn Importe aus Übersee einen verstärkten Absatz erführen; um dies zu verhindern, wurde die heimische Industrie aufgebaut, beispielsweise in der Baumwollverarbeitung. Eine ähnliche Entwicklung gab es im Bereich der Eisen- und Steingutproduktion⁷⁸. Doch hätten, so Chandra Mukerji, die Veränderungen der Industriellen Revolution in der Produktion und Distribution von Gütern nicht stattgefunden, wenn nicht *zuvor* die Herausbildung einer *materiellen Kultur*, eine neue Zuwendung zur Welt der Dinge, der erhöhten Produktion Sinn verliehen hätte. Das Entstehen einer materiellen Kultur habe in der frühen Neuzeit dazu beigetragen, die ökonomische Realität zu erklären und zu befördern.⁷⁹

Während die materielle Kultur des Mittelalters eine lokal bzw. regional geprägte Kultur war, nahm diese neue Kultur zunehmend kosmopolitische Züge an.⁸⁰ Die Ausweitung des internationalen Handels führte zu einem verstärkten Austausch und einer Entwicklung hin zu einheitlicheren Stil- und Geschmacksmustern. Diese wiederum gehörten zu den Voraussetzungen einer Produktion in größerem Maßstab⁸¹.

Nach Chandra Mukerji stand nicht nur die protestantisch-calvinistische innerweltliche Askese (Max Weber) am Beginn des Kapitalismus. Wenn man das hedonistische Konsumentenverhalten erst dem weiteren Verlauf der kapitalistischen Entwicklung zuordnet, lässt dies die Frage nach den Absatzmöglichkeiten für die neu produzierten Güter offen. Die Unternehmer wären ohne absehbaren vorherigen Bedarf ein unkalkulierbares unternehmerisches Risiko eingegangen.⁸² Dagegen haben sowohl hedonistische Konsumenten als auch asketische Unternehmer in der frühen Neuzeit als ökonomische Innovatoren fungiert. Beide haben an die Stelle des traditionellen Umgangs mit dem Reichtum, der im Horten der Güter bestand, neue Wege des Umgangs mit dem Reichtum gesetzt, indem sie ihn benutzten - entweder auf dem Weg des Kon-

⁷⁴ vgl. Fernand Braudel, *Capitalism and Material Life 1400-1800*, a.a.O., S. 139.

⁷⁵ vgl. ebd., S.238.

⁷⁶ vgl. ebd., S. 211 und 223.

⁷⁷ vgl. Chandra Mukerji, *From Graven Images*, a.a.O., S. 132.

⁷⁸ vgl. ebd., S. 248.

⁷⁹ vgl. ebd., S. 242.

⁸⁰ vgl. ebd., S. 35.

⁸¹ vgl. ebd., S. 77f.

⁸² Colin Campbell stellt sich die gleiche Ausgangsfrage. Er und Chandra Mukerji kommen zu ähnlichen Antworten, allerdings findet Campbell im Unterschied zu Mukerji auch eine *Erklärung* auf geistesgeschichtlicher Ebene für den von beiden vorausgesetzten *Wertewandel*, während Mukerji sich im Wesentlichen auf die *Beschreibung* von zusammenwirkenden Verhaltensweisen beschränkt.

sums oder der Investition und Produktion. Beide haben auf diese Art und Weise den Reichtum zu einem aktiven Teil des sozialen und ökonomischen Lebens gemacht.⁸³

Es entwickelte sich also eine *Bereitschaft, zu konsumieren*. Die materiellen Neuheiten, auf die europäische Reisende und Händler damals stießen, sowohl natürliche als auch produzierte, waren so unterschiedlich und verwirrend, dass sie eine *Sinnkrise* hervorriefen. Um ihr zu begegnen, kam es zu einer verstärkten Zuwendung zu den Neuheiten der materiellen Welt, so dass zum ersten Mal in der Geschichte die Hinwendung zu Objekten das dominierende Thema der Kultur wurde⁸⁴. Auf diese Weise wurden beispielsweise Kleidung und Bilddrucke zu Symbolträgern. Das symbolische Verständnis materieller Güter ist, so Chandra Mukerji, eine der Voraussetzungen dafür gewesen, dass sich die ökonomische Vernunft in nie gekannter Geschwindigkeit zu entwickeln begann.⁸⁵

Nach Neil McKendrick und seinen Koautoren⁸⁶ ist das Ausmaß des Konsums als relativ plötzliches Ereignis innerhalb des 18. Jahrhunderts signifikant angestiegen. Er spricht daher von einer "Konsumrevolution".

Auch McKendrick et.al. gehen davon aus, dass sich ein Wandel der Produktionsmittel und -ziele nicht ohne eine Änderung des Konsumentengeschmacks und seiner Prioritäten habe vollziehen können. McKendrick schildert, wie sich innerhalb des 18. Jahrhunderts in England eine Reihe von dramatischen Veränderungen des Konsumverhaltens vollzog. Die Reichen bauten z.B. luxuriöse, aufwändig eingerichtete Häuser, die sie mit Parks voller exotischer Pflanzen umgaben.⁸⁷ In der Mode wurde die Neuheit, so Neil McKendrick, zur "unwiderstehlichen Droge"⁸⁸.

Den aus Indien eingeführten bedruckten Baumwollstoffen weist Neil McKendrick eine Schlüsselrolle zu, weil sie zum Abbau intellektueller Barrieren gegenüber dem Konsum führten. Die relativ billigen Stoffe fanden in England reißenden Absatz. Dies zeigte den Ökonomen, dass die Nachfrage keine feste Größe, sondern erweiterbar war. Hatte die merkantilistische Theorie immer vor dem Kauf exotischer Luxusprodukte gewarnt, weil sie darin eine Gefahr für eine ausgeglichene Handelsbilanz sah, gab die neue Entwicklung Raum für eine positivere ökonomische Bewertung des Konsums.⁸⁹

Im 18. Jahrhundert begannen dekorative und nützliche Dinge aus Glas, Porzellan, Messing- und Kupferarbeiten die Haushalte zu füllen.⁹⁰ Viele Familien hätten auch vorher bereits die finanziellen Möglichkeiten besessen, fühlten sich aber nun "gezwungen"(!)⁹¹, Geld für neuen Besitz auszugeben. Neue Konsummöglichkeiten wurden geschaffen. So traten modische Mahagoni-Möbel an die Stelle der traditionellen Einrichtung aus Eiche, gepolsterte Sessel ersetzen die einfachen Stühle, Steingut-Service mit unterschiedlichen Tellern für jeden einzelnen Gang wurden angeschafft. Resümierend stellt Neil McKendrick einen "völlig neuen Zugang zum Kaufen"⁹² innerhalb der wohlhabenden Mittelklasse fest.

Vor 1780 bestand der gestiegene Bedarf vor allem aus Haushaltsprodukten.⁹³ Die Industrielle Revolution gründete auf bescheidenen Gütern, die für einen großen Markt produziert wurden: Schnallen und Spangen aus Birmingham, Messer und Gabeln aus Sheffield, Tassen und billige Baumwollstoffe (die in der Folge der Importe nun im Mutterland produziert wurden) aus Staffordshire.⁹⁴ Eine herausragende Rolle kam der Spielzeugproduktion zu, die als die charakteristische Konsumindustrie⁹⁵ der Zeit bezeichnet werden kann.

⁸³ vgl. Chandra Mukerji, *From Graven Images*, a.a.O., S. 4.

⁸⁴ vgl. ebd., S. 28.

⁸⁵ vgl. ebd.

⁸⁶ Neil McKendrick et al., *The Birth of a Consumer Society*, a.a.O.

⁸⁷ vgl. ebd., S. 10.

⁸⁸ ebd.

⁸⁹ vgl. ebd., S. 14.

⁹⁰ vgl. ebd., S. 26.

⁹¹ ebd., S. 28.

⁹² ebd.

⁹³ vgl. ebd., S. 41.

⁹⁴ vgl. ebd. S. 53.

⁹⁵ Es gab Geschäfte mit über 200 verschiedenen Arten von Spielzeug, vgl. ebd., S. 332, S. 69.

Die Ursprünge der Industriellen Revolution liegen nach Neil McKendrick et al. in einer wohlhabenden Gesellschaft, die einen größeren Bedarf an Gütern hatte, als die damalige Wirtschaft produzieren konnte⁹⁶. Zwischen 1670 und 1770 entstand in England eine wachsende, wohlhabende Mittelklasse, die bereit war, nicht nur um des Prestiges willen, sondern auch für Vergnügen und Unterhaltung Geld auszugeben.⁹⁷

Neil McKendrick sieht den Grund für die Verbreitung der neuen Konsumgüter vor allem im aktiveren Marketing-Verhalten der Unternehmer und im demonstrativen Konsum, der der Statuskonkurrenz diene. Außerdem ist für ihn das Imitieren der oberen Schichten durch die Dienstboten und deren Mittlerfunktion zwischen Hauptstadt und Provinz eine Voraussetzung für die schnelle Verbreitung der neuen Konsumgewohnheiten, weil sich Informationen, beispielsweise über neue modische Tendenzen, durch die vom Lande stammenden und in London arbeitenden Dienstboten schnell verbreiten konnten. Zu Recht kritisiert allerdings Colin Campbell, dass diese Faktoren auch vor dem 18. Jahrhundert bereits gegeben waren. Campbell folgert, dass es weitere Ursachen für die auch von Neil McKendrick vorausgesetzte Änderung des Konsumentengeschmacks und seiner Prioritäten gegeben haben muss (vgl. Kap. 1.7).

*Rosalind Williams*⁹⁸ vermutet den Beginn des Massenkonsums im Frankreich des ausgehenden 19. Jahrhunderts. Die Pariser Welt-Ausstellungen, besonders der Jahre 1889 und 1900, präsentierten einem breiten Publikum exotische Errungenschaften aus Übersee und schufen so "Traumwelten".⁹⁹ Marketing und Werbung fanden zu neuen Formen der Präsentation. Kaufhäuser, die es in dieser Form zuvor nicht gab, boten nie gekannte Möglichkeiten des "illusionären" Konsums¹⁰⁰: Beim Vorbei-Flanieren an Waren aller Art konnte man mit ihrem Kauf und Besitz in Gedanken einfach spielen und Konsumwünsche in unverbindlicher Weise kultivieren.

Die Weltausstellungen und verwandte konstruierte Konsum-Umgebungen wie Kaufhäuser und Verkaufsvorführungen zeigten ein "neues ... Nebeneinander von Phantasie und Ware, von Traum und Kommerz, von kollektivem Bewusstsein und ökonomischen Fakten."¹⁰¹

1.4. Verkaufen - früher und heute

In Mangel- und Bedarfsdeckungswirtschaften braucht man Werbung kaum. Mit der Massenproduktion dagegen ergibt sich die Notwendigkeit der Absatzförderung um der höheren Rentabilität willen. Vor der Rationalisierung der Produktionsmechanismen wurde in der Regel nicht im Überfluss und nicht auf Vorrat, sondern auf Bestellung produziert. Werbung ist also ein Phänomen, das sich mit dem Überfluss in besonderer Weise entwickelt hat. Natürlich wurden auch früher - dies klingt auch im Namen des "Marketing" an - Güter auf dem Markt zur Schau gestellt und angepriesen. Es handelte sich allerdings um bekannte Güter. Geworben wurde mit der Qualität ihrer bekannten Eigenschaften. Dagegen gab es kaum neue Produkte oder Produkteigenschaften zu präsentie-

⁹⁶ vgl. ebd., S. 284.

⁹⁷ vgl. ebd., S. 284f.

⁹⁸ Rosalind Williams, *Dream Worlds*, a.a.O.

⁹⁹ vgl. ebd., S. 66ff.

¹⁰⁰ zum Begriff vgl. Colin Campbell, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, a.a.O., S.76.

¹⁰¹ vgl. Rosalind Williams, *Dream Worlds*, a.a.O., S. 12 (Eigene Übersetzung, Heike Rumbach-Thome). Nach Williams spielten bereits in diesem frühen Entwicklungsstadium des Massenkonsums die Bedürfnisse der Phantasie eine ebenso bedeutsame Rolle wie die des Körpers (vgl. ebd.).

ren. Werbung nach dem traditionellen Schema ging davon aus, dass die Konsumenten wissen, was sie wollen. Folglich wurden in der Werbung die Qualität der Produkte und die Leistungsfähigkeit der Firma herausgestellt¹⁰².

Die Verkaufstätigkeit wandelte sich vom Beantworten eines gegebenen Bedarfs zur Stimulierung neuer Bedarfe, die aktiv betrieben wurde. Pioniere des Marketing (Josiah Wedgwood, George Packwood) betrieben im England des 18. Jahrhunderts bereits eine systematische Marktbearbeitung, indem sie Änderungen des Modegeschmacks aufgriffen und durch sorgfältige Inszenierung eine breite Nachfrage schufen.¹⁰³ Dabei nutzten sie den "trickle down" - Effekt und die soziale Konkurrenz: Zunächst wurden die oberen Schichten von der neuen Mode überzeugt, was zur Nachahmung durch die unteren Schichten und zu einer breiteren Nachfrage führte.¹⁰⁴ Doch war es ihr Ziel, auch *aktiv* den Geschmack zu beeinflussen.¹⁰⁵ Auf diese Weise wurden bereits damals viele Konsumgüter obsolet, lange bevor sie nicht mehr nutzbar waren.¹⁰⁶ Eine bedeutende Rolle bei der Verbreitung der neuen Waren über die städtischen Zentren hinaus kam den Handelsreisenden zu.¹⁰⁷ Ein Beispiel für die Verbreiterung der Kundenschichten in England ist die Entwicklung der gegenüber der französischen Variante billigeren Version der englischen Modepuppe. Sie diente als Werbeträger und wurde aus Pappkarton angefertigt, während ihr aufwändiges französisches Pendant nur dem oberen Teil des Marktes zugänglich gemacht werden konnte.¹⁰⁸ Auch Modezeitschriften, die es in Frankreich seit 1670 gab und die dort einen elitären Kreis bedienten, wurden in England ein Jahrhundert später an ein Massenpublikum verschickt.¹⁰⁹

Der Einschnitt in den Methoden des Marketing wurde besonders sichtbar auf den Weltausstellungen in Paris (1889 und 1900).¹¹⁰ Ein weiteres Zeichen für die veränderten Verkaufsmethoden - aber auch Konsumeinstellungen - waren die Kaufhäuser.¹¹¹ Sie boten Einkaufszonen, die zum Verweilen und Träumen einluden. Sie bedeuteten einen Schritt weg vom funktionalen, zweckgebunde-

¹⁰² vgl. Ernest Zahn, *Soziologie der Prosperität*, Köln-Berlin 1960, S.96.

¹⁰³ vgl. Neil McKendrick et al., *The Birth of a Consumer Society*, a.a.O., S. 99-145.

¹⁰⁴ vgl. ebd., 75.

¹⁰⁵ vgl. ebd., S. 41. McKendrick spricht von gut belegten Fällen der kommerziellen Manipulation der Mode (vgl. ebd.).

¹⁰⁶ vgl. ebd., S. 97.

¹⁰⁷ vgl. ebd., S. 93.

¹⁰⁸ vgl. ebd., S. 46.

¹⁰⁹ vgl. ebd.

¹¹⁰ vgl. Rosalind Williams, *Dream Worlds*, a.a.O., S. 58-66.

¹¹¹ vgl. ebd., S. 58-66.

nen Konsum hin zum "illusionären Konsum"¹¹². Mit den Kaufhäusern reduzierte sich das persönliche Moment der Verkaufstätigkeit.¹¹³ Die logische Entwicklung, die mit dieser zunehmend anonymen Verkaufsaktivität einherging, war die steigende Bedeutung von Markenartikeln. Sie sollten Bekanntheit und Vertrautheit auch ohne das persönliche Verkaufsgespräch vermitteln¹¹⁴. Die Schaffung einer repräsentativen Verpackung und die Zuordnung einer Marke gewannen in dem Maß an Bedeutung, in dem das Variieren des Inhalts oder die Verbesserung der Qualität an Grenzen stieß¹¹⁵.

Mit der Nutzung psychologischer Methoden trat die Werbung zu Beginn des 20. Jahrhunderts in eine weitere Etappe ein. Vance Packard hat in seinem Werk "Die geheimen Verführer"¹¹⁶, das zum Klassiker der Werbekritik wurde, die Werbemethoden und ihre unbewusste Wirkweise dargestellt. Eine wirksame Beeinflussung über bewusstseins-unterschwellige Wahrnehmungstechniken in der audiovisuellen Werbung hat sich jedoch nicht verifizieren lassen¹¹⁷.

An die Seite und teilweise auch an die Stelle des Anpreisens objektiver Produkteigenschaften ist (vor allem in der audiovisuellen Werbung, die sich dafür am besten eignet) der Appell an existenzielle menschliche Wünsche und Vorstellungen getreten. Die Beziehung zwischen Produkt und Wunschvorstellung ist dabei häufig konstruiert. Längst kommen nicht nur Reize erotischer und sexueller Natur zum Einsatz. Auch der Appell an emotionale Grundbedürfnisse wie Liebe und Freundschaft, Sicherheit, Selbstständigkeit und Geborgenheit soll einen Konsumgegenstand, über seine materielle Beschaffenheit oder Funktion hinaus, attraktiv erscheinen lassen.¹¹⁸ Die tieferen menschlichen Wünsche werden gelegentlich explizit genannt. In der Regel werden die Wunschsituationen jedoch einfach im Kontext des Produkts dargestellt, so dass der Betrachter

¹¹² vgl. zum Begriff: Colin Campbell, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, a.a.O., S. 76.

¹¹³ vgl. Ernest Zahn, *Soziologie der Prosperität*, a.a.O., S. 97.

¹¹⁴ vgl. ebd., S.100ff.

¹¹⁵ vgl. ebd. S.102.

¹¹⁶ Vance Packard, *Die geheimen Verführer. Der Griff nach dem Unbewußten in jedermann*, Düsseldorf-Wien-New York-Moskau 1992 (Original 1957).

¹¹⁷ vgl. Horst Brand, *Die Legende von den "geheimen Verführern". Kritische Analysen zur unterschweligen Wahrnehmung und Beeinflussung*, Weinheim - Basel 1978 sowie das Vorwort von Michael Schirner zur Neu-Auflage des Werkes in der Reihe "Econ-Classics", Düsseldorf-Wien-New York-Moskau 1992, in dem die "geheimen Verführer" als ein Mythos bezeichnet wird (S. II).

¹¹⁸ vgl. Norbert Bolz/David Bosshart, *Kult-Marketing. Die neuen Götter des Marktes*, Düsseldorf 1995, Anmerkung 133 und S. 213: "Je sachlicher die Menschen, desto persönlicher werden die Produkte. Die Dinge sind ja auch verlässlicher und dauerhafter als die Menschen. So treten heute käufliche Dinge an die Stelle von Werten und Menschen". Der Marketing-Experte wird so zum "Verpackungskünstler des Zwischenmenschlichen" (S. 212).

beim Anschauen unwillkürlich eine Verbindung zwischen dem tieferen Wunsch und dem materiellen Gegenstand herstellt.

In einer Fernseh-Werbung der Firma Tchibo im Sommer 1996 für das "Tchibo-Magazin", in dem die unterschiedlichsten Nahrungsmittel und Gebrauchsgegenstände billig zu erwerben sind, lautete der durchgehende Slogan: "Jede Woche eine neue Welt". Diese "neue Welt" bestand aus Schokolade und Keksen, Scheren und Schraubenziehern sowie einigen dekorativen Haushaltsgeräten wie Schüsseln oder Tablett. Es handelte sich um Gegenstände, die, für sich genommen, nicht gerade geeignet sind, die Vorstellung von einer "neuen Welt" zu vermitteln. Im Werbespot werden sie zu einem Ganzen konstruiert, das suggeriert: Hier ist eine Welt, die ich mir nach meinen Wünschen und mit meinen finanziellen Mitteln selbst zusammenstellen kann - und wenn sie nicht mehr gefällt, dann eben nächste Woche eine neue. Die „neue Welt“ entsteht durch das Zusammenwirken von Phantasie und Produkt. Letzteres vermittelt den Anschein des Realen.

Nach Norbert Bolz und David Bosshart hat die Werbung heute zum Teil, und zwar besonders dann, wenn sie effizient ist, kultische Züge angenommen. Werbung wirkt (wie das Kultische) als "Heilmittel gegen das Chaos"¹¹⁹, gegen die Regellosigkeit und Unübersichtlichkeit der Welt. Zugleich ist sie eine Reaktion gegen die Entzauberung der Welt, eine Art "Verklärung" der Dinge.¹²⁰ Die Wirklichkeit wird in der Werbung ästhetisch ersetzt, so dass ein *neuer Begriff der Wirklichkeit* entsteht, auf dessen Basis die Werbung nicht als Täuschung oder Manipulation verstanden wird¹²¹.

Norbert Bolz und David Bosshart gehen davon aus, dass ein großer Teil heutigen Konsums sich nicht auf der Ebene der materiellen Produkte angemessen beschreiben lässt. Interessanter als die realen Produkte sind diejenigen "Produkte", die sich im Geist formen, die in der Phantasie *vorgestellten* Idealbilder. Zunehmend an Bedeutung gewinnt daher der Konsum von "intangibles". Es handelt sich um einen neuen, *ungegenständlichen* Konsum, bei dem sich das Entscheidende im Kopf abspielt. Sie nennen diese Form des Konsums, der sich von einer bestimmten Sättigungsstufe der Märkte an entwickelt, "Zerebralkonsum".¹²² Die Werbung antwortet darauf mit der Strategie des "emotional design", das heißt, sie stellt Angebote ("Gefühlsformeln") zur Verfügung, mit deren

¹¹⁹ ebd., S. 11.

¹²⁰ ebd., S. 154f.

¹²¹ vgl. ebd. S. 67.

¹²² ebd., S. 208.

Hilfe die Konsumenten ihre Gefühle "modellieren" können.¹²³ "Emotional design" ist zugleich Kommunikationsdesign. Die Anhänglichkeit des Kunden an die Marke soll gefördert werden.¹²⁴ Insofern Argumente noch eine Rolle spielen, geht es darum, emotionalen Entscheidungen nachträglich rationale Plausibilität zu verleihen.¹²⁵

Produktmarken stehen dann nicht mehr vorrangig für einen bestimmten Standard der Verarbeitung oder eine besondere Stilrichtung. Vielmehr verkörpern sie *Ideen*, mit der Tendenz, diese später zu *ersetzen*.¹²⁶ Die Marke steht für einen Lebensstil und eine „Weltanschauung.“ Insofern wird Marketing zu einem "*großen ästhetischen Spiel der Bedeutsamkeit*"¹²⁷, in dem der Kunde zum Mitspieler wird.

Mit dieser Entwicklung ist ein verändertes *Verhältnis zur Wirklichkeit* verbunden: Das jeweilige Gegenteil von Wahrheit und von Wirklichkeit - die Illusion - wird nämlich nicht mehr mit einem negativen Vorzeichen versehen. Norbert Bolz und David Bosshart sprechen vom "Einbruch der Theatralität"¹²⁸ ins tägliche Leben.

In einem weitgehend gesättigten Markt verlieren die Marktforschung und die Versuche, Bedürfnislagen in Erfahrung zu bringen, an Bedeutung. Norbert Bolz und David Bosshart zitieren einen Sony-Manager mit den Worten:

"Wir wollen der Öffentlichkeit neue Produkte anbieten, ohne nach den Bedürfnissen zu fragen. Die Öffentlichkeit weiß weder, was sie will, noch, was machbar ist. Wir aber wissen es. Wir ... tüfteln ein Produkt und seine Verwendungsmöglichkeit aus und versuchen dann, einen Absatzmarkt dafür zu schaffen, indem wir die Öffentlichkeit durch Kommunikation sozusagen produktreif machen."¹²⁹

¹²³ ebd., S. 208. In diesem Punkt stimmen Norbert Bolz/David Bosshart mit Colin Campbells Charakteristik modernen Konsumverhaltens als selbst-illusionär überein. Vgl. dazu Campbells Unterscheidung von traditionellem und modernem Hedonismus (Kapitel 1.6.3.). Norbert Bolz/David Bosshart sehen eine Voraussetzung dafür, dass diese Art der Werbung funktioniert, in einem "Vakuum großer Gefühle", das auf diese Weise gefüllt werden kann. Wie Colin Campbell (s.u.) verweisen auch diese Autoren auf die Romantik, die bereits eine Art "emotional design" betrieben habe (ebd., S. 214).

¹²⁴ vgl. ebd., S. 186.

¹²⁵ vgl. ebd., S. 192. Norbert Bolz und David Bosshart sehen in der modernen Form des Marketing Parallelen zu einer Kommunikationsform, die sie "religiös" nennen. Gemeint ist eine Kommunikation, in der es nicht um sachliche Inhalte, sondern um die Herstellung einer Beziehung um der Beziehung willen geht (vgl. ebd., S. 191).

¹²⁶ vgl. ebd., S. 172.

¹²⁷ ebd., S. 185.

¹²⁸ ebd., S. 71. Norbert Bolz/David Bosshart kennzeichnen das dem Konsum zugrundeliegende Streben daher als "Begehren statt Bedürfnis". Diese Beschreibung unterstützt aus einer anderen Perspektive Colin Campbells These, dass das, was mit Konsumismus bezeichnet wird, mehr mit Romantik als mit Materialismus zu tun hat (s.u., Kap. 1.7).

¹²⁹ ebd., S. 85.

Die Konsumwerbung kann in dieser Arbeit nur insofern behandelt werden, als ihre Methoden hilfreich sind für das Verständnis der *Eigenart modernen Konsumverhaltens*. Wenn Norbert Bolz und David Bosshart darauf verweisen, dass es nicht *die* Werbung des 21. Jahrhunderts geben wird, sondern ein Kontinuum verschiedener Formen der Werbung, von den "classified ads" bis hin zum "Ideenmarketing"¹³⁰, heißt dies auch, dass es nicht nur eine Art von Konsum geben wird. Die Form des Ideen-Marketing und des "emotional design" ist jedoch die spezifische Form heutiger Werbung. Sie ist darum auch ein Hinweis auf die Eigenart heutigen Konsumverhaltens.

1.5. Wechselwirkungen zwischen Konsum und sozialem Wandel

1.5.1. Demokratisierung

Bis weit in unser Jahrhundert hinein waren materielle Güter ein Spiegel der unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen und des sozialen Systems. Soziale Differenzierung drückte sich aus in unterschiedlichen ästhetischen Lebensstilen.¹³¹

Die Ausweitung des internationalen Handels und in seiner Folge das Kennenlernen neuer Stile, Stoffe und Muster begann das durch Konvention und unterstützende Gesetzgebung aufrecht erhaltene System der sozialen Schichtung zu unterminieren. Konsum ist nicht nur Folge, sondern auch Ursache gesellschaftlicher Veränderungen. Soziale Verhältnisse spiegeln sich nicht nur in materiellen Gütern, sondern werden ihrerseits durch Änderungen im Konsumverhalten beeinflusst. Dieser Einfluss kann sowohl der Stabilisierung wie auch der Änderung der sozialen Ordnung dienen.

So lange der soziale Status vor allem von der Herkunft, erkennbar an ererbtem Besitz, abhing, dauerte es Generationen, bis eine Familie sich in einer höheren Schicht etabliert hatte. Von dem Zeitpunkt an, als auch das Neue und Modische zu sozialem Prestige verhalf, konnte die Nachahmung des Stiles der jeweils höheren sozialen Schicht eine stärkere Wirkung entfalten.¹³² Diese Art der Statussymbole war leichter zugänglich. Dies zwang wiederum die höhere Schicht, sich neue Statusmerkmale anzueignen. So kam es zu einem immer schnelleren Wandel. Sozialer Status und Einkommen standen früher nicht in

¹³⁰ ebd., S. 172.

¹³¹ vgl. Chandra Mukerji, *From Graven Images*, a.a.O., S. 243.

¹³² vgl. Grant McCracken, *Culture and Consumption*, a.a.O., S. 40.

einer unmittelbaren Beziehung. Mit dem sozialen Wandel wurde die Umsetzung von Einkommen in Status leichter.¹³³

Da Standesunterschiede nun nicht mehr an definierten Statussymbolen erkennbar waren, entwickelten sich Kleidungsstile, die sich nicht nur an vorgegebenen Mustern für den jeweiligen sozialen Rang orientierten. Je stärker eine Gesellschaft durch demokratische Prinzipien bestimmt ist, umso weniger Wirkung wird der Konsum auf sozialen Wandel ausüben und umgekehrt. Insofern Konsumgüter heute als Prestigemittel verwandt werden, ist damit weniger die Absicht der Sicherung von sozialem Status bzw. von Einfluss und Macht verbunden.¹³⁴ Man sucht eher die persönliche Anerkennung. Dies hängt damit zusammen, dass Identität in der demokratischen Gesellschaft stärker als früher *erworbene Identität* ist und keine "*zugeschriebene*", die durch Zugehörigkeit zu einer gesellschaftlichen Gruppe entsteht. Es fehlt daher die Motivation, im gleichen Ausmaß wie früher, eine bestimmte Klasse oder Schicht zu imitieren.

Dennoch wurde der Ausdruck sozialer Zugehörigkeit mit Hilfe des Konsumverhaltens nicht obsolet. Vielmehr entwickelte sich ein Bedürfnis nach feineren Formen sozialer Differenzierung.¹³⁵ An die Stelle gesellschaftlich definierter Statussymbole (z.B. Abzeichen, Epauletten, Orden) trat ein freier Umgang mit Konsumgütern, der differenziertere Ausdrucksmöglichkeiten eröffnete. Der Ausdruck des sozialen Status basierte nicht mehr auf allgemein anerkannten konsumtiven Gepflogenheiten. Das Bedürfnis nach sozialer Differenzierung bewirkte eine neue Nachfrage nach Konsumgütern, die geeignet waren, die gesellschaftliche Stellung zum Ausdruck zu bringen.

Heute lässt sich die Zugehörigkeit zu einer gesellschaftlichen Schicht oft erst bei genauerem Hinsehen am Konsumverhalten erkennen. An die Stelle der Klassen oder sozialer Schichten sind "soziale Milieus" als gruppenspezifische Existenzform getreten, die sich durch bestimmte Verhaltensweisen und auch durch ihre Konsummuster unterscheiden¹³⁶.

¹³³vgl. ebd.

¹³⁴vgl. Thorstein Veblens Theorie der "conspicuous consumption": ders., Theorie der feinen Leute. Eine ökonomische Untersuchung der Institutionen, Frankfurt/Mn. 1986 (Original: 1899); vgl. Kap. 3.2.3.3.

¹³⁵vgl. Chandra Mukerji, From Graven Images, S. 257.

¹³⁶vgl. Gerhard Schulze, Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart, Frankfurt-New York 1993.

1.5.2. Individualisierung

Grant McCracken sieht in der Verbindung von Konsum und Individualismus eine der großen kulturellen Verbindungen der modernen Welt.¹³⁷ Änderungen im Konsumverhalten sind durch individualisierende Tendenzen beeinflusst und üben ihrerseits Wirkungen auf interpersonelle Beziehungen aus. Wirtschaftliche, gesellschaftliche und geistige Faktoren beeinflussen und verstärken sich gegenseitig in einem komplexen Beziehungsgefüge. Neue Güter schufen die Voraussetzungen für eine größere Unabhängigkeit der Menschen voneinander. Man war weniger aufeinander angewiesen. Die Druckkunst beispielsweise und, in ihrer Folge, die Verbreitung von Büchern und geographischen Karten ermöglichten die Wissensvermittlung auf anderen Wegen als durch persönliche Weitergabe.¹³⁸ Je stärker Werkzeuge die Arbeit erleichtern, desto weniger ist man auf die Hilfe anderer angewiesen. Materielle Güter erhöhen zwar die Unabhängigkeit der Menschen voneinander, andererseits verstärkt sich jedoch ihre Abhängigkeit vom Massenmarkt.¹³⁹

Grant McCracken sieht die Anfänge der Privatisierung wie auch anderer Aspekte des modernen Konsums, im England des 16. Jahrhunderts, in der Zeit Elisabeths I., schränkt jedoch selbst ein, dass es sich zu diesem Zeitpunkt um Entwicklungen im Bereich einer sehr kleinen sozialen Schicht handelte.¹⁴⁰

Nach Fernand Braudel gab es den entscheidenden Privatisierungsschub in Frankreich im 18. Jahrhundert. Hatten beispielsweise noch zu Zeiten von Louis XIV. alle Räume zu verschiedenen Zwecken gedient, trennten im 18. Jahrhundert diejenigen, die es sich leisten konnten, zwischen Räumen für gesellschaftliche Anlässe und Repräsentation und Räumen, in denen sich das Privatleben abspielte.¹⁴¹ Auch entwickelte sich eine zunehmende Diskretheit in verschiedenen Güterkategorien, die heute ihren Höhepunkt in einzeln verpackten Miniportionen für Single-Haushalte gefunden hat.

Güter als Ausdrucksmittel (s.u.) vermögen unabhängig von persönlichen Beziehungen ein Gefühl der Zugehörigkeit wie auch der Abgrenzung von der Gemeinschaft zu vermitteln. Insofern bezeichnen Norbert Bolz und David Bosshart sie als die moderne Form der Gemeinschaft.¹⁴²

¹³⁷ vgl. Grant McCracken, *Culture and Consumption*, a.a.O., S. 20.

¹³⁸ vgl. Chandra Mukerji, *From Graven Images*, a.a.O., S. 11.

¹³⁹ vgl. Ulrich Beck, *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*, Frankfurt/Mn., 1986, S. 212.

¹⁴⁰ vgl. Grant McCracken, *Culture und Consumption*, a.a.O., S. 21: "The transformation that had begun in the sixteenth century and expanded in the eighteenth century was by the nineteenth century a permanent social fact."

¹⁴¹ vgl. Fernand Braudel, *Capitalism and Material Life 1400-1800*, a.a.O., S. 224.

¹⁴² Norbert Bolz/David Bosshart, *Kult-Marketing*, a.a.O., S. 257

1.6. Strukturen des modernen Konsumverhaltens

Ziel dieses Kapitels ist es, die *charakteristischen* Züge des konsumtiven Verhaltens unserer Zeit herauszuarbeiten. Von verschiedenen äußeren Bedingungen, die zu den Voraussetzungen der heutigen Konsum - Struktur zählen, war bereits die Rede (vgl. Kapitel 1.2.). Im Folgenden geht es um charakteristische Züge modernen Konsumverhaltens auf einer motivationalen Ebene.

1.6.1. Unersättlichkeit der Konsumenten und Wegwerfcharakter des Konsums

Häufig ist ein Konsumgegenstand nicht lange von Interesse, sondern wird schnell wieder beiseite gelegt.¹⁴³ Das Maß der Enttäuschung über das erworbene Gut hängt davon ab, wie ernsthaft der Käufer Erwartungen mit dem neuen Besitz verbunden hat. Ein neuer Konsumwunsch entsteht. Die Kluft zwischen dem eigentlichen Wunsch und dem, was man tatsächlich erhält, wird nie überbrückt.¹⁴⁴ Dieses Spannungsverhältnis ist geeignet, Konsum als endlosen, nie an sein Ziel kommenden Prozess zu erklären. Campbell spricht vom "*dynamischen*"¹⁴⁵ Charakter des Konsums. Dieser ist mit dem Konzept der Bedürfnisbefriedigung nicht zu erklären.

Bereits Thorstein Veblen wies darauf hin, dass es nicht Bedürfnisbefriedigung im materiellen Sinn ist, die sich mit vielen Konsumgegenständen verbindet. Der Konsum kann sein Ziel nicht erreichen, weil dieses nicht auf der materiellen Ebene liegt, sondern in der Konkurrenz um Ansehen und Ehre besteht. Diese ist jedoch ein nie endender Wettlauf.¹⁴⁶

1.6.2. Die Mode und das Neue an sich

Die Mode könnte man als *die* Verkörperung des modernen Konsumismus bezeichnen¹⁴⁷. Zum Verständnis der Charakteristik des modernen Konsums ist es daher hilfreich, nach der Eigenart und den Ursachen des westeuropäischen Modemusters zu fragen.

¹⁴³ Umgekehrt können manche Menschen nichts wegwerfen. Dieses Verhalten hat weniger mit spezifischen Strukturen modernen Konsumverhaltens, als mit einer Haben-Mentalität zu tun: vgl. dazu Kap. 1.8.1 und 3.3.1.1.

¹⁴⁴ vgl. Colin Campbell, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, a.a.O., S. 36.

¹⁴⁵ ebd., S.207.

¹⁴⁶ vgl. Thorstein Veblen, *Theorie der feinen Leute*, a.a.O., S. 48.

¹⁴⁷ vgl. Colin Campbell, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, a.a.O., S.154.

1.6.2.1. *Mode als universelles Phänomen?*

Die literarischen Zeugnisse, die die Wankelmütigkeit der Mode beklagen, reichen zurück bis in die Antike. Doch war die Weltgeschichte, gemessen an der heutigen Geschwindigkeit des Wandels (bis auf die vergangenen 200 Jahre in Westeuropa) geprägt von einer weitgehenden Stabilität der Kleidungsitten.¹⁴⁸ Eine Änderung zog sich über Generationen hin¹⁴⁹, stellte also keinen nennenswerten Einfluss auf den Lebensstil des Individuums dar. Im 18. Jahrhundert dagegen zeigen sich in Westeuropa bemerkenswerte Wandlungen. Zeitgenössische Kommentatoren verweisen auf Unterschiede zwischen westeuropäischem und fernöstlichem Lebensstil. In China ist der modische Wechsel unbekannt, in Japan erhält sich der Kimono über 1000 Jahre nahezu unverändert.¹⁵⁰ Demgegenüber dokumentieren Reiseberichte über England im 18. Jahrhundert das außerordentliche Mode- und Konsumverhalten¹⁵¹ und gesellschaftskritische Kommentare porträtieren die Liebe zu neuen Kleidern als die charakteristische Verrücktheit der Zeit.¹⁵² Modehistoriker weisen auf einen deutlichen Tempowechsel in der Aufeinanderfolge der Moden um die Mitte des 18. Jahrhunderts hin.¹⁵³

Ein Magazin von 1772 berichtet von 300-400 Frisuren für Männer.¹⁵⁴ Pflanzen-Neuzüchtungen sind weitere Beispiele der Besessenheit von allem Neuartigen, die England im 18. Jahrhundert erfasste.¹⁵⁵ Obwohl weiterhin die Mehrheit der Arbeiter und Bauern bettelarm war, gibt es aus dieser Zeit eine wachsende Zahl von Zeugnissen über den Luxus und das Tragen modischer Kleidung, auch in den unteren Gesellschaftsschichten.¹⁵⁶

Gegen Ende des vergangenen Jahrhunderts suchte der Soziologe Georg Simmel nach einer sozialpsychologischen Erklärung für das Phänomen der Mode.¹⁵⁷ Menschliches Verhalten bewegt sich nach Georg Simmel zwischen den Polen der "socialisierenden Verschmelzung mit unserer Gruppe" und der "individuellen Heraushebung aus derselben"¹⁵⁸. Die gesamte Geschichte der Menschheit ist geprägt von der Wirksamkeit dieser antagonistischen Prinzipien, wobei ihr Zusammenspiel jeweils unterschiedliche Ausprägungen findet. Immer

¹⁴⁸ vgl. Fernand Braudel, *Capitalism and Material Life 1400-1800*, a.a.O., S. 231; Neil McKendrick et al., *The Birth of a Consumer Society*, a.a.O., S. 34ff.

¹⁴⁹ vgl. Colin Campbell, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, a.a.O., S. 22.

¹⁵⁰ vgl. Neil McKendrick et al., *The Birth of a Consumer Society*, a.a.O., S. 38.

¹⁵¹ vgl. ebd., S. 41.

¹⁵² vgl. ebd., S. 94f.

¹⁵³ vgl. ebd., S. 54.

¹⁵⁴ vgl. ebd., S. 63.

¹⁵⁵ vgl. ebd., S. 66.

¹⁵⁶ vgl. ebd., S. 60.

¹⁵⁷ vgl. Georg Simmel, *Zur Psychologie der Mode. Sociologische Studie*, in: *Aufsätze und Abhandlungen 1894 bis 1900*, hrsg. von Heinz-Jürgen Dahme und David P. Frisby, Frankfurt/Mn. 1992, S. 105-114.

¹⁵⁸ ebd., S. 105.

wieder gibt es neue Formen dieses Mit- und Gegeneinanders, der Tendenz zum Allgemeinen und Gleichartigen einerseits und dem Streben zum Besonderen und Einzigartigen andererseits. Die Hingabe an das Ganze und die Durchsetzung der Individualität müssen immer wieder zu einem Ausgleich finden.

Dieses universelle menschliche Streben findet seinen Ausdruck unter anderem in der Mode, die Simmel definiert als

"eine besondere unter jenen Lebensformen, durch die man ein Compromiß zwischen der Tendenz nach socialer Egalisierung und der nach individuellen Unterschiedsreizen herzustellen suchte"¹⁵⁹.

Gelegenheit zur Differenzierung gibt die Mode durch den Wechsel ihrer Stile und durch den Umstand, dass Moden nach Simmels Deutung immer Klassenmoden sind. Die Klassen-Differenzierung bedeutet den Anschluss an die Gleichgestellten wie auch die Abgrenzung gegenüber den Tieferstehenden.¹⁶⁰ Die Mode, die eigentlich immer die *neue* Mode ist, kommt daher nach Simmel nur den oberen Ständen zu. Sobald die Mode die ganze Gesellschaft durchdrungen hat, wenden sich die oberen Stände wieder einer neuen Mode zu.¹⁶¹ Die *Neuheit* der Mode ist für Simmel also vor allem Resultat des Abgrenzungswunsches gegenüber dem niedrigeren Stand. Psychologisch deutet er den Wunsch nach Abgrenzung als *Mittel, sich seiner selbst bewusst zu werden*.¹⁶²

Mode ist in diesem Verständnis

"der eigentliche Tummelplatz für Individuen, welche innerlich und inhaltlich unselbständig, anlehnungsbedürftig sind, deren Selbstgefühl aber doch einer gewissen Auszeichnung, Aufmerksamkeit, Besonderung bedarf. Sie erhebt eben auch den Unbedeutenden dadurch, daß sie ihn zum Repräsentanten einer Gesamtheit macht, er fühlt sich von einem Gesamtgeist getragen".¹⁶³

Nach Simmel endet die Herrschaft der Mode, wenn eines der beiden sie konstituierenden Momente fehlt: entweder das Bedürfnis oder die Möglichkeit, die eigene Individualität zu unterstreichen, oder der Wunsch, sich dem vorherrschenden Stil anzugleichen.¹⁶⁴ Simmel sieht darin den Grund, warum die Moden von Naturvölkern sehr viel stabiler sind als die der entwickelten Gesellschaften: Dort gibt es nicht das ausgeprägte Bedürfnis, sich von der Gemeinschaft abzuheben. Umgekehrt entwickelt sich auch keine Mode in den Fällen, in

¹⁵⁹ ebd., S. 106f.

¹⁶⁰ vgl. ebd., S. 107.

¹⁶¹ vgl. ebd.

¹⁶² vgl. ebd., S. 108.

¹⁶³ ebd., S. 109.

denen das Bedürfnis gänzlich fehlt, sich einer Gemeinschaft, wenn auch nur teilweise, anzugleichen. Daher kommt es

"in einem Kreise, in dem jedes Individuum für sich etwas Bestimmtes bedeuten will und die Nachahmung perhorresciert wird, zu keiner Mode."¹⁶⁵

Die Charakterisierung Georg Simmels setzt eine offene Gesellschaft voraus, in der die Nachahmung der Modemuster der oberen Schichten nicht, wie in der ständischen Gesellschaft, gesellschaftlich sanktioniert wird. Sie zeigt Ähnlichkeit mit Thorstein Veblens Modell der "conspicuous consumption", ist jedoch psychologisch feinfühler, indem sie den Bezug zum Selbst-Bewusstsein und der Selbstbewusstwerdung berücksichtigt, während Veblen die Motivation einseitig auf das Bedürfnis nach der Demonstration von Macht, Einfluss, Ansehen und Ehre zurückführt.

Für Georg Simmel gehört der Wunsch nach Abwechslung nicht an sich zum Wesen der Mode. Er führt den Wechsel der Stile auf das Bedürfnis nach Abgrenzung zurück. Dieses wiederum führt erst dann zu einer neuen Mode, wenn die Abgrenzung durch Nachahmung verwischt wurde. Wenn eine Mode eine Gesellschaft völlig durchdrungen hat, ist sie keine Mode mehr. Nur solange sie auf einen Teil der Gesellschaft beschränkt ist, ist sie Mode.

Die Bedingungen für die Mode im oben beschriebenen Sinn sind heute in den demokratischen Industriegesellschaften nicht optimal. Die soziale Abgrenzung geschieht - was die Bekleidungsbranche betrifft - kaum noch auf dem Weg der Stile, sondern auf dem Weg der Qualitätsunterschiede, die weniger offensichtlich sind. Darüber hinaus hat sich der Wechsel der Moden in einem solchen Ausmaß beschleunigt, dass sich ihr Prinzip praktisch selbst ausgehebelt hat. Es gibt kein festes Modemuster mehr wie beispielsweise noch in den 70er Jahren, als derjenige sich noch selbst ausgrenzte, der das "Diktat" der Mode missachtete. Der Prozess der Individualisierung ist so weit fortgeschritten, dass man nicht mehr auffällt, wenn man sich nicht der vorherrschenden Mode entsprechend kleidet.

Die Individualisierung zeigt sich beispielsweise an Angeboten der Typ-Beratung über die individuell am besten passenden Farben und Kleidungsstile. Nicht mehr, was "in" ist, sondern was dem eigenen Typ am meisten entgegenkommt, wird von einer zunehmenden Zahl mode-unabhängiger Konsumenten gekauft.

¹⁶⁴ vgl. ebd., S. 108.

¹⁶⁵ ebd.

In Simmels Terminologie bedeutet dies das Ende der Mode aufgrund des fehlenden Wunsches, sich von einem gemeinsamen Geist tragen zu lassen.

Eine Frage, die auch Simmel nicht berücksichtigt, ist, ob, unabhängig vom Wunsch, sich abzugrenzen vom Allgemeinen, ein menschliches Bedürfnis nach Abwechslung, nach dem *Neuen* existiert, so dass allein der Wunsch nach Veränderung den Wechsel der Stile herbeiführt.

Zwar bezeichnet Georg Simmel die antagonistischen Prinzipien menschlichen Verhaltens auch als "Interesse an der Dauer und dem Beharren" und "an der Veränderung und dem Wechsel"¹⁶⁶. Während die Nachahmung des Allgemeinen das Bleibende betont, ist das Streben nach individueller Differenzierung gleichzeitig mit dem Moment des Wechsels verbunden.¹⁶⁷ Der Duktus seiner Erklärung nimmt jedoch die Suche nach Anlehnung bzw. Abgrenzung vom Allgemeinen, der Gruppe, zum Ausgangspunkt und nicht das Streben nach Veränderung. Die Veränderung ergibt sich bei Simmel erst aus dem Unterscheidungsbedürfnis von der Gruppe und dem Streben nach dem Ausdrücken der Individualität.

1.6.2.2. *Die Faszination des Neuen*

Mode nach Simmels Definition ist heute also eher im Rückgang begriffen. Sie wird abgelöst durch ein unablässiges Streben nach dem Neuen - mit welcher Motivation? Auffallen und sich absetzen vom Gewöhnlichen ist kaum noch möglich, weil es kein einheitliches Muster gibt, von dem man sich abheben könnte. Nur, wenn man zu extremen Abweichungen bis hin zu Provokationen greift wie die Skins oder Punks, gelingt dies noch. Als Mittel des Selbst-Bewusstseins durch Abgrenzung vom allgemeinen Standard ist die Mode nur noch bedingt tauglich.

Wenn aber die Mode in dem von Simmel analysierten Sinn der sozialen Abgrenzung an Bedeutung verloren hat, warum wird dennoch nach wie vor immer wieder Neues gekauft, so dass Kleiderschränke in kurzen Abständen entrümpelt werden müssen? Das Moment des Neuen, der Abwechslung, wird wohl von Simmel vernachlässigt.

¹⁶⁶ ebd., S. 105.

¹⁶⁷ vgl. ebd., S. 106.

Modernes Konsumverhalten ist in besonderem Maß geprägt durch diese Suche nach dem Neuen.¹⁶⁸ Dass das Neue eine besondere Attraktivität für den heutigen Konsumenten hat, kann man an der Häufigkeit ablesen, mit der die Werbung dieses Etikett verwendet.

Das psychologische Bedürfnis nach Abwechslung und dem Neuen ist für Colin Campbell neben dem Element der Unersättlichkeit der Käufer der zweite wesentliche Bestandteil des westeuropäischen Konsumverhaltens.¹⁶⁹ Für Colin Campbell zeigt sich in dieser Eigenschaft des modernen Konsums besonders sein hedonistischer Charakter, denn das Vergnügen ist eng mit dem Ändern von Reizen verbunden.¹⁷⁰

Der modische Wechsel und die Suche nach dem immer Neuen gehören nicht zur universellen menschlichen Natur. Frühere Zeiten bevorzugten das Altbewährte und Erprobte, modische Experimente waren nicht erwünscht. Die ungenannte Voraussetzung zahlreicher Autoren, dass das Konsumverhalten der westlichen Überfluggesellschaften in der menschlichen Natur verwurzelt sei und sich demnach auch unter anderen geistigen Rahmenbedingungen in der gleichen Weise entwickelt hätte, wird durch Psychologie und Anthropologie nicht gestützt und ist wohl eher als "Resultat eines tiefsitzenden Ethnozentrismus"¹⁷¹ zu betrachten. In nicht-alphabetisierten und vorindustriellen Gesellschaften ist Konsum, wie andere Lebensbereiche, vor allem durch die Tradition bestimmt. Versuche, die eigene materielle oder soziale Situation zu verbessern, wurden als Bedrohung des Gesellschaftsgefüges und daher als unmoralisch angesehen. Das Neue war zu fürchten.¹⁷² Ebenso wenig lässt sich ein natürliches Verlangen nach immer mehr materiellen Gütern nachweisen. Trotz der grundsätzlichen menschlichen Bedürfnisoffenheit¹⁷³ gibt es keinen Grund dafür, das beständige Erneuerungsstreben, das einen großen Teil heutigen Konsumverhaltens kennzeichnet, als der menschlichen Natur eher entsprechend anzusehen als das jahrhundertelange Tragen des Kimonos in fern-

¹⁶⁸ vgl. Colin Campbell, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, a.a.O., S. 159.

¹⁶⁹ Colin Campbell definiert die Mode als "Institution des ständigen, aber geordneten Wandels im ästhetischen Standard" (ebd., S. 158). Auch er betrachtet die Mode wie Georg Simmel auf der einen Seite als Folge eines soziologischen Bedürfnisses nach geordneter und bedeutsamer Interaktion. Zusätzlich stellt er jedoch das Charakteristikum der Suche nach Abwechslung und nach Neuem fest, das er in seiner Intensität seit dem 18. Jahrhundert in Europa als Folge eines spezifisch modernen Hedonismus ansieht (vgl. ebd., S. 158; vgl. Kap. 1.6).

¹⁷⁰ vgl. ebd., S. 261, Anm. 100.

¹⁷¹ ebd., S. 38.

¹⁷² vgl. ebd., S. 39.

¹⁷³ vgl. Stephan Wirz, *Vom Mangel zum Überfluß*, S. 159ff. und Kap.3.2.1.2. dieser Arbeit.

östlichen Gesellschaften. Mit der gleichen Berechtigung lässt sich das traditionelle, fest umrissene und begrenzte Bedürfnismuster als normal betrachten.¹⁷⁴

1.6.3. "Moderner" Hedonismus

Ein Gedanken-Experiment: Ein Mensch aus der Zeit des Mittelalters, z.B. eine Kaufmannsfrau, die in für die damalige Zeit komfortablen Verhältnissen lebt, sieht sich auf einmal in die Konsumwelt unserer Tage versetzt. Nicht nur die Produktpalette, der sie begegnete, wäre eine andere. Sie würde sich in ihrer *Einstellung* gegenüber dem Kauf der sie umgebenden Dinge von anderen Motiven leiten lassen als die inmitten dieser Konsumwelt aufgewachsene, mit vergleichbaren Mitteln ausgestattete Mittelstandsfrau unserer Tage.

Die Änderungen haben sich nicht nur im materiellen Bereich und in den gesellschaftlichen Rahmenbedingungen vollzogen. Entwicklungen der Geistes- und Kulturgeschichte veränderten ethische und ästhetische Vorstellungen, beeinflussten Lebensziele und die Einstellung gegenüber Selbstverwirklichung und Genuss.

Utilitaristische Konsummodelle gehen von einem wie auch immer definierten Nutzenbegriff aus. Zwar wurde der von Jeremy Bentham ursprünglich sehr weit gefasste Nutzenbegriff von späteren Theoretikern des Utilitarismus genauer bestimmt und teilweise enger gefasst.¹⁷⁵ Dennoch haben die utilitaristischen Modelle feinere Unterscheidungen, wie die zwischen Bedürfnisbefriedigung und Genuss, nicht berücksichtigt.¹⁷⁶ Die Notwendigkeit dieser Unterscheidung zur Erfassung des Charakters heutigen Konsumverhaltens unterstreicht Colin Campbell¹⁷⁷ in Anlehnung an Tibor Scitovsky¹⁷⁸.

Die Suche nach Genuss und Vergnügen ist eine grundlegend andere Motivation als das Streben nach Bedürfnisbefriedigung. Die beiden Verhaltensweisen lassen sich nicht aufeinander zurückführen.

¹⁷⁴vgl. Colin Campbell, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, a.a.O., S. 40. Bäuerliche Gesellschaften gehen vom Konzept grundsätzlich begrenzter Güter aus. Sie leben im Bewusstsein, dass die begehrenswerten Dinge des Lebens nur in begrenztem Ausmaß vorhanden sind: das Land, der Wohlstand, die Gesundheit. Der Versuch, die eigene Situation zu verbessern, wurde daher als unmittelbare Bedrohung der anderen in ihrem Anspruch auf dieselben Güter verstanden und verstieß so gegen die gottgewollte Ordnung (vgl. ebd.).

¹⁷⁵ vgl. Ulrike Knobloch, *Theorie und Ethik des Konsums*, a.a.O., S. 80ff.

¹⁷⁶ vgl. zu diesen und weiteren Defiziten utilitaristischer Konsumtheorien: Ulrike Knobloch, *Theorie und Ethik des Konsums*, a.a.O. und Kapitel 1.8.2. der vorliegenden Arbeit.

¹⁷⁷ vgl. Colin Campbell, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, a.a.O., S.60.

¹⁷⁸ vgl. Tibor Scitovsky, *Psychologie des Wohlstands. Die Bedürfnisse des Menschen und der Bedarf des Verbrauchers*, Frankfurt/New York 1989, S. 56-72.

Der Antrieb zur *Bedürfnisbefriedigung* beruht auf angeborenen oder erlernten *internen* Antriebsstrukturen.¹⁷⁹ Die Suche nach Vergnügen wird dagegen durch einen Antrieb von außen hervorgerufen, durch eine Quelle des Vergnügens, die in der Umwelt wahrgenommen wird.¹⁸⁰

Vergnügen ist ein *subjektives* Empfinden, ein *Reaktionsmuster*, mit dem Personen auf bestimmte Reize antworten.¹⁸¹ Es ist eine Erfahrung, die nicht an (bestimmte) Objekte gebunden ist. Bedürfnisse werden nur real, mittels eines Aktes der Bedürfnisbefriedigung, befriedigt. Dagegen können Lustempfinden und Vergnügen durch Illusionen und Wahnvorstellungen hervorgerufen werden.¹⁸² Lust und Vergnügen kann man nur bewusst empfinden; ein gewisser Grad an Aufmerksamkeit ist dazu notwendig. Bedürfnisse können dagegen auch bei bewussten Personen befriedigt werden¹⁸³. Bedürfnisbefriedigung ist spezifisch an bestimmte Mittel gebunden. Das Hungergefühl wird nur durch Nahrungsaufnahme befriedigt. Vergnügen kann dagegen durch eine ganze Reihe von Erfahrungen hervorgerufen werden, die zu einem gewissen Grad untereinander austauschbar sind. Anders als zur Bedürfnisbefriedigung gehören zum Vergnügen ein stimulatives Moment, Bewegung und Abwechslung.¹⁸⁴

Zwar ist die Unterscheidung von Bedürfnisbefriedigung und Vergnügen eine idealtypische. Bedürfnisbefriedigung ist in der Regel auch mit vergnüglichen Erfahrungen verbunden und häufig geht die Suche nach lustvollen Erfahrungen von einer Form der Bedürfnisbefriedigung aus. So ist ein Festessen eine lustvolle Erfahrung und dient zugleich der Bedürfnisbefriedigung und der Sport ist eine Befriedigung des Bewegungsdranges, gleichzeitig jedoch auch in vielen Fällen eine vergnügliche Beschäftigung.

Wenn man die Unterscheidung zwischen Bedürfnisbefriedigung und der Suche nach vergnüglichen Erlebnissen vernachlässigt, wird man zu völlig unterschiedlichen Deutungen modernen Konsumverhaltens kommen.¹⁸⁵

¹⁷⁹ vgl. Colin Campbell, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, a.a.O., S.60.

¹⁸⁰ vgl. ebd.

¹⁸¹ vgl. ebd., S.61.

¹⁸² vgl. ebd.

¹⁸³ vgl. ebd., S.62.

¹⁸⁴ vgl. ebd.

¹⁸⁵ Insofern sind die begrifflichen Grundlagen, auf denen die Arbeit von Stephan Wirz fußt, nicht ausreichend. Sie kann von ihrer Anlage her nicht zu differenzierteren Ergebnissen führen. Indem sie vom Konzept der Bedürfnisbefriedigung ausgeht, berücksichtigt sie in ihren systematischen Ausführungen nur einen Teil - und gerade nicht den charakteristischen - der heutigen Konsumwirklichkeit. Die Arbeit begrenzt ihren Gegenstand selbst auf die Frage der Bedürfnisse

Colin Campbell unterscheidet traditionell hedonistische Verhaltensweisen von modern-hedonistischen:

Traditioneller Hedonismus ist der Versuch, Vergnügen durch Kontrolle über die Umwelt zu erreichen. Die Entwicklung des *modernen Hedonismus* bedeutet dagegen die Verlagerung des vorrangigen Interesses von der *realen* Herbeiführung genussvoller Erfahrungen auf *Gefühle*, bei denen mentale Bilder mit physischen Reizen verbunden werden (z.B. beim Anschauen eines Psycho-Thrillers oder anderer Filme, die Emotionen auslösen).¹⁸⁶

1.6.4. Hochrationaler, selbst-illusionärer Hedonismus

Da das Vergnügen, als Eigenschaft der Erfahrung, unabhängig von bestimmten Objekten ist, kann es theoretisch Bestandteil jeder Erfahrung sein.¹⁸⁷ Wenn das Vergnügen weniger von realen Gegebenheiten abhängt als vielmehr von Vorstellungen, Bildern und Bedeutungen, dann impliziert dies eine umso vielseitigere Kontrollmöglichkeit über die Quelle des Vergnügens durch das Subjekt, das an ihrem Entstehen entscheidend beteiligt ist¹⁸⁸. Colin Campbell bezeichnet diese gefühlsabhängige Form des modernen Hedonismus als "*sentimentalen modernen Hedonismus*".¹⁸⁹

An der Wurzel dieses modernen Hedonismus liegt, so Campbell, eine "*Als-ob*"-*Reaktion*. Diese wiederum wird erst dadurch möglich, dass sich das Individuum eine freiwillige Aufhebung des Zweifels angesichts einer illusionären Wahrnehmung erlaubt. Sie setzt eine gewisse Ebene des Selbst-Bewusstseins voraus.¹⁹⁰ Die Vergnügungen des modernen, selbst-illusionären Hedonismus sind vor allem ästhetischer und emotionaler Natur. Tatsächlich sind diejenigen Produkte am stärksten dem modischen Wechsel unterworfen, die das größte Potential für die Projektion von Wunschvorstellungen und Träumen besitzen¹⁹¹.

und die Richtlinien ihrer sozialetisch vertretbaren Befriedigung. An der Problematik der heutigen Konsumgesellschaft geht die Studie daher m.E. vorbei, obwohl sie in ihrem mittleren Teil die Kritik an der Konsumgesellschaft analysiert und deren problemerehellende Aspekte aufnehmen möchte.

¹⁸⁶ vgl. Colin Campbell, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, a.a.O., S.69. Die Hinwendung zum Selbst und zur Welt der Gefühle sieht Campbell im Zusammenhang mit einer "Entzauberung", einer Entmystifizierung der Welt durch Prozesse der Säkularisierung (vgl. ebd., S. 72f.)

¹⁸⁷ vgl. ebd., S.69.

¹⁸⁸ vgl. ebd., S.74.

¹⁸⁹ ebd.

¹⁹⁰ vgl. ebd., S.76f.

¹⁹¹ vgl. ebd., S. 246, Anm. 34.

Colin Campbell macht den Unterschied zwischen Bedürfnis und Verlangen (Wünschen), das der neuen Form des Hedonismus zugrunde liegt, an folgendem Beispiel deutlich: Man *braucht* z.B. einen Tisch, der ins Büro passt, oder Schuhe, die farblich zur Kleidung passen (nutzenorientierter- oder Bedürfnisbefriedigungskonsum). Um jedoch einen *Wunsch*, ein *Verlangen* nach einem Tisch oder den Schuhen zu spüren, hat man sie zuvor mit einer Vergnügen bereitenden Vorstellung verbunden: Man macht sich eine angenehme Vorstellung davon, wie man selbst an dem Tisch sitzt oder die Schuhe trägt.¹⁹²

Nach Campbell ist es für den modernen Menschen relativ leicht, in der Phantasie realistische Bilder über Situationen und Vorgänge zu erzeugen, die ein gewünschtes Gefühl hervorrufen. Er hält dies für eine vergleichsweise junge Ergänzung des menschlichen Erfahrungsschatzes.¹⁹³ Der "moderne Hedonist" besitzt demnach die Fähigkeit, bestimmte Reize trotz Abwesenheit äußerer, sinnlicher Erfahrungen zu erzeugen.¹⁹⁴ Es liegt auf der Hand, dass im Reich der Phantasie die Möglichkeiten, vergnügliche Erfahrungen zu machen, um ein vielfaches größer sind als in der Realität.¹⁹⁵

Colin Campbell charakterisiert den modernen Hedonismus als „hochrational“ und „selbst-illusionär“¹⁹⁶, oder als „*autonomen imaginativen Hedonismus*“¹⁹⁷, insofern es sich um die Suche nach einer Form des Vergnügens handelt, die selbst (autonom)¹⁹⁸ und mit Hilfe der Vorstellungskraft (imaginativ) erzeugt ist. Der moderne Hedonist ist demnach eine Art Traumkünstler. Er besitzt in höherem Ausmaß als seine Vorfahren die psychische Fähigkeit, eine Illusion zu erzeugen, von der er zwar weiß, dass sie eine Illusion ist, die er jedoch in seiner inneren Welt als wahr akzeptiert.¹⁹⁹ Zwischen das Entstehen eines Verlangens und seine Befriedigung tritt eine Form der geistigen Beschäftigung, die Colin Campbell als "Tagträumen"²⁰⁰ bezeichnet. Diese Tätigkeit ist nicht als ganze phantastisch, sondern enthält Anhaltspunkte in der Realität, die aber in geschöner Form vorgestellt wird. Mit der Illusion ist eine mehr oder weniger bewusste Selbsttäuschung verbunden. Die Kennzeichnung modernen Konsum-

¹⁹² vgl. ebd., S.246, Anm. 31.

¹⁹³ vgl. ebd., S.76.

¹⁹⁴ vgl. ebd.

¹⁹⁵ vgl. ebd.

¹⁹⁶ ebd.

¹⁹⁷ ebd., S.75.

¹⁹⁸ Auch frühere Formen des Hedonismus waren durch die Vorstellungskraft beeinflusst, jedoch nicht in einer durch das Individuum selbstbestimmten (autonomen) Weise. Die Bilder der Phantasie entstammten vielmehr vergangenen realen Erfahrungen (vgl. ebd., S.77).

¹⁹⁹ vgl. ebd., S.76.

²⁰⁰ ebd. S.85.

verhaltens als selbst-illusionär ("illudere", lat.: täuschen, sein Spiel treiben), spiegelt treffend wieder, dass es sich in gewisser Weise um spielerisches Tun, eine Art Theater oder Inszenierung handelt. Charakteristisch für die moderne Suche nach vergnüglichen Erfahrungen ist daher eine gewisse "Außerweltlichkeit", eine mehr oder weniger bewusste Distanzierung von der Realität.²⁰¹ Einige Reklamespots bringen dies bewusst zur Sprache, während es bei anderen eher unausgesprochen mitschwingt, den "Geist der Werbung" bestimmt.²⁰²

Die entscheidende Bedeutung, die der Vorstellungskraft für die moderne Ausprägung der Vergnügungssuche zukommt, ist geeignet, die charakteristische Vorliebe moderner Konsumenten für alles Neue zu erklären. Während frühere Generationen geneigt waren, dem Neuen mit Misstrauen zu begegnen - für sie war die Erwartung von Vergnügen eher mit bereits Erlebtem verbunden - bringt es die Loslösung der Phantasie von vergangenen Erfahrungen mit sich, dass neue Produkte wegen ihrer *unbekannten Eigenschaften* verheißungsvoll wirken und so erst zum Anlass für eine entsprechende Tätigkeit der Phantasie, für das Tagträumen, werden können. Campbell spricht von einer "glücklichen Kluft"²⁰³ zwischen dem Verlangen und seiner Befriedigung.

Diese Analyse findet eine Bestätigung in empirischen soziologischen Untersuchungen²⁰⁴, die die Vorfreude und die Vorstellung des Verfügens über den gewünschten Gegenstand selbst als zentralen Bestandteil des Vergnügens beschreiben, das mit dem Konsum verbunden ist.

In Umfragen wurden verschiedene Formen solcher gedanklicher Beschäftigung mit dem Konsum deutlich: Auf der einen Seite die planvolle und zielgerichtete Vorbereitung von Kaufprojekten, auf der anderen Seite das spielerische Tagträumen, das sich auf höchst unwahrscheinliche Kaufobjekte bezieht und daher einen phantastischen Charakter hat.²⁰⁵ Die in den USA durchgeführte Studie zeigt, dass es sich bei diesem Verhalten um eine sehr häufige Praxis fast der gesamten erwachsenen U.S.-amerikanischen Bevölkerung handelt.²⁰⁶ Insges-

²⁰¹ vgl. ebd., S.81.

²⁰² Es wäre eine eigene Untersuchung wert, wie häufig in audiovisuellen Werbespots von einer anderen, einer neuen Welt des Träumens, der Gefühle, die Rede ist oder Traumwelten geschildert werden.

²⁰³ vgl. Colin Campbell, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, S. 86

²⁰⁴ vgl. beispielsweise Susan Fournier/Marsha Richins, *Some Theoretical und Popular Notions Concerning Materialism*, in: *Journal of Social Behavior and Personality*, Bd. 6,6 (1991), S. 403-414 und Susan Fournier/Michael Guiry, *An Emerald Green Jaguar, A House on Nantucket, and an African Safari: Wish Lists and Consumption Dreams in Materialist Society*, in: *Advances in Consumer Research* 20 (1993), S. 352-358.

²⁰⁵ vgl. Susan Fournier/Michael Guiry, *An Emerald Green Jaguar*, a.a.O., S. 352.

²⁰⁶ vgl. ebd., S. 352f.

samt zeigt die Studie, dass das Tagträumen, und zwar sowohl die realistische wie die phantastische Form, als wohltuend und anregend empfunden wird. Die positive Einstellung zu dieser Tätigkeit nimmt nicht nur mit dem Alter, sondern auch mit dem Bildungsstand und dem Einkommen ab.²⁰⁷ Ältere Konsumenten zeigen ein realistischeres Konsumverhalten als jüngere.

Das Erlangen des Objekts hingegen beendet häufig fast unmittelbar das Vergnügen an seinem Besitz - das antizipatorische Tagträumen ist von der Realität eingeholt und hält ihr nicht stand. Nach dieser Enttäuschung richten sich die Gedankenspiele auf ein neues Objekt.²⁰⁸ Weil das alte die Erwartungen nicht erfüllt hat, muss es ein Objekt mit *neuen* Eigenschaften sein. Diese Vorliebe heutiger Konsumenten für das Neue macht sich die Werbung zunutze. Entscheidend ist weniger die objektive Qualität des Produkts als vielmehr sein Potential, Ansatzpunkte für die Träume des Konsumenten zu liefern. Produkte sind in dieser Hinsicht "*Traummaterial*"²⁰⁹. Die Projektion der Wünsche auf materielle Güter bedeutet wegen deren substantiellen Charakters eine Steigerung der Realitätsnähe der Wünsche.

Im Grunde ist man sich der Differenz zwischen Wunschtraum und Realität durchaus bewusst, doch wird das "Als-ob-Gefühl", die Vorstellung, der Traum wäre Wirklichkeit, als angenehm empfunden.²¹⁰

Das Charakteristische am modernen Konsum ist nach Colin Campbell weitgehend Folge dieses "mentalistischen Hedonismus"²¹¹. Nicht der Besitz oder Gebrauch, auch nicht das Käuferlebnis selbst, sondern die Vorstellungen und Bilder, die sich in diesem Zusammenhang im Kopf des Konsumenten abspielen, stellen die eigentliche Quelle des Vergnügens, die Motivation für einen großen Teil heutigen Konsums dar. Der Schlüssel zum Verstehen des modernen Konsumismus - wie auch des modernen Hedonismus überhaupt - ist die "*dynamische Interaktion zwischen Illusion und Realität*"²¹². Sie impliziert ein *beständiges Sich-Sehnen* und eine *andauernde Unzufriedenheit* mit dem, was

²⁰⁷ vgl. ebd., S. 357.

²⁰⁸ vgl. Colin Campbell, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, a.a.O., S.86.

²⁰⁹ ebd., S.89.

²¹⁰ Colin Campbell unterscheidet das noch nicht konkretisierte Wünschen oder Tagträumen („longing“) von dem sich auf ein bestimmtes Objekt beziehenden Verlangen („desire“) (vgl. ebd., S. 87).

²¹¹ ebd., S.88.

²¹² ebd., S.90.

man in der Realität vorfindet²¹³. Diese Unzufriedenheit wiederum führt zur ständigen Bereitschaft, jede neue Gelegenheit des Vergnügens zu ergreifen.²¹⁴

So kommt Campbell zu dem Schluss: „Der Geist des modernen Konsumismus ist alles andere als materialistisch!“²¹⁵ Die Praxis der Werbung bestätigt dies. Es geht in einer großen Zahl der Werbespots nicht um die objektiven Merkmale des Produkts, nicht um ihren Wert, ihre Haltbarkeit oder Nützlichkeit. Es geht um ihre *Bedeutung, nicht in einem realen Sinngefüge*, sondern in einer selbst geschaffenen, mehr oder weniger privaten *Traumwelt*. Das Kriterium lautet: Trägt der Gegenstand zu meiner idealisierten Vorstellung meiner Welt bei? Entscheidender für die Beantwortung dieser Frage als die Beschaffenheit des Produkts, ist oft seine Präsentation durch Verpackung und Werbung. Insofern hat Campbell recht, wenn er den Geist des Konsumismus als *mentalistisch* bezeichnet - insofern es bedeutungsgeladene Vorstellungen sind, die den Antrieb zum Konsum bilden, könnte man ihn als "idealistisch"²¹⁶ bezeichnen, wenn nicht dieser Begriff im Deutschen eine durchweg positive Konnotation im Sinn von "uneigennützig, im Dienst an großen Zielen" hätte. Ob die Bezeichnung "materialistisch" treffend ist, hängt davon ab, wie man sie definiert. Die Materie ist bei konsumistischem Verhalten nicht das Ziel, sondern Vehikel größerer Realitätsnähe. Die Werbung, die sich dieses Verhalten zunutze macht, spricht nicht Bedürfnisse an, sondern Träume. Die materiellen Dinge sind das Ziel des Konsums nur insofern, als sie die Wunschvorstellung, die sich auf ein ganz anderes Ziel richtet, für kurze Zeit mit einer Realität in Berührung bringt. Die Konsumgüter werden uninteressant, sobald sich gezeigt hat, dass sie nur in der Illusion, nicht in der Wirklichkeit, eine Brücke zu den Träumen darstellen.

Auch Norbert Bolz und David Bosshart sprechen von "Zerebralkonsum" als dem Charakteristikum heutigen Konsumverhaltens.²¹⁷ Konsum dient längst nicht mehr nur der Bedürfnisbefriedigung, sondern ist "reflexiv", selbstbezüglich geworden, sein Ziel ist das Konsumieren selbst. Sofern man hier überhaupt noch von Bedürfnissen sprechen kann, sind es solche, die sich im Geist des Kunden formen. Ohne explizit auf Colin Campbell zu verweisen, kommen Bolz und Bosshart zu einem ähnlichen Ergebnis: Wenn eine bestimmte Schwelle zivillatorischer Sättigung überschritten ist, spielt sich alles Entscheidende nur noch im Kopf ab.

²¹³ vgl. ebd.

²¹⁴ vgl. ebd.

²¹⁵ ebd., S.89 (Hervorhebung von Heike Rumbach-Thome).

²¹⁶ vgl. ebd., 215ff.

²¹⁷ vgl. Norbert Bolz/David Bosshart, Kult-Marketing, a.a.O., S. 208.

Dass ein großer Teil heutigen Konsums mit Bedürfnisbefriedigung im herkömmlichen Sinn nur noch wenig zu tun hat, bringen Horst Opaschowski und Gerhard Schulze auf den Begriff des Erlebnis-Konsums.²¹⁸

Allgemein geht Gerhard Schulze davon aus, dass "innenorientierte Lebensauffassungen, die das Subjekt selbst ins Zentrum des Denkens und Handelns stellen"²¹⁹, außenorientierte Lebensauffassungen verdrängt haben. Die Menschen suchen heute nach dem "schönen Leben", wobei sie damit durchaus unterschiedliche Inhalte verbinden. Gemeinsam ist ihnen nach Schulze die "Ästhetisierung der Lebenswelt", durch die das Leben als Ganzes zum Erlebnisprojekt geworden ist.²²⁰ Diese Lebensauffassung unterscheidet sich von dem auf ein Ziel wie das Überleben ausgerichteten oder einer Sache dienenden, einem Ziel untergeordneten Leben²²¹. Es ist nicht auf darüber hinausgehende Ziele gerichtet ("außenorientiert") wie beispielsweise die Reproduktion der Arbeitskraft, die Beschaffung lebensnotwendiger Ressourcen oder das Erfüllen einer Lebensaufgabe. Bei einer solchen Disposition sind Erlebnisse nicht mehr eine Begleiterscheinung des Handelns, sondern werden zu seinem hauptsächlichen Zweck, zum eigentlichen Gegenstand der Handlung.²²² Mit „Innenorientierung“ ist also eine Haltung gemeint, die darauf gerichtet ist, als angenehm empfundene psychophysische Prozesse auszulösen, die sich im Inneren des Menschen selbst vollziehen.²²³

Wie Colin Campbell unterstreicht auch Gerhard Schulze die *autonome Konstruktion* solcher als angenehm empfundener Erlebnisse, nicht durch die Ver-

²¹⁸ vgl. Gerhard Schulze, Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart, Frankfurt/New York 1992 und Horst Opaschowski, Wohin die Reise geht ... Unterwegs zur Zukunft des Tourismus, in: Ders., Arbeit. Freizeit. Lebenssinn, Leverkusen 1983, S. 114-127. Auch Gerhard Schulzes Charakterisierung des heutigen Konsumverhaltens bestätigt die Ergebnisse von Colin Campbell.

²¹⁹ Gerhard Schulze, Die Erlebnisgesellschaft, a.a.O., S. 35.

²²⁰ ebd., S. 13. Die Suche nach dem schönen Leben an sich betrachtet Gerhard Schulze als zeitloses menschliches Streben, dem jedoch in unserer Zeit im Unterschied zu früher ein herausragender Stellenwert beigemessen wird. Insofern ist die "Erlebnisgesellschaft" für ihn ein graduelles Prädikat (vgl. ebd., S. 14f.). Neu ist nach Gerhard Schulze auch, dass die Suche nach dem Schönen keinen Aufschub duldet: "Der homo ludens spielt mit zunehmender Verbissenheit" (ebd., S. 14).

²²¹ vgl. Gerhard Schulze, Die Erlebnisgesellschaft, a.a.O., S. 37.

²²² vgl. ebd. S. 41.

²²³ Den Begriff der *Innenorientierung* verwendet Gerhard Schulze synonym mit dem der *Erlebnisorientierung* (vgl. ebd., S. 736). Bereits Georg Simmel hat zu Beginn unseres Jahrhunderts auf die Erlebnisorientierung moderner Subjektivität hingewiesen (vgl. ders., L'Art pour l'art, 1914 und Das Problem des Stiles : Dekorative Kunst, 7/1908, S. 307-316); vgl. dazu auch Neil Postman, Wir amüsieren uns zu Tode, Frankfurt/Mn. 1985.

änderung äußerer Umstände, sondern durch die Manipulation des eigenen Innenlebens.²²⁴

Die Problematik liegt für Gerhard Schulze darin, dass dieses Projekt des schönen Lebens den Menschen wegen seiner Kompliziertheit vor Probleme stellt, die er mit den Stichworten *"Unsicherheit"* und *"Enttäuschung"* umreißt. Unsicherheit entsteht durch den weitgehenden Wegfall der Begrenzung des Handelns von außen. Dies bedeutet für das Individuum nicht nur einen größeren Bereich freier Wahl, sondern umgekehrt auch die Notwendigkeit - Schulze spricht vom "Zwang" - sich intensiv mit sich selbst zu beschäftigen.²²⁵ Mangels objektiver Kriterien (es geht ja eigentlich nicht um das Objekt, sondern um die Erzeugung eines psychophysischen Prozesses) entfallen sichere Anhaltspunkte für die Handlungswahl. Der Handelnde ist mit Fragen konfrontiert, für die er kaum Entscheidungsgründe finden kann: Wie wird ein bestimmtes Angebot auf mich wirken, was gefällt mir?²²⁶ Resultat der Unsicherheit und des Enttäuschungsrisikos, die mit dem Ziel der Herbeiführung angenehmer Erlebnisse verbunden sind, ist ein "konsumtiver Aktivismus"²²⁷, bei dem keine klare Vorstellung über das Erlebnisziel besteht. Unter harten ökonomischen Bedingungen ist dem Dasein der Menschen in Form des Zieles besserer materieller Lebensbedingungen eine Richtung vorgegeben, die eine psychisch stabilisierende Wirkung ausübt. In solchen Gesellschaften kommt es zu Mittelkrisen, in reichen Gesellschaften dagegen zu Sinnkrisen.²²⁸

1.7. Geistesgeschichtliche Bezüge: Puritanismus und Romantik

Nach Colin Campbell erklären sich die spezifischen Eigenschaften des modernen Konsumverhaltens geistesgeschichtlich als eine Verbindung von Puritanismus und Romantik. Die westliche Kultur ist demnach eine Zwillingenkultur, in der romantische und puritanische Züge einander ergänzen. Wenn diese Analyse zutrifft, hätte der Puritanismus ungewollt einen zentralen Beitrag zu einer Bele-

²²⁴ vgl. Gerhard Schulze, *Die Erlebnisgesellschaft*, a.a.O., S. 40.

²²⁵ vgl. ebd., S. 52.

²²⁶ vgl. ebd., S. 429.

²²⁷ ebd., S. 432. Der Konsument befasst sich nicht mit den Vorfragen und hat daher nur ein unklares Bedürfnis, irgendetwas Angenehmes zu erleben. Weil die Vorstellungen darüber so ungenau sind, ist die Werbung mit ihrer Deutungshilfe so erfolgreich. Sie lenkt ein unbestimmtes Bedürfnis auf konkretere Wunschvorstellungen, die sie ihrerseits mit Produkten in Verbindung bringt (ebd.).

²²⁸ vgl. ebd., S. 35 und S. 61.

bung und Kontrolle der Gefühlswelt geleistet, die für die Entwicklung des illusionären Konsumismus grundlegend ist.

Der Romantik einen entscheidenden Stellenwert bei der Entwicklung des Konsumismus zuschreiben zu wollen, scheint zunächst ebenfalls abwegig. Vertreter der Romantik gehörten zu den ersten Kritikern einer materialistischen Gesellschaft. Wenn man sich Fernseh-Reklamespots (deren Konzentration auf "romantische" Werte sehr deutlich ist) anschaut, ist man vielleicht schon eher geneigt, Verbindungen zwischen diesen scheinbar gegenläufigen Strömungen zu vermuten.²²⁹

1.7.1. Pietismus und "Sentimentalismus"

In Anschluss an Neil McKendrick und seine Koautoren geht Colin Campbell davon aus, dass moderne Konsumstrukturen in England bereits im 18. Jahrhundert sichtbar werden. Genauer sind es vor allem die zweite Hälfte des 18. Jahrhunderts und vor allem die Schicht der englischen Mittelklasse, die entscheidende Veränderungen im Konsumverhalten erkennen lassen.²³⁰ Davon ausgehend stellt er die Frage: Wie konnte die damalige, puritanisch geprägte Mittel-

²²⁹ Nach Colin Campbell stellen die kulturellen Protestbewegungen der sechziger und siebziger Jahre des 20. Jahrhunderts, die Hinwendung zu New-Age-Strömungen, zu exotischen Religionen und die Suche nach geistlichen Traditionen, in einem Zeitalter, das als säkular, rational und materialistisch angesehen wird, ein soziologisch schwer zu verstehendes Phänomen dar. Dieses Rätsel nahm er zum Ausgangspunkt seiner These, nach der solche im weitesten Sinne als romantisch einzustufenden Prägungen tiefer in der westlichen Kultur verwurzelt sind, als angenommen. Seine These besagt, dass romantische und puritanische Prägungen durch die Verteilung auf Lebensphasen und teilweise auch auf Geschlechterrollen, unbehelligt nebeneinander fortbestehen und einander gegenseitig sogar bedingen. Die Unterdrückung von Gefühlen im Puritanismus sei geeignet gewesen, ihnen verborgene und imaginative Kanäle zu öffnen: "Tatsächlich tragen sowohl das Aufschieben der Bedürfnisbefriedigung als auch die Unterdrückung von Gefühlen dazu bei, ein starkes imaginatives Innenleben zu erzeugen, das eine notwendige Voraussetzung für eine „romantische“ Persönlichkeit ist ... eine Form der Kindererziehung, die die aufgeschobene Bedürfnisbefriedigung unterstreicht, führt dazu, das Tagträumen und Phantasieren zu stimulieren und entwickelt so im Individuum genau jene Fähigkeiten, die notwendig sind, um Experte im Manipulieren der Sehnsucht zu werden" (ebd., S. 222). Darüber hinaus gibt es jedoch auch offenkundige Gemeinsamkeiten zwischen der romantischen und der puritanischen Ethik: Beide sind tief idealistische ethische Systeme, die von einer individuellen "Berufung" des einzelnen ausgehen. Beide sind nicht in einem mystischen Sinn weltflüchtig. Beide basieren auf innengeleiteten Formen des Handelns, die ein intensives Erforschen des eigenen Inneren erfordern (vgl. ebd., S.220).

²³⁰ Neil McKendrick, der weniger die geistesgeschichtlichen Ursachen, als das tatsächliche Verhalten von Käufern und Unternehmern untersucht, misst vor allem dem "trickle-down"-Effekt Bedeutung zu, nach dem das Konsumverhalten der oberen Schichten von der Mittelklasse nachgeahmt worden sei. (Er benennt noch weitere Ursachen: So ist für ihn die Rolle Londons als Zentrum, von dem Modeströmungen ausgingen und die Vermittlungsrolle von Dienstboten ebenfalls von entscheidender Bedeutung.) Entscheidend für die beschriebenen geistigen Grundlagen heutigen Konsumverhaltens sind nach Campbell die nachfolgend beschriebenen spezifischen Konstellationen religiöser, aufklärerischer und romantischer Einflüsse, die sich zu einem Mittelstandsethos verbanden, das sich damals auch ästhetisch von den aristokratischen Werten abzusetzen suchte.

schicht, die zugleich nach Max Weber eben aufgrund ihres puritanischen Ethos Träger der Industriellen Revolution war, zugleich der wichtigste Akteur der Konsumrevolution sein, einer Revolution, in der der Luxus-Konsum - nicht etwa nur der, auch auf der Grundlage der puritanischen Ethik tolerierbare, "nützliche" Konsum - eine entscheidende Rolle spielte?²³¹ Dies passt nicht zusammen. Der Puritanismus im England des 18. Jahrhundert war stark anti-hedonistisch geprägt. Vergnügen war an sich suspekt, allen natürlichen Gefühlen und Wünschen begegnete man mit Misstrauen, da aus der verdorbenen menschlichen Natur nichts Heilbringendes erwachsen könne. Keine Vergnügungen, sondern lediglich solche Freizeitbeschäftigungen, die einem nützlichen religiösen oder bildenden Zweck dienten, waren gestattet. Auch grundlegende Bedürfnisse, wie beispielsweise nach Erholung, mussten auf möglichst rationale Weise befriedigt werden, während darüber hinausgehenden Wünschen keine Beachtung zu schenken war. Bequemlichkeit und Komfort war zulässig, aber kein Luxus. Der Erwerb von Reichtum zu rationalem und zweckmäßigem Gebrauch war erlaubt, aber nicht sein Genuss²³².

In seiner gut belegten Analyse²³³ weist Campbell zwischen den oben genannten Strukturen modernen Konsumverhaltens (vgl. Kap.1.6) und der Romantik²³⁴ verwandte Züge auf, deren geistesgeschichtliche Wurzeln er in den calvi-

²³¹ vgl. Colin Campbell, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, a.a.O., S.100, Anm. 3.

²³² vgl. ebd., S.100-102.

²³³ Grant McCracken nennt sie "faszinierend" (vgl. *Culture und Consumption*, a.a.O., S. 20). Axel Honneth bezeichnet sie als einen "Glücksfall für die Sozialwissenschaft" und einen "Schlüsseltext" (ders., *Soziologie. Eine Kolumne*, in: *Merkur* 42,2 (1988), S. 961-965, hier: S. 962 und S. 965). Axel Honneth nennt lediglich zwei Kritikpunkte (vgl. ebd., S. 965): Campbell konzentrierte sich auf ein bestimmtes soziales Milieu, nämlich auf dasjenige der protestantischen Mittelschicht. Er vernachlässige außerdem die Mentalitätsveränderung seit der Romantik. Zwischen der 'betulichen' Welt romantischer Sinnesreize und der "kalten Welt des heutigen Warenmarktes" klappe der Abgrund von 200 Jahren hemmungsloser Kapitalakkumulation. Beide Kritikpunkte treffen nicht den Kern der Argumentation Colin Campbells. Dieser verweist selbst auf die soziologische Klasse, auf die sich seine Analyse bezieht. Wie sich die Konsumkultur der Unterschicht dazu verhielt, beispielsweise des bäuerlichen katholischen Proletariats, das Honneth anführt, ist in der Tat eine interessante Frage, die Campbell allerdings nicht zu beantworten vorgibt. Zum zweiten Kritikpunkt Axel Honneths ist anzumerken, dass gerade der Abstand von zwei Jahrhunderten die Parallelen umso erstaunlicher macht. Das heißt nicht, dass Campbells Ansatz alle weiteren Erklärungen überflüssig macht. Die "kalte Welt des heutigen Warenmarktes" ist bei Campbell in ihren historischen Wurzeln verortet und in ihrer zeitgenössischen Variante, nämlich in der Gegenüberstellung der „Zwillingskulturen“ von puritanischem Arbeitsethos und romantischem Konsumethos, berücksichtigt. Im Übrigen stellt sich die Konsumwelt heute keineswegs als "kalte" Welt und "Warenmarkt" dar. Sie kommt der "betulichen Welt der Romantik" sehr viel näher, als Axel Honneth meint, wie sich an vielen audiovisuellen Werbespots ablesen lässt. Colin Campbells Darstellung ist nach meiner Kenntnis bisher nicht überzeugend angefochten worden.

²³⁴ Die Romantik in England kann zwar nicht einfach mit der deutschen Romantik gleichgesetzt werden, dennoch gibt es viele gemeinsame Züge. Vgl. T. G. Gish (Hg.), *Deutsche Romantik and English Romanticism*, München 1984 und J. Pipkin, *English and German Romanticism. Cross-currents and Controversies*, Heidelberg 1985.

nistisch-pietistischen Zweig der protestantischen Tradition zurückverfolgt. Max Weber hat danach ein einseitiges Bild der protestantischen Strömungen, die die wirtschaftliche Entwicklung beeinflusst haben sollten, gezeichnet.²³⁵

In der Folge der arminianischen Reaktion²³⁶ gegen die calvinistische Prädestinationslehre entwickelte sich auf der einen Seite eine deistisch geprägte "optimistische Theodizee des Wohlwollens" ("Cambridge Platonisten"), die sich durch die Betonung von Mitleid und Wohlwollen als die Menschen untereinander verbindende Gefühle auszeichnete. In ihrer Ethik ersetzen die mitmenschlichen Gefühle des Mitleids und Wohlwollens tendenziell die Vernunft. Diese, von Campbell als „sentimentale“ Ethik bezeichnete Denkrichtung der Cambridge Platonisten entwickelte sich als Reaktion gegen die rationalistisch geprägte calvinistische Ethik und das ihr zugrunde liegende Bild eines willkürlich erwählenden bzw. verdammen Gottes.²³⁷ Der „sentimentalen“ Ethik lag ihrerseits ein einseitig von Wohlwollen und Güte getragenes Gottesbild zugrunde, das den Aspekt des richtenden Gottes vernachlässigt. Einige Vertreter dieser Schule bezeichnet Campbell als Proto-Romantiker. Die Cambridge Platonisten und Teile der anglikanischen Geistlichkeit verbreiteten Ende des 17. und Anfang des 18. Jahrhunderts dieses Gedankengut, das seine eigentliche Wirkung gegen Ende des 18. Jahrhunderts mit der romantischen Bewegung entfalten sollte,²³⁸ in dem Zeitraum also, der mit dem Aufblühen der Konsumkultur in England zusammenfällt.

Nicht nur die deistische und gegen das calvinistische Gottesbild revoltierende Denkrichtung der Cambridge Platonisten ist jedoch nach Colin Campbell ursächlich relevant für den "Geist des Konsumismus", sondern auch spirituelle Ausprägungen innerhalb des Calvinismus selbst. Trotz des rationalistischen Charakters der calvinistischen Ethik verbindet sich mit ihren theologischen

²³⁵ vgl. Colin Campbell, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, a.a.O., S.103ff. Campbell kritisiert an Max Webers Untersuchung, dieser habe seine Analyse praktisch auf das 16. und den Beginn des 17. Jahrhunderts beschränkt. Das ausgehende 17. und das 18. Jahrhundert, in dem er selbst und andere Autoren die Geburtstunde des modernen Konsumismus erblicken, habe Weber jedoch vernachlässigt. Er habe so die andere Seite der Industriellen Revolution, nämlich die Konsumrevolution, nicht berücksichtigen können (vgl. ebd.). Um diese Seite deutlich zu machen, baut Colin Campbell seine Studie in Parallelität zu Max Webers Werk auf und nennt sie in Anlehnung an deren Titel ("Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus"): "The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism".

²³⁶ Die Arminianer spalteten sich von der niederländischen reformierten Kirche ab, da sie Calvins Prädestinationslehre ablehnten und bildeten eigene Gemeinden in den Niederlanden, in England und den USA. In England hatten sie einen erheblichen Einfluss in der "Broad Church" der anglikanischen Kirche (vgl. Brockhaus-Enzyklopädie, Bd. 2, ¹³1987, S. 130).

²³⁷ vgl. Colin Campbell, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, a.a.O., S.107ff.

²³⁸ vgl. ebd., S.122.

Grundlagen ein Interesse an der eigenen Gefühlswelt und damit eine Tendenz zum subjektiven Erleben. Man erforschte das eigene Innere auf der Suche nach Zeichen für göttliche Erwählung. Eine melancholische Stimmung und ein hoher Grad an Sensibilität wurden als Zeichen für Gottes gnadenhafte Erwählung gedeutet.²³⁹ Die Hinwendung zur eigenen Gefühlswelt prägte sich besonders in der pietistischen Glaubensstradition aus. Die Suche nach dem subjektiven Erleben der errettenden Gnade zog eine Verinnerlichung nach sich, die ihren Ausdruck beispielsweise in geistlichen Autobiographien und Tagebüchern fand²⁴⁰.

In diesem kulturellen Umfeld, das auf der einen Seite durch die von der Aufklärung beeinflusste humanistische Denkrichtung der Cambridge Platonisten und ihrer theologischen Ethik des Wohlwollens geprägt war und von pietistischen Einflüssen auf der anderen Seite, entstand im England des 18. Jahrhunderts eine *"emotionalistische Ethik christlicher Sensibilität"*²⁴¹ in der der Ausdruck von Gefühlen als Ausweis besonderer Tugendhaftigkeit galt²⁴² und die nach Campbell einen weiteren Schritt hin zu einer hedonistischen Gefühlsethik bedeutete²⁴³. Mit dem Nachlassen eschatologischer Erwartungen und dem Verblasen der ursprünglich religiösen Herkunft der so kultivierten Gefühlswelt ver selbstständigte sich diese und entwickelte sich zum Sensibilismus²⁴⁴. Der spirituelle Kontext der Gefühle geriet in den Hintergrund. Damit war die Basis gelegt für einen Umgang mit Emotionen, der nicht mehr altruistisch, sondern hedonistisch bestimmt war, aber gekennzeichnet durch die Fähigkeit, Gefühle nicht als gegeben hinzunehmen, sondern sie autonom zu beeinflussen und als Quelle des Vergnügens zu nutzen²⁴⁵. In diesem *selbstbestimmten, hedonistischen Umgang mit Gefühlen* sieht Campbell die eigentliche *Ursache des modernen Konsumismus*.

Der Sentimentalismus, der von den Cambridge Platonisten und Teilen der anglikanischen Geistlichkeit im 18. Jahrhundert verbreitet wurde, war in mancher Hinsicht Vorläufer einer erheblich breiteren und bis heute einflussreichen Bewegung, die sich wegen ihres umfassenden Charakters einer strengen Definition entzieht: der Romantik.

²³⁹ vgl. ebd., S.204.

²⁴⁰ vgl. ebd., S.125ff.

²⁴¹ ebd., S. 117.

²⁴² vgl. ebd., S.131.

²⁴³ Colin Campbell spricht von einer "altruistischen" Form des emotionalen Hedonismus, vgl. ebd., S. 122.

²⁴⁴ vgl. ebd., S. 204.

²⁴⁵ vgl. ebd.

1.7.2. Eine "romantische Ethik"

Trotz der Schwierigkeiten, einer Geistesströmung, die nicht nur Kunstrichtung, sondern zugleich Lebensgefühl ist und sich in vielfältiger Form in Kultur- und Protestbewegungen bis in unsere Tage hinein manifestiert, auch nur annähernd gerecht zu werden, sollen einige Merkmale der Romantik zusammengetragen werden.²⁴⁶ (Ich gehe dabei nicht von dem spezielleren Begriff der deutschen Romantik aus.)

Die Romantik ist nicht nur ein Kind der Aufklärung, sondern vor allem auch eine Reaktion gegen sie und manche ihrer Auswirkungen. Sie ist eine Protestbewegung gegen Rationalismus und bürgerliche Lebensform, gegen starre Formen und Zwänge, Kommerz und Gewinnstreben, gegen den Geist des technischen Fortschritts. Dagegen stellt sie den Genius, die Kreativität des Künstlers, die beseelte Natur und die Schöpfung. Der romantische Protest richtet sich gegen das Geist- und Leblose der bürgerlichen Existenz im Namen des Lebens selbst. Gegen die Vorherrschaft von Technik und Kommerz und gegen die Rationalisierung der Welt stellt die Romantik ein organisches, auf Wachstum und Wandel angelegtes Verständnis der Wirklichkeit. Zugrunde liegt die Vorstellung einer beseelten Welt, ein im weiteren Sinn pantheistisches Weltbild, verbunden mit einem unpersönlichen Gottesbild. Der göttliche Geist findet sich in der Natur insgesamt und vor allem in der Seele des Menschen, in seinem "Genius".

Für die Aufklärung war die Vernunft die spezifisch menschliche Begabung und gleichzeitig das die Menschen untereinander Verbindende wie auch Grundlage ihrer Würde und Rechte. Dagegen ist für die Romantik nicht die die Menschen verbindende Vernunftbegabung, sondern die sie unterscheidende Individualität von entscheidender Bedeutung.

Der Romantiker ist beseelt von der Opposition gegen die real vorgefundene Gesellschaft. (Die ursprüngliche Bedeutung des englischen Adjektivs "romantic" ist "unwirklich"²⁴⁷). Er lebt im Bewusstsein des Ungenügens der Wirklichkeit, seine Befindlichkeit ist die Unzufriedenheit mit der realen bürgerlichen Gesellschaft. Dennoch flieht er die Welt nicht, sondern will sie seiner Vorstellung von einer idealen Welt angleichen.

²⁴⁶ vgl. zum Folgenden ebd., S. 180f.

²⁴⁷ (Erstmals 1650 belegt). In Frankreich und in Deutschland haben die 1694 bzw. 1698 belegten Worte die gleiche negative Konnotation (vgl. Brockhaus-Enzyklopädie, Bd. 18, Mannheim 1919/92, S. 518).

1.7.3. Die Romantik und der Geist des Konsumismus

Dass auf einer solchen idealistischen Grundlage nun der Geist des Konsumismus entstehen soll, wie Colin Campbell behauptet, erscheint zunächst wenig überzeugend. Man sollte sich dazu auch zunächst vor Augen führen, dass es soziale Handlungen gibt, die nicht das Intendierte zur Folge haben, sondern das genaue Gegenteil des Angestrebten bewirken.²⁴⁸ Auch die Max-Weber-These vom puritanischen Ursprung des kapitalistischen Geistes setzt ein solches Verhältnis von Absicht und Wirkung voraus. Calvin und Luther hatten natürlich nicht die Entwicklung der kapitalistischen Welt mit ihrer Kommerzialisierung und ihrem Geist des Profits im Sinn. Ebenso wenig neigten die herausragenden Vertreter einer romantischen Weltanschauung zum Materialismus oder zu übermäßigem Konsum, den sie vielmehr verurteilten. Aus romantischen Wurzeln speist sich noch im 19. und 20. Jahrhundert ein großer Teil der Kritik an Materialismus und technischer Zivilisation.²⁴⁹ Dennoch begründet Colin Campbell stichhaltig seine These der geistigen Herkunft des Konsumismus, den er als selbst-illusionären Hedonismus charakterisiert, aus der Romantik.

Er verweist dabei

- a) auf geistige und psychische Grundlagen des selbst-illusionären Hedonismus, die in der Romantik in der Folge des Sentimentalismus gepflegt und durch ihre ästhetische Theorie legitimiert werden, und
- b) auf die gegenseitige Ergänzung von Puritanismus und Romantik im kapitalistischen Gesellschaftsgefüge.

zu a)

In der Fähigkeit zu intensiven Gefühlsempfindungen, ihrer Beobachtung, Kontrolle und autonomen Beeinflussung, sieht Colin Campbell das Erbe des Calvinismus bzw. Pietismus. In der Romantik verbindet sie sich mit einer ästhetischen Theorie, die besagt, dass angenehme Empfindungen beim Genuss von Kunstprodukten den Weg zur Besserung der Menschheit darstellen.²⁵⁰

Während Puritanismus und Sensibilismus die Suche nach Vergnügen und Lust scharf ablehnen, wird das Vergnügen am Kunstwerk in der Romantik zum angestrebten Ziel, allerdings nicht zum Ziel an sich selbst. Durch die Vorstellungs-

²⁴⁸ vgl. Colin Campbell, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, a.a.O., S. 207-210.

²⁴⁹ vgl. Elmar Waibl, *Ökonomie und Ethik*, Bd. 2, *Die Kapitalismusdebatte von Nietzsche bis Reaganomics*, Stuttgart-Bad Cannstatt²¹1989, S. 119ff.

²⁵⁰ vgl. Colin Campbell, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, a.a.O., S.187f.

kraft, die allein in der Lage ist, mittels Identifikation mit dem anderen die Unempfindsamkeit zu bekämpfen, werden angenehme Gefühle erzeugt. Sie sollen eine Vorstellung der idealen Welt vermitteln. Das Vergnügen wird als Medium einer besseren Welt verstanden. Die Romantik ist, anders als der Sentimentalismus, in der Lage, den selbsterzeugten Gefühlen eine Legitimation zu verleihen. Die frühen englischen Romantiker begrenzten noch die Gefühlswelt, die sie für geeignet hielten, auf die allgemein als tugendhaft anerkannten Gefühle wie Trauer, Mitleid, Wohlwollen. Spätere Romantiker hielten auch Gefühle wie Stolz, Furcht, Schrecken, Eifersucht und Hass im Rahmen ihrer Kunst für geeignete Mittel.²⁵¹ Gezielt hervorgerufene Empfindungen werden also in der Romantik zu einem moralischen Wert. Nicht das unmittelbare sinnliche Vergnügen ist für die Künstler der Romantik das bevorzugte Medium, sondern das *imaginativ vermittelte*.²⁵² In diesem ethisch legitimierten, autonom-gestaltenden Umgang mit der Gefühlswelt sieht Campbell die Grundlage für die Entwicklung des autonomen, illusionären Hedonismus, der im Konsumismus eine spezifische Ausprägung fand.

zu b)

Romantik und Puritanismus bilden nach Colin Campbell eine Art "Zwillingskultur". Sie bedingen sich gegenseitig. Der Ausgangspunkt dieser These ist die Beobachtung, dass extremer Konsum regional und zeitlich häufig von der Lebensform der Boheme, die die Umsetzung romantischer Werte versucht, begleitet ist. Sie entsteht, ebenso wie extremer Konsum, bevorzugt an Orten, wo der Kapitalismus zu besonderer Blüte gekommen ist. Die Hippie-Bewegung, bei der sich leicht die oben beschriebenen Merkmale einer romantischen Bewegung wieder finden lassen, entstand zur Zeit hohen wirtschaftlichen Wachstums. Sie nahm ihren Ausgang in Kalifornien, dem Staat, der zugleich als die Verkörperung radikal-kapitalistischer Geschäftspraktiken und ausgefallenen Konsumverhaltens gilt. Paris ist heute noch die Welthauptstadt des Konsums und der Mode sowie die Heimat der Bohemiens.²⁵³

Eine Gesellschaft, in der um eines funktionierenden Arbeitsablaufes willen puritanische Werte gepflegt werden, entwickelt anscheinend einen Gegenpol, den sie im westlichen Modell in der romantischen Gefühlswelt findet. Doch hat sich im westlichen System eine geordnete Interaktion dieser scheinbar antagonistischen puritanischen und romantischen Werte herausgebildet.²⁵⁴ Die Romantik

²⁵¹vgl. ebd., S.192.

²⁵²vgl. ebd. S.193.

²⁵³vgl. ebd., S.206.

²⁵⁴vgl. ebd. S. 219-222.

wird bestimmten Segmenten des Lebens zugewiesen. Das Arbeitsleben und die Wirtschaft bleiben von ihr auf diese Weise unbehelligt. Sie sind ausschließlich das Reich der puritanischen Lebensform. Romantische Werte sind bestimmten Lebensphasen und insbesondere dem weiblichen Geschlecht zugeordnet: den Frauen, der Kindheit und Jugend sowie der Zeit des Studiums. Campbell sieht Puritanismus und Romantik jedoch nicht nur in einem geordneten Nebeneinander, sondern auch in einem kausalen Beziehungsverhältnis. Er geht davon aus, dass die puritanische Erziehung die romantische Gefühlswelt hervorruft, indem die unterdrückten Gefühle besonders intensiv nach einem Ausdruck suchen.²⁵⁵

„So wie ‚puritanisch‘ und ‚romantisch‘ gegensätzliche Charaktereigenschaften bezeichnen, die dennoch von einer Persönlichkeit integriert werden können, so stehen sie auch für scheinbar gegensätzliche kulturelle Traditionen, die Bestandteil des einen kulturellen Systems der Moderne sind; ein System, dessen zentrales Kennzeichen die symbiotische Beziehung zwischen ihnen ist. Denn obwohl sie Vorstellungen erzeugen können, zwischen denen man sich gegebenenfalls entscheiden muss und die die Intellektuellen immer wieder gegeneinander ausspielen, sind diese Lebensauffassungen institutionalisiert, und zwar getrennt nach Alter, Geschlecht, Beruf und sozialer Rolle; ebenso sind sie getrennt verinnerlicht in einer Weise, die jeden akuten Konflikt für alle, mit Ausnahme der ethisch sensibelsten Menschen, vermeidet.“

Auf diese Weise sichern diese Zwillingskulturen das fortgesetzte Funktionieren dieser entgegengesetzten, doch voneinander abhängigen Verhaltensweisen, die für den Fortbestand der industriellen Gesellschaft von zentraler Bedeutung sind, indem sie Konsum mit Produktion paaren, Spiel mit Arbeit.

Darum mag der Gegensatz zwar einen Widerspruch innerhalb der Kultur darstellen, er ist jedoch kein Widerspruch innerhalb des Kapitalismus selbst. Im Gegenteil: Diese Form der kulturellen Differenzierung hat diese Gesellschaften von ihrem Ursprung an geprägt und scheint zentral für ihren weiteren Bestand zu sein.

Die kulturelle Logik der Moderne ist nicht nur die der rechnerischen Vernunft und des Experiments, sie ist auch die Logik der Leidenschaft und des kreativen Träumens, das durch die Sehnsucht hervorgerufen wird. Von größerer Bedeutung jedoch, als jeder für sich allein zukommt, ist die Spannung, die zwischen ihnen entsteht. Von dieser Spannung hängt letztlich die Dynamik der westlichen Welt ab. Die Hauptquelle ihrer rastlosen Energie bezieht sie weder von Wissenschaft und Technologie allein, noch allein von der Mode, der Avantgarde oder der Bohème, sondern von der Spannung zwischen Traum und Realität, zwischen Leistung und Vergnügen. Dies ist der Ursprung der Melodie, zu der diese Zwillingskulturen ihren ‚kulturellen Tango‘ im gleichen Takt tanzen wie auch Ursprung der Konflikte, die viele Einzelne in ihrem Alltag erfahren.

Während der moderne Mensch versucht, Notwendigkeit und Vergnügen miteinander in Einklang zu bringen, während er versucht, seine bürgerliche Identität mit der des „Bohemien“ zu versöhnen, ist er nicht nur gefangen im eisernen Käfig ökonomischer Notwendigkeit, sondern bewohnt zugleich ein Schloss romantischer Träume und versucht dabei, das eine in das andere zu verwandeln.“²⁵⁶

1.7.4. Ethik und Ästhetik

Der komplexen Frage der Beziehung von Ethik und Ästhetik kann im Folgenden nur andeutungsweise nachgegangen werden. Die folgenden Gedanken Colin

²⁵⁵vgl. ebd.

²⁵⁶ebd., S.227 (Eigene Übersetzung, Heike Rumbach-Thome).

Campbells zur historischen Entwicklung dieser Beziehung werfen sowohl mit Blick auf die historischen Vorbilder als auch auf heutige Konstellationen mehr Fragen auf, als sie beantworten. Sie rühren jedoch an ein Phänomen, das für das Verständnis der heutigen Konsumwirklichkeit zentral ist.

Die Cambridge Platonisten hatten aus der Tugend eine Sache der Leidenschaft und des Gefühls gemacht. Sie stellten das moralische Empfinden über das moralische Urteil²⁵⁷. Eine Handlung musste sich "richtig anfühlen", um gut zu sein. Auf diesem Hintergrund entstand eine enge Verbindung von ethischen und ästhetischen Kategorien.²⁵⁸ Der Geschmacks-Begriff erhielt neben der gustatorischen nicht nur eine ästhetische, sondern auch eine ethische Komponente. Des schlechten Geschmacks geziehen zu werden, galt zugleich als ein Zeichen schlechten Charakters. Weil das puritanische Erbe und das Bemühen um einen moralischen Lebenswandel in der Mittelklasse so stark waren, setzte diese ihren ganzen Ehrgeiz nun daran, ihre ethisch bedeutsame Empfindsamkeit und ihren Geschmack durch das strenge Befolgen der Mode unter Beweis zu stellen. Guter Geschmack und Anstand wurde zum Ausweis einer moralisch hoch stehenden Persönlichkeit. Ein vom gängigen Geschmack abweichendes Verhalten konnte dagegen als Mangel an Tugend gewertet werden.²⁵⁹

Die Verbindung von Ethik und Ästhetik hat durchaus klassische Vorbilder (Identität des Schönen und des Guten). Neu ist jedoch, dass *die Moral in ihrer Verbindung zur Ästhetik* dem Bereich der Rationalität zunehmend entrückt und zu einer *Sache der emotionalen Intuition* wird²⁶⁰. In dem sich herausbildenden ethisch-ästhetischen Geschmacksbegriff sieht Campbell eine Begründung für das Phänomen, warum die Mittelklassen zwischen dem 17. und 18. Jahrhundert ihre Einstellung zum Luxuskonsum entscheidend ändern sollten²⁶¹.

²⁵⁷ vgl. ebd., S.150.

²⁵⁸ Colin Campbell weist dies am englischen Sprachgebrauch nach (vgl. z.B. Begriffe wie "moral grace", "moral beauty": vgl. ebd., S.260, Anm. 74).

²⁵⁹ vgl. ebd., S.154.

²⁶⁰ vgl. ebd., S.152.

²⁶¹ vgl. ebd., S.153. Nach Neil McKendrick (vgl. ders., *The Birth of a Consumer Society*, a.a.O., S. 28) hätte nämlich diese Klasse bereits seit längerer Zeit die Möglichkeit zu vermehrtem Konsum besessen. Erst Ende des 18. Jahrhunderts fühlte sie sich "verpflichtet", der Mode zu folgen. Neil McKendrick sieht die Ursache dafür in den neuen, aktiven Marketing-Methoden, die angewandt wurden, um die Geschmacks-Standards gezielt durch Beeinflussung der tonangebenden Schichten zu verändern. Colin Campbell ist allerdings beizupflichten, dass diese Erklärung nicht ausreicht. Damit sich in einer solchen Frage ein Gefühl der Verpflichtung einstellen kann, bedarf es in der Tat eines tiefergehenden Wandels im Verständnis von Ethik, den Colin Campbell (s.o.) analysiert.

Colin Campbell führt in der englischen romantischen Literatur des 18. Jahrhunderts zahlreiche Belege an für den von ihm beschriebenen ethisch-ästhetischen Geschmacksbegriff. Auch in der heutigen Literatur und in Fernsehserien lässt sich eine Vermischung ethischer und ästhetischer Kategorien beobachten. So werden bestimmte Konsummuster guten bzw. schlechten Charakteren zugeordnet. Das heißt, es wird vorausgesetzt, dass die Art und Weise, wie die handelnden Personen sich kleiden, wo und wie sie essen, welche Autos sie fahren etc., Rückschlüsse auf ihren Charakter zulässt. Mit "Good guys don't wear Polyester"²⁶² überschreibt Cathy Goodwin ihre Untersuchung populärer Detektivserienromane. Unangemessenes Konsumverhalten geht hier mit unangemessenem Verhalten in anderen Lebensbereichen einher. Die Lebensphilosophie des Helden lautet: Wer weiß, wie er zu konsumieren hat, findet sich im Leben besser zurecht, das heißt: "Erlösung durch Konsumsozialisation"²⁶³. Cathy Goodwin stellt zusammenfassend fest:

"Das Thema ... ist, dass das Wissen, wie und was man konsumiert, Ausweis des Gutseins ist. Wenn man dieses Wissen besitzt, sich jedoch gelegentlich bewusst unangemessen verhält, ist dies hingegen Ausweis von Überlegenheit, Stärke und Originalität. Wer sich lediglich angemessen verhält, kann nicht den Status eines Helden beanspruchen."²⁶⁴

Auch populäre Fernsehserien wie "Dallas" und "Dynasty", mit einem Publikum von 120-130 Millionen Zuschauern weltweit, vermitteln die implizite Botschaft: Was für ein Mensch jemand ist, erkennt man auch daran, wie er sich kleidet, welchen Autotyp er fährt, was er isst, welchem Hobby er nachgeht.²⁶⁵ Unabhängig davon, welche Zuordnungen hier vorgenommen werden - tatsächlich transportieren "Dallas" und "Dynasty" traditionelle Werte und teilweise sogar konsumkritische Botschaften²⁶⁶ - ist dies ein Hinweis auf eine vorausgesetzte Verbindung zwischen Ethik und Ästhetik.

²⁶² Cathy Goodwin, Good Guys Don't Wear Polyester: Consumption Ideology in a Detective Series, in: *Advances in Consumer Research* 19 (1992), S. 739-745. Der Begriff der Konsumideologie bezieht sich hier auf Jean Baudrillard. Gemeint ist, dass Gütern eine soziale Bedeutung zugeschrieben wird (vgl. Jean Baudrillard, *Das System der Dinge. Über unser Verhältnis zu den alltäglichen Gegenständen*, Frankfurt/Main-New York 1991).

²⁶³ Cathy Goodwin, Good Guys Don't Wear Polyester, a.a.O., S. 743.

²⁶⁴ vgl. ebd., S. 744 (Eigene Übersetzung, Heike Rumbach -Thome).

²⁶⁵ vgl. Elizabeth Hirschman, *The Ideology of Consumption: A Structural-Syntactical Analysis of "Dallas" and "Dynasty"*, in: *Journal of Consumer Research* 15 (1988), S. 344 –359.

²⁶⁶ Die guten Charaktere, für die Werte wie Familie, Freundschaft, Ehrlichkeit, Loyalität zählen, weisen ein einfaches Konsummuster auf. Sie leben naturverbunden, fahren zweckmäßige Autos, tragen ebensolche Kleidung und verdienen ihr Geld durch „ehrliche“ Arbeit (Landarbeit bzw. manuelle Arbeit). Sie sind menschlich integer und fähig zu Paarbeziehungen und Elternschaft. Dieses Konsummuster wird von Elizabeth Hirschman als "heiliger" im Unterschied zum "säkularen" Konsum bezeichnet. Der säkulare Konsum, praktiziert durch habgierige, skrupellose und betrügerische Charaktertypen mit unerfüllten und unfruchtbaren menschlichen Beziehungen, wird in diesen Serien in Verbindung mit fabrikgefertigten Produkten gebracht. Die "säkularkonsumtiven" Typen sind in der Regel einsam, man traut ihnen nicht. Sie sind zunächst meist erfolgreich in ihren betrügerischen Geschäften, doch verlieren sie häufig ihre Gewinne

1.8. Konsumtheorien. Erklärungsmodelle aus Ökonomie und (Sozial-)psychologie

1.8.1. Die Haben-Funktion

Verwendet man einen weiten Begriff von „Haben“, so ist Konsumieren eine Form des Habens.²⁶⁷ „Haben“ geht jedoch nicht im Konsumieren auf. In einem spezifischeren Sinn von „Haben“, bilden Haben und Konsumieren sogar Gegensätze. Insofern „Haben“ auch das Element des Sich-Aneignens, des Festhaltens, impliziert, lässt es sich mit Konsumieren im eigentlichen Wortsinn nicht vereinbaren, denn dieser bedeutet *verbrauchen* – im Sinn des Verbrauchens der Materie oder, als spezifisches Problem einer Wegwerfmentalität, des Verbrauchens der Bedeutung, die der Gegenstand für den Konsumenten hatte.

Insofern ein Gut jedoch erst konsumiert werden kann, wenn man es hat, ist das Haben oder Besitzen²⁶⁸ die Voraussetzung für die weiteren aufgeführten Funktionen des Konsums (vgl. Kap. 3.2.3).

Haben wollen kann ich einen Gegenstand, weil ich die Erfüllung eines bestimmten Zweckes von ihm erwarte. Kaum jemand kommt ohne ein Minimum an Besitz aus (wobei es sich auch um Gemeinschaftsbesitz handeln kann), um seine Grundbedürfnisse und weitere soziale und kulturelle Bedürfnisse zu befriedigen. Von dieser Art des Habens (*funktionales Haben*) ist eine Form des Habens zu unterscheiden, bei der das Ziel im Haben selbst besteht. Erich Fromm hat, vor allem in seinem Alterswerk „Haben oder Sein“²⁶⁹, diese Form des Habens als eine *Charakterorientierung* beschrieben, die die Entfaltung menschlichen Seins behindert.

Dieses charakterbedingte Haben bezeichnet Erich Fromm als „leidenschaftlichen Trieb, sich Dinge anzueignen und sie zu behalten“. Er ist „nicht angeboren, sondern hat sich durch die Entwicklung der gesellschaftlichen Bedingungen

wieder (vgl. ebd.). Historische Texte wie Charles Dickens' "A Christmas Carol" oder auch das bekannteste amerikanische Epos "Gone With the Wind" spiegeln, so Elizabeth Hirschman, ähnliche Wertungen von Konsummustern (vgl. ebd., S. 357).

²⁶⁷ vgl. Erich Fromm, *Haben oder Sein*, München²⁰1991 (Orig. 1976). a.a.O., S. 37.

²⁶⁸ Besitz ist „die tatsächliche Herrschaft einer Person über eine Sache (§§ 854-872 BGB) im Unterschied zum Eigentum als der rechtlichen Zuordnung. ‚Wer hat die Sache‘ ist deshalb die Frage nach dem Besitz, ‚Wem gehört sie?‘ die nach dem Eigentum ... Besitz wird grundsätzlich durch willentliche Erlangung der tatsächlichen Gewalt über die Sache für eine gewisse Zeit erworben...“ (Art. Besitz, in: Brockhaus-Enzyklopädie Nr. 3, ¹⁹1987, S. 205).

²⁶⁹ Erich Fromm, *Haben oder Sein*, a.a.O.

für die Spezies Mensch entwickelt, so wie wenn er biologisch gegeben wäre.“²⁷⁰ Die Haben-Orientierung betrachtet Fromm als charakteristisch für den Menschen der westlichen Industriegesellschaften, in denen Gier nach Geld, Ruhm und Macht das Leben bestimmt.²⁷¹ Diese Orientierung leitet sich seiner Auffassung nach vom Privateigentum ab. Das Kriterium, durch das sich die Existenzweise des Habens von ihrem Gegenteil, der Existenzweise des Seins, unterscheidet, ist die lebendige Beziehung bzw. das Lebensförderliche (Biophilie). Die Orientierung am Haben ist so mächtig, weil der Besitz von Eigentum das Verlangen nach Unsterblichkeit scheinbar mehr als alles andere befriedigt.²⁷² Nach Fromm zieht die Existenzweise des Habens das Verlangen nach Macht und damit Unfrieden nach sich, da der Besitz gegen andere verteidigt oder gegen deren Widerstand zunächst in den eigenen Besitz gebracht werden muss.²⁷³

Erich Fromm nimmt wie Sigmund Freud an, dass der ausschließlich an Haben und Besitz interessierte Mensch psychisch krank und neurotisch ist.²⁷⁴ Nach Freud ist das Vorherrschen der Besitzorientierung kennzeichnend für die Entwicklungsstufe vor dem Erreichen der vollständigen Reife. Wenn sie sich im späteren Leben dagegen als dominant erweist, ist sie als pathologisch anzusehen.²⁷⁵

Erich Fromm unterscheidet eine früher vorherrschende hortende von einer heute verbreiteten Marketing-Variante der Haben-Orientierung. Haben als Horten von Gegenständen oder materiellen, nur auf dem Papier oder in Münzform existierenden Werten ist ein materialistisches, aber kein konsumistisches Verhalten: Es wird nichts verbraucht, sondern im Gegenteil nur angehäuft.

Die Veränderung im Gesellschaftscharakter von der hortenden hin zur Marketing-Orientierung vollzog sich nach Fromm im 19. Jahrhundert mit der Ausbildung des marktwirtschaftlichen Wirtschaftssystems.²⁷⁶ Grundlage des Marketing-Charakters ist die Beziehungslosigkeit gegenüber Menschen und Dingen, die diese austauschbar machen:

„Was für ihn (sc. den heutigen Menschen) zählt, ist vielleicht das Prestige oder der Komfort, den bestimmte Dinge gewähren, aber die Dinge als solche haben keine Substanz. Sie sind total

²⁷⁰ ebd., S. 87.

²⁷¹ vgl. ebd., S. 35.

²⁷² vgl. ebd., S. 84.

²⁷³ vgl. ebd., S. 83.

²⁷⁴ vgl. ebd., S. 85.

²⁷⁵ vgl. ebd., S. 85f.

²⁷⁶ vgl. ebd., S. 76.

austauschbar, ebenso wie Freunde und Liebespartner, die genauso ersetzbar sind, da keine tieferen Bindungen an sie bestehen“.²⁷⁷

Was zählt, ist allein der Tauschwert: „...man genießt das ‚gute Geschäft‘ fast ebenso und mehr als das, was man am Ende dabei gewinnt: das brandneue Modell eines Wagens“.²⁷⁸ Dass das konkrete Ding (z.B. Auto) schon bald wieder gegen ein neues Modell eingetauscht wird, erklärt Fromm damit, der Akt des Besitzergreifens habe etwas mit dem Gefühl der Macht zu tun, das man möglichst oft erleben wolle.²⁷⁹

Nach Fromm ist psychologisch für die Haben-Orientierung, die sich im Marketing-Charakter des modernen Menschen niederschlägt, die Sinnleere des Daseins verantwortlich, die durch die Monotonisierung und Bürokratisierung der Lebenswelt entsteht. Sie schaffen eine Leere, die durch Konsum gefüllt wird.

1.8.2 Ökonomische Konsumtheorien

Nachdem die Ökonomie den Wirtschaftsprozess zunächst einseitig von der Produktion her bestimmt hatte, wurde im letzten Drittel des neunzehnten Jahrhunderts eine eigene Konsumtheorie entwickelt. Mit der Theorie vom „Grenznutzen“, die bis heute das beherrschende Konsummodell in der neoklassischen Wirtschaftslehre darstellt, wird nicht einfach die Nachfrage als gegeben angenommen, sondern es wird nach ihren Bestimmungsgründen gefragt.²⁸⁰

Das Ziel der Grenznutzentheorie besteht darin, Vorhersagen über die richtige Allokation der wirtschaftlichen Ressourcen zu machen. Insofern die Grenznutzentheorie von den individuellen Bedürfnissen und dem mit ihrer Befriedigung einhergehenden Nutzen ausgeht (und nicht von der Produktion) ist sie Ausdruck einer subjektiven statt einer objektiven Wertlehre. In der Folge vernachlässigte die Wirtschaftswissenschaft der Neoklassik die zentrale Rolle der Bedürfnisse und des Konsumverhaltens allerdings wieder. Die Grenznutzentheorie wurde auf diese Weise zu einem unkritischen Bedürfnismodell, bei dem die Bedürfnisse nur *formal* Ausgangspunkt der Konsumtheorie sind, d.h. alles, was am Markt nachgefragt wird, gilt als Bedürfnis.²⁸¹

Die Grenznutzentheorie geht davon aus, dass es das Bestreben des Konsumenten ist, durch rationale Kosten-Nutzen-Abwägung den eigenen Gesamt-

²⁷⁷ ebd., S. 144.

²⁷⁸ ebd., S. 76.

²⁷⁹ vgl. ebd.

²⁸⁰ vgl. zum Folgenden Ulrike Knobloch, Theorie und Ethik des Konsums, a.a.O., S. 60.

²⁸¹ vgl. ebd.

nutzen zu vergrößern. Dabei wird die erste Einheit eines konsumierten Gutes als höchste Nutzeneinheit betrachtet; mit jeder weiteren Einheit des Gutes nimmt der Nutzen ab (Gesetz vom abnehmenden Grenznutzen oder Erstes Gossensches Gesetz). Das vom Konsumenten angestrebte Nutzenmaximum ist dann erreicht, wenn die von den letzten Teilmengen der Güter und Dienste ausgehenden Nutzen gleich sind (Zweites Gossensches Gesetz).²⁸²

Ergänzungen der Grenznutzentheorie finden sich in den von Harvey Leibenstein²⁸³ zusammengefassten Abweichungen des *Demonstrations-* oder *Veblen-Effektes*, des *Snob-Effektes*, und des *Bandwaggon-Effektes*. Ihnen ist gemeinsam, dass nicht die Abwägung eines im Konsumgut selbst liegenden Nutzens und des Preises für die Konsumententscheidung ausschlaggebend ist, sondern das Kriterium sozial bestimmt ist.

Eine Abweichung vom rationalen, nutzenabwägenden Verhalten liegt beispielsweise vor, wenn Konsumenten nicht ein niedriges, sondern ein hohes Preisniveau suchen, weil sie dies von der Masse der Konsumenten abhebt (Snob-Effekt) oder wenn sie sich, unabhängig vom individuellen Preis-Nutzen-Verhältnis, dem Verhalten anderer Konsumenten anschließen (Bandwaggon-Effekt).

Beim Veblen-Effekt (*augenfälliger oder demonstrativer Konsum* / „*conspicuous consumption*“) soll der möglichst kostspielige Eindruck eines Gutes in den Augen der Gesellschaft das Sozialprestige fördern.²⁸⁴

Nach Thorstein Veblen dienen Konsumgüter zwar nicht primär, aber unter anderem, dazu, finanzielles Vermögen und damit Einfluss anzuzeigen; sie sind Indikator für gesellschaftliches Ansehen. Ein solcher Indikator ist nicht nur das wertbeständige Vermögen, sondern insbesondere der Luxuskonsum. Das finanzielle Vermögen zeigt sich nämlich am Maß der Verschwendung, die man sich leisten kann. Thorstein Veblen hat dafür den Terminus des „auffälligen Konsums“ (*conspicuous consumption*) geprägt. Er sieht den Konsum (abgesehen von der Befriedigung der existenziellen Bedürfnisse) vor allem im Bedürfnis nach Ansehen und Ehre begründet. In seinem negativen Menschenbild sind

²⁸² vgl. ebd., S. 63.

²⁸³ Harvey Leibenstein, Bandwaggon, snob, and Veblen effects in the theory of consumers' demand, in: Quarterly of Economics 64 (1950), S. 183-207.

²⁸⁴ vgl. Thorstein Veblen, Theorie der feinen Leute. Eine ökonomische Untersuchung der Institutionen, Frankfurt/Mn. 1989 (Original: "The Theory of the Leisure Class", 1899).

Neid und Konkurrenz um Ansehen und Ehre zentrale Triebfedern des sozialen Handelns.²⁸⁵

Thorstein Veblen, der als „Vater der Konsumsoziologie“ gilt, hat auf die soziokulturelle Bedeutung des Konsums, die im utilitaristischen Denkmodell vernachlässigt wurde, in seinem Werk „Theorie der feinen Leute“ bereits 1899 hingewiesen. Indem er neben der Nutzenfunktion die symbolische Bedeutung von Konsumgütern in den Blick nimmt, übersteigt Thorstein Veblen den „naiven Materialismus der utilitaristischen Tradition“²⁸⁶. Die symbolische Bedeutung von Gütern ist bei ihm jedoch auf Fragen des sozialen Status reduziert; weitere Bedeutungen werden vernachlässigt.²⁸⁷ Der Komplexität der Konsummotive wird sein stark vereinfachendes Modell daher nicht gerecht. Seine Analyse bezieht sich zudem lediglich auf den öffentlich sichtbaren Teilbereich des Konsums; der private Konsum wird vernachlässigt.

Auch die Annahme, dass Statuskonkurrenz durch die Nachahmung der höheren Schichten praktiziert wird, ist zumindest mit Blick auf heutige Verhältnisse unzureichend. Es sind nicht mehr ausschließlich die höheren Schichten, deren Lebensstil als nachahmenswert angesehen wird.²⁸⁸ Andere „Vorbilder“ sind an ihre Seite bzw. an ihre Stelle getreten: Designer, TV- und Filmstars, Pop- und Sport-Idole. Die Erklärung des Konsums mit dem Streben nach sozialem Status ist nur dann sinnvoll, wenn es einen Konsens gibt über die Kriterien, die den sozialen Status bestimmen.²⁸⁹ Thorstein Veblen setzte einen engen Zusammenhang zwischen Reichtum und sozialem Status voraus. Zudem ist Konkurrenz um soziales Ansehen nicht nur auf dem Weg der Nachahmung möglich, sondern auch, indem man selbst Neuerungen einführt.²⁹⁰

Weder das Modell der funktionalen Nutzenabwägung, noch das der Sozialeffekte ist jedoch geeignet, zu erklären, warum sich das Konsumverhalten der Moderne auf das immer Neue richtet. Die meisten Versuche, Mode durch das

²⁸⁵ vgl. Thorstein Veblen, *Theorie der feinen Leute*, a.a.O., S. 84: „Da der Konsum von besseren Gütern ein Beweis des Reichtums ist, wird er ehrenvoll, und umgekehrt zeichnet sich ein mangelnder quantitativer und qualitativer Verbrauch durch Würde- und Ehrlosigkeit aus“ ... „Unglaubliches Elend und unsagbare Entbehungen werden erlitten, bevor der letzte Schmuck, der letzte Schein der Wohlanständigkeit weggegeben wird. Es gibt heute weder eine Klasse noch ein Land, welches die physische Notwendigkeit so tief hat sinken lassen, dass man sich jede Befriedigung dieses höheren geistigen Bedürfnisses versagen würde“ (ebd., S. 93).

²⁸⁶ Colin Campbell, *The Romantic Ethic and the Spirit of Consumerism*, a.a.O., S. 49.

²⁸⁷ vgl. ebd.

²⁸⁸ vgl. ebd., S. 53.

²⁸⁹ vgl. ebd.

²⁹⁰ vgl. ebd.

Nachahmen von Prestige-Gruppen zu erklären, vernachlässigen die Frage des unaufhörlichen Wechsels, der ein Kennzeichen der Mode ist.²⁹¹

Die Grenznutzentheorie ist als Modell des Konsumverhaltens in mehrfacher Hinsicht unzureichend: Ihr Thema sind lediglich die faktisch am Markt in Form von Produktpräferenzen geäußerten Bedürfnisse, unabhängig davon, ob sie mit den tatsächlichen Bedürfnissen übereinstimmen und unabhängig davon, ob sich die individuellen mit den gesellschaftlichen Bedürfnissen in Einklang bringen lassen.²⁹² Indem die neoklassischen Konsumtheorien davon ausgehen, dass die am Markt vom Individuum geäußerten Präferenzen zugleich gesellschaftlich erwünscht sind („Bedürfnisharmonie“), vernachlässigen sie die sich aus sozialen und ökologischen Interdependenzen ergebenden „zahlreichen, systematischen und nicht nur vereinzelt Konflikte“.²⁹³

Der Ökonom Tibor Scitovsky bemerkt zu der Ergänzungsbedürftigkeit der Grenznutzentheorie:

„Die herkömmliche Konsumtheorie hat bisher weder das Bedürfnis des einzelnen nach Neuem und nach Abwechslung, noch sein Bedürfnis nach bestimmten ‚Konsumfähigkeiten‘ berücksichtigt, um bestimmte Formen des Konsums genießen zu können. Außerdem hat sie außer acht gelassen, daß der Einfluss unserer Gewohnheiten stark genug ist, um die Befriedigung eines Bedürfnisses oder eine rationale Entscheidung zu verhindern. Sie erkennt zwar die Interdependenz oder externen Effekte an, tut sie jedoch als relativ unwichtig ab.“²⁹⁴

Insofern die externen Effekte nicht in den Preismechanismus Eingang finden, ist das Modell auch als ökonomisch defizient zu betrachten.²⁹⁵

Die zuvor genannten Strukturen des modernen Konsumverhaltens (siehe Kapitel 1.6.) legen zudem nahe, dass für einen großen Teil von Konsumententscheidungen in den wohlhabenden Industrienationen die nutzenvermehrnde Rationalität des homo oeconomicus – Modells nicht handlungsbestimmend ist.

1.8.3 Instrumentelle und symbolische Funktion

Auch die Unterscheidung von *Gebrauchswert* und *Zusatznutzen* eines Produkts ist nur ein Hilfskonstrukt, das den Blick darauf verstellt, dass der Gebrauchswert bei vielen Formen des Konsums kaum eine oder gar keine Rolle spielt. Die

²⁹¹ vgl. ebd.

²⁹² vgl. Ulrike Knobloch, *Theorie und Ethik des Konsums*, a.a.O., S. 90.

²⁹³ ebd., S. 144; vgl. S. 150ff.

²⁹⁴ Tibor Scitovsky, *Psychologie des Wohlstands*, a.a.O., S. 129.

²⁹⁵ vgl. Bernd Biervert, Artikel „Konsum, Konsumgesellschaft“, in: Georges Enderle u.a. (Hrsg.), *Lexikon der Wirtschaftsethik*, Freiburg u.a. 1993, Sp.535-545, hier: Sp. 540.

Unterscheidung lässt sich auch nicht auf alle Konsumgegenstände anwenden: Reine Dekorations- oder Kunstgegenstände wie Bilder lassen sich in dieser Kategorisierung nicht unterbringen.

Treffender ist die Unterscheidung von instrumenteller und symbolischer Bedeutung von Gütern²⁹⁶.

1.8.3.1. Instrumentelle Bedeutung

Die *instrumentelle Bedeutung* impliziert direkte Kontrolle durch den funktionalen Gebrauch des materiellen Besitzes. In dieser Hinsicht ist der Besitz nutzenorientiert. Er macht beispielsweise, wie im Fall des Autos, Aktivität möglich und kann diese (hier überschneiden sich die Bedeutungen) zugleich symbolisieren. Der instrumentelle Nutzen braucht nicht auf einer technischen Ebene zu verbleiben. Er kann beispielsweise auch darin bestehen, Gefühle zu ermöglichen und darzustellen (z.B. Abspielgeräte für Musik).

Daneben gibt es den *symbolischen* Ausdruck mit Hilfe von Gütern, indem diese genutzt werden, um charakteristische Aspekte der eigenen Person (expressiv-symbolische Bedeutung) oder die Stellung innerhalb des sozialen Gefüges (kategorial-symbolische Bedeutung) mit Hilfe äußerer Ausdrucksmittel darzustellen.²⁹⁷

1.8.3.2. Expressiv-symbolische Bedeutung

Die symbolische Bedeutung von Gütern hebt diese aus der Sphäre des rein Materiellen heraus. Als Ausdrucks- und Kommunikationsmittel stellen sie eine Art „Sprache“ dar.²⁹⁸ Dabei müssen allerdings die Grenzen materieller Objekte als Ausdrucksmittel berücksichtigt werden. Im Vergleich zur Sprache sind sie (von Kunstgegenständen abgesehen) verarmte Kommunikationsmittel, die wenig darstellenden Spielraum ermöglichen.²⁹⁹ Über die Bedeutung der materiellen Objekte muss nämlich zunächst Einvernehmen hergestellt werden.

²⁹⁶ vgl. Helga Dittmar, *The Social Psychology of Material Possessions. To Have Is To Be*, Hemel Hempstead 1992, S. 89. Die folgende Kategorisierung der sozialpsychologischen Bedeutung des Konsums orientiert sich an Helga Dittmars Ausführungen.

²⁹⁷ vgl. ebd., S. 89. Marsha Richins unterscheidet eine Form des Konsums, die sich als „auffälliger Konsum“ an ein Publikum richtet und Zugehörigkeit zu einer bestimmten gesellschaftlichen Gruppe signalisiert (Repräsentativer Konsum) von „selbstbefriedigendem Konsum“ ohne Publikum (zitiert nach Andreas Knapp, *Über den Erwerb und Konsum von materiellen Gütern*, in: *Forschungsmagazin der Johannes Gutenberg - Universität Mainz*, S. 22-31).

²⁹⁸ vgl. zu den Möglichkeiten und Grenzen von Konsumgütern, Ausdrucksmittel zu sein und zwischenmenschliche Kommunikation zu ermöglichen: Kap. 3.2.3.3.

²⁹⁹ vgl. Grant McCracken, *Culture and Consumption*, a.a.O., S. 69.

Die Bedeutungen, über die Konsens herzustellen ist, sind nicht nur stark gesellschafts- und situationsabhängig, sondern häufig auch durch den Produzenten, auf dem Weg der Gestaltung des Gegenstandes oder durch das Produktimage, vorgegeben. Persönliche Ausdrucksmöglichkeiten liegen dann noch in der Auswahl und Zusammenstellung der fertigen Produkte, beispielsweise der Variation konfektionierter Kleidungs- oder Einrichtungsstücke.

Dabei stellt sich die Frage, wer die Definitionsmacht besitzt, solche Deutungsmuster anzubieten. Zweifellos kommt der Werbung eine herausgehobene Rolle zu.

1.8.3.3. Kategorial-symbolische Bedeutung

Von der expressiv-symbolischen Bedeutung ist die kategorial-symbolische Bedeutung zu unterscheiden, wenn auch nicht scharf zu trennen. Die Darstellung des sozialen Status nach außen, mittels materieller Aufwendungen, war in der ständischen Gesellschaft geregelt und bisweilen bis ins Detail festgelegt (vgl. Kap. 1.5). Zwar gibt es noch heute Gesellschaften, in denen man sich auf das äußerste in bezug auf existentielle Bedürfnisse einschränkt, bevor der nach außen sichtbare Konsum, an dem sich der soziale Status festmacht, gemindert wird. Doch ist der Ausdruck von Status in demokratischen Gesellschaften stärker individualisiert, d.h. über die Ausdrucksformen besteht kein selbstverständlicher Konsens.

1.9. Zusammenfassung

Ausgehend von der Annahme, dass heutiges Konsumieren sich nicht nur in quantitativer Hinsicht von früheren Konsumformen unterscheidet, bestand das Ziel des ersten Teils in einem besseren Verständnis der modernen Konsumgesellschaft auf der Basis ihrer geschichtlichen Entwicklung und der Erarbeitung von Charakteristika heutigen Konsumverhaltens als Grundlage eines ethischen Entwurfs.

Dabei zeigte sich, dass die Entwicklung nicht nur von materiellen, sozialen und politischen Faktoren, sondern entscheidend auch von geistesgeschichtlichen Einflüssen abhing, die zum Verständnis der Konsum-Motivationen heute wichtig sind.

Veränderungen der *materiellen Entwicklung* begannen in der frühen Neuzeit sichtbar zu werden: Die Entdeckung unbekannter Länder, fremder Völker und anderer Kulturen, verbunden mit dem Import neuer Gegenstände, Lebensmittel und Materialien bewirkten eine intensiviertere Hinwendung zur Welt der Dinge, die in ihrer Fremdheit zu integrieren und mit Sinn zu füllen war. Dies führte wohl im 16. Jahrhundert zu Ansätzen einer materiellen Kultur, die sich vom kargen materiellen Lebensstil des Mittelalters (der nicht auf die Armen beschränkt war) abzuheben begann. Der kosmopolitische Charakter dieses Konsums führte später auch dazu, dass sich die regionale Prägung der Stile und Geschmacksmuster verringerte und so die Voraussetzung für eine Produktion in größerem Maßstab darstellte. Ein in dieser Weise verändertes Verhältnis zu materiellen Dingen ebnete geistig den Weg für die Veränderungen in Produktion und Distribution im Rahmen der Industriellen Revolution.

Die neuen Konsummöglichkeiten haben nicht nur das Leben der Menschen in materieller Hinsicht erleichtert, sondern stehen auch in vielfacher Wechselbeziehung zur Demokratisierung und Individualisierung der Gesellschaft. Die gesellschaftliche Emanzipation des Bürgertums und sein wirtschaftliches Erstarren zählen zu den Voraussetzungen der entstehenden Konsumgesellschaft. Der Konsum hat seinerseits wiederum zur De-facto-Demokratisierung der Gesellschaft und zur Egalisierung der Klassen beigetragen. Zugleich entstand zwischen Konsum und Individualisierung eine Wechselbeziehung, da die Konsummöglichkeiten den einzelnen unabhängiger von der Hilfe anderer machen.

Die ehemals enge Beziehung zwischen Produktion und Konsum, sowohl räumlich (innerhalb der Hauswirtschaft) als auch sachlich (es wurde vielfach auf Bestellung produziert) lockerte sich mit dem Aufkommen der Manufakturen. So entstand – dazu trug auch die Geldwirtschaft bei – ein Stück Fremdheit zwischen dem Menschen und seinen Produkten. Das außerhalb des Haushalts angefertigte und erworbene Produkt musste nachträglich angeeignet, ins Ganze des Lebens wieder integriert werden.

Dass die Gesellschaft offener, demokratischer, bisweilen auch anonym geworden ist, wirkt sich auf die Ziele aus, denen der Konsum zu dienen hat. Sie bestehen stärker als der traditionelle Konsum – der als Bedürfnisbefriedigung der Beseitigung eines Mangels diente – in seiner symbolischen Funktion, in Selbstaussdruck und Kommunikation.

An der Wurzel der entstehenden Konsumgesellschaft stand jedoch nicht nur technisch die Möglichkeit einer ertragreicheren Produktion und sozial die erstarkte gesellschaftliche Stellung des Bürgertums mit seiner ökonomischen Kapazität, sondern ebenso der *Wunsch*, mehr zu konsumieren, und - statt genau so viel zu arbeiten, wie nötig war, um das traditionelle Bedürfnisniveau abzudecken – nun die Bereitschaft, mehr zu arbeiten, um sich mit dem höheren Verdienst mehr kaufen zu können. Die vermehrte Konsum war nicht eine automatische Folge der erhöhten Produktivität; sondern die zuvor gestiegene *Bereitschaft* zum Konsumieren vielmehr eine der Voraussetzungen für die im Rahmen der Industriellen Revolution notwendigen Investitionen. Was charakterisierte die veränderte Einstellung zum Konsum und wodurch war sie verursacht?

Die materiellen Möglichkeiten des Konsums erweiterten sich signifikant – wohl zum ersten Mal in der Geschichte für breitere Bevölkerungsschichten - in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts in England. Der Konsum von nicht notwendigen Gütern (gemessen an der damaligen Lebensweise) breitete sich in zuvor nicht gekanntem Ausmaß aus und erfasste breitere Schichten der Bevölkerung. Insbesondere lässt sich hier bereits die Beschleunigung des modischen Wechsels beobachten, die Historiker von einer „Besessenheit“ (v.a. der Mittelklasse) vom Neuen sprechen lässt.

Das Neue, der Wechsel, der auch Kennzeichen der Mode ist, übt bis heute eine besondere Anziehungskraft auf moderne Konsumenten aus. Die Faszination vom Neuen ist keine anthropologische Konstante, sondern eine geschichtliche Entwicklung. Was sich hier an den Ursprüngen der Konsumgesellschaft zeigt, bleibt ein Charakteristikum bis heute. Neben der Suche nach dem Neuen ist der spezifisch moderne Konsum (sein „konsumistisches“ Element) gekennzeichnet durch die Unersättlichkeit der Konsumenten, die sie nie ans Ziel kommen lässt.

Die neuen Produkte werden mit illusionären Erwartungen befrachtet, die sie nicht einlösen können. Aus diesem Grund richten sich die Erwartungen auf weitere neue Gegenstände. Nur die *neuen* Produkte eignen sich als Vehikel unrealistischer Wunschvorstellungen – die Dinge, die man kennt, das weiß man, werden sie nicht erfüllen. Jedoch sind auch die Erwartungen, die sich auf die Neuheit des nächsten Konsumgegenstands richten, nicht ernsthaft, sondern sie bestehen auf einer Ebene zwischen Realität und Phantasie. Die Brücke zur Realität stellt - durch seine materielle Beschaffenheit - das Produkt dar. An der Wurzel konsumistischen Verhaltens liegt eine „Als-ob“-Haltung, die sich die Werbung zunutze macht und verstärkt. Aufgrund dieser „Als-ob“-Haltung fühlt

sich niemand betrogen, wenn sich z.B. mit dem Kauf des Instant-Cappucino nicht das leichte italienische Lebensgefühl in Form des italienischen Nachbarn einstellt (wie es ein Werbespot darstellt). Der entscheidende Bestandteil des Vergnügens am Kauf eines solchen Produkts ist allerdings die *Illusion*, dies könnte so sein. Als selbst-illusionärer, „sentimentaler“ (auf Gefühlen basierender) Hedonismus (im Unterschied zum traditionellen, sinnlichen Hedonismus) wird daher dieser Aspekt des Konsumverhaltens von Colin Campbell charakterisiert, der die geistigen Wurzeln der Entwicklung der Fähigkeit zu einem autonomen Umgang mit der Gefühlswelt zum Zweck des Vergnügens in Strömungen des Puritanismus bzw. Pietismus und dem ethischen Verständnis der Romantik bzw. einiger Proto-Romantiker des englischen Sentimentalismus, aufspürt. Diese Geistesströmungen entfalteten ihre Wirkung besonders in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts, in dem Zeitraum also, in dem Historiker die beschriebene deutliche Zunahme des Konsums feststellen.

Als Reaktion gegen das rationalistische Gottesbild des Calvinismus hatte sich - sowohl humanistisch als auch pietistisch beeinflusst - eine „emotionalistische Ethik christlicher Sensibilität“³⁰⁰ entwickelt. Der Ausdruck von Gefühlen galt als Ausweis besonderer Tugendhaftigkeit. Sie entwickelte sich weiter zu einer „hedonistischen Gefühlsethik“, die ursprünglich allerdings religiös inspiriert und altruistisch geprägt war. Als der religiöse Hintergrund und die altruistische Motivation verblassten, blieb die Fähigkeit, Gefühle autonom zu beeinflussen und als Quelle des Vergnügens zu nutzen, erhalten. Dies ist die Grundlage für die spezifische Form des Illusions-Konsums, der von mehreren Autoren (die ihn allerdings anders bezeichnen) als die charakteristische Ausprägung heutigen Konsumierens angesehen wird.

Dieses Verhalten lässt sich durch das utilitaristische, nutzenmaximierende Handlungsmodell des homo oeconomicus nicht erklären. Es wird auch durch die sozialen Abweichungen der Grenznutzentheorie (Veblen-, bandwaggon-, Snob-Effekt) nicht erfasst. Der Begriff der Bedürfnisbefriedigung (Kap. 3.2.2.) stößt hier an Grenzen.

Auch sozial-psychologische Erklärungen wie die Haben-Orientierung (Erich Fromm) oder der Symbolgehalt von Gegenständen, erläutern nur einen Teil des modernen Konsumverhaltens, jedoch nicht die charakteristische Vorliebe für den Erwerb ständig neuer Produkte ohne materielle Notwendigkeit.

³⁰⁰ Colin Campbell, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, a.a.O., S. 117.

Das romantische Sich-Sehnen nach einer anderen Wirklichkeit (in Verbindung mit einem ethisch-ästhetischen Geschmacksbegriff) ist die Triebfeder eines großen Teils heutigen Konsumierens und die „dynamische Interaktion zwischen Illusion und Realität“³⁰¹ der Schlüssel zum Verständnis des Konsumismus. Der „Geist des Konsumismus“ ist in diesem Sinn alles andere als materialistisch, sondern von der Gefühlswelt bestimmt („sentimental“) und selbst-illusionär (Colin Campbell). Dies lässt sich an vielen Fernseh-Werbespots ablesen.

Zwei entgegengesetzte Pole – der Kapitalismus der Unternehmer mit ihrer Fähigkeit zur innerweltlichen Askese, ebenso wie das sentimental-illusionär-hedonistische Element im Kaufverhalten (derselben Klasse) prägten also die Konsumgesellschaft an ihrem Ursprung. Diese Gleichzeitigkeit puritanischer und romantischer Züge, die, wiewohl gegensätzlich, einander ergänzen und möglicherweise in der Konsumgesellschaft gegenseitig bedingen, bestimmt das Dasein vieler Menschen in ihr bis heute: Das Wirtschaftsleben erfordert in hohem Maß Leistungsbereitschaft und den Verzicht auf andere Werte. Davon getrennt, erlaubt jedoch der „Bereich“ der Freizeit beinahe schrankenlosen Genuss und Konsum, ohne die die Wirtschaft wiederum nicht so leistungsfähig wäre.

Auf dieser Voraussetzung wird der Konsumkritik vorgeworfen, in hohem Maß wirtschaftsschädigend zu sein. Ist die moderne Wirtschaft der westlichen Welt tatsächlich, wie Colin Campbell meint, auf diese beiden gegensätzlichen kulturellen Charakteristika angewiesen? Oder kann eine Änderung des sentimental-illusionären Charakters des Konsums, der Verzicht auf ständige Neuerung und die stärkere Berücksichtigung des Aspekts der Nachhaltigkeit im Konsumverhalten stattfinden, ohne dass die industrielle Produktion und mit ihr das Wirtschaftsgefüge und die ökonomische Grundlage der Gesellschaft zusammenbrechen?

Die Frage ist theoretisch. Niemand wird derzeit davon ausgehen, dass konsumkritische Stellungnahmen in der Praxis tatsächlich eine solche Breitenwirkung entfalten könnten. Diese realistische Erkenntnis ist die nächstliegende Form der Rechtfertigung der Konsumkritik gegenüber entsprechenden Vorwürfen. Sie trifft auch zu mit Blick auf den Einwand, dass die Konsummöglichkeiten gesellschaftlich stabilisierend wirkten (dass die Menschen nicht politisch rebellieren). Es ist jedoch vor allem davon auszugehen, dass eine konsumbedingte „Stabilität“ der Gesellschaft in Krisenzeiten leicht in ihr Gegenteil umschlägt. Hinzu

³⁰¹ ebd., S.90.

kommt, dass eine eventuelle gesellschaftliche Stabilität durch Konsum nicht um den Preis weltweiter Instabilität erkaufte werden darf, die durch die Ungleichheit der wirtschaftlichen Entwicklung erzeugt wird.

Schließlich gilt, dass Gegebenheiten, die ein Hindernis darstellen für das Glück und das Heil der Menschen, benannt und nach Alternativen befragt werden müssen. Dieses Anliegen verfolgt die kirchliche Materialismus- und Konsumkritik, die im folgenden Kapitel darzustellen ist.

2. Kirchliche Materialismus- und Konsumkritik

Ein Ausgangspunkt dieser Arbeit bestand in der Vermutung, dass die Begriffe Konsumismus und Materialismus in der kirchlichen Kritik vielfach zwar schlagwortartig verwendet werden, jedoch unzureichend definiert sind. In diesem Kapitel wird untersucht, was eigentlich Gegenstand kirchlicher Konsumismus- und Materialismuskritik ist (z.B.: wird individuelles Verhalten oder werden Strukturen kritisiert?), wie sie begründet ist und welche „Heilmittel“ empfohlen werden.

Die nachfolgende Untersuchung beginnt bei Papst Pius XII. Innerhalb seines Pontifikats entsteht erstmals in der Geschichte etwas wie Massenkonsum in dem Sinn, dass die Mehrheit der Bevölkerung sich in nennenswertem Ausmaß Produkte leistet, die über den existenziellen Bedarf (Nahrung, Kleidung, Wohnen) hinausgehen.

2.1. Papst Pius XII. (1939-1958)

2.1.1. Vorbemerkung zum Materialismus-Begriff bei Pius XII.

Der Begriff "Materialismus" ist ein wesentlicher Bestandteil der Gesellschafts- und Kulturkritik Pius' XII. Gemeint ist damit nicht - wie man im Rückblick auf die Zeit der späten 40er und 50er Jahre vermuten könnte - ausschließlich oder auch nur in erster Linie der weltanschauliche Materialismus der marxistischen Theorie.³⁰² An wenigen Stellen nur wird der Begriff ausschließlich in diesem Sinn verwendet. Die Analyse Pius' XII. ist grundsätzlicher angelegt. Materialismus bezeichnet hier ein vielschichtiges Phänomen, das sich auf die Art menschlicher Wahrnehmung und Erkenntnis (Sensualismus, Empirismus) ebenso erstreckt wie auf den Umgang mit materiellen Gütern (praktischer Materialismus) und auf den zur Grundlage politischer Systeme gewordenen weltanschaulichen Materialismus des Marxismus.

³⁰² Der Materialismus tritt unter zwei "Masken" auf: Er zeigt sich zum einen in der Form eines egoistischen Genusses der Güter der Welt und zum anderen als kollektive Bedrückung von Völkern und Nationen: vgl. Papst Pius XII., Ansprache an Teilnehmerinnen des 14. Internationalen Kongresses des Weltverbandes der katholischen Frauenorganisationen am 29. 10. 1957, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII., Bd. 3, Fribourg 1961, S. 2781-2803, hier: S. 2802, Nr. 4840.

Die unterschiedlichen Aspekte des Materialismus beschreibt Pius XII., der keine Sozialzyklika hinterlassen hat, weniger in Form von systematischen Abhandlungen. Er widmet der Materialismus-Kritik jedoch breiten Raum in Ansprachen und Botschaften an katholische Verbände und Zusammenschlüsse. Die Weihnachtsbotschaften von 1953 und 1955 sind ebenfalls in weiten Teilen diesem Thema gewidmet. Von 1950-1954 steht es darüber hinaus im Mittelpunkt der Papstbotschaften an die Katholikentage in Passau, Berlin und Fribourg.³⁰³

Mit dem komplexen Begriff des Materialismus bezeichnet Pius XII. eine Zeitererscheinung, die nahezu alle Bereiche des menschlichen Lebens erfasst. Es ist eher die Ausnahme, dass der Papst den Begriff durch ein Adjektiv (z.B. „*praktischer* Materialismus“) näher spezifiziert. So schwingen in der Regel auch die nicht ausdrücklich genannten Dimensionen mit. Mit „Materialismus“ ist bei Pius XII. eine Haltung des Denkens und Forschens gemeint, aber auch des Lebensstils und der Lebenseinstellung, die nicht nur das Verhalten von Einzelnen, sondern auch den Zeitgeist und seine Verfestigung in sozioökonomischen Strukturen charakterisiert. Der Papst ist sich der Komplexität und der Verflochtenheit des Phänomens tief in die neuzeitliche Geistesgeschichte hinein bewusst. Er beschreibt sie mit einer analytischen Schärfe und mit einer Weitsicht, die im Rückblick manches vor mehr als einem halben Jahrhundert Gesagte aktuell erscheinen lässt.

Weil der Papst den Ursprung der unterschiedlichen Aspekte des Materialismus in derselben Denkweise und Weltwahrnehmung begründet sieht, findet sich selten eine explizite Unterscheidung zwischen einem Materialismus im Sinne

³⁰³ vgl. Brief an den Deutschen Katholikentag in Passau, 16. August 1950, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), *Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII.*, Bd. 1, Fribourg 1954, S. 88-91; Radioansprache (Erster Teil) an den 10. Schweizerischen Katholikentag in Fribourg, 16. Mai 1954, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), *Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII.*, Bd. 2, Fribourg 1954, S. 2437-2439; Botschaft an den Katholikentag in Berlin, 10. August 1952, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), *Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII.*, Bd. 1, a.a.O., S. 92-97. Die Botschaft an die Teilnehmer des Berliner Katholikentags ist - bedingt durch Veranstaltungsort und -zeit - deutlich konzentriert auf die Auseinandersetzung mit dem Kommunismus, so dass Fragen des praktischen Materialismus in ihr kaum zur Sprache kommen.

des dialektischen, weltanschaulichen Materialismus und des praktischen Materialismus des Westens. Übereinstimmung besteht nicht nur im Ursprung, sondern auch hinsichtlich wesentlicher Konsequenzen: Materialismus bedeutet die Vernachlässigung geistiger Werte und echter Kultur, die Missachtung der Menschlichkeit und die Blockierung der transzendenten Dimension des Daseins, der Offenheit für Gott. Die verschiedenen Ausprägungen des Materialismus sind verbunden mit einer defizitären Anthropologie, die die menschliche Würde, Freiheit und Selbstbestimmung vernachlässigt.

Die folgenden Kapitel haben eine Darstellung der Materialismuskritik Pius' XII. vor allem in ihrer *praktischen Dimension* zum Gegenstand. Wegen der fehlenden scharfen Trennung sind jedoch die übrigen Bedeutungen ebenfalls kurz darzustellen.

2.1.1.1. *Erkenntnistheoretischer Materialismus (Sensualismus, Empirismus)*

Die Methode der empirischen Wissenschaften, sich in ihrer Systematik auf das Zähl- und Messbare zu beschränken, scheint sich, so der Papst, unberechtigterweise auf die Wahrnehmungsweise der Menschen überhaupt zu übertragen. Dies hat zur Konsequenz, dass alles Transzendente aus dem menschlichen Bewusstsein ausgeklammert wird. Wenn die naturwissenschaftliche Methode über den Gegenstand ihres Forschungsgebietes hinaus ausgeweitet wird und das Denken der Menschen von Grund auf bestimmt, bedeutet dies eine fundamentale, freiwillige Einschränkung der menschlichen Erkenntnisfähigkeit und des geistigen Horizonts. Aus ihr resultiert ein Gefühl der Angst und Bedrängnis, das Pius XII. für charakteristisch für die Menschen seiner Zeit hält. In seiner verengten Perspektive ist der Mensch völlig auf sich selbst und auf die von ihm geschaffene Wirklichkeit, auf die Welt seiner eigenen Produkte, zurückgeworfen:

"In dieser verkehrten Weltanschauung, wie sie der 'technische Geist' bietet, liegt vor allem eine fundamentale Täuschung. Das auf den ersten Blick unbegrenzte Panorama, das die Technik vor den Augen des modernen Menschen ausbreitet, bleibt, so ausgedehnt es auch ist, dennoch nur eine einseitige Projektion des Lebens auf die Wirklichkeit und drückt nur dessen Beziehungen zur Materie aus. Es ist darum ein täuschendes Panorama, das schließlich den Menschen, der leichtfertig an die Unermeßlichkeit und Allmacht der Technik glaubt, in ein zwar weites, aber

doch begrenztes und darum auf die Dauer für seinen ursprünglichen Geist unerträgliches Gefängnis einschließt. Sein Blick, weit davon entfernt, die unendliche Wirklichkeit zu durchdringen, die nicht nur Materie ist, muß sich von den Schranken, die diese ihm notwendigerweise entgegenstellt, bedrückt fühlen. Daher die verborgene Angst des heutigen Menschen, der blind geworden ist, weil er sich freiwillig mit Finsternis umgeben hat."³⁰⁴

Der Materialismus des Denkens hat insofern praktische Auswirkungen, als er bewirkt, dass der sich selbst auf die materielle Dimension des Daseins beschränkende Mensch sich in dieser selbst geschaffenen Begrenzung letztlich eingesperrt und bedroht fühlt. Seine Angst wiederum beeinflusst sein Verhältnis zu seinen Mitmenschen, zur Umwelt und zu seinen eigenen Produkten. Sie wird über die individuelle Ebene hinaus, wenn sie das Denken einer ganzen Zeit prägt, auch auf der Ebene der menschlichen Gemeinschaften ihre Wirkung entfalten (s.u., Kapitel 2.1.2.4.).³⁰⁵

2.1.1.2. *Weltanschaulicher Materialismus*

Neben einer Form des Materialismus, die als Folge der geistesgeschichtlichen, technologischen und industriellen Entwicklung und den diese begleitenden soziologischen Veränderungen die Lebensauffassungen und -äußerungen der Menschen eher unbewusst und lautlos prägt und verändert, gibt es den Materialismus als gedanklich verfestigtes und propagiertes weltanschauliches System, das bis zum Wendejahr 1989 zur Grundlage der staatlichen Struktur und gesellschaftlichen Ordnung der kommunistischen Staaten wurde. Pius XII. betrachtet diesen System-Materialismus als eine spezielle Form der geschichtlichen Realisierung des erkenntnistheoretischen (sensualistischen, empiristischen) und praktischen Materialismus, der als breite Zeitströmung auch die Menschen im Westen erfasste. Unter der Bezeichnung "Materialismus" greift Pius XII. nur an wenigen Stellen ausschließlich die politischen Systeme des Ostens an.³⁰⁶ Meist ist die Kritik umfassender. Für ihn ist die Form des System-Materialismus, die die persönliche Freiheit und Selbstbestimmung unterdrückt, indem sie den Menschen zum Teil eines Kollektivs macht, nur die Zuspitzung einer materialistischen Fehlentwicklung, die den Menschen auch im Westen zu

³⁰⁴ Radio-Weihnachtsbotschaft, 24. Dezember 1953, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), *Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII.*, Bd. 1, Fribourg²1954, S. 301-316, hier: S. 306, Nr. 661.

³⁰⁵ Zu den negativen Auswirkungen materialistischen Denkens und Handelns auf die menschliche Gemeinschaft: vgl. Kapitel 2.1.2.4.

³⁰⁶ Dennoch kann auch ohne ein näher bestimmendes Adjektiv der Kommunismus gemeint sein, z.B. in der Botschaft an den Katholikentag in Berlin 1952, a.a.O., S. 95: „Der Materialismus heutiger Prägung mündet nach seinem eigenen Geständnis aus in Kampf ...“.

einem Rädchen im Getriebe herabwürdigt und ihn seiner Freiheit und Selbstbestimmung beraubt.³⁰⁷

2.1.1.3. *Praktischer Materialismus*

Keine Zeit sieht Pius XII. so sehr vom praktischen Materialismus bestimmt wie seine eigene.³⁰⁸ Wenn der Papst fordert, einen "Damm gegen den Materialismus"³⁰⁹ zu errichten und auch das Marianische Jahr 1954 in diesen Zusammenhang stellt, zeigt sich darin die Bedeutung, die er dem Phänomen zumisst.³¹⁰ Er wird nicht müde, dieser Zeiterscheinung, die er als eine Herausforderung des Christentums sieht, vergleichbar mit dem Kampf der frühen Christen in einer heidnischen Gesellschaft - in Ansprachen, Botschaften und Briefen nachzugehen. Dabei beschränkt er sich nicht auf die Zurückweisung eines aufwändigen Lebensstils und den Aufruf zur Rückkehr zur Einfachheit in der Lebensführung, sondern begibt sich bei der Ursachenanalyse auch auf das Feld der Untersuchung gesellschaftlicher, wirtschaftlicher und soziologischer Strukturen. Allerdings fehlt diese Perspektive, wenn es um die Frage nach Auswegen geht.

2.1.2. Gegenstand der Kritik

2.1.2.1. *Die Ebene der Handlungsdisposition: Vergötzung der Technik*

Eine besondere Form des Materialismus besteht für Pius XII. in der „technischen Lebensauffassung“.³¹¹ Der "technische Geist" beschränkt sich nicht auf den Bereich der Theorie, der Weltanschauung und -wahrnehmung, sondern als "*technische Lebensauffassung*"³¹² prägt er auch die Lebenspraxis. Diese wird definiert als Haltung, das Leben ausschließlich unter der Rücksicht seiner technischen Werte zu betrachten, als technischen Stoff und als technische Kraft. Für den technischen Geist gilt nur, was messbar ist und sich nach dem Krite-

³⁰⁷ vgl. Botschaft an den Katholikentag in Berlin, a.a.O., S. 95, vgl. Kap. 2.1.3. dieser Arbeit.

³⁰⁸ "(der Materialismus) erfüllt sich im Kult des 'Stoffes', des Leibes und der Leibeskraft, des Geldes und der Macht. Kaum eine Zeit hat so wie die gegenwärtige das Wort der Schrift wahr gemacht, daß alles in der Welt 'Fleischeslust, Augenlust und Hoffart des Lebens' ist. Die organisierte und in der Rüstung politischer Macht einerschreitende Gottlosigkeit wäre weniger gefährlich, wenn sie nicht als Rückhalt und Zukunftshoffnung alle die vielen für sich buchen könnte, die, ohne sich zu ihr zu bekennen, ja vielleicht vermeinend, noch gläubige Menschen und Christen zu sein, in der Wirklichkeit des Alltags ganz so leben, als ob es keinen Herrgott gäbe." (Brief an den Deutschen Katholikentag in Passau, 16. August 1950, a.a.O., S.88, Nr. 197).

³⁰⁹ Brief an den Deutschen Katholikentag in Passau, 16. August 1950, a.a.O., S. 89, Nr. 198f.

³¹⁰ Erster (französischer) Teil der Radioansprache an den 10. Schweizerischen Katholikentag in Fribourg, 16. Mai 1954, in: Soziale Summe Pius' XII., Bd. 2, a.a.O., S. 2437-2439, hier: S. 2438, Nr. 4277.

³¹¹ Weihnachtsbotschaft (Radio), 24. Dezember 1953, a.a.O., S. 310, Nr. 669.

³¹² ebd., S. 310, Nr. 668f.

rium der Nützlichkeit bewerten lässt. Aufgrund dieser eingeschränkten Perspektive ist der von der technischen Zivilisation bestimmte Mensch „im Denken vermindert“.³¹³

Bei dieser Kritik geht es nicht um eine Verurteilung der Technik selbst, sondern eines Technizismus, d.h. eines falschen Stellenwerts, der ihr eingeräumt wird und der sie zur beherrschenden und bestimmenden Lebenswirklichkeit werden lässt. Die Technik an sich ist dagegen nicht nur nicht negativ zu werten,³¹⁴ sondern nach dem Urteil Pius' XII. kann sie sogar zur Entdeckung religiöser Werte führen.³¹⁵ Richtig verstanden, steht sie im Dienst eines ganzheitlichen menschlichen Wohls.³¹⁶ Pius XII. anerkennt die Errungenschaften des technischen Fortschritts, befürchtet jedoch, dass sie aus ihrer Relativität hinsichtlich übergeordneter Ziele herausgelöst werden. Er steht mit dieser Kritik am Ungenügen des wissenschaftlich-technisch-wirtschaftlichen Fortschritts in der Tradition der Päpste seit Mitte des 19. Jahrhunderts.³¹⁷

Gegenstand der päpstlichen Kritik ist also eine verselbstständigte Technik, die zum Prinzip erhoben wird, eine "Autonomie der Technik"³¹⁸, die das Leben bestimmt, statt eine Dienstfunktion einzunehmen. Dies führt zu einem "technischen Geist",³¹⁹ der darin besteht,

"daß man es für den höchsten menschlichen Wert, den höchsten Wert des Lebens hält, möglichst großen Nutzen aus den Kräften und Elementen der Natur zu ziehen; daß man sich unter Zurückstellung aller anderen menschlichen Betätigungen die technisch möglichen Methoden der mechanischen Produktion zum Ziel setzt und daß man in ihnen die Vollendung der irdischen Kultur und Glückseligkeit sieht."³²⁰

In diesem Zusammenhang zieht der Papst mit Blick auf die Einstellung zum technischen Fortschritt eine Parallele zum Götzendienst.³²¹

³¹³ ebd., S. 308, Nr. 663.

³¹⁴ vgl. ebd., S. 303. Gelobt werden Arbeitserleichterung und steigende Produktivität (vgl. ebd., S. 309).

³¹⁵ "Nun aber ist klar, daß jede Erforschung und Entdeckung der Kräfte der Natur durch die Technik letzten Endes zu einer Erforschung und Entdeckung der Größe Gottes führt. Wie könnte man die Technik, wenn man sie so betrachtet, mißbilligen oder verurteilen?" (ebd., S. 305).

³¹⁶ ebd., S. 304f., Nr. 658.

³¹⁷ vgl. Pius Karpf, Fortschritt und Kirche. Die Stellung des kirchlichen Lehramtes zum wissenschaftlich-technisch-wirtschaftlichen Fortschritt = Grenzfragen zwischen Theologie und Philosophie, Bd. 22, Köln-Bonn 1974.

³¹⁸ Weihnachtsbotschaft (Radio) 1953, a.a.O., S. 305, Nr. 660.

³¹⁹ ebd., S. 305, Nr. 660.

³²⁰ ebd., S. 305f., Nr. 660.

³²¹ vgl. ebd., S. 303, Nr. 657.

Technik bedeutet dann eine geistige Gefahr, wenn sie zu Selbstgenügsamkeit und Undankbarkeit führt und der Mensch sich angesichts der eigenen Schaffenskraft und des gesteigerten Vermögens, die Natur zu beherrschen, autark wähnt und seine geschöpfliche Abhängigkeit vergisst.³²²

Der "technische Geist" steht der Entwicklung der menschlichen Persönlichkeit im Weg. Er behindert Ruhe, Heiterkeit und Einkehr, die ihrerseits Voraussetzungen sind für Religiosität. Er beraubt die Menschen ihres kritischen Sinnes gegenüber der "eigenartigen Ruhelosigkeit und Oberflächlichkeit unserer Zeit".³²³ Die Methodik der Technik, wenn sie sich auf die Denkweise der Menschen überhaupt überträgt, verstellt den Blick auf die religiöse Dimension der Wirklichkeit.³²⁴

Der Wandel wirkt sich nicht nur im Bereich der Arbeit und Freizeit, in der gesellschaftlichen Organisation und der Umwelt aus, sondern beeinflusst auch die *zwischenmenschlichen Beziehungen*. Indem der Fortschritt den Menschen nach seinen eigenen Kriterien des schnellen Wandels, der Unbeständigkeit und Oberflächlichkeit prägt, trägt er bei zur Suche nach Zerstreuung und Vergnügen, die wiederum die Möglichkeit innerer Sammlung und religiöser Erfahrung zunichte machen.³²⁵ Dem im Klima *technischer Zivilisation* großgewordenen Menschen fehlt ein wesentlicher Teil seines Menschseins. Der Papst vergleicht ihn mit einer Pflanze, die in einem Boden wächst, dem lebenswichtige Substanzen fehlen. Eine solche Pflanze kann zwar leben, sich aber nicht wirklich entfalten.³²⁶

Die Geschwindigkeit, die im physikalischen Bereich gesteigert wurde, führt zu einem Änderungsdruck im Lebenstempo allgemein, auch bei solchen Werten, die Beständigkeit und Treue erfordern. Der Mensch droht, ein "Mensch der wahnsinnigen Geschwindigkeiten" zu werden, unstedt, wie ein „vom Wind be-

³²² vgl. ebd., S. 305, Nr. 660.

³²³ ebd., S. 307, Nr. 663.

³²⁴ vgl. ebd.

³²⁵ vgl. Weihnachtbotschaft, 22. Dezember 1957, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), *Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII.*, Bd. 3, Fribourg 1961, S. 2527-2558, hier: S. 2534, Nr. 4429.

³²⁶ Das Bild der Pflanze weist darauf hin, dass es nicht das Individuum ist, sondern die dieses prägenden geistigen Verhältnisse, die der Papst in erster Linie verantwortlich macht für die Geringschätzung menschlicher Werte und echter Kultur (vgl. Kap. 2.1.3.).

wegtes Schilfrohr“³²⁷, unfähig, sich zu einer wirklichen Persönlichkeit zu entwickeln. Die Intensivierung der *äußeren Sinneswahrnehmung* durch die neuen technischen Möglichkeiten führt zu einer Verkümmern der Fähigkeit, sie in ihrer *Bedeutung* für das Ganze des menschlichen Daseins zu erfassen, die erhöhte Menge an äußerer Energie zu einer Verringerung des persönlichen Energieaufwandes und zu einer größeren *Passivität* des Menschen.³²⁸

Die vom technischen Fortschritt hervorgerufenen Veränderungen und ihre Rückwirkungen auf den Menschen beurteilt Pius XII. als so einschneidend, dass er von einem "vom Fortschritt geschaffenen"³²⁹ Menschen spricht.

Auch die Umwelt wird durch Raubbau an den natürlichen Ressourcen in Mitleidenschaft gezogen, so dass der Papst sich zu einer bemerkenswert frühen Warnung vor einer Ausbeutung der *Bodenschätze* und *Energiequellen* veranlasst sieht.³³⁰

Nicht nur im Hinblick auf die Vergeudung von materiellen Ressourcen ist die vom technischen Geist bestimmte Ökonomie eine „kostspielige Belastung“³³¹ des Gesamtsystems. Sie bedeutet insbesondere auch eine Belastung der menschlichen Ressourcen.

Der „technische Geist“ führt schließlich dazu, dass *menschliche Beziehungen* den Erfordernissen der Massenproduktion untergeordnet werden und gefährdet so die Menschlichkeit der *Gesellschaft* und die *Familie*, die in Gefahr steht, primär in ihrer Funktionalität für die Wirtschaft wahrgenommen und zu einem reinen Depot von Arbeitskräften bzw. Verbrauchern der erzeugten materiellen Güter degradiert zu werden.³³²

³²⁷ Weihnachtsbotschaft, 22. Dezember 1957, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), *Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens*, Soziale Summe Pius' XII., Bd. 3, Fribourg 1961, S. 2527-2558, hier: S.2534, Nr. 4429.

³²⁸ vgl. ebd., S. 2535, Nr. 4430f.

³²⁹ ebd., S. 2535, Nr. 4430.

³³⁰ vgl. *Ansprache an die Teilnehmer des internationalen Kongresses für Sozialwissenschaft*, 3. Juni 1950, in: *Soziale Summe*, Bd. 2, a.a.O., S. 1672, Nr. 3270; Weihnachtsbotschaft (Radio), 24. Dezember 1953, a.a.O., S. 309, Nr. 666: "Wir verzichten darauf, ausführlicher darzulegen, wie dieses ausschließlich von technischen Gesichtspunkten inspirierte System entgegen den Erwartungen eine Vergeudung der materiellen Mittel wie der hauptsächlichsten Energiequellen verursacht".

³³¹ Weihnachtsbotschaft (Radio), 24. Dezember 1953, a.a.O., S. 309, Nr. 667.

³³² vgl. ebd., S. 310, Nr. 668.

In der vom Materialismus geprägten Denkweise und innerhalb der von ihm geprägten *soziologischen und wirtschaftlichen Veränderungen*, auf dieser

"neuen Grundlage des Denkens und der Verhältnisse nehmen auch alle Vorstellungen, die man vom gesellschaftlichen Leben sich bildet, rein mechanischen Charakter an. Mit fortschreitender Hemmungslosigkeit geht der äußere Zwang, die reine Machtordnung, über die Ordnungsnormen hinweg ... (es) setzt sich immer mehr der Gedanke durch, daß die Macht es ist, die das Recht schafft."³³³

Alle Lebensbereiche - Arbeit, Freizeit, mitmenschliche Beziehungen, Familie, Umwelt, gesellschaftliche Ordnung - sieht der Papst mithin von einer verabsolutierten "technischen" Weltsicht und Lebensauffassung bedroht. Darüber hinaus ist der Kern der *Religionsfähigkeit* betroffen, wenn an die Stelle letzter existenzieller Fragen nach dem Sinn des Lebens ebenfalls ein instrumentelles Denken tritt, das Nützlichkeitsabwägungen noch anstellt, wo es um das letzte Ziel geht, das sich nach Zweckgesichtspunkten nicht mehr beurteilen lässt.³³⁴

2.1.2.2. *Materialismus im Handeln des Einzelnen. Der Fortschritt als Gefahr für die menschliche Freiheit*

Die Auswirkungen des materialistischen Denkens findet Pius XII. in den unterschiedlichen Handlungsbereichen des Einzelnen wieder: besonders im Umgang mit materiellen Gütern und im Bereich der Unterhaltung.

Der Papst kritisiert eine verbreitete Konzentration auf die materielle Seite des Lebens. Ob die neuen Möglichkeiten und Angebote an Arbeitserleichterung und Komfort sinnvoll oder schädlich sind, hängt von der Art ihres Gebrauchs ab. Bei den einen werden sie Freude "wecken, entzünden und verfeinern, während sie die Gier der anderen aufs höchste steigern".³³⁵ Er beklagt die *Passivität* des Einzelnen, der allem nachläuft, was gerade in Mode ist. Hier liegt nach der Ein-

³³³ Rundfunkbotschaft zu Weihnachten, 24. Dezember 1941, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), *Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens. Soziale Summe Pius' XII.*, Bd. 2, Fribourg 1954, S. 1944-1959, hier: S. 1949, Nr. 3782.

³³⁴ Weihnachtsbotschaft (Radio) 1953, a.a.O., S. 310f., Nr. 669: „Die ‚technische Lebensauffassung‘ ist also nichts anderes als eine besondere Form von Materialismus, insofern sie als letzte Antwort auf die Existenzfrage eine mathematische Formel, eine Formel der Nützlichkeitsberechnung bietet.“

³³⁵ Ansprache an die Leserinnen der Zeitschrift ALBA, 17. Mai 1942, in: *Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII.*, Bd. 1, hrsg. von Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP, Fribourg 1954, S. 726-734, hier: S. 728 Nr. 1460.

schätzung des Papstes die eigentliche, die tiefste Not der Völker: in geistiger Armut und *Uniformität*, in der Anpassung des Einzelnen an die Massen.³³⁶

Scharfe Kritik übt Pius XII. vor allem auch an Luxus, Verschwendung und Vergnügungssucht. Sie werden als Folge einer Lebensauffassung und Lebensführung angesehen, „die vom Materialismus durchsetzt“³³⁷ ist.“ Angesichts der Not vieler wirtschaftlich Schwacher geißelt er das Anwachsen eines "überflüssigen und unvernünftigen"³³⁸ Aufwands und sieht seine Zeitgenossen "unmerklich abgeglitten" in die Befriedigung "verfälschter Bedürfnisse".³³⁹

Die an den Einzelnen gerichtete Kritik der persönlichen Lebensweise bezieht sich auch auf den Bereich der Unterhaltung: Kino, Sportplatz, unwichtige Neuigkeiten, Musik verdrängen andere Lebensinhalte.³⁴⁰ Diese Suche nach Zerstreuung breitet sich aus wie eine "Epidemie" und ruft eine innere Leere hervor, die jede Beschäftigung mit sich selbst verhindert. Die Menschen lenken sich mit Nebensächlichkeiten ab. Wegen ihrer inneren Leere können sie Ruhe und Stille als Voraussetzung religiöser Öffnung nicht ertragen.³⁴¹ Die Passivität des Einzelnen wird mit einem drastischen Bild dargestellt: Wie "Leichen im Wasser"³⁴², abgetrieben vom „Strom der Welt“³⁴³ sieht der Papst die Menschen, die sich den sie mitreisenden Vergnügungen ausliefern.

Die Bilder, mit denen der Papst die Suche nach Zerstreuung und die erhöhten materiellen Aufwendungen beschreibt, kennzeichnen diese Zeiterscheinungen als krankhafte Entwicklung, die mit Macht von den Menschen Besitz ergreift. So spricht er davon, die Suche nach oberflächlicher Unterhaltung breite sich aus

³³⁶ vgl. Weihnachtsbotschaft (dritter und vierter Teil) an die Welt, 23. Dezember 1950, in: Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII., Bd. 2, hrsg. von Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP, Fribourg 1954, S. 1883-1889, hier: S. 1884, Nr. 3673.

³³⁷ Ansprache an das Kardinalskollegium, 2. November 1950, in: Arthur-Fridolin Utz OP, Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens. Soziale Summe Pius' XII., Bd. 1, Fribourg 1954, S. 242-254, hier: S. 247, Nr. 558.

³³⁸ Brief an den Präsidenten der Sozialen Wochen Frankreichs, Charles Flory, anlässlich der 39. Sozialen Woche: 7. Juli 1952, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII., Bd. 2, Fribourg 1954, S. 1728-1735, hier: S. 1729, Nr. 3386.

³³⁹ Radiobotschaft an die Welt, 4. April 1946, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII., Bd. 2, Fribourg 1954, S. 1741-1747, hier: S. 1746, Nr. 3419f.

³⁴⁰ vgl. Ansprache an die "Christliche Arbeiterjugend" (JOC) Belgiens, 3. September 1950, a.a.O., S. 1488-1492.

³⁴¹ vgl. ebd., S. 1490f., Nr. 2962.

³⁴² ebd., S. 1491, Nr. 2962.

³⁴³ ebd.

wie eine "Epidemie"³⁴⁴. Der Papst bezeichnet die "Gier nach Vergnügen und Luxus" als einen "reißen Strom".³⁴⁵ Die auf die Menschen einwirkenden Veränderungen vergleicht Pius mit einem "Strudel"³⁴⁶, in den sie hineingerissen werden.

Eine solche Ausdrucksweise legt eine gewisse Ausweglosigkeit nahe. Es entsteht das Bild einer Situation, der der einzelne mehr oder weniger hilflos ausgeliefert ist. An anderer Stelle spricht der Papst von einem "neuen, durch den Fortschritt geschaffenen Menschen"³⁴⁷. Der Mensch ist einem neuen System des Denkens, Produzierens und des Lebens unter veränderten sozialen Bedingungen ausgesetzt; in seiner Freiheit beeinträchtigt und in die Passivität getrieben; den ihn bestimmenden Mächten gegenüber ohnmächtig, ohne dies jedoch selbst zu empfinden, weil er bereits durch seine Lebensbedingungen entsprechend geprägt ist. An anderer Stelle heißt es, der Mensch sei - mehr als in der Antike - in Gefahr, zum "Sklaven"³⁴⁸ einer von der Technik beherrschten Natur zu werden. Auch in seiner Freizeit droht der Mensch seine Freiheit zu verlieren in einer Zivilisation, die ihm bereits im Arbeitsleben das Gesetz der Maschine auferlegt – denn sie schaffe zu leicht das „künstliche“, „gebrauchsfertige Vergnügen“³⁴⁹, das keine eigene Aktivität erfordert und das keine gemeinschaftliche Bedeutung hat, sondern eher zur Isolierung der Menschen führt. Wenn der Papst auch vor Resignation und Hoffnungslosigkeit warnt, da sie dem christlichen Glauben widersprechen, implizieren doch die genannten Formulierungen, dass es einer fast schon heroischen Anstrengung bedarf, um sich den reißenden Veränderungen entgegenzustemmen.

2.1.2.3. *Struktur- und Zeitgeistkritik*

Nicht nur das Leben des Einzelnen, sondern auch die Gesellschaft und ihre Ordnung sieht Pius XII. vom materialistischen Zeitgeist beeinflusst. In der Politik macht er sich als "zügelloser zunehmender Drang nach Ausdehnung und politi-

³⁴⁴ ebd.

³⁴⁵ Ansprache an das Kardinalskollegium, 2. November 1950, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), *Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII.*, Bd. 1, Fribourg 1954, S. 242-254, hier: S. 247, Nr. 558.

³⁴⁶ Ansprache an die Leserinnen der Zeitschrift ALBA, 17. Mai 1942, a.a.O., S.729, Nr. 1460.

³⁴⁷ Weihnachtbotschaft, 22. Dezember 1957, a.a.O., S. 2535, Nr. 4430.

³⁴⁸ ebd., S. 2536, Nr. 4431.

³⁴⁹ Ansprache an folkloristische Gruppen aus verschiedenen Ländern, 19. Juli 1953, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), *Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII.*, Bd. 1, Fribourg 1954, S. 209-213, hier: S. 211, Nr. 489.

scher Geltung“³⁵⁰ bemerkbar. In der Wirtschaft führt das Streben nach materiellem Aufstieg und Fortschritt zu einem Vorherrschen großer Konzerne, im sozialen Leben zur geographischen und geistigen Entwurzelung.³⁵¹ An die Stelle verloren gegangener Ordnungsstrukturen treten keine neuen. Die geistige Entwurzelung, die durch die Industrialisierung hervorgerufen wird, hinterlässt ein Vakuum, das mit einem verkürzten, materialistischen Menschenbild angefüllt wird.³⁵²

Hohe Priorität räumt der Papst der Gestaltung einer Produktion ein, die den anthropologischen Bedingungen und der Würde des Menschen entsprechen soll.³⁵³ Im Dienst einer stabilen wirtschaftlichen Entwicklung warnt er auch vor einem materialistischen Denken, das den kurzfristigen Gewinn, die Profitgier, über eine langfristige gedeihliche Entwicklung des Unternehmens stellt.³⁵⁴ Mit Verweis auf seinen Vorgänger Pius XI. (Enzyklika *Quadragesimo anno*, 1931), warnt der Papst, dass

“nicht die menschlichen Bedürfnisse gemäß ihrer natürlichen und objektiven Bedeutung das wirtschaftliche Leben und den Einsatz des Kapitals regeln, sondern dass im Gegenteil das Kapital und sein Interesse am Gewinn bestimmen, welche Bedürfnisse befriedigt werden dürfen und in welchem Ausmaß dies geschieht. So zieht nicht die auf das Gemeinwohl gerichtete menschliche Arbeit das Kapital an sich und nimmt es in ihren Dienst, sondern setzt hier und dort das Kapital die Arbeit und die Menschen wie einen Spielball in Bewegung.“³⁵⁵

Der Bauer, die agrarische Wirtschaftsform, steht demgegenüber für die natürliche Ordnung, in der der Mensch die materiellen Dinge beherrscht, nicht die Dinge die Menschen.³⁵⁶ In diesem Sinn werden auch die Kaufleute aufgefordert, einen „wirklichen Dienst“ an einem „wirklichen Kunden“ zu leisten, der eine

³⁵⁰ Rundfunkbotschaft zu Weihnachten, 24. Dezember 1941, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), *Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII.*, Bd. 2, Fribourg 1954, S. 1944-1959, hier: S. 1949, Nr. 3781.

³⁵¹ vgl. ebd.

³⁵² vgl. Ansprache an Lehrer und Schüler italienischer Volksschulen, 19. März 1953, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), *Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII.*, Bd. 1, Fribourg 1954, S. 889-897, hier: S. 896, Nr. 1783.

³⁵³ vgl. Ansprache an die Teilnehmer des internationalen Kongresses für Sozialwissenschaft, 3. Juni 1950, a.a.O., S. 1672, Nr. 3271.

³⁵⁴ Pius XI. stellte die traditionelle Agrarstruktur als den Prototyp einer gesunden und vernünftigen Wirtschaft dar, die der Befriedigung wirklicher Bedürfnisse diene (vgl. Enzyklika *Quadragesimo anno* (1931), in: *Texte zur Katholischen Soziallehre. Die sozialen Rundschreiben der Päpste und andere Dokumente*, hrsg. vom Bundesverband der katholischen Arbeitnehmerbewegung Deutschlands, Kevelaer⁶1985, S. 91-150).

³⁵⁵ Ansprache an die Teilnehmer des Kongresses des „Nationalen Bauernbundes Italiens“, 15. November 1946, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), *Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII.*, Bd. 1, Fribourg 1954, S. 1197-1205, hier: S. 1202, Nr. 2424.

³⁵⁶ vgl. ebd.

„wirkliche Kaufkraft“ besitzt, die er für „wirkliche Bedürfnisse“ einsetzt“.³⁵⁷ Die *Echtheit* und *Wirklichkeit* des Menschen und seiner Bedürfnisse werden hier zu Kernbegriffen.

Weiter warnt der Papst vor einer sich abzeichnenden *Bedürfnisspirale* angesichts der steigenden Freizeit und auf diese Weise neuen, "künstlich geweckten"³⁵⁸ Bedürfnissen. Die Freizeit könnte bei der abzusehenden wirtschaftlichen Entwicklung das Vorherrschende werden und das Verhältnis von Bedarf und künstlich geweckten Bedürfnissen auf den Kopf stellen.³⁵⁹ Je mehr sich die Tendenz zum Verbrauch verstärkt, umso weniger hat die Wirtschaft den "wirklichen und normalen Menschen"³⁶⁰ zum Gegenstand, der die Bedürfnisse des irdischen Lebens auf sein letztes Ziel hinordnet. Der Maßstab für die Echtheit der Bedürfnisse ist ihre *Hinordnung auf ein letztes Ziel*, das heißt die Vollendung des menschlichen Lebens in Gott.

Der höhere *Lebensstandard* bedeutet nicht automatisch eine höhere *Lebensqualität*, da diese durch die fehlende frühere Harmonie und Ordnung des wirtschaftlichen Lebens beeinträchtigt wird, einer Ordnung, in der die Wirtschaft der Befriedigung immer schon vorhandener und nicht erst geweckter Bedürfnisse diene. Die Unsicherheit, die der Papst im wirtschaftlichen Leben feststellt, scheint er zum einen auf die persönliche Lebenssituation des einzelnen zu beziehen, der eine breitere Wahlmöglichkeit hat, welche auch Verunsicherung und ein Enttäuschungsrisiko mit sich bringt.³⁶¹ Zum anderen bezieht sich die Kritik auf die Instabilität eines wirtschaftlichen Gefüges, das auf der Basis künstlich genährter Bedürfnisse beruht.³⁶²

Im Hinblick auf die wirtschaftlichen Strukturen liegt die Hauptsorge des Papstes darin, das primäre Ziel der Wirtschaft, nämlich die Befriedigung der wahren menschlichen Bedürfnisse, scheine diese nicht mehr zu bestimmen. Vielmehr

³⁵⁷ Ansprache an die Teilnehmer des 27. Wirtschaftskurses der Internationalen Gesellschaft der Handelsschulen, 10. September 1953, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), *Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII*, Bd. 1, Fribourg 1954, S. 1251-1253, hier: S. 1252, Nr. 2529.

³⁵⁸ Ansprache an Arbeiter aus Anlaß der jährlichen Gedenkfeier von *Rerum Novarum*, 14. Mai 1953, a.a.O., S. 1660, Nr. 3247.

³⁵⁹ vgl. ebd.

³⁶⁰ ebd., S. 1660, Nr. 3246.

³⁶¹ vgl. dazu auch: Gerhard Schulze, *Die Erlebnis-Gesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*, Frankfurt-New York 1992, S. 432.

³⁶² vgl. Ansprache an die Teilnehmer des 27. Wirtschaftskurses der Internationalen Gesellschaft der Handelsschulen, 10. September 1953, a.a.O., S. 1252, Nr. 2529.

sei sie zu einem Instrumentarium geworden, das die *Realität* des Menschen und seiner tatsächlichen Bedürfnisse nicht mehr zum Gegenstand habe. Die Hauptkritik liegt in dem Vorwurf, die Wirtschaft kreise somit um sich selbst, statt dem umfassenden menschlichen Wohl zu dienen, in dem die materiellen Bedürfnisse Teil eines Ganzen sind, das auf ein transzendentes Ziel ausgerichtet ist. Wenn dagegen neue Bedürfnisse geschaffen werden, deren Sinn darin liegt, die Wirtschaft in Gang zu halten bzw. anzukurbeln, verliert die Wirtschaft ihren objektiven Sinn in diesem Ganzen des Heilsgefüges.

2.1.2.4. *Materialismus ist gemeinschaftszerstörend*

In der Überbewertung des Materiellen verliert der Mensch seinen absoluten Maßstab, sein Lebensziel und damit den Sinn seines Lebens. Der Materialismus erstickt sein geistiges Leben und behindert die Entwicklung seiner Persönlichkeit.³⁶³

Der Materialismus führt ebenfalls zur Zerstörung menschlicher Gemeinschaft und zum Individualismus, denn für die menschliche Gemeinschaft fehlen die verbindenden Werte, da diese nicht materieller Natur sind. Der Materialismus ruft so eine individualistische Menschheit hervor, er bedroht nicht nur Ehe, Familie und Jugend³⁶⁴, sondern überhaupt die Einheit der menschlichen Gesellschaft.³⁶⁵

Die Konzentration der Glieder der Gesellschaft auf sich selbst, die zunehmende Individualisierung, steht für Pius XII. in einem engen Zusammenhang mit der materialistischen Orientierung. Im "egoistischen Materialismus"³⁶⁶ steht einer gegen den anderen. Das soziale Leben wird nicht durch übergeordnete Ziele zusammengehalten, sondern nur noch durch das Spiel individueller Interessen regiert; auch der Zusammenhalt der Familie ist davon betroffen.³⁶⁷

³⁶³ vgl. Weihnachtsbotschaft (Radio), am 24. Dezember 1953, a.a.O., S. 306 ff.

³⁶⁴ vgl. Ansprache an Frauen der Katholischen Aktion Italiens, 24. Juli 1949, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), *Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII.*, Bd. 1, Fribourg 1954, S. 491-499, hier: S. 494, Nr. 1003.

³⁶⁵ vgl. Ansprache an die Delegierten der „Internationalen Union katholischer Frauenbünde“: 14. April 1939, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), *Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII.*, Bd. 1, Fribourg 1954, S. 652-657, hier: S. 655.

³⁶⁶ ebd.

³⁶⁷ vgl. Ansprache an Vertreter des Internationalen Verbandes der Familienorganisationen, 20. September 1949, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), *Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII.*, Bd. 1, Fribourg 1954, S. 1332-1337, hier: S. 1334, Nr. 2685.

Zudem trägt die Passivität in der Freizeitgestaltung zur Individualisierung bei:

„Doch die Zivilisation, die dem Menschen die Gesetze der Maschine auferlegt, droht auch den normalen Lauf seiner Freizeit zu vergewaltigen; sie schafft zu leicht das künstliche, egoistische, banale Vergnügen, das gebrauchsfertige Vergnügen, das keine Anstrengung, keinen Unternehmungsgeist erfordert, und bei dem sich der einzelne in sich selbst zurückzieht, anstatt sich der Gemeinschaft hinzugeben.“³⁶⁸

2.1.3. Ursachenanalyse

Eine wesentliche Ursache materialistischer Lebenspraxis und zunehmender Gottesferne des modernen Menschen sieht der Papst im technischen Fortschritt. Der Mensch, der in der Lage ist, mit Hilfe der Technik sein Schicksal selbst in die Hand zu nehmen und die ihn umgebende Welt weitgehend seiner Kontrolle zu unterwerfen, empfindet nicht mehr wie früher die Abhängigkeit von einem Schöpfergott. Wer sich in dieser Weise als unabhängig empfindet, ist in Gefahr, zu vergessen, dass er sich nicht sich selbst verdankt. Er verdrängt diejenige Dimension seiner Existenz, die seinem eigenen Einflussbereich entzogen ist. Indem er vergisst, für das Empfangene zu danken, wird er gott-los und damit für eine materialistische Lebenspraxis prä-motiviert.³⁶⁹

Die Wurzel der materialistischen Tendenzen seiner Zeit sieht Pius XII. in einer geistigen und moralischen Leere. Als Grundübel des Materialismus betrachtet der Papst die *Entchristlichung*, verbunden mit moralischem Versagen.³⁷⁰ In der entstandenen sittlichen Leere der *Gottentfremdung* "musste" das Denken und Tun eine einseitige Tendenz in das rein Stoffliche erhalten, mit der Folge beispielsweise eines "hemmungslose(n) Steigern(s) des Güter- und Machterwerbs" und des Strebens nach Produktionssteigerung und wirtschaftlichem Wachstum.³⁷¹ Das "materialistische Wohlergehen" wiederum kann die Wahrnehmungsfähigkeit für das Transzendente behindern.³⁷² Die entstehende geistige Leere wird mit "alltäglichen Vorführungen und Schaustellungen iridi-

³⁶⁸ vgl. Ansprache an folkloristische Gruppen aus verschiedenen Ländern: 19. Juli 1953, a.a.O., S. 211, Nr. 489.

³⁶⁹ vgl. Ansprache an Jungmädchen der Katholischen Aktion Italiens, 6. Oktober 1940, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), *Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII.*, Bd. 1, Fribourg 1954, S. 693-703; hier: S. 696, Nr. 1410.

³⁷⁰ vgl. Rundfunkbotschaft zu Weihnachten 1941, 24. Dezember 1941, a.a.O., S. 1948, Nr. 3780.

³⁷¹ ebd., S. 1949, Nr. 3781.

³⁷² vgl. Ansprache an die „Weibliche Jugend der katholischen Aktion Italiens“, 24. April 1943, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), *Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII.*, Bd. 1, Fribourg 1954, S. 735-747; hier: S. 741f., Nr. 1479.

scher Kultur und einer erträumten Philosophie³⁷³ gefüllt. Entchristlichung und Glaubensverlust auf der einen Seite und materialistische Lebensweise auf der anderen Seite haben also eine einander verstärkende Wirkung.³⁷⁴

Die Schuld an dieser Entwicklung gibt Pius XII. nicht einfach dem Individuum und seinem moralischen Versagen. Vielmehr ist er sich der gesellschaftlichen Komplexität der kritisierten Zeiterscheinung bewusst. Die Verstärkung mit den Tendenzen zur Anonymität und Uniformität in Folge der neuen Produktionsweisen bedeuten für den Einzelnen einen Verlust an *Freiheit* und *Selbstständigkeit*. Pius XII. übt scharfe Kritik an einer industriellen und gesellschaftlichen Entwicklung, die den Einzelnen in einer dessen moralische Kraft überfordernden Weise Einflüssen aussetzt, die ihn zum „Spielball“ von Institutionen und Mächten werden lässt.³⁷⁵

So wird der Einzelne zum Rädchen im Getriebe, er wird wie ein "vom Winde bewegtes Schilfrohr"³⁷⁶. Bis in die Strukturen seines Denkens hinein wird er von den Methoden der Technik geprägt. Seine Wahrnehmungsfähigkeit verschiebt sich immer mehr zugunsten der äußeren Sinneserfahrungen, der Intellekt dagegen verkümmert.³⁷⁷ Die

"fortschrittliche', d.h. einseitig materialistische(n) Zivilisation ... raubt ... dem Menschen die echte Form des Denkens, Urteilens und Handelns ... Wo ... der technische Fortschritt den Menschen in seine Zange nimmt und ihn vom Rest des Universums, besonders vom Geistigen und Innerlichen trennt, da formt er ihn nach seinen eigenen Merkmalen, deren hervorstechendste Oberflächlichkeit und Unbeständigkeit sind."³⁷⁸

Pointiert fasst der Papst die Auslieferung des Menschen an ihn bestimmende äußere Faktoren zusammen, indem er von dem "neuen, vom Fortschritt geschaffenen Menschen"³⁷⁹ spricht. Diese Formulierung überbietet andere, mit denen der Papst die Unfreiheit der Menschen angesichts der neuen Entwicklungen zum Ausdruck bringt.

³⁷³ ebd.

³⁷⁴ Der Papst möchte dies jedoch nicht als innere Notwendigkeit verstanden wissen. Als „geschichtliche Begleiterscheinung“ des allgemeinen Wohlstands habe sich eine Schwächung des religiösen Sinns bemerkbar gemacht (vgl. ebd.).

³⁷⁵ vgl. Ansprache an die Teilnehmer des Kongresses des „Nationalen Bauernbunds Italiens“, a.a.O., S. 1202, Nr. 2424.

³⁷⁶ Weihnachtsbotschaft, 22. Dezember 1957, a.a.O., Bd.3, S. 2534, Nr. 4429.

³⁷⁷ vgl. ebd., S. 2534, Nr. 4429.

³⁷⁸ ebd.

³⁷⁹ ebd., S. 2535, Nr. 4430.

Fremdbestimmte Arbeitsbedingungen beeinflussen auch die Freizeit, indem sie den Menschen zu einem passiven Verhalten und insofern zu dem, was heute als "Konsumhaltung" im Bereich der Freizeitgestaltung bezeichnet wird, erziehen.³⁸⁰

Ursache für eine an Vergnügen und Luxus orientierte Lebensführung ist der Verlust des Bewusstseins der eigenen Würde durch die Vernachlässigung der geistigen und übernatürlichen Dimension,³⁸¹ die mit einer materialistischen Denkweise einhergeht und die den Menschen des Maßstabs seines Lebens und Handelns beraubt. Ein derartiger Verlust des absoluten Maßstabs und des Bewusstseins der eigenen Würde hat ein Anwachsen von Habsucht und zügelloser Gier nach irdischen Gütern zur Folge.³⁸²

Den kritisierten Grundsatz des Lebensgenusses sieht der Papst auch in einem immer eiligeren Lebenstempo begründet, das den Menschen an die materiellen Interessen des Augenblicks bindet, für religiöse oder Sinnfragen dagegen keine Zeit mehr lässt.³⁸³

2.1.4. Wege der Veränderung

Während die Darstellung und Ursachenanalyse des komplexen Phänomens Materialismus durch Pius XII. strukturelle Gegebenheiten und soziale Bedingungen nicht nur berücksichtigt, sondern durchaus akzentuiert, verbleiben die Lösungsvorschläge auf einer individuellen Ebene. Dabei verkennt der Papst nicht die Zumutung an die sittliche Kraft des Einzelnen, der sich durch persönliche Anstrengung gegen den Zeitgeist und die durch ihn geprägten gesellschaftlichen Verhältnisse stemmen soll:

³⁸⁰ vgl. Ansprache an folkloristische Gruppen aus verschiedenen Ländern, a.a.O., 211, Nr. 489; vgl. auch Weihnachtsbotschaft, 22. Dezember 1957, a.a.O., S.2534f., Nr. 4429: "... die vielfachen Anwendungen der bewundernswert vermehrten äußeren Energie (führen) täglich mehr dazu, das menschliche Leben in ein mechanisches System einzuschließen, das alles aus sich selbst und auf eigene Kosten vollbringt, und auf diese Weise die Reize zu verringern, die vorher den Menschen zwangen, seine persönliche Energie zu entfalten."

³⁸¹ vgl. Ansprache an das Kardinalskollegium, 2. November 1950, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII., Bd. 1, Fribourg 1954, S. 242-245, hier: S. 247, Nr. 558.

³⁸² vgl. ebd.

³⁸³ vgl. Radioansprache an die Teilnehmer des 4. Interamerikanischen Kongresses für katholische Erziehung in Rio de Janeiro, 5. August 1951, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII., Bd. 1, Fribourg 1954, S. 813-819, hier: S. 817, Nr. 1628.

„Christ sein verlangt also gebieterisch Tugend und Opfer. Es hat sie immer verlangt, es verlangt sie aber heute ganz besonders und nicht selten heroische Tugend und heroisches Opfer. Wer den Kampf gegen den Materialismus aufnehmen will, darf vor dieser Tatsache, dieser Folgerung nicht einen Moment zurückschrecken.“³⁸⁴

Da die Analyse Pius' XII. den Materialismus sowohl auf der theoretischen Ebene der Weltanschauung als auch auf derjenigen der Praxis wahrnimmt, fordert er auch den Einsatz der Christen im Kampf gegen den Materialismus auf den beiden Ebenen des Glaubens und der ethischen Praxis.³⁸⁵ Festigung und Bildung im Glauben als Voraussetzungen, einem materialistischen Denken standzuhalten, sind ebenso gefordert wie die Überwindung des Materialismus in der Lebensführung.³⁸⁶ Besonders in der Gestaltung der Freizeit fordert er einen *einfachen christlichen Lebensstil* und das Opfer des Gläubigen.³⁸⁷ Dabei ist dem Papst bewusst, dass die Auseinandersetzung mit dem Zeitgeist sowohl einen langen Atem als auch Standfestigkeit erfordert.³⁸⁸

Einzelne Besuchergruppen werden bei Audienzen traditionell auf besondere Erfordernisse ihres Berufs- und Lebensstandes hingewiesen. In verschiedenen Ansprachen an Besuchergruppen schärft der Papst die Notwendigkeit einer Lebensführung ein, die sich den angebotenen Zerstreuungen und Vergnügungen nicht ausliefert. Beispielsweise richtet er an die Katholischen Arbeitervereine Italiens den Appell, zu unterscheiden zwischen Bedürfnissen, die dringend befriedigt werden müssen und anderen, die Ausdruck eines widerchristlichen, maßlosen Verlangens nach Vergnügen und Zerstreuung sind, das in die Arbeitswelt einzudringen beginne.³⁸⁹ Die Künstler ruft der Papst bei einer dieser Gelegenheiten auf, die zum Materialismus hinneigenden Menschen zur Vornehmheit und zum Geschmack am Geistigen zu erziehen.³⁹⁰ Ähnliche Mahnungen ergehen an Lehrer, an Gynäkologen und Arbeiter.

³⁸⁴ Brief an den Deutschen Katholikentag in Passau, 16. August 1950, a.a.O., S. 91, letzter Passus.

³⁸⁵ vgl. ebd., S. 89f.

³⁸⁶ Der Papst nennt die Überwindung des Materialismus bei Vergnügen und Sport, beim Griff zur Presse, zur Illustrierten, zum Buch, beim Besuch von Kino und Theater: vgl. ebd.

³⁸⁷ vgl. Radioansprache (Erster Teil) an den 10. Schweizerischen Katholikentag in Fribourg, 16. Mai 1954, a.a.O., S. 2437-2439.

³⁸⁸ vgl. Ansprache an römische Akademiker, 24. Mai 1953, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), *Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII.*, Bd. 1, Fribourg 1954, S. 931-938, hier: S. 935, Nr. 1859.

³⁸⁹ vgl. Ansprache an die "Katholischen Arbeitervereine Italiens", 29. Juni 1948, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), *Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII.*, Fribourg 1954, Bd. 2, S. 1470-1479, hier: S. 1475, Nr. 2935.

³⁹⁰ vgl. Ansprache an bildende Künstler Italiens, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), *Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII.*, Fribourg 1954, Bd. 1, S. 976-979, hier: S. 979, Nr. 1946.

Das Heilmittel, mahnt der Papst in der Weihnachtsbotschaft des Jahres 1953, besteht in vermehrter Anstrengung, den Blick über das Materielle hinaus auf das Übernatürliche zu lenken.³⁹¹ Voraussetzung dafür sind Ruhe und Besinnung, die aber "von Anfang an" von einem technischen Geist unwirksam gemacht werden, der den Menschen des kritischen Sinnes gegenüber Ruhelosigkeit und Oberflächlichkeit beraubt.³⁹²

Die „individualistische und materialistische Menschheit“ werde nie geheilt werden können mit einem „System, welches es auch immer sei, das selbst materialistisch im Prinzip und mechanisch in der Anwendung“³⁹³ bleibe. Abhilfe ist nur von einer Bekehrung des Herzens zu erwarten, von einer Erziehung zu „*Echtheit*“ und „*Einfachheit*“³⁹⁴. Dies, so hofft der Papst, ist die Grundlage zum Aufbau einer besseren wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Ordnung.³⁹⁵

Gegenüber einer materialistischen Lebensweise, gegen Luxus und Vergnügungssucht, gegen Habsucht und Gier nach irdischen Gütern sollen die Christen sich durch Einfachheit in der Lebensführung auszeichnen und ihrer Pflicht nachkommen, fremder Not abzuhelpen. Gefordert sind Entsagung, Opfer und Buße in einem höheren Maß, als das Sittengesetz vorschreibt. Vorbild sind die Gläubigen der Urkirche, die sich auch von "Erlaubtem" enthalten haben, um wohlütig sein zu können.³⁹⁶

2.1.5. Resümee Pius XII.

Eine Überbewertung von Fortschritt und Technik und eine Übertragung ihrer Prinzipien auf das Denken bewirken charakteristische Veränderungen in der Handlungsdisposition des Einzelnen, die dazu führen, dass dieser das eigentliche Ziel seines Lebens aus dem Auge verliert und sich von einer oberflächlichen Suche nach Zerstreung leiten lässt. Der Einfluss des „Geistes“ von Fort-

³⁹¹ vgl. auch Ansprache an die weibliche Jugend der katholischen Aktion Italiens, 24. April 1943, a.a.O.

³⁹² vgl. Weihnachtsbotschaft (Radio), 24. Dezember 1953, a.a.O., S. 307, Nr. 663.

³⁹³ Ansprache an die Delegierten der „Internationalen Union katholischer Frauenverbände“, 14. April 1939, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), *Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII.*, Bd. 1, Fribourg 1954, S. 652-657; hier: Nr. 1338, S. 655.

³⁹⁴ Ansprache an Frauen der Katholischen Aktion Italiens, a.a.O., S. 498, Nr. 1024.

³⁹⁵ vgl. Radioansprache an die Welt, 4. April 1946, a.a.O., S. 1746, Nr. 3419f.

³⁹⁶ vgl. Ansprache an das Kardinalskollegium, 2. November 1950, a.a.O., S. 247-248; Nr. 558-559.

schritt und Technik bezieht sich auf die Art und Weise der Wahrnehmung des Menschen, den Grad seines Aktivseins (Passivierung) und auf die allgemeine Lebensgeschwindigkeit und Beständigkeit. Diese Veränderungen beeinträchtigen die Fähigkeit des Menschen, sich für die transzendente Dimension zu öffnen.

Die Ursache des beklagten Wandels sieht der Papst also in einer Mentalitätsverschiebung, in einem moralischen Wandel, der seinerseits letztlich durch Glaubensschwäche verursacht ist.

Die Analyse des Phänomens Materialismus bei Pius XII. akzentuiert seinen sozialen Charakter. Unter dem Stichwort „Materialismus“ beschreibt er unter anderem die Fremdbestimmung des Menschen durch Erfordernisse einer sich verselbstständigenden Wirtschaft. Es geht dem Papst um die „Echtheit“, „Wirklichkeit“ und „Wahrheit“ des Menschen und seiner Bedürfnisse im Unterschied zum künstlichen Menschen, dessen Bedürfnisse im Dienst des Wirtschaftswachstums erzeugt wurden. Charakteristisch ist die Ausdrucksweise vom „neuen, vom Fortschritt geschaffenen Menschen.“³⁹⁷ Kern der Materialismuskritik Pius' XII. ist die Sorge, der Mensch könne durch äußere Bedingungen sozusagen auf einen Pfad „neben“ der Wirklichkeit, auf ein Nebengleis geraten und das wahre Leben, das die transzendente Dimension einschließt und von dieser Öffnung her erst einen echten Zugang zur Wirklichkeit erlaubt, verfehlen. Gestiegene Bedürfnisse und gesteigener Verbrauch werden nicht einseitig der Verschwendungssucht des Einzelnen angelastet, sondern auch geistige, gesellschaftliche und ökonomische Bedingungen berücksichtigt. Der materialistische Zeitgeist prägt eine ganze Zivilisation und Kultur mit ihren gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Einrichtungen und bestimmt auf diese Weise das Denken und Handeln der Menschen.

Gegenstand der Kritik ist eine Zivilisation, die den Menschen von außen in seiner Arbeit festlegt durch den maschinell bestimmten Arbeitsablauf auf der einen Seite und das diesem entsprechende passive, isolierende Freizeitverhalten auf der anderen Seite.³⁹⁸ Über weite Strecken ist Materialismuskritik hier auch Kritik an geistigen Strömungen und überindividuellen Strukturen, die ihren Einfluss ausüben und denen der Einzelne nur mit beinahe heroischer Anstrengung ge-

³⁹⁷ Weihnachtsbotschaft, 22. Dezember 1957, a.a.O., S. 2535, Nr. 4430.

³⁹⁸ vgl. Ansprache an folkloristische Gruppen aus verschiedenen Ländern, 19. Juli 1953, a.a.O., S. 209-213. hier: S. 211, Nr. 489.

gensteuern kann. Diese allerdings wird nicht als unmöglich erachtet, sondern, mit Verweis auf den Opferwillen der frühen Christen, eingefordert.

Nach Pius XII. stehen Materialismus, Gottlosigkeit und Verfall der Sitten in ursächlicher Beziehung, und zwar als einander verstärkende Faktoren; nicht allerdings notwendigerweise – wohl aber als „geschichtliche Begleiterscheinung“ – allgemeiner Wohlstand und das Nachlassen des religiösen Sinns.

2.2. Papst Johannes XXIII. (1958-1963)

Anders als Pius XII. hat Papst Johannes XXIII. mit *Mater et magistra* (1961)³⁹⁹ und *Pacem in terris* (1963)⁴⁰⁰ zwei Sozialenzykliken verfasst. Vor allem in *Mater et magistra* werden auch Fragen des Umgangs mit dem in den fünfziger und sechziger Jahren in den Industrieländern weiterhin angestiegenen Wohlstand angesprochen. Thema des 70 Jahre nach *Rerum novarum* verfassten Rundschreibens sind die Anforderungen an eine christliche Sozialethik unter veränderten Bedingungen, insbesondere unter der Rücksicht des sich vergrößernden Wohlstandsgefälles zwischen armen und reichen Ländern.

2.2.1. Wohlstand als Chance - Gerechtigkeit als Aufgabe

Die Materialismus-Kritik seines Vorgängers nimmt bei Johannes XXIII. weder dem Begriff noch der Sache nach einen herausgehobenen Platz ein. Die Gefahren eines falschen Umgangs mit den neuen technischen und ökonomischen Möglichkeiten finden bei Johannes XXIII. zwar Erwähnung; deutlich liegt der Akzent jedoch auf den Chancen, die sie für eine menschenwürdige Entwicklung, nicht nur in den Industrieländern, sondern auch für die unterentwickelten Länder, bieten. Die Materialismus-Kritik Pius' XII. tritt bei Johannes zurück hinter die drängende Gerechtigkeitsproblematik.

Der Papst warnt ausdrücklich davor, Entwicklungshilfe so anzulegen, dass die moralischen Probleme, die in den fortgeschrittenen Ländern in der Folge der

³⁹⁹ Enzyklika *Mater et Magistra* (1961), in: Texte zur katholischen Soziallehre. Die sozialen Rundschreiben der Päpste und andere kirchliche Dokumente, hrsg. vom Bundesverband der Katholischen Arbeitnehmer-Bewegung, Kevelaer⁶ 1985, S. 201-270

⁴⁰⁰ Enzyklika *Pacem in terris*, in: Texte zur katholischen Soziallehre. Die sozialen Rundschreiben der Päpste und andere kirchliche Dokumente, hrsg. vom Bundesverband der Katholischen Arbeitnehmer-Bewegung, Kevelaer⁶ 1985, S. 271-320.

wirtschaftlichen Entwicklung eingetreten sind, in die Entwicklungsländer "exportiert"⁴⁰¹ werden. Falsch angewandt,

"verwandeln sich die wissenschaftlichen und technischen Fortschritte sowie der wirtschaftliche Wohlstand in Werkzeuge, die das Menschengeschlecht an den Rand einer Katastrophe eines schrecklichen Todes treiben."⁴⁰²

Die Warnungen verdrängen jedoch nicht die grundsätzlich optimistische Sicht:

"Wo immer Wissenschaft und Technik blühen und zugleich wirtschaftlicher Wohlstand herrscht, bedeutet dies einen großen zivilisatorischen und kulturellen Fortschritt."⁴⁰³

"Fortschritt" wird zu einem Begriff, bei dem die positive Bedeutung bei weitem überwiegt, so dass der Papst zu weiteren Bemühungen um wirtschaftlichen und sozialen Fortschritt aufruft.⁴⁰⁴ Die Sorge um Wohlstand und Wohlergehen und damit um einen richtig verstandenen Fortschritt (auch wirtschaftlicher Art) wird geradezu zur kirchlichen Aufgabe.⁴⁰⁵ Daher verweist Johannes auch auf den bereits geleisteten Beitrag von Katholiken und die fortschrittsfördernde Dimension kirchlichen Wirkens.⁴⁰⁶ Große Hoffnungen, bisweilen sogar enthusiastische Töne, klingen an. So fordert der Papst, nicht innezuhalten in den Bemühungen, denn

"das alles verlangt unsere Zeit des Atoms und des Einbruchs in den Weltenraum, ein Zeitalter, in dem die Menschheit ihren neuen Weg in grenzenlose Weite schon begonnen hat."⁴⁰⁷

⁴⁰¹ Enzyklika *Mater et Magistra*, a.a.O., S. 248, Nr. 176f.

⁴⁰² ebd., S. 253, Nr. 199.

⁴⁰³ ebd., S. 247, Nr. 175.

⁴⁰⁴ vgl. Enzyklika *Pacem in Terris*, a.a.O., S. 314, Nr. 156: "Alle Menschen sollen vielmehr bedenken, daß, was sie bisher getan haben, nicht genügt, daß sie vielmehr noch größere und zweckmäßigere Anstrengungen machen müssen auf den Gebieten der wirtschaftlichen Produktion, in den Bereichen der Arbeitgeber- und Arbeitnehmerorganisationen, der Berufsverbände, des öffentlichen Versicherungswesens, der Förderung der Kultur, auf dem Gebiet der Rechtspflege, der Politik, des Gesundheitswesens, des Sports und dergleichen." Enzyklika *Mater et Magistra*, Nr. 179, a.a.O., S. 248: "Bei allen Völkern, die sie zu Christus führt, trägt die Kirche unausbleiblich auch zum Fortschritt des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Lebens bei; das zeigt die geschichtliche Erfahrung der Vergangenheit wie auch der Gegenwart."

⁴⁰⁵ "(Die Kirche) kümmert sich auch um der Menschen Wohlstand und Wohlergehen in den verschiedensten Kulturbereichen, so wie es jeweils die Zeit erfordert" (Enzyklika *Mater et Magistra*, a.a.O., S. 202, Nr. 3).

⁴⁰⁶ Enzyklika *Mater et Magistra*, a.a.O., S. 249, Nr. 182: "Mit großer Freude im Herzen stellen Wir fest, daß die Katholiken als Bürger unterentwickelter Länder aufs Ganze gesehen im Bemühen um den wirtschaftlichen Fortschritt ihren Mitbürgern nicht nachstehen." Johannes XXIII. verweist auch auf die Kontinuität der kirchlichen Lehre, für die der Fortschritt in Wissenschaft und Technik und der daraus entstandene Wohlstand "wirklich einen Wert darstellen; daß derselbe als ein Anzeichen fortschreitender menschlicher Kultur anzusehen ist" (ebd., Nr. 246, S. 265).

⁴⁰⁷ Enzyklika *Pacem in Terris*, a.a.O., S. 314, Nr. 156; auch: Enzyklika *Mater et Magistra*, a.a.O., S. 251, Nr. 189: "Vielmehr soll das menschliche Bemühen sich darauf richten, durch umfassenden Einsatz von Technik und Wissenschaft sich eine immer bessere Kenntnis der

Der Materialismus-Begriff findet bei Johannes XXIII. zwar gelegentlich Verwendung, aber eher beiläufig. So heißt es in der Enzyklika *Mater et Magistra*, der Umsetzung der katholischen Soziallehre stehe neben der "ungezügelter Selbstsucht des Menschen, die materialistische Weltanschauung, die sich heute in der Gesellschaft breitmacht"⁴⁰⁸ im Weg. Auch ist im Zusammenhang mit bestimmten Methoden der Geburtenregelung die Rede von denen, die vom Menschen und seinem Leben "rein materialistisch" denken.⁴⁰⁹ Der Begriff bestimmt jedoch nicht die Behandlung der Thematik.⁴¹⁰

Bei aller positiven Grundeinstellung gilt es jedoch, auf ethische Grenzen und Voraussetzungen hinzuweisen:⁴¹¹ Grundsätzlich ist der instrumentelle Charakter der materiellen Güter mit Blick auf höhere Werte zu beachten.⁴¹² Wie sein Vorgänger warnt auch Johannes vor einer Absolutsetzung der Technik und des materiellen Wohlstands, die deren Dienstwert im Blick auf höhere Werte verkennt:

"Darum gewahren Wir mit großem Bedauern in wirtschaftlich fortgeschrittenen Ländern die große Zahl von Menschen, denen an einer gerechten Güterordnung nichts liegt, die geistige Werte allzusehr vernachlässigen, völlig übersehen oder sie überhaupt leugnen. Währenddessen verlegen sie sich mit äußerster Anspannung der Kräfte darauf, Wissenschaft, Technik, Wirtschaft voranzutreiben, und überschätzen den materiellen Wohlstand derart, daß sie ihn vielfach als den höchsten Wert des Lebens ansehen."⁴¹³

Im Unterschied zu Pius XII. wird diese Aussage jedoch auf Einzelne (wenn auch auf eine „große Zahl“) bezogen, so dass nicht der Eindruck einer mehr oder weniger zwangsläufigen Entwicklung entsteht. Wissenschaft und Technik sind nicht das höchste Ziel, sondern Mittel. Geistige und sittliche Werte müssen stets Vorrang vor allen anderen haben, wenn der wissenschaftliche und technische Fortschritt nicht zur Vernichtung, sondern zum kulturellen Aufstieg führen

Kräfte der Natur zu erwerben. Im Übrigen berechtigt der bis zum heutigen Tage auf dem Gebiete der Wissenschaft und Technik erzielte Fortschritt in dieser Hinsicht zu fast unbegrenzten Hoffnungen für die Zukunft."

⁴⁰⁸ Enzyklika *Mater et Magistra*, a.a.O., S. 260f., Nr. 229.

⁴⁰⁹ vgl. ebd., S. 251, Nr. 191.

⁴¹⁰ Eher noch wird das Motiv der Vergnügungssucht verwendet: vgl. ebd., S. 261, Nr. 235.

⁴¹¹ An dieser Stelle werden solche ethischen Bedingungen vernachlässigt, die sich auf die Wirtschafts- und Produktionsorganisation beziehen (z.B. Kartelle, Handelsbeschränkungen, Beteiligung am Produktivvermögen, Arbeitsbedingungen, gerechter Lohn, Unternehmensverfassung und Arbeitnehmer-Mitbestimmung). Thema dieser Arbeit ist lediglich die grundsätzliche Bewertung des Wohlstands und des Umgangs mit ihm, und zwar im engeren Sinn des Umgangs mit Konsumgütern.

⁴¹² vgl. ebd., S. 247, Nr. 175.

⁴¹³ ebd., S. 248, Nr. 176.

soll.⁴¹⁴ Als Mittel jedoch hat er eine positive Funktion und kann dem Streben nach höheren Werten dienlich sein.

Für einen vertretbaren Umgang mit den Früchten des Fortschritts ist außerdem die Beachtung weiterer Grundsätze erforderlich:

Das primäre Ziel der materiellen Güter liegt darin, für den menschlichen Lebensunterhalt nutzbar gemacht zu werden.⁴¹⁵ Daher muss der Wohlstand weltweit zur Beseitigung der existenziellen Not aller Menschen eingesetzt werden.⁴¹⁶ Die Vernichtung und Vergeudung von Lebensmitteln ist angesichts der Not vieler ein Skandal.⁴¹⁷ Wohlstand wird positiv gewertet, solange er mit Gerechtigkeit im Hinblick auf die Allgemeinheit im eigenen Land (öffentliche Dienste, Dienstleistungen) wie auch die internationale menschliche Gemeinschaft in Einklang gebracht wird und nicht auf Kosten künftiger Generationen geht.⁴¹⁸

Scharfe Kritik übt Johannes XXIII. an der Hochrüstung, die zur Folge hat, dass "viel menschliche Arbeitskraft und ungeheure materielle Mittel mehr zum Schaden als zum Nutzen der menschlichen Gesellschaft eingesetzt werden müssen."⁴¹⁹ Auf diese Weise verwandeln sich Fortschritt und Wohlstand in Vernichtungswerkzeuge.⁴²⁰

Die positive Bewertung von Fortschritt und Wohlstand stellt gegenüber Pius XII. eine deutliche Akzentverschiebung dar.⁴²¹ Bei Pius XII. waren Wissenschaft und Technik vor allem in ihren Auswirkungen einer einseitig nutzenbezogenen Denkweise im Blick, die die transzendente Dimension ausklammert. Dagegen erhalten Fortschritt und Wohlstand in ihrer Ziel-Mittel-Relation einen positiven Wert.⁴²²

⁴¹⁴ vgl. ebd., S. 256, Nr. 210.

⁴¹⁵ vgl. ebd., S. 253, Nr. 198.

⁴¹⁶ vgl. ebd., S. 253, Nr. 196-199.

⁴¹⁷ vgl. ebd., S. 245, Nr. 161.

⁴¹⁸ vgl. ebd., S. 222, Nr. 79.

⁴¹⁹ ebd., S. 254f., Nr. 203f.

⁴²⁰ vgl. ebd.

⁴²¹ Sie deutet sich bereits an in einem Brief des Substituts des Staatssekretariates, Msgr. Dell'Acqua an den Präsidenten der Sozialen Wochen Frankreichs, Charles Flory, 10. 7. 1956, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII., Bd. 3, Fribourg 1961, S. 3667-3672.

⁴²² Die grundsätzlich positive Sicht fehlt auch bei Pius XII. nicht, wird jedoch von der Warnung vor einer diesseitsbezogenen Weltanschauung überlagert.

Die Akzentverschiebung gegenüber seinem Vorgänger bedeutet keine naive Fortschrittsgläubigkeit. Die Ambivalenz technischer Errungenschaften wie auch die Gefahr einer Vereinnahmung der Menschen in ihrer Denk- und Lebensweise durch den Fortschritt verliert auch Johannes XXIII. nicht aus den Augen und scheut auch vor scharfer Kritik nicht zurück. Er lässt zwar keinen Zweifel daran, dass "Wissenschaft und Technik und der daraus entstandene Wohlstand wirklich einen Wert darstellen."⁴²³ Die Fehlhaltung der Menschen allerdings zu ihren eigenen Werken wird als Götzendienst gebrandmarkt:

"Es trifft deshalb in unseren Tagen in weitestem Umfang zu, was der Psalmist von den Götzendienern bezeugt: daß sich die Menschen bei ihrem Handeln selbst sehr oft vernachlässigen, ihre Leistungen aber derart bewundern, daß sie sie als Götzen verehren"⁴²⁴.

In den reichen Ländern konstatiert Johannes XXIII. erste Enttäuschungserfahrungen mit dem Überfluss.⁴²⁵ Er stellt fest, dass die Menschen dort bereits beginnen, dem "Trugbild eines unbegrenzt anhaltenden glücklichen und sorglosen Lebens auf Erden zu entsagen."⁴²⁶ Gleichzeitig wachse auch das Bewusstsein der menschlichen Personwürde, der Rechte der Person und das Streben nach Gerechtigkeit.⁴²⁷

Der Papst würdigt diese Erkenntnis eigener Begrenztheit, da sie geeignet sei, zu einem stärkeren Bemühen um geistige Werte zu führen. Das Heilmittel sieht er weiterhin in der Tugend des *Maßhaltens*, im Bemühen um eine ausgeglichene Beherrschung des Körpers durch den Geist.⁴²⁸

Die Praxisnähe Johannes XXIII. zeigt sich auch darin, dass er fordert, die Kirche dürfe nicht nur christliche Grundsätze lehren. Sie solle auch *Wege* zeigen, wie sie gelebt werden könne,⁴²⁹ das heißt, die Kirche muss sich auch um praxisnahe Konkretisierungen, nach Möglichkeit um eine Einübung in die Praxis bemühen.

⁴²³ ebd., S. 265, Nr. 246.

⁴²⁴ ebd. S. 264, Nr. 244.

⁴²⁵ vgl. ebd., S. 256, Nr. 211.

⁴²⁶ ebd.

⁴²⁷ Die Hoffnung auf eine Umkehrung der Entwicklung, hin zu einem verstärkten Bemühen um geistige Werte, war bereits bei Pius XII. angeklungen.

⁴²⁸ vgl. Enzyklika *Mater et Magistra*, a.a.O., S. 262, Nr. 235.

⁴²⁹ vgl. ebd., S. 261, Nr. 230.

2.2.2. Resümee Johannes XXIII.

Der Papst konstatiert den gestiegenen Wohlstand, den er nicht in erster Linie als Gefahr wertet für Glauben und Religiosität. Seine positive Beurteilung, die bei Pius XII. hinter Skepsis gegenüber negativen Begleiterscheinungen zurückbleibt, ist Ausgangspunkt der Überlegungen über den rechten Umgang mit dem Wohlstand.

Das Leitmotiv Pius' XII. des Materialismus als Form der Säkularisierung aller Lebensbereiche wird von Johannes XXIII. nicht aufgegriffen. Wohl wird teilweise auf die Begriffe des Vorgängers zurückgegriffen und deren Verständnis vorausgesetzt, ohne Zusammenhänge näher zu erläutern.

Johannes XXIII. greift einen Aspekt der Materialismuskritik seines Vorgängers heraus, der zum Zentrum seines gesellschaftspolitischen Engagements wird: Gerechtigkeit als Ausdruck christlicher Liebe und als Überlebensformel der Gegenwart. Sein Ansatz liegt bei der fehlenden gerechten Verteilung des an sich positiv und nicht vorrangig als Gefahr bewerteten Wohlstands. Das Thema Unterhaltungs- und Medienkonsum, Suche nach Vergnügen und Zerstreuung und die damit verbundene innere Leere der Menschen, die wiederum zur vermehrten Suche nach Vergnügen führt, tritt angesichts der Behandlung der drängenden Weltprobleme des Mangels eher in den Hintergrund. Vor den Gefahren der Technik wird einerseits sehr deutlich gewarnt, auf der anderen Seite verbindet Johannes XXIII. große Hoffnungen mit dem wirtschaftlich-technischen Fortschritt und ruft sogar zu noch größeren Anstrengungen auf diesem Gebiet auf.

Wie sein Vorgänger warnt er allerdings vor einer einseitigen Fixierung auf diese Art des Fortschritts. Wie bei Pius XII. besteht seine Forderung in einer dem Maß des technischen Fortschritts entsprechenden Entwicklung im Bereich der geistigen Werte. Allerdings stellt er auch hier bereits positive Entwicklungen fest: das Bewusstsein der Personwürde des Menschen und seiner Rechte ist gewachsen wie auch das Bemühen um Gerechtigkeit. Allerdings wird hier ein Zusammenhang mit Enttäuschungserfahrungen des materiellen Wohlstands hergestellt, der eine kausale Beziehung nahe legt und im Umkehrschluss die Vermutung, dass das Streben nach materiellem Wohlstand geistigen Werten und dem Streben nach Gerechtigkeit eher abträglich sind.

Dem Grundanliegen Johannes' XXIII. der Gerechtigkeit und des Friedens unter den Völkern wie auch der grundsätzlich positiven Bewertung des Wohlstands

entspricht es jedoch, dass weniger die negativen Auswirkungen des gestiegenen Wohlstands im individuell-psychologischen Bereich untersucht werden. Seine Perspektive ist die der gerechten Teilhabe aller.⁴³⁰

2.3. Die Pastoralconstitution des Zweiten Vatikanischen Konzils über die Kirche in der Welt von heute "Gaudium et Spes" (1965)

Weder bei Johannes XXIII. noch in den Texten des von ihm einberufenen Zweiten Vatikanischen Konzils (1962-1965) wird das Thema "praktischer Materialismus" in systematischer Form zum Gegenstand der Erörterung. Es finden sich jedoch an verschiedenen Stellen Aussagen zum Umgang mit materiellen Gütern, v.a. unter den traditionellen Stichworten Gerechtigkeit und Hilfe für Notleidende.

Der Ort für Fragen des Umgangs mit materiellen Gütern innerhalb der Konzilstexte ist vor allem die Pastoralconstitution über die Kirche in der Welt von heute *Gaudium et Spes*⁴³¹ und hier neben dem Einführungsteil und seiner Schilderung der Zeitsituation (Art. 1-10) das 3. Kapitel des ersten Hauptteils (Art. 33-39: Das menschliche Schaffen in der Welt) und das 3. Kapitel des zweiten Hauptteils (Art. 63-72: Das Wirtschaftsleben).

Dass die Pastoralconstitution kein streng systematischer Text ist, liegt an ihrer Entstehungsgeschichte. Ein eigenes Dokument über das Verhältnis der Kirche zur Welt war zunächst nicht vorgesehen; es existierte kein Entwurf. Erst gegen Ende des Jahres 1962 schälte sich ein eigenständiges Dokument heraus.⁴³² Möglicherweise begünstigte jedoch gerade dies, wie ein Autor bemerkt, das Bestreben des Konzils, den Dialog mit der Welt zu suchen und die Menschen in ihrer alltäglichen Erfahrungswelt anzusprechen.⁴³³ In der letzten Sitzungsperiode wurden als Richtlinien für die Bearbeitung unter anderem festgelegt: die Vorordnung des Persona-

⁴³⁰ Auffällig ist jedoch auch, dass in der Friedenszyklika die Warnung seines Vorgängers vor einer gemeinschaftszerstörenden Dimension des Materialismus nicht erwähnt ist, in der Pius XII. eine große Gefahr für den Frieden gesehen hatte. Auch die negativen Auswirkungen auf das Gemeinschaftsleben unterhalb der internationalen und gesellschaftlichen Ebene, die Gefahr der Individualisierung, die Pius XII. mit der Fixierung auf den materiellen Bereich verbunden schien, werden im Rahmen der Friedenszyklika nicht aufgegriffen.

⁴³¹ Zweites Vatikanisches Konzil, Pastoralconstitution *Gaudium et Spes*, in: Karl Rahner, Herbert Vorgrimler (Hrsg.), Kleines Konzilskompodium. Sämtliche Textes des Zweiten Vatikanums mit Einführungen und ausführlichem Sachregister, Freiburg/Brsg. 1984, S. 449-552. Im Folgenden wird in der Regel nach diesem Text zitiert. Wird auf den lateinisch-deutschen Text oder einen Kommentar aus LThK, Bd. 14, zurückgegriffen, ist dies jeweils angegeben.

⁴³² vgl. Josef Oelinger, Christliche Weltverantwortung. Die Kirche in der Welt von heute = Kommentare zur Pastoralconstitution, Bd.1, Köln 1968, S.24.

⁴³³ vgl. ebd., S. 23.

len vor der sozialen Zweckmäßigkeit und an Stelle eines abstrakten Naturbegriffs die Besinnung auf die konkrete Wirklichkeit des Menschen und seiner Geschichte.⁴³⁴

Wenn es das Anliegen des Konzils überhaupt gewesen ist, das Verständnis der Kirche als Zeichen und Wirklichkeit des Heils in der Welt zu vertiefen, so versucht die Pastoralkonstitution, das Verhältnis der Kirche zu ihrer eigenen Zeit näher zu bestimmen. Der Konstitution fehlt zwar nicht der lehrhafte Charakter; in ihrer pastoralen Ausrichtung und in ihrem Bemühen, ihre Botschaft in die Welt von heute zu sprechen, lässt sie sich jedoch auf die Darstellung geschichtlicher Prozesse und wandelbarer Phänomene ein.⁴³⁵ Ihr seelsorglicher Grundzug, die Rücksicht auf die konkreten Verhältnisse und die gesellschaftliche Entwicklung, war bereits durch den Stil der beiden Enzykliken von Johannes XXIII. vorgezeichnet.⁴³⁶

Die pastorale Zielsetzung impliziert im Unterschied zu einem institutionellen Ansatz eine stärker vom Individuum ausgehende Betrachtungsweise und berücksichtigt die Lebensbedingungen der Gegenwart. Dies zeigt sich auch in den Aussagen zur ethischen Verantwortbarkeit des wirtschaftlichen Fortschritts, des Wohlstands und des Umgangs mit materiellen Gütern.

Eine abstrahierende Materialismuskritik, wie sie noch bei Pius XII. vorherrschte, weicht einer segmentierten und geschichtlichen Betrachtungsweise. Zwar fehlt auch im Konzilstext nicht die anthropologische und theologische Rückführung der soziologischen Analyse. Der Begriff "(praktischer) Materialismus" dagegen fällt nur selten (Art. 10). Philosophische Deutungen dieser Art passen weniger zur Struktur eines Schreibens, das möglichst nah an der Wirklichkeit bleiben will.⁴³⁷

2.3.1. Die Beurteilung des Wohlstands und der ihn ermöglichenden Mittel

Ihrer relativierenden Einordnung menschlichen Schaffens⁴³⁸ stellt die Pastoralkonstitution die grundsätzlich positive Bewertung des Bemühens der Menschheit um die Verbesserung ihrer Lebensbedingungen voran. Diese entspreche an sich der Absicht Gottes.⁴³⁹ Die verbesserten Möglichkeiten der Bedürfnisbefriedigung werden positiv gewürdigt.⁴⁴⁰

⁴³⁴ vgl. Joseph Ratzinger, Die letzte Sitzungsperiode des Konzils, Köln 1966, S. 27.

⁴³⁵ vgl. Josef Oelinger, Christliche Weltverantwortung, a.a.O., S. 21.

⁴³⁶ vgl. ebd., S. 29.

⁴³⁷ Der Begriff "praktischer Materialismus" legt nahe, dass es sich um ein geistiges Phänomen, eine Ideologie, einen Fehler zunächst in der Theorie handelt, der sich im Handeln des Menschen auswirkt. In diesem Sinn verwendete Pius XII. den Materialismusbegriff: Er sah den Kern des Problems in einer geistigen Haltung, in der Verneinung der Transzendenz, die ihren Ausdruck auf verschiedenen Ebenen findet: in der expliziten Verneinung Gottes (Atheismus), in der methodischen Verneinung Gottes durch den Sensualismus und Empirismus und schließlich im praktischen Materialismus, wenn sich der Mensch durch die materiellen Güter so sehr fesseln lässt, dass er Gott vergisst (vgl. Kapitel 2.1.1.).

⁴³⁸ vgl. Pastoralkonstitution *Gaudium et Spes*, a.a.O., Art. 35.

⁴³⁹ vgl. ebd., S. 480f., Art. 34.

⁴⁴⁰ vgl. ebd., S. 517, Art. 63.

Angesichts sich ständig steigernder technischer und wirtschaftlicher Möglichkeiten⁴⁴¹ formuliert die Pastoralkonstitution jedoch ebenfalls die Frage nach dem Sinn und dem Ziel des Bemühens um wirtschaftlichen Fortschritt, sowohl mit Blick auf den Einzelnen als auch auf ganze Völker.⁴⁴²

Kritik äußert das Konzil an einem "zusammengeraffte(n) äußere(n) Reichtum".⁴⁴³ Mit dieser Formulierung wird nicht der Wohlstand an sich kritisiert, sondern das ziellose Jagen nach vermehrtem Besitz, der als "äußerer" klassifiziert wird. Damit sind wohl die aus reiner Besitzgier angeeigneten materiellen Güter oder finanzielle Mittel gemeint, die nicht einem übergeordneten Ziel dienen. Diese Formulierung wird bekräftigt durch die Wiedergabe eines Zitats aus einer zu Anfang des Jahres 1965 gehaltenen Ansprache Pauls VI. an das Diplomatische Korps: "Der Wert des Menschen liegt mehr in ihm selbst als in seinem Besitz".⁴⁴⁴

Zu fragen bleibt nach der konkreten Bedeutung des kritisierten "äußeren Reichtums" bzw. des Besitzes und seiner Beziehung zu der Selbstvervollkommnung des Menschen. Das Konzil nimmt lediglich eine grundsätzliche Verhältnisbestimmung vor: Menschliches Schaffen bestimmt sich von seinem Ziel her, nämlich dem "echten Wohl der Menschheit" und der umfassenden Berufung sowohl des Einzelnen wie der Gesellschaft.⁴⁴⁵

2.3.2. Beurteilung des wirtschaftlichen Fortschritts

Wie Pius XII. und vor ihm die Päpste seit der Mitte des 19. Jahrhunderts⁴⁴⁶ setzt sich das Konzil mit dem Ungenügen eines rein wirtschaftlich-technischen Fortschrittsverständnisses auseinander.

Wie das menschliche Schaffen überhaupt, ist der technische Fortschritt auf das "echte Wohl der Menschheit"⁴⁴⁷ hinzuordnen. In diesem Sinn kann er "die Basis

⁴⁴¹ vgl. ebd., S. 479f., Art. 33.

⁴⁴² vgl. ebd., S. 480, Art. 33.

⁴⁴³ "Durch sein Werk formt der Mensch nämlich nicht nur die Dinge und die Gesellschaft um, sondern vervollkommnet er auch sich selbst. Er lernt vieles, entwickelt seine Fähigkeiten, überschreitet sich und wächst über sich empor. Ein Wachstum dieser Art ist, richtig verstanden, mehr wert als zusammengeraffter äußerer Reichtum" (ebd., S.481, Art. 35).

⁴⁴⁴ ebd.; vgl. Paul VI., Ansprache an das Diplomatische Korps, 7. Januar 1965: AAS 57 (1965), S. 232.

⁴⁴⁵ vgl. Pastoralkonstitution *Gaudium et Spes*, a.a.O., S. 481f., Art. 35.

⁴⁴⁶ vgl. Pius Karpf, Fortschritt und Kirche, a.a.O.

⁴⁴⁷ Pastoralkonstitution *Gaudium et Spes*, a.a.O., S.481, Art. 35.

für den menschlichen Aufstieg bieten"⁴⁴⁸, ihn jedoch von sich aus nicht bewirken.

Das Konzil würdigt jedoch den Fortschritt in Produktion und Handel und die dadurch ermöglichte verbesserte Bedürfnisbefriedigung. Dass es sich dabei um "gestiegene Bedürfnisse" handelt, wird hier nur festgestellt, nicht kritisiert.⁴⁴⁹ Überhaupt ist von einer skeptischen Haltung gegenüber der Wirtschaft, die den Menschen von Höherem abhalte, nichts zu spüren.⁴⁵⁰

2.3.3. Lebensbedingungen und gesellschaftliche Partizipation. Subjekte und Objekte des Fortschritts

Der einführende Teil der Pastoralkonstitution beschreibt die Gegenwart in ihrem Umbruchcharakter, die geistesgeschichtlichen und soziologischen Veränderungen, die andere Lebensbedingungen bedeuten und die mit ihnen verbundenen Desiderata bezüglich einer humanen Entwicklung.⁴⁵¹

Offensichtlich hatte das Konzil vor, im Zusammenhang der psychologischen Veränderungen als Folge der gesellschaftlichen Wandlungsprozesse auch die Ohnmachtsgefühle und die daraus entstehende Passivität vieler angesichts der über sie hinweggehenden einschneidenden sozialökonomischen Veränderungen zu beschreiben. Charles Moeller⁴⁵² geht davon aus, dass lediglich durch ein Versehen ein Passus in Artikel 7 des Einführungsteils, der die psychologischen, moralischen und religiösen Umbrüche beschreibt, verloren gegangen ist, und zwar in der Bearbeitungsphase zwischen den Textentwürfen 4 und 5. In Text 4 hatte der Paragraph 2 folgenden Wortlaut:

"Ein größerer Teil (sc. der Menschen) verhält sich teilnahmslos gegenüber dem Wandel, dem gegenüber er ohnmächtig ist, ja, den er noch nicht einmal versucht, zu verstehen, um statt dessen in den Bequemlichkeiten und Zerstreungen des Lebens oder in wie auch immer gearteten Auswegen Zuflucht zu suchen. Einige jedoch ziehen sich nicht aus dem Wettbewerb zurück und gehen daran, den Fortschritt unseres Zeitalters mit fester Hand zu lenken."⁴⁵³

⁴⁴⁸ ebd., S. 481, Art. 35.

⁴⁴⁹ ebd., S. 517, Art. 63.

⁴⁵⁰ vgl. Oswald von Nell-Breuning, Kommentar zu *Gaudium et Spes*, Art. 63-72, in: LThK, Bd. 14, Freiburg-Basel-Wien²1986, S. 487-515, hier: S. 488.

⁴⁵¹ vgl. Charles Moeller, Kommentar zum Prooemium der Pastoralkonstitution *Gaudium et Spes*, in: Lexikon für Theologie und Kirche, Bd. 14, hrsg. von Heinrich Suso Brechter u.a., Freiburg - Basel - Wien²1986, S. 280-312, hier: S. 312.

⁴⁵²vgl. Charles Moeller, Kommentar zum Prooemium der Pastoralkonstitution *Gaudium et Spes*, a.a.O., S. 302.

⁴⁵³ (Eigene Übersetzung) "Plures passive se gerunt erga transformationem quam dominari non valent, immo quam ne intelligere quidem conantur, praesidium quaerendo in vitae commodis et oblectamentis aut in cuiuscumque generis effungiis. Pauciores tamen certamini non renuntiant

Der Abschnitt kontrastierte also das Lebensgefühl und die Reaktion einer Mehrheit und einer Minderheit. Während sich nur eine kleine Gruppe in der Lage sieht, den Fortschritt aktiv zu gestalten, fühlen sich viele als Objekt einer Entwicklung, die von ihnen selbst weder auf dem Weg des aktiven Tuns noch der nachträglichen Aneignung mitvollzogen wird. In diesem verloren gegangenen Textabschnitt wurde also die Suche nach Unterhaltung und Bequemlichkeit als eine Flucht aufgrund der *mangelnden Beteiligung* vieler am Fortschrittsgeschehen gedeutet.

Die Ambivalenz der möglichen Folgen des Fortschritts wird als Krisis, als Entscheidungssituation, gedeutet, vor die die Menschheit sich gestellt sieht:

"Unter diesen Umständen zeigt sich die moderne Welt zugleich stark und schwach, in der Lage, das Beste oder das Schlimmste zu tun; für sie ist der Weg offen zu Freiheit oder Knechtschaft, Fortschritt oder Rückschritt, Brüderlichkeit oder Haß. Zudem wird nun der Mensch sich dessen bewußt, daß es seine eigene Aufgabe ist, jene Kräfte, die er selbst geweckt hat und die ihn zermalmen oder ihm dienen können, richtig zu lenken."⁴⁵⁴

Der Fortschritt wird auch im 1. Hauptteil grundsätzlich positiv gewertet, wobei sein Wert für die Menschheit vom angemessenen Umgang mit ihm abhängig gemacht wird. Unter dieser Voraussetzung ist er sogar

"von großer Bedeutung für das Reich Gottes, insofern er zu einer besseren Ordnung der menschlichen Gesellschaft beitragen kann."⁴⁵⁵

Die im Einführungsteil beschriebenen Störungen des Gleichgewichts führt das Konzil auf die Widersprüchlichkeit des menschlichen Herzens selbst zurück, in dem einerseits seine *geschöpfliche Begrenzung* und andererseits ein *unbegrenztes Verlangen* miteinander zu versöhnen sind.⁴⁵⁶ Dass die Dramatik dieser Spannungen nicht in ihrer ganzen Schärfe wahrgenommen wird, liegt an einer materialistischen Lebensführung.⁴⁵⁷

Doch nicht nur vom Überfluss werden die Menschen davon abgehalten, sich mit der gesellschaftlichen Problematik auseinanderzusetzen, sondern auch von der

et nostrae aetatis progressionem valida manu dirigere agrediuntur." (Charles Moeller, Kommentar zum Prooemium der Pastoralkonstitution *Gaudium et Spes*, a.a.O., S. 302).

⁴⁵⁴ Pastoralkonstitution *Gaudium et Spes*, a.a.O., S. 309, Art. 10.

⁴⁵⁵ ebd., S. 486, Art. 39 mit Verweis auf Papst Pius XI., Enzyklika *Quadragesimo anno*, in: AAS 23, S. 207.

⁴⁵⁶ Pastoralkonstitution *Gaudium et Spes*, S. 457, Art. 10.

⁴⁵⁷ vgl. ebd. Hier ist eine seltene Stelle, an der die Pastoralkonstitution von praktischem Materialismus spricht, jedoch auch hier nicht als Substantiv wie bei Pius XII., sondern adjektivisch ("praktisch materialistische Lebensführung").

Armut.⁴⁵⁸ Den gleichen Gedanken bringt das Konzil im 2. Kapitel des 1. Hauptteils zur Sprache. Auch hier, im Artikel 31 über "Die Verantwortung und die Beteiligung" wird auf den Zusammenhang von materiellen Lebensbedingungen und politischer Partizipation bzw. Wahrnehmungsfähigkeit verwiesen. Wieder wird die Bedeutung eines Mindestmaßes an materiellen Voraussetzungen für die Entwicklung von Verantwortungsbewusstsein hervorgehoben. Die menschliche Freiheit ist sowohl durch ein Zuviel als auch durch ein Zuwenig an materiellen Mitteln bedroht: Sie kann sich weder entfalten, wenn der Mensch "in äußerster Armut" lebt, noch, wenn er es sich im Leben zu bequem macht und sich in einer "einsamen Selbstherrlichkeit"⁴⁵⁹ verschanzt.

Der Mangel an äußeren Gütern kann also der Berufung des Menschen zu höheren Zielen ebenso im Wege stehen wie der Überfluss. Dennoch macht das Konzil nicht den Überfluss an sich verantwortlich dafür, dass der Mensch seiner Freiheit und Verantwortung nicht gerecht wird. Zum Problem wird materieller Überfluss durch die Art und Weise, wie man mit ihm umgeht. Das Kriterium ist, ob man sich "selbstherrlich" den Bedürfnissen der Gemeinschaft verschließt oder die eigenen Mittel in den Dienst der Gemeinschaft stellt. Der Begriff der Selbstherrlichkeit⁴⁶⁰ verweist auf den fehlenden Rückbezug zu Gott und zur menschlichen Gemeinschaft.

In Artikel 63 ist die Rede von der "Versklavung" nicht weniger Menschen, vor allem in den wirtschaftlich fortgeschrittenen Ländern, durch die Wirtschaft, durch die Bestimmung ihres Lebens im persönlichen wie im gesellschaftlichen Bereich von einem ausschließlich an wirtschaftlichen Kategorien orientierten Denken.⁴⁶¹ Die Begrifflichkeit der Konzilstexte legt an dieser Stelle den Schluss nahe, dass es sich um von außen kommende, unfrei machende Einflüsse handelt, denen der Einzelne ausgeliefert ist.⁴⁶² Auch hier stellt das Konzil die Kritik

⁴⁵⁸ vgl. ebd.

⁴⁵⁹ ebd., S.478, Art. 31; vgl. auch Art. 71 über die soziale Seite des Eigentums.

⁴⁶⁰ ebd. („nisiis vitae facilitatibus indulgens, in aurea veluti solitudine seipsum includit“: Pastoralkonstitution *Gaudium et Spes*, lateinisch-deutsch, in: LThK, Bd. 14, Freiburg-Basel-Wien 1968, S.241-592, hier: S. 374)

⁴⁶¹ ebd., S. 487-489, Art. 63: "Nicht wenige Menschen, namentlich in den wirtschaftlich fortgeschrittenen Ländern, sind von der Wirtschaft geradezu versklavt (re oeconomica quasi regi videntur), so daß fast ihr ganzes persönliches und gesellschaftliches Leben von ausschließlich wirtschaftlichem Denken bestimmt ist, und dies ebenso in Ländern, die einer kollektivistischen Wirtschaftsweise zugetan sind, wie in anderen." (S. 487f.)

⁴⁶² Sie greifen die Sorge Pius' XII. einer Versklavung der Menschen durch materialistisches Denken auf.

an einseitig wirtschaftlich ausgerichtetem Denken in den Zusammenhang gesellschaftlicher Partizipation:

„Einige wenige erfreuen sich weitestgehender Entscheidungsfreiheit, während viele fast jeder Möglichkeit ermangeln, initiativ und eigenverantwortlich zu handeln, und sich oft in Lebens- und Arbeitsbedingungen befinden, die des Menschen unwürdig sind.“⁴⁶³

2.3.4. Die Widmung der Erdengüter an alle Menschen (Art. 69)

In scharfer Form verurteilt das Konzil das Nebeneinander von Luxus und Elend, den krassen Gegensatz zwischen "Üppigkeit und Verschwendung", die sich "einige wenige" leisten können, und dem Mangel am absolut Notwendigen einer "ungeheuren Masse" von Menschen.⁴⁶⁴

Zwischen den wirtschaftlich fortgeschrittenen und den unterentwickelten Völkern konstatiert das Konzil einen sich ständig verschärfenden Gegensatz als Gefahr für den Weltfrieden.⁴⁶⁵ Als Auffassung und Überzeugung "unserer Zeitgenossen" zitiert das Konzil die "Pflicht, diesen unseligen Zustand zu überwinden"⁴⁶⁶ und die Forderung sowohl institutioneller Reformen in der Wirtschaft wie auch "eine allgemeine Umstellung der Gesinnung und Verhaltensweise".⁴⁶⁷

Oswald von Nell-Breuning konstatiert die Unschärfe des Begriffs der "Gleichgewichtsstörung" und fragt, was eigentlich genau das Konzil als Übelstand oder Ungerechtigkeit ansehe, die abzuschaffen seien⁴⁶⁸. Er verweist auf die Lehre Leos XIII., der zufolge Ungleichheiten der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Lage unvermeidbar seien und Über- und Unterordnung Bestandteil der göttlichen Ordnung.⁴⁶⁹ Oswald von Nell-Breuning fragt daher nach der Norm, nach der Unterschiede als gut oder schlecht zu beurteilen seien,⁴⁷⁰ da man davon ausgehen könne, dass ein Egalitarismus nicht intendiert sei. Einen Anhaltspunkt gibt das Konzil: Verwerflich ist auf jeden Fall, dass die einen das Lebensnotwendige entbehren, während andere im Überfluss leben und Verschwendung treiben. Das Verwerfliche daran ist nicht die Ungleichheit an sich, sondern "einmal, daß die einen absolut (nicht relativ!) zuwenig haben, zum andernmal, daß diejenigen, die mehr haben, als sie benötigen, davon nicht den rechten Gebrauch machen."⁴⁷¹ Aus der Diktion des Konzils (Ausdrücke wie "discrimen") schließt Nell-Breuning, dass

⁴⁶³ Pastorkonstitution *Gaudium et Spes*, S. 518, Art. 63.

⁴⁶⁴ ebd.

⁴⁶⁵ vgl. ebd.

⁴⁶⁶ ebd.

⁴⁶⁷ ebd. Die Charakterisierung der heutigen Wirtschaft bleibt fragmentarisch. (vgl. Oswald von Nell-Breuning, Kommentar zu *Gaudium et Spes*, Art. 63-72, in: LThK, Bd. 14, a.a.O., S. 487-515, hier: S. 491.) Die beiden herausgegriffenen Merkmale dienen offensichtlich dem Konzil nur als "Aufhänger", um die ihm wichtigen Aussagen und Forderungen daran anzuschließen (vgl. ebd.).

⁴⁶⁸ vgl. ebd., S. 489.

⁴⁶⁹ vgl. ebd.

⁴⁷⁰ vgl. ebd.

⁴⁷¹ Oswald von Nell-Breuning stellt die Frage, ob es möglich ist, - vorausgesetzt, dass jeder mit dem Notwendigen versorgt ist - eine Grenze für das Maß legitimer Ungleichheit festzulegen. Dies würde bedeuten, dass die Ungleichheit auf jeden Fall eines Rechtfertigungsgrundes bedürfe, auch wenn sie nicht immer und unter allen Umständen schlecht (intrinsic malum) ist. In

es das Moment der Willkür, der nicht gerechtfertigten Unterschiede ist, die das Konzil kritisiert. Gerechte Behandlung bedeute, Gleiches gleich, und Ungleiches entsprechend seiner Ungleichheit ungleich zu behandeln.⁴⁷²

Sowohl den sozialen wie auch den ökonomischen Ungleichheiten steht das Konzil ausgesprochen kritisch gegenüber. Zumindest stellt es, so formuliert es Oswald von Nell-Breuning, eine "(widerlegbare) Rechtsvermutung" gegen sie auf. Wodurch sie widerlegt werden könne, bleibt nach den Ausführungen des Konzils unklar. Dennoch geht das Konzil nicht von der Annahme aus, jedem Menschen sei vom Schöpfer die gleiche Menge an Erdengütern zugedacht. Innerhalb dieses Spielraums jedoch bleiben die Aussagen des Konzils, was die ethische Zulässigkeit von Unterschieden betrifft, vage. Auf jeden Fall gehen manche der Forderungen des Konzils über das Prinzip der bloßen Nichtdiskriminierung hinaus.⁴⁷³ Zwischen den Forderungen der Gerechtigkeit, Verpflichtungen der allgemeinen Menschenliebe oder christlichen Nächstenliebe und (empfohlenen) Werken der Übergebühre wird nicht eindeutig unterschieden.⁴⁷⁴

Mit dem Eigentum befassen sich die Artikel 69-71. Artikel 69 akzentuiert die Bestimmung der Güter der Erde zum Nutzen aller Menschen (mit Verweis auf zahlreiche Zitate der letzten Päpste). Die konkrete Ausgestaltung der Eigentumsregelung, so unterstreicht das Konzil ausdrücklich, hat sich an diesem Grundsatz zu orientieren.⁴⁷⁵ Nach der Hervorhebung dieser moralischen Grundlage für die institutionelle Regelung des Umgangs mit den "geschaffenen Gütern" (*bona creata*) - die ihrerseits nicht expliziert wird, sondern der Ausgestaltung einen weiten Spielraum lässt,⁴⁷⁶ folgt die Bedeutung der Aussage für die individuelle Ebene. Sie wird formuliert als ethische Anforderung an die Geisteshaltung, mit der diese Güter zu besitzen und zu verwenden sind: Auch das Eigentum ist stets als "Gemeingut" anzusehen, als "gemeinsame Güter".

Die Begriffe "Recht" und "Pflicht" schärfen in der Tradition der Kirchenväter ein, dass es sich hier um eine strenge Forderung des Naturrechts handelt. Die Armen haben das *Recht*, einen Anteil an den Erdengütern zu erhalten, der für sie selbst und ihre Familien zur Sicherung eines Lebens in Würde ausreicht. Das heißt, dass die Reichen wiederum verpflichtet sind, ihnen diesen Anteil zuzu-

diesem Fall wäre zu fragen, welcher Grund welchen Unterschied rechtfertigen könnte. Naturbedingte Ungleichheiten, die sich nicht beseitigen lassen, bedürfen sicher keiner Rechtfertigung. Andere Ungleichheiten, referiert Nell-Breuning die allgemeine Auffassung, seien dann zu rechtfertigen, wenn sie auf Leistung beruhten oder zu Leistung anspornten. Abzulehnen seien dagegen Unterschiede, sofern sie auf Willkür beruhten, geeignet seien, provozierend zu wirken oder sozial unzuträgliche Spannungen zu erzeugen (vgl. ebd.).

⁴⁷² vgl. ebd., S. 490.

⁴⁷³ vgl. ebd.

⁴⁷⁴ vgl. ebd.

⁴⁷⁵ vgl. Pastoralconstitution *Gaudium et Spes*, a.a.O., S. 524, Art. 69.

⁴⁷⁶ "Wie immer das Eigentum und seine nähere Ausgestaltung entsprechend den verschiedenartigen und wandelbaren Umständen in die rechtlichen Institutionen der Völker eingebaut sein mag" (ebd.).

gestehen. Sie sind verpflichtet, "die Armen zu unterstützen, und zwar nicht nur vom Überfluss".⁴⁷⁷

Oswald von Nell-Breuning weist darauf hin, dass diese Formulierung überrascht. Die Väterlehre lautet, "das Überflüssige" sei abzugeben.⁴⁷⁸ Das Konzil formuliert demgegenüber einen weiter gesteckten Anspruch. Wenn der offizielle Kommentar mit Johannes XXIII. darauf verweist, der Überfluss sei an der Not anderer zu messen, wird damit die Aufgabe der Bestimmung dessen, was unter abzugebendem Überfluss zu verstehen ist, an den Einzelnen verwiesen. Es wird auch nicht mit Beispielen versucht, zu einer Konkretisierung zu kommen, wie sie beispielsweise die Kirchenväter versucht haben.⁴⁷⁹ In Anmerkung 10 wird zur Bestimmung des Überflusses für unsere Zeit auf Johannes XXIII. verwiesen: „Pflicht eines jeden Menschen, drängende Pflicht des Christen ist es, den Überfluss am Maßstab der Not anderer zu betrachten und gut darüber zu wachen, dass die Verwaltung und Verteilung der geschaffenen Güter zum Vorteil aller erfolgt.“⁴⁸⁰

2.3.5. Die anthropologische Funktion des Eigentums

Der Artikel 71 der Pastoralconstitution schärft erneut die soziale Verpflichtung des Eigentums ein, die in der Widmung der Erdengüter an alle Menschen liegt. Eigentum steht im Dienst der Entfaltung der menschlichen Person. Es bedeutet Handlungsspielraum und *Mitwirkungsmöglichkeiten* des Einzelnen in Wirtschaft und Gesellschaft. In diesem Sinn wird die Verfügungsmacht über äußere Güter sogar als "*Verlängerung der menschlichen Freiheit*"⁴⁸¹ bezeichnet.

Darüber hinaus enthält der Abschnitt eine Darstellung der (sozial-) anthropologischen Funktion von Gütern. Unabhängig von der juristischen Form der Verfügungsgewalt über äußere Güter verweist das Konzil auf deren *expressive* Funktion und damit auf eine ihnen zukommende *sozial-kommunikative Bedeutung*.⁴⁸²

Daneben nennt das Konzil spirituelle Grundlagen des Umgangs mit den Gütern: Dazu gehört ihre Anerkennung als Gaben des Schöpfers, also als *empfangene* Gaben, für die *Dankbarkeit* geschuldet wird. Ihr Gebrauch und Genuss soll sich in *Armut* und *Souveränität* vollziehen. Auf diese Weise kommt der Mensch in den "wahren Besitz" der Welt als einer, der nichts hat und doch alles besitzt (vgl. 2 Kor 6,10).⁴⁸³

⁴⁷⁷ ebd., S. 525, Art. 69.

⁴⁷⁸ Oswald von Nell-Breuning, Kommentar zu *Gaudium et Spes*, a.a.O., S. 507.

⁴⁷⁹ vgl. Pastoralconstitution *Gaudium et Spes*, Anm. 10 zu Art. 69, a.a.O., S. 525.

⁴⁸⁰ ebd., S. 525, Art. 69.

⁴⁸¹ ebd., S. 527, Art. 71.

⁴⁸² vgl. ebd. ("ad expressionem personae conferant": LThK, Bd. 14, a.a.O., S. 510).

⁴⁸³ ebd., S. 484, Art. 37; vgl. auch Art. 69.

2.3.6. Resümee „Gaudium et Spes“

Die sehr allgemein gehaltene Situationsanalyse des einführenden Abschnitts der Pastorkonstitution befasst sich mit einer Kritik des Reichtums aus der Perspektive der Gerechtigkeit. Im ersten Hauptteil wird auch der Umgang mit dem Wohlstand in den fortgeschrittenen Ländern als Problem angesprochen, auch mit Blick auf die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung, die durch zu viel und zu wenig materiellen Besitz beeinträchtigt werden kann. Auch ist die Rede von "ersten Enttäuschungserfahrungen" mit dem Wohlstand. Hier werden die selbstschädigenden Wirkungen zum Thema, die ein falscher Gebrauch des Wohlstands auch unabhängig von Verteilungsfragen nach sich zieht.

Entsprechend dem Bemühen der Pastorkonstitution, die Wirklichkeiten dieser Welt in ihrer Eigenständigkeit anzuerkennen und in einen Dialog mit ihr einzutreten, wird auch die Bewertung von wirtschaftlichem Fortschritt und Wohlstand weniger als pauschale Kritik oder ausschließliche Darstellung negativer Aspekte vorgenommen, sondern in Form einer differenzierenden Betrachtung. Die ethische Perspektive ist durchaus gegeben, insofern diese Wirklichkeiten in den Zusammenhang des umfassenden menschlichen Wohls eingeordnet werden. Weil es um die grundlegenden Ziele menschlichen Handelns geht, werden jedoch weniger einzelne Verhaltensweisen wie Vergnügungssucht, Materialismus oder Hedonismus kritisiert.

Wie Johannes XXIII. geht auch das Konzil von einer positiven Wertung von Fortschritt und Wohlstand aus, die es unter Bedingungen des sozialetischen und individualetischen Umgangs stellt. Kritik an "praktischem Materialismus" steht in den Konzilstexten nicht im Vordergrund. Die Transzendenz behindernde Wirkung einer verfehlten Einstellung gegenüber Technik und Wohlstand klingt an, nimmt jedoch keinen zentralen Platz ein. Der Einzelne erscheint, wie bereits bei Pius XII., weniger als Schuldiger, dem hedonistisches oder materialistisches Verhalten anzulasten ist. Stattdessen werden die Lebensbedingungen, die der Fortschritt mit sich bringt, für eine „Versklavung“ und Passivierung verantwortlich gemacht. Sie führen dazu, dass sich viele in ihrer Freiheit eingeschränkt fühlen, ihr Leben selbst zu gestalten und aus diesem Grund in Bequemlichkeit und Vergnügungssuche verfallen.

2.4. Papst Paul VI. (1963-1978)

Vor allem in der Enzyklika *Populorum progressio*⁴⁸⁴, der Ansprache vor der Internationalen Arbeitsorganisation⁴⁸⁵ sowie in dem Apostolischen Schreiben *Octogesima adveniens*⁴⁸⁶ setzt sich Papst Paul VI. mit Fragen des fortgesetzten Wirtschaftswachstums, des steigenden Wohlstands und ihrer ethischen Gestaltung auseinander. Dabei liegen die Ausführungen mit gewissen Akzentverschiebungen auf der Linie seiner Vorgänger, die den Fortschritt und die ihn ermöglichenden Mittel grundsätzlich gutgeheißen, aber den verantworteten Umgang mit ihnen und ihre Hinordnung auf geistige Werte gefordert hatten. Der Schwerpunkt der folgenden Ausführungen liegt nicht auf den von Paul VI. aufgegriffenen Motiven der bisherigen Tradition, sondern auf den Akzenten, die er neu setzt.

2.4.1. Analyse der Gegenwartssituation

2.4.1.1. *Wirtschaftliches Wachstum und umfassende menschliche Entwicklung*

Paul VI. widmet eine ganze Enzyklika den drängenden Fragen eines gerechten und menschwürdigen Fortschritts. *Populorum progressio* wurde im Deutschen mit "Entwicklung der Völker" wiedergegeben, da das zentrale Anliegen in der Bewältigung der himmelschreienden Ungleichheit der Lebensverhältnisse der fortgeschrittenen Industrieländer und ihres Überflusses auf der einen Seite und der Entwicklungsländer auf der anderen Seite besteht.

In diesem Zusammenhang wird erneut der Begriff des Fortschritts kritisch beleuchtet und vor einem einseitig ökonomisch-technischen Verständnis des Fortschritts unter Vernachlässigung geistiger und kultureller Werte gewarnt.

Dabei wertet Paul VI. in der Tradition des Konzils das materielle Wohl ausdrücklich positiv. Keineswegs steht es bereits an sich dem Geist und seiner Entfaltung entgegen. Insofern es den Menschen von den Zwängen der Sach-

⁴⁸⁴ Papst Paul VI., Enzyklika *Populorum progressio* über die Entwicklung der Völker, in: Texte zur katholischen Soziallehre, hrsg. vom Bundesverband der Katholischen Arbeitnehmer-Bewegung Deutschlands, Kevelaer⁶1985, S. 435-470.

⁴⁸⁵ ders., Ansprache vor der Internationalen Arbeitsorganisation in Genf am 10. Juni 1969, in: Texte zur katholischen Soziallehre, hrsg. vom Bundesverband der Katholischen Arbeitnehmer-Bewegung Deutschlands, Kevelaer⁶1985, S.471-486.

⁴⁸⁶ ders., Apostolisches Schreiben *Octogesima adveniens*, in: Texte zur katholischen Soziallehre, hrsg. vom Bundesverband der Katholischen Arbeitnehmer-Bewegung Deutschlands, Kevelaer⁶1985, S. 487-523.

welt befreit, ist es sogar geeignet, die Möglichkeit zu Kontemplation und Anbetung zu fördern.⁴⁸⁷ Aber durch einseitige Zuwendung zu den irdischen Wirklichkeiten kann die gegenwärtige Zivilisation den Zugang zu Gott erschweren.⁴⁸⁸

Als Sehnsucht und Verlangen des Einzelnen nennt er:

"Freisein von Elend, Sicherung des Lebensunterhalts, Gesundheit, feste Beschäftigung, Schutz vor Situationen, die seine Würde als Mensch verletzen, ständig wachsende Leistungsfähigkeit, bessere Bildung, mit einem Wort: mehr arbeiten, mehr lernen, mehr besitzen, um mehr zu gelten (ut ideo pluris valeant). Das ist die Sehnsucht des Menschen von heute, und doch ist eine große Zahl von ihnen dazu verurteilt, unter Bedingungen zu leben, die dieses Verlangen illusorisch machen ..."⁴⁸⁹

Diese Wünsche werden nicht verurteilt, was aus dem Beginn des folgenden Abschnitts hervorgeht, in dem sie als Aufgabe und Herausforderung dargestellt werden.⁴⁹⁰

Allerdings wird das Erwerbsstreben nicht uneingeschränkt gutgeheißen, sondern an Bedingungen geknüpft. Grundsätzlich darf "mehr haben" nicht zum höchsten Ziel werden, dem alle anderen Lebenswerte untergeordnet werden, weder für den Einzelnen, noch für ganze Völker.

"Die Entfaltung des einzelnen und der ganzen Menschheit wäre in Frage gestellt, wenn die wahre Hierarchie der Werte abgebaut würde (...) Aber der Erwerb zeitlicher Güter kann zu maßloser Gier führen, zum Verlangen nach immer mehr Besitz und zum Streben nach immer größerer Macht. Die Habsucht des einzelnen, der Familien, der Völker kann die Armen und die Reichen packen und bei den einen wie den andern einen erstickenden Materialismus hervorrufen. Mehr haben ist also weder für die Völker noch für den einzelnen das höchste Ziel."⁴⁹¹

Der Papst unterscheidet zwischen einem kontrollierten Erwerbswillen, bei dem es darum geht, sich durch Leistung wohlhabender zu machen und der "Gier, mehr zu haben"⁴⁹². Diese Gier ist unkultiviert, ein Trieb, der nicht durch die Vernunft sein Objekt auf das Ganze der menschlichen Lebenserfüllung hinordnet, sondern zu einer ziellosen Anhäufung von Besitz führt. Dies gilt nicht nur für den Einzelnen. Unordnung im Streben nach Mehr-Haben ist auch auf nationaler und internationaler Ebene festzustellen, wenn „die heute blühenden Kulturen“ sich in ihrem Egoismus gegenüber der Not der armen Länder verschließen.

⁴⁸⁷ vgl. Enzyklika *Populorum Progressio*, a.a.O., S. 450, Nr. 41, mit Verweis auf das Zweite Vatikanische Konzil, Pastoralkonstitution *Gaudium et Spes*, Art. 57, Abschnitt 4 (a.a.O).

⁴⁸⁸ vgl. Enzyklika *Populorum Progressio*, S. 450, Nr. 41; Pastoralkonstitution *Gaudium et Spes*, Art. 19, Abschnitt 2.

⁴⁸⁹ ebd., S. 437, Nr. 6.

⁴⁹⁰ vgl. ebd., S. 437, Nr. 7.

⁴⁹¹ ebd., S. 442, Nr. 18f.

⁴⁹² ebd., S. 453f., Nr. 49.

Solcher Geiz und solche Habgier ziehen das Gericht Gottes auf sich. Auf solche egoistischen Kulturen träfe das Bibelwort zu: „Du Tor, in dieser Nacht wird man dein Leben von dir fordern.“⁴⁹³ Wenn die wohlhabenden Industriestaaten sich der Not der Entwicklungsländer verweigern, ist dies kein sittlich geordneter Umgang mit dem Wohlstand, sondern ein gieriges Mehr-Haben-Wollen, das die Not um sich herum in sträflicher Weise vernachlässigt.

„Der Überfluß der reichen Länder muß den ärmeren zustatten kommen. Die Regel, die einmal zugunsten der nächsten Angehörigen galt, muß heute auf die Gesamtheit der Weltnöte angewandt werden.“⁴⁹⁴

Die Analysen Pauls VI. zeichnen sich durch eine existenzielle Perspektive aus. Mit Blick auf die Problematik der ungerechten Verteilung der Güter bzw. deren Nutzungschancen, wird die Sprache des Papstes eindringlicher als die seiner Vorgänger: Er spricht vom "Schrei der Angst" und vom Skandal "schreiender Ungerechtigkeit".⁴⁹⁵

Die Ungerechtigkeit zwischen Arm und Reich ist außerdem eine Bedrohung des Friedens:

" ... die reichen Völker erfreuen sich eines raschen Wachstums, bei den armen geht es nur langsam voran. Die Störung des Gleichgewichts wird bedrohlicher: Die einen erzeugen Nahrungsmittel im Überfluß, während andere daran jämmerlichen Mangel leiden oder für ihren geringfügigen Überschuß keine gesicherten Absatzmöglichkeiten haben."⁴⁹⁶

Neben harter Kritik an denen, die Besitz und Macht missbrauchen⁴⁹⁷, wird das Besitzstreben auch als moralisches bzw. seelsorgliches Problem der Habenden, der Besitzenden selbst, dargestellt. Ihr Fehlverhalten wird nicht nur in der Form der Anklage beschrieben, sondern gewissermaßen als ansteckende Krankheit („von der Habsucht infiziert“⁴⁹⁸) und als „sittliche Not derer, die vom Egoismus zerfressen sind“.⁴⁹⁹ Wenn das berechtigte Streben nach materiellen Gütern in Habgier umschlägt, sei es auf der Ebene der Völker oder der Einzelnen, führt dies zu spiritueller und mitmenschlicher Verkümmern, zu Streit und Unfrieden, weil jeder nur noch seine eigenen Interessen verfolgt:

⁴⁹³ ebd.

⁴⁹⁴ ebd.

⁴⁹⁵ ebd., S. 438, Nr. 9; Paul VI. unterstreicht, der Skandal beziehe sich nicht in erster Linie auf die Ungerechtigkeit der Besitzverhältnisse, sondern vor allem auf deren Gebrauch.

⁴⁹⁶ ebd., S. 438, Nr. 8.

⁴⁹⁷ vgl. ebd., S. 443, Nr. 21.

⁴⁹⁸ ebd., S. 442, Nr. 19; "qui avaritiae labe inficiantur": Enzyklika *Populorum Progressio*, Lateinisch-deutsch. Revidierte Übersetzung = Nachkonziliare Dokumentation, Bd. 4, Trier 1967, S. 34, Nr. 19.

⁴⁹⁹ ebd., S. 442f., Nr. 21.

„Mehr haben ist also weder für die Völker noch für den einzelnen das höchste Ziel. Jedes Wachstum hat seine zwei Seiten. Es ist unentbehrlich, damit der Mensch mehr Mensch werde, aber es sperrt ihn wie in ein Gefängnis ein, wenn es zum höchsten Wert wird, der dem Menschen den Blick nach oben versperrt. Dann verhärtet sich das Herz, der Geist verschließt sich, die Menschen kennen keine Freundschaft mehr, sondern nur noch das eigene Interesse, das sie gegeneinander aufbringt und entzweit. Das ausschließliche Streben nach materiellen Gütern verhindert das innere Wachstum und steht seiner wahren menschlichen Größe entgegen. Sowohl die Völker als auch die einzelnen, die von der Habsucht infiziert sind, offenbaren deutlich eine moralische Unterentwicklung.“⁵⁰⁰

Zu den neuen Problemen zählt der Papst in der Einleitung des Apostolischen Schreibens *Octogesima adveniens* (80 Jahre nach *Rerum novarum*) auch "Bedeutung und Gewicht des gesteigerten Verbrauchs", also der gestiegenen Ansprüche an die Lebenshaltung.⁵⁰¹ Damit kommt das Stichwort des Konsums ins Blickfeld.

Neben scharfe Kritik an Luxus und an der Vergeudung von Gütern⁵⁰² tritt die Kritik an einem Wirtschaftssystem, das Bedürfnisse nach überflüssigen Dingen weckt, bevor die grundlegenden Bedürfnisse anderer befriedigt sind. Auf diese Weise steht der industrielle Fortschritt nicht im Dienst am wahren menschlichen Wohl. Auf der einen Seite wird der Mensch als Konsument zum Objekt eines „maßlosen, modernster Werbemittel sich bedienenden Wettbewerbs“, der Bedürfnisse nach Überflüssigem hervorruft, auf der anderen Seite – als arbeitender Mensch – ist er der Störanfälligkeit eines solchen Wirtschaftssystems ausgeliefert. Pointiert stellt der Papst die Frage: Wird der Mensch auf diese Weise nicht zum „Sklassen“ seiner eigenen Erzeugnisse?⁵⁰³

⁵⁰⁰ ebd., S. 442, Nr. 19.

⁵⁰¹ Apostolisches Schreiben *Octogesima adveniens*, a.a.O., S. 491, Nr.7. Im Original heißt es "Bedeutung und Gewicht des gesteigerten Verbrauchs lebensnotwendiger Bedarfdeckungsmittel" ("significatio et momentum auctarum rerum, quae necessitatis causa consumuntur": Apostolisches Schreiben *Octogesima adveniens*, Lateinisch-deutsch. Von den deutschen Bischöfen approbierte Übersetzung, eingeleitet von Oswald von Nell-Breuning SJ, Nachkonziliare Dokumentation, Bd. 35, Trier 1971, S. 26). Da die Menge der *lebensnotwendigen* Güter eine relativ stabile Größe ist, ergibt dieser Satz keinen Sinn, es sei denn, es wäre hier an ein soziokulturelles Existenzminimum gedacht. Die von der Vatikanischen Druckerei herausgegebenen Übersetzungen verbessern daher auch dahingehend, dass vom gestiegenen Verbrauch der *nicht-lebensnotwendigen* Güter die Rede ist. (vgl. Anm. auf S. 491 in der von der Katholischen Arbeitnehmerbewegung herausgegebenen Ausgabe, a.a.O.).

⁵⁰² vgl. Apostolisches Schreiben *Octogesima adveniens*, S. 493, Nr. 10.

⁵⁰³ ebd., S. 492, Nr. 9: "Gestützt auf die Errungenschaften technischen und naturwissenschaftlichen Fortschritts geht das Wachstum der Industrie unaufhaltsam seinen Weg und erweist seine schöpferische Kraft. Während einzelne Unternehmungen durch Steigerung ihrer Produktion oder durch Zusammenschluß mit anderen wachsen, gehen andere zugrunde oder wandern ab. Das hat wiederum neue soziale Kalamitäten im Gefolge: berufliche oder gebietliche Arbeitslosigkeit, Zurückstufung, Wechsel des Wohnsitzes oder ständige Umschulung der Arbeiter im Wechsel zwischen Wachstums- und Schrumpfungsbereichen. Der maßlose, modernster Werbemittel sich bedienende Wettbewerb wirft immer neue Erzeugnisse auf den Markt und wirbt

Die Massenmedien spielen bei diesem Prozess eine wichtige Rolle, da sie das Bedürfnis nach mehr Konsum und auf diese Weise das ungesunde Wachstum steigern. Auf dem Weg der Medien wird das einseitige Fortschrittsverständnis zu einer „allgemeingültigen Ideologie“.⁵⁰⁴

2.4.1.2. Konsumkritik - Herrschaftskritik - Technikkritik

Nicht philosophisch-abstrakte Materialismuskritik, sondern die verschiedenen Formen der Bedrückung von Menschen und die Einschränkung ihrer freien Entfaltung - in diesem Sinn Herrschaftskritik - steht im Zentrum der Gesellschaftsanalyse Pauls VI.

Der Ansatz Pauls VI. – besonders deutlich in *Octogesima adveniens* - , ist derjenige der menschlichen Freiheit, die es zu verteidigen gilt, und zwar nicht nur gegenüber einem „bürokratischen Sozialismus“, sondern auch im Hinblick auf einen „technokratischen Kapitalismus“ und eine „autokratische Demokratie“⁵⁰⁵, die den Menschen in einer Weise bestimmen, die der Entfaltung seiner eigenen Gestaltungskräfte keinen Raum lässt. Diese drei „Herrschaften“ sieht Paul VI. untrennbar verbunden mit Materialismus, Egoismus und „grausamer Zwangsgewalt“.⁵⁰⁶

Zu dieser Analyse passt das Zitat eines Autors der systemkritischen Frankfurter Schule, Herbert Marcuse, das in einem päpstlichen Lehrschreiben zunächst überrascht. Die „Eindimensionalität“ des Menschen, von der die Rede ist, einmal mit explizitem Verweis auf Marcuse⁵⁰⁷, einmal ohne⁵⁰⁸, und seine Fremdbestimmung und fehlende Gestaltungsmöglichkeit im wirtschaftlichen und politischen Raum auf der Basis seiner Vereinnahmung durch gesteigerte Bedürfnisse und fortgesetzter Vereinnahmung durch die Arbeitswelt (wo doch die maschinelle Unterstützung, wirklich in Dienst genommen, eigentlich mehr Freiraum

dafür um die Gunst der Verbraucher; darüber kommen noch voll betriebsfähige ältere Produktionsanlagen zum Erliegen. Während ein Großteil der Bevölkerung seine elementaren Lebensbedürfnisse nicht befriedigen kann, verlegt man sich darauf, Bedürfnisse nach überflüssigen Dingen zu wecken. Mit gutem Recht kann man daher die Frage stellen, ob der Mensch nicht trotz aller Errungenschaften den Erfolg seiner Arbeit nicht gegen sich selbst kehrt. Wird er nicht - nachdem er sich, wie nur recht und billig, die Naturschätze dienstbar gemacht hat, zum Sklaven seiner eigenen Erzeugnisse?“

⁵⁰⁴ ebd., S. 511, Nr. 41.

⁵⁰⁵ ebd. S. 508, Nr. 37.

⁵⁰⁶ ebd.

⁵⁰⁷ Papst Paul VI., Ansprache vor der Internationalen Arbeitsorganisation (1969), a.a.O., S. 481, Nr. 20, Anm. 23.

⁵⁰⁸ Apostolisches Schreiben *Octogesima adveniens*, a.a.O., S. 504, Nr. 30.

bewirken sollte), sind übereinstimmende Merkmale der Gesellschaftskritik, auch wenn unterschiedliche Schlussfolgerungen gezogen werden (s.u.).

Mit dem Begriff der Herrschaft der Technik, der "Technokratie"⁵⁰⁹, nimmt Paul VI. das Motiv der fehlenden Balance zwischen geistiger und materieller Entwicklung wieder auf. Neben der Kritik an der ungerechten Verteilung der Güter und über die Befürchtung der Fixierung auf materielle Güter hinaus, richtet Paul VI. sein Augenmerk verstärkt auf die Bedingungen der Produktion. Das eigentliche Übel sieht er weniger in der physischen Härte der Arbeitsbedingungen⁵¹⁰, sondern im Fremdbestimmtsein, darin, dass die Menschen den Arbeitsprozess nicht als Subjekte gestalten, sondern der Monotonie der Maschinen ausgeliefert sind und zu deren „Sklaven“⁵¹¹ werden:

„ ... worum es geht, ist ... den Menschen vor sich selbst zu schützen, gegen ihn, der auf dem Weg ist, nichts anderes mehr zu sein als nur ein mechanisierter Bediener einer gefühllosen Maschine, die den besseren Teil seines Ich in sich hineinschlingt, oder eines Staates, der es darauf ablegt, alle seine Kräfte ausschließlich für seinen Dienst in Anspruch zu nehmen. Der Mensch ist es, den es zu schützen gilt, er, der sich von den ungeheuerlichen Kräften, die er in Bewegung setzt, fortreißen lässt und von der riesenhaften Steigerung seiner Arbeitsleistung geradezu verschlungen wird; der Mensch, den der unwiderstehliche Drang seiner Erfindungsgabe überwältigt, der aber nicht fertig wird mit dem wachsenden Widerspruch zwischen der ans Wunder grenzenden Vermehrung der verfügbar gewordenen Güter und deren allzu oft ungerechten Verteilung zwischen den einzelnen und ganzen Völkern.“⁵¹²

Der Begriff der „Herrschaft der Technik“ impliziert, dass sich die Technik in einer Form verselbstständigt hat, die das ursprüngliche Verhältnis ihrer In-Dienst-Nahme durch den Menschen auf den Kopf stellt. Mit "Technokratie" ist die Umkehrung des Dienstverhältnisses gemeint, in dem Mensch und Technik zueinander stehen sollen. Sie ist die Verneinung der Frage, die die Päpste angesichts des technischen Fortschritts immer wieder gestellt haben: ob er tatsächlich im wahren Dienst des Menschen stehe. Statt lediglich Instrument zu sein, führt sie im Gegenteil dazu, dass der Mensch zum Bediener der Maschine wird; statt dass er von der Last der Arbeit ein Stück weit befreit würde, wird er "verschlungen von der Arbeitsleistung".⁵¹³ Zeichen für die Beherrschung des

⁵⁰⁹ ebd., S. 517, Nr. 47.

⁵¹⁰ vgl. die Sozialkritik seit Leo XIII.

⁵¹¹ Ansprache vor der Internationalen Arbeitsorganisation, a.a.O., S. 477, Nr. 12: „ ... der Arbeitsprozeß läuft Gefahr, den Arbeiter zu entpersönlichen, bis er schließlich Sklave der Arbeit geworden ist, ihr seine geistigen Fähigkeiten und seine Freiheit opfert, um dann ganz seine Würde einzubüßen.“

⁵¹² ebd., S. 481f., Nr. 20 und Anmerkung 23.

⁵¹³ ebd. S. 482, Nr. 20.

Menschen durch die Technik nimmt Papst Paul VI. bis hinein in den sprachlichen Ausdruck wahr.⁵¹⁴

2.4.2. Ursachenanalyse: Strukturelle Akzentsetzung

Das Denken Pauls VI. ist nicht bestimmt von einem Gegensatz Individuum-Gesellschaft, sondern der Zusammenschau der sozialen Ebenen von der Familie bis zum Staat. Individueller Egoismus wird ebenso gegeißelt wie die Ignorierung des Ungleichgewichts der Entwicklung auf der Ebene der Völker. Bei Paul VI. hat jedoch gegenüber der Zeitgeistkritik Pius' XII. eine deutliche Verschiebung stattgefunden hin zu einer verstärkten Berücksichtigung der sozialen Zusammenhänge und gesellschaftlichen Strukturen. Gleichzeitig ist seine Beschreibung der Probleme existenziell, ausgehend von den Nöten des Einzelnen. Der Papst nimmt das Individuum wahr als von den gesellschaftlichen Produktionsbedingungen in seiner Freiheit eingeschränkt. Nicht vorrangig das Thema einer Konkurrenz von materiellen und religiösen Werten prägt die Konsumkritik bei Paul VI., sondern vielmehr die Sorge, dass die Strukturen von Produktion und Konsum den Menschen seiner Freiheit berauben könnten. Materialismus, Egoismus und "grausame Zwangsgewalt" sieht Papst Paul VI. als notwendige Begleiterscheinungen verfehlter sozioökonomischer Strukturen.⁵¹⁵

Darum liegen auch die Lösungen der aufgezeigten Probleme - wie gleich zu zeigen ist - bei ihm nicht allein in einer individuellen Bekehrung des Herzens, sondern auch in strukturellen Erfordernissen. Eine herausgehobene Verantwortung bei der Beeinflussung von Bedürfnissen sieht der Papst außerdem bei den Medien.⁵¹⁶

⁵¹⁴ " ... beherrscht doch die Technik heimlich bereits seit langem das Tun und Treiben der Menschen und ihre menschliche Lebensweise, ja sogar die Form des sprachlichen Ausdrucks. Was aber ihr eigentlicher Sinn ist, danach wird kaum gefragt." (Apostolisches Schreiben *Octogesima adveniens*, a.a.O., S. 504, Nr. 29).

⁵¹⁵ "Der bürokratische Sozialismus, der technokratische Kapitalismus und die autokratische Demokratie zeigen zur Genüge die Schwierigkeit der großen Aufgabe, menschliches Zusammenleben in Gerechtigkeit und Gleichheit zu gestalten. Wie könnten sie dem Materialismus, der nur auf eigenen Nutzen bedachten Ichsucht und grausamer Zwangsgewalt entgehen, die notwendig zu ihnen gehören? Woher der Protest, der sich mehr oder weniger überall als Ausdruck inneren Mißbehagens erhebt, während zugleich ein Wiederaufleben dessen zu beobachten ist, was man als Utopien zu bezeichnen pflegt, die bessere Lösungen der heute anstehenden gesellschaftspolitische Probleme versprechen als die Ideologien?" (ebd., S. 508, Nr. 37). Diesem Prozess gewinnt der Papst durchaus positive Seiten ab, wenn er auch vor der Gefahr warnt, sich in eine erdichtete, unwirkliche Traumwelt zu flüchten (vgl. ebd.)

⁵¹⁶ "Wer über diese Machtmittel gebietet, trägt eine schwere sittliche Verantwortung: daß die verbreiteten Nachrichten der Wahrheit entsprechen, aber auch in Bezug auf die durch sie hervorgerufenen Bedürfnisse und sonstigen Wirkungen, schließlich in Bezug auf die von ihnen angepriesenen Werte des Lebens" (ebd., S. 499, Nr. 20).

2.4.3. Heilmittel: Innere Freiheit und Partizipation in Wirtschaft und Gesellschaft

Das Ziel eines ganzheitlichen, allen Menschen dienenden Fortschritts sind Lebensbedingungen für alle, die der menschlichen Würde entsprechen. Zu überwinden sind die materielle Not der Armen und die sittliche Not derjenigen, die nichts abzugeben bereit sind, die Besitz und Macht missbrauchen.⁵¹⁷ Dies bedeutet: der Besitz des Lebensnotwendigen für alle; die Überwindung sozialer Missstände; Bildung und Bewusstwerdung der menschlichen Würde; die Ausrichtung auf den Geist der Armut; die Zusammenarbeit zum Wohl aller und der Wille zum Frieden; die Anerkennung letzter Werte und die Anerkennung Gottes.

In der *inneren Freiheit gegenüber Besitz und Macht* sieht Paul VI. den einzigen Weg zu wirklicher, auch äußerer, Befreiung von Not und Abhängigkeit.⁵¹⁸ Dies ist nur möglich durch die Überwindung des Egoismus, zu dem die Kraft des Glaubens befähigt.⁵¹⁹ Ein revolutionärer Umsturz würde nur zu einem Wechsel der Machthaber, nicht aber der Abhängigkeiten führen.⁵²⁰

Der Papst konstatiert aufkommende Zweifel der Menschen in den wohlhabenden Ländern, ob der Fortschritt wirklich zu wahrer Zufriedenheit führen könne.⁵²¹ Verstärkt mache sich der Anspruch auf Mehr-Sein geltend und Zweifel am *Ziel* des Fortschritts, denn dieses schein immer wieder zu entgleiten.⁵²²

„ ... welchen Wert hat er (sc. der Fortschritt) denn eigentlich und worauf läuft er hinaus? Was bedeutet letztendlich dieses unersättliche Streben nach einem Fortschritt, der jedes Mal wieder ent schlüpft, wenn man ihn erreicht zu haben glaubt?“⁵²³

„Hat der Mensch erst einmal die einseitige Sucht überwunden, alles nach dem Erfolg in der Gütererzeugung und im Gütertausch, nach Macht- und Nutzenbeziehungen zu beurteilen und zu messen, dann will er diese quantifizierbaren Güter ersetzen durch vertiefte zwischenmenschliche Beziehungen, Verbreitung des Wissens, Entfaltung vielfältiger Formen menschlichen Geisteslebens, Austausch wechselseitiger Dienste, Einsatz aller für gemeinsame Aufgaben.“⁵²⁴

⁵¹⁷ vgl. Enzyklika *Populorum Progressio*, a.a.O., S. 442, Nr. 20f.

⁵¹⁸ vgl. Apostolisches Schreiben *Octogesima adveniens*, a.a.O., S. 514, Nr. 45.

⁵¹⁹ vgl. ebd., S. 508f., Nr. 37.

⁵²⁰ vgl. ebd., S. 514, Nr. 45.

⁵²¹ vgl. ebd., S. 511, Nr. 41.

⁵²² vgl. ebd.

⁵²³ ebd.; vgl. auch ebd., S. 508, Nr. 37: „Woher der Protest, der sich mehr oder weniger überall als Ausdruck inneren Missbehagens erhebt ...“.

⁵²⁴ ebd., S.511f., Nr. 41.

Dreißig Jahre nach dem Erscheinen von *Octogesima adveniens* ist diese Hoffnung der Ernüchterung gewichen, denn es hat sich gezeigt, dass es weniger der Nutzenaspekt und der quantifizierbare Aspekt der Güter ist, die sie begehrenswert erscheinen lassen, als vielmehr ihr Imaginationspotential (s.u.).

Strukturelle Alternativen zu einem allein an materiellen Kategorien gemessenen Fortschritt finden bei Paul VI. stärkere Beachtung. Das Individuum wird von Paul VI. in einem Ausmaß in wirtschaftliche Zwänge eingebunden gesehen, die ihn von einer "Herrschaft der Technik" im Kapitalismus sprechen lassen und den Einzelnen wiederum als Opfer einer Entwicklung darstellen, für die er als Individuum nicht verantwortlich ist.

Gegen die um sich greifende Technokratie müssen daher nach Auffassung des Papstes *neue Formen einer echten Demokratie* gefunden werden.⁵²⁵ Allgemein gilt es, die aktive Partizipation der Menschen an der Gestaltung von Wirtschaft und Gesellschaft, ihre Mitbestimmung und Mitverantwortung zu fördern:

„ ... Beschaffenheit und Echtheit der menschlichen Beziehungen, der Grad der Mitbestimmung und Mitverantwortung sind für die künftige Gesellschaft nicht weniger bedeutsam und wichtig als die Menge und Vielfalt der produzierten und dem Verbrauch zugeführten Güter ...“⁵²⁶

Das Ziel besteht in einem *qualitativen Wachstum*, in dem der Echtheit der menschlichen Beziehungen, der Mitbestimmung und Mitverantwortung entscheidende Bedeutung zukommen.⁵²⁷

Die Lösung liegt für Paul VI. in der Forderung nach politischer und wirtschaftlicher Partizipation, die die Menschen in Wirtschaft und Gesellschaft von Objekten zu Subjekten des Handelns machen. Die Lösungswege, die er vorschlägt, sind bestimmt von dem Anliegen, die menschlichen Beziehungen so zu gestalten, dass ein größtmögliches Maß an persönlicher Verantwortung, Entfaltung und Eigenständigkeit ermöglicht wird.

2.4.4. Resümee Paul VI.

Wie seine Vorgänger nimmt Paul VI. das Individuum wahr als in vielfältiger Weise durch sozioökonomische Bedingungen in seiner Freiheit eingeschränkt.

⁵²⁵ vgl. ebd., S. 516f., Nr. 47; Paul VI. verweist auch auf die Enzyklika Johannes' XXIII., *Mater et Magistra*, in der dieser schon Partizipation und Mitbestimmung im Bereich des Wirtschaftslebens gefordert hatte. Paul VI. bezieht diese Forderung zugleich auf den gesamten gesellschaftlichen und staatlichen Bereich (vgl. ebd.).

⁵²⁶ ebd., S. 511, Nr. 41.

⁵²⁷ vgl. ebd.

Begriffe wie „Technokratie“ und „grausame Zwangsgewalt“ unterstreichen dies. Der Einzelne wird nicht nur als Habsüchtiger verurteilt, sondern in gewisser Weise als von der Krankheit der Habsucht infiziert angesehen. Die Freiheit des Menschen ist in Gefahr durch die Strukturen von Produktion und Konsum. Der Mensch ist „Sklave“ seiner Erzeugnisse: als Konsument Objekt manipulierender Einflüsse, als arbeitender Mensch fremdbestimmt durch den Arbeitsprozess und Strukturen ausgeliefert, die auf der Produktion von Überflüssigem beruhen und auf diese Weise nur ein instabiles Wirtschaftsgefüge schaffen. Neben der Umorientierung von einem Mehr-Haben zu einem Mehr-Sein soll der Einzelne durch verstärkte politische, gesellschaftliche und wirtschaftliche Partizipation aus der Rolle des Objekts herausgeführt werden.

2.5. Bischofssynode "De iustitia in mundo" (1971)

2.5.1. Gegenstand und Begründung der Konsumkritik

Unter dem leitenden Gesichtspunkt der weltweiten Gerechtigkeit behandelt auch die Römische Bischofssynode "De iustitia in mundo" die ethische Herausforderung einer Gestaltung des wirtschaftlichen Fortschritts zum Wohl aller Menschen.

Die Synodenväter bejahen in der Tradition der Päpste und des Konzils den wirtschaftlichen Fortschritt als solchen. Sie stellen jedoch die Mechanismen in Frage, die ihn bewirken sollen und sie fordern eine Steuerung des Fortschritts in einer Weise, die alle daran teilhaben lässt. Sie wenden sich gegen ein liberalistisches Wirtschaftsmodell, das darauf vertraut, die Kräfte des Marktes allein könnten eine ausreichende Versorgung der Armen gewährleisten und kritisieren ein ebensolches Fortschrittsverständnis, das nicht von der Gestaltbarkeit der wirtschaftlichen Prozesse ausgeht, sondern diese deterministisch und automatisch missversteht.

Der Ansatzpunkt der Synode ist vorherrschend der Aspekt der Gerechtigkeit, der ethischen Gestaltbarkeit der Wirtschaftskräfte und der Freiheit zur Partizipation und Mitgestaltung der Gesellschaft.⁵²⁸ Er richtet sich sowohl gegen eine

⁵²⁸ vgl. Römische Bischofssynode *De iustitia in mundo* (1971), Über die Gerechtigkeit in der Welt, in: Texte zur katholischen Soziallehre. Die sozialen Rundschreiben der Päpste und andere kirchliche Dokumente, hrsg. vom Bundesverband der Katholischen Arbeitnehmer-Bewegung, Kevelaer ⁶1985, S.525-557, hier: S.527, Nr. 3: "Ist es auch nicht unseres Amtes, die Weltlage tiefer auszuloten und zu werten, so gewahren wir doch die schweren Ungerechtigkeiten, die sich wie ein Netz von Beherrschung, Bedrückung und Ausbeutung um die Welt

Konzentration von wirtschaftlicher Macht wie auch gegen die Hinnahme von Automatismen in der Wirtschaft.⁵²⁹

Auf der Linie dieses systemkritischen Ansatzes liegt es auch, dass die Synode den Bildungsfaktor Schule als im Bann des Systems stehend beurteilt. Kritisiert werden Strukturen, die den Menschen unfrei machen und ihn möglichst nahtlos an das System wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Werte und Verhaltensweisen anpassen wollen.⁵³⁰

Die Synodenväter kritisieren eine "maßlose Überschätzung des Besitzes"⁵³¹. Die Höhe des Verbrauchs in den wohlhabenden Ländern wird als Gefahr für das Leben auf der Erde kritisiert, die Forderung nach Konsumverzicht also auch aus ökologischen Gründen erhoben.⁵³²

Entsprechend sieht die Synode auch die Möglichkeiten der Abhilfe, auf der einen Seite auf der individuellen Ebene des Konsumverzichts und, darüber

schlingen, die Freiheit ersticken und einem Großteil der Menschheit verwehren, eine gerechtere und brüderlichere Welt zu bauen und sich ihrer zu erfreuen."

⁵²⁹ z.B. ebd., S. 528, Nr. 9: "Werden die Auswirkungen dieser neuen industriellen und technologischen Welt nicht durch gesellschaftliche und staatliche Maßnahmen in Grenzen gehalten oder zurückgedrängt, dann begünstigen sie die Zusammenballung von Reichtum, Macht und Entscheidungsbefugnissen in den Händen einer an Zahl geringen privaten und öffentlichen Machelite. Die Ungerechtigkeit im ökonomischen Bereich und der Mangel an sozialer Partnerschaft sind schuld daran, daß vielen die grundlegenden Menschen- und Bürgerrechte vorenthalten werden" und S.530, Nr.16: " ... dann muß der Begriff von Entwicklung oder Fortschritt von Mystifikationen und anderen Fehlvorstellungen geläutert werden, die einer Geisteshaltung entsprungen sind, die sich unter "Fortschritt" nur einen deterministisch und automatisch ablaufenden Prozeß vorstellen kann." Die Berücksichtigung struktureller Gegebenheiten wird explizit gefordert: "Diesem Streben (sc. Streben nach Gerechtigkeit für alle Menschen) wird es jedoch nicht gelingen, das zu verwirklichen, was unsere Zeit begehrt, wenn es die sozialstrukturellen Hindernisse außer acht läßt, die der Bekehrung der Herzen und der idealen Verwirklichung eines Höchstmaßes an Liebe im Wege stehen" (ebd., S. 529, Nr. 16).

⁵³⁰ ebd., S. 539, Nr. 51.

⁵³¹ ebd.

⁵³² "Neuerdings beginnen die Menschen jedoch, sich auf eine neue und tiefere Dimension ihrer Einheit zu besinnen, indem ihnen bewußt wird, wie Naturschätze, beispielsweise so kostbare Güter wie Luft und Wasser, ohne die kein Leben möglich ist, und all die Dinge, die zu der schmalen und gebrechlichen "Biosphäre" all dessen gehören, was auf dieser Welt lebt, nicht unerschöpflich sind, sondern als einmalige und unersetzliche Ausstattung der gesamten Menschheit sorgsamer Pflege und des Schutzes bedürfen" (ebd., S. 527, Nr. 8) ... "Überdies hat die Nachfrage der wohlhabenderen - gleichviel ob kapitalistischen oder sozialistischen - Länder nach Rohstoffen und Energie (wie auch die schädliche Wirkung ihrer Abfälle auf Atmosphäre und Ozeane) ein solches Ausmaß erreicht, daß die wesentlichen Voraussetzungen des Lebens auf dieser Erde wie Luft und Wasser unwiederherstellbar geschädigt würden, wenn die Höhe des Verbrauchs, dieser Grad der Verschmutzung und diese Schnelligkeit des Wachstums bei der gesamten Menschheit Platz greifen würde" (ebd., S. 528, Nr. 11). Die ökologische Begründung seiner Argumentation gegen eine materialistische Lebensführung hatte bereits Pius XII. vereinzelt angeführt, sie war allerdings in der Folge eher in den Hintergrund getreten.

hinaus, im Erziehungssystem und auf der Ebene der gesellschaftlichen Wertevermittlung. Von hier aus soll die Kritik am Wirtschaftssystem wachsen und eine gerechtere Wirtschaftsordnung gefördert werden.

2.5.2. Heilmittel: Bewusstseinsbildung, politischer Einsatz und alternativer Lebensstil

"Fertige Lösungen" hat die Kirche auf dem Weg zu mehr Gerechtigkeit nicht anzubieten⁵³³, stellen die Synodenväter fest, werden dann jedoch in ihren Vorschlägen teilweise sehr konkret.

Sie nennen allgemein zunächst den Weg der öffentlichen Meinungsbildung und den Weg der "sozialen und politischen Auseinandersetzungen", wobei sie eine Präferenz für die erste Variante erkennen lassen, ohne den anderen Weg zu verurteilen.⁵³⁴

2.5.2.1. Konsumverzicht

Den Weg zu mehr Gerechtigkeit sehen die Synodenväter in der Gestaltung der Kräfte des Marktes im Sinn sozialer Gerechtigkeit, in Zusammenhang mit einem Konsumverzicht der Reichen. In prophetischer Weise ist das Lebenszeugnis der einzelnen Christen und der Kirche gefragt, die einen *alternativen Lebensstil* pflegen sollen.

"Unerfindlich ist, wie die reichen Völker es rechtfertigen wollen, ihren Zugriff auf die Güter der Erde noch weiter zu steigern, wenn das zur Folge hat, dass entweder die anderen Völker niemals über ihre elende Notlage hinauskommen oder gar die physischen Grundlagen des Lebens auf der Erde Gefahr laufen, zerstört zu werden. Die jetzt schon Reichen müssen sich mit einer materiell weniger anspruchsvollen Lebenshaltung bescheiden und weniger verschwenderisch mit den Dingen der Umwelt umgehen, um nicht jenes Erbgut zu zerstören, in das sie sich mit der ganzen übrigen Menschheit nach strenger Gerechtigkeit zu teilen haben."⁵³⁵

2.5.2.2. Das Vorbild der Kirche

Die Forderung nach einem Konsumverzicht der Reichen wird mit der Anmahnung eines vorbildhaften Verhaltens der Kirche selbst verbunden. Die Kirche soll sich prüfen, ob sie den Maßstäben, die sie an andere richtet, selbst gerecht wird und ein Beispiel des Konsumverzichts geben.⁵³⁶ Die Synodenväter stellen schlicht fest: " ... unser Glaube verlangt ein gewisses Maß von Enthaltbarkeit

⁵³³ vgl. ebd., S. 536, Nr. 38.

⁵³⁴ vgl. ebd., S. 537, Nr. 40.

⁵³⁵ ebd., S. 546, Nr. 64.

⁵³⁶ vgl. ebd., S. 537f., Nr. 41.

im Gebrauch der irdischen Dinge."⁵³⁷ Sie warnen vor einem Glaubwürdigkeitsverlust der Kirche, wenn es so scheine, als hielte sie es mit den Reichen und Mächtigen.⁵³⁸ Die Synodenväter fordern daher, der Lebensstil aller in der Kirche müsse erforscht werden⁵³⁹ und verlangen von ihr ein "prophetisches Zeugnis".⁵⁴⁰

Sie geben allerdings zu, dass es

"schwierig ist, eine scharfe Grenze zu ziehen zwischen dem, was zum rechten Gebrauch benötigt wird, und dem, was das prophetische Zeugnis uns abverlangt".⁵⁴¹

2.5.2.3. *Erziehung und Bildung*

Die Synode fordert außerdem, in der Erziehung einen systemkonformen "engstirnigen Individualismus" aufzubrechen:

"Offenbar stehen dem Fortschritt, den wir für uns selbst und für alle wünschen, schwere Hindernisse entgegen. Die heute noch vorwiegende Art der Erziehung begünstigt einen engstirnigen Individualismus. Ein Großteil der Menschen versinkt geradezu in maßloser Überschätzung des Besitzes. Schule und Massenmedien stehen nun einmal im Bann des etablierten 'Systems' und können daher nur einen Menschen formen, wie dieses 'System' ihn braucht, einen Menschen nach dessen Bild, keinen neuen Menschen, sondern nur eine Reproduktion des herkömmlichen Typs."⁵⁴²

Stattdessen sollen sich Erziehung und Bildung ausrichten an einer "ganz und gar menschlichen Lebensweise in Gerechtigkeit, Liebe und Einfachheit".⁵⁴³ Erziehung muss die Fähigkeit wecken, kritisch über die in der Gesellschaft geltenden Werte nachzudenken, wenn sie nicht mehr dazu beitragen, allen Menschen zu ihrem Recht zu verhelfen.⁵⁴⁴ Diese Art von Erziehung "immunisiert" den Menschen gegen Manipulation (durch Massenmedien, durch politische Parteien) und setzt ihn in den Stand, sein Geschick in die eigene Hand zu nehmen.⁵⁴⁵

⁵³⁷ ebd., S. 538, Nr. 48.

⁵³⁸ vgl. ebd., S. 538, Nr. 48.

⁵³⁹ vgl. ebd.

⁵⁴⁰ ebd.

⁵⁴¹ ebd.

⁵⁴² ebd., S. 539, Nr. 51.

⁵⁴³ ebd., S. 539, Nr. 52.

⁵⁴⁴ ebd.

⁵⁴⁵ vgl. ebd., S. 540, Nr. 53.

2.6. Papst Johannes Paul II. (1978-)

Bei Johannes Paul II. nimmt die Konsumkritik spezifischere Züge an. Er nimmt auf der einen Seite die traditionellen Elemente der Fortschritts- und Materialismuskritik seiner Vorgänger auf, findet jedoch mit einer eigenen Begrifflichkeit (s.u.), einer ergänzenden theologischen und anthropologischen Grundlegung sowie einer verstärkten Berücksichtigung der ökologischen Problematik zu einer vertiefenden Behandlung des Themas, die auch quantitativ in den Vordergrund tritt.

Die Sozial-Enzykliken Johannes Pauls II. wie auch die Antrittsenzyklika *Redemptor hominis*⁵⁴⁶ und *Evangelium vitae*⁵⁴⁷ behandeln unter anderem Fragen des Wohlstands der westlichen Industriegesellschaften. Johannes Paul II. greift außerdem in zahlreichen Ansprachen und Botschaften die Begriffe "Konsumgesellschaft" und "Konsumismus"⁵⁴⁸ auf. Sie sind in Italien vorgeprägt durch ihre gesellschaftskritische Verwendung z.B. durch Pier Paolo Pasolini, in den USA und Deutschland durch die Frankfurter Schule und ihre Nachfolger sowie amerikanische Gesellschaftskritiker.

Die Verwendung eines neuen Begriffs lässt vermuten, dass der Papst das von ihm beschriebene und kritisierte Phänomen unterscheidet von dem allgemeineren und vielschichtigeren Begriff "Materialismus". Die folgenden Abschnitte sollen beleuchten, was in den päpstlichen Enzykliken Gegenstand der Kritik ist und ob mit dem neuen Begriff auch neue Inhalte in die Tradition der praktischen Materialismuskritik aufgenommen werden. Dass es hier begriffliche Unklarheiten gibt, wird auch daran deutlich, dass die lateinischen Textfassungen den

⁵⁴⁶ Enzyklika *Redemptor hominis* (1979) = Verlautbarungen des Apostolischen Stuhls, Nr. 6, hrsg. vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn 1979.

⁵⁴⁷ Enzyklika *Evangelium vitae* (1995) = Verlautbarungen des Apostolischen Stuhls, Nr. 120, hrsg. vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn 1995.

⁵⁴⁸ So auch die deutsche Übersetzung (wie auch weitere Übersetzungen) der Enzykliken *Sollicitudo rei socialis* und *Centesimus annus* (Enzyklika *Sollicitudo rei socialis* (1987) = Verlautbarungen des Apostolischen Stuhls, Nr. 82, hrsg. vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn 1987, Nr. 28, S.32 und Enzyklika *Centesimus annus* (1991) = Verlautbarungen des Apostolischen Stuhls Nr. 101, hrsg. vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn 1991, S. 42, Nr. 36 und S. 44, Nr. 37). In zahlreichen Ansprachen, Botschaften etc. findet sich der Begriff „Konsumismus“, häufig in Verbindung mit „Materialismus“ und „Säkularismus“. In seiner Botschaft zum 9. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel (1975) spricht auch Papst Paul VI. bereits von einem „unablässigen Konsumismus überflüssiger Dinge“ (www.vatican.va/holy_father/paul_vi/messages/communications/documents/hf_p...). Vgl. zur allgemeinen Begriffsgeschichte: Ulrich Wyrwa, Consumption, Konsum, Konsumgesellschaft. Ein Beitrag zur Begriffsgeschichte, in : Hannes Siegrist, Hartmut Kaelble, Jürgen Kocka (Hrsg.), Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert), Frankfurt - New York 1997, S. 747-762.

Terminus „Konsumismus“ nicht übernehmen, obwohl der vatikanische Sprachgebrauch moderne Begriffe häufig latinisiert.⁵⁴⁹

Der areligiöse Charakter des Materialismus bzw. Konsumismus steht bei Johannes Paul II. (zunächst) nicht im Vordergrund. Man wird darin keinen inhaltlichen Unterschied gegenüber seinen Vorgängern, wohl aber eine Akzentverschiebung in der Diktion und einen Wechsel der Perspektive erkennen dürfen. Wenn Johannes Paul II. das Kriterium der "Menschlichkeit" in den Mittelpunkt stellt, ist dies Ausdruck seines anthropologischen Ansatzpunktes. Die menschliche Freiheit und die Entfaltungsmöglichkeiten der Person sind der leitende Gesichtspunkt der Antritts-Enzyklika *Redemptor hominis. Sollicitudo rei socialis* geht aus von der Entwicklungsproblematik und der Gerechtigkeit für die Entwicklungsländer. Im Kontext des Bemühens, den Entwicklungsbegriff zu klären, wird neben der Unterentwicklung auch „Überentwicklung“ als Fehlform, die der wahren menschlichen Entwicklung abträglich ist, dargestellt. *Centesimus annus* (1991) geht in der Tradition von *Rerum novarum* vom Eigentumsbegriff und der ursprünglichen gemeinschaftlichen Bestimmung der materiellen Güter aus.

Der Ansatzpunkt der internationalen Solidarität, der Skandal weltweiter Ungerechtigkeit, wird wie von seinen Vorgängern von Johannes Paul II. in eindringlicher Form aufgegriffen.⁵⁵⁰ Die folgenden Kapitel befassen sich wiederum weniger mit diesen durchgängigen Motiven als mit neuen Akzentsetzungen der päpstlichen Konsumkritik.

2.6.1. Gegenstand und Begründung der Kritik

2.6.1.1. Unkontrollierter Fortschritt und Entfremdung von der Natur

Wie bei seinen Vorgängern steht auch bei Johannes Paul II. die Konsumkritik im Rahmen einer allgemeineren Fortschritts- und Entwicklungskritik, die sich inzwischen, vor allem auf dem Hintergrund einer breiten ökologischen Debatte, bestätigt sieht durch ähnlich lautende Mahnungen der Wissenschaft und breiter gesellschaftlicher Gruppen. Die Themen Fortschritt und Entwicklung, so stellt

⁵⁴⁹ vgl. Enzyklika *Centesimus annus*, Nr. 36, 2. Absatz, a.a.O., S. 42: „Hier entsteht das Phänomen des Konsumismus“, ebenso in der italienischen, spanischen, englischen und portugiesischen Fassung. Im lateinischen Text dagegen heißt es erstaunlicherweise: „Hinc oritur nimium rerum consumendarum studium“ (Litterae Encyclicae *Centesimus annus* (1991), Libreria editrice Vaticana MCMXCI, S. 53).

⁵⁵⁰ vgl. Enzyklika *Redemptor hominis*, S. 29-32, Nr. 15 und S. 34, Nr. 16 (Gleichnis vom reichen Prasser und armen Lazarus; vgl. Lk.16,19-31).

der Papst daher in seiner Antrittsenzyklika *Redemptor hominis* fest, sind inzwischen nicht mehr nur Gegenstand der Erörterung durch einige wenige Spezialisten, sondern sie sind zu Fragen der ganzen Menschheit geworden⁵⁵¹.

Die Auseinandersetzung mit destruktiven Formen des Produzierens und Konsumierens nimmt in *Redemptor hominis* ihren Ausgang bei einem Gefühl der Bedrohung und Angst, das die Menschen angesichts des angehäuften Zerstörungspotentials (der in der Zeit des Kalten Krieges in Ost und West angehäuften Waffen, daneben jedoch auch z.B. die zivile Atomenergie) empfinden. Der Papst stellt die grundsätzliche Frage, wie es sein kann, dass sich die menschliche Kreativität gegen den Menschen selbst richtet:

"Der Mensch von heute scheint immer wieder von dem bedroht zu sein, was er selbst produziert, das heißt vom Ergebnis der Arbeit seiner Hände und noch mehr vom Ergebnis der Arbeit seines Verstandes und seiner Willensentscheidung ... allzu oft und nicht selten unvorhersehbar wenden sich diese Früchte, wenigstens teilweise, in einer konsequenten Folge von Wirkungen indirekt gegen den Menschen selbst. So sind sie tatsächlich gegen ihn gerichtet oder können es jederzeit sein. Hieraus scheint das wichtigste Kapitel des Dramas der heutigen menschlichen Existenz in seiner breitesten und universellen Dimension zu bestehen. Der Mensch lebt darum immer mehr in Angst. Er befürchtet, daß seine Produkte, natürlich nicht alle und auch nicht die Mehrzahl, aber doch einige und gerade jene, die ein beträchtliches Maß an Genialität und schöpferischer Kraft enthalten, sich in radikaler Weise gegen ihn selbst kehren könnten; er fürchtet, sie könnten Mittel und Instrumente einer unvorstellbaren Selbstzerstörung werden, vor der alle Katastrophen der Geschichte, die wir kennen, zu verblassen scheinen. Hieraus muß sich also die Frage ergeben: Wieso wendet sich diese Macht, die von Anfang an dem Menschen gegeben war, um damit die Erde zu beherrschen, gegen ihn selbst und ruft diesen verständlichen Zustand der Unruhe, der bewußten und unbewußten Angst und der Bedrohung hervor, der sich in verschiedener Weise der gesamten Menschheitsfamilie mitteilt und vielfältige Erscheinungsformen kennt?"⁵⁵²

Johannes Paul II. ist, anders als seine Vorgänger, in einer Position, in der er weniger vor potentiellen Langzeitfolgen einer einseitigen technischen Entwicklung zu warnen braucht, sondern auf die *eingetretene* Entwicklung Bezug nehmen kann.

Angesichts der Ängste und der Bedrohung der Menschheit⁵⁵³ durch die Möglichkeit ihrer Selbstzerstörung unterstreicht der Papst die Notwendigkeit einer vernunftgemäßen und gerechten Planung der Nutzung der natürlichen Ressourcen im Unterschied zu einer ziellosen und unkontrollierten technischen Entwicklung. Angestrebt wird ein "Gesamtplan eines wirklich menschenwürdi-

⁵⁵¹ vgl. Enzyklika *Redemptor hominis*, a.a.O., S. 31, Nr. 15, Abs. 7.

⁵⁵² ebd., S. 29f., Nr. 15, Abs. 2.

⁵⁵³ vgl. ebd., S. 29, Nr. 15.

gen Fortschrittes."⁵⁵⁴ Als hoffnungsvolles Zeichen kann *Redemptor hominis* auf ein gewachsenes ökologisches Bewusstsein verweisen.⁵⁵⁵

Als Folge einer einseitigen und unkontrollierten wirtschaftlichen, militärischen und technischen Entwicklung beklagt der Papst andererseits eine "Entfremdung" des Menschen von der Natur, die diese nicht in ihrer Eigenbedeutung, sondern nur in einer kurzfristigen Nutzungsperspektive wahrnimmt:

"Gleichzeitig aber bewirken diese Nutzung zu wirtschaftlichen und sogar militärischen Zwecken, diese unkontrollierte Entwicklung der Technik, die nicht eingeordnet ist in einen Gesamtplan eines wirklich menschenwürdigen Fortschrittes, oft eine Bedrohung der natürlichen Umgebung des Menschen, sie entfremden ihn in seiner Beziehung zur Natur, sie trennen ihn von ihr ab. Der Mensch scheint oft keine andere Bedeutung seiner natürlichen Umwelt wahrzunehmen, als allein jene, die den Zwecken eines unmittelbaren Gebrauchs und Verbrauchs dient."⁵⁵⁶

2.6.1.2. *Materielle Kultur, Überentwicklung und neue Bedürfnisse*

Das Streben nach einem "qualitativ befriedigenderen und reicheren Leben"⁵⁵⁷ hält Johannes Paul II. für an sich berechtigt und anerkennt den zivilisatorischen und kulturellen Beitrag materieller Produkte. Seine positive Wertung schließt auch die Entwicklung neuer Güter ein: Über die Befriedigung von "notwendigen" Bedürfnissen hinaus sind diese Errungenschaften in der Lage, "neue Horizonte" zu eröffnen.⁵⁵⁸

In *Sollicitudo rei socialis* kritisiert der Papst eine "Art von Überentwicklung", die, wie die Unterentwicklung, dem menschlichen Wohl im Wege steht. In dieser Darstellung dessen, worin der Papst das Problem der Konsumgesellschaft sieht, werden sowohl objektive als auch subjektive Implikationen geschildert.⁵⁵⁹

⁵⁵⁴ ebd., S. 30, Nr. 15.

⁵⁵⁵ vgl. ebd.

⁵⁵⁶ ebd., S. 30, Nr. 15, Abs. 3.

⁵⁵⁷ Enzyklika *Centesimus annus*, a.a.O., S. 42, Nr. 36: "Die Nachfrage nach einem qualitativ befriedigenderen und reicheren Leben ist an sich berechtigt."

⁵⁵⁸ Enzyklika *Sollicitudo rei socialis*, a.a.O., S. 33, Nr. 29: "Er (sc. der Mensch) braucht ohne Zweifel die geschaffenen Güter und die Produkte der Industrie, die sich durch den wissenschaftlichen und technischen Fortschritt ständig entfaltet. Und während die immer neue Verfügbarkeit von materiellen Gütern auf die notwendigen Bedürfnisse antwortet, eröffnet sie zugleich neue Horizonte. Die Gefahr des konsumistischen Mißbrauchs und das Auftreten von künstlichen Bedürfnissen dürfen keineswegs die Wertschätzung und den Gebrauch der neuen Güter und Hilfsquellen, die uns zur Verfügung gestellt werden, verhindern. Wir müssen darin vielmehr ein Geschenk Gottes und eine Antwort auf die Berufung des Menschen sehen, die sich in Christus voll verwirklicht."; vgl. außerdem Enzyklika *Centesimus annus*, a.a.O., S. 37, Nr. 32: (Der Verstand des Menschen) "entdeckt die Produktivkraft der Erde und die Vielfalt der Formen, wie die menschlichen Bedürfnisse befriedigt werden können."

⁵⁵⁹ vgl. Enzyklika *Sollicitudo rei socialis*, a.a.O., S. 31-33, Nr. 28.

Die objektive Seite besteht darin, dass noch brauchbare Artikel weggeworfen werden. Sie besteht in der Verschwendungsseite des Konsums, anschaulich in den Abfallbergen, die er verursacht. Die subjektive Seite liegt in der Gefahr einer reinen Vermehrung oder Auswechslung von Dingen, die Unzufriedenheit hervorruft und tiefer gehende Wünsche erstickt. Es ist eine Haltung, die den bleibenden Wert von Gütern und den Nutzen, den diese noch für andere haben könnten, missachtet. Diejenigen, die viel besitzen, sind häufig nicht imstande, wirklich zu "sein". Ursache dafür ist die "Umkehrung der Hierarchie der Werte", die sie vornehmen und sie einen "*Kult des Habens*"⁵⁶⁰ ausüben lässt.

Das Entstehen neuer Bedürfnisse wird nicht an sich verurteilt. Wohl weist der Papst auf ihre ethische Relevanz hin: "In der Art und Weise, wie die neuen Bedürfnisse entstehen und definiert werden, drückt sich immer auch eine mehr oder weniger zutreffende Auffassung vom Menschen und seinem wahren Wohl aus."⁵⁶¹ Auf einer überindividuellen Ebene bringen Entscheidungen für "bestimmte Formen von Produktion und Konsum ... immer auch eine bestimmte Kultur als Gesamtauffassung des Lebens zum Ausdruck".⁵⁶²

Wenn also Konsum und Produktion sich an einem Menschenbild orientieren, das "alle Dimensionen seines Seins" berücksichtigt und die Hierarchie zwischen geistigen und triebhaften wahr, kann demnach auch die Weckung neuer Bedürfnisse berechtigt sein.⁵⁶³ Die Gefahr besteht darin, dass der Mensch sich seinen Trieben überlässt. Nicht nur entspricht dies nicht den Anforderungen an menschliche Freiheit und Verantwortung, sondern es "können Konsumgewohnheiten und Lebensweisen entstehen, ... die nicht selten der körperlichen und geistigen Gesundheit schaden."⁵⁶⁴ Auf die krankmachende Wirkung des Reichtums für die Reichen selbst hatte bereits die Enzyklika *Redemptor hominis* aufmerksam gemacht.⁵⁶⁵ Als Beispiel eines solchen offensichtlich schädlichen Konsums nennt der Papst die Droge. Ihre Ausbreitung ist "Anzeichen einer ernststen Funktionsstörung des Gesellschaftssystems" und schließt "eine materialistische und in einem gewissen Sinn destruktive 'Lesart' der menschlichen Bedürfnisse" ein.⁵⁶⁶

⁵⁶⁰ ebd., S. 32, Nr. 28.

⁵⁶¹ Enzyklika *Centesimus annus* a.a.O., Nr. 36, S. 42.

⁵⁶² ebd.

⁵⁶³ So kann das Bedürfnis nach Sportgeräten eine bessere Gesundheit und in deren Folge mehr Lebensfreude und mitmenschliche Zuwendung bedeuten.

⁵⁶⁴ Enzyklika *Centesimus annus*, a.a.O., S. 43, Nr. 36.

⁵⁶⁵ vgl. Enzyklika *Redemptor hominis*, a.a.O., S. 35, Nr. 16.

⁵⁶⁶ Enzyklika *Centesimus annus*, a.a.O., S. 43, Nr. 36.

2.6.1.3. *Künstliche Bedürfnisse und schädliche Überentwicklung*

Wie bereits Pius XII. nennt Johannes Paul II. als Unterscheidungsmerkmal die "Künstlichkeit" des Konsums bzw. der Bedürfnisse.⁵⁶⁷ Als Beispiel für künstlichen und schädlichen Konsum wird die Droge angeführt⁵⁶⁸.

Als Merkmal der "Künstlichkeit" der Droge wird genannt, dass sie sich gegen Gesundheit und Würde des Menschen richtet⁵⁶⁹. Sie schließt eine "destruktive Lesart" der Bedürfnisse des Menschen ein. Das Unterscheidungskriterium hinsichtlich der moralischen Qualität neuer Bedürfnisse ist die Förderlichkeit des Konsums für das menschliche körperliche und geistige Wohlbefinden sowie für die menschliche Würde (Pornographie als weiteres Beispiel eines solchen schädlichen Konsums).⁵⁷⁰

Den künstlichen Bedürfnissen werden dagegen keine "natürlichen Bedürfnisse" gegenübergestellt. Der Grund dürfte sein, dass mit einem solchen Begriff missverständlicherweise eine Art "Angeborenheit" der Bedürfnisse suggeriert würde, ohne die spezifische Eigenart menschlicher Bedürfnisse, die sozial und kulturell vermittelt sind,⁵⁷¹ zu berücksichtigen. Der Papst geht im Gegenteil davon aus, dass es neue Formen der Bedürfnisbefriedigung gibt, die gegenüber älteren Formen höher stehend sein können,⁵⁷² so dass es eine Entfaltung der Bedürfnisbefriedigung geben kann.

Die Unterscheidung verläuft zwischen den „neuen, künstlich erzeugten Bedürfnissen“ und "neuen und höheren Formen der Befriedigung der menschlichen Bedürfnisse". Es gibt Bedürfnisse, die eigentlich keine sind: "künstlich erzeugte Bedürfnisse". Sie sind zu unterscheiden von neuen Formen der Befriedigung von Bedürfnissen.

Daneben tritt die Unterscheidung von „hauptsächlichen und echten Bedürfnissen“⁵⁷³ einerseits und „Sonder- und Sekundärbedürfnissen“ andererseits, die auf immer „raffiniertere“ Weise befriedigt werden. Sie lassen den Menschen

⁵⁶⁷ vgl. Enzyklika *Sollicitudo rei socialis*, a.a.O., S. 33, Nr. 29 und Enzyklika *Centesimus annus*, a.a.O., S. 43, Nr. 36.

⁵⁶⁸ vgl. Enzyklika *Centesimus annus*, a.a.O., S. 43, Nr. 36.

⁵⁶⁹ vgl. ebd.

⁵⁷⁰ vgl. ebd.

⁵⁷¹ vgl. Kap. 3.2.1.2.

⁵⁷² vgl. Enzyklika *Sollicitudo rei socialis*, a.a.O., S. 33, Nr. 29, 1. Absatz.

⁵⁷³ Enzyklika *Centesimus annus*, a.a.O., S. 48, Nr. 41.

taub werden für die "hauptsächlichen und echten" Bedürfnisse. Der Bedürfnisbegriff wird hier im Sinn allgemeiner Grundbedürfnisse verwendet. Unter „künstlichen“, im Unterschied zu „echten“ Bedürfnissen, sind dann solche Konkretisierungen zu verstehen, die nicht der wahren Entfaltung menschlichen Seins dienen (im Unterschied zu den ebenfalls neuen, höheren Bedürfnissen) und daher keine (wahren) Bedürfnisse sind. Der Begriff der Künstlichkeit der Bedürfnisse ist jedoch problematisch (vgl. Kapitel 3.2.2.).

2.6.1.4. *Fehlformen des Habens: falsches Verhältnis zur Natur, zu Personen, zu Dingen*

Gegenstand der päpstlichen Konsumkritik ist auch das Verhältnis von "Haben" und "Sein". Dieses ist nicht einfach als Gegensatz zu verstehen.⁵⁷⁴ Es kommt vielmehr auf die richtige Art und Weise des Habens an, darüber hinaus aber auch auf das zuträgliche Maß.⁵⁷⁵ Ansatzweise findet sich hier eine Analyse des "Habens" als grundlegender menschlicher Verhaltensweise. Bis auf einige Stellen, an denen die Terminologie von Haben und Sein eher beiläufig verwendet wurde,⁵⁷⁶ hatte es zwar in einer langen, bis auf die Schriften des Alten und Neuen Testaments und die Kirchenväter zurückgehenden Tradition Aussagen gegeben über Reichtum und Armut, Gerechtigkeit, die sozialetische Bedeutung des Eigentums und die Habgier. Wenig allerdings wurde bis zu diesem Zeitpunkt über das "Haben" gesagt als einer grundlegenden Form der menschlichen Beziehung zu den Dingen, die *unter anderem* die Form des Privateigentums annehmen kann. Mit dem Phänomen der Überflussgesellschaften, zu einem Zeitpunkt also, als für einen Teil der Menschheit der Mangel keine existenzielle Bedeutung mehr hat, kommt erst die ethische Relevanz des "Habens" in Beziehung zum menschlichen "Sein", d.h. zum Sinn des menschlichen Lebens überhaupt, in den Blick.

Damit "Haben" im Einklang steht mit dieser Berufung, sollte es bestimmten Kriterien entsprechen. Das Haben soll auf die Qualität und Rangordnung der besessenen Güter Rücksicht nehmen. Der Maßstab ist ihre Hinordnung auf das "Sein" des Menschen und seine Berufung⁵⁷⁷. Falsch wird das Haben dann,

⁵⁷⁴ vgl. Enzyklika *Sollicitudo rei socialis*, a.a.O., S. 32, Nr. 28.

⁵⁷⁵ vgl. ebd.

⁵⁷⁶ vgl. z.B. Papst Paul VI., Ansprache vor der Internationalen Arbeitsorganisation, a.a.O., S. 482, Nr. 21.

⁵⁷⁷ vgl. Enzyklika *Sollicitudo rei socialis*, a.a.O., S. 32, Nr. 28.

wenn es nicht einem Mehr an Sein dient, sondern lediglich der menschlichen Selbstgefälligkeit.⁵⁷⁸

In der Enzyklika *Centesimus annus* nennt der Papst weitere Fehlformen des Habens. Ausgehend vom ökologischen Fehlverhalten als Teilbereich konsumistischer Lebenspraxis, geht der Papst mit der Analyse familiärer Beziehungen auf einen Kernbereich personaler Verhältnisse ein. Partner und Kinder werden als Dinge betrachtet, kritisiert der Papst, als Möglichkeiten, die man "haben oder nicht haben kann"⁵⁷⁹. Die Kritik richtet sich darauf, dass ein Kernbereich zwischenmenschlicher Beziehungen nicht als existenzieller, von der Natur (des Menschen) in gewisser Weise vorgegebener Bestandteil des Lebens aufgefasst wird, sondern als Gegenstand menschlichen Verfügens.⁵⁸⁰ Personen werden somit der eigenen Lebensplanung unterworfen; sie oder die Beziehungen zu ihnen werden nicht um ihrer selbst willen gesucht. Verantwortlich für eine solche Fehlentwicklung macht der Papst eine Haltung, die das Leben nicht als Anspruch und zu gestaltende Aufgabe versteht.⁵⁸¹

2.6.1.5. *Konsumismus als Überlebensfrage der Menschheit*

Neben den traditionellen Gesichtspunkten der ungerechten Verteilung der Güter und den Gefahren materialistischen Verhaltens für eine ganzheitliche menschliche Entwicklung sowie für das religiöse und gemeinschaftliche Leben treten bei Johannes Paul II. zwei Argumentationslinien stärker in den Vordergrund: die ökologische Dimension in ihrer strukturellen (Raubbau an Ressourcen) und ihrer individuellen Seite (Verschwendung) und - anknüpfend an Paul VI.- das Verhältnis von Freiheit und Konsum.

⁵⁷⁸ vgl. Enzyklika *Centesimus annus*, a.a.O., S. 43, Nr. 36.

⁵⁷⁹ ebd., S. 45, Nr. 39.

⁵⁸⁰ vgl. dazu auch: Karol Wojtyła, *Liebe und Verantwortung*, München 1979 (Original: Krakau 1962), S. 27: "Die Liebe ist zunächst ein Prinzip oder ein Gedanke, nach dem die Menschen sich richten müssen, um ihr Verhalten von jeglichem Zug zu befreien, der die anderen Menschen benutzen, ausnutzen möchte (lat. *consumere* - konsumieren)". In diesem Zusammenhang steht die augustinische Unterscheidung *uti-frui*, auf die Karol Wojtyła ebenfalls verweist: während "uti" einen Gebrauch meint, der das Objekt nicht angemessen berücksichtigt, wendet sich der Handelnde im "frui" dem Objekt in einer Weise zu, die den Ansprüchen des Objekts selbst entspricht (vgl. ebd., S. 40).

⁵⁸¹ vgl. Enzyklika *Centesimus annus*, a.a.O., S. 45, Nr. 39, Abs. 1: „Er läßt sich dazu verleiten, sich selbst und sein Leben als eine Folge von Sensationen zu betrachten, die es zu erleben gilt, und nicht als eine Aufgabe, die zu erfüllen ist“ (vgl. Gerhard Schulzes Ausführungen zur Erlebnisorientierung, a.a.O., passim).

Die Frage der Ökologie steht mit dem Phänomen "Konsumismus" in einem engen Zusammenhang.⁵⁸² Mit der ökologischen Thematik, die, wenn auch nicht neu, jetzt verstärkt in das Blickfeld rückt, erreicht die Fortschrittskritik eine neue Dringlichkeit: Mit ihr lassen sich die zerstörerischen Konsequenzen verfehlten Konsumierens unmittelbarer und plastischer vor Augen führen als mit dem Hinweis auf gestörte zwischenmenschliche und religiöse Beziehungen. Es geht um die Zukunft der Erde und der Menschheit in einem elementaren Sinn, nämlich um ihre physische Existenz.

Kritisiert wird eine *verengte Wahrnehmung und Behandlung der Natur*, die diese nicht in ihrem eigenen Wert anerkennt, sondern allein unter dem Blickwinkel des Gebrauchs und Verbrauchens betrachtet. Demgegenüber hebt der Papst den Schöpfungsauftrag an den Menschen hervor: Er soll nicht Ausbeuter und Zerstörer der Natur, sondern ihr "Herr" und "Hüter" sein.⁵⁸³

Die Ursache eines solchen verfehlten Umgangs mit der Schöpfung sieht der Papst darin, dass nicht die Werte "des Seins und der Entfaltung" bestimmend sind, sondern die Werte Besitz und Genuss. Dies führt zu "undiszipliniertem" Konsum der Güter der Erde. "Undiszipliniert" meint in diesem Zusammenhang "ungeordnet" in dem Sinn, dass der Konsum planlos verläuft, ohne dass Ziel und Folgen in Betracht gezogen werden. Es handelt sich um ein gedankenloses Tun, das nicht, durch das Abwägen von Ziel und Mitteln, in spezifisch menschlicher Weise verläuft.

2.6.1.6. *Konsum und Freiheit*

Konsumismus wird als Missbrauch der Freiheit kritisiert durch diejenigen, die andere durch exzessiven Verbrauch in ihren Lebensmöglichkeiten einschränken, da sie die Gemeinwohlbestimmung der Güter missachten.⁵⁸⁴ Daneben ist der Konsumierende selbst in Gefahr, zum Objekt zu werden und seine Freiheit und anthropologische Vorrangstellung einzubüßen; zum einen, wenn er sich einem ungeordneten und triebhaften Besitz und Genuss ausliefert, zum anderen durch von außen auf ihn einwirkende gesellschaftliche und wirtschaftliche Strukturen:

"In der Tat besteht schon eine wirkliche, erkennbare Gefahr, daß der Mensch bei dem enormen Fortschritt in der Beherrschung der gegenständlichen Welt die entscheidenden Fäden, durch

⁵⁸² vgl. Enzyklika *Centesimus annus*, a.a.O., S. 44, Nr. 37.

⁵⁸³ Enzyklika *Redemptor hominis*, a.a.O., S. 30, Nr. 15.

⁵⁸⁴ vgl. ebd., S. 34, Nr. 16.

die er sie beherrscht, aus der Hand verliert und ihnen auf verschiedene Weise sein Menschsein unterordnet und selbst Objekt wird von vielfältigen, wenn auch oft nicht direkt wahrnehmbaren Manipulationen durch die Organisation des gesellschaftlichen Lebens, durch das Produktionssystem und durch den Druck der sozialen Kommunikationsmittel. Der Mensch kann nicht auf sich selber verzichten noch auf den Platz, der ihm in der sichtbaren Welt zukommt; er darf nicht Sklave der Dinge, Sklave der Wirtschaftssysteme, Sklave der Produktion, Sklave der eigenen Produkte werden. Eine Zivilisation von rein materialistischem Charakter verurteilt den Menschen zu solcher Sklaverei, wenn dies auch mitunter zweifellos gegen die Absichten und Programme ihrer maßgeblichen Führer geschieht."⁵⁸⁵

Auch in der Enzyklika *Sollicitudo rei socialis* erscheint der Einzelne stärker als Opfer denn als Verantwortlicher:

"... diese Überentwicklung, die in einer *übertriebenen*⁵⁸⁶ Verfügbarkeit von jeder Art materieller Güter zugunsten einiger sozialer Schichten besteht, *macht die Menschen leicht zu Sklaven des 'Besitzens' und des unmittelbaren Genießens*⁵⁸⁷, ohne eine andere Perspektive als die Vermehrung oder den ständigen Austausch der Dinge, die man schon besitzt, gegen andere immer perfektere. Das ist die Konsumgesellschaft oder der Konsumismus."⁵⁸⁸

Konkretisiert wird die Kritik an den äußeren Einflüssen, die das Individuum unfrei machen, nur mit Blick auf ein *ungebändigtes* Marktprinzip. Prinzipiell wird die Leistungsfähigkeit des Marktes als wirtschaftliches Prinzip anerkannt.

"Diese Mechanismen (sc. die Mechanismen des Marktes) schließen jedoch die Gefahr einer ‚Vergötzung‘ des Marktes ein, der die Existenz von Gütern ignoriert, die ihrer Natur nach weder bloße Waren sind noch sein können".⁵⁸⁹

Nicht allein individuelle Habgier führt also zu einer falschen Bewertung, der "Vergötzung", materieller Dinge. Auch das marktwirtschaftliche Organisationsprinzip selbst trägt dazu bei, wenn die Wirtschaft, der wirtschaftliche Erfolg, nicht mehr eine Dienstfunktion mit Blick auf andere Dimensionen des gesellschaftlichen Lebens einnimmt, sondern sich verselbstständigt, selbst zum eigentlichen Ziel wird.

Die Verantwortung des Individuums selbst wird allerdings bei aller Berücksichtigung gesellschaftlicher Einflüsse nicht negiert: Es ist der Einzelne, der sich "nur oder vorwiegend um das Haben und den Genuss kümmert", seine Triebe nicht

⁵⁸⁵ ebd., S. 33, Nr.16, Abs. 2; vgl. auch Enzyklika *Laborem Exercens*, (1981), in: Texte zur katholischen Soziallehre. Die sozialen Rundschreiben der Päpste und andere kirchliche Dokumente, hrsg. vom Bundesverband der Katholischen Arbeitnehmer-Bewegung, Kevelaer ⁶1985, S. 559-628, hier: S. 591f., Nr. 13: Hier ist die Rede vom "Irrtum des Ökonomismus" als einem "Irrtum des Materialismus".

⁵⁸⁶ Hervorhebung im Original.

⁵⁸⁷ Hervorhebung von Heike Rumbach-Thome.

⁵⁸⁸ Enzyklika *Sollicitudo rei socialis*, a.a.O., S.31, Nr. 28 (Hervorhebung im Original).

⁵⁸⁹ Enzyklika *Centesimus annus*, a.a.O., S. 47, Nr. 40.

beherrscht und folglich nicht mehr frei ist. Doch wird auch in diesem Zusammenhang auf äußere Einflüsse verwiesen, die den Menschen in seiner Freiheit einschränken: Der Einzelne ist der "Manipulation der Massenmedien" ausgesetzt, die "mit der Macht einer geradezu organisierten Zähigkeit Moden und Meinungstrends *aufzwingen*, ohne daß es möglich wäre, ihre Voraussetzungen einer kritischen Prüfung zu unterziehen".⁵⁹⁰ In *Centesimus annus* heißt es, der Mensch *werde in ein Netz falscher Befriedigungen gezogen*.⁵⁹¹ Die passivische Formulierung unterstreicht die Annahme, dass Johannes Paul II. die Menschen auch als Opfer äußerer Umstände betrachtet.

Die Art und Weise, wie Produktion und Konsum *organisiert* sind, kann zur Entfremdung des Menschen von seiner Bestimmung beitragen.⁵⁹²

"Die geschichtliche Erfahrung des Westens ihrerseits zeigt, daß ... die Entfremdung mit dem Verlust des wahren Lebenssinnes auch in den westlichen Gesellschaften eine reale Gegebenheit ist. Denn sie ereignet sich im Konsum, wenn der Mensch in ein Netz falscher und oberflächlicher Befriedigungen hineingezogen wird, statt daß man ihm hilft, die echte und konkrete Erfahrung seiner Persönlichkeit zu machen."⁵⁹³

2.6.1.7. *Entfremdung als Folge des Konsums*

Für das Missverhältnis zwischen Mitteln und Zielen, mit dem die Päpste traditionell einen verfehlten Umgang mit materiellen Gütern kennzeichneten, führt Johannes Paul II. den auch in der marxistischen Terminologie verwendeten Begriff der "Entfremdung" ein. Die marxistische Analyse und Begründung von Entfremdung lehnt der Papst dagegen ab. Entfremdung, verstanden als das Sich-Entfernen des Menschen von seinem eigentlichen menschlichen Wesen, seinen Möglichkeiten der Transzendenz, der Selbstentfaltung und der Selbsthingabe, wie sie in zwischenmenschlicher Solidarität zum Ausdruck kommen, sieht der Papst als reale Gegebenheit auch im Westen an,⁵⁹⁴ die sich nicht nur in der Arbeit,⁵⁹⁵ sondern auch im Konsum ereignet.

⁵⁹⁰ ebd., a.a.O., S. 49, Nr. 41 (Hervorhebung von Heike Rumbach-Thome).

⁵⁹¹ vgl. Enzyklika *Centesimus annus*, a.a.O., S. 47, Nr. 41 („Haec in rebus consumendis fit, cum homo falsis levibusque voluptatibus implicatur ...“: Libreria editrice Vaticana MCMXCI, S.59).

⁵⁹² vgl. ebd., S. 42f., Nr. 36.

⁵⁹³ ebd., S. 47, Nr. 41.

⁵⁹⁴ "Wir müssen den Begriff der ‚Entfremdung‘ auf seinen christlichen Sinngehalt zurückführen und in ihm die Umkehrung von Mitteln und Zielen wieder aufleben lassen. Wenn der Mensch auf die Anerkennung des Wertes und der Größe der Person bei sich selbst und im anderen verzichtet, beraubt er sich in der Tat der Möglichkeit, sich seines Menschseins zu freuen und in jene Beziehung der Solidarität und Gemeinschaft mit den anderen Menschen einzutreten, für die ihn Gott geschaffen hat. Denn durch die freie Selbsthingabe wird der Mensch wahrhaftig er selbst. Ermöglicht wird diese Hingabe durch die dem Menschen wesenseigene ‚Fähigkeit zur

"Entfremdet" ist der Mensch, wenn er das Gespür für die *grundlegenden* Bedürfnisse verliert, die ihrerseits den Maßstab bilden für die Befriedigung der ihnen nachgeordneten Bedürfnisse ("Sonder- und Sekundärbedürfnisse").

Entfremdung liegt vor, insofern der Mensch nicht frei sein kann, wenn er "sich nur oder vorwiegend um das Haben und den Genuß kümmert" und nicht fähig ist, diese höheren Werten zu- und unterzuordnen. Auch hier geht es wieder um die Fähigkeit, die Dinge in eine ihnen angemessene Hierarchie zu bringen. Dann kann der Besitz der Dinge ein Mittel zu personalem Wachstum sein.⁵⁹⁷ Die Akzeptanz einer solchen Rangordnung der Bedürfnisse verlangt die Bereitschaft, eine innere, nicht vom Menschen gemachte Wahrheit und Ordnung anzuerkennen, die "*Wahrheit über Gott und über den Menschen*".⁵⁹⁸

2.6.2. Ursachen

Wie Johannes Paul II. der Darstellung der "Konsumgesellschaft" und ihrer ethischen Problematik im Verhältnis zu seinen Vorgängern breiten Raum einräumt, so auch der Frage nach den Hintergründen und Ursachen der von ihm beschriebenen schädlichen Entwicklung. Dabei berücksichtigt er nicht nur die Ebene des individuellen Verhaltens, sondern auch der Strukturen in Wirtschaft und Gesellschaft.

Während *Redemptor hominis* und *Sollicitudo rei socialis* sich im Wesentlichen auf eine Beschreibung des neu eingeführten Begriffs der Konsumgesellschaft beschränken, befasst sich *Centesimus annus* eingehend mit der Frage nach den Voraussetzungen für das veränderte Konsumverhalten.

2.6.2.1. Individuelle Ebene

Neben einem Mangel an sittlicher Kraft⁵⁹⁹ führt Johannes Paul II. die Ursachen für eine unzulässige Konsum- und Lebensweise auf schöpfungstheologische

Transzendenz'. Der Mensch kann sich nicht an ein bloß menschliches Projekt der Wirklichkeit, an ein abstraktes Ideal oder an falsche Utopien verschenken. Der Mensch als Person kann sich nur an einen anderen oder an andere Menschen und endlich an Gott hingeben, der der Urheber seines Seins und der Einzige ist, der seine Hingabe ganz anzunehmen vermag" (ebd., S. 48, Nr. 41).

⁵⁹⁵ vgl. Enzyklika *Laborem exercens*, a.a.O. (passim).

⁵⁹⁶ Enzyklika *Centesimus annus*, S. 48, Nr. 41. Die Anmerkung Nr. 83 verweist auf *Gaudium et Spes* Nr. 26: "die Ordnung der Dinge muß der Ordnung der Personen dienstbar werden."

⁵⁹⁷ vgl. Enzyklika *Centesimus annus*, S. 48f., Nr. 41.

⁵⁹⁸ ebd., S. 48, Nr. 41 (Hervorhebung im Original).

⁵⁹⁹ vgl. ebd., S. 44, Nr. 37.

und anthropologische Fragen zurück. Es geht um das angemessene Verständnis der Stellung des Menschen in der Welt und sein Verhältnis zur Schöpfung. Eine der Ursachen konsumistischen Verhaltens liegt darin, dass der Mensch der Natur in einer auf den Nutzenaspekt reduzierten Wahrnehmungsweise gegenübertritt. Grundsätzlich fehlt in diesem Verhältnis das Moment der *Ästhetik*; der Mensch hat die Fähigkeit des Staunens über das Sein und die Schönheit der Schöpfung verloren. Was der Ausbeutung der Natur zugrunde liegt, ist das Fehlen "jener uneigennütigen, selbstlosen, ästhetischen Haltung, die aus dem Staunen über das Sein und über die Schönheit entsteht"⁶⁰⁰. Diese auf ihre Nützlichkeit und Verwertbarkeit reduzierte Wahrnehmung der Natur ist eine Selbstbeschränkung und Verarmung im Zugang zur Wirklichkeit⁶⁰¹. Sie beraubt den Menschen einer offeneren und weiteren Sicht, die das Schöne um seiner selbst willen genießen kann.

Im willkürlichen Verfügen über die natürliche Umwelt, in der Verkennung des Eigenwertes der Natur, sieht der Papst die Folge eines "anthropologischen Irrtums". Die Ausbeutung der Natur, die die ihr von Gott gegebene Bestimmung nicht achtet, gründet im menschlichen Verlangen, "die Dinge zu besitzen, statt sie an der Wahrheit auszurichten"⁶⁰². Das Ausrichten an der Wahrheit als angemessenes menschliches Verhalten gegenüber der natürlichen Umwelt besteht in der Akzeptanz ihrer "Ur-Schenkung" durch Gott und in der Entfaltung der ihr von Gott gegebenen Bestimmung⁶⁰³.

Zu diesen grundsätzlichen Überlegungen passt auch der Hinweis auf die „unmittelbare und größere Anziehungskraft des Materiellen“⁶⁰⁴, die zur Vernachlässigung geistiger Werte führen kann (der allerdings nicht weiter ausgeführt wird und in *Laborem exercens* auch nicht im Kontext einer Konsumkritik steht, sondern im Rahmen der Kritik an einer lediglich ökonomischen Sicht der menschlichen Arbeit)⁶⁰⁵

2.6.2.2. *Soziokulturelle und strukturelle Ebene*

Johannes Paul II. sieht eine der Ursachen der „Herrschaft der Dinge über den Menschen“⁶⁰⁶ im menschlichen Defizit des Kapitalismus begründet, d.h. nicht in wirtschaftlichen Strukturen selbst, sondern in einer Verabsolutierung der Wirtschaft und der wirtschaftlichen Freiheit, die dazu führen, dass sich der Mensch

⁶⁰⁰ ebd.

⁶⁰¹ vgl. ebd.

⁶⁰² ebd.

⁶⁰³ vgl. ebd.

⁶⁰⁴ Enzyklika *Laborem exercens*, a.a.O., S. 592, Nr. 3.

⁶⁰⁵ vgl. ebd.

⁶⁰⁶ Enzyklika *Centesimus annus*, a.a.O., S. 39, Nr. 33.

seinem transzendenten Wesen entfremdet und ihn in erster Linie Produzent und Konsument, statt *Subjekt* sein lassen, für das die wirtschaftlichen Funktionen nur Teilaspekte im Hinblick auf ein Ganzes darstellen.⁶⁰⁷ Kritisiert wird vor allem ein gesellschaftliches Klima, in dem die Wirtschaft ihren instrumentellen Charakter verliert und der Mensch nicht zunächst als Person wahrgenommen wird, sondern als Objekt wirtschaftlicher Erfordernisse. Die eigentliche Ursache des Übels sieht der Papst weniger im Wirtschaftssystem, als in der Vernachlässigung der sittlichen und religiösen Dimension durch das „sozio-kulturelle System“.⁶⁰⁸ Darin, dass Produktion und Konsum zum Zentrum der Gesellschaft werden, um das sich alles dreht, liegt die Ursache für konsumistische Fehlhaltungen⁶⁰⁹:

"In der Art und Weise, wie die neuen Bedürfnisse entstehen und definiert werden, drückt sich immer auch eine mehr oder weniger zutreffende Auffassung vom Menschen und seinem wahren Wohl aus. Die Entscheidung für bestimmte Formen von Produktion und Konsum bringt immer auch eine bestimmte Kultur als Gesamtaufassung des Lebens zum Ausdruck. Hier entsteht das *Phänomen des Konsumismus*".⁶¹⁰

Nicht die Tatsache, dass neue Bedürfnisse entstehen, wird hier kritisiert. Ob dies zum Nutzen oder zum Schaden gereicht, wird vielmehr davon abhängig gemacht, wie sie entstehen und wie sie „definiert“ werden. Man wird dies im Sinn der *Interpretation*, der *Deutung* der Bedürfnisse verstehen dürfen. Von kulturellen und anthropologischen Vorentscheidungen hängt es ab, auf welche Weise menschliche Bedürfnisse interpretiert werden und zu welchen Formen der Produktion und des Konsums sie folglich führen.

Centesimus annus bleibt mit Blick auf die Frage nach den Ursachen ein spannungsreicher Text. Das Verhältnis von Entfremdung und wirtschaftszentriertem soziokulturellem System bleibt offen. Das Individuum scheint der Papst nicht in erster Linie verantwortlich zu machen. Der Einzelne erscheint vielmehr auch hier wieder als Objekt von Manipulation und Versklavung, als Opfer von Prozessen, die er nicht selbst in der Hand hat.⁶¹¹ Die folgenden Vorschläge über mögliche Wege aus der Krise bewegen sich ebenfalls zwischen den beiden Ebenen des Individuums und des soziokulturellen Systems. Sie werden ergänzt durch eine theologisch-anthropologische und spirituelle Grundlegung.

⁶⁰⁷ vgl. ebd., S. 46, Nr. 39.

⁶⁰⁸ ebd.

⁶⁰⁹ vgl. ebd.

⁶¹⁰ ebd., S. 42, Nr. 36 (Hervorhebung im Original).

⁶¹¹ vgl. Kapitel 2.6.1.6.

2.6.3. Lösungswege

2.6.3.1. Individuelle Ebene

"Gleichzeitig breitet sich in der durch alle Art von Konflikten entzweiten und verworrenen Welt die *Überzeugung* von einer tiefen *wechselseitigen Abhängigkeit* aus und folglich auch die Forderung nach einer Solidarität, die diese aufgreift und auf die moralische Ebene überträgt. Mehr als in der Vergangenheit werden sich die Menschen heute dessen bewusst, durch ein *gemeinsames Schicksal* miteinander verbunden zu sein, das man vereint gestalten muß, wenn die Katastrophe für alle vermieden werden soll. Aus der tiefen Erfahrungen von Sorge und Angst sowie von Fluchtmitteln wie den *Drogen*, die für die Welt von heute charakteristisch sind, erhebt sich allmählich die Einsicht, daß das Gut, zu dem wir alle berufen sind, und das Glück, nach dem wir uns sehnen, ohne die *Anstrengung und den Einsatz aller*, niemanden ausgeschlossen, und ohne konsequenten Verzicht auf den eigenen Egoismus nicht erreicht werden können."⁶¹²

In der Verknüpfung der hier angesprochenen Schäden der Über- und Unterentwicklung kommt zum Ausdruck, dass Johannes Paul II. darin einen zusammenhängenden Problemkomplex erkennt, der zu gemeinsamem Handeln nötigt. Er gibt seiner Hoffnung Ausdruck, dass die drohende (Umwelt-)katastrophe und die globalen Verflechtungen das Bewusstsein der weltweiten Solidarität verstärken mögen. Im Zusammenhang mit diesem Problemkreis werden die „Fluchtmittel“ genannt und exemplarisch Drogen, die, so hofft der Papst, zu der Erkenntnis führen, dass ohne das Zutun jedes Einzelnen und ohne die Überwindung des ich-bezogenen Denkens und Handelns Glück nicht zu erreichen ist.

Auf der Ebene des Individuums bleiben die Empfehlungen recht allgemein. Die Entscheidungen für Konsum, Sparen und Investitionen sollen sich an den Kriterien des Wahren, Schönen und Guten und an der Verbundenheit mit anderen für ein Wachstum, das allen zugute kommt, ausrichten.⁶¹³ Wenig konkret ist auch der Verweis auf die Rangordnung der Kategorien von Sein und Haben.⁶¹⁴ Insbesondere soll die Hierarchie der Güter und Bedürfnisse beachtet werden, die von einer Wahllosigkeit zu einer Ordnung führt, in der die personale Entwicklung und die menschliche Berufung den Maßstab darstellen.⁶¹⁵

⁶¹² Enzyklika *Sollicitudo rei socialis*, a.a.O., S. 29, Nr. 26 (Hervorhebungen im Original).

⁶¹³ vgl. Enzyklika *Centesimus annus*, a.a.O., S. 43, Nr. 36.

⁶¹⁴ vgl. Enzyklika *Redemptor hominis*, a.a.O., S. 33, Nr. 16; Enzyklika *Laborem exercens*, a.a.O., S. 613, Nr. 6, Abschnitt 20; vgl. auch Paul VI., Ansprache vor der Internationalen Arbeitsorganisation, S. 482, Nr. 21.

⁶¹⁵ vgl. Enzyklika *Redemptor hominis*, a.a.O., S. 32, Nr. 16; Enzyklika *Centesimus annus* a.a.O., Nr. 41; Enzyklika *Sollicitudo rei socialis*, a.a.O., S. 31-34, Nr. 28f.

2.6.3.2. Soziokulturelle Ebene

Wege aus den Problemen der Konsumorientierung der hoch entwickelten Gesellschaften sucht der Papst vor allem beim Einzelnen.⁶¹⁶ Zu ihrer Unterstützung allerdings hält er ein "groß angelegtes erzieherisches und kulturelles Bemühen"⁶¹⁷ für notwendig, mit dem Ziel der Unterscheidung der "neuen, künstlich erzeugten Bedürfnisse" von den "neuen und höheren Formen der Befriedigung der menschlichen Bedürfnisse".⁶¹⁸ Adressaten dieses Bemühens sind Konsumenten, Produzenten und Träger sozialer Kommunikationsmittel. Gegebenenfalls ist auch staatliches Eingreifen gefordert.⁶¹⁹

Der Papst weist also die Verantwortung für einen menschlich angemessenen Konsum nicht allein den Verbrauchern zu. In welchen Grenzen staatliches Eingreifen zu geschehen hat und an welchen Kriterien es sich ausrichten sollte, wird nicht spezifiziert.⁶²⁰

Auch die Produzenten werden in die moralische Pflicht genommen, wobei an dieser Stelle wohl alle gemeint sind, in deren Entscheidungsbefugnis die Frage fällt, welche Güter produziert werden. Dies können die Eigentümer sein, Gesellschafter, Direktoren und manche leitenden Mitarbeiter eines Unternehmens, die über die Produktpalette zu bestimmen haben.

Die Träger der sozialen Kommunikationsmittel werden ermahnt, ihren Beitrag zu leisten mit Blick auf eine angemessene Bedürfnisbefriedigung. Auch an dieser Stelle werden keine konkreten Maßgaben gemacht. Zu denken ist beispielsweise daran, dass die Träger der sozialen Kommunikationsmittel Werbespots für schädliche Produkte oder Werbung mit unmoralischem Charakter ablehnen. Man kann davon ausgehen, dass der Papst an dieser Stelle auch an die Verantwortung derjenigen appelliert, die Waren nicht nur produzieren, sondern sie vertreiben, also auch Händler und Verkäufer im weitesten Sinn (Marketingleute, Werbefachleute).

⁶¹⁶ vgl. Enzyklika *Centesimus annus*, a.a.O., S. 43, Nr. 36: "Das Wirtschaftssystem besitzt in sich selber keine Kriterien, die gestatten, die neuen und höheren Formen der Befriedigung der menschlichen Bedürfnisse einwandfrei von den neuen, künstlich erzeugten Bedürfnissen zu unterscheiden, die die Heranbildung einer reifen Persönlichkeit verhindern."

⁶¹⁷ ebd.

⁶¹⁸ ebd., S. 43, Nr. 36.

⁶¹⁹ vgl. ebd.

⁶²⁰ Dass der Papst in diesem Zusammenhang die Beispiele von Drogen und Pornographie anführt, stellt die zuvor allgemein formulierten Kriterien in ihrer Reichweite in Frage, da es sich hier um Güter handelt, die im ersten Fall offensichtlich gesundheitsgefährdend sind und im zweiten Fall weitgehend akzeptierte moralische Grenzen überschreiten.

Sie sind aufgerufen, nach dem Menschenbild zu fragen, das hinter dem Konsum des entsprechenden Produktes und der Annahme eines entsprechenden menschlichen Bedürfnisses steht. Sie sollen ihre unternehmerische Entscheidung daran ausrichten, ob der Konsum die Entfaltung des Menschen (nach dem christlichen Verständnis vom Menschen) eher fördert oder behindert. Bei diesen Forderungen an Produzenten und Medienleute handelt es sich um einen hohen ethischen Anspruch. Er bedeutet, angesichts des „menschlichen Defizits des Kapitalismus“ gegebenenfalls die Bereitschaft zum Verzicht auf wirtschaftlichen Erfolg und die Durchbrechung eines liberalistisch verstandenen Marktprinzips, nach dem die Nachfrage allein die Art des Angebots rechtfertigt.⁶²¹

Mit Blick auf die Beurteilung der wirtschaftlichen Strukturen findet von *Redemptor hominis* zu *Centesimus annus* eine Entwicklung statt. In *Redemptor hominis* hatte der Papst noch auf eine Veränderung der wirtschaftlichen Strukturen zur Bekämpfung von Armut und Elend gedrängt⁶²². In *Centesimus annus* wird das Marktprinzip hingegen nicht in Frage gestellt, sondern lediglich an ethische Bedingungen geknüpft.

2.6.3.3. *Gerechtigkeit für unterentwickelte Länder*

Angesichts der geschilderten Probleme bestimmt vorsichtiger Optimismus bei gleichzeitiger realistischer Wahrnehmung des Ausmaßes der Herausforderung die Passagen des Kapitels 16 in *Redemptor hominis*, in denen sich Johannes Paul II. konkreter als seine Vorgänger mit Fragen der Realisierung der angeordneten Veränderungen zugunsten der unterentwickelten Länder beschäftigt. Dabei wird die Schwere der Aufgabe unterstrichen und in eindringlichster Weise der Ernst der mit ihr verbundenen Verantwortung vor Augen geführt⁶²³. Der Versuch, etwas anzustoßen, fast schon einen Realisierungsplan zu entwerfen, zeigt sich an der Forderung, die Verantwortlichkeiten müssten "genau festge-

⁶²¹ Daneben stellt sich die Frage: Wie sind hier die Verantwortlichkeiten zwischen Verbraucher, Produzent, Händler, Staat zu verteilen? Gibt es Produkte, die eindeutig, wegen ihrer Gemeingefährlichkeit von Staats wegen zu verbieten sind, andere, gegen die von Staats wegen zu warnen ist und wieder andere, die - wiewohl problematisch - dem Kaufentscheid des Konsumenten überlassen werden sollten? (vgl. dazu Stephan Wirz, Vom Mangel zum Überfluß, a.a.O., 3. Teil).

⁶²² vgl. Enzyklika *Redemptor hominis*, a.a.O., S. 34f., Nr. 16.

⁶²³ vgl. ebd., S. 32-37, Nr. 16.

setzt" werden. Der Papst will möglichst sicherstellen, dass aus seinen Worten Taten werden. Er geht davon aus, dass Reformen möglich sind.⁶²⁴

Dazu fordert er den Beitrag "aller", die zu einem "konsequenten Verzicht" auf Egoismus und zu solidarischem Verhalten⁶²⁵ aufgerufen werden. An die Stelle von Profitgier und Machtstreben soll die entgegengesetzte Haltung der Hingabe an andere treten⁶²⁶. Der Papst erinnert an die Pflicht, vom Überfluss abzugeben, um Menschen in Not zu helfen und an die darüber hinausgehende Pflicht, nicht nur den Überfluss dafür zu verwenden, sondern auch vom Notwendigen abzugeben.⁶²⁷ Die gleiche Forderung wird an die Kirche selbst gerichtet. Sie soll auch das "Notwendige" heranziehen, um Not damit zu lindern und nötigenfalls auch zum Mittel des Verkaufs von Kirchenschmuck und kostbaren liturgischen Gefäßen greifen.⁶²⁸

Die Vorschläge erstrecken sich jedoch auch auf die strukturelle Ebene. Johannes Paul II. fordert sowohl eine *Reform des Welthandels* als auch die Umverteilung der Reichtümer und ihrer Kontrolle.⁶²⁹ Die Verwirklichung dieser Aufgabe sei "nicht unmöglich"⁶³⁰, ihre Voraussetzung aber die persönliche Umkehr und die Abkehr von interessegebundenem und machtorientiertem Verhalten.

Insgesamt müsse die Wirtschaft, deren Gesetzmäßigkeiten er anerkennt, innerhalb einer Perspektive stehen, die die ganzheitliche und solidarische Entwicklung der Menschen und Völker einbezieht.⁶³¹

2.6.4. Theologisch-anthropologische Vertiefung

Das Bemühen Johannes Pauls II., von einer schlagwortartigen Kritik an materialistischen Verhaltensweisen zu einer differenzierteren und umfassenderen Behandlung des Themas zu kommen, zeigt sich auch an den Abschnitten vor allem in *Sollicitudo rei socialis* und zum Teil auch *Redemptor hominis*, die An-

⁶²⁴ Enzyklika *Redemptor hominis*, S. 36, Nr. 16: "Es ist durchaus möglich, eine solche Verpflichtung zu übernehmen; Das bezeugen einige sichere Fakten und all jene Resultate, die hier genauer aufzuzählen schwierig wäre."

⁶²⁵ vgl. Enzyklika *Sollicitudo rei socialis*, S. 45-47, Nr. 38.

⁶²⁶ vgl. ebd., S. 47, Nr. 38.

⁶²⁷ vgl. Enzyklika *Centesimus annus*, a.a.O., S. 43, Nr. 36; vgl. Zweites Vatikanisches Konzil, Pastoralkonstitution *Gaudium et Spes*, a.a.O., S. 507, Art. 6; vgl. Kap. 2.3.4. dieser Arbeit.

⁶²⁸ vgl. Enzyklika *Sollicitudo rei socialis*, a.a.O., S. 37, Nr. 31.

⁶²⁹ vgl. Enzyklika *Redemptor hominis*, a.a.O., S. 34f., Nr. 16.

⁶³⁰ ebd., S. 35, Nr. 16.

⁶³¹ vgl. ebd., S. 36, Nr. 16.

sätze zu einer schöpfungstheologischen und anthropologischen Fundierung enthalten.

In *Redemptor hominis* ist zunächst noch philosophisch-abstrakt von der Überordnung der Ethik über die Technik, der Person über die Dinge und des Geistes über die Materie die Rede. Das Mensch-Welt Verhältnis wird dann jedoch biblisch grundgelegt. Die Berechtigung zum Besitz und Gebrauch der Dinge leitet der Papst vom Herrschaftsauftrag der Genesis her.⁶³² Durch den Sündenfall wird das Besitzen und Gebrauchen materieller Dinge, wie die übrigen Lebensvollzüge auch, eine schwierige und leidvolle Angelegenheit, was jedoch den ursprünglichen Auftrag nicht aufhebt.⁶³³

Der Schöpfungsbericht enthält zugleich die Grundlage für die ethischen Grenzen, die dem Herrschen des Menschen über die geschaffenen Dinge gesetzt sind. Sie bestehen, allgemein formuliert, in der Unterordnung des Besitzes und des Gebrauchs unter die Gottebenbildlichkeit des Menschen und seine transzendente Berufung.⁶³⁴ Der Herrschaftsauftrag des Menschen bedeutet, dass er Herr und Hüter, nicht aber Ausbeuter und Zerstörer der Erde sein soll.⁶³⁵

Die Begrenzung des menschlichen Herrschaftsauftrags liegt weiterhin

- in der Respektierung des Eigenwerts der Natur, die nicht in ihrem Mittelcharakter aufgeht:

"Das erste besteht darin, daß es angemessen ist, sich zunehmend dessen bewußt zu werden, daß man nicht ungestraft von den verschiedenen lebenden oder leblosen Geschöpfen – Natur-elemente, Pflanzen, Tiere - rein nach eigenem Gutdünken und entsprechend den eigenen wirtschaftlichen Erfordernissen Gebrauch machen kann. Im Gegenteil, man muß der Natur eines jeden Wesens und seiner Wechselbeziehung in einem geordneten System wie dem Kosmos Rechnung tragen."⁶³⁶

⁶³² vgl. Enzyklika *Sollicitudo rei socialis*, a.a.O., S. 34, Nr. 30 und Enzyklika *Redemptor hominis*, a.a.O., S. 30, Nr. 15, 3. Abs.

⁶³³ vgl. Enzyklika *Sollicitudo rei socialis*, a.a.O., S. 34, Nr. 30; vgl. Gen. 3,17-19.

⁶³⁴ vgl. Enzyklika *Sollicitudo rei socialis*, a.a.O., S. 33f., Nr. 29, vgl. auch Enzyklika *Redemptor hominis*, S. 32, Nr. 16 unter Verweis auf das Zweite Vatikanische Konzil, Dogmatische Konstitution über die Kirche *Lumen Gentium*, Art. 10; 36: AAS 57 (1965) 14-15; 41-42.

⁶³⁵ vgl. Enzyklika *Redemptor hominis*, a.a.O., S. 30, Nr. 15, 3. Abs.; vgl. zum Verständnis und Missverständnis dieser Bibelstelle Simone Rappel, "Macht euch die Erde untertan". Die ökologische Krise als Folge des Christentums? Paderborn-München-Wien-Zürich 1996 und die Gemeinsame Erklärung der Deutschen Bischofskonferenz und des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland, „Verantwortung wahrnehmen für die Schöpfung“ hrsg. vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz und dem Kirchenamt der Evangelischen Kirche in Deutschland, Köln 1985.

⁶³⁶ Enzyklika *Sollicitudo rei socialis*, a.a.O., S. 40, Nr. 34.

- in der Begrenztheit nicht erneuerbarer Ressourcen und
- der möglichen Schädigung der Umwelt und ihrer Zerstörbarkeit.⁶³⁷

Das Verbot, "von der Frucht des Baumes zu essen"⁶³⁸ bezieht der Papst ausdrücklich auch auf die ethischen Grenzen im Umgang mit der Schöpfung. Dem Menschen ist keine absolute Macht gegeben über die Schöpfung, er darf nicht beliebig über sie verfügen.

Die Überbewertung materieller Güter wird mit dem alttestamentlichen Bild des "Götzendienstes" bezeichnet,⁶³⁹ das, wie im Folgenden (vgl. 3.3.2.3) zu zeigen ist, die charakteristischen Eigenschaften heutigen Konsumierens („Illusionskonsum“) beschreibt.

2.6.5. Resümee Papst Johannes Paul II.

Johannes Paul II. greift aus der Gesellschaftskritik die Begriffe Konsumismus/Konsumgesellschaft auf. Seine Konsumismus-Kritik erinnert in mancher Hinsicht an die Materialismuskritik Pius' XII., so dass eine Abgrenzung der Begriffe schwer fällt. Andererseits zeigt die jeweils doppelte Nennung Materialismus – Konsumismus (oft in Verbindung mit „Säkularismus“) in zahlreichen Ansprachen, dass die Begriffe nicht als austauschbar angesehen werden.

Wie Pius XII. kritisiert Johannes Paul II. die *gesellschaftlichen Einflüsse*, die den Menschen auf das Haben, auf die materielle Seite seiner Existenz, reduzieren, die ihn seiner Freiheit und seiner Würde berauben. Was Johannes Paul II. mit dem Begriff der Entfremdung im Arbeitsleben und im Konsum bezeichnet, war bei Pius XII. inhaltlich schon vorgezeichnet.

Sowohl die selbstschädigende als auch die gemeinschaftsschädigende Wirkung der Fixierung auf das Haben, die Johannes Paul II. beschreibt, hatte Pius ebenfalls bereits analysiert. Die Sorge von Pius XII. galt der Verfälschung der menschlichen Existenz durch wirtschaftliche und materielle Interessen, so dass der Mensch am Eigentlichen seiner Bestimmung, an Transzendenz und Mitmenschlichkeit, vorbeigeführt wird.

⁶³⁷ vgl. ebd.

⁶³⁸ vgl. Gen. 2,16-17.

⁶³⁹ vgl. Enzyklika *Sollicitudo rei socialis*, a.a.O., S. 45, Nr. 37.

Sein Anliegen waren die „Echtheit“ und „Wirklichkeit“ des Menschen gegenüber allen Verfälschungen durch künstlich geweckte Bedürfnisse. Auch Johannes Paul II. wendet sich gegen Lebensbedingungen, die den Menschen sich selber, seines wahren Wesens, entfremden.

Johannes Paul II. behält die Kritik an künstlichen Bedürfnissen bei, auch wenn er sie differenziert, indem er auch höhere, neue Formen der Bedürfnisbefriedigung für möglich hält. Trotz scharfer Kritik an den sozioökonomischen Verhältnissen empfiehlt Johannes Paul II. ebenso wenig wie seine Vorgänger radikale strukturelle Änderungen, sondern hofft auf die sittliche Kraft des Einzelnen, die durch Bemühungen auf der soziokulturellen Ebene zu unterstützen ist.⁶⁴⁰

2.7. Katechismus der katholischen Kirche

Eine umfassende Synthese zu den Fragen des Glaubens und Lebens der katholischen Kirche stellt auf Weltebene der „Katechismus der katholischen Kirche“ dar.⁶⁴¹ Im Register der deutschen Ausgabe taucht das Stichwort "Konsumismus" nicht auf. "Materialismus" ist aufgeführt, wird allerdings an der angegebenen Stelle (Nr. 285) im Sinne eines erkenntnistheoretischen Materialismus verwendet. Fragen der Sozialethik sind grundsätzlich im Katechismus nicht ausgespart. So liegt es nahe, dass das Thema einfach an keiner Stelle wirklich passte, weil es zu wenig definiert und auf den Begriff zu bringen, weder mit den traditionellen Prinzipien der Sozialethik noch mit einer Tugendethik allein zu fassen ist. Zwar finden sich an unterschiedlichen Stellen die Stichworte Eigentum, Entwicklungshilfe, Bescheidenheit, Götzendienst, Habsucht, Mäßigung, Verschwendung. Auch Umweltthemen haben ihren Platz. Verschiedene Aspekte der Konsum-Kritik der Päpste werden also behandelt, allerdings von je unterschiedlichen Ansatzpunkten aus. Summarisch wird der unangemessene Umgang, die Verehrung von geschaffenen Wirklichkeiten, als ob ihnen ein absoluter Wert zukomme, als "Götzendienst" gebrandmarkt.⁶⁴² An einer anderen Stelle heißt es, die Eigentümer von Gebrauchs- und Konsumgütern sollten diese "mit Maß" verwenden und den "besten Teil" davon Gästen, Kranken und

⁶⁴⁰ Dieses Zwischenglied der soziokulturellen Ebene, das zwischen Individuum und Strukturen liegt, ist mit dem Gesellschaftscharakter bei Dietmar Mieth vergleichbar.

⁶⁴¹ Katechismus der katholischen Kirche, deutsch: München 1993.

⁶⁴² vgl. ebd., Nr. 2113.

Armen vorbehalten.⁶⁴³ Allgemein fordert der Katechismus die Tugenden der Mäßigung, Solidarität und Gerechtigkeit: Mäßigung, um die Anhänglichkeit an die Güter dieser Welt zu zügeln; Gerechtigkeit, um das Recht des Nächsten zu wahren und Solidarität nach der Goldenen Regel und der Freigebigkeit des Herrn.⁶⁴⁴

Der Umgang mit materiellen Gütern an sich wird nicht systematisch zum Thema gemacht. Angesichts des Stellenwerts, den diese Frage offensichtlich gerade auch in der praktisch-katechetischen Verkündigung der Päpste und speziell Johannes Pauls II. hat, verwundert dies. Möglicherweise liegt der Grund darin, dass das Thema zwischen Sozialethik und Individualethik anzusiedeln ist, dass es sich um ein Kulturphänomen handelt, dessen Beeinflussung durch institutionelle Vorgaben, soziale Strukturen, individuelle Verhaltensweisen und kulturelle Prägungen nur schwer zu definieren ist, was für die Literaturform des Katechismus eine entscheidende Voraussetzung darstellt. So ist das Fehlen des Begriffs im Katechismus vielleicht ein Hinweis darauf, dass die begriffliche Durchdringung bisher nur ungenügend geleistet wurde. Eine Konkretisierung im Hinblick auf geforderte Verhaltensweisen war nicht möglich.

2.8. Pastorale Texte auf weltkirchlicher Ebene

Auch in päpstlichen Ansprachen, die eher dem Hirtenamt als dem Lehramt zuzuordnen sind, wird das Schlagwort "Konsumismus" sehr häufig genannt, meist in einer Reihe mit den Begriffen "Säkularismus" und "Materialismus". Die Verbindung mit diesen Termini kann als Zeichen dafür gewertet werden, dass Konsumismus als Zeitgeisterscheinung und nicht als Problem der individuellen Ethik gewertet wird, weshalb es auch im Weltkatechismus keinen Platz fand.

Wegen ihrer engen Verknüpfung mit der Konsumthematik ist schließlich noch kurz auf die Behandlung der Werbung, vor allem in Veröffentlichungen des Päpstlichen Rates für die Sozialen Kommunikationsmittel, einzugehen.

Die allgemein den Umgang mit modernen Kommunikationsmitteln und ihre ethische Relevanz betreffenden Texte *Communio et progressio*⁶⁴⁵ und *Aetatis*

⁶⁴³ vgl. ebd., Nr. 2405.

⁶⁴⁴ vgl. ebd., Nr. 2407.

⁶⁴⁵ Päpstliche Kommission für die Instrumente der sozialen Kommunikation, Pastoralinstruktion *Communio et Progressio* über die Instrumente der sozialen Kommunikation, veröffentlicht im

*novae*⁶⁴⁶ thematisieren das Problem der Werbung nur am Rande. Am ausführlichsten ist sie in dem Dokument "Ethik in der Werbung" behandelt.⁶⁴⁷

Hier wird das Thema umfassend und differenziert, allerdings nicht ohne gelegentliche innere Brüche und Inkonsistenzen behandelt (s.u.). Neben der kommerziellen Werbung für Produkte und Dienstleistungen als Teilbereich der Werbung berücksichtigt der Text auch Formen der politischen, kulturellen und religiös-weltanschaulichen Werbung. Der Text ist deswegen interessant in unserem Kontext, weil er sich ausführlicher und konkreter als die bisherigen päpstlichen Stellungnahmen mit einem Thema beschäftigt, das verschiedene Querverweise und Rückschlüsse auf die Konsumproblematik enthält.

An dieser Stelle werden nur die entsprechenden Aussagen zur Konsumwerbung behandelt, und zwar insofern, als sie ihre Relevanz für das Konsumverhalten und Einstellungen zum Konsum betreffen. Darüber hinausgehende Probleme, etwa die Rückwirkung der Werbung auf das Weltverständnis, die Wertebildung und die wirtschaftliche Macht der Werbewirtschaft können nur insoweit behandelt werden, als sie unser Thema berühren.

Der Text grenzt sich ab von einer die Werbung grundsätzlich ablehnenden Wertung. Stattdessen werden möglicher Nutzen (Kapitel II) und möglicher Schaden (Kapitel III) differenziert beurteilt, einige ethische und moralische Prinzipien (Kapitel IV) entwickelt und schließlich mit Blick auf ihre praktische Umsetzung konkretisiert (Kapitel V).

Werbung wird definiert als "eine öffentliche Anzeige, die Information vermitteln und Kundschaft gewinnen bzw. zu irgendeiner Reaktion auffordern soll."⁶⁴⁸ Sie wird als notwendiges Instrument der modernen Marktwirtschaft beurteilt, die, wie es in *Centesimus annus* heißt, das "wirksamste Instrument für die Anlage der Ressourcen und für die beste Befriedigung der Bedürfnisse zu sein" scheint.⁶⁴⁹ Mit Verweis auf eine frühere päpstliche Botschaft zum Welttag der sozialen Kommunikationsmittel heißt es, Werbung könne ein Mittel der gegen-

Auftrag des II. Vatikanischen Konzils, lateinisch-deutsch = Nachkonziliare Dokumentation, Bd. 11, Trier 1971.

⁶⁴⁶ Päpstlicher Rat für die Sozialen Kommunikationsmittel, Pastoralinstruktion *Aetatis novae* (1992), hrsg. vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn 1992.

⁶⁴⁷ Päpstlicher Rat für die Sozialen Kommunikationsmittel, Ethik in der Werbung = Arbeitshilfen Nr. 135, hrsg. vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn 1997.

⁶⁴⁸ ebd., S. 6, Nr. 2.

⁶⁴⁹ Papst Johannes Paul II., Enzyklika *Centesimus annus*, a.a.O., S. 40, Nr. 34.

seitigen Hilfe der Menschen füreinander werden⁶⁵⁰, indem sie auf dem Weg der Information über neue Produkte zur Leistungsfähigkeit der Wirtschaft und zur Preissenkung beiträgt.

Sie soll jedoch *keine künstlichen Bedürfnisse* nach Dingen wecken, die nicht gebraucht werden⁶⁵¹ und sie soll *Hilfestellung zu vernünftiger Entscheidung* sein. Werbemethoden dürfen nicht *manipulativ, ausbeuterisch, korrupt* und *korumpierend* sein, das heißt, die Menschen müssen sich der Beeinflussung bewusst sein. Allgemein haben sich die Grundsätze für zulässige Werbung an der Wahrheit, der menschlichen Würde und der sozialen Verantwortung auszurichten.⁶⁵²

Mit Blick auf das Wahrheitskriterium wird zugegeben, dass manche Übertreibung der Werbung als selbstverständlich und zu dieser Gattung gehörend betrachtet wird. Dennoch darf Werbung nicht täuschen, weder durch das, was sie explizit sagt oder nur andeutet und suggeriert, noch durch das, was sie verschweigt.

Abgelehnt werden nicht nur Methoden, die durch Eingriff in das Unterbewusste die freie Kaufentscheidung aufheben. Die Gefahr des Missbrauchs liegt besonders darin, dass Menschen von der Werbung angeleitet werden, sich *irrational* zu verhalten und sich, anstatt nach Gesichtspunkten wie Qualitäts- und Preisunterschied zu entscheiden, von Motiven wie der Marke, Prestige, Mode, "Sex appeal" leiten zu lassen. Das heißt, von der Werbung wird verlangt, dass sie ein rationales Konsumverhalten nicht behindert. Dazu ist allerdings zu bemerken, daß die genannten und kritisierten Motive unter Umständen durchaus rational sind, etwa wenn Prestige gezielt durch entsprechende Kleidung oder Marken angestrebt wird. Die genannten Kriterien des Qualitäts- und Preisunterschieds wären mit dem Begriff der *Funktionalität* besser bezeichnet. Prestigebewusstsein, Mode oder Marke können durchaus Bestandteil einer rationalen, nicht aber einer auf Funktionalität ausgerichteten Kaufentscheidung sein. Anstelle von Funktionalität ist in diesen Fällen z.B. der Wechsel, die Neuheit, oder das mitgelieferte, wenn auch sich schnell verflüchtigende "feeling", das nicht

⁶⁵⁰ vgl. Papst Paul VI., Botschaft zum Welttag der Sozialen Kommunikationsmittel 1977, in: l'Osservatore Romano, 13. Mai 1977, S. 1.

⁶⁵¹ vgl. Päpstlicher Rat für die Sozialen Kommunikationsmittel, Ethik in der Werbung, a.a.O., S.12, Nr. 10.

⁶⁵² vgl. ebd., S. 17-20, Nr. 15-17.

unwesentlich durch die Werbung hervorgerufen wird, ausschlaggebend (vgl. Teil 3).

Durch ihren *Inhalt* verletzt die Werbung die *menschliche Würde*, wenn sie sich an niedrige menschliche Instinkte wendet. Die Würde der menschlichen Person hängt eng mit ihrer Freiheit zu verantwortlicher Wahl zusammen. Aus diesem Grund verstoßen Werbemethoden, die diese Fähigkeit zur vernünftigen Entscheidung beeinträchtigen, gegen die Würde der Person. Dies ist jedoch auch dann der Fall, wenn die Werbung menschliche Schwächen anspricht und für ihre Zwecke ausnutzt oder verstärkt, beispielsweise indem sie zu einer hedonistischen Lebensweise aufruft oder niedrige Instinkte anstachelt wie Neid, Eitelkeit, Gier. Besondere Berücksichtigung verdient das Verhältnis von Werbung und Kindern oder alten Menschen, insofern sie leichtgläubiger und eher beeinflussbar sind. Auch Ängste alter Menschen werden nicht selten ausgenutzt, um "Güter oder Dienste von zweifelhaftem Wert" zu verkaufen. Gegen das Grundprinzip der sozialen Verantwortung verstößt die Werbung, wenn sie einen Ressourcen verschwendenden und die Umwelt verschmutzenden Lebensstil fördert oder grundlegender noch die menschliche Entwicklung und Entfaltung auf materielles Fortkommen, auf den Erwerb materieller Güter und einen üppigen Lebensstil reduziert und durch dieses falsche Menschenbild dem Einzelnen wie der Gesellschaft schadet.⁶⁵³

Der Päpstliche Medienrat schlägt nicht nur eine öffentliche Kontrolle der Werbung und eine Erziehung zu kritischem Bewusstsein vor, sondern empfiehlt auch den Einzelnen, sich in Konsumentengruppen zu organisieren, um sich gegenüber kommerziellen Interessen zu schützen. Der Gesetzgeber wird aufgerufen, nicht nur im engeren Sinn lügenhafte Werbung zu untersagen, sondern auch Personengruppen wie Kinder und alte Leute besonders zu schützen sowie sich mit Fragen des Umfangs von Werbung, besonders im Privatfunk, zu beschäftigen. Zugleich sollte eine kritische Öffentlichkeit, sollten die Medien die Arbeit der Werbebranche und ihren gesellschaftlichen Einfluss einer regelmäßigen Kritik unterziehen. Die Kirche selbst soll in ihren Pastoral- und Schulkonzepten eine Erziehung zu kritischem Medienkonsum unter Berücksichtigung der Werbung vorsehen.

⁶⁵³ vgl. ebd., S. 19.

2.9. Ortskirchliche Verkündigung

Zwei Beispiele ortskirchlicher Befassung mit dem Thema seien an dieser Stelle herausgegriffen, die für Deutschland von herausgehobener Bedeutung sind: Die Synode der Bistümer in der Bundesrepublik Deutschland und der Erwachsenenkatechismus Band 2 der Deutschen Bischofskonferenz.

Im Beschluss der *Würzburger Synode der Bistümer „Unsere Hoffnung“* wird eine das Leiden und die Armut übergehende Wohlstandsgesellschaft als der Botschaft Jesu widerständig bezeichnet und der „reichen Kirche“ empfohlen, um ihrer Glaubwürdigkeit und der Wirksamkeit ihres Zeugnisses willen, den "Weg in die Armut"⁶⁵⁴ zu beschreiten. Die Synode bedauert ein Gesellschaftssystem, das Starke und Mächtige begünstigt, "Freundliche und Dankbare" dagegen an den Rand drängt.⁶⁵⁵

Im Zusammenhang mit einer Umweltethik empfiehlt sie die mit der Tugend der Dankbarkeit und Freude an der Schöpfung zusammenhängenden Verhaltensweisen des Betens und Feierns, Lobens und Dankens, des Erlernens von Leiden und Freude.⁶⁵⁶ Die Synode weist damit in die Richtung einer „ästhetischen“ Haltung, verstanden als dankbares Betrachten und Annehmen der Güter der Schöpfung, im Unterschied zu einem gierigen Ergreifen und Haben-Wollen.

Die Unbestimmtheit der Begriffe Materialismus und Konsumismus erklärt vielleicht, warum diese in der Verkündigung der Ortskirche eher eine untergeordnete Rolle spielen. Einzelne Aspekte werden jeweils für sich genommen behandelt (Umwelt, Gerechtigkeit, Werbung, Askese) - die wissenschaftliche Theologie verhält sich dabei, bis auf wenige Ausnahmen, nicht anders.⁶⁵⁷ Eine Bewertung, in welcher Form diese Begriffe und Inhalte an der „Basis“ der Pastoral, z.B. in Predigten, aufgegriffen werden, ist naturgemäß nur schwer möglich.

⁶⁵⁴ Gemeinsame Synode der Bistümer der Bundesrepublik Deutschland, „Unsere Hoffnung“, Sonderdruck aus der Gesamtausgabe I der Gemeinsamen Synode der Bistümer in der Bundesrepublik Deutschland, Beschlüsse der Vollversammlung = Heftreihe Synodenbeschlüsse !8, hrsg. von Josef Homeyer, Bonn (o.D.), S. 37.

⁶⁵⁵ ebd., S. 30.

⁶⁵⁶ ebd.

⁶⁵⁷ Wenn das Thema aufgegriffen wird, dann mit der Tendenz, die Schuld beim Wirtschaftssystem zu suchen. Ausnahmen stellen in der jüngeren Zeit Studien von Stephan Wirz und Karl-Georg Michel dar, die zwar weiterführende Ansätze liefern, aber mit dem Ansatz des Bedürfnisbefriedigungskonsums bzw. der Ausrichtung an sehr allgemeinen ethischen Postulaten der spezifischen Problematik modernen Konsumverhaltens kaum gerecht werden (vgl. Teil III).

Der zweite Band des *Erwachsenenkatechismus der Deutschen Bischofskonferenz*, zu ethischen Fragen, fordert im Zusammenhang mit einer *Umweltethik* eine kritischere Einstellung zu Konsum und Verschwendung⁶⁵⁸ sowie unter Berufung auf *Gaudium et Spes*, Art. 38, eine "*Spiritualität der Begrenzung*", die auf den Vorrang des Habens vor dem Sein verzichtet. Eine Spiritualität der Begrenzung geht aus von der Liebe zu den von Gott geschaffenen Gütern. Liebe ist, dies geht aus den Ausführungen zum Götzendienst hervor, sorgfältig von "Verehrung" abzugrenzen, die den Gütern unangemessene Zuneigung zuteil werden lässt. Zudem muss sie mit "Armut und Freiheit des Geistes" zu vereinbaren sein.⁶⁵⁹

Im Kapitel über Einzelaufgaben des Wirtschaftens mahnt der Katechismus das ständige Überprüfen von Konsumgewohnheiten und Lebensstilen an. Der Passus ist an *Centesimus annus*, Nr. 36 angelehnt und nennt als Kriterium die rechte Zuordnung der materiellen und triebhaften zu den inneren und geistigen Gütern. Eine Verantwortung des Wirtschaftssystems wird ausdrücklich verneint und diese stattdessen den Konsumenten, Produzenten und Trägern der sozialen Kommunikationsmittel zugewiesen bzw. in Extremfällen eines "selbsterstörerischen Konsumismus" das Eingreifen des Staates gefordert.⁶⁶⁰

Ausführlicher befasst sich der Erwachsenenkatechismus mit dem Themenkreis *Werbung*. Deren positive Funktion als Instrument der Absatzregulierung und Marktgestaltung wird anerkannt, gleichzeitig werden jedoch ethische Anforderungen an die Werbung gestellt, die praktisch ihrer Aufhebung als Werbung gleichkommen, indem sie diese nur als sachliche Information zulassen. Diese ist definitionsgemäß etwas anderes als Werbung.⁶⁶¹ Die ethische Problematik der Werbung wird im Erzeugen "*künstlicher Bedürfnisse*" und in der Verführung zu einem "*übermäßigen Konsumieren*" und "*einseitig materiellen Lebenseinstellungen*" gesehen, die einen *humanen Lebensstil* behindern.

⁶⁵⁸ Deutsche Bischofskonferenz (Hrsg.), *Katholischer Erwachsenen-Katechismus*, Bd. 2, *Leben aus dem Glauben*, Freiburg-Basel-Wien 1995, S. 333.

⁶⁵⁹ vgl. Zweites Vatikanisches Konzil, Pastoralkonstitution *Gaudium et Spes*, Nr. 38, Deutsche Bischofskonferenz, *Katholischer Erwachsenen-Katechismus*, a.a.O., S. 333.

⁶⁶⁰ ebd., S. 419 unter Verweis auf die Enzyklika *Centesimus annus*, Nr. 36.

⁶⁶¹ Erlaubt wäre dann nur noch eine reine Anzeige, d. h. ein Hinweis auf die Existenz bzw. Beschaffenheit eines Produktes, die jedoch dann, wenn sie wahrhaftig sein will, auch seine Schwäche nennen müsste. Werbung stellt hingegen ein Produkt möglichst vorteilhaft dar.

Kritisiert wird die mangelnde Wirklichkeitstreue der Werbung, die eine *Scheinwelt* vorgaukelt und Dinge verspricht, die sie nicht einlöst. Die Werbung soll stattdessen *wahrhaftig* sein. Diese Rückbindung an die Wirklichkeit soll verhindern, dass Produktion und Konsum zum Selbstwert werden. Sie sollen vielmehr mit anderen humanen Werten in Einklang gebracht werden können. Hier gibt es einen - wenn auch nicht weiter ausgeführten - Brückenschlag von der Werbung hin zur grundlegenden Problematik des Produzierens und Konsumierens.

Ergebnisse

In seinen Ausführungen zum Thema „Konsumismus“ bzw. „Konsumgesellschaft“ greift Johannes Paul II. auf Elemente der Materialismus- und Konsumkritik seiner Vorgänger zurück, die in dieser Arbeit von Papst Pius XII. an dargestellt wurden. Diese Untersuchung bezog sich auf den Gegenstand und die Begründung der Kritik, sowie auf die vorgeschlagenen „Heilmittel“.

Sowohl die Materialismus- als auch die Konsumismuskritik der Päpste ist geprägt von einem positiven Verhältnis zur Welt, zu den von Gott geschaffenen Gütern, zur Fähigkeit und dem Willen des Menschen, sein Leben mittels geeigneter Produkte zu verbessern. Auch der wissenschaftlich – technisch -ökonomische Fortschritt wird in diesem Kontext positiv beurteilt, allerdings unter Bedingungen gestellt und in seiner tatsächlichen Verwirklichung wie auch in seinen Auswirkungen in vielfacher Hinsicht kritisiert.

Dabei zeigt sich eine Tradition des Nebeneinander der *Kritik an individuellem Fehlverhalten* (Habgier, Luxus, Bequemlichkeit, übermäßige Suche nach Vergnügen und Zerstreuung) und der *Kritik an machtvollen äußeren Einflüssen*, an sozioökonomischen Strukturen sowie dem „Zeitgeist“, die den Einzelnen im Sinn materialistischen bzw. konsumistischen Verhaltens prägen. Die Kritik bezieht sich zum einen auf Strukturen der Wirtschaft und deren Prinzipien selbst, zum anderen auch auf den „Geist“, der die Gesellschaft, das „soziokulturelle System“ im Sinn einer Überbewertung materieller Dinge beeinflusst. Diese Prägung (vgl. dazu den „Gesellschaftscharakter“ bei Dietmar Mieth und Erich Fromm) wurde bereits bei Pius XII. in den Vordergrund gestellt, der die Wurzel materialistischen Verhaltens in einem einseitigen, auf materielle Werte begrenzten Fortschrittsverständnis sah, das das Denken der Menschen in allen Lebensbereichen formt.

Auf dem „*Skandal der Ungerechtigkeit*“ in den Nutzungschancen der Güter liegt der Hauptakzent kirchlicher Konsumkritik, der an sich bereits – unabhängig von weiteren Überlegungen – die Legitimität eines aufwändigen Konsumstils in Frage stellt. Daneben werden ökologische Folgen bereits früh (Pius XII.) angesprochen, ohne dass sie bis in die jüngere Zeit stark in den Vordergrund treten. Darüber hinaus wird materialistisches Verhalten als *schädlich auf einer individuellen und sozialen Ebene* kritisiert: Es entfremdet den Menschen nicht nur von seinem eigenen Wesen, sondern schädigt darüber hinaus die menschliche Gemeinschaft, führt zu Entzweiung, Streit und Unfrieden (v.a. Pius XII.). Unter dem Stichwort Konsumismus greift Johannes Paul II. dies wieder auf: Die Menschen übertragen die Haltung des Habens auf den mitmenschlichen Bereich. Die selbstschädigenden Wirkungen verfehlten Umgangs mit materiellen Gütern sind ebenfalls seit Pius XII. ein Thema.

In der *Bedrohung der Freiheit und Selbstbestimmung* des Menschen gegenüber ihm bis zur „Versklavung“ bestimmenden äußeren Mächten liegt ein weiteres durchgehendes Motiv. Das Individuum ist entfremdenden, passiv und unfrei machenden Einflüssen des sozioökonomischen Systems ausgesetzt. Als unfrei machend werden Strukturen kritisiert, die mit künstlichen Bedürfnissen den Menschen von seiner eigentlichen Bestimmung wegführen.⁶⁶² Kritisiert wird die Herabwürdigung des Einzelnen, nicht nur als arbeitender Mensch, sondern auch als Verbraucher, zum passiven Objekt in Wirtschaft und Gesellschaft.

Während soziale Faktoren als *Ursache* materialistischen und konsumistischen Verhaltens stark berücksichtigt werden, schlägt sich dies allerdings erst bei Paul VI. auch in der Forderung nach struktureller Veränderung, nach einer Stärkung der Partizipation der Einzelnen in Wirtschaft und Gesellschaft nieder.

Mithin zeigen sich zunächst nicht zu erwartende Parallelen zur Konsumkritik der Frankfurter Schule (v.a. Herbert Marcuse⁶⁶³) als Kritik an unfrei machenden Strukturen: an Manipulation von außen, an entfremdenden Lebensbedingungen, an der Schaffung künstlicher Bedürfnisse, an der Degradierung des Einzelnen zum Objekt in Arbeit und Konsum, an der Passivierung und Einschränkung der persönlichen Freiheit durch die sozioökonomischen Verhältnisse.

⁶⁶² vgl. zur Frage der Künstlichkeit und Manipulierbarkeit von Bedürfnissen wie auch zur Problematik des Bedürfnisbegriffs an sich Kap. 3.2.2.

⁶⁶³ vgl. z.B. ders., *Der eindimensionale Mensch. Studien zur Ideologie der fortgeschrittenen Industriegesellschaft*, Frankfurt/Mn. 1987. Eine Darstellung der Gesellschaftskritik bei Herbert Marcuse findet sich bei Stephan Wirz, *Vom Mangel zum Überfluß*, a.a.O., S. 104-119.

Die Parallelen beschränken sich jedoch auf die Ebene der Beschreibung der Missstände und nicht auf das Menschenbild und das mit ihm verbundene Ziel, das für die Frankfurter Schule im politisch mündigen Bürger, für die Päpste dagegen in der Hinwendung zu Gott und zum Nächsten besteht. Die Parallelen erstrecken sich auch nicht auf die Analyse der Wurzeln des Problems. Aufgrund der Differenzen im Menschenbild stimmen die Vorstellungen auch nicht darin überein, auf welchen Ebenen (ob individuell oder strukturell) Abhilfe zu schaffen sei. Während Herbert Marcuse beispielsweise die Befreiung des Menschen von repressiver Arbeit und das Ende entfremdender Lebensbedingungen von einer revolutionären Umgestaltung erwartet, appellieren die Päpste in erster Linie an den Einzelnen, sein Verhalten zu ändern. Insbesondere Paul VI. unterstreicht jedoch auch die Notwendigkeit von politischer Partizipation und aktiver Teilhabe der Bürger, die Subjekte, nicht Objekte sein sollen (vgl. auch 2. Vatikanisches Konzil). In den päpstlichen Texten besteht eine Diskrepanz zwischen der Ursachenanalyse, die soziale Faktoren in hohem Maß berücksichtigt und den empfohlenen Wegen, auf denen diese Änderung herbeizuführen ist. Als grundlegend für eine Änderung sozioökonomischer Strukturen wird eine Veränderung des Denkens und der Haltung der Menschen gegenüber dem materiellen Fortkommen erachtet. Der Geist des auf materielle Entwicklung reduzierten Fortschritts, der die Menschen isoliert und entzweit, in ihrem geistigen Horizont einengt und auf sich selbst zurückwirft, indem er die Dimension der Transzendenz verdrängt, muss in der Kraft des Glaubens überwunden werden. Da die letzte Ursache materialistischer Fehlentwicklungen auf der Ebene der Transzendenzfähigkeit, der Gottesbeziehung, verortet wird, trifft dies auch auf die Heilmittel zu. Während die Macht äußerer Einflüsse nicht unterschätzt, gelegentlich sogar als übermächtig und den Einzelnen überfordernd dargestellt wird – insbesondere in Zusammenhang mit sozioökonomischen Faktoren wie Entwurzelung (geographisch, sozial, geistig), Uniformisierung und Individualisierung in den Städten - wird doch von der Kraft des Glaubens und einer religiösen und sittlichen Erneuerung die reale Möglichkeit erwartet, gegen den Geist des Materialismus und Konsumismus anzugehen und ethische Maßstäbe in Konsum und Produktion zu verwirklichen.

Indem sie Materialismus und Konsumismus auch auf sozioökonomische Strukturen zurückführen, gehen die Päpste über den Ansatz klassischer Moraltheo-

logie hinaus, auf den man die katholische Kirche ideologisch häufig festlegt.⁶⁶⁴ Auf der anderen Seite erwarten die Päpste das Heil nicht in erster Linie von einer Änderung der Strukturen, sondern von einer Bekehrung der Herzen. Das Wirtschaftssystem selbst hat kein Maß – diese nüchterne Feststellung des Erwachsenen Katechismus der Deutschen Bischofskonferenz (Bd. 2) mit Verweis auf die Enzyklika *Centesimus annus*, Nr. 36 – wird schließlich zur Grundlage, die den einzelnen wirtschaftlichen Akteuren die ethische Verantwortung zuweist, ethische Maßstäbe innerhalb eines ökonomischen Systems zu verwirklichen, dessen einziges Maß nicht das umfassende menschliche Wohl (noch nicht einmal das irdische) ist, sondern der Profit.

Bei Johannes Paul II. gewinnt die Konsumkritik einen spezifischeren Charakter gegenüber einer allgemeineren Materialismuskritik und Verteilungskritik. Die päpstliche Kritik bezieht sich seit *Centesimus annus* weniger auf sozioökonomische Strukturen, als stärker auf das individuelle Verhalten. Anscheinend hat sich die Auffassung durchgesetzt, dass die Prinzipien des Wirtschaftslebens an sich das Konsumverhalten der Einzelnen nicht in einem übermächtigen Maß bestimmen. Stattdessen soll der Einzelne in die Lage versetzt werden, seinen Freiheitsspielraum im Sinne eines verantwortlichen Konsumverhaltens zu nutzen.

Allerdings gibt die päpstliche Konsumkritik den Einzelnen nicht viele konkrete Kriterien für verantwortliches Konsumieren an die Hand. Die Empfehlungen beschränken sich im Wesentlichen darauf, die Hierarchie der Bedürfnisse zwischen materiellen und geistigen Werten zu wahren und entsprechend dieser Hierarchie rationale Entscheidungen zu treffen. Sie orientieren sich am Modell der Bedürfnisbefriedigung und dem Schema der Überordnung geistiger über materielle Bedürfnisse, das – wie in Teil 1 gezeigt – spezifische Merkmale heutigen Konsumierens nicht erfasst. Der ethisch problematische Illusions-Konsum ist gerade durch seinen „idealistischen“ Charakter gekennzeichnet, d.h., diese Form des Konsums verbindet sich (allerdings auf einer ‚Als-ob‘ – Ebene) durchaus mit geistigen Bedürfnissen wie Liebe, Freundschaft, Verantwortung, Geborgenheit. In dieser Form ist der Konsumismus nur auf der Ebene der Mittel, nicht auf der Ebene der angestrebten Ziele oder zugrunde gelegten Werte, materialistisch.

⁶⁶⁴ vgl. Michèle Ruffat, *La société de consommation et ses critiques. Pour une mise en perspective des années soixante*, *Historiens de L'Europe* 8, Nr. 3-4, 1993, S. 171-181, hier: S. 173.

Im folgenden Teil dieser Arbeit wird daher der Versuch einer systematisch-ethischen Auswertung der Ergebnisse aus Teil 1 über die Eigenart heutigen Konsumierens unternommen.

Die Wirklichkeit, Wahrheit und Echtheit des Menschen und seiner Bedürfnisse, denen die Wirtschaft zu dienen hat - dieser Kern der päpstlichen Materialismus- und Konsumismuskritik seit 50 Jahren besitzt, insbesondere mit Blick auf den illusorischen Charakter heutigen Konsumierens, einen aktuellen, kritischen Sinn. Auf ihn sollte man nicht verzichten, auch wenn umgekehrt der Begriff der künstlichen (künstlich erzeugten) Bedürfnisse unscharf und irreführend ist.⁶⁶⁵ Der Begriff des Illusions-Konsums nimmt diese Inhalte auf (vgl. Teil 3).

⁶⁶⁵ Dies liegt an der Problematik der Abgrenzung von „natürlich“ und „künstlich“ (vgl. Kap. 3.2.2.). Auch von der Wahrheit von Bedürfnissen lässt sich nur im übertragenen Sinn reden, da sich das Kriterium der Wahrheit auf ein Urteil, eine Aussage, bezieht.

3. Grundlagen und Grundzüge einer Ethik des Konsums

In folgenden dritten Teil soll versucht werden, auf der Basis der geschichtlichen Entwicklung des Konsums und der Darstellung charakteristischer Züge des heutigen Konsumverhaltens in seiner ethischen Problematik, unter Einbeziehung der grundlegenden Akzente kirchlicher Konsumkritik, zu einer systematischen Ethik des Konsums (in Ansätzen) zu kommen. Die allgemeinen Grundsätze theologischer Ethik bzw. Sozialethik werden dabei vorausgesetzt und nur die spezielleren, für eine Konsumethik relevanten Grundlagen erörtert.

Zunächst jedoch sind die bisherigen theologisch-ethischen Ansätze zum Thema darzustellen.

3.1. Theologisch-ethische Entwürfe

Mit den Freiheiten, die die neuen Konsummöglichkeiten mit sich bringen, wächst auch deren Gestaltbarkeit und die Notwendigkeit ethischer Reflexion. Nach der Darstellung der konsumkritischen Äußerungen des kirchlichen Lehramts geht es im Folgenden um die Aufgabe eines systematisch-ethischen Ansatzes auf der Grundlage des christlichen Welt- und Menschenbildes.

In der Sozialethik bzw. Moraltheologie wurde das Thema bisher zwar in Teilaspekten (Askese, Gerechtigkeit, Umwelt) behandelt, aber nur vereinzelt umfassender. Zu nennen sind neben dem frühen Aufgreifen der Thematik durch Johannes Schasching⁶⁶⁶ vor allem die Ansätze von Dietmar Mieth und Dorothee Sölle, die (im Einklang mit der päpstlichen Konsumkritik) eine primär gesellschaftskritische Haltung einnehmen. Dagegen lehnen Stephan Wirz und Karl-Georg Michel eine pauschale Verantwortung des Wirtschaftssystems für konsumistisches Verhalten ab.

Die Ansätze von Wirz und Michel kommen weiter unten zur Sprache. Zunächst ist die stärker gesellschaftskritische Richtung darzustellen, die im Wesentlichen

⁶⁶⁶ vgl. Johannes Schasching, Kirche und industrielle Gesellschaft = Schriftenreihe der Katholischen Sozialakademie Wien, Bd. 1, Wien 1960, S. 101ff.

durch Dorothee Sölle und Dietmar Mieth vertreten wird. Bei verschiedenen Autoren, die das Thema eher beiläufig behandeln, scheinen ähnliche Beurteilungen im Zusammenhang mit der Behandlung des Themas "Konsumwerbung" durch.⁶⁶⁷

3.1.1. Dietmar Mieth

Dietmar Mieth greift (wie auch Dorothee Sölle) auf die Gesellschaftsanalyse und -kritik Pier Paolo Pasolinis zurück. Diese soll daher zunächst in Form eines *Exkurses* dargestellt werden.

3.1.1.1. *Exkurs: Pier Paolo Pasolini*

Für *Pier Paolo Pasolini* (1922-1975), italienischer Schriftsteller, Filmregisseur und Gesellschaftskritiker, ist die Konsumgesellschaft bzw. der Konsumismus Ausdruck eines Hedonismus, den er als "faschistisch" kennzeichnet. In diesem Konsumismus sieht er ein *Herrschaftsinstrument*, das die Freiheit und die individuellen Entfaltungsmöglichkeiten der früheren Subkulturen Italiens (Bauern, Arbeiter, Subproletarier) effizienter zerstört als es jede politische Macht, einschließlich des "faschistischen Faschismus", jemals vermochte. Im Unterschied zu den Faschisten, die, wie Pasolini meint, die Seele des italienischen Volkes nicht hätten antasten können, komme der Konsumismus einer *anthropologischen Mutation*, einer inneren Verbiegung, gleich. Sie wurde möglich, nachdem der abnehmende Einfluss der Kirche auf die italienische Gesellschaft (den Pasolini als "klerikalfaschistisch" kritisiert), den Weg dafür freigemacht hatte. In der Herrschaft des Hedonismus sieht Pasolini daher auch eine Niederlage des Katholizismus. Hinter der scheinbaren Liberalität dieser neuen, konsumistischen Form des Totalitarismus verbirgt sich die stärkste Form der Repression, die gegen das italienische Volk in seiner Geschichte ausgeübt wurde.⁶⁶⁸ Pasolini scheut nicht davor zurück, in diesem Zusammenhang von einem "Völkermord" zu sprechen, wenn auch nicht an der physischen Existenz, so doch an der Seele des italienischen Volkes. Es handelt sich um eine "kulturelle Kolonisierung" durch die herrschende Klasse, deren Ziel allein der Profit und das reine Wirtschaftswachstum ist, losgelöst von allem menschlichen und sozialen Entwicklungspotential.⁶⁶⁹

⁶⁶⁷ vgl. z. B. Volker Eid, Abkehr vom Konsumismus. Einige Überlegungen zum Thema Änderung des Lebensstils, in: MThZ 37 (1986), S. 174-184. Volker Eid spricht von einem "Konsumzwang", der auf der einen Seite als ökonomisches Prinzip, darüber hinaus jedoch auch als "innerliches Regulativ" die Mentalität der Verbraucher bestimmt. Die Werbung propagiert Glück und Wohlbefinden als gesellschaftliche Kriterien. Durch den Konsumzwang werden Menschen manipuliert, die Ausbildung einer selbstbestimmten Identität gefährdet. Konsumismus wird definiert als "Haltung des Haben- und Besitzen-, aber auch des Verbrauchen-Wollens (vgl. S. 177). Diese Haltung bewirkt, dass Umwelt und Mitmenschen nur noch nach utilitaristischen Gesichtspunkten beurteilt werden. Der Einzelne ist Täter und Opfer zugleich: Es handelt sich um eine "strukturelle Schuld", die jedoch durch individuelles Verhalten und durch politische Duldung gestützt wird (vgl. ebd., S. 180). In Anlehnung an Erich Fromm schlägt Volker Eid als Heilmittel die Orientierung an der "Existenzweise des Seins" vor, ein "qualitatives Haben", das unsere Um- und Mitwelt in ihrer Eigenart anerkennt, Genügsamkeit als Voraussetzung der Erfahrung des Konkreten und Selbst Einschränkung als Voraussetzung für rivalitätsfreie Mitmenschlichkeit (vgl. S. 182) sowie zwei Grundoptionen: Die Option zugunsten der Umwelt und zugunsten der Armen als schärfsten Gegensatz zur Konsumismus- und Haben- Mentalität.

⁶⁶⁸ vgl. Pier Paolo Pasolini, *Freibeuterschriften. Aufsätze und Polemiken über die Zerstörung des Einzelnen durch die Konsumgesellschaft*, Berlin 1988, S. 63.

⁶⁶⁹ vgl. ebd., S. 41.

Der Konsumismus hat seine Wurzeln im neuen Verhältnis von Konsum und Produktion, ermöglicht durch die technische Entwicklung.⁶⁷⁰ Gleichzeitig haben sich die überkommenen kulturellen und religiösen Werte aufgelöst. Die konsumistischen und permissiven Mächte haben die geistigen Errungenschaften der Aufklärung vereinnahmt und zweckentfremdet und mit dem "Ritus des Konsums" und dem "Fetisch der Ware"⁶⁷¹ neue Heiligtümer errichtet. Die Verhaltensweisen, die die industrielle Gesellschaft fordert, werden vor allem über das Fernsehen propagiert. Der Propaganda der Massenmedien und dem Fernsehen insbesondere weist Pasolini die Hauptverantwortung für die Vereinheitlichung der Kultur zu.

Der neue "laizistische Hedonismus" der Konsumgesellschaft ist durch einen völligen Mangel an humanistischen Werten gekennzeichnet.⁶⁷² Die neue Massenkultur gehorcht ausschließlich den Gesetzen des Konsums. Sie treten an die Stelle früherer Autoritäten wie Kirche, Vaterland und Familie.⁶⁷³ Nicht nur Gleichförmigkeit, sondern auch eine "physische Traurigkeit" und der Verlust an Ausdrucksmöglichkeiten, vor allem in Form der Sprache, besonders der regionalen Dialekte, kennzeichnen den Verlust der früheren Kultur. "Der Zwang zum Konsum ist ein Zwang zum Gehorsam gegenüber einem unausgesprochenen Befehl. Jeder in Italien steht unter dem entwürdigenden Zwang, so zu sein wie die anderen: im Konsumieren, im Glücklichein, im Freisein".⁶⁷⁴ Dieser uniformisierende Druck geht einher mit einer scheinbaren Liberalität und Toleranz, die Verhaltensweisen fördern, die den Konsum zu steigern vermögen und eine abgrundtiefe Intoleranz gegenüber abweichendem Verhalten beinhalten.

Die kritisierte Permissivität der italienischen Gesellschaft erscheint bei Pier Paolo Pasolini als Resultat einer von der herrschenden Klasse gewollten Entwicklung, die aus den Menschen bessere Konsumenten macht.⁶⁷⁵ Den Einzelnen macht Pasolini nicht verantwortlich. Seine Kritik gilt in erster Linie der „Democrazia cristiana“ wie auch den Inkonsequenzen der kommunistischen Partei Italiens.

Pier Paolo Pasolinis Einstellung zur katholischen Kirche ist gespalten. Er bekämpft auf der einen Seite scharf ihren unangemessenen gesellschaftlichen, manipulativen und repressiven Einfluss mit dem Stichwort des "Klerikalfaschismus". Auf der anderen Seite bedauert er den Kulturverlust, der sich aus der schwindenden Prägekraft der katholischen Kirche ergibt. Die Hintergründe des Neins der Italiener zur Wiederabschaffung der Ehescheidung beurteilt er skeptisch, weil er im diesbezüglichen Volksentscheid teilweise Motivationen wahrnimmt, die nicht dem wahren gesellschaftlichen Fortschritt (im Sinne der kommunistischen Ideologie), sondern vielmehr einer bürgerlich-gewinnorientierten Gesellschaft entsprechen: "Wer die Scheidung akzeptiert, ist ein guter Konsument".⁶⁷⁶ Sexuelle Liberalisierung insgesamt ist für ihn das Werk der faschistischen Herrschaft des Konsums, der sie "stillschweigend gewollt, stillschweigend propagiert und unwiderruflich zur allgemeinen Gewohnheit hat werden lassen."⁶⁷⁷ Sie ist Auswirkung gesellschaftlichen Zwangs, die zu einer umso schärferen Aggression gegenüber sexuellen Minderheiten führt. Mit seiner Armut, so Pasolini, verliert das italienische Volk seine Toleranz,⁶⁷⁸ der Wohlstand geht einher mit Intoleranz. Die Konsumgesellschaft als scheinbarer Herrschaftstyp hat kein Interesse an einem Paar, das Nachkommen erzeugt - für Pasolini modellhaft die proletarische Lebensform - sondern am (kleinbürgerlichen) Modell des vor allem konsumierenden, kinderlosen Paares.⁶⁷⁹ "Eine solche vorurteilslose und freizü-

⁶⁷⁰ Für Pier Paolo Pasolini ist "Fortschritt" kultureller Fortschritt im Sinne des marxistischen Bewusstseins.

⁶⁷¹ Pier Paolo Pasolini, *Freibeuterschriften*, a.a.O., S.65.

⁶⁷² ebd., S. 30.

⁶⁷³ vgl. ebd., S. 34.

⁶⁷⁴ ebd., S. 37f.

⁶⁷⁵ vgl. ebd. a.a.O., S. 40.

⁶⁷⁶ ebd., S. 42.

⁶⁷⁷ ebd., S. 56.

⁶⁷⁸ vgl. ebd. S. 56.

⁶⁷⁹ vgl. ebd., S. 60.

gige Gesellschaft, die darauf aus ist, Paarbeziehungen und (heterosexuelle) Bedürfnisse zu vervielfachen, schafft ganz zwangsläufig die Gier nach Konsumgütern."⁶⁸⁰

Pasolinis Einsatz für die "Heiligkeit des Lebens" und seine Ablehnung der Legalisierung der Abtreibung zeigen seine intellektuelle Unabhängigkeit. Auch die Abtreibung betrachtet er als ein Phänomen der Konsumgesellschaft - ein Aspekt, der, wie Agathe Haag bemerkt, von der bürgerlichen Presse praktisch ignoriert⁶⁸¹, in einem Kommentar des *Osservatore Romano* jedoch aufgegriffen wird, in dem es wenige Tage nach dem Erscheinen eines Pasolini-Artikels zu dem Thema heißt: "Der Mensch der Wohlstandsgesellschaft verfällt - wenn er erst einmal die Restriktionen der Armut überwunden hat - den Widersprüchen des Wohlstands ... Die Liberalisierung der Abtreibung ist eine zusätzliche Form der Luxus-Medizin ... ; es besteht eine direkte Verbindung zwischen Abtreibung und Konsumgesellschaft ...". Pasolini wurde daraufhin eine katholische und patriarchalische Argumentationsweise vorgeworfen.⁶⁸²

Bei Pasolini finden sich kaum konkrete Vorschläge, wie den Missständen zu entkommen ist. Es ist vielleicht bezeichnend für diese Hilflosigkeit, dass er von der katholischen Kirche, die er in anderer Hinsicht scharf kritisiert, erwartet, sie solle zum Sammelbecken derjenigen werden, die sich der Herrschaft des Konsums nicht beugen wollen.⁶⁸³ Im Wesentlichen beschränken sich seine Bemühungen darauf, zu provozieren und den Finger in die Wunden der italienischen Gesellschaft zu legen. Zu seinen konkreten Vorschlägen gehört die Abschaffung des Fernsehens und die Reduktion der Schulbildung auf fünf Grundschuljahre. Er plante, sich nach seinem 60. Lebensjahr in einer "Academiuta" auf dem Land dem Studium und der Erneuerung der Volkskultur zu widmen, um Ansätze für ein neues Gesellschaftsmodell zu finden.⁶⁸⁴ In einem seiner letzten Gedichte schreibt er: "Laßt uns umkehren, mit geballter Faust und von vorn anfangen. Ihr werdet dann nicht mehr vor bürgerlichen Mächten stehen, wie jetzt, vor Mächten, die scheinbar für alle Ewigkeit im Sattel sind. Es wird dann nicht mehr darum gehen, zu retten, was noch zu retten ist. Kein Kompromiß. Laßt uns umkehren. Es lebe die Armut. Es lebe der kommunistische Kampf für die lebensnotwendigen Dinge."⁶⁸⁵ Nicht der geordnete Umgang mit dem Wohlstand, sondern die Rückkehr zur Armut werden hier zum moralischen Gebot.

Dietmar Mieth baut auf den Analysen Pasolinis auf, ergänzt durch Elemente der psychologischen Deutung Erich Fromms. Er definiert Konsumismus als "die Verbindung von Konsum und Tod, ... jene Art von Konsum, die sich an künstlichen Todesfolgen ausweisen läßt".⁶⁸⁶ Konsumismus bedeutet für Mieth die „für das Leben bedrohlichste Ideologie des ausgehenden 20. Jahrhunderts.“⁶⁸⁷ Wie

⁶⁸⁰ ebd., S. 118.

⁶⁸¹ vgl. ebd. S. 138.

⁶⁸² vgl. *L'Osservatore Romano* vom 2.2.1975 (zitiert nach Agathe Haag, *Der Schriftsteller Pasolini*, in: *Freibeuterschriften*, a.a.O., S. 125-132, hier: S. 138).

⁶⁸³ vgl. Pier Paolo Pasolini, *Freibeuterschriften*, a.a.O., S. 93: "In einem solchen Kampf könnte die Kirche die Führung übernehmen, eine gewaltige, doch nicht autoritäre und vor allem nicht nach der Eroberung der Macht strebende Führung. Sie könnte - und das sage ich als Marxist - all diejenigen Kräfte zusammenfassen, die sich der neuen Herrschaft des Konsums nicht beugen wollen, einer Herrschaft, die vollkommen irreligiös, totalitär, gewalttätig, schein tolerant - oder besser: Repressiver denn je, korrupt und entwürdigend ist ...".

⁶⁸⁴ vgl. Paolo Volponi, *Pasolini, maestro e amico*, in: *Perché Pasolini*, a cura di De Santi, Lenti, Rossini, Florenz 1978 (zitiert nach Agathe Haag, *Der Schriftsteller Pasolini*, in: *Freibeuterschriften*, a.a.O., S. 125-132, hier: S. 132).

⁶⁸⁵ Pier Paolo Pasolini, *La nuova gioventù*, Turin 1975, S. 245 (zitiert nach Agathe Haag, *Der Schriftsteller Pasolini*, a.a.O., S. 132).

⁶⁸⁶ Dietmar Mieth, *Konsum und Tod*, in: *Theologische Quartalschrift*, 1/170 (1990), S. 9-23, hier: S. 9.

⁶⁸⁷ ebd., S. 9.

Dorothee Sölle⁶⁸⁸ geht Dietmar Mieth davon aus, dass die Menschen einer Manipulation der Bedürfnisse ausgesetzt sind, die ihre ganze Existenz betrifft und sogar noch das Bedürfnis nach Transzendenz, Sinn und Religion zu einem "Haben-Bedürfnis" gemacht hat, d.h. zu einem Bedürfnis nach Dingen, die man in Besitz nehmen kann. Dietmar Mieth nimmt wie Erich Fromm, Pier Paolo Pasolini und Dorothee Sölle an, dass das sozioökonomische System den Einzelnen entscheidend bestimmt und spricht daher von der „Herrschaft des Konsumismus.“⁶⁸⁹

Wie Pier Paolo Pasolini deutet Dietmar Mieth den Konsumismus als „fascistisch“, genauer als "individualistischen Faschismus"⁶⁹⁰. So kommt im Begriff zum Ausdruck, dass, anders als in den bisherigen Faschismen unseres Jahrhunderts, die Manipulation des Einzelnen nicht durch Gleichschaltung der Staatsgewalten, sondern über die Bedürfnisse des *Einzelnen* geschieht (nämlich durch eine Reduktion seiner Wünsche auf solche, die materiell zu befriedigen sind). Die Vielzahl der Wahlmöglichkeiten überfordert den Konsumenten in seiner Entscheidungsfreiheit und schwächt seine Persönlichkeit.⁶⁹¹ Dietmar Mieth geht allerdings nicht davon aus, dass die persönliche Freiheit und Verantwortung durch die Manipulation völlig aufgehoben ist. Sie wird jedoch seiner

⁶⁸⁸ Dorothee Sölle greift auf die Analyse Pasolinis zurück und erweitert sie um eine religiöse Deutung: "Die neue Religion ist der Konsumismus." (Dorothee Sölle, „Du sollst keine anderen Jeans haben neben mir“, in: Jürgen Habermas (Hrsg.), Stichworte zur geistigen Situation der Zeit, Bd. 2: Politik und Kultur, S. 541-553, hier: S. 543). Produktion und Werbung sind die Herrschaftsinstrumente, die die Bedürfnisse so effizient manipulieren, dass sie auch noch das Bedürfnis nach Anderssein, nach Neuwerten und nach Sinn in ein Haben-Bedürfnis umfunktionieren. Der ideale Konsument ist abgeschnitten von transzendierender Geschichtserfahrung. Sinnerfahrung, jegliche existentielle Fragestellung, würde den ungehemmten Konsum stören. Nach Dorothee Sölle bedeutet Reklame Blasphemie, wenn in ihr existentielle Lebensinteressen mit materiellen Gütern gleichgesetzt werden (vgl. S. 550). Weil Konsumismus einen Angriff auf die Menschenwürde darstellt, spricht sie mit Pasolini davon, dass Konsumismus einem Völkermord gleichkommt (vgl. S. 551f.). Das In-Besitz-Nehmen als zentrales Element konsumistischen Glücksstrebens ist genau das Gegenteil von Gnade als unverdientem Beschenktsein und damit das Gegenteil dessen, was Glück im christlichen Glauben bedeutet (vgl. ebd.).

⁶⁸⁹ vgl. Dietmar Mieth, Konsum und Tod, a.a.O., S. 12.

⁶⁹⁰ Dietmar Mieth, Konsumismus oder: die abschüssige Bahn der Normalität, in: Klaus-Jürgen Reinbold (Hrsg.), Konsumrausch. Der heimliche Lehrplan des Passivismus, Freiburg/Brsg. 1994, S. 79-101, hier: S. 85; Pier Paolo Pasolini spricht vom "hedonistischen Faschismus".

⁶⁹¹ "immer mehr Wahl und damit immer weniger Widerstand, an dem der einzelne sich reiben und sich selbst finden kann" (ebd., S. 86). Pasolini bezeichnet den Konsumismus als "permissiv". Er erlaube nur eine scheinbare Wahlfreiheit und unterwerfe in Wirklichkeit den Menschen seiner Herrschaft und seinem Zwang. Der Zwang besteht darin, dass Wünsche zu früh befriedigt werden, sich also nicht zu einer existenziellen Tiefe entwickeln können, d.h., dass das eigentliche Ziel dieser Wünsche nicht erfahren wird. Verloren geht also die Erfahrung eines tieferen Sinns, die weitergehende Orientierung der Bedürfnisse. Pier Paolo Pasolini ist der Auffassung: "Es ist klar, daß überflüssige Güter das Leben überflüssig machen." (Freibeuterschriften, a.a.O., S. 46).

Auffassung nach in einseitig *zweckrationaler* Weise wahrgenommen.⁶⁹² Verantwortlich handelt demnach, wer in der Lage ist, sein Konsumieren als sein *Bedürfnis* und damit als sein *berechtigtes Interesse* erklären zu können: "Wer kauft, was er braucht, hat recht; wer kauft, was er nicht braucht, unrecht."⁶⁹³ Die Bedürfnisse als "berechtigte Interessen" treten so an die Stelle von Werten.⁶⁹⁴ Um eine solche *subjektivistische Bedürfnisdefinition* zu überschreiten, hält Dietmar Mieth ein Verfahren für notwendig, das zu einer Verständigung über *Werte* vor dem Markt der Interessen führt.⁶⁹⁵

Auch Dietmar Mieth betrachtet den Konsumismus als Folge des sozioökonomischen Systems. Wenn er auch zwischen einem "strukturellen Konsumismus" und einem "Konsumismus als Mentalität" unterscheidet, so wird letzterer in Anlehnung an Erich Fromms "sozialen Charakter" als Auswirkung der gesellschaftlich-wirtschaftlichen Verhältnisse auf die Psyche des Einzelnen angesehen,⁶⁹⁶ auch wenn Wechselwirkungen möglich sind. Infolge der sozioökonomischen Prägung der Menschen durch das System empfinden sie die Ansprüche der Gesellschaft an ihr Verhalten nicht als Zwang, sondern in Einklang mit ihren eigenen Wünschen. In der Regel wirkt der soziale Charakter systemstabilisierend, es besteht jedoch die Möglichkeit, dass er sich auch gegen das Gesellschaftssystem richtet.⁶⁹⁷

3.1.1.2. *Struktureller Konsumismus*

Zu den Elementen des "strukturellen Konsumismus" zählt Mieth zum einen die auf Wachstum ausgerichtete Expansivwirtschaft in Verbindung mit einer „*technologischen Mentalität*“.⁶⁹⁸ Weiter macht er einen "*Instrumentalismus ohne*

⁶⁹² vgl. Dietmar Mieth, Konsumismus oder: die abschüssige Bahn der Normalität, a.a.O., S. 86; Dies stimmt nicht mit den Analysen des spezifisch modernen Konsumverhaltens überein (vgl. Kap. 1.7. zu den „romantischen“ Wurzeln heutigen Konsumierens).

⁶⁹³ ebd., S. 87.

⁶⁹⁴ ebd.; vgl. dazu Kap. 3.2.2.

⁶⁹⁵ vgl. ebd., S. 87; Im Unterschied zur unkritischen Verwendung des Bedürfnis-Begriffs bei anderen Autoren, z.B. Stephan Wirz, differenziert Dietmar Mieth die Bedürfnisebenen, indem er auf tieferliegende Bedürfnisse, im Unterschied zu oberflächlichen, verweist.

⁶⁹⁶ vgl. Erich Fromm, Haben oder Sein, a.a.O., S. 129: „Das Ergebnis der Interaktion zwischen individueller psychischer Struktur und ökonomischer Struktur bezeichne ich als sozialen Charakter. Die sozioökonomische Struktur einer Gesellschaft formt den sozialen Charakter ihrer Mitglieder dergestalt, daß sie tun wollen, was sie tun sollen. Gleichzeitig beeinflusst der soziale Charakter die sozioökonomische Struktur der Gesellschaft: In der Regel wirkt er als Zement, der der Gesellschaftsordnung zusätzliche Stabilität verleiht; unter besonderen Umständen liefert er den Sprengstoff zu ihrem Umbruch.“ Ähnlich: Dietmar Mieth, Konsum und Tod, a.a.O., S. 10.

⁶⁹⁷ vgl. Dietmar Mieth, Konsum und Tod, S. 10.

⁶⁹⁸ ebd., S. 8f.

Signifikation des Ganzen"⁶⁹⁹ verantwortlich für konsumistische Strukturen. Gemeint ist damit eine Haltung, bei der "alles ... zum Mittel, zum Zweck werden (kann), wobei Zwecke und Mittel den Wünschen entsprechend austauschbar sind."⁷⁰⁰ Mieth hält also einen utilitaristischen Zugang zu den verschiedenen Bereichen der Lebenswirklichkeit, der nicht getragen ist von einer integrierenden und sinngebenden Verknüpfung der nur vereinzelt wahrgenommenen und partikularen Ziele, für einen wesentlichen Grund für den Konsumismus:

"Der Konsumismus lebt von der Aufteilung des Menschen in Bedürfnissektoren, die dem Warenangebot, das an ihn herangetragen wird, entsprechen. Er erzieht den Menschen, sich vor allem dort als Subjekt zu verstehen, wo er sich selber als Objekt etwas Gutes tut. Dadurch wird das Subjektsein in Konsumerwartungen aufgeteilt."⁷⁰¹

Als weitere Ursache eines strukturellen Konsumismus führt Mieth einen auf vielen Ebenen bestehenden *Zentrismus*⁷⁰² an, der mit Blick auf die Lebens-, Wirtschafts- und Konsumweise jeweils nur *ein* Modell oder *eine* Perspektive zulässt. Fromm nennt als Beispiele den "ökonomischen Zentrismus" der Ersten Welt, den Anthropozentrismus im Umgang mit der Natur, die Konzentration des Lebens und der Kultur in den Großstädten und die Definitionsmacht darüber, was als knappes Luxusgut in den Massenkonsum überführt werden soll. Mit Zentrismus ist wohl eine fehlende Machtstreuung gemeint, die die Vielgestaltigkeit in den Lebensformen unterdrückt und zu den "künstlichen Todesfolgen" führt, mit denen Dietmar Mieth den Konsumismus charakterisiert.⁷⁰³

3.1.1.3. *Konsumismus als Mentalität (Sozialpsychologie des Konsumismus)*

Wie Erich Fromm geht Dietmar Mieth davon aus, dass die Industriegesellschaft auf einer "industriellen Religion" basiert.⁷⁰⁴ Deren Götzen sind Arbeit, Eigentum,

⁶⁹⁹ ebd., S. 11.

⁷⁰⁰ ebd., S. 12

⁷⁰¹ ebd., S. 12.

⁷⁰² vgl. ebd.

⁷⁰³ Während das ökonomische Ungleichgewicht zwischen Erster und Dritter Welt sowie die Ausbeutung der Natur diesen Zusammenhang erkennen lässt, ist der Zusammenhang mit Blick auf die urbane Konzentration weniger deutlich. Verschiedene Autoren weisen jedoch darauf hin, dass die Anonymisierung des Lebens in den Städten zu einem erhöhten Bedürfnis führt, mittels äußerer Merkmale (Kleidung, Automarke etc.) der fremden Masse etwas von der eigenen Identität kundzutun. Inwieweit dies allerdings künstliche Todesfolgen hervorruft, bleibt erläuterungsbedürftig.

⁷⁰⁴ Der soziale Charakter dieser industriellen Religion besteht vor allem aus Angst vor männlicher Autorität und Unterwerfung unter diese; Heranzüchten von Schuldgefühlen bei Ungehorsam, Auflösung menschlicher Solidarität und Vorherrschaft des Eigennutzes und des gegenseitigen Antagonismus (vgl. Erich Fromm, *Haben oder Sein*, München²⁰1991, S. 141).

Profit und Macht. Sie ist geprägt durch den „sozialen Charakter“ der *Markt-orientierung*. Marktorientierung meint die Rückführung jeder Lebenswirklichkeit auf einen quantifizierbaren Wert und damit die Austauschbarkeit von allem, einschließlich des Menschen selbst.⁷⁰⁵

Die "neue Religion des Konsumismus" ist als Teil dieser "industriellen Religion" im Wesentlichen geprägt durch das Marktprinzip und seine Geltung, selbst im Bereich mitmenschlicher Beziehungen („marketing-orientation“). Freunde und Liebespartner sind aufgrund dieses "sozialen Charakters" ebenfalls austauschbar wie materielle Gegenstände, aber auch das eigene Selbst wird dem Marktgeschehen unterworfen. Es mangelt an echter Identität und Persönlichkeit.⁷⁰⁶ Der Mensch neigt dazu, seine Bedürfnisse – von den psychischen bis zu den religiösen - mittels käuflicher Produkte befriedigen zu wollen.

Zur Marktorientierung gehören weitere „nichtproduktive Orientierungen“: Die rezeptive Orientierung des konsumierenden Menschen („ewiger Säugling“) und die Verwandlung von Lebendigem in Unlebendiges, in Ware.⁷⁰⁷

Die Sozialpsychologie des Konsumismus ist nach Mieth weiter durch eine *hortende Orientierung* geprägt, die anderen etwas missgönnt, obwohl kein (unmittelbarer) eigener Bedarf vorhanden ist.⁷⁰⁸ Fromm spricht von einem "Hang zum Unlebendigen" (Nekrophilie) im Menschen, der Lebendiges aufteilt, es verfügbar macht und in Totes verwandelt.

Zur Sozialpsychologie des Konsumismus trägt nach Mieth außerdem eine Ethik ("offensive Ethik")⁷⁰⁹ bei, die die Expansion von Wissenschaft, Technik und ihre ökonomische Verwertung als gegeben hinnimmt, auf der einen Seite legitimiert, auf der anderen Seite um Schadensbegrenzung bemüht ist und so systemstabilisierend wirkt. Dazu zählt er beispielsweise ein Ethos der biologi-

⁷⁰⁵ Als Beispiel dafür nennt Erich Fromm die Bereitschaft des Einzelnen, sich unter Aufgabe der eigenen Persönlichkeit an vorgegebene Muster anzupassen, um begehrenswert zu erscheinen und so zu werden, wie andere ihn haben möchten (vgl. Erich Fromm, *Haben oder Sein*, a.a.O., S. 141ff.).

⁷⁰⁶ vgl. ebd., S. 142.

⁷⁰⁷ vgl. Dietmar Mieth, *Konsumismus oder: die abschüssige Bahn der Normalität*, a.a.O., S. 84f. Erich Fromm nennt als vier Arten nicht-produktiver Beziehungen zu den Dingen: die rezeptive Orientierung, die ausbeuterische Orientierung, die hortende Orientierung und die Marketing-Orientierung.

⁷⁰⁸ vgl. ders., *Konsum und Tod*, a.a.O., S. 15.

⁷⁰⁹ vgl. ebd., S. 15 und *Konsumismus oder: die abschüssige Bahn der Normalität*, a.a.O., S. 86. Der Begriff geht auf Hans Martin Sass zurück: vgl. *Methoden ethischer Güterabwägung in der Biotechnologie*, in: V. Braun – Dietmar Mieth, - K. Steigleder (Hrsg.): *Ethische und rechtliche Fragen der Gentechnologie und der Reproduktionsmedizin*, München 1987, S. 89-110.

schen Ernährung, des begrenzten und qualitativ besseren Medienkonsums und ein Ethos der Naturheilung.⁷¹⁰

Die Verdrängung des Todes gilt bei Dietmar Mieth (wie auch bei Dorothee Sölle) als ein Kennzeichen des sozialen Charakters des Konsumismus. An Stelle des verdrängten Todes treten als Folgen des Konsumismus "neue Todesarten"⁷¹¹: der Hungertod der einen bei gleichzeitiger Warenvernichtung andernorts, der "Tod" der Umwelt, die Verwandlung lebendiger Beziehungen in tote Dinge (Beziehungen werden in Waren ausgedrückt statt in Zeit füreinander), der „Tod“ der Sinnlichkeit durch übertriebenen Hygiene-Konsum, der „Tod“ der Leiberfahrung durch "Versportlichung"⁷¹², der „Tod“ durch Betrug (durch eine manipulierte Traumwelt)⁷¹³, der soziale „Tod“ der Beziehungslosigkeit und der religiöse „Tod“ als Sinnverlust,⁷¹⁴ weil eine sinnorientierte Religion schlechte Konsumenten schaffe.

3.1.1.4. „Lebensethik im christlichen Kontext“

Auf der *strukturellen* Ebene tritt Dietmar Mieth für eine Änderung der Wachstumswirtschaft und Beschränkungen der Werbung ein. Seine gesellschaftliche Analyse ergänzt er durch einen ethischen Entwurf, der auf Veränderungen von *Haltungen* und *Verhaltensweisen* zielt, im Unterschied zu Teilen seiner Analyse jedoch weitgehend – bis auf die Ablehnung des quantitativen Wachstumsprinzips und der Forderung nach Eindämmung der Werbung - auf der individuellen Ebene verbleibt.

Die Chance für Veränderungen sieht Dietmar Mieth darin, dass der Konsumismus selbst zur Kontrasterfahrung wird,⁷¹⁵ die schließlich die Liebe zum Leben wieder entdecken lässt und zu einer Haltung beiträgt, die das Leben fördert.

Von der biblischen Zielvorstellung der "Fülle des Lebens" ausgehend, formuliert Mieth *Perspektiven einer "Lebensethik im christlichen Kontext"*⁷¹⁶, deren

⁷¹⁰ vgl. Dietmar Mieth, Konsum und Tod, a.a.O., S. 15f.

⁷¹¹ ebd., S. 16.

⁷¹² ebd., S. 17.

⁷¹³ ebd.

⁷¹⁴ weil Produktion und Konsum, wie Dorothee Sölle sagt, das Religiöse ausschließen (vgl. Sölle, „Du sollst keine anderen Jeans haben neben mir“: Jürgen Habermas (Hrsg.), Stichworte zur geistigen Situation der Zeit, Bd. 2: Politik und Kultur, S. 541-553, hier: S. 549).

⁷¹⁵ vgl. Dietmar Mieth, Konsum und Tod, a.a.O., S. 22.

⁷¹⁶ vgl. ebd., S. 18ff.

Maßstab die Liebe zum Leben (Biophilie) ist, die auf der Kontrastfolie der Endlichkeit erfahrbar wird. Sie basiert auf drei grundlegenden Haltungen:

- das Leben genießen
- das Leben achten
- das Leben fördern⁷¹⁷.

Dietmar Mieth geht von dem biblischen Befund aus, dass Genuss in der Bibel ein meist positiv besetzter Begriff ist. Aus der christlichen Askesetradition greift er insbesondere die mystische Lehre von der "Abschiedlichkeit" auf:

Eine Voraussetzung für das Genießenkönnen ist die Fähigkeit, das Vergängliche loslassen zu können. Nur wer nicht ängstlich an dem festhält, was er hat, (und was sowieso über den Tod hinaus nicht zu halten ist), ist fähig zum Genuss dieser Wirklichkeiten. Dieses recht verstandene Genießen ist zu unterscheiden, zum einen von einem faden Genuss, der nie gegen die Bedrohung des Todes erlebt wird. Genuss, der nicht auf dem Hintergrund der Endlichkeit und des Todes erfahren wird, verblasst und wird nicht mehr als solcher wahrgenommen. Dies bedeutet auch, dass Freude, Erholung und Vergnügen besonders auf der Kontrastfolie des Gegenteils der Mühe und Plage erlebt werden. Christliche Askesetradition ist für Dietmar Mieth, trotz aller Verfälschungen, im Kern eine "gereinigte Liebe zur Lust".⁷¹⁸

Genuss ist außerdem abzugrenzen von einem bloßen Benutzungsverfahren. Genussfähigkeit enthält das Moment der Selbsterfahrung und der Selbstüberschreitung auf andere hin, das heißt, ein Moment der Kommunikation, des Menschlichen.⁷¹⁹ Im Kauf- und Konsumrausch bleibt der Genuss dagegen eine oberflächliche Erfahrung, der diese Dimension fehlt. Genießen kann es nur geben, wenn zugleich das Menschliche in seinem Gemeinschafts- und Transzendenzbezug darin enthalten ist.⁷²⁰

Den Prinzipien von Leistung und Konsum, die die fortgeschrittenen Industriegesellschaften prägen, will Dietmar Mieth die Daseinsfreude entgegensetzen, als deren Voraussetzung jedoch eine *Verlangsamung des Lebens* erforderlich ist. Um das quantitative Wachstumsprinzip zu durchbrechen, sind eine Besinnung

⁷¹⁷ vgl. ebd., S. 19.

⁷¹⁸ ebd., S. 20.

⁷¹⁹ vgl. Dietmar Mieth, Konsumismus oder: die abschüssige Bahn der Normalität, a.a.O., S.95.

⁷²⁰ vgl. ebd.

auf andere Lebenswerte, die Aufhebung der Verdinglichung des Lebens, die Erinnerung an den Tod und eine ganzheitliche Lebensform notwendig.

Weiter nennt Dietmar Mieth eine Haltung der Achtung und Distanz im Umgang mit Gütern, die in ihnen nicht nur reine Gebrauchs- und Wegwerfgüter sieht, sondern ihre menschliche Dimension, ihren *Symbolwert* erkennt. Im Unterschied dazu bezeichnet er eine Symbolik, die diese zwischenmenschliche Bedeutung materieller Güter nicht wahrnimmt, als "*negative Symbolik*", beispielsweise, wenn Güter allein in ihrer instrumentellen Funktion gesehen werden oder lediglich dem Geltungsdrang und dem Besitzstreben dienen.⁷²¹

Neben Achtung und Distanz ist die Fähigkeit, zwischen Gütern zu wählen oder auch ihren Verzicht zu wählen, Voraussetzung für einen lebensförderlichen Umgang mit ihnen. Dazu gehört das Verständnis der Funktionsweise der Werbemethoden. Die Konsumgesellschaft, die mehr verspricht, als sie halten kann, rechnet letztlich auch mit dem Menschen, der weiß, dass die Versprechungen, die sie macht, nicht wahr sind. Gelernt werden muss daher ein innerer Widerstand gegenüber den Versprechungen, um realistisch mit ihnen umgehen zu können.⁷²² Im Umgang mit der Konsumwirklichkeit ist daher das Moment des Entzugs wichtig, das Lernen, dass in jeder Erwartung auch ein Stück Unerfüllbarkeit steckt, damit diese Unerfülltheit nicht als schicksalhafte Enttäuschung, sondern als mitvollzogen, als autonomer und kreativer Akt erlebt werden kann.

Zum verantwortungsvollen Umgang mit den Gütern gehört darüber hinaus die Kontrolle der Folgen eines Kaufs.

Die Grundhaltung, Leben zu fördern, kann auf die drei Traditionen der *ars moriendi*, der *ars vivificandi*, und der *ars amandi* zurückgreifen (Liebe als Bezeichnung für ein erfülltes Leben).⁷²³

Grundlegend für eine lebensfördernde Einstellung ist schließlich die Förderung der *Eigenaktivität*, die in der Lage ist, nicht in allen Lebensbereichen auf Produkte oder Dienstleistungen des Marktes zurückgreifen zu müssen, sondern die eigenen Möglichkeiten körperlicher und geistiger Betätigung entdeckt.

⁷²¹ vgl. ebd., S. 96.

⁷²² vgl. ebd., S. 93.

⁷²³ vgl. Dietmar Mieth, Konsum und Tod, S. 22f.

Einen zentralen Stellenwert im Hinblick auf die Überwindung des "individualistischen Faschismus", der den strukturellen Konsumismus kennzeichnet, weist Dietmar Mieth dem Erziehungssystem zu, das einen wesentlichen Beitrag zu einer solchen Wertevermittlung zu leisten hat.⁷²⁴

Die genannten Vorschläge versteht Mieth als Teil eines „Kauf- und Lebenstrainings“, das insgesamt in einen ökologischen Kontext umweltsolidarischen Verhaltens zu stellen ist.⁷²⁵

Die Stärke der Darlegungen Dietmar Mieths liegt wohl weniger in der Definition und Analyse dessen, was unter Konsumismus zu verstehen ist - das Verhältnis zwischen Irrealität und Konsumismus, das romantisierende Element des Illusions-Konsums wird auch von Dietmar Mieth, der Nützlichkeitsdenken und Instrumentalismus an der Wurzel konsumistischen Verhaltens vermutet⁷²⁶, nicht erkannt - als vielmehr in seiner „Lebensethik im christlichen Kontext“, in der er neben der Forderung struktureller Änderungen der Wachstumswirtschaft und der Werbung - insbesondere grundsätzliche Verhaltensweisen und Haltungen aus der christlichen Tradition anführt, die geeignet sind, zu einem angemessenen Verhältnis zur Welt zu führen. Sie weisen tiefer und konkreter in die Auseinandersetzung mit dem Konsumismus als die modellhaften Konzepte der Bedürfnishierarchien oder der Lebensqualität (s.u.). Mit Blick auf die Definition und Ursachenanalyse dessen, was als Konsumismus bezeichnet wird, bleibt Dietmar Mieth zu abstrakt, als dass eine konkrete Ethik des Konsums darauf aufbauen könnte (s.u.). Mit den zehn „Lebensarten“ (Endlichkeit, Entzug, Genussfähigkeit, Achtung und Distanz, Fähigkeit zum Wählen, Durchblick durch Formen der Werbung, Sensibilität für Ressourcen, Kontrolle der Wirkungen des Kaufs, Eigenaktivität, Verwendung einer angemessenen und gemeinschaftstiftenden Symbolik⁷²⁷) gelingt es ihm jedoch, Grundhaltungen als Basis einer christlichen Konsumethik zu formulieren.

Im Unterschied zu einer unkritischen Verwendung des Bedürfnisbegriffs bei anderen Autoren⁷²⁸ differenziert Dietmar Mieth die Bedürfnisebenen, indem er auf

⁷²⁴ vgl. Dietmar Mieth, Konsumismus oder: die abschüssige Bahn der Normalität, S. 99.

⁷²⁵ vgl. ebd., S. 97.

⁷²⁶ Instrumentalismus und Nützlichkeitsdenken sind eher dem Materialismus als dem Konsumismus zuzuordnen. Vgl. dazu den „technischen Geist“ bei Pius XII.: Zur Differenzierung der Begriffe Konsumismus und Materialismus vgl. Kap. 3.2.5.3.

⁷²⁷ vgl. ebd., S. 93-99.

⁷²⁸ vgl. Stephan Wirz, Karl-Georg Michel (s.u.).

tiefer liegende Bedürfnisse im Unterschied zu oberflächlichen verweist.⁷²⁹ Weiterführend ist darüber hinaus an Mieths lebensförderlichen „Lebensarten“, dass er die Unterscheidung von Symbolen dazu zählt. Solche Symbole sind zu wählen, die Beziehungen hervorbringen und Gemeinschaft stiften, etwas Menschliches ausdrücken. Allerdings bleibt auch dieses Kriterium (Symbolik contra Instrumentalismus) zu allgemein, da auf der einen Seite ein übermäßiger Symbolismus gerade geeignet ist, konsumistisches Verhalten zu fördern und auf der anderen Seite Konsumformen existieren, für die ein instrumentales Verhältnis durchaus angemessen ist und bei denen eine Symbolik eine unangemessene Verklärung und Romantisierung bedeuten würde.⁷³⁰

Positiv hervorzuheben ist die im Anschluss an Erich Fromm verwendete Charakterisierung des Konsumismus als „sozialer Charakter“ und die mit diesem Begriff ausgedrückte Verwobenheit sozialer und individueller Bedingungen konsumistischen Verhaltens mit dem Akzent auf der Bedeutung der sozialen Einflüsse. Wie die lehramtliche Konsumkritik weist Dietmar Mieth die Hauptverantwortung nicht dem Einzelnen, sondern dem System Konsumismus fördernder Strukturen in Wirtschaft und Gesellschaft zu und unterstreicht deren mentalitätsprägenden Einfluss. Die Überwindung dieser Strukturen soll durch eine neue Mentalität möglich werden, durch ein neues Denken des Individuums. Auch wenn es Dietmar Mieth um die „strukturellen Bedingungen“ dieser neuen Mentalität geht⁷³¹, ist der von ihm vorgezeichnete Weg die persönliche Verantwortung des Einzelnen, der in einem entsprechend wertegebundenen Staat durch das Bildungswesen zu unterstützen ist.

Dietmar Mieths Analyse ist abstrakt. Ähnlich wie Erich Fromms Darstellung der „seelischen Grundlagen“ einer neuen Gesellschaft zielt sie auf grundsätzliche Einstellungen, die über den Umgang mit materiellen Gütern hinausgehen. Konsumismus wird zu einer Verhaltensweise, die sich, entsprechend der Fromm'schen „Existenzweise des Habens“ auf alle Lebensbereiche bezieht.

„Biophilie“ als Liebe zum Lebendigen und Lebensförderlichkeit zählen, ähnlich wie die Nächstenliebe, zu den obersten und allgemeinsten ethischen Leitlinien,

⁷²⁹ „Im Menschen wird die Tiefe seines eigenen Wunsches nicht ausgelotet, weil ihm bereits vorher alle möglichen Befriedigungsmöglichkeiten auf einer oberflächlicheren Ebene angeboten werden.“ (Konsum und Tod, a.a.O., S. 10).

⁷³⁰ Auch wenn im Letzten alles in einen größeren Sinnzusammenhang einzubinden ist und Dietmar Mieth daher mit seiner Analyse eines „Instrumentalismus ohne Signifikation des Ganzen“ Recht hat.

⁷³¹ vgl. Dietmar Mieth, Konsumismus oder: die abschüssige Bahn der Normalität, a.a.O., S. 99.

das heißt, es kommt alles auf die Konkretisierung an. Dem entspricht der Versuch, Konsumismus anhand des Kriteriums der - metaphorisch verstandenen - „künstlichen Todesfolgen“ (Sinnverlust, Beziehungslosigkeit, Verlust von Sinnlichkeit und Leiberfahrung) zu definieren. Konsumismus mag all dies auch bewirken. Den geistigen Ursachen und Beweggründen konsumistischen Verhaltens (und damit ihrem Verständnis) kommt diese Analyse, die auch keinen Unterschied zwischen einer Haben-Orientierung und Konsumismus erkennt, jedoch kaum näher. Der leitende Gedanke der Biophilie bzw. Nekrophilie zur Erklärung des Verhaltens ist wiederum zu allgemein, als dass er als Grundlage einer Konsumethik ausreichend wäre.

3.1.2. Stephan Wirz

Von der gesellschaftskritischen Richtung, die die Hauptverantwortung für verfehltes Konsumverhalten den Marktstrukturen bzw. Unternehmensstrategien zuweist, grenzen sich die im Folgenden darzustellenden Ansätze von Stephan Wirz und Karl-Georg Michel deutlich ab.⁷³² Ihre Grundlage ist die Akzeptanz der marktwirtschaftlichen Ordnung und die Erarbeitung von Bedingungen ethisch zu verantwortenden Konsums innerhalb dieses Rahmens.

Der Ansatzpunkt von Stephan Wirz ist nicht die Charakteristik und Problematik der faktischen Konsumwirklichkeit, sondern die Frage nach der Möglichkeit der Unterscheidung von Bedürfnissen in „wahre und falsche“ Bedürfnisse, wie sie von sozialistischer wie konservativer Gesellschaftskritik (zu ergänzen ist: bis hin zu päpstlicher Konsumkritik, vgl. Teil 2) in der einen oder anderen Variante vorgenommen wird, eine Frage, die die nach dem angemessenen Wirtschaftssystem impliziert, insofern die objektive Beurteilbarkeit wahrer bzw. falscher Bedürfnisse für eine zentrale Festlegung der Produktion sprechen könnte. In einer Untersuchung einer Reihe von Ansätzen der Konsum- und Gesellschaftskritik (Adam H. Müller, Karl Marx, Friedrich Engels, John K. Galbraith, Vance Packard, Erich Eigner, Herbert Marcuse, Erich Fromm) beurteilt Stephan Wirz deren Lösungsvorschläge als anthropologisch defizitär in zweifacher Hinsicht. Sie missachten zum einen die „Bedürfnisoffenheit“ (s.u.) des Menschen, d.h., dass menschliche Bedürfnisse nicht ein für alle Mal gegeben, sondern entwicklungsfähig sind (s.u.): Sie implizieren ein „geschlossenes Bedürfnissystem“⁷³³.

⁷³² vgl. Stephan Wirz, Vom Mangel zum Überfluß, a.a.O.; Karl-Georg Michel, Konsumethik in der Wohlstandsgesellschaft, a.a.O.

⁷³³ Stephan Wirz, Vom Mangel zum Überfluß, a.a.O., S. 158.

Außerdem stellen sie die sittliche Befähigung des Menschen in Frage,⁷³⁴ indem sie dem Einzelnen die Fähigkeit absprechen, selbst über seine Bedürfnisse zu entscheiden. Damit, so Stephan Wirz, schaffen sie eine beurteilende Instanz „außerhalb des Menschen“⁷³⁵, und führen beinahe unweigerlich zu einer „Diktatur über die Bedürfnisse“, auch wenn dies nicht intendiert ist.⁷³⁶

Im systematisch-ethischen Teil der Arbeit schließlich werden Bedingungen für eine ethisch legitime Bedürfnisbefriedigung in marktwirtschaftlich organisierten, wohlhabenden Industriegesellschaften formuliert.

Die Marktwirtschaft und das freie Produktions- und Konsumsystem werden gegen Einschränkungen verteidigt, die aus einer mit objektivem Anspruch bzw. von einer „äußeren Instanz“ vorgenommenen Unterscheidung „wahrer und falscher“ Bedürfnisse resultieren.

Eine angemessene Bedürfnisbefriedigung ist nach Stephan Wirz nur möglich unter den Bedingungen von freier Marktwirtschaft mit Massenproduktion, Massenvertrieb und der dazu erforderlichen Marktbearbeitung. Die zentral verwaltete Wirtschaft bzw. eine Wirtschaft, die auf Massenproduktion und Marktbearbeitung verzichtet, bedeuten demgegenüber eine Mangelwirtschaft, die eine Entfaltung der menschlichen Bedürfnisse in Richtung einer größeren humanen Angemessenheit nicht zulässt; wenn sie denn überhaupt in der Lage wäre, die Grundversorgung der Bedürfnisse zu gewährleisten.

Dieses ökonomische Argument wird durch ein anthropologisches ergänzt: das Grunddatum der menschlichen „Bedürfnisoffenheit“⁷³⁷, die in der spezifischen Instinktungebundenheit des Menschen und seiner Distanz und Handlungsfreiheit (hiatus)⁷³⁸ gegenüber den unmittelbaren Reizen gründet. Den Begriff der

⁷³⁴ vgl. ebd., S. 150.

⁷³⁵ ebd., S. 156. Diese Instanz ist entweder die Regierung eines Ständestaates, die die Standesbedürfnisse festlegt (Adam H. Müller), oder eine Politik des „gebundenen Marktes“, die die Güterzahl begrenzt durch „Standardisierung und Simplifizierung“ (Erich Egner), oder es sind die Menschen mit dem fortgeschrittensten Bewusstsein, die die wahren Bedürfnisse feststellen und durch Erziehung weitergeben (Herbert Marcuse), oder eine Kombination von wissenschaftlichem Kulturrat zur Feststellung der „lebensförderlichen“ Bedürfnisse und einer zentralen Planstelle zu ihrer wirtschaftlichen Umsetzung (Erich Fromm).

⁷³⁶ Stephan Wirz, Vom Mangel zum Überfluß, a.a.O., S. 158.

⁷³⁷ „Der Mensch ist offensichtlich doch nicht jenes, von einer äußeren Instanz auf bestimmte Bedürfnisse festlegbare Wesen“ wie es der Ansatz des geschlossenen Bedürfnissystems der kommunistischen Gesellschaften voraussetzt: Stephan Wirz, Vom Mangel zum Überfluß, a.a.O., S. 159.

⁷³⁸ vgl. Arnold Gehlen, Der Mensch. Seine Natur und seine Stellung in der Welt, Wiesbaden 1986, S. 195: „das Antriebsleben des Menschen ist von der Handlung abgehängt, es besteht ein ‚Hiatus‘ zwischen dem Antriebsleben und der Handlung.“

„Bedürfnisoffenheit“ verwendet Wirz im Anschluss an Arnold Gehlens Konzept der „Weltoffenheit“ und „Plastizität der Bedürfnisse“.⁷³⁹ „Bedürfnisoffenheit“ bedeutet nach Stephan Wirz, dass Bedürfnisse veränderbar sind, einem Angebot „nachwachsen“ und geschichtlich und kulturell unterschiedlich ausfallen können.

Die Aufgabe der ethischen Gestaltung der Bedürfnisbefriedigung ist dann von allen Beteiligten, d.h. den Konsumenten, Produzenten, öffentlichen Meinungsbildnern und staatlichen Stellen zu leisten und ihre je spezifische Verantwortung einzufordern.⁷⁴⁰ Diese Verantwortung hat sich, (nicht anders als andere Teilbereiche der Ethik auch), zu orientieren an den Kriterien der humanen Angemessenheit, der sozialen und ökologischen Verträglichkeit, Kriterien, die mit Blick auf den Konsumbereich expliziert werden.

Stephan Wirz kommt das Verdienst zu, die ethische Verpflichtung der verschiedenen Akteure des Konsums (Konsumenten, Produzenten, öffentlichkeitswirksame Institutionen und Medien) systematisch dargestellt zu haben. Der Untertitel „Ethik der Bedürfnisse“ ist jedoch irreführend, weil die ethische Behandlung aller Bedürfnisse nicht intendiert ist (vgl. Teil 3.II). Umgekehrt betrifft die Ethik der Bedürfnisse nur einen Teilbereich einer Ethik des Konsums. „Bedürfnis“ ist das, was gebraucht wird, impliziert also im allgemeinen Verständnis eine Notwendigkeit und damit einen gewissen Anspruch auf Befriedigung sowie eine Zielorientierung (vgl. Kapitel 3.2.2.). Die verengte Wahrnehmung von Konsum als Bedürfnisbefriedigung im Sinne des homo-oeconomicus-Modells führt zu einer Ethik, die vernachlässigt, dass ein großer Teil des Konsumverhaltens, sofern es illusorischen oder symbolischen Charakter hat, in der Kategorie der Bedürfnisbefriedigung nicht angemessen erfasst werden kann (vgl. Kap. 1.6. und Kap. 3.2.3.4.).

Zu dieser grundsätzlichen Problematik kommt die Schwierigkeit, dass der Bedürfnisbegriff nicht klar definiert wird. Wird er normativ verwendet (d.h. versehen mit einem moralischen Anspruch auf Befriedigung) oder im Sinne der Mikro-Ökonomie als das, was unabhängig von einem Anspruch auf Befriedigung zu einer Kaufintention werden kann?

⁷³⁹ vgl. Punkt 3.2.1.2.

⁷⁴⁰ vgl. Stephan Wirz, Vom Mangel zum Überfluß, a.a.O., S. 173-198.

Insofern Arnold Gehlens Bedürfnis-Konzept übernommen wird, hat „Bedürfnis“ keine über „Neigung/Interesse“ hinausgehende, also keine normative Bedeutung. Die Akzente liegen bei Arnold Gehlen und bei Stephan Wirz verschieden. Arnold Gehlens Interesse ist anthropologisch und handlungs- bzw. motivationstheoretisch, das von Stephan Wirz dagegen praktisch-ethisch. Die Frage Gehlens ist die nach der Struktur der menschlichen Handlung, Stephan Wirz fragt nach den Bedürfnissen in einem gegenständlichen Sinn (Güter, Produkte).

Die „Bedürfnisoffenheit“ wird bei Stephan Wirz fast zu einem ethischen Postulat, so als müssten sich Bedürfnisse im menschlichen Interesse, unabhängig von einer inhaltlichen Richtung, immer weiter entwickeln.

„Das Gute muß durch das subjektiv oder objektiv Bessere, Genußvollere, Komfortablere, Ästhetischere, Erkenntniserhellendere, ethisch Tragfähigere usw. ersetzt werden. Kraft dieser Dynamik kann der Mensch zu erstaunlicher Produktivität gelangen.“⁷⁴¹

Es ist gerade diese Dynamik, die viele fragen lässt: Kommt nicht das Entscheidende im Leben zu kurz, bei der unaufhörlichen Jagd nach dem materiell Besseren? Muss nicht die Bedürfnisoffenheit anhand von inhaltlichen Kriterien gestaltet werden, wenn sie nicht zur Zerfaserung des Lebens führen soll?

Diese Grundlage führt dann bei Stephan Wirz zu Ausführungen, die von der Grundrichtung her in die Nähe einer unkritischen Fortschrittsgläubigkeit geraten. Davon ist bei Arnold Gehlen selbst wenig zu spüren, der in der Neigung der von der Lebensnot entlasteten Antriebe zum „Luxurieren“ eine Gefahr sieht und auf den Ausweg der Askese verweist.⁷⁴²

Grundlegender jedoch ist zu fragen, inwieweit die Begriffe "Bedürfnisoffenheit" und "geschlossenes Bedürfnissystem"⁷⁴³, die Stephan Wirz verwendet, überhaupt angemessen sind. Dass der Mensch immer weiter gehende Wünsche entwickelt, die nicht in das Ganze eines Lebensentwurfs integriert sind (und in diesem Sinn keine wirklichen Bedürfnisse sind, vgl. Kap. 3.2.2.), ist in der kirchlichen Verkündigung, angefangen bei den Kirchenvätern, Gegenstand ernster

⁷⁴¹ ebd., S. 171.

⁷⁴² vgl. Arnold Gehlen, Anthropologische Forschung, S. 64f.: „So ist vielleicht der Widerstand, auf den unsere Arbeit trifft, der Schweiß des Angesichts, wirklich eine entscheidende Kategorie des Menschen, wie die Bibel meint – nämlich die von der Außenwelt übernommene Hemmungsleistung gegenüber der Bereitschaft des Trieblebens zu luxurieren. Liegt es so, dann ist die zunehmende Entlastung von der Arbeit, weil der Druck der Not nachläßt, allerdings gefährlich: vielleicht wieder ein Schritt vorwärts auf dem Wege der Enthemmung einer fürchterlichen Natürlichkeit“ (ebd. S. 66).

⁷⁴³ Stephan Wirz, Vom Mangel zum Überfluß, a.a.O., S. 159f.

Ermahnungen, werden Unersättlichkeit und Gier als Gefahr für das menschliche Heil (und wenn schon als Kennzeichen menschlicher Existenz, dann als Merkmal seines Sünderseins) angesehen. Auf diesem Hintergrund erscheint der Begriff der Bedürfnisoffenheit als Grundlage einer christlichen Bedürfnisethik als problematisch.

Arnold Gehlens Analysen besagen im Kern, dass der Mensch als instinktreduziertes Wesen auf ein Antriebssystem angewiesen ist, das eine vorausschauende Lebensweise ermöglicht, d.h. auch Interesse und Antriebskraft für Tätigkeiten aufbringen muss, die nicht dem unmittelbaren Nutzen dienen und außerdem in der Lage sein muss, seine Neigungen und Interessen ständig den veränderten Umständen anzupassen: Der Mensch ist das Wesen, das *handelt*.

Die Schlussfolgerung, die Stephan Wirz daraus zieht, lautet: Die „Bedürfnisoffenheit“ des Menschen ist zu „wahren“⁷⁴⁴, der Mensch darf nicht auf ein „geschlossenes Bedürfnissystem“ reduziert werden, indem man ihm von außen, beispielsweise durch zentrale Lenkung der Produktion, vorschreibt, welche seiner Bedürfnisse befriedigt werden dürfen und welche nicht.

Mit der anthropologischen Begründung der Bedürfnisoffenheit lehnt Wirz die Unterscheidung wahrer und falscher Bedürfnisse mit objektivem Anspruch ab (vgl. dazu im Einzelnen Kap. 3.2.2.). Dass eine äußere Instanz nicht für den Einzelnen entscheiden sollte, was er wirklich braucht und was nicht, bedeutet allerdings nicht, dass es diese Unterscheidung nicht tatsächlich gibt. Es ist eine alltägliche Erfahrung in der Wohlstandsgesellschaft, dass das, was man scheinbar dringend brauchte, im Nachhinein als überflüssig erlebt wird. Dies bedeutet nicht, dass es mit der menschlichen Freiheit und Befähigung zu sittlicher Autonomie vereinbar wäre, diese Entscheidungen grundsätzlich den Einzelnen vorzuenthalten und einer übergeordneten, äußeren Instanz zu übertragen. Wohl aber ist es möglich, durch demokratische Entscheidungen, also grundsätzlich freie Vereinbarungen, zu gemeinsamen Entscheidungen zu kommen, welche Befriedigung von Bedürfnissen ethisch gerechtfertigt erscheint. Dieses gemeinschaftliche Element fehlt bei Wirz, bei dem die Bedürf-

⁷⁴⁴ ebd., S. 173: „Ein tragfähiger, d.h. die anthropologischen Bedingungen respektierender bedürfnisethischer Ansatz“... hat sich darauf zu beschränken, „‘den Unbedingtheitsanspruch menschlichen Personseins‘ einzufordern und den Menschen dafür allgemein einsichtige, d.h. für jedermann versteh-, überprüf- und nachvollziehbare Kriterien zur Hand zu geben, die beides erfüllen: die sowohl die Bedürfnisoffenheit und die sittliche Befähigung des Menschen wahren wie die Bedürfnisgestaltung und -befriedigung an ein letztes Unbedingtes, eben den Menschen als Person, ausrichten.“

nisbefriedigung als individualistische Angelegenheit erscheint. Diese Sichtweise vernachlässigt, dass Bedürfnisse und Konsum wesentlich gesellschaftlich geprägt sind und darum auch ein Diskurs über ihre ethische Legitimität sinnvoll ist. Stellt man in Rechnung, wie stark der soziale Einfluss auf die Bedürfnisbildung ist, wäre es eine Überforderung des sittlichen Vermögens des Einzelnen, von ihm zu verlangen, seinen Konsum unabhängig von den sozialen Gegebenheiten auszurichten. Die von Stephan Wirz abgelehnte „Indoktrination“ über wahre und falsche Bedürfnisse an den Schulen⁷⁴⁵ darf nicht dazu führen, die Bildung von Bedürfnissen und die Reflexion von Bedürfnissen (die die Frage, in welcher Hinsicht es sich um wirkliche (wahre) Bedürfnisse handelt, einschließt) von den pädagogischen Aufgaben auszuschließen. Vielmehr liegt hier eine wichtige Aufgabe der Ethik, die vor allem an den Schulen, wo Marken- und Prestigebewusstsein in besonderer Beziehung zum Selbstbewusstsein und zur Identitätsfindung von Kindern und Jugendlichen stehen (bzw. ihnen im Wege stehen), von Bedeutung ist. In der möglichen „Aufoktroierung“ wahrer und falscher Bedürfnisse⁷⁴⁶ scheint Stephan Wirz dagegen eine größere Gefahr zu sehen als in einer Fremdbestimmung durch den Konsumdruck.

Begriffe der christlichen Tradition, die ethisch erlaubte von unerlaubter Bedürfnisbefriedigung unterscheiden (Luxus, Verschwendung), spielen hier keine Rolle. Wären nicht nach diesem Konzept Prunk und Protz ebenso legitim unter die vielfältigen Formen der Bedürfnisbefriedigung zu rechnen wie eine maßvolle Lebensführung, die nicht durch eine zur Schau gestellte Verschwendung Ärmere provoziert und demütigt? Das Kriterium der Sozialverträglichkeit erscheint in diesem Zusammenhang als zu schwach. Der konsumethische Ansatz von Stephan Wirz bedarf neben der Präzisierung des Bedürfnisbegriffs einer Ergänzung auf der Ebene der Tugendethik.

Einseitigkeiten in der zugrunde gelegten Gehlenschen Anthropologie, die den Menschen von der Handlung her versteht⁷⁴⁷, sind nicht zu verkennen. Eine Verkürzung des Menschseins in Richtung auf das aktive Tun liegt bei Gehlen nahe, oder zumindest ein ebensolches Missverständnis. Dies kommt auch bei Stephan Wirz zum Ausdruck. Vernachlässigt wird, dass menschliche Tätigkeit, Dynamik und Antriebskraft ihre Ergänzung in der Suche nach der Sinnmitte in Reflexion und Kontemplation finden.

⁷⁴⁵ vgl. ebd., S. 183.

⁷⁴⁶ vgl. ebd., S. 185.

⁷⁴⁷ vgl. Wolfhart Pannenberg, *Theologie in anthropologischer Perspektive*, Göttingen 1983, S. 39.

Zusammengefasst ergeben der Begriff der Bedürfnisoffenheit mit seiner normativen Konnotation, die fehlende Präzisierung des Bedürfnisbegriffs selbst, die Ablehnung der Kategorie der „Einfachheit“ des Lebens⁷⁴⁸ und die Betonung der natürlichen Dynamik des menschlichen Antriebslebens, sowie die einseitige Akzentuierung des Handlungsaspektes als menschliches Charakteristikum, d.h. die fehlende Berücksichtigung des Kontemplativen und Reflexiven, ein Bild, das mit der als unmöglich erkannten objektiven Unterscheidung wahrer und falscher Bedürfnisse die ethisch problematischen Seiten des Fortschritts und des Wohlstands vernachlässigt.

3.1.3. Karl-Georg Michel

Der Ansatzpunkt von Karl-Georg Michel ist die dem Menschen vorgegebene Bedürfnis-Hierarchie und der ethische Anspruch einer Bedürfnis-Befriedigung entsprechend dieser Hierarchie. Dies allerdings ist ein abstraktes Modell, das zwar als *Handlungstheorie* sinnvoll sein mag, aber für die praktische Ethik kaum eine Hilfe sein kann. Aus diesem Grund greift Karl-Georg Michel zur Konkretisierung auf die von Wirz angeführten Kriterien der humanen Angemessenheit, Sozial- und Umweltverträglichkeit zurück.

Für Karl-Georg Michel sind Kriterien verfehlten Konsums, wenn dieser sich nicht an der Hierarchie der Bedürfnisse orientiert, wenn er nur Ersatz für wirkliche Lebensinhalte ist („kompensatorischer Konsum“), wenn er keine nachhaltige Bedürfnisbefriedigung gewährleistet bzw. keine „wertechte Bedarfsgestaltung“. Auch die Gegenüberstellung des Begriffspaares Haben oder Sein nach Fromm und die Unterscheidung zwischen Lebensstandard und Lebensqualität verwendet er, wobei Lebensqualität gemessen wird an der Zufriedenheit, die aufgrund der Befriedigung von Bedürfnissen empfunden wird.

Darüber hinaus berücksichtigt Karl-Georg Michel die wirtschaftlichen Aspekte der realen Konsumsituation in Deutschland wie auch die existenziellen Aspekte dessen, was Johannes Paul II. mit „Konsumismus“ bezeichnet. Zudem wird auf das Beziehungsgefüge von Wohlstand – Glück – Individualismus und gesellschaftliche Konsequenzen⁷⁴⁹ eingegangen. Hier werden viele Aspekte angesprochen, die für eine Konsumethik relevant sind. Zu den zentralen Aufga-

⁷⁴⁸ vgl. Stephan Wirz, Vom Mangel zum Überfluß, a.a.O., S. 175.

⁷⁴⁹ vgl. Karl-Georg Michel, Konsumethik in der Wohlstandsgesellschaft, a.a.O., S. 101ff.

benfeldern einer Konsumethik zählt er insbesondere das Prinzip der Nachhaltigkeit.⁷⁵⁰

Dass allerdings die Bedürfnisbefriedigung und die Hierarchie der Bedürfnisse im Konsumalltag kein hilfreiches Konstrukt (vgl. Kap. 3.2.2.) und Konsumismus etwas anderes als die rein quantitative Befriedigung der Bedürfnisse ist (vgl. Teil 1), was wiederum Folgen für eine Konsumethik haben müsste, wird auch in dieser Arbeit nicht berücksichtigt.

Eine kritische Anfrage an Karl-Georg Michel bezieht sich auf die Definition von Luxus. Seine Warnung, Luxuskonsum vorschnell zu verurteilen,⁷⁵¹ und die Beurteilung, der Mangel an Luxus wirke abstumpfend, lässt sich mit der Empfehlung einer Erziehung zu einfacher Lebensführung⁷⁵² nur in Einklang bringen, wenn Luxusgüter als solche Güter definiert werden, die über das *Lebensnotwendige* hinausgehen. Dies entspricht allerdings kaum dem allgemeinen Verständnis von Luxus, das ein Maß an (finanziellem) Aufwand impliziert, das in Bezug auf die eigene Lebensführung, die Zukunft der Kinder, das Wohl der Mitmenschen ... eigentlich nicht zu verantworten ist. Nur mit dieser Umdeutung des Begriffs kann dann die Schlussfolgerung gezogen werden, dass dem Konsum von Luxusgütern eine „hohe Bedeutung“ für die Stabilität der Gesellschaft zukomme.⁷⁵³ Wie lässt sich dies wiederum vereinbaren mit der von Karl-Georg Michel zitierten Beurteilung Emil Kings, dass verwöhnten Konsumenten der Wille zur Eigenleistung im gesellschaftlichen Bereich fehle?⁷⁵⁴

3.2. Grundlagen einer theologischen Konsumethik

Die Studien von Karl-Georg Michel und Stephan Wirz haben Modell-Charakter. Sie setzen den rational handelnden Menschen voraus und abstrahieren stärker als lehramtliche Texte von sozialem Druck. Dieser wird nicht als eigenes Problemfeld zum Thema. Der Einfluss der Umgebung, das *Ethos*, spielt jedoch deswegen bei der ethischen Behandlung des Konsums eine größere Rolle als in manchen anderen Bereichen der speziellen Ethik, weil es sich prinzipiell um Erlaubtes handelt. Bei anderen Themen gibt es konkrete Verbots Grenzen (Du

⁷⁵⁰ vgl. ebd., S. 129ff.

⁷⁵¹ vgl. ebd., S. 97.

⁷⁵² vgl. ebd., S. 230.

⁷⁵³ vgl. ebd., S. 98.

⁷⁵⁴ zitiert nach Karl-Georg Michel, Konsumethik in der Wohlstandsgesellschaft, S. 102.

sollst nicht morden, kein falsches Zeugnis ablegen ...). Dagegen ist die Frage nach dem rechten Konsum, schon wenn es um das „Wie viel“ geht, abhängig von einer Reihe anderer Faktoren.

Im Unterschied zur modellhaften Darstellung „richtigen“ Konsumierens bei Stephan Wirz und Karl-Georg Michel mit dem Konzept der Bedürfnisbefriedigung, soll im Folgenden von realen Schwierigkeiten im Umgang mit materiellen Gütern ausgegangen und jeweils angemessene ethische Kriterien bzw. sittliche Haltungen entwickelt werden. Das Modell des homo oeconomicus vernachlässigt die symbolische, darstellende, ästhetische Komponente des Konsums. Die Beziehung des „um zu“, die der Bedürfnisbegriff impliziert (vgl. Kap. 3.2.2.) reicht nicht, und zwar, weil nicht allein die *Notwendigkeit* mit Blick auf ein angestrebtes Ziel das Konsumieren rechtfertigt. Deswegen greift Stephan Wirz auf drei allgemeine Kriterien der Sozialethik zurück. Entsprechend dem Homo-oeconomicus-Modell haben auch die Bedürfnis-Hierarchien handlungstheoretischen Modellcharakter, dagegen wenig praktisch-ethische Relevanz.

3.2.1. Schöpfungstheologische und anthropologische Grundlagen

Für eine christliche Sozialethik des Konsums ist zum einen relevant, welche Bedeutung der Materie im Allgemeinen im christlichen Weltverständnis zukommt, sowie, welche Bedeutung sie als Produkt menschlicher Schaffenskraft hat. Darüber hinaus ist mit Blick auf die Frage der Unterscheidbarkeit wahrer und falscher Bedürfnisse (vgl. Kapitel 3.2.2.) die Beschaffenheit des menschlichen Antriebssystems zu berücksichtigen.

3.2.1.1. *Die materielle Welt*

Das christliche Verhältnis zur Welt wird deutlicher, wenn man es mit anderen Weltanschauungen kontrastiert:

Im Buddhismus besteht die höchste Entfaltungsstufe in der Aufhebung des (individuellen) Daseins, das als Leiden bestimmt wird⁷⁵⁵, die Befreiung aus dem unheilvollen Kreislauf von sinnlicher Begierde (Gier), Lebenswillen und Werden von neuem physischem Sein, das Alter und Tod nach sich zieht⁷⁵⁶. Zugrunde

⁷⁵⁵ vgl. Hans-Joachim Klimkeit, Artikel „Buddha“, in: LThK, Bd. 2, Freiburg-Basel-Rom-Wien 1994, Sp. 756f.

⁷⁵⁶ vgl. ebd., Sp. 757: Die Befreiung vom Kreislauf des Lebens und Leidens geschieht durch Erkenntnis und innere Einsicht der „vier edlen Wahrheiten“: 1. Weltliches Dasein ist Leiden. 2. Das Leiden entsteht durch Gier. 3. Die Vernichtung des Leidens wird durch die Vernichtung der Gier erlangt. 4. Der Weg, der zur Vernichtung der Gier und damit des Leidens führt, ist der edle

liegt dem buddhistischen Welt- und Menschenbild die Annahme, dass es keine ewigen, unvergänglichen Substanzen, weder im geistigen noch im materiellen Sinn, gibt. In einer solchen Weltsicht sind radikale Weltverachtung und Entsaugung die angemessenen und ethisch höchststehenden Verhaltensweisen.

Demgegenüber kennzeichnen *Ehrfurcht* und *Gelassenheit* den christlichen Umgang mit den materiellen Gütern. Der christliche Glaube, dass die Welt gut ist, lässt sich mit einer grundsätzlichen Weltverachtung nicht vereinbaren. Auch eine radikale Askese ist nur mit den biblischen Grundlagen in Einklang zu bringen, wenn sie nicht zu einem hochmütigen Wegwerfen der materiellen Wirklichkeiten, sondern zu einem ehrfurchtsvollen und freien Umgang mit ihnen führt.

Genauer lässt sich das christliche Verhältnis zur Welt mit den folgenden grundsätzlichen Hinweisen charakterisieren:

1. Die biblischen Texte, allen voran die Schöpfungserzählungen, sind getragen von der Überzeugung, dass die Welt von einem guten Gott gewollt und daher gut ist. Sie ist von Gott *geschaffen*, also selbst nicht göttlich. Aus diesem Grund lehnt die Bibel eine unangemessene Verehrung der Materie als *Vergötzung* scharf ab. Die Welt ist im israelitischen Kulturkreis, im Unterschied zu den umgebenden Völkern und Religionen (z.B. Baalskult), entmystifiziert, die Materie des sie in anderen Religionen oder Weltanschauungen umgebenden Numinosen beraubt.⁷⁵⁷ Dies macht den menschlichen Umgang mit ihr frei.

2. Als Schöpfung, als Werk Gottes, ist die Erde mit ihren Gütern dennoch nicht der menschlichen Willkür überlassen. Ihr göttlicher Ursprung impliziert vielmehr eine ehrfürchtige Grundhaltung gegenüber den Gütern der Schöpfung und Dankbarkeit gegenüber Gott als ihrem Geber.⁷⁵⁸ „Als Schöpfung sind die Dinge und Lebewesen transparent für ihren Ursprung,

achtfache Pfad, der zur Aneignung und Umsetzung der oben genannten Prinzipien im Leben führt.

⁷⁵⁷ vgl. dazu den Vorwurf von Carl Amery, das Christentum habe zum Raubbau an der Natur geführt: ders., *Die ökologische Chance. Das Ende der Vorsehung – Natur als Politik*, München 1991 und dazu Simone Rappel, „Macht euch die Erde untertan.“ *Die ökologische Krise als Folge des Christentums? = Abhandlungen zur Sozialethik*, hrsg. von Anton Rauscher und Lothar Roos, Bd. 39, Paderborn-München-Wien-Zürich 1996.

⁷⁵⁸ vgl. Bernhard Häring, *Das Gesetz Christi*, Freiburg/Brsg. 1957, S. 1155: Die grundlegende Haltung den Dingen gegenüber muss die Dankbarkeit gegen den Geber aller Gaben sein. Mit dem Fehlen der Dankbarkeit hängen alle Gefahren der irdischen Güter zusammen. „Wer ihren Wesenszug als Gaben der göttlichen Liebe vergisst, der kann sich an ihnen nicht mehr in rechter Weise freuen. Er sieht nur mehr ihren Nutzwert und verfällt allzu leicht reiner Nutzabsicht. Der nackte Nützlichkeitsstandpunkt entzweit die Menschen.“ (Ebd.) Die Güter gewinnen etwas Abgöttisches, wenn die Dankbarkeit und Rückführung auf ihren Geber fehlt. Geiz ist nach Häring darum etwas Götzendienerisches. Die Güter der Welt sind für den Geizigen das letzte Ziel. Die Warnung vor der Anhänglichkeit an irdische Dinge bedeutet andererseits nicht ihre Abwertung.

ihren Sinn und ihre Vollendung in Gott, dessen Allmacht sie ihr Dasein verdanken.⁷⁵⁹ Eine Sicht der Welt als Gottes Schöpfung nimmt sie als „Raum des geschenkten Lebens“⁷⁶⁰ wahr.

3. Diese schöpfungstheologischen Grundaussagen sind zugleich die Eckpunkte, die das menschliche Verhalten gegenüber der Schöpfung und ihren Gütern bestimmen: auf der einen Seite die Berechtigung, die Schöpfung zum eigenen Gebrauch zu nutzen, zum anderen das Verbot eines willkürlichen Umgangs mit ihr und die Anerkennung ihres Eigenwerts als Werk Gottes. Die Welt erschöpft sich nicht in der Funktion des Nutzens für den Menschen⁷⁶¹, sondern es gibt Grenzen des Gebrauchs, die in der Natur selbst liegen (nicht nur in einem Schaden, der für den Menschen aus ihrem Gebrauch entstehen könnte.) Gebrauchen und Nutzen der Schöpfung und mehr noch der Eigenwert der Schöpfung schließen ihre Pflege ein, ihre Ausbeutung und Zerstörung aus. Als Gottes Ebenbild wird der Mensch in Beziehung zur nicht-menschlichen Schöpfung zum Stellvertreter und Statthalter des Schöpfers.⁷⁶² Mit dem so genannten „Herrschaftsauftrag“ (*dominium terrae*) wird ihm die Aufgabe der Weltgestaltung überantwortet. Bei diesem vielfach missverstandenen Auftrag⁷⁶³ ist das altorientalische Verständnis der Königsherrschaft, das dem biblischen Text zugrunde liegt, im Sinne des Hirtendienstes zu verstehen, nicht im Sinne ausbeuterischer Herrschaft.⁷⁶⁴ Nach Gottes Vorbild soll der Mensch fürsorglich – wie ein guter Hirte – die Welt leiten.⁷⁶⁵ Der Mensch ist ermächtigt – und dies ist zugleich sittliche Aufgabe – die Welt gestaltend zu verändern und zu seinem Gebrauch heranzuziehen.

„Das persönliche und gemeinsame menschliche Schaffen, das Bemühen des Menschen, seine Lebensbedingungen stets zu verbessern, entspricht der Absicht Gottes. Die Schöpfungstat Gottes (vgl. Gen, 1,1 – 2,4) ist darauf angelegt, daß die Erde das ‚Lebenshaus aller Lebendigen‘ bleibt und im Sinne dieses von Gott vorgegebenen Zieles weiterentwickelt wird.“⁷⁶⁶

⁷⁵⁹ Kommission der Deutschen Bischofskonferenz für gesellschaftliche und soziale Fragen, Handeln für die Zukunft der Schöpfung, hrsg. vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn 1998, S. 34.

⁷⁶⁰ ebd., S. 35.

⁷⁶¹ vgl. Gemeinsame Erklärung der Deutschen Bischofskonferenz und des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland, Verantwortung wahrnehmen für die Schöpfung, hrsg. vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz und dem Kirchenamt der Evangelischen Kirche in Deutschland, Köln 1985, S. 40; vgl. auch Katholischer Erwachsenenkatechismus, Bd. 2, Leben aus dem Glauben, hrsg. von der Deutschen Bischofskonferenz, Freiburg-Basel-Wien 1995, S. 332.

⁷⁶² vgl. Kommission der Deutschen Bischofskonferenz für gesellschaftliche und soziale Fragen, Handeln für die Zukunft der Schöpfung, a.a.O., S. 36.

⁷⁶³ vgl. Gen. 1.26; 28: „Dann sprach Gott: Laßt uns Menschen machen als unser Abbild, uns ähnlich ... bevölkert die Erde, unterwerft sie euch, und herrscht über die Fische des Meeres, die Vögel des Himmels und über alle Tiere, die sich auf dem Land regen.“

⁷⁶⁴ vgl. Kommission der Deutschen Bischofskonferenz für gesellschaftliche und soziale Fragen, Handeln für die Zukunft der Schöpfung, a.a.O., S. 36.

⁷⁶⁵ vgl. ebd., S. 38.

⁷⁶⁶ Deutsche Bischofskonferenz (Hrsg.), Katholischer Erwachsenenkatechismus, Bd. 2, Leben aus dem Glauben, a.a.O., S. 403; vgl. Gen. 2,15: „Gott, der Herr, nahm also den Menschen und setzte ihn in den Garten von Eden, damit er ihn bebaue und hüte.“ Nicht nur die Anfangserzählungen der Genesis, auch die Weisheitsliteratur unterstreicht diesen Aspekt: „Den Menschen hast du durch deine Weisheit erschaffen, damit er über deine Geschöpfe herrscht. Er soll die

4. Mit seinen Mitmenschen verbindet den Menschen die Gemeinsamkeit, nach dem Bild Gottes geschaffen zu sein. Diese Gemeinsamkeit verbietet gleichzeitig, dass der Mensch die übrige Welt nur als Mittel zum Erreichen seiner individuellen Ziele und Zwecke behandelt.⁷⁶⁷ Die Güter der Schöpfung sind für das gemeinsame Wohl aller, einschließlich der künftigen Generationen, geschaffen. Deshalb haben alle Menschen an den Gütern der Erde ein ursprüngliches Nutzungsrecht.⁷⁶⁸ Jedem Menschen steht daher ein Maß der Nutzung der Erdengüter zu, das ihm ein Leben in Würde ermöglicht.⁷⁶⁹

5. Persönliches Eigentum erkennt die Katholische Soziallehre als persönliches Freiheitsrecht an, als Verlängerung der menschlichen Freiheit, das zur Übernahme von Aufgaben und Verantwortung anregt.⁷⁷⁰ Jedoch darf es nicht individualistisch missverstanden werden.⁷⁷¹ Das persönliche Eigentum bleibt an die gemeinsame Bestimmung der Erdengüter zurückgebunden.

6. Aus diesem Grund dürfen Güter nicht ohne Rücksicht auf die Bedürfnisse der Mitmenschen gebraucht werden (Sozialbindung des Eigentums) und besteht die sittliche Pflicht, vom eigenen Überfluss abzugeben, um anderen in Not zu helfen.⁷⁷² Die irdischen Güter sind als Mittel der Liebe zu betrachten, ansonsten werden sie zum „ungerechten Mammon“.⁷⁷³

7. Obwohl die Welt gute Schöpfung Gottes ist, ist sie nicht vollendet. Nach dem Sündenfall ist sie zudem von Inkontingenzen und Brüchen geprägt. Sie schließt die Erfahrung der Endlichkeit und Sterblichkeit ein. Eine vollkommene Identifikation mit der Welt ist also nicht möglich. Die Vollendung geschieht wiederum durch Gottes Handeln. Der Mensch ist zwar durch den Gestaltungsauftrag hineingenommen in Gottes schöpferisches Handeln, doch indem von Gott die Vollendung der Welt erwartet wird, weist die Bibel zugleich übertriebene Vorstellungen menschlicher Leistungsfähigkeit ab.⁷⁷⁴

3.2.1.2 *Beschaffenheit der menschlichen Antriebe*

Die menschliche Freiheit ist die zentrale Voraussetzung jeder Ethik, insofern sie die Handlung im eigentlichen Sinn erst möglich macht. Im Zusammenhang der Frage nach Bedürfnissen und ihrer Manipulierbarkeit bzw. dem angemessenen Verbrauch ist darüber hinaus die nähere Beschaffenheit der menschlichen

Welt in Heiligkeit und Gerechtigkeit leiten und Gericht halten in rechter Gesinnung“ (Weish. 9,2f.). Vgl. Kommission der Deutschen Bischofskonferenz für gesellschaftliche und soziale Fragen, Handeln für die Zukunft der Schöpfung, a.a.O., S. 38.

⁷⁶⁷ vgl. ebd., S. 44.

⁷⁶⁸ vgl. Deutsche Bischofskonferenz (Hrsg.), Katholischer Erwachsenen-Katechismus, a.a.O., S. 416.

⁷⁶⁹ vgl. ebd.

⁷⁷⁰ vgl. ebd.

⁷⁷¹ Der Erwachsenen-Katechismus der Deutschen Bischofskonferenz zieht daher dem Begriff des „Privateigentums“ den des „persönlichen Eigentums“ vor.

⁷⁷² vgl. ebd., S. 418.

⁷⁷³ Bernhard Häring, Das Gesetz Christi, a.a.O., S. 1160.

⁷⁷⁴ vgl. Kommission der Deutschen Bischofskonferenz für gesellschaftliche und soziale Fragen, Handeln für die Zukunft der Schöpfung, a.a.O., S. 40.

Antriebskraft von Bedeutung, die im Folgenden im Anschluss an Arnold Gehlen erläutert wird. Dabei liegt das Augenmerk auf der Frage der Unterscheidbarkeit von natürlichen Antrieben und möglicherweise sekundären Bedürfnissen. Die Handlungstheorie Gehlens wird also nicht in allen Einzelheiten, sondern speziell unter diesem Aspekt dargestellt.

Die moderne philosophische Anthropologie beschäftigt sich mit der Eigenart des Menschen und seiner Stellung innerhalb der Natur, indem sie, ausgehend von der biologischen Verhaltensforschung, nach den Besonderheiten des Menschen im Vergleich insbesondere zu den höheren Tieren fragt. Von den philosophischen Ansätzen Max Schelers, Helmuth Plessners und Arnold Gehlens hat sich der letztere wohl durchgesetzt.⁷⁷⁵ Die Ansätze stimmen in wesentlichen Teilen überein, doch lehnt Arnold Gehlen ein Stufenschema von Körper und hinzukommendem Geist ab, der nach Max Scheler aus den biologischen Grundlagen des Daseins nicht ableitbar ist (wiewohl auch Max Scheler nach einem leiblichen Korrelat der Geistigkeit des Menschen sucht und es in seiner „Weltoffenheit“ findet.⁷⁷⁶)

Arnold Gehlen geht im Anschluss an anatomische Beobachtungen davon aus, dass der Mensch biologisch ein „Mängelwesen“⁷⁷⁷ ist und schließt daran die Frage an, wie es möglich ist, dass er dennoch überleben kann. Aufgrund welcher Eigenschaften ist ein Wesen, das im Vergleich zu anderen höheren Säugern ein Jahr zu früh geboren wird, als „physiologische Frühgeburt“ also und mit „permanent gewordenen fötalen Zuständen“⁷⁷⁸ seiner Organe, dennoch in der Lage, zu überleben? Die Antwort lautet: Es „muß erkennen, um tätig zu sein, und muß tätig sein, um morgen leben zu können.“⁷⁷⁹ Das vorausschauende Handeln wird somit zum zentralen Charakteristikum des Menschen bei Gehlen. Wie muss nun das Bedürfnis- und Antriebsleben eines in dieser Weise handelnden Wesens beschaffen sein?

⁷⁷⁵ vgl. Wolfhart Pannenberg, *Theologie in anthropologischer Perspektive*, a.a.O., S. 38.

⁷⁷⁶ Arnold Gehlen folgte in seinem Bestreben, die Sonderstellung des Menschen in der Eigentümlichkeit seines leiblichen Verhaltens zu entdecken, durchaus den Intentionen Max Schelers (vgl. Wolfhart Pannenberg, *Theologie in anthropologischer Perspektive*, a.a.O., S. 35f.).

⁷⁷⁷ Die Bezeichnung des Menschen als Mängelwesen hat Kritik hervorgerufen, insofern natürlich auf der anderen Seite physiologische Vorteile stehen, wie die Steigerung der Masse der Hirnrinde und ihrer Bahnen (vgl. A. Portmann, zitiert nach Wolfhart Pannenberg, a.a.O., S. 38).

⁷⁷⁸ Ludwig Bolk, zitiert nach Wolfhart Pannenberg, *Theologie in anthropologischer Perspektive*, a.a.O., S. 36.

⁷⁷⁹ Arnold Gehlen, *Der Mensch. Seine Natur und seine Stellung in der Welt*, Wiesbaden¹³ 1986, S. 51.

Diese Frage führt zu den im Einzelnen noch zu schildernden Schlussfolgerungen über die menschliche Antriebsstruktur.

Im Unterschied zum Tier ist der Mensch nicht auf Instinktreaktionen festgelegt. Seine Instinkte sind größtenteils zurückgebildet und außerdem miteinander verschmolzen. „Unsere Wahrnehmungen lösen keine präzisen Instinktreaktionen aus. Eben deshalb können die Wahrnehmungen ihr eigenes Leben entfalten, den Sachen selber zugewandt sein ohne Einengung auf Triebinteressen, die unser Verhalten leiten.“⁷⁸⁰ („Entdifferenzierung“ der Antriebe). Im Unterschied zur Umweltgebundenheit der Tiere ist der Mensch „weltoffen“.⁷⁸¹

So wird er fähig, sich gegenüber seinen Antrieben zu verhalten und sie zu bewerten. Diese Fähigkeit, von Max Scheler als Triebhemmung, von Arnold Gehlen als „hiatus“ bezeichnet, hat ihre Voraussetzung darin, dass menschliche Antriebe, anders als die Instinkte des Tieres, nicht fixiert sind auf einen bestimmten Auslöser.⁷⁸² Dies eröffnet die Möglichkeit, Antriebe wirken zu lassen, sie zu hemmen oder aufzuschieben.

Dem fehlenden instinktiven Festgelegtsein entspricht auf der anderen Seite beim Menschen eine Reizüberflutung (Antriebsüberschuss) – alles ist potentiell von Bedeutung, es wird nicht von vorneherein, wie beim Tier, von den Sinnesorganen gefiltert nach solchen Eindrücken, die für sein Leben wichtig sind, im positiven oder negativen Sinn. Der Mensch vermag schlechthin alles zu begehren, und zwar, weil er in der Lage ist, Gegenstände mit Bildern und Vorstellungen zu besetzen. Eine zentrale Rolle kommt dabei der Sprache zu (Arnold Gehlen spricht von der „Sprachmäßigkeit“⁷⁸³ des menschlichen Antriebslebens). Mit ihren Symbolen bildet die Sprache die Basis alles Vorstellens und so die Voraussetzung dafür, dass der Mensch nicht wie das Tier von seiner Triebwelt auf die „Jetztbewältigung“ beschränkt ist.

⁷⁸⁰ vgl. Wolfhart Pannenberg, *Theologie in anthropologischer Perspektive*, a.a.O., S. 37.

⁷⁸¹ Die „Weltoffenheit“ als zentraler Begriff Max Schelers, mit dem für ihn die Geistigkeit des Menschen bereits in seiner leiblichen Existenz zum Ausdruck kommt, wird von Arnold Gehlen übernommen.

⁷⁸² Bei Arnold Gehlen wird die Triebhemmung, erweitert verstanden als Entwicklungshemmung des „Mängelwesens Mensch“, zum zentralen Strukturmerkmal der menschlichen Lebensform. Auf diese Weise braucht Gehlen den Geistbegriff nicht als ein zur biologischen Konstitution *hinzukommendes* Wirken zu konzipieren (vgl. Wolfhart Pannenberg, *Theologie in anthropologischer Perspektive*, a.a.O., S. 36).

⁷⁸³ Arnold Gehlen, *Urmensch und Spätkultur*, a.a.O., S. 85. Diese Beschaffenheit, so Arnold Gehlen, fehlt in den Denkmodellen der Psychoanalyse, die die Triebe unter dem Bild des ‚Dampfdrucks‘ diskutiert, ‚der aus dem überheizten Kessel pfeift, oder im ‚Überich‘ die soziale Komponente dem triebhaften ‚Es‘ ausdrücklich entgegensetzt.“

Die Sprachsymbole ermöglichen,

„sich unbeschränkt *über* die tatsächlichen Situation *hinweg* auf Sachverhalte und Wirklichkeiten zu richten, welche *nicht* gegeben sind. Der Mensch erhält durch die Sprache, wie Schopenhauer einmal sagt, die Übersicht (!) der Vergangenheit und der Zukunft, wie auch des Abwesenden. Die biologische Notwendigkeit dieser Leistung für das Wesen Mensch ist klar. Angewiesen auf die bloße Jetzt-Situation, wie das Tier, wäre es lebensunfähig. Der Mensch muß die Fähigkeit haben, die Grenze seiner Situation vollständig zu sprengen, sich auf Zukünftiges und Abwesendes zu richten und daraufhin zu handeln, sowie von jenem her sekundär sich der Gegenwart zuzuwenden, deren Bestände einsetzend zu Mitteln für *künftige* Sachverhalte. Der Mensch wird dadurch ‚Prometheus‘, vorsehendes und tätiges Wesen zugleich.“⁷⁸⁴

Die Ausrichtung auf die Zukunft und die Enthebung von der bloßen Jetztbewältigung, die für den Menschen lebenswichtig sind, werden also möglich durch die Hemmung der unmittelbaren Triebe und die symbolische Leistung der Sprache, die Antriebe mittels Vorstellungen auf ferner liegende Ziele zu richten und so die Handlung (im Unterschied zur Triebreaktion) erst möglich zu machen. Dies bedeutet für die Beschaffenheit des menschlichen Antriebslebens, dass es über das Nächstliegende hinweg sich auf die Zukunft richtet, das heißt, die menschlichen Bedürfnisse müssen *versachlicht* und auf *Dauer* eingestellt sein.⁷⁸⁵

„Schließlich ist der Mensch fähig, an einer bestimmten, sehr mittelbaren Tätigkeit ein ebenso bestimmtes ‚Sachinteresse‘, geradezu ein Bedürfnis danach zu haben, während in seiner Seele das Bild und der Trieb nach dem Ziel dieser Tätigkeit ruhen und alle unmittelbaren Veränderungen überdauern.“⁷⁸⁶

Gleichzeitig ist die ständige Variierbarkeit, die Verschiebbarkeit der Bedürfnisse notwendig, da sich die Umstände ändern können, die etwas zu einem menschlichen Interesse bzw. Bedürfnis werden lassen.⁷⁸⁷ Voraussetzung für die Hemmbarkeit und Variierbarkeit der Bedürfnisse ist ihre Bewusstheit, ihre Besetzung mit Phantasmen der Erfüllung. Der Mensch ist genötigt, in seinem Handeln

„dem Gesetz und Antwortverhalten der Tatsachen zu folgen, sich darauf einzulassen, ihnen nachzugehen und sie auszubauen. Diese Sachlichkeit des Verhaltens innerhalb der sachzufälligen Tatsachen erfordert auf der anderen Seite die Hemmbarkeit der Bedürfnisse; es müssen diese eingeklammert oder aufgeschoben, an kurzschlüssiger Störung der Erfindung oder Orientierung gehindert werden können, gerade wenn diese Tätigkeit, ganz den Eigengesetzen des Sachumgangs hingegeben, *künftigen Bedürfnissen* dienen soll. Diese Fähigkeit, die Antriebe ‚bei sich zu behalten‘, das einsichtige Verhalten unabhängig von ihnen zu variieren, legt überhaupt ein „Inneres“ *erst bloß*, und dieser Hiatus, ist, genau gesehen, die vitale Basis des Phä-

⁷⁸⁴ Arnold Gehlen, Der Mensch, a.a.O., S. 50 (Kursivsetzung Gehlens).

⁷⁸⁵ vgl. ebd., S. 52.

⁷⁸⁶ ebd., S. 55.

⁷⁸⁷ vgl. ebd., S. 52.

nomens Seele. Dieses ‚Beisichbehalten‘ ist von unendlicher Wichtigkeit für die Existenz des Menschen ...“⁷⁸⁸

Die Verschiebbarkeit der Bedürfnisse bedeutet,

„daß auch noch die bedingtesten und umständlichsten Handlungen – z.B. die Vorbereitung zur Herstellung von Mitteln – ein Antriebsinteresse haben können, andernfalls man sie unterlassen oder unzuverlässig verrichten würde. Der Schlüssel zum Verständnis der menschlichen Antriebsstruktur ist daher die *Handlung*.“⁷⁸⁹

Aufgrund seiner organischen Mängelausstattung reichen dem Menschen seine elementaren Triebe zur Lebensfristung nicht aus. Er muss auch an sehr indirekten und bedingten Handlungen Interesse aufbringen können, da er weit in die Zukunft hinein zu handeln hat. Zudem ist er das Wesen, das der sozialen und kulturellen Welt bedarf, um zu überleben. Alleingelassen mit seinen Grundtrieben, wäre er verloren.

Weil sich die elementaren Antriebe des Menschen in ganz unterschiedlichen Situationen, unter jeweils unterschiedlichen Bedingungen in jeweils unterschiedlicher Weise konkretisieren, wozu sie aufgrund ihrer Plastizität in der Lage sind, hält Gehlen die Erstellung einer Liste von Grundtrieben oder –Bedürfnissen für aussichtslos und lehnt eine scharfe Grenzziehung zwischen elementaren Bedürfnissen und bedingten Interessen bzw. von primären und sekundären Bedürfnissen ab.⁷⁹⁰ Die Begriffe Antrieb/Bedürfnis/Interesse verwendet er gleichbedeutend.⁷⁹¹ Dabei leugnet er nicht, dass es Unterschiede gibt zwischen Bedürfnissen (erst recht primären Bedürfnissen) und Interessen höherer Ordnung. Jegliches Bedürfnis und Interesse gibt es jedoch nur unter *Kulturbedingungen*, als „orientiertes“ Bedürfnis, und nicht elementar-natürlich.⁷⁹²

Arnold Gehlen wendet sich beispielsweise gegen die Annahme, es gäbe etwas wie einen „Furchtinstinkt“, während doch die Konkretionen wie Furcht vor Strafe, vor Einsamkeit, vor Gesellschaft etc. jeweils ganz verschiedene Dinge sind:

⁷⁸⁸ ebd., S. 54 (Kursivsetzung Arnold Gehlens).

⁷⁸⁹ ebd., S. 53 (Kursivsetzung Arnold Gehlens).

⁷⁹⁰ vgl. ebd., S. 55; S. 331.

⁷⁹¹ vgl. ebd., S. 333.

⁷⁹² vgl. Arnold Gehlen, Urmensch und Spätkultur, a.a.O., S. 87.

„Daher auch die eigentümliche Sterilität solcher Theorien: angeblich die Ursachen unseres Verhaltens bloßlegend, geben sie uns doch niemals *Motive* an die Hand, und neben unser wirkliches inneres Leben tritt ein beziehungsloser gedanklicher Doppelgänger.“⁷⁹³

Demgegenüber hebt er hervor, dass menschliche Antriebe aus komplizierten äußeren und inneren Bedingungen entstehen, und dass der Weg, auf dem sie entstehen, nicht nach rückwärts gerichtet erforscht werden kann.⁷⁹⁴

Gleichzeitig ist der Mensch das Wesen, dessen Wahrnehmung nicht bereits das für seine Lebensfristung Notwendige herausfiltert, das mithin einer Überzahl von Reizen ausgesetzt ist. Diese Reize bedeuten einen Antriebsüberschuss. Der Mensch kann nicht allen Reizen, die von ihm wahrgenommen werden, nachgehen. Er muss sie ordnen, eine Orientierungsleistung erbringen, was ohne die soziale und kulturelle Welt nicht zu leisten wäre. Entscheidend ist dabei die Orientierungsleistung durch die Sprache, die mit ihren Symbolen die Welt „bedeutsam“ macht, das heißt, eine Interpretationsleistung erbringt, die für den menschlichen Umgang mit den Dingen entscheidend ist. Voraussetzung dafür ist wieder das spezifisch menschliche, durch die *Stellungnahme* geprägte Verhalten gegenüber den Dingen.

Da die elementaren Bedürfnisse nicht an feste Auslöser angepasst sind, müssen sie sich an der Erfahrung herausbilden, sie werden also als zunächst gestaltlose mittels der Erfahrung geprägt, zu besonderen Bedürfnissen.

„Wenn so die elementaren Bedürfnisse nicht an feste Auslöser angepaßt sind, sondern ihr Verhältnis zu den Erfüllungsobjekten in der beschriebenen Weise gelockert ist, so versteht sich eben daraus die Notwendigkeit, sie an der Erfahrung zu *orientieren*, sie in ihrer zunächst gestaltlosen Offenheit zu ‚prägen‘ oder *mit Bildern zu besetzen*. Die *Hemmbarkeit* des Antriebslebens, seine *Besetzbarkeit mit Bildern* und die ‚Verschiebbarkeit‘ oder *Plastizität* sind also Seiten desselben Tatbestandes, und in gewöhnlicher Rede nennen wir ‚Seele‘ zunächst die Schicht der in Bildern und Vorstellungen sich meldenden Antriebe, bewußten Bedürfnisse und orientierten Interessen.“⁷⁹⁵

Unter dem Begriff der *Plastizität* fasst Gehlen folgende Eigenschaften der Antriebe zusammen:⁷⁹⁶

- Abwesenheit gesonderter Instinkte

⁷⁹³ ders., Der Mensch, a.a.O., S. 352 (Hervorhebung bei Arnold Gehlen).

⁷⁹⁴ vgl. ebd.

⁷⁹⁵ ebd., S. 351 (Hervorhebung bei Arnold Gehlen).

⁷⁹⁶ vgl. ebd.

- Entwicklungsfähigkeit der Antriebe, d.h. ihre Fähigkeit, Verbindungen einzugehen oder abubrechen, Neuorientierungen zu finden, nachzuwachsen, neu zu entstehen
- Weltoffenheit
- Gegenstand der Stellungnahme
- Fähigkeit, gehemmt, geführt, über- oder untergeordnet zu werden
- Fähigkeit zur Höherentwicklung und Sublimierung
- Fähigkeit zur Degeneration und Ausartung

Die letztgenannte Fähigkeit führt Gehlen dazu, in einer „zu große(n) Entlastung von den einschränkenden und hemmenden Einflüssen primitiverer und gesunderer Verhältnisse“⁷⁹⁷ eine Gefahr für die menschliche Kultur zu sehen. Mit der Instinktreduktion habe der Mensch natürliche Hemmungen (z.B. die Tötung von Artgenossen) verloren.

„So ist vielleicht der Widerstand, auf den unsere Arbeit trifft, der Schweiß des Angesichts, wirklich eine entscheidende Kategorie des Menschen, wie die Bibel meint – nämlich die von der *Außenwelt übernommene Hemmungsleistung* gegenüber der Bereitschaft des Trieblebens zu luxurieren.“⁷⁹⁸

In der Reduktion der notwendigen Arbeitsleistung sieht Gehlen entsprechend eine Gefahr: Das Nachlassen der Not und ihrer Außenhemmung könnte ein Schritt „vorwärts auf dem Wege der Enthemmung einer fürchterlichen Natürlichkeit“⁷⁹⁹ werden.

Aus der Plastizität der Antriebe und ihrer Natur-Kultur-Verschränkung folgt nun gerade nicht, die elementaren Antriebe seien in ihrer „gestaltlosen Offenheit“⁸⁰⁰ zu belassen, sondern die Notwendigkeit einer Orientierungsleistung, für die Arnold Gehlen die Askese und die „Zucht der Institutionen“⁸⁰¹ empfiehlt. Eine gestaltlose Offenheit hätte demgegenüber eine Zerfaserung des Lebens zur Folge.

Die Darstellung der Eigenart des menschlichen Antriebsvermögens hat zweierlei gezeigt:

⁷⁹⁷ ebd., S. 64.

⁷⁹⁸ Arnold Gehlen, *Anthropologische Forschung*, S. 66 (Hervorhebung bei Arnold Gehlen).

⁷⁹⁹ ebd.

⁸⁰⁰ vgl. Arnold Gehlen, *Der Mensch*, a.a.O., S. 55; vgl. Stephan Wirz, *Vom Mangel zum Überfluß*, S. 159ff.

⁸⁰¹ vgl. Arnold Gehlen, *Anthropologische Forschung*, a.a.O., S. 66ff.

1. Wie bereits Stephan Wirz in seiner Erläuterung der Handlungstheorie Gehlens im Einzelnen dargestellt hat, gibt es eine Natur-Kultur-Verschran-
kung der menschlichen Bedürfnisse, die es unmöglich macht, natürliche von
darüber hinausgehenden manipulierten Bedürfnissen zu unterscheiden.

2. Darüber hinaus hat sich jedoch gezeigt, dass die menschlichen Antriebe
der Gestaltung bedürfen, um nicht zu entarten, d.h. ihrer lebensdienlichen
Funktion nicht enteignet zu werden. Diese Gestaltung und Orientierung der
Antriebe hat, wie menschliches Leben überhaupt, sozialen Charakter. Dies
ist nicht notwendigerweise die von außen die Bedürfnisse beurteilende In-
stanz, die Stephan Wirz zu Recht ablehnt. Es sind jedoch Formen der Be-
dürfnisinterpretation, die als gemeinschaftliche abzulaufen haben, insofern
das menschliche Leben ein gemeinschaftliches ist.

3.2.2. Die Rolle des Bedürfnisbegriffs in einer Ethik des Konsums

Nach der Erörterung der schöpfungstheologischen und anthropologischen
Grundlagen geht es im Folgenden um die Frage, welche Form eine Konsum-
ethik, zunächst unabhängig von den konkreten Inhalten, annehmen kann. Viel-
fach verwendet wird beispielsweise das Konzept der Bedürfnisbefriedigung in
Verbindung mit dem Modell einer „Bedürfnishierarchie“. Andere Konzepte sind
die Gegenüberstellung von Lebensqualität und Lebensstandard und die von
Haben und Sein. Im folgenden Kapitel ist zunächst die Tragweite des Bedürf-
nisbegriffs innerhalb einer Ethik des Konsums zu klären.

Die traditionelle christliche Ethik kommt ohne den Bedürfnisbegriff aus.⁸⁰² Bei
Thomas von Aquin ist mit Blick auf das menschliche Antriebspotential von na-
türlichen Neigungen oder Strebungen des Menschen (*inclinationes*) die
Rede.⁸⁰³ Zur Unterscheidung dessen, was der Mensch braucht oder aber nicht
wirklich braucht, verwendet die christliche Tradition vor allem die Begriffe
„Überfluss“, „Luxus“ und „Verschwendung“. Dabei geht sie von der Allgemein-
bestimmung der Güter aus und von einer moralischen Pflicht, vom Überfluss
abzugeben.⁸⁰⁴ Was der Mensch braucht, wird vom Gegenteil her eingegrenzt,

⁸⁰²Beispielsweise führt „Das Gesetz Christi“ von Bernhard Häring (1957) den Begriff „Bedürfnis“
nicht im Register auf. In späteren Werken des Autors wird der Begriff im Zusammenhang der
Rede von wahren und falschen Bedürfnissen und im Zusammenhang der Wirtschaftsethik
verwendet (so auch in lehramtlichen Texten).

⁸⁰³ z.B. Thomas von Aquin, *Summa theologiae* II = *Biblioteca de autores christianos* 89, Madrid
41985, I-II, Art. 91.

⁸⁰⁴ Die Begriffe „Überfluss“ und „Luxus“ werden in den Studien von Stephan Wirz und Karl-Ge-
org Michel nicht in dieser kritischen Bedeutung verwendet. Stephan Wirz, der den Bedürfnis-
begriff losgelöst von seinem kritischen Gehalt des „Benötigens“ verwendet, reduziert seine „Be-
dürfnisethik“ auf die Vereinbarkeit mit den Kriterien der humanen Angemessenheit, der Sozial-
verträglichkeit und der Umweltverträglichkeit (vgl. ders., *Vom Mangel zum Überfluß*, a.a.O., S.

aber nicht der Versuch einer Definition des Benötigten unternommen: Luxus, Verschwendung oder Überfluss ist das, was der Mensch *nicht braucht*. Versucht wird, die Grenze des ethisch Zulässigen zu bestimmen, weil ein Mehr beispielsweise gegen die Sozialpflichtigkeit des Eigentums und damit gegen die Gerechtigkeit verstoßen würde. Die Verwendung dessen, was nicht gebraucht wird, ist unter bestimmten Bedingungen ethisch verwerflich, dann nämlich, wenn es eigentlich anderen zusteht oder durch den Konsum Schaden für sich selbst oder andere entsteht. Jedoch ist nicht bereits der Gebrauch von allem, was über das Notwendige hinausgeht, bereits verwerflich. Der Mensch darf die Dinge in den Grenzen des für alle Zuträglichen genießen und das Leben angenehmer gestalten.

Mit einer solchen negativen Eingrenzung bleibt ein größerer individueller Spielraum. Schwieriger ist der Versuch, menschliche Bedürfnisse als solche („was der Mensch braucht, um glücklich zu sein“) zu definieren.⁸⁰⁵

Die Unterscheidung wahrer und falscher (bzw. natürlicher/künstlicher) Bedürfnisse findet sich in den unterschiedlichen Richtungen der Konsumkritik, von der romantisch-konservativen Konsumkritik über diejenige sozialistischer Provenienz bis hin zu den Sozialenzykliken der Päpste. Kritiker dieser Terminologie betonen, dass es „objektive“ Bedürfnisse, die sich als „wahre“ bezeichnen lassen, nicht gibt und verweisen auf die Natur-Kultur-Verschränkung der menschlichen Antriebskraft.

Bevor die Frage nach den natürlichen (wahren) oder künstlich hervorgerufenen bzw. manipulierten (falschen) Bedürfnissen sinnvoll gestellt und beantwortet werden kann, ist die Frage nach dem Bedürfnisbegriff selbst zu klären, was sich

173-198). „Sozialverträglichkeit“ ist ein Kriterium, das extrem auslegbar ist: Es lässt sich mit so unterschiedlichen Inhalten füllen wie der Aufrechterhaltung der öffentlichen Ordnung bis hin zur Forderung weitgehender Verteilungsgerechtigkeit. Aber für die Sozialverträglichkeit der Bedürfnisgestaltungsmöglichkeiten sieht Stephan Wirz den Einzelnen nur als begrenzt zuständig an (vgl. ebd., S. 184). Mit Blick auf den Einzelnen ist dann doch wieder, mit Verweis auf *Rerum novarum*, von sittlichen Grundhaltungen die Rede: Die materielle Basis der Lebenshaltung soll der Pflicht der Gerechtigkeit und der Pflicht der Liebe entsprechen. Der angeführte Artikel (Nr. 19) in *Rerum novarum* allerdings unterscheidet eben gerade zwischen dem *notwendigen* Unterhalt und dem *Überfluss*. Eine solche Unterscheidung nimmt Stephan Wirz nicht vor. Die Pflicht der Gerechtigkeit und der Liebe interpretiert er so, dass sie keine ärmliche Lebenshaltung vorschreibe und erst recht nicht „von außen“ „wahre“ und „falsche“ Bedürfnisse aufoktroiere (vgl. ders., Vom Mangel zum Überfluß, a.a.O., S. 185). Auch Karl-Georg Michel verzichtet auf die kritische Bedeutung des Luxusbegriffs (vgl. ders., Konsumethik in der Wohlstandsgesellschaft, a.a.O., S. 95ff.).

⁸⁰⁵ vgl. die gleichnamige Veröffentlichung, hrsg. von Klaus Michael Meyer-Abich und Dieter Birnbacher (München 1979), in der die Problematik des Bedürfnis-Begriffs thematisiert wird.

angesichts des Fehlens einer allgemein akzeptierten Bedürfnistheorie als problematisch erweist.⁸⁰⁶ In den Wörterbüchern der Allgemeinen Psychologie wird er kaum behandelt.⁸⁰⁷ Der Begriff wird unterschiedlich verwendet, teils mit normativer Bedeutung (ein Bedürfnis *sollte* befriedigt werden)⁸⁰⁸, teils als Äquivalent jeglichen Verlangens. Letzteres kommt der Aufhebung des Bedürfnis-Begriffs in seiner spezifischen Bedeutung gleich.⁸⁰⁹

Diese entscheidende Bedeutungsdivergenz des Bedürfnisbegriffs wird bereits deutlich an den zwei verschiedenen klassischen Bedürfnisdefinitionen der Nationalökonomie. Friedrich von Hermann bestimmte 1832 das Bedürfnis als ein „Gefühl des Mangels mit dem Streben, ihn zu beseitigen.“⁸¹⁰ Nach der Definition Carl Mengers („Vater“ der Grenznutzenschule) von 1871, sind Bedürfnisse die „Erfordernisse der Erhaltung und harmonischen Entwicklung der menschlichen Natur in ihrer Totalität.“⁸¹¹ Dies bedeutet, dass unter Bedürfnis – und dieser mehrdeutige Gebrauch findet sich bis heute in der wissenschaftlichen Literatur wie auch in der Alltagssprache – zum einen als das verstanden wird, was wir wollen und zum anderen als das, was wir brauchen.⁸¹²

Nur im zweiten Fall (Definition von Carl Menger) wird der Begriff also im spezifischen Sinn verwandt: Er impliziert im Unterschied zu verwandten Begriffen – wie Wunsch, Verlangen, Interesse – eine normative Komponente. Zum „Bedürfen“ gehört die Dimension des „nötig Habens“⁸¹³ und somit ein gewisser Anspruch auf Befriedigung.

⁸⁰⁶ vgl. Katrin Lederer, Bedürfnisse: ein Gegenstand der Bedürfnisforschung, in: Klaus Michael Meyer-Abich und Dieter Birnbacher (Hrsg.), Was braucht der Mensch, um glücklich zu sein, München 1979, S. 11-29, hier: S. 12; vgl. auch Josef Meran, Über einige Schwierigkeiten, den Begriff ‚Bedürfnis‘ als Grundbegriff der Kulturwissenschaften zu verwenden, in: Alfred Schöpf, (Hrsg.), Bedürfnis, Wunsch, Begehren. Probleme einer philosophischen Sozialanthropologie = Studien zur Anthropologie, hrsg. von Alfred Schöpf u.a., Bd. 12 (1987), S. 17-35.

⁸⁰⁷ vgl. ebd., S. 19.

⁸⁰⁸ Auf dieser Verwendung beruht das Bemühen, wahre von falschen Bedürfnissen zu unterscheiden (besser: *echte Bedürfnisse* von *Scheinbedürfnissen* zu unterscheiden).

⁸⁰⁹ Das Historische Wörterbuch der Philosophie stellt fest, dass sogar innerhalb der Psychologie mehrere sich zum Teil ausschließende Bedeutungen des Bedürfnis-Begriffs existieren (Sp. 767).

⁸¹⁰ zitiert nach Dieter Birnbacher, Was wir wollen, was wir brauchen und was wir wollen dürfen, a.a.O., S. 31.

⁸¹¹ ebd.

⁸¹² vgl. ebd.

⁸¹³ vgl. Art. „Bedürfen“, in: Friedrich Kluge, Etymologisches Lexikon der deutschen Sprache, 23., erweiterte Auflage, bearbeitet von Elmar Seebold, Berlin-New York, S.89.

Signifikant ist auch, dass „Bedürfnis“ sich von Begriffen wie Wunsch oder Verlangen auch sprachlogisch unterscheidet.⁸¹⁴ Der Bedürfnis-Begriff hat drei Bezüge: ein Subjekt, ein Objekt und ein Ziel. Das heißt, ein Bedürfnis impliziert einen Zweck: Ich benötige/brauche etwas, um mir die Arbeit zu erleichtern, um Zeit zu sparen, um physisch zu überleben, um mich zu erholen, um mich zu zerstreuen. Auf die Angabe des Zwecks wird verzichtet, wenn das Objekt (zumindest dem eigenen Urteil nach) offensichtlich, z.B. zum Überleben, oder zu einem menschenwürdigen Leben im jeweiligen kulturellen Kontext, benötigt wird. Die Begriffe „wünschen/wollen“ sind dagegen zweibezüglich, d.h. als solche nicht auf einen Zweck bezogen.⁸¹⁵

Auch die Terminologie Bedürfnis / Grundbedürfnis / elementares Bedürfnis wird in der Literatur unterschiedlich gehandhabt.

Bei den von Abraham Maslow und von anderen erarbeiteten Katalogen von „Grundbedürfnissen“⁸¹⁶ handelt es sich um Bedürfnisse auf hoher Abstraktionsstufe, d.h. eigentlich um umfassende *Bedürfniskategorien*⁸¹⁷, die sich aus dem Strukturaufbau der menschlichen Existenz ergeben und als „*anthropologische Konstanten*“⁸¹⁸ universale Geltung haben.

Tatsächlich zeigen empirische Studien, dass die als am wichtigsten bezeichneten Bedürfnisse – Gesundheit, Sicherheit des Einkommens und das Einbezogenensein in einen familiären Verband – mit den ersten von Maslow genannten Bedürfnissen übereinstimmen, was angesichts ihrer Abstraktheit wiederum nicht überrascht.⁸¹⁹

Daneben gibt es jedoch eine weitere Verwendung des Terminus „Grundbedürfnis“ im Sinne besonders dringlicher, meist physiologischer Bedürfnisse.

⁸¹⁴ vgl. Dieter Birnbacher, Was wir wollen, was wir brauchen und was wir wollen dürfen, a.a.O., S. 31ff.

⁸¹⁵ vgl. ebd., S. 31f.

⁸¹⁶ Aufgrund der Beobachtung psychisch kranker Patienten entwickelte Abraham Maslow einen Katalog von „Grundbedürfnissen“ (im Folgenden zitiert nach Katrin Lederer, Bedürfnisse: ein Gegenstand der Bedürfnisforschung?, a.a.O.), beginnend mit den grundlegenden Bedürfnissen. Nach Maslow handelt es sich bei den Grundbedürfnissen um 1. Physiologische Bedürfnisse, 2. Sicherheit, 3. Geborgenheit, Liebe, 4. Ansehen, Geltung und 5. Selbstverwirklichung. Entsprechend der hier genannten Reihenfolge entwickeln sich nach Maslow die Bedürfnisse, die grundlegenden zuerst und die nächsthöheren, wenn das jeweils niedrigere befriedigt wurde.

⁸¹⁷ vgl. Katrin Lederer, Bedürfnisse: ein Gegenstand der Bedürfnisforschung, a.a.O., S. 13f.

⁸¹⁸ ebd., S.16.

⁸¹⁹ vgl. Dieter Birnbacher, Was wir wollen, was wir brauchen und was wir wollen dürfen, a.a.O., S. 37.

Wenn man den Terminus „Grundbedürfnis“ überhaupt verwendet (für das, was eben als „Bedürfniskategorie“ bezeichnet wurde), bedeutet dies für den Bedürfnisbegriff, dass dieser als *Konkretisierung eines Grundbedürfnisses* zu verstehen ist. Bedürfnisse sind dann „zeit-, orts- und personengebundene Konkretisierungen der ‚Grundbedürfnisse‘“. ⁸²⁰ Dabei ist es möglich, eine noch weitere materielle Konkretisierung als „Bedarf“ von dem zugrunde liegenden „Bedürfnis“ zu unterscheiden. ⁸²¹ Im Unterschied zu den konstanten Bedürfniskategorien sind verschiedene Formen der Ausprägung von Bedürfnissen möglich (aufgrund der grundsätzlichen Beeinflussbarkeit der Bedürfnisse, vgl. Kap. 3.2.1.2.).

Wegen ihrer Allgemeinheit sind die Kataloge von Grundbedürfnissen jedoch weder für die Zwecke gesellschaftlicher Planung ⁸²², noch für die individuell-ethische Entscheidungsfindung geeignet. Ein Bedürfnis lässt sich unterschiedlichen Grundbedürfnissen zuordnen (z.B. kann ein Haus dem Grundbedürfnis nach Sicherheit und dem Grundbedürfnis nach Ansehen dienen) und umgekehrt kann ein Grundbedürfnis sich in unterschiedlichen Bedürfnissen konkretisieren ⁸²³ (z.B. das Grundbedürfnis nach Selbstverwirklichung im Bedürfnis nach Familiengründung oder im Bedürfnis nach sportlicher Leistung).

Was als Grundbedürfnis zu gelten hat und was als einfaches „Bedürfnis“ – für diese Unterscheidung, die anhand des Abstraktionsgrades zu treffen ist, gibt es kein eindeutiges Kriterium. Ebenso schwierig ist die Unterscheidung zwischen Bedürfnis (mit implizitem Anspruch auf Befriedigung) und Wunsch. Werden Bedürfnisse, wie eben vorgeschlagen, als zeit- orts- und personengebundene Konkretisierungen von Grundbedürfnissen (Katrin Lederer) verstanden, kann darüber, was ein Bedürfnis darstellt und was einen Wunsch, nur individuell geurteilt werden. Wenn jedoch am spezifischen Sinn des Bedürfnisbegriffs – und dies bedeutet am Unterschied zwischen Brauchen und Wollen – festgehalten werden soll, bleibt auch die Berechtigung der Unterscheidung von Bedürfnis und Wunsch. Nach welchem Kriterium jedoch kann diese Unterscheidung vorgenommen werden? Die Unterscheidung nach dem Kriterium von Natürlichkeit/Künstlichkeit ist, wie im Kapitel über die Beschaffenheit der menschlichen Antriebe (3.2.1.2.) dargestellt, nicht brauchbar. Sind also Entscheidungen über Bedürfnisse grundsätzlich wertender, und das heißt, subjektiver Natur? Joseph

⁸²⁰ vgl. Katrin Lederer, *Bedürfnisse: ein Gegenstand der Bedürfnisforschung*, a.a.O., S. 15.

⁸²¹ vgl. Klaus Michael Meyer-Abich, *Kritik und Bildung der Bedürfnisse. Aussichten auf Veränderungen der Nachfrage- und Bedarfsstruktur*, a.a.O., S. 58-64.

⁸²² vgl. Katrin Lederer, *Bedürfnisse: ein Gegenstand der Bedürfnisforschung*, a.a.O., S. 15.

⁸²³ vgl. ebd., S. 17.

Meran schlägt vor, als ein Bedürfnis nur das anzusehen, was ein notwendiges Mittel zur Erreichung eines obersten Zwecks des Menschseins darstellt, worüber allerdings nicht aufgrund objektiver Gegebenheiten, sondern nur wertend zu entscheiden ist. Dies bedeutet, dass ein normativer Gebrauch des Bedürfnisbegriffs auch eine Auseinandersetzung über die richtigen Lebenszwecke des Menschen impliziert.⁸²⁴ Eine solche anspruchsvolle Verwendung, die der Etymologie des Wortes und dem spezifischen Sinn des Begriffs wohl am nächsten kommt und die sich auch in dem Versuch widerspiegelt, zwischen wahren und falschen Bedürfnissen zu unterscheiden, entspricht allerdings kaum der gängigen Verwendung des Wortes. Was kann der Bedürfnisbegriff also trotz der allgemeinen Verwirrung über seine Bedeutung leisten, und ist er überhaupt sinnvoll in einer Ethik des Konsums einsetzbar?

Sinnvoll – in kritischer Absicht – ist die Unterscheidung elementarer psychischer und physischer Bedürfnisse von ihrer jeweiligen Konkretion, die über mehrere Stufen abnehmender Abstraktion bis hin zum konkreten Befriedigungsmittel verlaufen kann.⁸²⁵ Sinnvoll ist diese Unterscheidung, weil sie auf die Möglichkeit von *Alternativen* in der Bedürfnisbefriedigung verweist. Hier setzt die Kritik an, die die Relation zwischen Bedarf und Bedürfnis untersucht.⁸²⁶

Aus diesem Grund ist es angebracht, zwischen einem zugrunde liegenden, allgemeinen Bedürfnis (=Bedürfniskategorie) und seiner Konkretion, beispielsweise in einem Produkt, zu unterscheiden. Dieser wird „Bedarf“ oder „Bedürfnisorientierung“ genannt.⁸²⁷ So ist der Bedarf an Autos nicht gleichzusetzen mit einem Bedürfnis nach Autos.⁸²⁸ Es macht Sinn, von einem Bedürfnis zu sprechen, möglichst schnell seinen Arbeitsplatz zu erreichen. Um diesem Bedürfnis gerecht zu werden, stehen unterschiedliche Alternativen zu Verfügung. Nur unter bestimmten verkehrs- und arbeitmarktbedingten Voraussetzungen verdichtet sich dieses Bedürfnis zu einem Bedarf nach einem Auto. Ich halte es auf diesem Hintergrund nicht für weiterführend, in einem ethischen Kontext beispielsweise von einem Trieb Auto zu fahren zu sprechen oder von einem Trieb

⁸²⁴ vgl. Josef Meran, Über einige Schwierigkeiten, den Begriff "Bedürfnis" als Grundlage der Kulturwissenschaften zu verwenden, a.a.O., S. 34f.

⁸²⁵ Das konkrete Befriedigungsmittel wird in der ökonomischen Terminologie als „Bedarf“ bezeichnet. So kann sich das elementare psychische Bedürfnis nach Geborgenheit beispielsweise zum Bedarf an wohnlichen Einfamilienhäusern verdichten. Bedarf gibt es jedoch nicht nur an Produkten, sondern auch beispielsweise an frischer Luft, sauberem Wasser etc. (vgl. Klaus Michael Meyer-Abich, Kritik und Bildung der Bedürfnisse, a.a.O., S. 60.)

⁸²⁶ vgl. Klaus Michael Meyer-Abich, Kritik und Bildung der Bedürfnisse, a.a.O., S. 58-64.

⁸²⁷ vgl. ebd., S. 60.

⁸²⁸ vgl. zum Folgenden Klaus Michael Meyer-Abich, Kritik und Bildung der Bedürfnisse, a.a.O.

zu tanzen oder Kunstwerke zu sammeln (Arnold Gehlen, wobei der Kontext dort nicht unmittelbar ein ethischer, ist, sondern derjenige der Handlungsmotivation). Zwar ist es richtig, dass auch solche „hochbedingte(n) und abgeleitete(n) Verhaltensweisen ... eine sehr starke Antriebsbesetzung“⁸²⁹ erfahren können. Die sprachliche Differenzierung von Grundbedürfnissen bzw. Trieben und demgegenüber jeglichem Verlangen oder Wünschen hat hingegen durchaus ihren kritischen Sinn.

Demgegenüber verwendet die Mikro-Ökonomie den Bedürfnis-Begriff ohne normative Komponente.⁸³⁰ In dieser Terminologie ist ein Bedürfnis einfach ein Wunsch oder ein Verlangen, das durch die Wirtschaft zu erfüllen ist.⁸³¹

Je nachdem, ob der Bedürfnisbegriff als normatives Konzept verwendet wird oder nicht, ergeben sich unterschiedliche Folgerungen hinsichtlich der *Möglichkeit der Unterscheidung „wahrer und falscher“ Bedürfnisse*.

a) Insofern „Bedürfnis“ im spezifischen, normativen Sinn verstanden wird, handelt es sich um einen relativen Begriff, da er auf ein Ziel bezogen ist. *Insofern* ist der Begriff wahrheitsfähig: Insofern etwas notwendig ist, um ein übergeordnetes Ziel (resp. einen obersten Lebenswert) zu erreichen, handelt es sich um ein (wahres) Bedürfnis, insofern dies nicht der Fall ist, ist es keines (ein „falsches“).

Die Rede von „wahren/falschen“ Bedürfnissen ist eine verkürzte Ausdrucksweise, denn das Urteil „wahr/falsch“ kann sich nur auf eine Aussage beziehen, nicht auf eine Gegebenheit. Korrekt wäre es also, die *Aussage* als wahr/falsch zu bezeichnen: Ich brauche x, um y zu erreichen. (z.B.: Ich brauche ein Auto, um zur Arbeit zu kommen). Mit Blick auf die Bedürfnisse selbst ist es jedoch zutreffender, von „wirklichen“ bzw. keinen wirklichen, also „keinen“ Bedürfnissen zu reden, statt von wahren/falschen.

Wer ist nun in der Lage, darüber zu urteilen, ob ein (wirkliches) Bedürfnis vorliegt oder nicht? Insofern es um eine Relation zu einem Ziel geht, ist die Aus-

⁸²⁹ Arnold Gehlen, *Der Mensch*, a.a.O., S. 331. Stephan Wirz schließt sich dieser Terminologie an.

⁸³⁰ vgl. Rolf Kramer, Artikel „Bedürfnis/Bedarf“, in: Georges Enderle u.a.(Hrsg.), *Lexikon der Wirtschaftsethik*, Freiburg-Basel-Wien 1993, Sp. 116.

⁸³¹ Die Unterscheidung von Bedürfnis und Nachfrage (bzw. Bedarf als mit Kaufkraft ausgestattete Nachfrage): vgl. Rolf Kramer, Artikel „Bedürfnis/Bedarf“, a.a.O., Sp. 116.

sage bis zu einem gewissen Grad objektivierbar.⁸³² Insofern jedoch die Ziele, die obersten Lebenswerte, Gegenstand von Werturteilen sind, ist auch die Beurteilung der Notwendigkeit des Befriedigungsmittels nicht als solche möglich, sondern nur in Relation zu dem Ziel.

b) Bei einem nicht-normativen Gebrauch des Bedürfnisbegriffs ist aufgrund der fehlenden Relation zu einem darüber hinausgehenden Zweck auch eine Wahrheitsfähigkeit und Objektivierbarkeit des Bedürfnisbegriffs nicht gegeben.

Resümee:

Was also kann der Bedürfnisbegriff in einer Ethik des Konsums leisten?

Der entscheidende Vorteil des Bedürfnis-Begriffs mit seiner Hinordnung auf ein Ziel liegt in der Relativierung eines konkreten Mittels und der damit aufgeworfenen Frage nach Alternativen. Dagegen sind die Bedürfnis-Hierarchien, die auf den ersten Blick einen Ansatz für eine ethische Auseinandersetzung mit dem Thema Konsum darstellen könnten, bei näherem Hinsehen für die praktische Ethik wenig brauchbar.

Problematisch ist vor allem die schillernde Vieldeutigkeit des Begriffs, die zwar in einer wissenschaftlichen Abhandlung durch Definition einfach zu lösen wäre, die aber in einer Ethik, die sich an den „Endverbraucher“ richtet, geeignet ist, Missverständnisse zu provozieren. Aber auch, wenn man von dieser Schwierigkeit absieht, bleibt die Frage, ob nicht das Konzept der „Bedürfnisbefriedigung“ als Beseitigung eines Mangels im Wesentlichen ein negatives und in gewisser Weise passives, zumindest reaktives Konzept darstellt. Die Entfaltung und Weiterentwicklung von Lebensmöglichkeiten, die ein wesentliches Merkmal verantwortlichen Konsumierens ist, kommt in diesem Begriff wohl kaum zum Ausdruck.⁸³³ Eine Bedürfnisethik basiert auf dem Urteil: Erlaubt ist, was zu einem bestimmten Zweck gebraucht wird.⁸³⁴ Christlich ist es dagegen auch, zu sagen: die Freude, der Genuss der Güter der Schöpfung bedarf grundsätzlich

⁸³² vgl. Klaus Michael Meyer-Abich, der allerdings für das übergeordnete Ziel den Begriff Bedürfnis verwendet und das Mittel als Bedarf bezeichnet (Kritik und Bildung der Bedürfnisse, a.a.O., passim).

⁸³³ Dieser Aspekt wird mit der Gegenüberstellung von Haben und Sein wie auch derjenigen von Lebensstandard und Lebensqualität besser ausgedrückt (die ihrerseits allerdings ebenfalls zu wenig spezifisch sind, um als Grundlage einer Ethik des Konsums zu dienen.)

⁸³⁴ Dies führt vom Grundsatz her zu einer puritanischen Ethik, in der Vergnügen allein dann legitimiert ist, wenn es durch einen guten Zweck gerechtfertigt ist (z.B. Erholung, um Arbeitskraft zu regenerieren).

zunächst keiner Rechtfertigung, sondern erst dann, wenn ihrem Gebrauch das Potential des Schadens, sich selbst, anderen, der Umwelt gegenüber – innewohnt.

Hinzu kommt, dass der Bedürfnisbegriff nur einen Teil der Konsummotivationen erfasst. Er setzt ein zielgerichtetes, rationales Tun voraus, das, ausgehend von einer Mangelsituation, auf die Beseitigung dieses Mangels gerichtet ist. Dies ist jedoch, wie oben dargestellt, nicht die Motivation bei einem großen Teil des Konsumierens, in dem das Ziel nicht die Beseitigung eines Mangels, sondern das Neue ist. Nur ein Teil des Konsums dient der Bedürfnisbefriedigung als Mangelbeseitigung, ein anderer, der oben als „Illusionskonsum“ bezeichnet wurde, bietet Träume, Selbstbilder, Darstellungsmittel und Unterhaltung. Die „Als-ob“ Dimension des Illusionskonsums (s.o.) und die symbolische Bedeutung von Gütern wird mit dem Begriff der „Bedürfnisbefriedigung“ nicht erfasst.

Andererseits verläuft auch zwischen Bedürfnisbefriedigungskonsum als Beseitigung eines Mangelzustandes und jedem darüber hinausgehenden Konsum nicht bereits die Grenze zwischen gut und schlecht. Nicht jeder Konsum, der mehr als einen Mangel beseitigt, ist deswegen bereits sittlich zu verurteilen.

Für eine spezielle Ethik, die Konsumverhalten unter den Bedingungen des Überflusses zum Thema hat, ist der Bedürfnis-Begriff daher zumindest ergänzungsbedürftig.

3.2.3. Differenzierung der Formen des Konsums als Grundlage des ethischen Entwurfs

Eine Konsumethik hat die komplexe Wirklichkeit des Konsumierens in den Blick zu nehmen, weil Schlagworte wie Konsumismus oder Materialismus zu allgemein sind, um hilfreich zu sein. Auf der Grundlage der Darstellung und Kritik ökonomischer und sozial-psychologischer Erklärungsmodelle aus dem 1. Teil dieser Arbeit werden im Folgenden zunächst vier Konsum-Formen unterschieden, um in einem zweiten Schritt entsprechend differenzierte ethische Kriterien zu erarbeiten.

Die folgende Unterscheidung (des Haben-Aspekts, des funktionalen Aspekts, des expressiven Aspekts und der illusorischen Konsumvariante) hat Modellcharakter. Wenn von diesen unterschiedlichen Formen des Konsums die Rede ist,

heißt dies nicht, dass es sich um säuberlich zu trennende Konsumhandlungen handelt, sondern eher um *Aspekte* des Konsumverhaltens, die sich in vielfältiger Weise überschneiden, von denen aber auch, je nach Konsumhandlung, der eine oder andere deutlich im Vordergrund stehen mag. In einem ersten Schritt geht es um die begriffliche Differenzierung dieser Aspekte (Kap. 3.2.3), um im Folgenden zu einer ethischen Bewertung zu kommen. Welche individuellen Haltungen und Verhaltensweisen, welche institutionellen Bedingungen sind geeignet, Fehlentwicklungen zu vermeiden? (vgl. Kap. 3.2.4.)

In der Aufstellung unter 3.2.3.1.-3.2.3.4. fehlt der häufig genannte „Kompensations-Konsum“, weil er keine Motivation im eigentlichen Sinn, sondern eine Ausweichstrategie ist und als solche zu allen aufgeführten Formen des Konsums führen kann. Kompensationen als Reaktion auf Enttäuschungen werden immer gesucht werden. Die ethisch entscheidende Frage ist, ob sie wiederum zu Enttäuschungen führen, oder ob sie geeignet sind, dauerhaft Sinn zu vermitteln, oder zumindest den Weg dorthin nicht immer wieder verstellen. Kompensation bedeutet, es gibt Defizite, die behoben werden müssen. Dies wird selten dauerhaft durch materielle Güter geschehen.

3.2.3.1. *Haben*

Erich Fromm und Gabriel Marcel verwenden die Gegenüberstellung von „Haben“ und „Sein“, um den Charakter des Habens zu beschreiben. Auf diese Gegenüberstellung wird auch in kirchlichen Texten, z.B. Predigten, vielfach zurückgegriffen, allerdings wird sie meist wenig ausgeführt. Spezifisch Theologisches zu diesem Thema findet man in der wissenschaftlichen Literatur kaum.⁸³⁵

Liegt in der Gegenüberstellung und in der Charakterisierung der Beziehung von Sein und Haben, wie sie auf je unterschiedlichen Wegen Gabriel Marcel und Erich Fromm versuchen, ein sinnvoller Ansatz, über die ethischen Wohlstandsfragen zu sprechen?

Die Gegenüberstellung von Haben und Sein, stellenweise bei Erich Fromm durchaus plakativ, wäre wohl nicht so populär⁸³⁶, würde sie nicht tatsächlich treffend etwas auf den Punkt bringen. Eine Skizzierung der Ansätze von Erich Fromm und Gabriel Marcel soll zeigen, wie diese in ihren je unterschiedlichen Zugängen zum Thema jeweils übereinstimmende Merkmale nennen, die für

⁸³⁵ Aus diesem Grund regt Ferdinand Reisinger eine spezifisch theologische Studie zum Thema Haben und Sein an (vgl. ders., Anmerkungen zu „Sollicitudo rei socialis“ Nr. 28, in: Herbert Schambeck, Rudolf Weiler (Hrsg.), *Der Mensch ist der Weg der Kirche: FS für Johannes Schaching*, Berlin 1992, S. 205-219).

⁸³⁶ vgl. die Auflagenzahlen von Erich Fromms „Haben oder Sein“: Das von 1976 stammende Original wurde 1991 in deutscher Sprache zum 20. Mal aufgelegt.

eine Ethik des Konsums fruchtbar zu machen sind.⁸³⁷ Dieses Themenfeld allerdings in einer angemessenen Weise theologisch zu bearbeiten, übersteigt die Möglichkeiten dieser Arbeit.

Erich Fromm sucht einen psychologischen Zugang zur Unterscheidung von Haben und Sein, insbesondere in seinem Spätwerk mit dem missverständlichen Titel „Haben *oder* Sein“⁸³⁸, der den Eindruck erweckt, als handele es sich um eine ausschließende Alternative.

Haben und Sein sind für ihn zwei grundlegende Existenzweisen, die er zu den entscheidenden Problemen der menschlichen Existenz zählt.⁸³⁹ Sie sind

„zwei grundlegend verschiedene Formen menschlichen Erlebens ... deren jeweilige Stärke Unterschiede zwischen den Charakteren von einzelnen und zwischen verschiedenen Typen des Gesellschafts-Charakters bestimmt.“⁸⁴⁰

Dabei werden Haben und Sein tendenziell zu Chiffren für Gut und Böse, konkreter in Fromm'scher Terminologie, für *Biophilie* und *Nekrophilie*, die Liebe zum Lebendigen und die Liebe zum Toten.

Vom *Haben* als Existenzweise, die den Menschen an der Entfaltung seiner eigentlichen, humanen Möglichkeiten hindert, ist das Haben als *funktionales Haben* zu unterscheiden, das in der menschlichen Existenz wurzelt (Fromm nennt es aus diesem Grund auch „existentielles Haben“.) Dieses ist ein rational gelenkter Impuls, der dem Überleben dient. Dagegen ist das charakterbedingte Haben nicht angeboren, hat sich jedoch durch die gesellschaftlichen Bedingungen (v.a. das Privateigentum und die kapitalistische Wirtschaftsweise), so entwickelt, als wenn es biologisch gegeben wäre.⁸⁴¹

Darüber hinaus sieht Fromm den Wunsch zu besitzen begründet im biologisch bedingten Wunsch zu leben:

„ ... mehr als alles andere befriedigt vielleicht der Besitz von Eigentum das Verlangen nach Unsterblichkeit, und aus diesem Grund ist die Orientierung am Haben so mächtig. Wenn sich

⁸³⁷ Weitere Arbeiten können nur am Rande berücksichtigt werden, andere schließlich müssen ganz unberücksichtigt bleiben, was keineswegs bedeutet, dass sie irrelevant wären (vgl. z.B. Jean Paul Sartre, *The meaning of 'to make' and 'to have': Possessions*, in: Clark E. Moustakas (Hrsg.), *The self: Explorations in personal growth*, New York 1956; Martin Heidegger, *Die Frage nach dem Ding*, Tübingen 1962; Baudrillard, Jean, *Das System der Dinge. Über unser Verhältnis zu den alltäglichen Gegenständen*, Frankfurt/Mn. 1991 (Original: 1968).

⁸³⁸ Hervorhebung von Heike Rumbach-Thome.

⁸³⁹ Erich Fromm, *Haben oder Sein*, a.a.O., S. 27.

⁸⁴⁰ ebd., S. 27f.

⁸⁴¹ vgl. ebd., S. 87.

mein Selbst durch die Dinge konstituiert, die ich habe, dann bin ich unsterblich, wenn diese unzerstörbar sind.“⁸⁴²

Konsumieren ist für Fromm die heute bedeutendste Form des Habens, die den Menschen so beherrscht, dass sie zum „Konsumzwang“ wird:

„Konsumieren ist etwas Zweideutiges. Es vermindert die Angst, weil mir das Konsumierte nicht weggenommen werden kann, aber es zwingt mich auch, immer mehr zu konsumieren, denn das einmal Konsumierte hört bald auf, mich zu befriedigen.“⁸⁴³

Die Existenzweise des „Seins“ wird eher allgemein charakterisiert:

„Ihr wesentlichstes Merkmal ist die Aktivität, nicht im Sinne von Geschäftigkeit, sondern im Sinne eines inneren Tätigseins, dem produktiven Gebrauch der menschlichen Kräfte. Tätigsein heißt, seinen Anlagen, seinen Talenten, dem Reichtum menschlicher Gaben Ausdruck zu verleihen, mit denen jeder – wenn auch in verschiedenem Maß – ausgestattet ist. Es bedeutet, sich selbst zu erneuern, zu wachsen, sich zu verströmen, zu lieben, das Gefängnis des eigenen isolierten Ichs zu transzendieren, sich zu interessieren, zu lauschen, zu geben. Keine dieser Erfahrungen ist jedoch vollständig in Worten wiederzugeben.“⁸⁴⁴

Aktivität als inneres Tätigsein, der produktive Gebrauch der menschlichen Kräfte, ist für Erich Fromm das entscheidende Merkmal der Existenzweise des Seins. Passivität dagegen schließt Sein aus, wobei das von Fromm gemeinte Tätigsein abzugrenzen ist von reiner Geschäftigkeit, bei der das innere Vermögen des Menschen nicht engagiert ist. Umgekehrt kann äußere Unbewegtheit mit großer innerer Aktivität einhergehen, etwa in der Kontemplation. Fromm sieht sich hier in der Tradition von Karl Marx, der die im kapitalistischen System entfremdete Arbeit kritisierte als Lähmung menschlicher Selbsttätigkeit.⁸⁴⁵ Die nicht entfremdete Aktivität bezeichnet Fromm als *produktives Tätigsein*⁸⁴⁶:

„In der entfremdeten Aktivität erlebe ich mich nicht als das tätige Subjekt meines Handelns, sondern erfahre das *Resultat* meiner Tätigkeit, und zwar als etwas ‚da drüben‘, das von mir getrennt ist und über mir bzw. gegen mich steht. Im Grunde handle nicht ich; innere oder äußere Kräfte handeln *durch mich*. Ich bin vom Ergebnis meines Tätigseins getrennt worden.“⁸⁴⁷

Neben dem Moment der *Produktivität* im oben beschriebenen Sinn ist für Erich Fromm der Aspekt der *Realitätsnähe* ein Kennzeichen der Existenzweise des Seins. Statt Illusion und Verfälschung der Wirklichkeit bedeutet Sein ein Mehr

⁸⁴² ebd., S. 84.

⁸⁴³ ebd., S. 37.

⁸⁴⁴ ebd., S. 89.

⁸⁴⁵ vgl. ebd., S. 95f.

⁸⁴⁶ vgl. ebd., S. 91.

⁸⁴⁷ ebd. (Kursivsetzung bei Erich Fromm).

an Einsicht in die Wirklichkeit des eigenen Selbst, in die der anderen und der Umwelt.⁸⁴⁸

Schließlich wird die Existenzweise des Seins beschrieben als den einzelnen Aspekten des Habens entgegengesetzt:

- Während die Existenzweise des Habens stets auch Beziehungslosigkeit, Antagonismus, Aggression bedeutet - weil die eigenen Ansprüche gegen andere geltend gemacht werden -⁸⁴⁹, ist das Sein für Fromm insbesondere durch das Bedürfnis geprägt, durch Einssein mit anderen die eigene Isolierung zu überwinden, das heißt, durch mitmenschliche *Solidarität*.
- Die Existenzweise des Seins ist im Unterschied zu der des Habens geprägt von einem Gefühl der *Sicherheit* (da man nicht ständig um ihren Besitz besorgt sein muss).⁸⁵⁰ Derjenige, für den das Haben zentraler Lebensinhalt ist, muss sich in dem Maß, in dem sein Besitz dem Verfall oder Verlust ausgesetzt ist, ständig bedroht fühlen.
- Auch den Unterschied von Freude und Vergnügen ordnet Fromm den beiden Existenzweisen zu: Während *Freude* Lebendigkeit, ein Engagiertsein der inneren Seinskräfte impliziert, besteht Vergnügen in der Befriedigung eines Verlangens, zu der es nicht unbedingt des produktiven Tätigseins bedarf.⁸⁵¹

Orientierung am Sein bedeutet, so fasst es Rainer Funk zusammen,

„dass man seinen Lebenssinn an den psychischen Eigenkräften des Menschen orientiert, indem man das Unbekannte und Fremde in sich und in der Außenwelt als etwas Eigenes wahrnimmt, kennenlernt, sich aneignet und so zu einer je größeren und umfassenderen Bezogenheit zu sich und zur Umwelt gelangt.“⁸⁵²

Erich Fromm geht davon aus, dass beide Tendenzen – zu haben und zu sein – im Menschen vorhanden sind. Welche von beiden vorherrscht, bestimmt in besonderem Maß die Gesellschaft mit ihrer Struktur, ihren Werten und Normen. Dass die Orientierung am Haben heute ein Massenphänomen geworden ist, hat seinen Grund nach Fromm in den Strukturen der Ökonomie⁸⁵³, der

⁸⁴⁸ vgl. ebd., S. 99.

⁸⁴⁹ vgl. ebd., S. 109ff.

⁸⁵⁰ vgl. ebd., S. 107ff.

⁸⁵¹ vgl. ebd., S. 114f.

⁸⁵² Rainer Funk, Nachwort, in: Erich Fromm, Vom Haben zum Sein. Wege und Irrwege der Selbsterfahrung = Schriften aus dem Nachlaß, Bd. 1, hrsg. von Rainer Funk, Weinheim - Berlin, 1994, S. 159-163; hier: S. 162.

⁸⁵³ vgl. ebd., S. 23: Das größte Hindernis beim Erlernen der Kunst des Lebens ist „der große Schwindel“, das heißt u.a. ein Wirtschaftssystem, das auf dem Grundprinzip maximalen Profits statt maximalen Nutzens für den Menschen aufbaut.

Arbeitsorganisation und des gesellschaftlichen Zusammenlebens.⁸⁵⁴ Der Charakter dieses Wechselverhältnisses zwischen gesellschaftlichen Strukturen und charakterlicher Orientierung bleibt unscharf. Im Vorwort zu „Haben oder Sein“ gibt Fromm der Veränderung der Strukturen den Vorrang: Nur „drastische“ ökonomische und soziale Veränderungen machen die geforderte radikale seelische Veränderung des Menschen möglich.⁸⁵⁵ Andererseits beschreibt er den Wandel des Menschen als grundlegende Voraussetzung einer radikalen Gesellschaftsänderung.⁸⁵⁶ Um jedoch die Notwendigkeit der Gesellschaftsveränderung (für die er zahlreiche, fast unüberwindliche Hindernisse sieht⁸⁵⁷), zu unterstreichen, nahm Fromm große Teile des geplanten Manuskripts von „Haben oder Sein“, die sich auf die individuelle Ethik bzw. eine Charakteränderung richteten, wieder heraus. Er fürchtete, sie könnten als Relativierung seines Plädoyers für die Änderung sozioökonomischer Leitwerte und Strukturen verstanden werden.⁸⁵⁸ Diese Teile des Manuskripts sind von Rainer Funk in dem Band „Vom Haben zum Sein. Wege und Irrwege der Selbsterfahrung“ (a.a.O.) posthum veröffentlicht worden. Deutlicher als in „Haben und Sein“ wird in diesem Sammelband auf die Verantwortung des Einzelnen, auf psychische Zusammenhänge und Möglichkeiten der Änderung einer charakterlichen Orientierung hingewiesen.

Psychologisch betrachtet betrachtet Erich Fromm mit Sigmund Freud die Haben-Orientierung als Stadium, das dem Erreichen der vollständigen Reife vorausgeht („anal-erotische Phase“), die, wenn sie für die Persönlichkeit in ihrer weiteren Entwicklung bestimmend bleibt, neurotisch ist.⁸⁵⁹ Für die Analogie von Geld und Kot⁸⁶⁰, die sich im Unlebendig-Sein gleichen, verwies Freud u.a. auf etymologische Parallelen.

⁸⁵⁴ vgl. ebd., S. 162.

⁸⁵⁵ vgl. Erich Fromm, Haben oder Sein, a.a.O., S. 21.

⁸⁵⁶ vgl. Rainer Funk, Nachwort, a.a.O., S. 161ff.

⁸⁵⁷ vgl. ebd., S. 166f.

⁸⁵⁸ vgl. Rainer Funk, Vorwort zu „Vom Haben zum Sein“, a.a.O., S. 10.

⁸⁵⁹ vgl. Erich Fromm, Vom Haben zum Sein, a.a.O., S. 140f. „Die ersten Jahre im Leben eines Kindes stellen immer eine Phase dar, in der das Kind noch nicht selbst für sich sorgen kann; es ist noch nicht fähig, seine Umwelt entsprechend seinen eigenen Wünschen mit eigenen Kräften zu gestalten. Es ist gezwungen, zu empfangen, zu ergreifen oder zu besitzen, weil es noch nichts selbst hervorbringen kann. Die Kategorie des Habens ist deshalb während dieser vorübergehenden Entwicklungsphase notwendig. Bleibt aber das Besitzstreben beim Erwachsenen die vorherrschende Erfahrung, so zeigt dies, dass er das Ziel einer normalen Entwicklung der Produktivität noch nicht erreicht hat, sondern aufgrund dieser Fehlentwicklung bei der Erfahrung des Habens steckengeblieben ist. Hier gilt also, was auch hinsichtlich anderer Orientierungen zutrifft: Was in einem frühen Stadium der Entwicklung durchaus normal ist, muß in einem späteren Entwicklungsstadium als pathologisch angesehen werden“ (ebd., S. 144).

⁸⁶⁰ vgl. ebd., S. 142-145.

Das Merkmal des Unlebendig-Seins ist für Erich Fromm das zentrale Kriterium der Unterscheidung zwischen den charakterlichen Orientierungen des Habens und des Seins. Bei der Frage nach psychologischen Ursachen der Haben-Orientierung verweist er auf die Angst, sich selbst zu verlieren, die umso größer ist, je schwächer das Ich ist. Dies führt dazu, dass ein schwaches Ich sich nicht wirklich auf den anderen hin transzendieren kann, weil es fürchtet, sich selbst aufzugeben⁸⁶¹. Dies wiederum behindert das produktive Tätigsein, das zum Sein gehört. Psychologisch sind dafür verschiedene Ursachen möglich: z.B. individuell oder sozial bewirkte frühe Einschüchterung, Mangel an Stimulation und Verwöhnung.⁸⁶²

Zu überwinden ist die Orientierung am Haben nach Erich Fromm dadurch, dass Narzissmus und Egoismus durchbrochen werden.⁸⁶³ Er warnt vor der Annahme, dies sei ohne Anstrengung, Ängste und Leiden zu verwirklichen. Das bei Überwindung der Haben-Orientierung zu erwartende Wohl-Sein („well-being“) lohnt jedoch den anspruchsvollen Aufbruch zur Seins-Orientierung.⁸⁶⁴

Gabriel Marcel weist wie Erich Fromm der Verhältnisbestimmung von Haben und Sein eine herausragende Bedeutung zu:

„Letztlich führt sich alles auf die Unterscheidung zwischen dem, was man hat, und dem, was man ist, zurück. Nur ist es außerordentlich schwierig, das in begrifflicher Form auszudrücken; Dennoch muß es möglich sein.“⁸⁶⁵

Gabriel Marcel betrachtet das Verhältnis von Haben und Sein weniger modellhaft als Erich Fromm, für den das Haben entweder instrumental als funktionales Haben dem Sein zugeordnet ist oder aber als Charakter-Orientierung der charakterlichen Orientierung des Seins entgegengesetzt ist. Dies bedeutet allerdings bei Gabriel Marcel auch eine große Zurückhaltung in seiner Einschätzung der Möglichkeit, dem Begriff des Habens, einem „beinahe undurchdringlichen Begriff“, mit dem sich die Philosophen seinem Urteil nach bisher kaum auseinandergesetzt haben, gerecht zu werden.⁸⁶⁶ Ziel der Marcel'schen Analysen der Phänomenologie des Habens ist nicht die Ethik, also die Frage: Wie oder in welchem Umfang habe/besitze ich richtig. Sein Anliegen ist vielmehr die Ver-

⁸⁶¹ vgl. ebd., S. 64.

⁸⁶² vgl. ebd., S. 144.

⁸⁶³ vgl. ebd., S. 155.

⁸⁶⁴ vgl. ebd.

⁸⁶⁵ Gabriel Marcel, *Sein und Haben*, Paris ²1968, S. 166.

⁸⁶⁶ „Man möchte sagen, daß die Philosophen sich im allgemeinen vom *Haben* als von einer unreinen und wesenhaft unbestimmbaren Idee abgewendet haben“ (ebd., S. 168).

hältnisbestimmung von Haben und Sein in der Absicht, auf diese Weise der Frage nach der menschlichen Existenz bzw. dem Sein nachzugehen. Vielleicht ist es jedoch gerade in dieser mit Blick auf die praktische Ethik zunächst uninteressierten Weise möglich, über eine Charakterisierung des Habens in seinem Verhältnis zum Sein auch der ethischen Frage näher zu kommen.

Insofern Gabriel Marcel einen differenzierteren Begriff des Habens verwendet, ist auch das Verhältnis von Haben und Sein bei ihm komplexer dargestellt als bei Erich Fromm. Gabriel Marcel unterscheidet niedrige von höheren Formen des Habens. Letztere bestehen in einer *schöpferischen* Art, Dinge zu besitzen, die ins Sein übergeht und sich selbst auf diese Weise als Haben auflöst.⁸⁶⁷ Das heißt, es gibt eine Rangordnung des Habens, deren höhere Stufen sich ins Sein sublimieren. Die Dualität von Besitzendem und Besessenem wird dann zu einer lebendigen Realität. Am deutlichsten wird dies im künstlerischen Schaffen.⁸⁶⁸ Während die schöpferische Freiheit im Sein verwurzelt ist, ist der Bereich des Habens als Verhältnis der Autonomie und Verwaltung eingeschränkt auf die *Verfügbarkeit* einer Sache.⁸⁶⁹ Das Wesen des Seins ist, im Unterschied zu Autonomie und Verwaltung, geprägt durch den „freien Akt der Existenz“.⁸⁷⁰

Das Haben, das Gabriel Marcel durch eine „wesenhafte Vieldeutigkeit“⁸⁷¹ charakterisiert sieht, lässt sich zunächst näher bestimmen als Beziehung zwischen einem *qui* (als Zentrum der Inhärenz oder Wahrnehmung⁸⁷²) und einem *quid*, sowie näherhin durch Begriffe wie „Unabhängigkeit“, „Übertragbarkeit“ und „Gegenüberstellbarkeit“.

Was man hat, ist dadurch gekennzeichnet, dass es sich in Relation zum Selbst „außerhalb“ befindet. Charakteristisch für die Beziehung des Habens ist jedoch, dass dieses Außerhalb nicht absolut ist. Was man hat, besitzt nur eine gewisse Unabhängigkeit vom Selbst. „Was man hat, sind im Prinzip Dinge (oder ist das, was Dingen angeglichen werden kann; das gilt genau in dem Maße, in dem

⁸⁶⁷ Eine besondere Zwischenstellung zwischen Sein und Haben nimmt der Körper ein: Ich kann weder sagen, dass ich mein Körper bin, noch eigentlich, dass ich meinen Körper habe (vgl. ebd., S. 89ff.).

⁸⁶⁸ vgl. Ernst Behler, Nachwort, in: *Sein und Haben*, a.a.O., Paris ²1968, S. 261-302, hier: S. 292.

⁸⁶⁹ vgl. ebd.

⁸⁷⁰ ebd.

⁸⁷¹ Gabriel Marcel, *Sein und Haben*, a.a.O., S. 168.

⁸⁷² vgl. ebd. Gabriel Marcel vermeidet den Begriff *Subjekt*, weil er nicht an dessen logische und erkenntnistheoretische Bedeutung anknüpfen möchte, denn "das ist die Hauptschwierigkeit, einen Weg auf ein Terrain zu finden, das weder der Logik noch der Erkenntnislehre angehört (*Sein und Haben*, a.a.O., S. 170).

diese Angleichung möglich ist).⁸⁷³ Wenn man also nicht nur materielle Gegenstände, „hat“, sondern auch Vorstellungen und Meinungen, liegt hier ein Verhältnis vor, das durch dieselben Merkmale zu beschreiben ist wie das Haben von Gegenständen. „Das Haben ordnet sich also in keiner Weise in ein Register reiner Innerlichkeit ein, ... sondern passt nur in ein Register, in dem Äußerlichkeit und Innerlichkeit sich nicht trennen lassen.“⁸⁷⁴ Je stärker der Akzent auf dem Haben liegt, desto mehr verschimmt die Äußerlichkeit, ohne sich je ganz aufzulösen. Gabriel Marcel spricht von einer „Polarität zwischen dem Selbst und dem anderen“⁸⁷⁵ und von einer „Spannung, ohne die es kein tatsächliches Haben gibt und geben kann“⁸⁷⁶.

Die Äußerlichkeit, die, solange der Begriff des Habens berechtigterweise angewendet wird, in irgendeiner Weise bestehen bleibt, ist der Grund dafür, dass das *quid*, sofern es ein Ding ist, verloren gehen oder zerstört werden kann. Es kann daher stets „das Zentrum einer Art von Strudeln der Furcht und der Angst“ werden „und hierin offenbart sich genau die Spannung, die wesenhaft zur Ordnung des Habens gehört.“⁸⁷⁷ Marcel würde daher in den Fällen, in denen jemand gegenüber seinem Besitz völlig gleichgültig ist, nicht mehr eigentlich von „Besitz“ sprechen, sondern diesen als nur nominellen oder rückständigen Besitz bezeichnen.⁸⁷⁸ Umgekehrt liegt im Begehren einer Sache in gewisser Weise ein Haben („Begehren heißt irgendwie haben, indem man nicht hat“⁸⁷⁹).

Das Haben wiederum kann sehr unterschiedliche Formen annehmen, wenn es beispielsweise heißt: „Ich habe ein Fahrrad“ oder „Ich habe meine Vorstellungen über diese und jene Angelegenheit.“ Wenigstens dort, wo das Besitzen sich auf reale Gegenstände bezieht, steht das Haben auch in Beziehung zu einem *Vermögen*, einem *Können*. Dieses Können besteht beispielsweise darin, dass das Besessene daran gehindert wird, sich zu entziehen, abhanden zu kommen.⁸⁸⁰ Dies bedeutet eine Art „gestauten Dynamismus“⁸⁸¹, denn das

⁸⁷³ ebd., S. 166; "Wir können uns nur in Ausdrücken des Habens bewegen, wenn wir einer Ordnung gegenüberstehen, in der irgendwie und ganz gleich, in welchem übertragenen Sinne, der Gegensatz zwischen dem Innen und dem Außen einen Sinn hat" (S. 172).

⁸⁷⁴ ebd. S. 173.

⁸⁷⁵ ebd., S. 175 (Hervorhebung bei Gabriel Marcel).

⁸⁷⁶ ebd., S. 176 (Hervorhebung bei Gabriel Marcel).

⁸⁷⁷ ebd., S. 174.

⁸⁷⁸ vgl. ebd.

⁸⁷⁹ ebd.

⁸⁸⁰ vgl. ebd., S. 171.

⁸⁸¹ ebd. Als bezeichnend für diesen gestauten Dynamismus des Habens führt Marcel den intransitiven Charakter des Verbs an, das praktisch nur aktivisch, kaum im Passiv zu gebrauchen ist (vgl. ebd.).

Besessene wird umgriffen, eingeschlossen, es wird gehindert, sich auszubreiten, abzufließen etc.

Als charakteristisch für jedes Haben nennt Gabriel Marcel weiter dessen „Darlegbarkeit“⁸⁸², seine Darstellungsfähigkeit nach außen, ob es sich nun um eine Mappe von Zeichnungen handelt oder um Ideen oder Meinungen.

Haben bedeutet außerdem bis zu einem gewissen Grad eine *Verfügungsgewalt*⁸⁸³: „... ich habe nur dann, wenn ich als eine Macht angesehen werden kann, als ein Seiender, dem Macht verliehen ist.“⁸⁸⁴ Stets besteht die Tendenz, dass sich die Verfügungsgewalt über das Besessene umkehrt vom Besessenen zum Besitzenden, so dass dieser geradezu absorbiert wird von dem Ding, über das er ursprünglich zu verfügen glaubte. Dies liegt daran, dass „Haben“ nicht *identisch* ist mit „Verfügen“. Sofern zwischen diesen beiden Begriffen ein Spielraum existiert, besteht die Gefahr, dass die Dinge eine unangemessene Macht auf den Besitzenden ausüben, die dazu führt, dass sie *ihn* schließlich beherrschen, statt umgekehrt.⁸⁸⁵ Die Beziehung zwischen Haben und Sein beschreibt Gabriel Marcel mit den Worten:

“Wir befinden uns hier im Herzen der gewöhnlichen Welt, der Welt der gängigen Erfahrung mit ihren Gefahren, ihren Ängsten, ihren Techniken. Wir befinden uns im Herzen der Erfahrung, aber auch im Herzen des Unverständlichen. Denn man muß gestehen, daß diese Spannung, diese Art fataler Wechselbeziehung, das Risiko birgt, daß sich unser Leben in jedem Augenblick in eine unverständliche und unerträgliche Versklavung umformt.“⁸⁸⁶

⁸⁸² ebd., S. 172. Im Unterschied zum possessiven Haben ist das *implizierende Haben* nicht von der Gegenüberstellung eines *qui* und eines *quid* geprägt. Implizierendes Haben ist gemeint, wenn man beispielsweise sagt: „Diese geometrische Figur hat diese Besonderheit“; Dann wird diese Besonderheit als innerlich mit dem Körper verbunden vorgestellt (ebd., S. 172). Die zuvor benannten Charakteristika des Habens treffen auf das implizierende Haben nicht zu; insofern stellt die Ausdrucksweise, die das Haben quasi in das Innere der Wesenheiten verlegt, eigentlich eine unberechtigte sprachliche Übertragung dar (vgl. ebd., S. 175).

⁸⁸³ Innerhalb der Marceleschen Philosophie ist im Zusammenhang der Phänomenologie des Habens weiterhin die Unterscheidung von Autonomie und Freiheit von Interesse, wobei Marcel die Autonomie als das Verwaltbare der Ordnung des Habens zuweist. Wie beim Haben lebt die Autonomie von der Spannung zwischen dem Selbst und dem anderen. Verwalten lässt sich alles, was einem Vermögen, einem Haben vergleichbar ist. Im Kontext der konsumethischen Fragestellung ist dieser Hinweis nicht weiter zu verfolgen.

⁸⁸⁴ ebd., S. 166f.

⁸⁸⁵ vgl. ebd., S. 176f. In diesem unproduktiven Sinn kann man nicht nur Gegenstände, sondern auch Ideen und Meinungen haben, die sich durch ihre Leblösigkeit und Starrheit auszeichnen, so beim Ideologen, den Gabriel Marcel als einen der "furchtbarsten Menschentypen" bezeichnet (ebd.).

⁸⁸⁶ ebd., S. 176.

Der Grund liegt darin, dass es Dinge gibt (es sind nicht alle Dinge), die zum Selbst in einer Beziehung stehen, die sich nur schwer beschreiben lässt („geheimnisvoll“⁸⁸⁷), die aber jedenfalls *nicht nur außerhalb* von ihm liegen:

„es ist so, als bestände zwischen ihnen und mir eine Kommunikation von innen her. Man könnte sagen, dass sie mich unterirdisch berühren. Und genau in dem Maße, in dem ich mit ihnen verbunden bin, wird es offenbar, dass sie auf mich eine Macht ausüben, die diese Verbindung selbst ihnen verleiht und die mit ihr wächst.“⁸⁸⁸

An anderer Stelle spricht Marcel von der Neigung, das eigene Sein vom Haben her zu bestimmen. Man neigt dazu, sich mit dem zu identifizieren, was man hat.

Wenn sich also die Macht und Verfügungsgewalt umkehren, können die Besitztümer ihren Besitzer vollkommen in Beschlag nehmen. Die Vereinnahmung durch Dinge liegt umso näher,

„je träger wir Objekten gegenüberstehen, die selbst träge sind“

und ist umso weniger gegeben,

„ je lebhafter und aktiver wir mit etwas verbunden sind, das wie die ständig durch persönliche Schöpfung erneuerte Materie ist (ganz gleich, ob das der Garten desjenigen ist, der ihn kultiviert, der Hof desjenigen, der ihn bebaut, das Klavier oder die Violine des Musikers oder das Laboratorium des Wissenschaftlers). In all diesen Fällen strebt das Haben nicht mehr danach, sich zu vernichten, sondern sich zu sublimieren, sich ins Sein zu verwandeln. Immer dann, wenn das reine Schöpferische sich betätigt, wird das Haben als solches transzendiert oder es löst sich im Innern dieser Schöpfung selbst auf, und die Dualität des Besitzenden und des Besessenen wird zu einer lebendigen Realität.“⁸⁸⁹

Um sich aus der immer bestehenden Gefahr einer Beherrschung durch die Dinge zu befreien, empfiehlt Gabriel Marcel nicht einen Weg der radikalen Abkehr und absoluten Einfachheit. Zwar gibt es einen schädlichen Überfluss, der vom Heil wegführt, doch das

„Problem besteht darin, die Vielheit zu durchschreiten, um sie zu transzendieren und in keiner Weise, um ihr auszuweichen.“⁸⁹⁰

Dies allerdings erfordert ebenso den Verzicht und das Opfer:

„Aber die Realität des Opfers ist dazu da, um uns irgendwie tatsächlich die Fähigkeit eines Seienden vor Augen zu führen, sich als dem Haben transzendent zu behaupten. Das ist die tiefste Bedeutung des Martyriums als Zeugnis; es ist Zeugnis.“⁸⁹¹

⁸⁸⁷ ebd.

⁸⁸⁸ ebd.

⁸⁸⁹ ebd., S. 178.

⁸⁹⁰ ebd., S. 93.

⁸⁹¹ ebd., S. 91.

Im Folgenden soll auf die bei aller Unterschiedlichkeit der Ansätze vorhandenen Übereinstimmungen bei Fromm und Marcel hingewiesen werden.

1. Attraktivität der materiellen Welt und Bedrohung der menschlichen Souveränität

Die *materielle* Welt übt aufgrund ihrer *Unmittelbarkeit* eine solche *Anziehungskraft* aus, dass sie den Menschen in einer Weise für sich vereinnahmen kann, die seine eigentliche personale Entwicklung verkümmern lässt.⁸⁹² Gabriel Marcel und Erich Fromm gehen davon aus, dass es eine Tendenz gibt, sich von Dingen in einer Weise fesseln zu lassen, die für eine Entfaltung des eigentlich menschlichen Potentials („Sein“), hinderlich ist. In ihr liegt eine *Bedrohung der menschlichen Freiheit und Souveränität* und damit des innersten Kerns menschlicher Existenz.

Stärker als Erich Fromm unterstreicht Gabriel Marcel die Eigenschaft der Dinge, Menschen in einer Weise anzusprechen und in ihren Bann zu ziehen, so dass sie sie völlig beherrschen und der Mensch seine Freiheit ihnen gegenüber verliert. Bei Erich Fromm überwiegt gegenüber dieser existenziellen Perspektive der soziale Aspekt der Ursächlichkeit struktureller Gegebenheiten für die Haben-Orientierung in Wirtschaftssystem und Gesellschaft (auch wenn er umgekehrt nicht davon ausgeht, dass die Abschaffung des Privateigentums und die Umsetzung der gesellschaftlichen Veränderungen per se den seinsorientierten Menschen hervorbringen würden.)⁸⁹³

2. Schöpferisches Tätigsein

Beide, Gabriel Marcel und Erich Fromm, gehen davon aus, dass das Sein, als Gegenteil eines toten Besitz-Verhältnisses, ein schöpferisches Tätigsein, Aktivität oder Produktivität i.S. eines Engagiertseins der ganzen Person, insbesondere ihrer geistig-seelischen Kräfte bedeutet, einer Aktivität bzw. Produktivität, die allerdings scharf zu trennen ist von äußerer Geschäftigkeit oder Profitmacherei. Produktivität meint hier nicht das Hervorbringen von äußeren Werten,

⁸⁹² Auf diesem Hintergrund macht auch die ansonsten zu plakativ erscheinende Alternative Sinn, die im Titel von Fromms Spätwerk „Haben oder Sein“ zum Ausdruck kommt. Das Haben-Wollen kann den Menschen so sehr fesseln, dass die inneren Kräfte, seine Entwicklung als Person, d.h. sein eigentliches Sein, abstirbt.

⁸⁹³ vgl. Erich Fromm, *Wege aus einer kranken Gesellschaft*, S. 184; ders., *Haben oder Sein*, a.a.O., S. 364f. (zitiert nach Stephan Wirz, *Vom Mangel zum Überfluß*, a.a.O., S. 138).

sondern ist zu verstehen im Sinne von Kreativität, d.h., es entsteht etwas Neues, es wird etwas geschaffen, wobei dies nicht unbedingt einen äußeren Ausdruck (wie im Handwerk oder Kunstwerk) erfahren muss, sondern auch auf einer geistig-seelischen Ebene bestehen kann. Das Gegenteil ist ein totes, abgestorbenes („entfremdetes“) Verhältnis zu den Dingen. Im Extremfall, dies beschreibt vor allem Erich Fromm mit der Existenzweise des Habens, wird nur der Marktwert der Gegenstände gesehen, sie selbst sind dagegen nicht Mittel zur Erreichung von Lebenswerten oder Quelle der Inspiration, die in schöpferischer Weise die Fülle des Lebens zu entfalten helfen. Gabriel Marcel und Erich Fromm beschreiben so den charakteristischen Unterschied des Habens vom Sein als Einengung des transzendenten, schöpferischen Wesens des sich in Freiheit selbst übersteigenden Menschen.

3. Unterschiedliche Formen des Habens

Beide gehen davon aus, dass es eine natürliche Tendenz im Menschen gibt, haben zu wollen und dass diese nicht als solche negativ zu werten ist. Anstelle der modellhaften Gegenüberstellung des „funktionalen Habens“ und der „Existenzweise des Habens“ bei Erich Fromm geht Marcel jedoch von einer Vielzahl von Ausdrucksformen des Habens aus, von denen die höheren ins Sein übergehen.⁸⁹⁴

4. Überwindung des Habens

Nach Gabriel Marcel muss die Tendenz, haben zu wollen, durchbrochen werden durch die Fähigkeit zu Opfer und Transzendenz. Marcel geht stärker von der Freiheit des Individuums aus, sich den Dingen gegenüber verantwortlich zu verhalten. Dementsprechend sieht er ebenfalls stärker die existenzielle Bedrohtheit durch die Attraktivität der leblosen Dinge und folglich die Notwendigkeit von Transzendierung und Opfer. Bei Erich Fromm wird der Schwerpunkt auf die Änderung der sozialen Strukturen gelegt, doch geht er nicht davon aus, dass diese ohne eine Charakteränderung des Menschen wirksam sein könne. In dem posthum erschienenen Werk „Vom Haben zum Sein“ zeigt sich seine

⁸⁹⁴ Am unteren Ende müssten sich entsprechend dieser Hierarchie diejenigen Besitztümer befinden, bei denen nur der Tauschwert zählt (Geld). Dazwischen gibt es Hilfsmittel, die dazu dienen, die wichtigsten Werte menschlichen Lebens zu fördern: Entwicklung der geistigen und körperlichen menschlichen Fähigkeiten (Spiele, die Kinder fördern, Sportgeräte, die die Gesundheit zu erhalten helfen etc.). Eine scharfe Trennung zwischen solchen Hilfsmitteln, die nur den Körper und solchen, die den Geist des Menschen fördern oder aber seine seelische Entwicklung, ist problematisch, da der Mensch als leib-seelische Einheit zu verstehen ist.

Überzeugung, dass nur die Überwindung von Egoismus und Selbstsucht, das Aufgeben von Sicherheit, sowie der Mut loszulassen und die dabei auftretenden Ängste vor dem Verlust seiner selbst durchzustehen, von einer charakterlichen Haben- zu einer Seinsorientierung führen können.⁸⁹⁵

Im Folgenden werden Konsum-Varianten unterschieden, mit denen sich das Haben-Motiv verbindet.

3.2.3.2. *Funktionaler Konsum*

Vom Aspekt des *Habens*⁸⁹⁶ unterscheidet sich der *funktionale*⁸⁹⁷ Aspekt des Konsums, der einem darüber hinausgehenden Ziel dient. Beim funktionalen Konsum handelt es sich um den „Normalfall“ des Konsums, um seinen praktischen Zweck (in ökonomischer Terminologie „Gebrauchsnutzen“ im Unterschied zum „Zusatznutzen“). Im Unterschied zu dieser nutzenorientierten Form des Konsums stehen die im Folgenden zu behandelnden Aspekte der *Expressivität* und des *Illusionskonsums*, bei denen der Ausdrucks- und Symbolgehalt im Vordergrund steht. Der funktionale Konsum deckt sich am ehesten mit dem Konzept der Bedürfnisbefriedigung (vgl. Kap. 3.2.2.). Man konsumiert etwas „um zu ...“. Man isst, um den Hunger zu stillen etc.

Die ethische Beurteilung hängt von einer Reihe von Faktoren ab: vom Ziel selbst, von der Geeignetheit des Mittels, von der Verhältnismäßigkeit des Mittels (ist es unangemessen teuer?), von der Angemessenheit des (finanziellen, zeitlichen etc.) Aufwands, von der Existenz besserer Alternativen. Geht von dem Mittel eine schädliche Wirkung für einen selbst, die Mitmenschen oder die Umwelt aus? Wenn jedem Besitz und jedem Konsum die richtige Bedeutung innerhalb der richtigen Hierarchie der Lebensziele beigemessen wird, entspricht dies der Vorstellung des Heiligen Thomas von einem geordneten und angemessenen Konsumverhalten, das der menschlichen Bestimmung am besten gerecht wird.

⁸⁹⁵ vgl. Erich Fromm, Vom Haben zum Sein, a.a.O., S. 155-157.

⁸⁹⁶ Das Haben: als Akt des Verfügungens oder Verfügungkönnens, der als eigentlich menschlicher Akt geprägt sein soll von innerer Freiheit im Umgang mit äußeren Gütern, d.h. ein souveränes Verhältnis voraussetzt, das sich nicht verkehrt in eines der Abhängigkeit des Besitzenden vom Besessenen. Diese Gefahr wird nach Thomas von Aquin vermieden, indem jedem Gebrauch von Gegenständen seine Bedeutung im Rahmen einer höheren Ordnung beigegeben wird (vgl. Punkt 3.2.5.2.).

⁸⁹⁷ Der Begriff wird hier nicht in der Fromm'schen Terminologie verwendet.

Beim funktionalen Konsum wird ein Konsumgegenstand verwendet für ein *reales Ziel*, das nicht nur im Innenleben, in der Vorstellungswelt existiert. Der funktionale Aspekt, der dem Dienst- und Mittelcharakter der äußeren Güter im Rahmen eines größeren Sinnzusammenhangs entspricht, ist dem Aspekt der willkürlichen Bedeutungsgebung entgegengesetzt, die insbesondere den Illusionskonsum (s.u.) kennzeichnet.

Der reale Charakter und Bezug steht einem vorschnellen Wegwerfen in dem Maß entgegen, wie das Ziel, dem er dient, beständig ist. Dagegen ist das Innenleben, sind Träume flüchtig, es fehlt die Verankerung in der Realität.

Eine typische Form des funktionalen Konsums sind Arbeitsgeräte. Die grundsätzliche Sinnhaftigkeit solcher Geräte, die die Kräfte und die Gesundheit schonen und mit einer nennenswerten Zeitersparnis verbunden sind, wird man nur selten anzweifeln.

Andere Motive können mit dem funktionalen Aspekt des Konsums eines Gutes einhergehen oder auch diesen überlagern und selbst zur eigentlichen Funktion werden (vgl. zum Modellcharakter der hier vorgenommenen Unterscheidung Kap. 3.2.3.) Der funktionale Aspekt kann sich mit jedem anderen der hier aufgeführten Konsummotive verbinden. Der Gefahr, in reiner Funktionalität aufzugehen und das größere Ziel, den Sinnzusammenhang, aus den Augen zu verlieren, für das der funktionale Konsum jeweils nur Hilfsmittel ist, begegnete man früher beispielsweise dadurch, dass Gebrauchsgegenstände mit Bibelziten oder Sinnsprüchen versehen wurden. Sie sollten auch im Alltag beständig das Ziel des Lebens vor Augen halten. Damit verbunden war nicht eine Abwertung des Gebrauchswerts, sondern im Gegenteil seine Würdigung als Bestandteil eines größeren Sinnzusammenhangs. Diese spirituelle Perspektive (die das Leben in seinem Gesamtzusammenhang zu sehen vermag) nicht zu vergessen, bewahrt auch vor einem unangemessenen Zeitaufwand bei der Suche nach ständig verbesserten Hilfsmitteln (die außerdem natürlich kostenintensiv sind) und vor einer Zerfaserung des Lebens. Immer neue technische Gebrauchsgegenstände wie im Bereich von Computern und Handys befriedigen nicht selten eher den Spieltrieb, als dass sie wegen einer funktionalen Verbesserung tatsächlich gebraucht würden. Allerdings entsteht oft auch ein Zwang

zum Kauf eines veränderten Produkts, wenn man beispielsweise auf die Kompatibilität einer Computer-Software mit neueren Produkten angewiesen ist.⁸⁹⁸

Die folgenden Punkte befassen sich mit dem Konsumverhalten, insofern der symbolische Charakter des Produkts, seine Fähigkeit, Bedeutungsträger zu sein, eine Rolle spielt. Materielle Gegenstände symbolisieren natürlicherweise das, was sie bewirken (z.B. verkörpert das Auto Mobilität). Darüber hinaus werden ihnen Bedeutungen zugeschrieben. Diese können mit den natürlichen Eigenschaften der Dinge zusammenhängen, sie können aber auch konstruiert sein. Viele Werbespots arbeiten mit solchen „aufgesetzten Symbolen“; Sie können gemeinschaftlich geteilte Bedeutungen sein oder privatisierte, nur in der Vorstellungswelt des Individuums existierende. Je privater die symbolische Bedeutung ist, umso eher kann der Konsum illusionären Charakter annehmen.⁸⁹⁹

3.2.3.3. *Expressivität. Konsum als Ausdrucks- und Kommunikationsmittel*

- Grundsätzliche Legitimität von Expressivität mittels Konsum

Gedanken, Gefühle, Ideen, Schönheit und in allem auch ein Stück von sich selbst auszudrücken und anderen mitzuteilen, ist ein natürliches Verlangen und ein Teil der persönlichen Entwicklung und menschlichen Kommunikation. Die Sprache ist nicht das einzige Kommunikationsmittel. Gestik und Mimik ergänzen die verbale Aussage. Auch materielle Gegenstände werden zu diesem Zweck verwendet.

Grundsätzlich ist auch der Versuch, diesen Ausdruck mit Hilfe von Gebrauchsgegenständen zu bewirken, legitim. Zu fragen ist jedoch nach den Erfolgsaussichten und eventuellen kontraproduktiven Auswirkungen eines solchen Bemühens: Eignet sich Konsum als Ausdrucks- und Kommunikationsmittel?

⁸⁹⁸ vgl. Otto Walter Haselhoff, Personale und soziale Funktionen des privaten Verbrauchs, in: Günther Rosenberger (Hrsg.), Konsum 2000. Veränderungen im Verbraucheralltag, Frankfurt/Mn. 1992, S. 141-156, hier: S. 153.

⁸⁹⁹ Auch der im folgenden Kapitel behandelte Konsum, der der Expressivität und der Kommunikation dient, kann im weiteren Sinn als funktionaler Konsum bezeichnet werden. Insofern ist diese Kategorisierung nicht eindeutig. Es geht jedoch darum, die expressive, darstellende „Funktion“ oder die „Illusionsfunktion“ (die am wenigsten funktionalen Charakter hat), abzugrenzen von einem Konsum, bei dem der Mittelcharakter, die Verwendung des Konsumgegenstandes zu einem darüber hinausgehenden Zweck, im Vordergrund steht.

Zunächst sind verschiedene Aspekte der Expressivität mittels Konsum darzustellen: Ästhetik, Ausdruck des eigenen Selbst zur Selbstdefinition oder zur Kommunikation, soziale Anerkennung, soziale Ordnungsfunktion.

- Ästhetik

Das Bemühen um eine ansprechende bis hin zu einer künstlerischen Gestaltung von Gebrauchsgütern ist keine neue Erscheinung. Sie hat jedoch mit dem Wohlstand und seinen Möglichkeiten neue Dimensionen angenommen. Von Seiten der Produktion kann sie Ausdruck menschlicher Kreativität sein (dies allerdings mit vielen Einschränkungen angesichts industrieller, massenhafter Herstellung mit entsprechend monotonen Arbeitsabläufen). Grundsätzlich ist das Bemühen um Ästhetik in der Lebenswelt wie auch im persönlichen Umfeld, geeignet, einen positiven Einfluss auf das menschliche Wohlbefinden auszuüben. Menschen, die in Räumen arbeiten, die auch unter ästhetischem Aspekt geplant und eingerichtet wurden, sind motivierter als diejenigen, deren Büro einer verstaubten Amtsstube ähnelt. Ebenso hat die Art der Wohnungseinrichtung Einfluss auf das Wohlbefinden seiner Bewohner. Nach Ansicht von Mihály Csikszentmihályi und Eugene Rochberg-Halton⁹⁰⁰ lassen sich beispielsweise durch die Schaffung eines harmonischen Heimes „greifbare und substantielle Wirkungen“ erzielen. Dabei ist die häusliche Umgebung wie auch die Kultur als Ganzes nicht nur als *Ausdruck* der Person bzw. der Gesellschaft zu verstehen, sondern *zeichnet auch vor*, was sich noch entwickeln kann.⁹⁰¹

- Identität / Selbstdefinition

Während in der mittelalterlichen, ständischen Gesellschaft die soziale Identität des Individuums durch eine feste und in der Regel ein Leben dauernde Eingliederung, die sich auch nach außen durch reglementierte, sichtbare Erkennungsmerkmale äußerte, weitgehend festgelegt war, begann sich dies in der Renaissance zu ändern.⁹⁰² Die seit diesem Zeitraum erweiterten Möglichkeiten, sich als Individuum zu verstehen und sich mit eigenen Wünschen und Zielen in einer veränderten Gesellschaftsstruktur zu bewegen, führten auch dazu, dass Konsumgüter verstärkt als Mittel der Identitätsfindung und des äußeren Ausdrucks

⁹⁰⁰ vgl. Mihály Csikszentmihályi, Eugene Rochberg-Halton, *Der Sinn der Dinge. Das Selbst und die Symbole des Wohnbereichs*, München-Weinheim 1989 (Orig. 1981), S. 182.

⁹⁰¹ vgl. ebd., S. 199.

⁹⁰² vgl. Kap.1.5.; vgl. zum Zusammenhang von Konsumgütern und Identität: Ariane Stihler, *Ausgewählte Konzepte der Sozialpsychologie zur Erklärung des modernen Konsumverhaltens*, in: Doris Rosenkranz, Norbert F. Schneider (Hrsg.) *Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven*, Opladen 2000, S. 169-186, hier: S. 177 f.

von Individualität sowie als Mittel zur Darstellung oder auch Beeinflussung der gesellschaftlichen Position genutzt wurden.⁹⁰³

Besonders in der westlichen Kultur kommt heute dem materiellen Besitz ein großer Teil seiner Bedeutung aufgrund seines symbolischen Stellenwerts für die eigene Identität zu.⁹⁰⁴ Daher haben ältere Leute häufig das Gefühl, mit ihren persönlichen Gegenständen ein Stück ihrer Identität zu verlieren.⁹⁰⁵ Auch die Beurteilung anderer wird hier „zutiefst durch materielle Symbole“ beeinflusst.⁹⁰⁶

Die Psychologie weist der materiellen Umgebung eine wichtige Rolle zu bei der Formung unseres Bewusstseins, unserer Selbstwahrnehmung und unserer Wahrnehmung der Welt.⁹⁰⁷ Materielle Gegenstände tragen dazu bei, dass das Kind eine Unterscheidung zwischen sich selbst und anderen vornimmt.⁹⁰⁸ Seit die Bedeutung von Objekten für die Entwicklung von Kleinkindern erkannt wurde, wird Wert auf die Steigerung des Anregungsgehalts der Kinderzimmer gelegt.⁹⁰⁹ Aufgrund ihrer Konkretheit und Stabilität, die die Zeit überdauern, vermitteln materielle Dinge Sicherheit durch Kontinuität. An der Gegenständlichkeit der speziell vom Menschen geschaffenen Dinge entwickelt nach Hannah Arendt der Mensch ein Verständnis seiner selbst als Subjekt. Indem sie ihm, der sich ständig verändert, in ihrer Unveränderlichkeit entgegen stehen, tragen sie dazu bei, menschliches Leben zu stabilisieren.⁹¹⁰

Unsere materielle Umgebung strukturiert unsere Aufmerksamkeit.⁹¹¹ Insofern wir sie selbst gestalten, erlaubt sie bis zu einem gewissen Grad, zumindest durch Selektion und Komposition, unserer Individualität Ausdruck zu verleihen. Materieller Besitz wird als Teil eines „erweiterten Selbst“ betrachtet. Besonders deutlich ist dies bei der Kleidung der Fall, die als äußerer Ausdruck von Persön-

⁹⁰³ vgl. ebd.

⁹⁰⁴ Helga Dittmar, *The Social Psychology of Material Possessions. To Have Is To Be*, Hemel Hempstead 1992, S. 119.

⁹⁰⁵ vgl. ebd.; Erinnerungen der persönlichen Biographie verknüpfen sich mit den materiellen Gegenständen. Vgl. Hannah Arendt: „Ohne Erinnerung und Verdinglichung, die aus der Erinnerung selbst entspringt, weil die Erinnerung der Verdinglichung für ihr eigenes Erinnern bedarf, ... würde das lebendig Gehandelte, das gesprochene Wort, der gedachte Gedanke spurlos verschwinden, sobald der Akt des Handelns, Sprechens oder Denkens an sein Ende gekommen ist“ (zitiert nach Mihály Csikszentmihályi, Eugene Rochberg-Halton, *Der Sinn der Dinge*, a.a.O., S. 87f.)

⁹⁰⁶ vgl. Helga Dittmar, *The Social Psychology of Material Possessions*, a.a.O., S. 66.

⁹⁰⁷ vgl. ebd., S. 65.

⁹⁰⁸ vgl. ebd., S. 62ff.

⁹⁰⁹ vgl. Mihály Csikszentmihályi, Eugene Rochberg-Halton, *Der Sinn der Dinge*, a.a.O., S. 117.

⁹¹⁰ vgl. Hannah Arendt, *Vita activa oder Vom tätigen Leben*, Stuttgart 1960, S. 125.

⁹¹¹ vgl. Mihály Csikszentmihályi, Eugene Rochberg-Halton, *Der Sinn der Dinge*, a.a.O., S. 109.

lichkeit verstanden wird.⁹¹² Die Dinge werden eingesetzt, um ein bestimmtes Bild seiner selbst nach außen zu vermitteln bzw., um sich mittels des Besitzes ein Bild von einer Person zu machen (vgl. Thorstein Veblen, „conspicuous consumption“, Prestigekonsum).

Dinge können zum Ausdruck, zur Objektivierung und Vertiefung von Bedeutungen und Beziehungen verwendet werden, doch darf sich der Mensch nicht von ihnen abhängig machen – nicht nur mit Blick auf ihren instrumentalen Nutzen bzw. Tauschwert, sondern auch hinsichtlich der ihnen zugeschriebenen Bedeutung für die eigene Identität.⁹¹³ Wenn Dinge in einer Weise unentbehrlich werden, dass ihr Verlust Identitätskrisen auslöst, zeigt dies eine Fehlentwicklung an.⁹¹⁴

- Konsum als Kommunikationsmittel

Bei der Frage, was Konsum als Ausdrucksmittel leisten kann, ist zu unterscheiden zwischen solchen Gütern, die individuelle Gestaltung und kreatives Handeln ermöglichen, das Raum lässt für einen differenzierten und persönlichen Ausdruck und solchen Gütern, bei denen sich die Ausdrucksmöglichkeiten auf die Auswahl aus einer mehr oder weniger großen Zahl massengefertigter Produkte beschränkt. Größere Ausdrucksmöglichkeiten lassen Güter zu, die lediglich als Hilfsmittel für gestalterisches Handeln dienen, wie für die Gartenarbeit, oder handwerkliche und künstlerische Tätigkeiten. Bei vielen industriell gefertigten Gütern beschränkt sich dagegen der gestalterische Spielraum auf die Auswahl und gegebenenfalls Zusammenstellung der Güter zu einem Ganzen. Kritiker weisen auf „tote Differenzen“ (Jean Baudrillard) und die Uniformität der Massenproduktion (Tibor Skitovsky) hin. Bei dem in vielen Bereichen fast unüberschaubaren Angebot muss dies jedoch nicht zu einer uniformen und anregungsarmen Lebenswelt führen.⁹¹⁵ Dennoch unterliegen die Möglichkeiten von Konsum als Mittel des Selbstaushdrucks Grenzen, die geeignet sind, zu ständig neuen Bemühungen eines verbesserten Selbstaushdrucks auf diesem Weg zu führen, die selbst wieder unbefriedigend sind. Um die Grenzen des Darstellungspotentials der Güter auszugleichen, entwickeln viele Hersteller ein „Image“

⁹¹² vgl. Helga Dittmar, *The Social Psychology of Material Possessions*, a.a.O., S. 62ff.

⁹¹³ vgl. Mihály Csikszentmihályi, Eugene Rochberg-Halton, *Der Sinn der Dinge*, a.a.O., S. 182.

⁹¹⁴ vgl. ebd., S. 176.

⁹¹⁵ In manchen Bereichen können heute auch individuelle Wünsche in der industriellen Produktion berücksichtigt werden.

ihrer Marke, d.h., sie reichern das Produkt durch entsprechende Werbung mit einem Bedeutungsgehalt an (z.B. jung, dynamisch, selbstbewusst).

Die Grenzen von Konsum als Ausdrucksmittel fasst Grant McCracken folgendermaßen zusammen:⁹¹⁶

Materielle Symbole können von vorneherein nur einen beschränkten Bereich von Sachverhalten, Gefühlen oder Ideen vermitteln.

Die „Aussage“ dieser Symbole ist weniger direkt als die sprachliche und unterliegt in starkem Maß der Interpretation durch den „Adressaten“. Für je unterschiedliche soziale und kulturelle Gruppen können die symbolischen Bedeutungen von Objekten Unterschiedliches bedeuten, ihr Sinn ist also nicht eindeutig.

Materielle Symbole sind geeignet, Unterschiede in Status, Einkommen und Macht stärker zu unterstreichen als andere Formen der Kategorisierung.

Materielle Symbole können zwar soziale Kategorien repräsentieren, vermögen jedoch nicht in gleichem Maß zu ihrer Erneuerung beizutragen. Sie stellen insofern einen konservativen Code dar.

Bei allen aufgeführten Nachteilen des Ausdrucksmittels Konsum bleibt die Frage: Warum greifen Menschen dennoch darauf zurück? Äußere Güter, da sie das Auge fesseln, erlauben, schnelle und nachdrückliche Signale auszusenden. Sie sind ohne großen Aufwand verfügbar. Es handelt sich um ein leicht zu handhabendes, keine großen Anforderungen an eigene Ausdrucksfähigkeiten stellendes Mittel, bei dem man sich zudem Rat bei Experten (z.B. „Image-Beratern“, Innenarchitekten) holen kann. Viele Magazine und Zeitschriften leben davon. Insofern Konsumgüter außerdem ein auffälliges Kommunikationsmedium darstellen, das auch auf die Distanz wirkt, werden sie auf dem Hintergrund der Anonymität der städtischen Gesellschaft als Ausdrucksmittel verwendet, in der sie durch Angleichung und Abgrenzung gegenüber vorherrschenden Konsummustern und aktuellen Trends ein Stück Identität vermitteln.

Unabhängig davon muss man davon ausgehen, dass die Verarmung von *alternativen Ausdrucksmöglichkeiten*, v.a. der Sprache, aber auch mangelnde Gelegenheiten wirklicher Kommunikation als persönlicher Austausch, Ursachen für den Versuch darstellen, Konsum als Mittel der Kommunikation einzusetzen.

⁹¹⁶ zitiert nach Helga Dittmar, *The Social Psychology of Material Possessions*, a.a.O., S. 82.

- Soziale Ordnungsfunktion von Gütern

Güter vermitteln sowohl Zugehörigkeit zur Gemeinschaft als auch das Absetzen von ihr. Bereits Georg Simmel wies darauf hin, dass Mode als Mittel verwendet wird, sich seiner selbst durch Abgrenzung bewusst zu werden, auf der anderen Seite jedoch durch Angleichung ein Stück Gemeinschaft herzustellen (vgl. Kap. 1.6.2.). Aufgrund ihrer Wirkung „auf Distanz“ stellen Güter dieses Verhältnis zur Gesellschaft auch anonym her, ohne dass dazu eine persönliche Beziehung erforderlich wäre.⁹¹⁷

Auch früher gab es äußerliche, gesellschaftlich festgelegte Erkennungszeichen, die ein Stück Identität vermittelten und nach außen Ansehen verschafften. So war die zulässige Kleidung je nach Stand festgeschrieben, Epauletten und Abzeichen gaben Auskunft über besondere Verdienste. Im Vergleich dazu erlauben Konsumgegenstände einen weniger reglementierten und individuelleren Ausdruck der eigenen Identität, sind aber auch, da sie jedem zugänglich sind, offen für einen Gebrauch, der zu Konkurrenz um Ansehen und Prestige mittels Konsum führt. Thorstein Veblen ging davon aus, dass Expressivität mittels Konsum vorrangig zur Hebung des sozialen Status eingesetzt wird. Diese Bedeutung scheint jedoch in den Hintergrund zu treten zugunsten des Versuchs, Individualität mit Hilfe von Konsum auszudrücken wie auch Konsum als Kommunikationsmittel zu gebrauchen.⁹¹⁸ Auch die zunehmende Erfolglosigkeit von Moden zeigt, dass Konformität abgebaut wird und stattdessen Individualität und Kommunikation gesucht werden. Konsumgegenstände (Kleidung, Möbel, Pflanzen etc.) werden eher als „erweitertes Ich“ betrachtet.⁹¹⁹

Der Wunsch nach Beachtung und Anerkennung ist menschlich. Ethisch relevant ist jedoch zum einen die Frage, *wofür*, für welche Eigenschaften man diese Anerkennung sucht und welche Motive sich damit verbinden. Zum anderen ist wiederum auf die Grenzen von Konsumgütern als Darstellungsmittel zu verweisen. Die Art der Anerkennung, die sich durch Konsum erreichen lässt, beschränkt sich notwendigerweise auf das, was sich äußerlich sichtbar machen lässt: finanzielles Vermögen, Stil, Geschmack, gutes Aussehen. Nach Baudril-

⁹¹⁷ vgl. Norbert Bolz, David Bosshart, Kult-Marketing, a.a.O., S. 257.

⁹¹⁸ vgl. Otto Walter Haselhoff, Personale und soziale Funktionen des privaten Verbrauchs, in: Günther Rosenberger (Hrsg.), Konsum 2000. Veränderungen im Verbraucheralltag, Frankfurt/Mn. 1992, S. 141-156, hier: S. 152.

⁹¹⁹ vgl. ebd.

lard leistet der neue „Code der Gegenstände“ zwar eine wichtige soziale Ordnungsfunktion. Diese ist jedoch hinsichtlich ihres Kategoriensystems sehr eingeschränkt: Jeder wird nach seinen Habseligkeiten beurteilt.⁹²⁰

Insofern beim Expressivitätskonsum auf schablonierte Inhalte, die häufig von der Werbung oder entsprechenden Zeitschriften („Lifestyle-Magazinen“) vorgegeben werden, zurückgegriffen wird, dient er nicht dem *persönlichen* Ausdruck und echter Kommunikation.⁹²¹ Das Aussenden falscher Signale über die eigene Person verhindert authentische Beziehungen.

Wer sich immer wieder „verkleidet“, mit unterschiedlichen Rollen nur spielt und sein Leben immer neu im Szene setzt, hat vielleicht sich selbst als Person noch zu wenig kennen- und schätzen gelernt, nicht zu seiner Identität und erwachsenem Selbstbewusstsein gefunden. In den Fällen, wo dies ständig neu geschieht und Konsum die Staffage zum „Theaterspielen“ wird, geht die Form des Expressivitätskonsums über in den „Illusionskonsum“ als spezifische Form modernen Konsumverhaltens.

3.2.3.4. *Illusions-Konsum*

Der Versorgungs- oder Bedürfnisbefriedigungskonsum dient einem Ziel, das sich das Individuum nicht autonom setzt, sondern das von außen (durch die Triebstruktur, durch die Erfordernisse der Lebenswelt) bestimmt ist. Im Unterschied dazu steht der „mentalistiche“ oder Illusions-Konsum (Colin Campbell).

Der Gegenpol zum funktionalen Konsum ist der Illusions-Konsum insofern, als hier die Bedeutung und nicht die Funktion im Vordergrund stehen. Während beim expressiven Konsum die Bedeutung gegebenenfalls eine gemeinsame und gemeinschaftsstiftende ist, ist dies beim Illusions-Konsum nicht der Fall.

Diese Form des Konsums dient nicht primär der Befriedigung eines materiellen Bedürfnisses oder der Darstellung persönlicher oder statusorientierter Aspekte. Sie ist kein nach außen gerichteter Vorgang, sondern innenorientiert. Entscheidend ist dabei nicht die Wirkung auf andere, sondern angenehme Empfin-

⁹²⁰ vgl. Jean Baudrillard, *Das System der Dinge. Über unser Verhältnis zu den alltäglichen Gegenständen*, Frankfurt/Mn. 1991 (Original: 1968), S. 239-241.

⁹²¹ Die Begriffe „Styling“ und „Lifestyle“ sind signifikant. Sie deuten eine zugrundeliegende Vorstellung an, man könne das Leben insgesamt „entwerfen und gestalten“, aber auch ummodellieren, vor allem immer wieder ein neues schneiden wie ein Kleidungsstück. Solche Tendenzen weisen auf das Fehlen eines zugrundeliegenden Lebensentwurfs hin, dem dann erst nach außen authentisch Ausdruck verliehen werden kann.

dungen geistiger Art, die nicht unbedingt in ein reales Erlebnis münden, da das Ziel der Konsumhandlung durch mit dem Erwerb zusammenhängende Vorstellungen bereits erreicht wurde. Wenn die Erlebnisfunktion im Vordergrund steht, ist also z.B. beim Kauf eines Pullovers nicht entscheidend, dass er wärmt und kleidet, sondern dass er eine angenehme Vorstellung des eigenen Selbst in dieser oder jener Situation vermittelt, was Colin Campbell als „*selbst-illusionären*“ Charakter bezeichnet.⁹²² Das Erlebnis spielt sich zunächst nur im Kopf des Konsumenten ab, es ist unabhängig von einer späteren Realisierung. Die Desillusionierung wird sogar in gewisser Weise erwartet. Es handelt sich also um eine Art spielerischen Umgang mit dem Konsum, bei dem das „Als-ob“ eine entscheidende Rolle spielt. Der Werbung kommt eine unterstützende Funktion zu: Sie soll, und dies wird durchaus von ihr erwartet, die angenehmen Vorstellungen, die Erlebnisse, im Kopf des Konsumenten zu produzieren helfen. Die Suggestion wird bei dieser Art des Konsums nicht als Manipulation empfunden, sondern gehört sozusagen „zum Service.“⁹²³ Auch wenn die Bedeutung der Werbung und die Verfeinerung der Methoden in den vergangenen Jahrzehnten stark zugenommen haben, ist die gezielte Ausnutzung dieses Konsum-Motivs mittels geeigneter Maßnahmen viel älter. Dies zeigt die Geschichte des Kaufhauses, das bereits in seinen Anfängen nicht nur viele verschiedenartige Waren unter einem Dach anbot, sondern auch, durch deren gefällige Präsentation, zum Flanieren und Träumen einlud.

Der Illusions-Konsum ist die am stärksten privatisierte Konsum-Variante, die durch eine „innenorientierte“ Haltung (Schulze) geprägt ist und eine autonome Beeinflussung der eigenen Gefühlswelt zum Zweck der Abwechslung und des Vergnügens beinhaltet (vgl. Kap. 1.6.4.). Diese innenorientierte Haltung, die des gemeinschaftlichen Elements nicht mehr bedarf, ist in der Gestaltung ihrer Erlebnisse weitgehend unabhängig von äußeren Umständen und braucht ein Publikum nicht zur wirklichen Inter-Aktion (diese würde gegebenenfalls die Illusion rasch zerstören), sondern vor allem, um den *Schein der Wirklichkeit* herzustellen. Diesem Zweck dient auch der Gegenstand selbst in seiner materiellen Dimension, der als konkretes Objekt, anders als die Phantasiewelt des Films

⁹²² vgl. Kap. 1.6.4.

⁹²³ vgl. Gerhard Schulze, *Die Erlebnisgesellschaft*, a.a.O., S. 443. Auch Michael Erlhoff sieht das Hauptproblem nicht in einer Pathologie des Besitz-, sondern des Kaufstrebens. Seine Kennzeichnung der Motivationslage lautet: Kaufen macht Spaß, Besitz frustriert (vgl. Michael Erlhoff, *Kaufen macht glücklich, Besitz frustriert*, in: *Süddeutsche Zeitung MAGAZIN* Nr. 12 vom 24.3.1995, S. 20-23; ders., *Nutzen statt Besitzen*, Göttingen 1995).

oder Romans⁹²⁴, eine Verankerung in der Realität, eine „Brücke“ von der Vorstellungswelt zur Wirklichkeit schafft, die dem Gedankenspiel größere Plausibilität verleiht und die „Als-ob“-Haltung verstärkt, mit der sich der Illusions-Konsumist zwischen Phantasiewelt und Realität bewegt.⁹²⁵ Diese Art des Tagträumens und die damit autonom geschaffene Schein-Wirklichkeit unterscheiden den Illusionskonsums von solchen Formen des Hedonismus, bei denen reale sinnliche Reize das Vergnügen hervorrufen (vgl. Kap. 1.6.3.). Colin Campbell hat die geistesgeschichtlichen Wurzeln dieser Konsumform im Zusammenspiel von romantischen und puritanischen Strömungen verortet.

Eine weitere Erklärung, warum Menschen Erlebnisse im Konsum suchen, ist die Monotonie und Erlebnisarmut der Lebenswelt und das daraus resultierende Bedürfnis nach Abwechslung. Die Erlebnisarmut ihrerseits hat viele Aspekte. Dazu gehört die Inanspruchnahme durch die Arbeitswelt mit ihren häufig wenig stimulierenden Anforderungen. Insofern diese Monotonie teilweise auch ästhetische Gründe hat, liegt sie in der Logik von massenproduzierten, kaum sinnliche Anregung bietenden Produkten. Je stärker sie die Uniformität der Lebenswelt verstärken, umso mehr wird sich umgekehrt das Bedürfnis nach Abwechslung und Neuem geltend machen.⁹²⁶ Insofern dieses Bedürfnis wiederum durch den Konsum von Gütern und unter Zuhilfenahme selbst-illusionärer und durch die Werbung unterstützter Prozesse befriedigt wird, seinen Grund also nicht in wirklicher Anregung bietenden ästhetischen Erfahrungen hat, verbleibt der Konsument in einem *circulus vitiosus* (der allerdings kaum als solcher empfunden wird, sondern eher als goldener Käfig) sich wiederholender angenehmer Illusionen, die aufgrund der ihnen auf den Fuß folgenden Desillusionie-

⁹²⁴ Da an dieser Stelle nur der Umgang mit materiellen Gegenständen thematisiert wird, werden diese Formen der Vergnügungssuche oder der Suche nach Unterhaltung und Abwechslung (Film, Fernsehen etc.) hier nicht behandelt. Sie teilen jedoch mit dem Illusionskonsum das Moment der Flucht aus der Wirklichkeit (s.u.).

⁹²⁵ Ähnlich beschreibt Gerhard Schulze mit dem Begriff der *Erlebnisrationalität*, den er nicht nur auf das Konsumverhalten anwendet, sondern auf eine gewandelte Lebenseinstellung generell, die *Funktionalisierung der äußeren Umstände für das Innenleben*. Das Leben als Ganzes wird so zum „Erlebnisprojekt“ (Gerhard Schulze nennt dies auch *Ästhetisierung*, die Suche nach dem schönen Leben, i.U. zu einer Lebensauffassung, die auf ein *Ziel*, wie das Überleben, gerichtet ist, oder sich einer Sache, einer Aufgabe verschreibt, wie das Erfüllen einer Lebensaufgabe (vgl. ders., Die Erlebnis-Gesellschaft, a.a.O., S. 13). Das Erlebnis wird selbst zum Gegenstand (statt zur Begleiterscheinung) der Handlung. Diese Charakterisierung des Verhaltens findet sich auch bei anderen Soziologen (vgl. z.B. bereits Georg Simmel, auch Horst W. Opaschowski, Colin Campbell, Neil Postman). Was eine solche „innenorientierte“ Haltung (Gerhard Schulze) für das Konsumverhalten bedeutet, hat am tiefgründigsten Colin Campbell analysiert. Erlebniskonsum ist nach Gerhard Schulze charakterisiert durch *Unsicherheit* und ein *Enttäuschungsrisiko*, denn es gibt keine klare Vorstellung über das Erlebnisziel, was zu „konsumtivem Aktivismus“ führt (vgl. ders., Die Erlebnis-Gesellschaft, a.a.O., S. 432).

⁹²⁶ vgl. Tibor Scitovsky, Psychologie des Wohlstands, a.a.O., S. 214.

rung als Schein-Erlebnisse ständig erneuert werden müssen. Sie bieten keinen Erinnerungswert, sie tragen wenig zur Entwicklung der Persönlichkeit bei, sie bauen eine Schein-Welt auf, die nach Belieben und unabhängig von anderen individuell gestaltet werden kann, sie enthalten keine realen Herausforderungen, an denen man wachsen und Fähigkeiten entwickeln könnte. Sie sind nach Belieben austauschbar, ersetzbar, gestaltbar, der eigenen Kontrolle vollständig unterworfen. Insofern sie selbst-illusionär sind, erlauben sie keine gemeinsamen Erlebnisse mit einem Kommunikationswert und sie erfordern keine soziale Rücksichtnahme. In doppelter Hinsicht ist diese spezifische Konsum-Variante mit dem Individualismus verknüpft: Sie setzt ihn voraus, da die Phantasiewelt eine individuelle Angelegenheit ist und sie fördert ihn, insofern verbindende Erfahrungen oder ein Austausch über Erlebnisse nicht möglich sind. Zwar ist die Werbung bemüht, die Produkte mit einem Symbolwert auszustatten und gemeinsame Vorstellungswelten zu schaffen. Sie sind jedoch in ihrer Beziehung zu dem Konsumgut meist – bei vernünftiger Betrachtungsweise – so phantastisch, dass sie sich als Ansatz für reale Erfahrungen eben nicht eignen und aus diesem Grund auch nicht als Grundlage für einen Austausch solcher Erfahrungen. Die Konstruiertheit der Verbindung, beispielsweise zwischen Kaffee und harmonischem Familienleben, Waschmittel und Geborgenheit, Auto und neuem, naturverbundenen Lebensgefühl – wie sie in den letzten Jahren in Fernseh-Werbespots verheißen wurden – ist so offenkundig, dass man sich nur insgeheim, aber kaum gegenüber anderen, auf derartige Deutungsmuster einlassen würde.

Der Illusions-Konsum ist geprägt durch das Merkmal des *Neuen*. Das lange Bekannte bietet nicht genügend Ansatzpunkte für das autonom-selbstillusionäre Spiel mit Vorstellungen und Selbstbildern, sondern das Unbekannte des neuen Gegenstands dient als Anlass, diesen wiederum mit Bedeutungen zu überfrachten, die durch den alten nicht eingelöst wurden. So verliert auch der neue Gegenstand mit seiner symbolischen Bedeutung, die sich als unrealistisch herausstellt, schnell wieder seinen Wert, und die Enttäuschungsspirale setzt sich fort. Es handelt sich um einen *mentalistischen* (Colin Campbell) Konsumismus, um einen *Verschleiß der symbolischen Bedeutungen* von Gütern, der die *materielle Verschwendung* nach sich zieht.

Dass das Neue einen gewissen Reiz birgt, ist eine allgemein menschliche Erfahrung. Die Umwelt bietet jedoch auf der einen Seite ein Zuviel an Reizen („Reizüberflutung“), auf der anderen Seite sind viele Aspekte des Lebens

(automatisierte Arbeitsabläufe, Uniformität massenproduzierter Waren, z.B. Fertiggerichte, die immer gleich schmecken) arm an Anregung. Die Suche nach immer neuen Anregungen ist die Folge. Nicht immer jedoch standen die Menschen dem Neuen positiv gegenüber, sondern aufgrund des Nichtkennens auch mit Vorsicht, wenn nicht gar Misstrauen.

Beim *Konsum des Neuen* handelt es sich um eine harmlose, banalisierte Form der Begegnung mit dem Neuen, die jederzeit kontrollierbar ist und keine wirkliche Beeinflussung im Sinn einer persönlichen Entwicklung zulässt. Zwar lebt der Illusions-Konsum von der Vorstellung, als könnten die gekauften Objekte tatsächlich einen entscheidenden Wandel des Lebens bewirken. Diese Vorstellung existiert jedoch nur auf der „Als-ob-Ebene“ (s.o.); tatsächlich ist man sich auf einer anderen Ebene bewusst, dass das Gekaufte nicht wirklich z.B. umfassendes Wohlbefinden, familiäre Geborgenheit, allgemeine Beliebtheit und Bewunderung - so einige der gängigen Werbemotive - bewirkt. Das eigentliche menschliche Verlangen nach Umkehr und Erneuerung wird auf diese Weise leicht verschüttet. Der Weg in die Tiefe der inneren Erneuerung wird verstellt, weil die Suche, abgelenkt durch das banale Neue, nicht in die Tiefenschichten vordringt, die die Person selbst in ihrem Kern ausmachen. In diesem Sinn wird Konsum zu einem Betäubungsmittel für das wirkliche Leben. Insbesondere der Illusionskonsum bedeutet eine Flucht aus der Wirklichkeit in eine Welt „neben der Welt“: die selbst geschaffene Illusion.

Die bewusste Herbeiführung von Illusionen – beispielsweise im Theater – gibt es seit antiken Zeiten. Entscheidend ist der Grad der Bewusstheit, dass es sich um eine Illusion und nicht um das wirkliche Leben handelt. Im Unterschied zum Illusionskonsum kann die bewusste Illusion des Theaters bildende, heilende, erkenntnisvertiefende Wirkung haben. Charakteristisch für den Illusionskonsum ist jedoch gerade das gegenseitig nicht befruchtende Verhältnis, die Trennung in eine Welt äußerer Nüchternheit und eine privatisierte Innenwelt, die, anders als die ästhetische Welt des Künstlers, nicht von der Auseinandersetzung und Gestaltung, Befruchtung und Inspiration der Realität lebt, sondern weitgehend unabhängig von ihr ein autonomes Eigenleben führt.

Illusions-Konsum ist gekennzeichnet durch die fehlende Hinordnung auf ein Ziel. Die Integration in ein Ganzes des Lebenszusammenhangs findet nicht statt. Es wird lediglich ein kurzfristiges Erlebnis ohne tiefergehende Bedeutung gesucht.

Eine problematische Entwicklung liegt insbesondere auch dann vor, wenn die Illusion aus Mangel an besseren Alternativen praktisch als Zeitvertreib gesucht wird und das Leben als solches zu einer „Als-ob“- Inszenierung wird, bei der man in ständig wechselnde Rollen schlüpft und für sich selbst illusionäre Welten kreiert.

Welche (sozial-)ethischen Schlussfolgerungen sind aus den vorangegangenen Analysen zu ziehen?

3.3. Sozialethik, Ethik und Ethos des Konsums – Ergänzende Kriterien

Christliche Ethik versteht sich nicht als Sondermoral, sondern als Hilfe zur eigentlich menschlichen Lebensform. Im Letzten gibt es von diesem Verständnis her keine Trennung einer „allgemein menschlichen“ und einer christlichen Moral. Christliche Ethik und das gelebte christliche Ethos wurzeln in der christlichen Tradition mit ihrem Welt- und Menschenbild. Diese sind prinzipiell kommunikabel, gründen jedoch auf letzten Überzeugungen; das heißt, der Kern des Glaubens kann im rationalen Diskurs nicht als notwendig erwiesen werden.

Auf der Grundlage des Glaubens mit seinem Welt- und Menschenverständnis werden andere Lebenskonzepte möglich, die den Verzicht auf irdische Glücksverheißungen einschließen. Ein gelingendes, ein *gutes Leben* im christlichen Sinn hängt daher nicht von der Erfüllung irdischer Glücksverheißungen ab. Ein besonderes Zeichen dafür sind die evangelischen Räte der Ehelosigkeit, der Armut und des Gehorsams, zu denen sich die Ordensleute verpflichten.

In diesem Sinn stellt sich im Folgenden nicht nur die Frage nach den konsumethischen Minimalanforderungen einer Gesellschaft, d.h., welche konsumethischen Prinzipien sich aus der Gerechtigkeitsforderung ergeben (Kap. 3.2.4.1), sondern darüber hinaus, was zum „guten Leben“ als Christ gehört, wie also ein von christlichem Geist geprägtes *Konsumethos* aussehen kann.⁹²⁷

⁹²⁷ Die Christliche Soziallehre muss ihre rational formulierten, ethisch begründeten Positionen auch in Formulierungen des Christlichen Ethos ausdrücken. Nur ein solches Ethos kann die Grundlage bilden für eine breit angelegte christliche Weltverantwortung (vgl. Joachim Wieweyer, Europäische Union und weltwirtschaftliche Gerechtigkeit. Die Perspektive der Christlichen Sozialethik = Schriften des Instituts für Christliche Sozialwissenschaften der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, Bd. 39, Münster 1998, S. 248).

Die vorangegangene Analyse hat gezeigt, dass Konsum als komplexes Phänomen, das sich nicht auf die Bedürfnisbefriedigung beschränkt, einer differenzierten ethischen Betrachtung bedarf. Begriffe wie Materialismus und Konsumismus und Gegensatzpaare wie Haben – Sein; Biophilie – Nekrophilie; Lebensstandard – Lebensqualität, die in knapper Form einen richtigen Sachverhalt auf den Punkt bringen und daher auch ihren Sinn haben, erweisen sich aufgrund ihrer Allgemeinheit als unzureichend für diesen Zweck. Auf die Schwierigkeiten der praktischen Anwendbarkeit von Bedürfnismodellen wurde ebenfalls bereits hingewiesen (vgl. Kap. 3.2.2.).

Die folgenden Überlegungen sollen Kriterien, innere Haltungen (Tugenden) und institutionelle Hilfen aufzeigen, die über allgemeine ethische Grundsätze (wie Human-, Sozial- und Umweltverträglichkeit) hinausgehen und die in den Kapiteln 3.2.3.1.-3.2.3.4. beschriebenen Aspekte des Konsumverhaltens differenziert berücksichtigen. Grundsätzliche ethische Forderungen, beispielsweise der Gerechtigkeit und Nächstenliebe wie auch die allgemeinen sozialetischen Leitlinien der ökologischen und sozialen Verträglichkeit, sowie das einer theologischen Ethik zugrunde liegende christliche Menschenbild mit den ihm entsprechenden Werten, werden an dieser Stelle vorausgesetzt.

In diesem Sinn geht es im Folgenden um *ergänzende* Kriterien einer theologischen Konsumethik und eines christlichen Konsumethos.

3.3.1. (Sozial-)ethik des Konsums

Zunächst ist die Frage zu stellen, welche ethischen Maßstäbe und welche sozialetischen Implikationen die vier oben unterschiedenen Formen des Konsums für *alle* in einer pluralen Gesellschaft Lebenden nahe legen. Es handelt sich um Kriterien, die durch Vernunftgründe aufweisbar sind, sofern man einen gewissen anthropologischen Konsens und Übereinstimmung im grundlegenden Verständnis von Gerechtigkeit voraussetzt. Im Unterschied dazu geht es im folgenden Kapitel 3.3.2. um die Frage, in welcher Weise ein Geist christlichen Konsumierens bestimmt werden kann, das heißt, es ist nach den Umrissen einer christlichen Spiritualität des Konsums zu fragen, und zwar wiederum auf der Basis der vier unterschiedlichen Formen des Konsums. Auf diese Unterscheidung wird Wert gelegt, weil man nur in einer genügend spezifischen Sprechweise der differenzierten Konsumpraxis gerecht werden und Hilfen für die ethische Praxis geben kann.

3.3.1.1. *Haben-Aspekt*

Ein christliches Konsumethos (vgl. folgendes Kapitel) impliziert eine spezifische Einstellung dem Haben gegenüber, die durch eine entschiedene Haltung des Neuen Testaments vorgegeben ist. Auch unabhängig davon jedoch haben Askese und Maßhalten einen menschlichen Wert. „Maßhalten und Verzicht machen uns tüchtig, indem sie uns tauglich machen für die Begegnung mit einer Wirklichkeit, die uns Widerstand leistet.“⁹²⁸ Sie ermöglichen die notwendige Distanz zu den Gütern, die innere Freiheit ihnen gegenüber und die Möglichkeit, sie in den Gesamtzusammenhang der Lebensziele zu integrieren. Askese, als Instrument der Charakterbildung oder, christlich, als Erinnerung an die Hinfälligkeit des Lebens und Hinordnung auf den Tod, wirkt heute auf viele fremd. Verzicht und Enthaltensamkeit werden oft nur als Instrument zur Erreichung eines nahe liegenden Ziels verstanden.

Erich Fromm hat gezeigt, dass die Haben-Orientierung nicht nur den Einzelnen an der Fülle und Vielfalt des Lebens vorbeiführt. Zudem ist sie eher Zwietracht säend als sozial verbindend. Das Gemeinwesen der demokratischen kapitalistischen Staaten ist in gewisser Weise paradox. Die Wirtschaft lebt davon, dass die Menschen mehr haben und besitzen wollen. Die Werbung ist darauf ausgerichtet, dass möglichst viel gekauft und konsumiert wird. Kein Gemeinwesen kann jedoch auf dem Prinzip der Gewinnmaximierung aufbauen und existieren. Ein Staat, der mehr als die bloße Organisation von Privatinteressen sein soll, kann kein Interesse an Menschen haben, die auf das Haben fixiert sind, denn eine solche Fixierung vernachlässigt das soziale Moment, das den Staat von innen zusammenhält. Es liegt im staatlichen Gemeinwohl-Interesse, gemeinschaftsbildende Kräfte zu fördern. Dies betrifft sowohl die Ergänzung des Marktprinzips durch soziale Institutionen („Soziale Marktwirtschaft“) als auch die gesellschaftliche Förderung durch entsprechende Einrichtungen wie Familien, Kirchen, Kulturstiftungen.

Dabei ist auch die Frage entscheidend, nach welchen Kriterien gesellschaftliche Anerkennung zuteil wird. Wenn dies einseitig durch materiellen Besitz geschieht, braucht eine humane Gesellschaft Gegensteuerung durch *Systeme immaterieller Anerkennung*, beispielsweise im Bereich der Bildung, für künstle-

⁹²⁸ Karl Lehmann, Bischof, Hirtenwort zur österlichen Bußzeit 1985, hrsg. von der Bischöflichen Kanzlei Mainz (1985), Nr. III.

rische und soziale Leistungen.⁹²⁹ Der Förderung eines entsprechenden Wertebewusstseins kann die Verleihung von Titeln, Orden und Urkunden dienen. Das Soziale und das Sinnstiftende kann der Staat den Einzelnen nicht selbst geben, jedoch kann er durch entsprechende Strukturen Räume der Kunst, Kultur und Religion ermöglichen.

3.3.1.2. *Funktionaler Konsum*

Insofern sich der funktionale Konsum (Bedürfnisbefriedigungskonsum) vom Ziel her bestimmt, ist auch die ethische Beurteilung primär eine solche des angestrebten Ziels. Der Konsumgegenstand selbst, als Mittel zur Erreichung dieses Ziels, ist seinerseits zu prüfen auf Geeignetheit (technischer Aspekt), Haltbarkeit (vgl. Nachhaltigkeit als ethisches Prinzip⁹³⁰), Zeitersparnis, Energieverbrauch, Umweltbelastung, Notwendigkeit mit Blick auf die Erreichung des Ziels, Angemessenheit und Vertretbarkeit des finanziellen Aufwands mit Blick auf die mögliche Verwendung des Geldes für bessere oder für vordringliche Zwecke (nicht nur für sich selbst, sondern auch für andere).

In einem freien Wirtschaftssystem entspricht der Freiheit der Konsumenten ihre Eigenverantwortung für ihr Kaufen und Verbrauchen. Diese erfordert insbesondere *Nüchternheit und Realitätssinn* bei der Einschätzung des Werts einer Anschaffung im Hinblick auf die Zielwerte des eigenen Lebens. Dabei ist besonders auch darauf zu achten, dass Schein-Neuerungen als solche erkannt werden. Insbesondere bedarf es der Fähigkeit, Verbesserungen der materiellen Ausstattung in ihrer Relativität gegenüber immateriellen Zielen wahrzunehmen. Dabei geht es nicht nur um die eventuelle Verschwendung finanzieller Mittel, die für sich oder andere sinnvoller eingesetzt werden könnten, sondern auch um den Aufwand an *Zeit*, die das Prüfen, Auswählen, Kaufen und die Inbetriebnahme und Anwendung neuer Güter erfordern.

Ergänzend sind *institutionelle Regelungen* zu finden, die Markttransparenz und Verbraucher-Souveränität gewährleisten, und die vor schädlichen Produkten schützen (notfalls durch gesetzliche Regelungen, wie beim Verbot von Drogen). Durch eine zentrale Instanz dagegen festzulegen, was überhaupt produziert

⁹²⁹ vgl. Dieter Birnbacher, Was wir wollen, was wir brauchen und was wir wollen dürfen, a.a.O., S. 55.

⁹³⁰ vgl. Ulf Schrader, Ursula Hansen (Hrsg.), Nachhaltiger Konsum. Forschung und Praxis im Dialog, Frankfurt/Mn. 2001; BUND, Misereor (Hrsg.), Zukunftsfähiges Deutschland. Ein Beitrag zu einer global nachhaltigen Entwicklung. Studie des Wuppertal Instituts für Klima, Umwelt, Energie, Basel-Boston-Berlin 1996;

werden soll, käme der Einführung eines Wirtschaftssystems gleich, das mit dem Marktprinzip auch die Bestimmung der Verbraucher über die Produkte, die sie wollen, untergräbt. Dies enthebt allerdings nicht den Produzenten von seiner Verantwortung für das, was er produziert (auch wenn er nicht für jeden Missbrauch seiner Produkte verantwortlich gemacht werden kann). Ebenso trägt in einem freien Wirtschaftssystem der Verbraucher durch seine Nachfrage Mitverantwortung für das, was produziert wird und gegebenenfalls unter welchen Bedingungen produziert wird. Dies setzt allerdings voraus, dass entsprechende Informationen und Transparenz über Produkte, Herstellungsprozesse und Arbeitsbedingungen durch die Firmen überhaupt gegeben sind. Darüber hinaus käme es einer Überforderung der Konsumenten gleich, und wäre außerdem eine zeitliche Unmöglichkeit, sollten sich Konsumenten alle erforderlichen Informationen, die für einen Vergleich von Produkten unter ethischen Kriterien notwendig sind, selbst beschaffen. Entsprechende institutionelle Hilfen sind aus diesem Grund erforderlich. Erst sie gewährleisten auch ein gewisses Gegengewicht zur Marktmacht der Unternehmen.⁹³¹ Die Vorstellung uneingeschränkt funktionierender Konsumentensouveränität ist jedenfalls „zu voraussetzungsvoll, da sie die volle Funktionstüchtigkeit und Transparenz des Marktgeschehens“⁹³² unterstellt. Dennoch besitzen Verbraucher Einfluss, besonders, wenn sie ihre Macht bündeln (z.B. ADAC). Weitere Möglichkeiten der Einflussnahme von Verbrauchern sind das Ausweichen auf andere Produkte oder Produktgruppen und die alternative Befriedigung eines Bedürfnisses (vgl. Kap. 3.2.2.), die gegebenenfalls ohne den Kauf eines (fertigen) Produktes auskommt.⁹³³

Verbraucher sollten sich ihres Einflusses in dieser Hinsicht, der bis zum Konsum-Boycott reichen kann, stärker bewusst werden. Ein Beispiel für die Berücksichtigung ethischer Gesichtspunkte ist der Trans-Fair-Handel.⁹³⁴

⁹³¹ vgl. Ulrike Knobloch, Theorie und Ethik des Konsums, a.a.O., S. 161ff.

⁹³² Günter Wiswede, Konsumsoziologie – Eine vergessene Disziplin, in: Doris Rosenkranz und Norbert F. Schneider (Hrsg.), Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven, Opladen 2000, S. 23-72, hier: S. 45. Strategien zur Erhöhung der Markttransparenz, sofern sie von den Unternehmen selbst ausgehen, werden in der Regel auch interessengebunden sein.

⁹³³ vgl. ebd., S. 42f.

⁹³⁴ vgl. Stephan Stricker, Weltweite Gerechtigkeit konkret. Die fast dreißigjährige Geschichte des „Fairen Handels“, in: Herder Korrespondenz 50 (7/1996), S. 362-367; ders., Verhalten und Verhältnisse ändern: Die Trans-Fair-Kampagne, in: Raul Betancourt (Hrsg.), Die „vorrangige Option für die Armen“ der katholischen Kirche in Lateinamerika. Zugänge zu ihrer Begründungsproblematik, Geschichte und Verwirklichung, Bd. 2: Interventionsbereiche, Strategien und Anschlussfähigkeit, Aachen-Mainz 2000, S. 121-139; Vera Herbst, Shopping for a better world. Fairer Handel, in: Wirtschaftsspiegel 36 (6/1996), S. 4-6.

Institutionelle Unterstützung ist möglich durch Verbraucher-Listen, Verbraucherberatungen, Test-Organisationen und gesetzlich vorgeschriebene Produkttransparenz mit Blick auf Inhaltsstoffe und Herstellungsverfahren. Weitere ethische Kriterien für den funktionalen, bzw. Bedürfnisbefriedigungskonsum, wurden von Stephan Wirz⁹³⁵ zusammengestellt, der sich an den allgemeinen ethischen Forderungen der humanen Angemessenheit, sozialen Verträglichkeit und ökologischen Verträglichkeit des Konsums orientiert und diese Prinzipien auf ihre Bedeutung für die Handelnden der Konsumethik (Konsumenten, Produzenten, öffentlichkeitswirksame Organisationen und Medien, Staat) befragt.⁹³⁶

Insofern der funktionale Aspekt auch bei den im Folgenden dargestellten Konsumformen eine Rolle spielt, gelten die hier aufgeführten ethischen Kriterien auch für diese.

3.3.1.3. *Expressivitäts-Konsum*

Das expressive Potential von Konsumgütern wird (wie oben beschrieben) als ästhetischer Faktor, zur Selbstdefinition, Selbstdarstellung nach außen, zur Kommunikation und zur Darstellung sozialer Ordnung genutzt.

Die ethische Bewertung hängt von der spezifischen Ausgestaltung ab. Außer den allgemein geltenden Kriterien sind dabei generell die Mängel des *Darstellungs- und Kommunikationspotentials* von Konsumgütern zu beachten (vgl. Kap. 3.2.3.3.).

Zudem ist nach dem *Charakter* des Darstellungspotentials zu fragen:

Handelt es sich um „Images“, die dem Produkt in mehr oder weniger konstruierter Weise durch die Werbung beigegeben werden („aufgesetzte Symbole“⁹³⁷), oder kommt dem Produkt als solchem eine natürliche Ausdruckskraft zu? (Es liegt in der Natur der Güter, dass sie das, was sie bewirken, auch nach außen darstellen). In welchem Grad ist die Ausdruckskraft eine eingebildete und inwiefern wird sie überhaupt von anderen verstanden? Je mehr der Aspekt der privatisierten Bedeutungsgebung überwiegt – die nicht die erwünschte kommunikative Wirkung hat – umso mehr muss man vom „Illusionskonsum“ sprechen (s.u.) und in umso stärkerem Maß ist die Tendenz vorhanden, die wir-

⁹³⁵ Stephan Wirz, Vom Mangel zum Überfluß, a.a.O., 3. Kapitel.

⁹³⁶ vgl. auch Karl-Georg Michel (Konsumethik in der Wohlstandsgesellschaft, a.a.O., S.129 ff.) der darüber hinaus die Nachhaltigkeit als konsumethisches Handlungsprinzip berücksichtigt.

⁹³⁷ z.B. wenn die Zigarette zum Symbol für Freiheit und Abenteuer gemacht wird oder das Waschmittel zum Symbol für familiäre Geborgenheit.

kungslosen alten (die die unrealistische Erwartung nicht erfüllten) durch neue Produkte zu ersetzen.

Bei Konsumgütern handelt es sich um vergleichsweise teure Ausdrucksmittel. Zumindest trifft dies im Vergleich mit der Sprache zu. Ausdruckswert und *finanzieller Aufwand* stehen oft in keinem angemessenem Verhältnis. Will man hier gegensteuern, müssen andere Ausdrucksfähigkeiten gefördert werden. Notwendig ist das Pflegen der sprachlichen Ausdrucksfähigkeiten und die literarische Bildung, um der Tendenz der Verarmung der Sprache entgegenzuwirken. Das Erlernen weiterer Ausdrucksfähigkeiten (beispielsweise kunsthandwerklicher, musikalischer, tänzerischer Art) ist zwar ebenfalls ein Kostenfaktor⁹³⁸, der jedoch - anders als bei rasch entsorgten Konsumartikeln - in die Entwicklung persönlicher Fähigkeiten sinnvoller investiert ist.

Zudem bleibt zu berücksichtigen, dass der Versuch konsumtiver Expressivität nur einen geringen Einsatz eigener *Kreativität* zulässt. Hier ist zu unterscheiden nach der Art der Güter, ob diese nur Hilfszwecken dienen, wie Pflanzen-Setzlinge für die Garten-Gestaltung, oder ob es sich beispielsweise um den Erwerb einer von anderen „durchgestylten“ Wohnungseinrichtung handelt.

Während Versuche des Selbstaudrucks und der Kommunikation mit Hilfe von Konsumgütern zwar in ihrer Relativität und Problematik zu beurteilen, aber *an sich* ethisch nicht zu beanstanden sind, verhält es sich anders, wenn Konsum nicht dem wahrhaftigen Selbstaudruck und echter Kommunikation dient, sondern eher der Verschleierung oder auch Stilisierung und Inszenierung ständig wechselnder Inhalte. Es geht also um das Kriterium der *Authentizität*. Wenn nur ein Wunschbild seiner Selbst nach außen dargestellt wird („Soll-Zustand“ statt „Ist-Zustand“⁹³⁹), leidet die Kommunikation. Zwar ist die Suche nach mitmenschlicher Beachtung und Anerkennung ein natürliches Bedürfnis, und das Bemühen um eine vorteilhafte Präsentation seiner selbst verständlich und in Grenzen sogar wünschenswert, doch darf dies nicht zu einer falschen Aussage über die Person als solche werden. Die Inszenierung eines solchen

⁹³⁸ Dies ist insbesondere der Fall, wenn die volkstümliche Vermittlung solcher Fähigkeiten abgerissen ist. Heute werden diese häufig nicht von Eltern oder Großeltern an die Kinder weitergegeben, sondern müssen in Kursen neu erworben werden.

⁹³⁹ vgl. Susan Schultz-Kleine, Possessions, in: Peter Earl, Simon Kemp (Hrsg.), *The Elgar Companion to Consumer Research and Economic Psychology*, Cheltenham, Elgar, 1999, S. 453-458, hier: S. 454f., zitiert nach Ariane Stihler, *Ausgewählte Konzepte der Sozialpsychologie zur Erklärung des modernen Konsumverhaltens*, in: Doris Rosenkranz, Norbert F. Schneider (Hrsg.), *Konsum*, a.a.O., S. 169-186, hier: S. 178.

Wunschbildes seiner selbst geschieht oft als Kompensation für ein ungenügendes Selbstwertgefühl⁹⁴⁰, mit der vermisste, aber gewünschte Eigenschaften dargestellt werden. Dies ist nicht im Sinne eines bewussten Betrugs zu verstehen. Vielmehr wird von der Inszenierung auch ein realer Einfluss, eine Änderung der Wirklichkeit erwartet, die durch ein zumindest kurzzeitig verändertes Selbstwertgefühl im Sinne einer Ablenkung und vorübergehenden Stabilisierung auch eintreten kann. Dieser Aspekt des Konsums nimmt anscheinend an Bedeutung zu.⁹⁴¹ Ein solches kompensatorisches Verhalten⁹⁴² kann jedoch die Ursache – die Selbstwertschwäche – nicht aufheben, sondern nur überdecken und ist daher auf Dauer wohl kontraproduktiv.⁹⁴³

Der Prestigekonsum („conspicuous consumption“) zum Zweck der gesellschaftlichen Konkurrenz ist ebenfalls an sich ethisch zu beanstanden, insofern er auf einer missgünstigen, von Neid geprägten Grundhaltung beruht. Fred Hirsch hat zudem darauf hingewiesen, dass eine Konkurrenz um „positionale Güter“ zu einem „gesellschaftlichen Rattenrennen“ führt, das letztlich kaum jemandem nützt, aber Ressourcen und Zeit verschlingt.⁹⁴⁴

Wenn Konsumgüter als Ausdruck der Persönlichkeit oder Lebensauffassung verwendet werden sollen (was nur eingeschränkt möglich ist, s.o.), setzt dies eine gewisse *Kontinuität* voraus, da Persönlichkeiten sich zwar entwickeln, aber nicht beständig grundlegend ändern. Eine anhaltende Suche nach neuen Ausdrucksmöglichkeiten, der immer neue Wechsel von Stilen und das Verfolgen aktueller Trends kann dagegen auf das Fehlen einer stabilen Persönlichkeit hindeuten. Man wird ein solches Verhalten, insofern es dem jugendlichen Selbstfindungsprozess, in dem Unsicherheiten und Ausdrucksschwierigkeiten zur Entwicklung gehören, anders bewerten als dasselbe Verhalten bei Erwachsenen.

⁹⁴⁰ vgl. Ariane Stihler, *Ausgewählte Konzepte der Sozialpsychologie zur Erklärung des modernen Konsumverhaltens*, a.a.O., S. 178.

⁹⁴¹ vgl. ebd.

⁹⁴² zur Definition von Kompensationskonsum vgl. Gerhard Scherhorn, Lucia Reich, Gerhard Raab, *Kaufsucht. Bericht über eine empirische Untersuchung*, Stuttgart, Universität Hohenheim, Arbeitspapier 50 (1996), zitiert nach Ariane Stihler, *Ausgewählte Konzepte der Sozialpsychologie zur Erklärung des modernen Konsumverhaltens*, a.a.O., S. 178f.

⁹⁴³ vgl. Sigmund Grønmo, *Compensatory Consumer Behavior: Elements of a Critical Sociology of Consumption*, in: Per Otnes (Hrsg.), *The Sociology of Consumption*, Oslo, Solum 1988, S. 65-85, hier: S. 68; zitiert nach Ariane Stihler, *Ausgewählte Konzepte der Sozialpsychologie zur Erklärung des modernen Konsumverhaltens*, a.a.O., S. 178.

⁹⁴⁴ Fred Hirsch, *Die sozialen Grenzen des Wachstums. Eine ökonomische Analyse der Wachstumskrise*, Reinbek bei Hamburg 1980 (Original: *Social Limits to Growth*, Cambridge/Mass. 1976).

Grundlegend für einen angemessenen Umgang mit dem Darstellungsmittel Konsum ist also die Heranbildung einer *stabilen Persönlichkeit*. Ich-schwache Menschen neigen - nach Erich Fromm - nicht nur in besonderem Maß charakterlich zur Haben-Orientierung, sondern verfallen auch eher als andere den Versuchen einer ständigen Neu-Stilisierung, indem sie sich selbst durch Kleidung, Gebrauchsgegenstände, Einrichtung etc. ein entsprechendes Image verleihen, das bald durch ein neues ersetzt werden muss, weil es die gewünschte Wirkung nicht erfüllt.

Grundlegende Voraussetzung für einen angemessenen Umgang mit dem expressiven Aspekt des Konsums ist die *Kritikfähigkeit* des Einzelnen *gegenüber der symbolischen Aussagekraft von Gütern*, insbesondere gegenüber „aufgesetzten Symbolen“, mit denen die Werbung vielfach arbeitet. Eine solche Erziehung zur Kritikfähigkeit sollte, neben den genannten Aspekten der *Bedarfskritik* (vgl. Kap. 3.2.2.) und *ästhetischen Bildung* (s.u.) Teil einer umfassenden Konsumerziehung sein, die ihren Platz auch in den Lehrplänen haben und - altersgerecht vermittelt - bereits in einem möglichst frühen Stadium beginnen sollte. Konsumerziehung hat ihren ersten Platz im Elternhaus, ist im Schulunterricht jedoch ebenfalls stärker zu berücksichtigen. Zu einem Unterrichtskonzept gehört auch die Bewusstmachung der unterschiedlichen Konsum-Motivationen, insbesondere der Expressivität und der Illusion, die die Werbung nicht erfindet, aber sich zunutze macht. Dies setzt allerdings eine gewisse Reflexionsfähigkeit voraus.

Die Grenzen der expressiven Möglichkeiten des Konsums werden dann erkannt, wenn die *Ausdrucksfähigkeiten* sprachlicher und künstlerischer Art entsprechend gefördert werden. Weil diese auch unabhängig vom Konsumverhalten von nicht zu überbietender Bedeutung für das menschliche Zusammenleben sind, sollte der Staat hier einen Schwerpunkt seiner Bildungsaufgaben erkennen.

Neben mangelnden Ausdrucksfähigkeiten sind es anonyme, großstädtische Strukturen, die die Signalwirkung äußerlich sichtbaren Konsums wirkungsvoll erscheinen lassen. Kleine Gemeinschaften (Familie, Freundeskreis, dörfliche Gemeinschaft, Pfarrgemeinde, Freizeitverein etc.) bewirken von außen durch ihre Kontinuität eine Abstützung der Persönlichkeit in ihrer Authentizität. Vertrauten Menschen gegenüber ist eine fortwährende Neu-Stilisierung der eige-

nen Identität nicht möglich bzw. es mangelt ihr von vorneherein an Glaubwürdigkeit.

Insofern die Suche nach dem Neuen auf eine Lebenswelt zurückzuführen ist, die arm an echter Anregung ist, und in der die Reizüberflutung nach immer stärkeren Stimuli Ausschau halten lässt, ist eine *umfassende ästhetische Erziehung* von großer Bedeutung, die in die Lage versetzt, zwischen echter Anregung (die die Person über sich selbst hinauszuführen vermag) und oberflächlichen Reizen (die nur der Unterhaltung dienen) zu unterscheiden.⁹⁴⁵ Die ästhetische Erziehung sollte aufgrund ihrer Bedeutung angesichts vielfältiger und verbreiteter Formen der Realitätsflucht (Mediennutzung, Drogen), die längst nicht auf das Konsumverhalten begrenzt sind, als öffentlicher Auftrag verstanden werden.⁹⁴⁶

Ein Großteil der Ausstattung von Gütern mit symbolischen Bedeutungen – häufig aufgesetzter Art – geschieht durch die Werbung. Die sie verantwortenden Unternehmen tragen Verantwortung nicht nur für die Produkte selbst, sondern auch für die Werte, die sie auf dem Weg der Werbung vor einem Millionenpublikum propagieren. Dass eine Zigarette tatsächlich Freiheit und Abenteuer in das Leben des Konsumenten bringen wird, darauf verlässt sich wohl kaum ein erwachsener Verbraucher (auch wenn er sich in dem oben beschriebenen „Als-ob-Modus“ der Wahrnehmung darauf einlässt). Welche Werte jedoch mit hohem filmischem Aufwand Abend für Abend, meist in ästhetisch beeindruckender Weise, ebenfalls beworben werden, hat gegebenenfalls einen erheblichen Einfluss. Auf welche Weise beispielsweise Liebe und Partnerschaft behandelt werden oder die Geschlechterrollen, welche Eigenschaften von Menschen als begehrenswert erscheinen (vgl. das Herrenparfum „Egoïste“), ob Stärke, Erfolg und Leistung in der Form der Rücksichtslosigkeit oder der Hilfsbereitschaft dargestellt werden – dies alles einem Millionenpublikum in regelmäßiger Wiederholung präsentiert, kann nicht ohne Einfluss auf gesellschaftliche Wertemuster bleiben. Darüber hinaus sollten sich die Unternehmen ihrer Verantwortung für das Umfeld der Sendungen, in dem sie ihren Werbespot platzieren, bewusst werden. Sie können auf diese Weise einen nicht unerheblichen Einfluss auf dessen moralische Qualität ausüben. Die Konsumenten

⁹⁴⁵ vgl. Erich Fromm, Vom Haben zum Sein, S. 47-74, Klaus Michael Meyer-Abich, Kritik und Bildung der Bedürfnisse, a.a.O., S. 74.

⁹⁴⁶ vgl. Klaus Michael Meyer-Abich, Kritik und Bildung der Bedürfnisse, a.a.O., S. 74.

wiederum sollten auch dieses ethische Kriterium bei ihrer Kaufentscheidung bedenken.

3.3.1.4. *Illusions-Konsum*

Oben wurde bereits an verschiedenen Stellen auf Übergänge des Expressivitäts-Konsums zum Illusionskonsum hingewiesen, da beide auf den symbolischen Eigenschaften von Konsumgütern beruhen.

Im Unterschied zum expressiven Konsum, der gegebenenfalls Elemente enthält, die die Persönlichkeit in ihrer Entwicklung und in ihrer Beziehung zu anderen weiterzuführen vermögen – sofern die Dinge nicht in einem magischen Sinn missverstanden, sondern in ihrer begrenzten Aussagefähigkeit, als *Hilfsmittel* realistisch eingeschätzt werden – ist der *Illusionskonsum* insgesamt eine, zumindest auf lange Sicht, schädliche Form des Konsums, da er mit dem Bedeutungs-Verschleiß nicht nur eine materielle Verschwendung nach sich zieht, sondern auch den Menschen in einer irrealen Traumwelt, im Wahrnehmungs-Modus des „Als-ob“, gefangen hält. Der *circulus vitiosus* von enttäuschter Konsumerwartung aufgrund illusionärer Vorstellungen, weiteren Käufen mit dem immer wieder neuen Ziel, seine Ideale, seine gewünschten Eigenschaften doch noch über Konsumgüter, d.h. ohne große eigene Anstrengung, verwirklichen zu können, gleicht einem Spiel, das jedoch, je mehr Zeit und Energie, vor allem psychischer Art, es verschlingt, zu einer unproduktiven Art der Kompensation von Defiziten, zu einer Flucht in eine Welt zwischen Realität und Virtualität wird, die willkürlich und immer wieder neu geformt werden kann. Realität und Virtualität sind verbunden durch das Bindeglied des materiellen Gegenstandes. Die Vorstellungskraft, das Tagträumen (Colin Campbell) tritt an die Stelle von realen Lösungsversuchen. Illusionskonsum selbst ist nicht die Ursache dieser Defizite (wie Sinnleere, Schwächen im Selbstwertgefühl), trägt jedoch als Pseudo-Therapie dazu bei, wirkliche Problemlösungen zu verhindern. Als Spiel mit der Illusion handelt es sich um die am stärksten privatisierte Form des Konsums, um reines Privatvergnügen, und enthält insofern eine narzisstische Komponente. Illusionskonsum eignet sich nicht zur Erholung wie das sportliche Vergnügen, dient nicht der Kommunikation und Gemeinschaft wie das gesellige Vergnügen und lässt die im Menschen angelegten kreativen Fähigkeiten verkümmern.

Dass der Illusionskonsum ein Weg ist, sich der Wirklichkeit, der Wahrheit über die eigene Person nicht stellen zu müssen, ist nicht so deutlich wie z.B. beim

passiven Medien- oder Drogenkonsum, da der Akt des Kaufens und die Beschäftigung mit dem Gegenstand „real“ sind.

Gegenmittel sind ähnlich wie bei Fehlformen expressiven Konsums zu suchen in der *Stabilisierung der Persönlichkeit*. Institutionell hilfreich gegen das Leben in der Virtualität ist das Leben in kleinen *Gemeinschaften*, angefangen bei der Familie und alles, was hilft, anonyme Strukturen zu verhindern. Daneben ist die Leiberfahrung, etwa im Sport, aber auch in manchen Meditationsübungen, als Heilmittel für viele psychische Probleme geeignet, sich selbst als Teil der Realität zu erleben – ein Gegenpol zum Phantasieren und Tagträumen.

Wenn die Reizüberflutung auf der einen Seite und die Anrengungsarmut der Arbeits- wie auch der Güterwelt auf der anderen Seite Ursachen darstellen für die Suche nach dem leicht kontrollierbaren, keine unübersehbaren Anforderungen stellenden, dafür aber auch banalen Neuen, das keinen Stimulus für die Weiterentwicklung der Persönlichkeit darstellt, ist zu überlegen, inwiefern diese strukturellen Voraussetzungen, die die Lebenswelt vieler Menschen prägen, zu ändern sind. Dass es dafür keine einfachen Rezepte gibt, liegt auf der Hand und diesbezügliche Vorschläge sind demnach auch eher als Zielvorgaben einer langfristigen Entwicklung anzusehen, die folgende Prioritäten setzt: *Diversität* statt Massenanfertigung; *den ganzen Menschen engagierende Arbeitsabläufe*, statt monotoner und unterfordernder Routinearbeit; eine *anrengungsreich gestaltete Umwelt*, in der ästhetische Kriterien eine Rolle spielen.

Daneben ist die *Suche nach dem Neuen in alternative Kanäle zu lenken*, die nicht bloße Abwechslung und Unterhaltung bedeuten, sondern geeignet sind, eine aktive Auseinandersetzung und Bewegung, insofern ein Über-sich-hinaus-Sein des Individuums zu bewirken. Dies umfasst ebenso die Fähigkeit des Menschen, die Anregungen seiner Umwelt überhaupt als solche wahrzunehmen und ihnen nicht nur im Modus des „Wiedererkennens“ zu begegnen. Echte Wahrnehmungsfähigkeit erfordert (s.o.) eine umfassende *ästhetische Erziehung*, auch an den Schulen und anderen öffentlichen Einrichtungen.

Mit dem Begriff der Ästhetik ist hier nicht in erster Linie die „hohe Kunst“ gemeint, sondern zunächst allgemein Formen der Wahrnehmung, die den Menschen über sich selbst hinauszuführen vermögen, die ihn öffnen für Neues und für Möglichkeiten der Veränderung, anstatt ihn in den eingefahrenen Mustern

der Erkenntnis zu belassen, die dazu führen, dass er auch in allem „Neuen“ nur Gewohntes wieder erkennt.⁹⁴⁷

Natürlich sind die oben genannten Änderungsvorschläge nicht nur mit Blick auf eine Konsumethik sinnvoll, sondern stehen generell im Dienst einer Verbesserung der Lebenskultur.

3.3.2. Christliches Konsumethos

Gibt es einen Geist christlichen Konsumierens oder ist Konsumieren ein mehr oder weniger notwendiges Übel, gerechtfertigt allein durch den Grad der Notwendigkeit, also einen Entschuldigungsgrund?

Die Bibel spricht eine andere Sprache: Die Schöpfung ist gut, ihre Güter dienen nicht nur der Bedürfnisbefriedigung, also dem Erfüllen von Notwendigkeiten, sondern dürfen mit Freude verbraucht und genossen werden, in den Grenzen, die die Nächstenliebe und der Erhalt der Lebensgrundlagen für alle Menschen der Gegenwart und Zukunft erfordern. Lebensfreude, Feiern, Essen und Trinken bedürfen nicht der Rechtfertigung; sie sind ein Ja zu Gottes guter Schöpfung. Dies entspricht einer Lebenseinstellung, die besonders den katholischen Völkern zugeschrieben wird und sich von einer puritanischen Haltung unterscheidet, die die ethische Zulässigkeit des Verbrauchs dem Kriterium seines Nutzens für das Reich Gottes unterwirft, so dass ein erhöhter materieller Aufwand beispielsweise mit seinem Erholungswert, mit gesundheitlichen Gesichtspunkten, dem Erhalt der Arbeitskraft etc. gerechtfertigt werden muss. Eine Ethik der Bedürfnisse ist etwas anderes als eine Konsumethik, in der es nicht nur um Notwendigkeiten (Bedürfnisse) geht, sondern auch um das zweckfreie Genießen der Schöpfungsgaben und der menschlichen Erzeugnisse. Tibor Scitovsky⁹⁴⁸ stellt die beiden Lebensweisen als (nord-)amerikanische und europäische einander gegenüber und ist der Auffassung, dass gerade die nordamerikanische, deren Wurzeln puritanisch sind, nicht nur zum geringeren Genuss, sondern auch zum erhöhten Verbrauch führt. Weil eine sorgfältige, zeitaufwändige und kostenintensive Verarbeitung, das Schöne, die Ästhetik als unerlaubter Luxus gilt, richtet sich - dies ist eine paradoxe Wirkung - die Suche auf das quantitative Mehr, auf den Komfort, auf eine quantitative Steigerung des materiellen Standards und führt so zum erhöhten Verbrauch.

⁹⁴⁷ vgl. John Dewey, zitiert nach Mihály Csikszentmihályi, Eugene Rochberg-Halton, *Der Sinn der Dinge*, a.a.O., S. 190-195.

⁹⁴⁸ Tibor Scitovsky, *Psychologie des Wohlstands*, a.a.O., passim.

Dem wahren Genießenkönnen entspricht die Haltung der *Dankbarkeit*, das Wissen darum, dass die Güter von Gott geschenkte Gaben sind. Eine solche Dankbarkeit bedeutet, dass die Güter nicht als selbstverständlich und geschuldet betrachtet, sondern als Geschenk eines gütigen Gebers angenommen werden. Sie bewirkt, dass der Umgang mit den Dingen dieser Welt nicht zu einer Beziehung des reinen Nutzens wird. Ausdruck dieser Haltung sind z.B. das Gebet vor dem Essen und insbesondere die Eucharistie, in der das Brot zum Zeichen der Liebe Gottes wird. Mit dieser Grundhaltung erhält der Umgang mit den materiellen Dingen einen dialogischen Charakter, er wird zurückgeführt auf Gott. Dieser Gedanke durchzieht die österliche Bußzeit (Fastenzeit), in der der freiwillige Verzicht auf die Schöpfungsgüter letztlich nicht zum - auch an sich sinnvollen - Ziel der disziplinierten Lebensführung, sondern der Umkehr von einem selbstzentrierten zu einem gottbezogenen und mitmenschlichen Leben führen soll.

Mit Blick auf die vier zu unterscheidenden Aspekte der Konsumethik (Haben-Aspekt, Funktionaler Aspekt, Expressivitäts-Aspekt und Illusions-Aspekt) wird im Folgenden auf Motive der biblischen, spirituellen und moraltheologischen Tradition zurückgegriffen, die in Verbindung mit neueren philosophischen und psychologischen Ansätzen eine spirituelle/charakterliche Grundlage für das Leben im Überfluss bieten sollen.

3.3.2.1. *Haben - Aspekt*

Die Überwindung der Haben-Orientierung erfordert nach Erich Fromm die Auseinandersetzung mit Ich-Bezogenheit und Selbstsucht, die Fähigkeit, sich auf andere hin zu überschreiten und das heißt, die Angst davor zu verlieren, sich selbst aufzugeben. Erst so wird der Weg geöffnet zur Existenzweise des Seins. Askese als freiwilliger Verzicht auf sinnvolle Lebensmöglichkeiten kann letztlich nur von dem geleistet werden, der auf Gott hin offen ist. Für den vom Tod geängstigten Menschen dagegen ist der Verzicht unwiederbringlich.⁹⁴⁹ Todesangst macht Angst, etwas zu verpassen und zu versäumen, sie lässt den Menschen gierig werden. Dagegen ist das maßvolle Leben Zeugnis einer weitergehenden Hoffnung über den Tod hinaus.

⁹⁴⁹ vgl. Karl Rahner, Frömmigkeit früher und heute, in: ders., Schriften zur Theologie, Bd. 7, S. 11-31, hier: S. 28.

Die Warnungen vor einer Haben-Orientierung (Habsucht) durchziehen das Neue Testament. In ihr wird eine grundlegende, existentielle Fehlhaltung gesehen, die den Menschen unfähig macht, sich den eigentlichen Gütern des Lebens zu öffnen und das Angebot des Gottesreiches zu erkennen und anzunehmen. Habsucht wird als Götzendienst (Kol. 3,5; Eph.5,5) und „Wurzel aller Übel“ bezeichnet:

„Wenn wir Nahrung und Kleidung haben, soll uns das genügen. Wer aber reich werden will, gerät in Versuchungen und Schlingen, er verfällt vielen sinnlosen und schädlichen Begierden, die den Menschen ins Verderben und in den Untergang stürzen. Denn die Wurzel aller Übel ist die Habsucht“ (1 Tim 6,8f.).

Der Besitz wird nicht grundsätzlich abgelehnt, jedoch eindringlich als Gefahr für die gläubige Annahme des Reiches Gottes geschildert.

Wenn die Wurzel der Haben-Orientierung bzw. Habgier die Bedürftigkeit des Menschen selber ist (Thomas von Aquin), dann bedeutet der Glaube an ein Leben nach dem Tod auch die Befreiung vom Gefangensein in sich selbst. Die Auferstehungshoffnung befreit von der Angst, mit dem Loslassen von Besitz gleichzeitig auf Lebensmöglichkeiten verzichten zu müssen und befähigt dazu, auch das Irdische lieben und genießen zu können. Diesen scheinbar paradoxen Zusammenhang haben Dietmar Mieth und Erich Fromm dargestellt (s.o.). Auf eine „ästhetische(n) Haltung, die aus dem Staunen über das Sein und über die Schönheit entsteht“⁹⁵⁰ weist Johannes Paul II. als Gegenpol zu einer Haben-Orientierung hin.⁹⁵¹

Die christliche Tradition weiß jedoch nicht nur um die Gefahren einer übergroßen Anhänglichkeit an die materiellen Dinge, die aufgrund ihrer unmittelbaren, sinnlichen Attraktivität allzu leicht die geistigen und spirituellen Werte verdrängen, sondern auch um ihre Notwendigkeit.

Thomas von Aquin weist den materiellen Gegenständen eine positive Rolle, nicht nur für die körperliche Existenz des Menschen, sondern *als Mittel* auch mit Blick auf seine moralische Existenz zu.⁹⁵² Dennoch kann die materielle Wirklichkeit den Menschen fesseln und von seinem eigentlichen Ziel, der Hinordnung aller Dinge, aller Lebenswirklichkeit auf Gott, und das heißt auch, der seelischen und transzendenten Dimension seiner Existenz, wegführen. Dies ent-

⁹⁵⁰ ebd., S. 44, Nr. 37.

⁹⁵¹ vgl. Kap. 2.6.2.1.

⁹⁵² vgl. Casimir Majdanski, *Le rôle des Biens Extérieurs dans la vie morale d'après Saint Thomas d'Aquin*, Vanves 1951, S. 20.

spricht der Perspektive des Evangeliums gegenüber dem Reichtum: Mehr als andere irdische Wirklichkeiten vermag der Besitz den Menschen vom Eintritt ins Gottesreich abzuhalten.⁹⁵³

Das menschliche Leben ist auf die Glückseligkeit, d.h. auf Gott als sein höchstes Gut und Ziel ausgerichtet. Thomas geht von einer Hierarchie der Güter aus, bei denen die körperlichen den seelischen und die äußeren (materiellen) Güter diesen beiden untergeordnet sind. Die ganze Hierarchie ist so anzuordnen, dass alle Güter als Dienstwerte im Blick auf das höchste Ziel fungieren. Der richtige Umgang mit den äußeren Gütern ist dann erreicht, wenn jedem materiellen Gut genau die Bedeutung beigemessen wird, die ihm zukommt,⁹⁵⁴ das heißt, wenn sein Wert mit Blick auf das höchste Ziel erkannt, aber nicht überschätzt wird. Ein Verfallensein an den Reichtum und unangemessenes Streben nach bzw. Festhalten an äußeren Gütern drückt sich im Laster der *Habgier* aus. Im Unterschied zu der auf übergeordnete Ziele ausgerichteten Verwendung der Güter bedeutet sie einen *ziellosten* Erwerb und Gebrauch.⁹⁵⁵ Die gegenteilige Haltung bzw. Tugend nennt Thomas „*Liberalitas*“. Gemeint ist die *innere Freiheit* gegenüber den äußeren Gütern, das souveräne Verfügen über sie, und das heißt, *Freigebigkeit* und *Weitherzigkeit* im Umgang mit ihnen.

Eine zweifache moralische Gefahr stellt sich nach Thomas in Zusammenhang mit den äußeren Gütern:

1. Ihr instrumenteller Charakter, ihre Hinordnung auf das höchste Ziel, kann übersehen werden: Die Güter werden um ihrer selbst willen und nicht als Mittel gewollt. Dass die äußeren Güter allzu leicht nicht in ihrer Relativität hinsichtlich übergeordneter Ziele, sondern um ihrer selbst willen gesucht werden, hat seinen Grund darin, dass sie, so Thomas, der Glückseligkeit, also dem obersten Ziel, in gewisser Weise ähnlich sind, insofern sie nämlich *ein Genügen*

⁹⁵³ vgl. Rudolf Schnackenburg, Die sittliche Botschaft des Neuen Testaments, in: Handbuch der Moralthologie, hrsg. von Marcel Reding, Bd. 6, München 1954, S. 79-86 (zitiert nach Walter Friedberger, Der Reichtumserwerb im Urteil des Heiligen Thomas von Aquin und der Theologen im Zeitalter des Frühkapitalismus, Passau 1967, S. 211); vgl. Deutsche Bischofskonferenz (Hrsg.), Leben aus dem Glauben. Erwachsenen-Katechismus, Bd. 2, a.a.O., S. 162-163.

⁹⁵⁴ vgl. Casimir Majdanski, Le rôle des Biens Extérieurs, dans la vie morale d'après Saint Thomas d'Aquin, Vanves 1951, S. 2-6; S. 34.

⁹⁵⁵ vgl. Walter Friedberger, Der Reichtumserwerb im Urteil des Heiligen Thomas von Aquin und der Theologen im Zeitalter des Frühkapitalismus, a.a.O., S. 25. Friedberger unterstreicht, dass es Thomas zunächst um den Aspekt der Freiheit des Menschen geht und dann erst um die Frage nach dem Maß bzw. die soziale Sicht der Güterlehre (vgl. ebd.)

*in Aussicht stellen*⁹⁵⁶ und eine Art Satttheit bewirken, die die Suche nach weiteren Zielen überflüssig erscheinen lässt.

2. Auch wenn der Mittelcharakter der Güter gewahrt bleibt, kann sich das menschliche Streben in unangemessener Weise auf sie richten, indem der Mensch seine ganze Sorge auf die Zukunftssicherung verwendet⁹⁵⁷. Die *übersteigerte Sorge*⁹⁵⁸ um irdisches Auskommen und Sicherheit ist Zeichen des Verlusts der spirituellen Wirklichkeit.⁹⁵⁹

Die *Habgier* ist Ausdruck einer Desordination der Vernunft, die die irdischen Dinge nicht am letzten Ziel misst.⁹⁶⁰ Stattdessen erscheinen die Reichtümer selbst als das letzte Ziel. Die Habgier entspricht also der Eigenschaft der äußeren Güter, sich als genügend und ausreichend zu präsentieren.⁹⁶¹ Sie kann Ausdruck übermäßiger Zukunftssorge sein und sich im Geiz äußern; Auf der anderen Seite ist sie auch mit der Verschwendungssucht („consumptio“) vereinbar, insofern, wer verschwendet, die nötigen Mittel zunächst beschaffen muss. Interessant ist, dass Thomas die Verschwendungssucht als weniger verwerflich betrachtet als die Habgier, da sie weniger weit von der entgegengesetzten Tugend, der Freigebigkeit, entfernt ist und der Verschwender, im Unterschied zum Habgierigen, anderen gegebenenfalls nützlich sein kann.⁹⁶² Der Habgierige dagegen ist niemandem nützlich, noch nicht einmal sich selbst, denn er wagt es nicht, seinen Reichtum auch nur zu seinem persönlichen Gebrauch einzusetzen.⁹⁶³

Übermäßige Sorge um die materielle Seite des Lebens entsteht nach Thomas sowohl, wenn man zu arm als auch, wenn man zu reich ist, so dass ein bescheidener Besitz eine gute Voraussetzung für ein tugendhaftes Leben darstellt. Die Quantität ist nicht ohne Belang.⁹⁶⁴ Zwar können die moralischen Gefahren des Reichtums nicht auf den Überfluss beschränkt werden, sondern beziehen sich auf das Besitzen als solches (auch auf den gemeinschaftlichen

⁹⁵⁶ vgl. Casimir Majdanski, *Le rôle des Biens Extérieurs dans la vie morale d'après Saint Thomas d'Aquin*, a.a.O., S. 25.

⁹⁵⁷ vgl. ebd., S. 27.

⁹⁵⁸ Die Sorge nimmt einen bedeutenden Teil der Morallehre des Hl. Thomas ein: vgl. ebd., S. 26.

⁹⁵⁹ vgl. ebd., S. 27.

⁹⁶⁰ vgl. ebd. S. 38.

⁹⁶¹ vgl. ebd. S. 39.

⁹⁶² vgl. ebd. S. 42.

⁹⁶³ vgl. ebd.

⁹⁶⁴ vgl. ebd., S. 28.

Besitz).⁹⁶⁵ Dennoch macht der Überfluss den ethisch angemessenen Gebrauch der Güter noch schwieriger⁹⁶⁶ und die moralische Gefahr, die er darstellt, wird mit der Steigerung des Reichtums größer.⁹⁶⁷ Auf der anderen Seite ist auch extreme Armut der Tugend nicht förderlich, sondern ein gewisses Maß an Gütern durchaus wünschenswert, da es den Menschen frei macht von der Sorge um sein Auskommen.

Wenn man die drei oben aufgeführten Ansätze von Thomas von Aquin, Gabriel Marcel und Erich Fromm vergleicht, bleiben als gemeinsame zentrale Aussagen festzuhalten:

1. Die materiellen Dinge sind an sich gut, sie vermögen bei richtigem Gebrauch zur menschlichen persönlichen und gemeinschaftlichen Entwicklung beizutragen. Die Grundlage für ihren ethisch angemessenen Gebrauch besteht darin, dass der Mensch ihnen gegenüber seine *Freiheit bewahrt, innerlich souverän* und unabhängig bleibt. Hier setzen die *Askese-Traditionen* an.
2. Das Streben nach Verfügungsgewalt über äußere Güter, das aus Sorge um die Zukunft entsteht, muss in einem angemessenen Rahmen bleiben und darf nicht die Relativität der irdischen Güter aus den Augen verlieren. Wer sich gegenüber der Dimension der Transzendenz verschließt, läuft Gefahr, dem Besitzstreben zu verfallen.
3. Der Wert der Güter ist an ihrer Hinordnung auf übergeordnete Ziele zu messen. Was tragen sie (langfristig) bei zur bestmöglichen menschlichen Entwicklung? Sind sie letztlich tote Güter oder fördern sie menschliche „Produktivität“ (Fromm), schöpferisches Tätigsein (Marcel) bzw. die Hinordnung auf die Glückseligkeit (Thomas von Aquin)?
4. Aufgrund der ihnen eigenen *Unmittelbarkeit und Attraktivität* haben die materiellen Dinge die Fähigkeit, den Menschen so in ihren Bann zu ziehen, dass sie nicht mehr über sich hinausweisen auf die eigentlich menschlichen und spirituellen Werte. Der Mensch verliert in diesem Verfallensein an die äußeren Güter seine innere Freiheit. Sie werden nicht mehr als Mittel betrachtet, sondern es geht um das Haben um des Habens willen.

⁹⁶⁵ vgl. ebd. S. 29.

⁹⁶⁶ vgl. ebd.

⁹⁶⁷ vgl. ebd. S. 29-33.

5. Die drei oben aufgeführten Ansätze unterstreichen die Notwendigkeit des Loslassens (bei Gabriel Marcel auch: des Opfers)⁹⁶⁸ des Weggebenkönnens. Die Tugend der Liberalitas, die zugleich die innere Freiheit und Souveränität im Umgang mit den Gütern als auch die Fähigkeit zum Weggeben umfasst, umschreibt am besten die angemessene Haltung.

Paulus empfiehlt im ersten Korintherbrief, zu haben als hätte man nicht (vgl. 1 Kor 7, 29-31). Haben ist zwar notwendig, aber nicht als solches bereits gut oder gerechtfertigt, sondern lediglich als notwendiges Mittel im Hinblick auf einen höheren Zweck und integriert in das Ganze des Lebensentwurfs. Haben in christlichem Sinn bedeutet, die Relativität des Besitzes zu erkennen:

„Wir können die Dinge nur lose in den Händen halten. Im Tod muss der Mensch alles lassen. Wer Abstand halten und verzichten lernt ... lebt menschlicher, weil er weiß, dass er nur Gast ist. Gelöstsein und Gelassenheit bestimmen ein solches Verhalten zur Welt. Menschen, die so zu leben versuchen, lieben die Dinge und auch die Menschen ungleich tiefer als die, die sie vernutzen und vergötzen.“⁹⁶⁹

3.3.2.2. *Funktionaler Konsum*

Die ethische Qualität des funktionalen Konsums hängt in erster Linie ab von dem Ziel, dem er dient. Unabhängig davon soll er von der *Tugend des Maßes* bestimmt sein, das heißt, es ist mit Nüchternheit und Realismus abzuwägen, ob der Nutzen im rechten Verhältnis zum Aufwand steht.

Insofern funktionaler Konsum das Beurteilen einer Relation ist, bedeutet er ein formales Prinzip. Der Christ wird jedoch die Frage nach dem Nutzen und dem Wert eines Gegenstandes in einen weiteren Horizont stellen und dabei die Hinordnung seines Lebens auf Gott, die Sterblichkeit seiner Existenz im Sinn haben.⁹⁷⁰ Wer diese Hinordnung immer wieder einübt, für den wird sie zu einer Lebenshaltung.

3.3.2.3. *Expressivitäts-Konsum und Illusions-Konsum*

Auf die Grenzen von Konsum als Ausdrucksmittel wurde bereits hingewiesen. Auf christlicher Grundlage ist besonders das Moment der *Authentizität*, der

⁹⁶⁸ Der Gedanke des Opfers steht in der Fromm'schen Anthropologie nicht im Vordergrund; wohl geht er von einer Befähigung des Menschen aus, über sich selbst hinaus zu gehen, solidarisch zu sein und zu teilen. Die Fähigkeit, vom eigenen Selbst abzusehen, kennzeichnet die Existenzweise des Seins.

⁹⁶⁹ Karl Lehmann, Bischof, Hirtenwort zur österlichen Bußzeit 1985, hrsg. von der Bischöflichen Kanzlei Mainz (1985), Nr. V.

⁹⁷⁰ vgl. Lk. 12,16-21.

Wahrhaftigkeit, hervorzuheben, die bei Versuchen ständiger Neu-Stilisierungen verloren geht. Die Echtheit der eigenen Person nach außen und damit ihre *Glaubwürdigkeit* verträgt sich nicht mit der Suche ständiger Neu-Stilisierung und Inszenierung. Inmitten starker anders gerichteter Einflüsse als Person wahrhaftig zu bleiben, ist wohl, neben dem Bewahren der inneren Freiheit zum Weggeben, die eigentliche Kunst des Konsumethos. Alle Formen der Weltflucht jedoch, angefangen bei einer romantisierenden Lebenseinstellung, machen anfällig für eine Inszenierung des eigenen Lebens. Der christliche Glaube dagegen nimmt die Realität in ihrer leiblich-geistigen Dimension ernst (vgl. Punkt 3.2.1.1.). Der spirituelle Mensch lebt authentisch, denn er braucht sich nicht als etwas Besseres oder Interessanteres darzustellen als er ist, weil er sich als Person von der Liebe Gottes angenommen und getragen weiß. Dies wiederum ermöglicht menschlichen Austausch auf einer tieferen Ebene als die anonym wirkenden Ausdrucksformen nach außen sichtbaren Konsums.

Die christlichen Gemeinden sind Stätten persönlicher Kommunikation und können durch ihre Kontinuität zur Stabilisierung der Persönlichkeit beitragen. Insbesondere jedoch sind es das Bewusstsein der Würde der Gotteskindschaft und das Wissen um die Bedeutung und den Sinn der eigenen Existenz, die den gläubigen Menschen davor bewahren, in einer Welt der Inszenierung und der Illusion zu leben.

Der biblische Topos des *Götzendienstes* eignet sich nicht nur zur Kritik an materialistischem Verhalten allgemein, sondern insbesondere finden sich Parallelen zu den Varianten des Expressivitäts- und Illusionskonsums. Die Parallelen, die sich zum Illusions-Konsum feststellen lassen, sind ausgeprägter als die zwischen Götzendienst und *Materialismus*⁹⁷¹, denn der Topos des Götzendienstes beinhaltet im ursprünglichen Sinn die Kritik daran, dass einem materiellen Gegenstand eine *Bedeutung zugeschrieben wird, die ihm nicht zukommt*.

„*Eidolon*“ meint eigentlich „Bild, Abbild“⁹⁷², „*eidololatria*“ „Bilderverehrung“. Mit „*eidolon*“ übersetzt die Septuaginta etwa 15 hebräische Wörter.⁹⁷³ Der Begriff bezeichnet schon im klassischen Griechisch weniger das Bild im Sinn der Dar-

⁹⁷¹ zur Unterscheidung der Begriffe Materialismus und Konsumismus: vgl. Punkt 3.2.6.3.

⁹⁷² Marie-Theres Wacker, Artikel „Götzendienst“, Altes Testament, in: Lexikon für Theologie und Kirche, Bd. 4, hrsg. von Walter Kasper u.a., Freiburg/Brsg. 1995, Sp. 960-962: hier: Sp. 962.

⁹⁷³ vgl. Jean-Claude Fredouille, Artikel "Götzendienst", in: Reallexikon für Antike und Christentum, Bd. 11 (1981) Sp. 828-895; hier: Sp. 848.

stellung einer Wirklichkeit, sondern die *Illusion*, das Produkt der Phantasie⁹⁷⁴ und unterstreicht die *Nichtigkeit* der falschen Götter⁹⁷⁵ und die Sinnlosigkeit ihrer Verehrung. Die Polemik, die der Begriff selbst enthält, wird an vielen Stellen im Alten Testament ausgeführt. Der Begriff enthält bereits die Interpretation: All das ist als Götzendienst zu kritisieren, was Menschen fälschlich verehren, die ihre Phantasie getäuscht oder irreführt hat.⁹⁷⁶

Vielfach wird auf die „Götzendienst“-Thematik zur Kritik an materialistischem Verhalten zurückgegriffen. Die Bibel selbst verwendet den Begriff mit Blick auf habsüchtiges Verhalten bereits in übertragener Bedeutung (vgl. Kol. 3,5; Eph.5,5). Das gemeinsame Merkmal ist die Verehrung von etwas als heilbringend, das nicht heilbringend ist. Der Materialist – anders als der Götzendiener – erwartet jedoch das Heil nicht von einer höheren Macht oder von geistigen Prozessen, sondern von der Macht des Materiellen selbst. Er geht nicht von einer höheren Macht aus, sondern vertraut auf die tatsächliche Macht, z.B. des Geldes. Aber er glaubt fälschlicherweise, dass das, was mit Geld zu erwerben ist, ihn auch glücklich machen kann, z. B. der Komfort seiner Umgebung, die Größe seines Autos, der Glanz der Schmuckstücke. Dagegen „glaubt“ der Illusions-Konsumist⁹⁷⁷ – wie der Götzendiener – an eine mit dem Gegenstand verbundene „höhere Macht“, dass dieser nämlich auf wundersame Weise Harmonie, Zufriedenheit, familiäre Geborgenheit, in jedem Fall eine heilsame Wandlung in sein Leben bringen wird.

Der biblische Topos des Götzendienstes ist geeignet, das Verhältnis von *Realität und Virtualität* im Zusammenhang mit dem Illusions-Konsum zur Sprache zu bringen. Es ist gewiss lohnend, die entsprechenden alttestamentlichen Stellen mit Blick auf ihren Einsatz in Pastoral und Verkündigung auszuwerten. Hier wird z.B. der Herstellungsprozess der Götzenbilder⁹⁷⁸ beschrieben, um ihnen jede höhere Bedeutung abzusprechen und die Lächerlichkeit ihrer Verehrung zu unterstreichen. Mit der Götzendienst-Thematik lässt sich die Vergeblichkeit der „Produktion“ geistiger Macht in der Werbung darstellen. Auch die Werbung

⁹⁷⁴ vgl. ebd., Sp. 849.

⁹⁷⁵ vgl. auch die hebräischen Begriffe wie „Nichtse“, „Krampfgebilde“ (Marie-Theres Wacker, Art. „Götzendienst, Altes Testament“, a.a.O., Sp. 960).

⁹⁷⁶ vgl. Jean-Claude Fredouille, Artikel „Götzendienst“, a.a.O., Sp. 849.

⁹⁷⁷ in der beschriebenen Form der Selbsttäuschung.

⁹⁷⁸ Zahlreiche Stellen thematisieren die Nichtigkeit der selbst geschaffenen Götzenbilder und die Verehrung des Geschaffenen an Stelle des Schöpfers: z.B. Hosea 13,2; Jesaja 2,8.20; 17,7f; 21,9; 30,22; 31,7. Interessant im Zusammenhang unserer Thematik ist besonders Deutero-Jesaja: Jes. 40, 19f; 42,8.17; 44,9; 41,29; 44,20; 41,24; 43,11f; 44,6; 45,6.14; 46,9 und Ps. 96,5; 97,7 (vgl. Jean-Claude Fredouille, Artikel „Götzendienst“, a.a.O., Sp. 855-858).

versucht, ideelle Gehalte zu produzieren und zu suggerieren, sie seien Bestandteil des Produkts. So wenig wie aus dem Holz, aus dem die Götterstatue gemacht wird, dem Menschen Heil erwachsen kann, so wenig vermag der neue Konsumgegenstand dem Leben die entscheidende glückliche Wendung zu geben. Betrachtet man die Konstruiertheit der Verbindungen, die die Werbung z.B. mit Zigaretten und Abenteuer, mit Waschmittel und Geborgenheit, herstellt, wirkt auch die Polemik der alttestamentlichen Götzendienst-Kritik treffend, die mit der Nicht-Existenz des Götzen die *Nichtigkeit der Bedeutung* herausstellt, die einem Gegenstand beigemessen wird.

3.4. Schlussfolgerungen für Verkündigung, Theologie und kirchliche Praxis

3.4.1. Zum Verhältnis von Freiheit und Konsumismus

Die Begriffe Konsumismus und Materialismus haben in der kirchlichen Verkündigung einen sozialen Akzent und gesellschaftskritischen Charakter. Sie richten sich gegen gesellschaftliche Strömungen und machen den Einzelnen weniger verantwortlich als die Strukturen, die diesen bestimmen. Dass die kirchliche Konsumkritik sich in dieser Hinsicht in erstaunlicher Nähe zur linksgerichteten Gesellschaftskritik der Frankfurter Schule befindet, war ein Ergebnis dieser Arbeit.

Allerdings führt der Begriff der Manipulation, der in der kirchlichen Konsumismus- und Materialismuskritik wie in der Gesellschaftskritik häufig als Schlüsselbegriff verwendet wird, nicht weiter, weil die Konsumenten für die Manipulation prädisponiert sind durch geistige Prozesse, die tiefer gehen als ihre Beeinflussung durch die Werbung. Wäre nicht eine *Disponiertheit* der Menschen vorhanden, *sich auf irreale Zusammenhänge einzulassen*, sähe die Werbung anders aus. Es geht um eine Ausformung des „innenorientierten Verhaltens“ (Schulze), der autonomen Beeinflussung psychischen Erlebens zum Zweck des Vergnügens. Daher ist die Werbung nicht Manipulation im Sinne des Betrugs, sondern eine Form der Beeinflussung, die gewünscht wird, insofern Konsumieren mehr mit Traum und Fiktion als mit Bedürfnisbefriedigung zu tun hat.

Es gilt, das Zusammenspiel von Marketing und Werbung mit Tendenzen zur kollektiven wie individuellen Virtualität wahrzunehmen und als Ursache eines großen Teils verfehlten Konsumverhaltens bewusst zu machen. Nicht die

Fremdmanipulation von Bedürfnissen, sondern die eigenen, inneren Tendenzen, der Wirklichkeit zu entfliehen in eine selbst- oder fremdinszenierte Scheinwelt, sind der Kern des Konsumismus-Problems und diese Erkenntnis wiederum ist die Voraussetzung für einen reflektierten Umgang mit dem Konsum. Da es sich hierbei um eine soziokulturelle Entwicklung handelt, die geistesgeschichtlich bedingt sind, ist dies auch eine Aufgabe der Kulturkritik, die an Stelle von Konsumzwang und Manipulation verstärkt das Verhältnis von Traumwelt und Wirklichkeit, von Virtualität und Realität in der Welt des Konsums in den Blick nehmen sollte.

Es ist eher die Ich-Schwäche in Kombination mit dem Wunsch, der inneren Leere und dem als trostlos empfundenen Alltag durch eine Wendung nach innen zu entkommen, als der Zwang des Wirtschaftssystems, der die Menschen unfrei macht im Gebrauch der Waren. Allerdings hängen diese Ursachen selbst wiederum in vielfältiger Weise mit strukturellen Bedingungen zusammen.

Eine Tendenz zum Leben in der Virtualität, auch unabhängig vom Medienbereich, bewusst zu machen, ist kirchlicherseits Aufgabe sowohl der Verkündigung als auch der Pastoral, insbesondere mit Blick auf die Gewissensbildung.

3.4.2. Differenzierte Begriffe

Die ethische Unterstützung des Einzelnen bedarf einer begrifflichen Differenzierung von Motivationen im Bereich des Konsums in Katechese und Pädagogik. Diese Differenzierung ist Grundlage der Gewissensbildung. Konsumistisches Fehlverhalten in der Form des Illusions- und des expressiven Konsums lässt sich nicht auf Habgier zurückführen, auch nicht immer auf den Wunsch nach Luxus. Der Vorwurf der Verschwendung trifft zu, reicht aber zur Erklärung nicht aus. Der Einzelne muss sich Klarheit verschaffen über die Motivationen für sein Konsumverhalten und dafür Begriffe vorfinden. Aus diesem Grund sind Verkündigung und Gewissensspiegel, Katechismen und Moraltheologie bzw. Sozialethik auf ihre Begrifflichkeit zu überprüfen.

Die Grundlagen für einen angemessenen Umgang mit materiellen Gütern finden sich in reichem Maß in der Heiligen Schrift, in der Liturgie und der Praxis der Gemeinden. Auch für die bisher nicht berücksichtigten Varianten des Expressivitäts- und Illusionskonsums gibt es mit der Götzendienst - Kritik ein Vorbild, das - mit Blick auf *materialistisches* Verhalten - bereits vielfach in der Ver-

kündigung eingesetzt wurde, ohne dass die Parallelen – speziell zum Illusionskonsum - explizit gemacht würden (vgl. Punkt 3.2.5.2.).

Die beste Voraussetzung für verantwortungsvolles Konsumieren ist der christliche Glaube selbst mit seinem gleichzeitig positiven und gelassenen Verhältnis zur irdischen Wirklichkeit. Die Welt der Medien und des Konsums bieten viele Möglichkeiten, neue „Wirklichkeiten“ zu schaffen, die Realität und Phantasie verschwimmen lassen. Der Illusionskonsum ist eine davon. Das Wissen um das Angenommensein in Gott, um die Wahrheit, Echtheit und Wirklichkeit des Menschen und seiner Bedürfnisse (Pius XII.), die Erziehung zu Verantwortung und solidarischem Miteinander – sie bieten einen Grund zum Leben, im Unterschied zu allen Inszenierungen und wechselnden Außendarstellungen. In ihnen liegen die Wurzeln für eine stabile Persönlichkeit, die in Freiheit und Souveränität die Dinge dieser Welt zu nutzen, zu genießen, zu lassen und zu teilen weiß.

3.4.3. Zur Definition von Materialismus und Konsumismus

Ein Ausgangspunkt dieser Arbeit war die Unbestimmtheit der Begriffe Konsumismus und Materialismus, die als Schlagworte immer wieder in kirchlichen Veröffentlichungen zu finden sind. Als Konsequenz aus den vorangegangenen Darlegungen ergibt sich folgende Begriffsbestimmung:

Konsumistisches Verhalten ist dadurch gekennzeichnet, dass sich der Konsum nicht auf Notwendiges bezieht. Es handelt sich nicht um Konsum zum Zweck der Bedürfnisbefriedigung, d.h. die Motivationslage lässt sich nicht durch die dreibezügliche Konstellation Subjekt-Gegenstand-Ziel erklären; sie richtet sich nicht auf ein übergeordnetes Ziel.

Konsumistisches Verhalten ist weiter dadurch bestimmt, dass der Ersatz eines Gegenstandes durch einen neuen Gegenstand *nicht durch materiellen Verschleiß* (durch *echten* Verbrauch – dies bedeutet *Konsum* eigentlich) oder durch äußere Erfordernisse veranlasst wird. Stattdessen wird ein Gegenstand mit einer unrealistischen, illusionären Bedeutung überfrachtet. Weil er die in ihn gesetzten Erwartungen nicht zu erfüllen vermag, folgt rasch eine Enttäuschungserfahrung. Ein neuer Gegenstand, dessen neue Merkmale wiederum Träger illusionärer Erwartungen werden, tritt an seine Stelle. Das Merkmal des *Neuen* ist insofern konstitutiv mit konsumistischem Verhalten verbunden, als altbekannte Erzeugnisse ungeeignet sind für unrealistische Zielvorstellungen.

Der Illusions-Konsum ist eine Variante dessen, was früher als Vergnügungs-Sucht kritisiert wurde. Im Unterschied zu diesem Begriff richtet sich „Konsumismus“ jedoch auf einen materiellen Gegenstand, während Vergnügungs-Sucht im Suchen jeder Form ablenkender Unterhaltung bestehen kann, die die Person nicht weiterführt, und oft eine innere Leere überspielt. Im Unterschied zur Vergnügungssucht enthält der Begriff des Konsumismus eine stärkere soziale Konnotation, insofern das Suffix „ismus“ häufig ein gedankliches System⁹⁷⁹, in diesem Fall also wohl eine soziokulturelle oder weltanschauliche Vorprägung bezeichnet.

„Konsumistisch“ ist also ein *Bedeutungs-Verschleiß*, der mit *materieller Verschwendung*⁹⁸⁰ und verfehltem finanziellen Aufwand einhergeht und aus diesem Grund schädlich ist, sowohl ökologisch als auch für alle, zu deren Gunsten das eingesetzte Geld alternativ eingesetzt werden könnte. In jedem Fall schädigt konsumistisches Verhalten den Handelnden selbst, insofern es ihn auf einer *Ebene der Uneigentlichkeit* verbleiben lässt. Mit Uneigentlichkeit ist hier eine Lebensweise gemeint, die sich selbst nicht wirklich ernst nimmt. Der Konsumist lebt uneigentlich in dem Sinn, dass er sich die beschriebene „Als-ob“ – Haltung zu eigen macht und diese zudem nach Gutdünken inhaltlich ständig ändert. Anregungen dazu werden im Überfluss geboten von Werbespots und Illustrierten, die in möglichst kurzen Abständen neue Konsummodelle als Lifestyle-Angebote präsentieren.

In dieser Arbeit wird allerdings die Auffassung vertreten und begründet, dass sowohl die Werbung als auch die genannten Magazine sich lediglich eine *bereits vorhandene Lebenseinstellung* zunutze machen – diese Haltung allerdings durch immer neue Angebote verstärken.

Materialistisches Verhalten lässt sich von konsumistischem Verhalten dadurch abgrenzen, dass sich die Intention nicht auf die (illusionäre) *Bedeutung* eines Gegenstandes, sondern auf den tatsächlichen materiellen Gehalt einer Sache richtet, im Extremfall lediglich auf ihren Wert als Tauschwert. Materialistisches Verhalten ist die von Erich Fromm beschriebene Haben-Orientierung. Ein Materialist ist kein Illusionist, deswegen spielt sich für ihn das Entscheidende nicht in

⁹⁷⁹ vgl. Friedrich Kluge, Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache, bearb. von Elmar Seebold, 23., erw. Auflage, Berlin / New York, S. 406.

⁹⁸⁰ Ich halte daher die Definition von Stephan Wirz von Konsumismus als „ausschließlich quantitative Befriedigung von Bedürfnissen“ (vgl. ders., Vom Mangel zum Überfluß, S. 170) für unzureichend, insofern Konsumismus sich mehr auf *illusionäre Bedeutungen* als auf die Materie richtet. Die Definition trifft eher auf materialistisches Verhalten zu (s.u.).

der Phantasie, sondern auf dem Bankkonto ab. Der Materialist schätzt das Materielle weniger um seiner ihm beigemessenen *Bedeutung*, als seines materiellen Wertes wegen, von dem er sich Sicherheit, Macht und Einfluss verspricht. Es geht ihm auch weniger um den *funktionalen* Aspekt eines Gutes, insofern die Funktion das Materielle auf ein weitergehendes Ziel lenkt.

Das vorzeitige Wegwerfen oder die Verschwendung – die den Konsumisten charakterisieren – gehören nicht zu den hervorstechenden Merkmalen materialistischen Verhaltens. Stattdessen fehlt die innere Freiheit materiellen Gütern gegenüber. Materialistisch ist es, wenn die Vermehrung oder der Erhalt des materiellen Besitzes als bedeutender eingeschätzt werden als menschliche und gemeinschaftliche Werte. Die klassische moraltheologische Terminologie bezeichnet einen materialistischen Menschen als habgierigen Menschen.

Mit den Begriffen Materialismus und Konsumismus werden *Zeiterscheinungen* bezeichnet mit geistig-kulturellen Wurzeln, die die Mentalität und Struktur einer Gesellschaft in einer Weise prägen, die es für den Einzelnen zu einer großen Anstrengung werden lässt, sich entgegen dieser allgemeinen Tendenz zu verhalten. Umso wichtiger sind Maßnahmen auf einer institutionellen Ebene, insbesondere in Bildung und Erziehung, die den Einzelnen befähigen, die „Welt“ des Konsums und der Werbung und die von ihnen aufgebaute „fiktive Wirklichkeit“ als solche zu erkennen und die Vielzahl der Konsum-Möglichkeiten in ihrer realen Bedeutung für das eigene Leben zutreffend einzuschätzen. Grundlegend allerdings bleibt die Vermittlung eines Weltverhältnisses, das um die Schönheit und den Wert der Schöpfung weiß und die materiellen Dinge achtet, sie jedoch gleichzeitig in ihrer Begrenztheit, Relativität und Vergänglichkeit wahrnimmt.

Schlussbemerkung:

Das Konzept dieser Arbeit beinhaltet nicht die umfassende Darstellung aller relevanten Aspekte der Konsumethik, sondern konzentrierte sich auf die Erarbeitung *ergänzender* Kriterien, die der bisher zu wenig berücksichtigten Differenzierung von Konsumfunktionen und –motivationen, insbesondere der Eigenart modernen Konsumverhaltens, Rechnung trägt.

In Zusammenhang mit der Darstellung kirchlicher, v.a. lehramtlicher Konsum- und Materialismus-Kritik des 2. Teils ergibt sich ein vollständigeres Bild. Insbe-

sondere wurde nicht im Einzelnen auf die entscheidenden Fragen einer Umweltethik hingewiesen wie auch die Anforderungen der Gerechtigkeit und der Nächstenliebe ausgeklammert, die unabhängig von den hier aufgeführten spezifischeren Kriterien bereits den Verzicht auf einen Großteil von Konsumhandlungen nahe legen müssten.

Quellen- und Literaturverzeichnis

Zeitschriften, wissenschaftliche Reihen und andere gebräuchliche Hilfsmittel sind nach Siegfried M. Schwertner (TRE Abkürzungsverzeichnis, 2. überarbeitete und erweiterte Auflage, Berlin 1994) abgekürzt.

Aktionsteam zur Vorbereitung des Sozialhirtenbriefes der österreichischen Bischöfe (Hrsg.), Sinnvoll arbeiten. Solidarisch leben. Den Sozialhirtenbrief vorbereiten. Grundtext zur Diskussion, Linz 1988

Allen, Douglas, E., Paul F. Anderson, Consumption and Social Stratification: Bourdieu's Distinction, in: *Advances in Consumer Research* 21 (1994), S. 70-74

Altendorf, Hans-Dietrich, Altchristliche Askese: Ursprung und Sinn, in: *Engadiner Kolloquium* (Hrsg.), Die unersättliche Gesellschaft, Freiburg-Basel-Wien 1992, S.51-62

Anders, Hans-Jürgen, Entwicklungstendenzen im privaten Verbrauch, in: *Rosenberger, Günther* (Hrsg.), *Konsum 2000. Veränderungen im Verbraucheralltag*, Frankfurt/Mn. 1992, S. 56-70

Appadurai, Arjun, Toward an Anthropology of Things, in: *ders.* (Hrsg.), *The Social Life of Things. Commodities in cultural perspective*, Cambridge/Mass. 1986

Arendt, Hannah, Vita activa oder vom tätigen Leben, Stuttgart 1960

Bamberg, Corona, Verzicht und Dienst – wo liegt der Schwerpunkt christlichen Lebens?, in: *Geist und Leben. Zeitschrift für Aszese und Mystik* 44 (1971), S. 3-15

Baraúna, Guilherme (Hrsg.), *Die Kirche in der Welt von heute. Untersuchungen und Kommentare zur Pastoralconstitution „Gaudium et Spes“ des II. Vatikanischen Konzils*, Salzburg 1967

Baudet, Henri / Henk van der Meulen, Introduction, in: *dies.* (Hrsg.), *Consumer Behaviour and Economic Growth in the Modern Economy*, London 1982, S.3-22

Baudrillard, Jean, Das System der Dinge. Über unser Verhältnis zu den alltäglichen Gegenständen, Frankfurt/Mn. 1991 (Original: 1968)

Beaufort, Jan, Wie ist ein wissenschaftlicher Zugang zum Problem der menschlichen Bedürfnisse möglich?, in: *Alfred Schöpf u.a.* (Hrsg.), *Bedürfnis, Wunsch, Begehren. Probleme einer philosophischen Sozialanthropologie = Studien zur Anthropologie*, Bd. 12, Frankfurt/Mn. 1987, S. 37-46

Becker, Kurt E. (Hrsg.), *Konsum*, Frankfurt/Mn. 1992

Becker, Kurt E., Einleitung, in: ders.(Hrsg.), Konsum, Frankfurt/Mn. 1992, S. 9-17

Becker, Kurt E., Humanisierter Konsum, in: ders. (Hrsg.), Konsum, Frankfurt/Mn. 1992, S.383-387

Behler, Ernst, Nachwort, in: Gabriel Marcel, Sein und Haben, Paris ²1968

Beier, Udo, Zum Abbau einseitiger Informationen in der Konsumwarenwerbung, in: Becker, Kurt E. (Hrsg.), Konsum, Frankfurt/Mn. 1992, S. 285-315

Belk, Russel W., Cultural and Historical Differences in Concepts of Self and their Effects on Attitudes toward Having and Giving, in: Advances in Consumer Research 11 (1984), S. 754-760

Belk, Russel W., Richard W. Pollay, Images of Ourselves: The Good Life in Twentieth Century Advertising, in: Journal of Consumer Research 11 (1985), S. 887-897

Belk, Russel W., The ineluctable mysteries of possessions, in: F. W. Rudmin (Hrsg.), To have possessions. A handbook on ownership and property. Journal of Social Behavior and Personality 6, Special Issue, S. 17-55

Belk, Russel W., Three Scales to Measure Constructs Related to Materialism: Reliability, Validity, And Relationships to Measures of Happiness, in: Advances in Consumer Research 11 (1984), S. 291-297

Biervert, Bernd, Artikel „Konsum, Konsumgesellschaft“, in: Georges Enderle u.a. (Hrsg.), Lexikon der Wirtschaftsethik, Freiburg u.a. 1993, Sp. 535-545

Biervert, Bernd u.a. (Hrsg.), Konsum und Qualität des Lebens, Opladen 1974

Biervert, Bernd, Martin Held (Hrsg.), Das Menschenbild der ökonomischen Theorie. Zur Natur des Menschen, Frankfurt/Mn. 1992

Biervert, Bernd, Martin Held (Hrsg.), Ökonomische Theorie und Ethik, Frankfurt/Mn.-New York 1987

Biervert, Bernd, Soziomarketing und Qualität des Lebens, in: ders., Karl-Heinz Schaffartzik (Hrsg.), Konsum und Qualität des Lebens, Opladen 1974, S. 305-342

Birnbacher, Dieter, Was wir wollen, was wir brauchen und was wir wollen dürfen, in: ders., Klaus M. Meyer-Abich (Hrsg.), Was braucht der Mensch, um glücklich zu sein? Bedürfnisforschung und Konsumkritik, München 1979, S. 30-57

Bolz, Norbert, David Bosshart, Kult-Marketing. Die neuen Götter des Marktes, Düsseldorf 1995

Braudel, Fernand, Capitalism and Material Life 1400-1800, London 1973

Brewer, John, Was können wir aus der Geschichte der frühen Neuzeit für die moderne Konsumgeschichte lernen?, in: Hannes Siegrist u.a., Europäische Konsumgeschichte, Frankfurt /Mn. – New York 1997, S. 51-74

Büchler, Bernhard, Die Armut der Armen. Über den ursprünglichen Sinn der mönchischen Armut, München 1980

BUND, Misereor (Hrsg.), Zukunftsfähiges Deutschland. Ein Beitrag zu einer global nachhaltigen Entwicklung. Studie des Wuppertal Instituts für Klima, Umwelt, Energie, Basel-Boston-Berlin 1996

Bungard, Walter, Konsumenten-Entscheidungen. Ein Vergleich ökonomischer und psychologischer Erklärungsansätze, in: Kurt E. Becker (Hrsg.), Konsum, Frankfurt/Mn. 1992, S. 53-77

Burke, Sandra J., Sandra Milberg, N. Craig Smith, The Role of Ethical Concerns in Consumer Purchase Behavior: Understanding Alternative Process, in: Advances in Consumer Research 20 (1993), S. 119-122

Campbell, Colin, The Romantic Ethic and der Spirit of Modern Consumerism, Oxford 1987

Campbell, Colin, Romanticism and The Consumer Ethic: Intimations of a Weber-style Thesis, in: Sociological Analysis 43/44 (1982/83), S. 279-295

Chadwick, Henry, The Ascetic Ideal in the History of the Church, in: W. J. Sheils (Hrsg.), Monks, Hermits and the Ascetic Tradition = Studies in Church History 22, Padstow 1985

Claxton, Reid P., Jeff B. Murray, Object-Subject Interchangeability: A Symbolic Interactionist Model of Materialism, in: Advances in Consumer Research 21 (1994), S. 422-426

Cooper-Martin, Elizabeth, Morris B. Holbrook, Ethical Consumption Experiences and Ethical Space, in: Advances in Consumer Research 20 (1993), S. 113-118

Congar, Yves, Die Armut im christlichen Leben inmitten einer Wohlstandsgesellschaft, in: Concilium 2,1 (1966), S.343-352

Countryman, L. Wm., The Rich Christian in the Church of the Early Empire: Contradictions and Accommodations, New York-Toronto, 1980

Csikszentmihályi, Mihály, Flow. Das Geheimnis des Glücks, Stuttgart 1982

Csikszentmihályi, Mihály, Eugene Rochberg-Halton, Der Sinn der Dinge. Das Selbst und die Symbole des Wohnbereichs, München-Weinheim, 1989 (Orig. 1981)

Damm, Reinhard, Art. „Verbraucherschutz“, in: Wilhelm Korff (Hrsg.), Lexikon der Bioethik, Bd. 3, Gütersloh 1998, S. 676-680

Degenhardt, Hans-Joachim, Besitz und Besitzverzicht in den lukanischen Schriften, Stuttgart 1965

Deutsche Bischofskonferenz (Hrsg.), Katholischer Erwachsenen-Katechismus, Bd. 2, Leben aus dem Glauben, Freiburg-Basel-Wien 1995

Deutsche Bischofskonferenz und Rat der Evangelischen Kirche in Deutschland, Gemeinsame Erklärung „Verantwortung wahrnehmen für die Schöpfung“, hrsg. vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz und dem Kirchenamt der Evangelischen Kirche in Deutschland, Köln 1985

Deutsche Bischofskonferenz, Kommission für gesellschaftliche und soziale Fragen, Handeln für die Zukunft der Schöpfung = Die deutschen Bischöfe. Erklärungen der Kommissionen, Nr. 19, hrsg. vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn 1998

Diderot, Denis, Bedauern über meinen alten Schlafrock, in: ders., Erzählungen und Gespräche, Leipzig 1953 (Orig. 1772), S. 154-161

Dittmar, Helga, The Social Psychology of Material Possessions. To Have Is To Be, Hemel Hempstead 1992

Douglas, Mary / Baron Isherwood, The World of Goods, New York 1979

Dreier, Wilhelm, Funktion und Ethos der Konsumwerbung, Münster 1965

Dürr, Ernst, Konsum und Wachstum, in: Erwin Dichtl (Hrsg.), Verbraucherschutz in der Marktwirtschaft, Berlin 1975, S.203-222

Egenter, Richard, Die Aszese des Christen in der Welt. Überlegungen zum rechten Ansatz unserer Aszese, Ettal 1956

Egenter, Richard, Askese in einer zeitgemäßen Spiritualität, in: Johannes Gründel, Triebsteuerung. Für und wider die Askese, München 1972, S. 111-126

Eid, Volker, Abkehr vom Konsumismus. Einige Überlegungen zum Thema Änderung des Lebensstils, in: MThZ 37 (1986), S. 174-184

Ellis, Seth R., A Factor Analytic Investigation of Belk's Structure of the Materialism Construct, in: Advances in Consumer Research 19 (1992), S. 688-695

Enderle, Georges, u.a. (Hrsg.), Lexikon der Wirtschaftsethik, Freiburg-Basel-Wien 1993

Engadiner Kolloquium (Hrsg.), Die unersättliche Gesellschaft, Freiburg-Basel-Wien 1992

Erlhoff, Michael, Kaufen macht glücklich, Besitz frustriert, in: Süddeutsche Zeitung MAGAZIN Nr. 12, 24.3.1995, S. 20-23

Erlhoff, Michael, Nutzen statt Besitzen, Göttingen 1995

Fetscher, Iring, Ursprung und Ende des neuzeitlichen Fortschrittsbegriffs, in: Oskar Schatz (Hrsg.), Hoffnung in der Überlebenskrise? Salzburger Humanismusgespräche, Graz - Wien - Köln 1979

Firat, A. Fuat, Fragmentations in the Postmodern, in: Advances in Consumer Research 19 (1992), S. 203-206

Fournier, Susan u.a., Nine Consumption Lifestyles, in: Advances in Consumer Research 19 (1992), S. 329-337

Fournier, Susan, Michael Guiry, "An Emerald Green Jaguar, A House on Nantucket, and an African Safari: "Wish Lists and Consumption Dreams in Materialist Society, in: Advances in Consumer Research 20 (1993), S. 352-358

Frank, R.H., Choosing the Right Pond, Oxford 1985

Fredouille, Jean-Claude, Artikel "Götzendienst", in: Reallexikon für Antike und Christentum 11 (1981) Sp. 828-895

Friedberger, Walter, Der Reichtumserwerb im Urteil des Heiligen Thomas von Aquin und der Theologen im Zeitalter des Frühkapitalismus, Passau 1967

Friedman, Monroe, The Changing Language of a Consumer Society: Brand Name Usage in Popular American Novels in the Postwar Era, in: Journal of Consumer Research 11 (1985), S. 927-938

Fromm, Erich, Haben oder Sein, München ²⁰1991 (Orig. 1976)

Fromm, Erich, Vom Haben zum Sein. Wege und Irrwege der Selbsterfahrung = Schriften aus dem Nachlaß, Bd. 1, hrsg. von Rainer Funk, Weinheim – Berlin 1994

Fromm, Erich, Leben zwischen Haben und Sein, hrsg. von Rainer Funk, Freiburg 1993

Fromm, Erich, Über die Liebe zum Leben, München 1986

Fromm, Erich, Psychoanalyse und Ethik, München 1985

Fromm, Erich, Die Revolution der Hoffnung, Reinbek b. Hamburg 1974

Füglister, N., Artikel „Entsagung“, in: Herbert Haag (Hrsg.), Bibel-Lexikon, Einsiedeln-Zürich-Köln 1968, Sp. 396-398

Funk, Rainer, Nachwort, in: Erich Fromm, Vom Haben zum Sein. Wege und Irrwege der Selbsterfahrung = Schriften aus dem Nachlaß, Bd. 1, hrsg. von Rainer Funk, Weinheim-Berlin 1994, S. 159-163

Furger, Franz, Freiwillige Askese als Alternative, in: Gerd-Klaus Kaltenbrunner (Hrsg.), Überleben und Ethik. Die Notwendigkeit, bescheiden zu werden = Herderbücherei Initiative, Bd. 10, Freiburg–Basel–Wien 1976, S. 77-90

Galbraith, George Kenneth, Gesellschaft im Überfluß, München-Zürich 1958

Galli, Mario von, Vorschau auf die vierte Konzilssession, in: Orientierung 29,16 (1965), S. 173-176

Gehlen, Arnold, Anthropologische Forschung, Zur Selbstbegegnung und Selbstentdeckung des Menschen, Reinbek bei Hamburg, ¹³1977

Gehlen, Arnold, Der Mensch. Seine Natur und seine Stellung in der Welt, ¹³Wiesbaden 1986

Gehlen, Arnold, Urmensch und Spätkultur. Philosophische Ergebnisse und Aussagen, Bonn 1956

Gelin, Albert, Die Armen - sein Volk, Würzburg 1957

Gemeinsame Synode der Bistümer in der Bundesrepublik Deutschland, „Unsere Hoffnung“, Sonderdruck aus der Gesamtausgabe I der Gemeinsamen Synode der Bistümer in der Bundesrepublik Deutschland, Beschlüsse der Vollversammlung = Heftreihe Synodenbeschlüsse 18, hrsg. von Josef Homeyer, Bonn (o.D.)

Gilboy, Elizabeth, Demand as a Factor in the Industrial Revolution, in: R. M. Hartwell (Hrsg.), The Causes of the Industrial Revolution in England, London 1967, S. 121-138

Glastretter, Werner, Konsumzwang in einer Wohlstandsgesellschaft, in: Bernd Biervert u.a (Hrsg.), Konsum und Qualität des Lebens, Opladen 1974, S. 259-290

Gobry, Ivan, Als besäße man nicht. Der Christ und die Güter dieser Welt, Düsseldorf 1968

Göbel, Elisabeth, Kapitel „Werbung“, in: Wilhelm Korff (Hrsg.), Handbuch der Wirtschaftsethik, Bd. 4, Gütersloh 1999, S. 648-670

Göbel, Elisabeth, Artikel „Werbung“, in: Lexikon der Bioethik, Bd. 3, hrsg. von Wilhelm Korff u.a., Gütersloh 1998, S. 759-764

Goodwin, Cathy, Good Guys Don't Wear Polyester: Consumption Ideology in a Detective Series, in: Advances in Consumer Research 19 (1992), S. 739-745

Grasskamp, Walter, Die Ware Erlösung. Kleine Apologie des Konsums, in: Merkur 50,2 (1996), S. 138-146

Gronemeyer, Marianne, Die Macht der Bedürfnisse. Reflexionen über ein Phantom, Reinbek bei Hamburg, 1988

Gruen, Anselm, Der Verrat am Selbst, München 1986

Gründel, Johannes (Hrsg.), Aspekte der Ethik und Moraltheologie, in: Triebsteuerung. Für und wider die Askese, München 1972, S. 67-110

Gründel, Johannes, (Hrsg.), Triebsteuerung. Für und wider die Askese, München 1972

Haag, Agathe, Der Schriftsteller Pasolini. Anmerkungen zu den Freibeuterschriften, in: Pier Paolo Pasolini, Freibeuterschriften. Aufsätze und Polemiken über die Zerstörung des Einzelnen durch die Konsumgesellschaft, Berlin 1988, S. 125-132

Häring, Bernhard, Das Gesetz Christi, Freiburg/Brsg. 1957

Hansen, Ursula, Marketing und Konsum: eine neue Verantwortung?, in: Günther Rosenberger (Hrsg.), Konsum 2000. Veränderungen im Verbraucheralltag, Frankfurt/Mn. 1992, S. 167-178

Hansen, Ursula, Ulf Schrader, Zukunftsfähiger Konsum als Ziel der Wirtschaftstätigkeit, in: Wilhelm Korff (Hrsg.), Handbuch der Wirtschaftsethik, Bd. 3, Gütersloh 1999, S. 463-486

Haselhoff, Otto Walter, Personale und soziale Funktionen des privaten Verbrauchs, in: Günther Rosenberger (Hrsg.), Konsum 2000. Veränderungen im Verbraucheralltag, Frankfurt/Mn. 1992, S. 141-156

Hasselmann, Erwin, Gedanken über Marketing und Bedarfsweckung, in: Kurt E. Becker (Hrsg.), Konsum, Frankfurt/Mn. 1992, S. 369-372

Heilbronner, Robert L., The quest for wealth. A study of acquisitive man, New York 1956

Herbst, Vera, Shopping for a better world. Fairer Handel, in: Wirtschaftsspiegel 36 (6/1996), S. 4-6

Herrmann, Robert O., The Tactics of Consumer Resistance: Group Action and Marketplace Exit, in: Advances in Consumer Research 20 (1993), S. 130-133

Hirsch, Fred, Die sozialen Grenzen des Wachstums. Eine ökonomische Analyse der Wachstumskrise, Reinbek bei Hamburg 1980

Hirschman, Elizabeth C., Primitive Aspects of Consumption in Modern American Society, in: Journal of Consumer Research 12 (1985/86), S. 142-154

Hirschman, Elizabeth C., Morris B. Holbrook, Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions, in: Journal of Marketing 46 (1982), S. 92-101

Hirschman, Elizabeth C., The Ideology of Consumption: A Structural-Syntactical Analysis of "Dallas" and "Dynasty", in: *Journal of Consumer Research* 15 (1988)

Holbrook, Morris B., Ethics in Consumer Research: An Overview and Prospectus, in: *Advances in Consumer Research* 21 (1994), S. 566-571

Holt, Douglas B., The Impact of Modernity on Consumption: Simmel's *Philosophy of Money*, in: *Advances in Consumer Research* 21 (1994), S. 65-69

Holt, Douglas B., Summary of Session. Neglected Classics: Three Intellectual Traditions in the Sociology of Consumption, in: *Advances in Consumer Research* 21 (1994), S. 64

Homann, Karl, Franz Blome-Drees, *Wirtschafts- und Unternehmensethik*, Göttingen 1992

Hondrich, Karl Otto, Bedürfnisänderung durch Aufklärung?, in: Klaus Michael Meyer-Abich und Dieter Birnbacher (Hrsg.), *Was braucht der Mensch, um glücklich zu sein? Bedürfnisforschung und Konsumkritik*, München 1979

Hondrich, Karl Otto, Zukunftsvisionen für die Industriegesellschaft - Leben mit Widersprüchen und Ungewißheiten, in: Günther Rosenberger, *Konsum 2000. Veränderungen im Verbraucheralltag*, Frankfurt/Mn. 1992, S. 228-237

Honecker, Martin, Askese - Renaissance eines theologischen und antiken Begriffs?, in: Damaskinos Papandreu u.a. (Hrsg.), *Oecumenica et Patristica*, FS für Wilhelm Schneemelcher, Stuttgart-Berlin-Köln 1989

Honigsheim, Paul, Formen der Askese und ihr kultursoziologischer Hintergrund, in: Joachim Matthes (Hrsg.), *Internationales Jahrbuch für Religionssoziologie*, Bd. 1, Köln-Opladen 1965, S. 15-23

Honneth, Axel, Soziologie. Eine Kolumne, in: *Merkur* 42,2 (1988), S. 961-965

Horkheimer, Max, The End of Reason, in: *Studies in Philosophy and Social Science* 9 (1941)

Hürter, Otto, Aspekte der Psychotherapie, in: Johannes Gründel (Hrsg.), *Triebsteuerung. Für und wider die Askese*, München 1972, S. 31-46

Inglehart, Ronald, *Kultureller Umbruch. Wertewandel in der westlichen Welt*, Frankfurt/Mn. 1989

Internationale Theologenkommission, Menschliches Wohl und christliches Heil, in: *Herder-Korrespondenz* 32 (1978), S. 24-30

Jacoby, Jacob, Ethical Issues in Consumer Research, in: *Advances in Consumer Research* 21 (1994), S. 565

Johannes XXIII., Papst, Enzyklika *Mater et Magistra* (1961), in: Texte zur katholischen Soziallehre. Die sozialen Rundschreiben der Päpste und andere kirchliche Dokumente, hrsg. vom Bundesverband der Katholischen Arbeitnehmer-Bewegung, Kevelaer⁶1985, S. 201-270

Johannes XXIII., Papst, Enzyklika *Pacem in terris* (1963), in: Texte zur katholischen Soziallehre. Die sozialen Rundschreiben der Päpste und andere kirchliche Dokumente, hrsg. vom Bundesverband der Katholischen Arbeitnehmer-Bewegung, Kevelaer⁶1985, S. 271-320.

Johannes Paul II., Papst, Enzyklika *Centesimus annus* (1991) = Verlautbarungen des Apostolischen Stuhls, Nr. 101, hrsg. vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn 1991

Johannes Paul II., Papst, Litterae Encyclicae *Centesimus annus* (1991), Libreria editrice Vaticana MCMXCI

Johannes Paul II., Papst, Enzyklika *Laborem exercens* (1981), in: Texte zur katholischen Soziallehre. Die sozialen Rundschreiben der Päpste und andere kirchliche Dokumente, hrsg. vom Bundesverband der Katholischen Arbeitnehmer-Bewegung, Kevelaer⁶1985, S. 559-628

Johannes Paul II., Papst, Enzyklika *Redemptor hominis* (1979) = Verlautbarungen des Apostolischen Stuhls, Nr. 6, hrsg. vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn 1979

Johannes Paul II., Papst, Enzyklika *Sollicitudo rei socialis* (1987) = Verlautbarungen des Apostolischen Stuhls, Nr. 82, hrsg. vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn 1987

Joy, Annamma, Lisa Auchinachie, Paradigms of the Self and the Environment in Consumer Behavior and Marketing, in: *Advances in Consumer Research* 21 (1994), S. 153-155

Kämpchen, Martin, Die Armut der Armen teilen?, in: *Orientierung* 32,4 (1978), S. 37-39

Karpf, Pius, Fortschritt und Kirche. Die Stellung des kirchlichen Lehramtes zum wissenschaftlich-technisch-wirtschaftlichen Fortschritt = Grenzfragen zwischen Theologie und Philosophie, Bd. 22, Köln-Bonn 1974

Kassarjian, Harold, Consumer Psychology, in: *Annual Review of Psychology* 33, hrsg. von Mark Rosenzweig u. Lyman Porter, Berkeley/Cal., Irvine (1982), S. 619-649.

Katechismus der katholischen Kirche, München–Wien–Leipzig–Freiburg-Linz 1993

Katona, George, Das Verhalten der Verbraucher und Unternehmer, Tübingen 1960

Kerber SJ, Walter, Manipulierung des Menschen durch die Werbung?, in: *Stimmen der Zeit* 186 (1970), S. 313-328

Kessler, Hans, Artikel „Schöpfung, V. Systematisch-theologisch“, in: LThK, Bd. 9, Freiburg-Basel-Rom-Wien³2000, Sp. 230-236

Kleinhenz, Gerhard, Art. „Konsum / Konsumentenerziehung, 1. Ökonomisch“, in: Wilhelm Korff (Hrsg.), Lexikon der Bioethik, Bd. 2, Gütersloh 1998, S. 430-434

Klimkeit, Hans-Joachim, Artikel „Buddha“, in: LThK, Bd. 2, Freiburg–Basel-Rom-Wien³1994

Kluge, Friedrich, Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache, bearb. von Elmar Seebold, Berlin-New York²³1999

Kluxen, Wolfgang, Moralische Aspekte der Energie- und Umweltfrage, in: A. Hertz u.a. (Hrsg.), Handbuch der christlichen Ethik, Bd. 3, Freiburg/Brsg. 379-424

Knapp, Andreas, Über den Erwerb und Konsum von materiellen Gütern, in: Forschungsmagazin der Johannes Gutenberg - Universität Mainz 1/1995, S. 22-31

Knobloch, Ulrike, Theorie und Ethik des Konsums. Reflexion auf die normativen Grundlagen sozialökonomischer Konsumtheorien, Bern – Stuttgart - Wien 1994

Kommission der Deutschen Bischofskonferenz für gesellschaftliche und soziale Fragen, Handeln für die Zukunft der Schöpfung, hrsg. vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn 1998

Korff, Wilhelm, Neue Dimensionen der bedürfnisethischen Frage, in: ders.(Hrsg.), Handbuch der Wirtschaftsethik, Bd. 1, Gütersloh 1999, S. 31-50

Korff, Wilhelm, Wandlungen im Verständnis der Arbeit aus der Sicht der christlichen Soziallehre, in: Venanz Schubert, Der Mensch und seine Arbeit, Sankt Ottilien 1986, S. 213-254

Kroeber-Riel, Werner, Konsumentenverhalten, München 1990

Küng, Emil, Ende der Wohlfahrtsgesellschaft? Zwei Beiträge über die veränderten Grundlagen unseres Weltbildes, Zürich-München 1974

Küng, Emil, Der Geist der Konsumgesellschaft. Eine kritische Analyse, in: Neue Ordnung 26 (1972), S. 350-358

Küng, Emil, Der aufwendige Verbrauch, in: Kurt E. Becker (Hrsg.), Konsum, Frankfurt/Mn. 1992, S. 47-52

Küng, Emil, Wege und Irrwege in die Zukunft. Möglichkeiten und Grenzen der politischen und gesellschaftlichen Gestaltungsfreiheit, Stuttgart 1979

Lang, Alfred, Vorwort, in: Mihály Csikszentmihályi / Eugene Rochberg-Halton, Der Sinn der Dinge. Das Selbst und die Symbole des Wohnbereichs, München-Weinheim 1989, S.7-12

Larkin, Ernest, Die Askese im modernen Leben, in: Concilium 2,2 (1966), S. 703-707

Lederer, Katrin, Bedürfnisse: ein Gegenstand der Bedürfnisforschung, in: Klaus Michael Meyer-Abich, Dieter Birnbacher (Hrsg.), Was braucht der Mensch, um glücklich zu sein? Bedürfnisforschung und Konsumkritik, München 1979, S. 11-29

Lederer, Katrin, Rainer Mackensen, Gesellschaftliche Bedürfnislagen. Möglichkeiten und Grenzen ihrer wissenschaftlichen Bestimmung, Göttingen 1975

Lehmann, Karl, Entfremdungsphänomene der Konsumkultur, in: Handbuch der Pastoraltheologie. Praktische Theologie der Kirche in ihrer Gegenwart, Bd. II/2, hrsg. von Franz Xaver Arnold, Karl Rahner, Viktor Schurr, Leonhard M. Weber, Freiburg/Brsg. 1966, S. 132-134

Lehmann, Karl, Bischof, Hirtenwort zur österlichen Bußzeit 1985, hrsg. von der Bischöflichen Kanzlei Mainz (1985)

Leibenstein, H., Bandwagon, snob, and Veblen effects in the theory of consumers' demand, in: Quarterly of Economics 64 (1950), S. 183-207

Lowenthal, Leo, Historical Perspectives of Popular Culture, in: The American Journal of Sociology 55 (1949-1950), S. 323-332

Macho, Thomas, Neue Askese? Zur Frage nach der Aktualität des Verzichts, in: Merkur 48 (1994), S. 583-593

Majdanski, Casimir, Le rôle des Biens Extérieurs dans la vie morale d'après Saint Thomas d'Aquin, Vanves 1951

Marcel, Gabriel, Sein und Haben, Paris ²1968

Marcuse, Herbert, Zur Kritik des Hedonismus, in: Kultur und Gesellschaft 1, Edition Suhrkamp, Frankfurt/Mn. 1965, S.128-168

Marcuse, Herbert, Der eindimensionale Mensch. Studien zur Ideologie der fortgeschrittenen Industriegesellschaft, Frankfurt/Mn. 1987

Maslow, Abraham H., Motivation und Persönlichkeit, Olten-Freiburg/Brsg. 1977

Mason, R.S., Conspicuous consumption, Westmead 1981

Mauss, M., The Gift: Forms and functions of exchange in archaic society, London 1970

McCracken, Grant, Culture and consumption. New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities, Bloomington 1990

McCracken, Grant, Die Geschichte des Konsums: ein Literaturüberblick und Leseführer, in: Günther Rosenberger (Hrsg.), Konsum 2000. Veränderungen im Verbraucheralltag, Frankfurt/Mn. 1992, S. 25-53

McKendrick, Neil, John Brewer, J.H. Plumb, The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth-Century England, Bloomington/Indiana 1982

McKendrick, Neil, Die Ursprünge der Konsumgesellschaft. Luxus, Neid und soziale Nachahmung in der englischen Literatur des 18. Jahrhunderts, in: Hannes Siegrist u.a., Europäische Konsumgeschichte, Frankfurt/Mn. – New York 1997, S.75-108

Meixner, Horst, Manipuliert die Werbung?, in: Klaus M. Meyer-Abich, Dieter Birnbacher (Hrsg.), Was braucht der Mensch, um glücklich zu sein? Bedürfnisforschung und Konsumkritik, München 1979, S. 78-96

Meran, Josef, Über einige Schwierigkeiten, den Begriff "Bedürfnis" als Grundlage der Kulturwissenschaften zu verwenden, in: Alfred Schöpf (Hrsg.), Bedürfnis, Wunsch, Begehren. Probleme einer philosophischen Sozialanthropologie = Studien zur Anthropologie, 12 (1987), S. 17-35

Mertens, Gerhard, Art. Bedürfnis/Bedürfnisethik, in: Wilhelm Korff (Hrsg.), Lexikon der Bioethik, Bd. 1, Gütersloh 1998, S. 296-301

Mertens, Gerhard, Art. „Konsum/Konsumentenerziehung. 2. Pädagogisch“, in: Wilhelm Korff (Hrsg.), Lexikon der Bioethik, Bd. 2, Gütersloh 1998, S. 434-438

Mertens, Gerhard, Kapitel „Konsum und Personalität“, in: Wilhelm Korff (Hrsg.), Handbuch der Wirtschaftsethik, Bd. 3, Gütersloh 1999, S. 449-463

Messner, Johannes, Wohlstandsgesellschaft im Zwielficht, in: Hochland 58 (1966)

Meyer-Abich, Klaus Michael, Kritik und Bildung der Bedürfnisse. Aussichten auf Veränderungen der Nachfrage- und Bedarfsstruktur, in: ders, Dieter Birnbacher (Hrsg.), Was braucht der Mensch, um glücklich zu sein? Bedürfnisforschung und Konsumkritik, München 1979, S. 58-77

Michel, Karl-Georg, Konsumethik in der Wohlstandsgesellschaft = Abhandlungen zur Sozialethik, hrsg. von Anton Rauscher und Lothar Roos, Bd. 41, Paderborn–München–Wien–Zürich 1997

Mick, David, Summary of Special Session. Self-Gifts: An Emerging Category of Consumer Behavior from Multiple Perspectives, in: Advances in Consumer Research 20 (1993)

Mieth, Dietmar, Seelische Grundlagen unserer Gesellschaft in der Charakterlehre Erich Fromms und in theologisch-ethischer Reflexion, in: De dignitatis hominis, FS für Carlos-Josaphat Pinto de Oliveira, hrsg. von Adrian Holderegger u.a., Freiburg/Schweiz 1987, S. 317-335

Mieth, Dietmar, Konsum und Tod, in: Theologische Quartalschrift 170,1 (1990), S. 9-23

Mieth, Dietmar, Konsumismus oder: die abschüssige Bahn der Normalität, in: Klaus-Jürgen Reinbold (Hrsg.), Konsumrausch. Der heimliche Lehrplan des Passivismus, Freiburg/Brsg. 1994, S. 79-101

Mieth, Dietmar, Die neuen Tugenden. Ein ethischer Entwurf = Schriften der Katholischen Akademie in Bayern 104, Düsseldorf 1984

Moeller, Charles, Kommentar zum Prooemium der Pastoralkonstitution "Gaudium et Spes", in: LThK, Bd. 14, hrsg. von Heinrich Suso Brechter u.a., Freiburg-Basel-Wien ²1986, S. 280-312

Molitor, Bruno, Wirtschaftsethik, München 1989

Münk, Hans J., Artikel „Schöpfungsauftrag“, in: LThk, Bd. 9, Freiburg-Basel-Rom-Wien ³2000, Sp. 239-240

Mukerji, Chandra, From Graven Images. Patterns of Modern Materialism, New York 1983

Nagel, Peter, Die Motivierung der Askese in der alten Kirche und der Ursprung des Mönchtums, Berlin 1966

Nell-Breuning, Oswald von, Kommentar zu *Gaudium et Spes*, Art. 63-72, in: LThK, Bd. 14, Freiburg/Brsg. 1968, hrsg. von Heinrich Suso Brechter u.a., S. 487-515

Noltze, Holger, Konsum 2000 - Szenarien über die Zukunft von Konsum und Freizeit, in: Günther Rosenberger (Hrsg.), Konsum 2000. Veränderungen im Verbraucheralltag, Frankfurt/Mn. 1992, S. 206-227

Noltze, Holger, "Warum ist der Kunde ein betrogener Gott, Herr Bolz?", Interview mit Norbert Bolz, in: FAZ-Magazin vom 4.8.1995

Oelinger, Josef, Christliche Weltverantwortung. Die Kirche in der Welt von heute (= Kommentare zur Pastoralkonstitution, Bd. 1), Köln 1968

Oliver, Richard L., An Investigation of the Attribute Basis of Emotion and Related Affects in Consumption: Suggestions for a Stage-Specific Satisfaction Framework, in: Advances in Consumer Research 19 (1992), S. 237-244

Olsen, Barbara, Brand Loyalty and Lineage: Exploring New Dimensions for Research, in: Advances in Consumer Research 20 (1993), S. 575-579

Opaschowski, Horst W., Schöne, neue Freizeitwelt? Wege zur Neuorientierung, Hamburg 1994

Opaschowski, Horst W., Tourismus und Ökonomie. Eine europäische Tourismusanalyse in drei Ländern, Hamburg 1996

O'Neill, John, *The Productive Body: An Essay on the Work of Consumption*: Queens Quarterly 85, hrsg. vom Quarterly Committee of Queens University, Kingston, Ontario, Canada (1978), S. 221-230

Packard, Vance, *Die geheimen Verführer. Der Griff nach dem Unbewußten in jedermann*, Düsseldorf-Wien-New York-Moskau 1992 (Original: 1957)

Päpstliche Kommission für die Instrumente der sozialen Kommunikation, Pastoralinstruktion „*Communio et Progressio*“ über die Instrumente der sozialen Kommunikation, veröffentlicht im Auftrag des II. Vatikanischen Konzils, lateinisch-deutsch = Nachkonziliare Dokumentation, Bd. 11, Trier 1971

Päpstlicher Rat für die Sozialen Kommunikationsmittel, Ethik in der Werbung = Arbeitshilfen Nr. 135, hrsg. vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn 1997

Päpstlicher Rat für die Sozialen Kommunikationsmittel, Pastoralinstruktion *Aetatis novae* (1992), hrsg. vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn 1992

Pannenberg, Wolfhart, *Anthropologie in theologischer Perspektive*, Göttingen 1983

Paul VI., *Papst*, Enzyklika *Populorum progressio* über die Entwicklung der Völker, in: Bundesverband der Katholischen Arbeitnehmer-Bewegung Deutschlands (Hrsg.), *Texte zur katholischen Soziallehre*, Kevelaer⁶1985, S. 435-470

Paul VI., *Papst*, Ansprache vor der Internationalen Arbeitsorganisation in Genf am 10. Juni 1969, in: Bundesverband der Katholischen Arbeitnehmer-Bewegung Deutschlands (Hrsg.), *Texte zur katholischen Soziallehre*, Kevelaer⁶1985, S.471-486

Paul VI., *Papst*, Apostolisches Schreiben *Octogesima adveniens*, in: Bundesverband der Katholischen Arbeitnehmer-Bewegung Deutschlands (Hrsg.), *Texte zur katholischen Soziallehre*, Kevelaer⁶1985, S. 487-523

Paul VI., *Papst*, Apostolisches Schreiben *Octogesima adveniens*, lateinisch-deutsch. Von den deutschen Bischöfen approbierte Übersetzung, eingeleitet von Oswald von Nell-Breuning SJ (= Nachkonziliare Dokumentation 35), Trier 1971

Paul VI., *Papst*, Ansprache vor der Internationalen Arbeitsorganisation (1969), in: Bundesverband der Katholischen Arbeitnehmer-Bewegung Deutschlands (Hrsg.), *Texte zur katholischen Soziallehre*, Kevelaer⁶1985, S. 471-486

Paul VI., *Papst*, Botschaft zum Welttag der Sozialen Kommunikationsmittel 1977, in: *l'Osservatore Romano*, 13. Mai 1977

Pasolini, Pier Paolo, *Freibeuterschriften. Aufsätze und Polemiken über die Zerstörung des Einzelnen durch die Konsumgesellschaft*, Berlin 1988

Penaloza, Lisa, Linda L. Price, Consumer Resistance: A Conceptual Overview, in: Advances in Consumer Research 20 (1993), S. 123-128

Pius XI., Papst, Enzyklika Quadragesimo anno (1931), in: Bundesverband der Katholischen Arbeitnehmerbewegung Deutschlands (Hrsg.), Texte zur Katholischen Soziallehre. Die sozialen Rundschreiben der Päpste und andere Dokumente, Kevelaer ⁶1985, S. 91-150

Pius XII., Papst, Ansprache an römische Akademiker, 24. Mai 1953, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens. Soziale Summe Pius' XII. Bd. 1, Fribourg 1954, S. 931-938

Pius XII., Papst, Ansprache an Arbeiter aus Anlaß der jährlichen Gedenkfeier von "Rerum Novarum", 14. Mai 1953, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens. Soziale Summe Pius' XII., Bd. 2, Fribourg 1954, S. 165-1661

Pius XII., Papst, Ansprache an die Delegierten der Internationalen Union katholischer Frauenverbände, 14. April 1939, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens. Soziale Summe Pius' XII., Bd. 1, Fribourg 1954, S. 652-657

Pius XII., Papst, Ansprache an Frauen der Katholischen Aktion Italiens: 24. Juli 1949, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius XII., Bd. 1, Fribourg 1954, S. 491-499

Pius XII., Papst, Ansprache an folkloristische Gruppen aus verschiedenen Ländern, 19. Juli 1953, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens. Soziale Summe Pius' XII., Bd. 1, Fribourg 1954, S. 209-213

Pius XII., Papst, Ansprache an die Weibliche Jugend der katholischen Aktion Italiens, 24. April 1943, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens. Soziale Summe Pius' XII., Bd. 1, Fribourg 1954, S. 735-747

Pius XII., Papst, Ansprache an Jungmädchen der Katholischen Aktion Italiens, 6. Oktober 1940, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens. Soziale Summe Pius' XII., Bd. 1, Fribourg 1954, S. 693-703

Pius XII., Papst, Ansprache an das Kardinalskollegium, 2. November 1950, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens. Soziale Summe Pius' XII., Bd. 1, Fribourg 1954, S. 242-245

Pius XII., Papst, Ansprache an die Teilnehmer des Kongresses des Nationalen Bauernbundes Italiens: 15. November 1946, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Jo-

seph-Fulko Groner OP (Hrsg.), Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens. Soziale Summe Pius' XII., Bd. 1, Fribourg 1954, S. 1197-1205

Pius XII., Papst, Ansprache an Lehrer und Schüler italienischer Volksschulen, 19. März 1953, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens. Soziale Summe Pius' XII., Bd. 1, Fribourg 1954, S. 889-897

Pius XII., Papst, Ansprache an die Leserinnen der Zeitschrift ALBA, 17. Mai 1942, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens. Soziale Summe Pius' XII., Bd. 1, Fribourg 1954, S. 726-734

Pius XII., Papst, Ansprache an die Teilnehmer des 27. Wirtschaftskurses der Internationalen Gesellschaft der Handelsschulen, 10. September 1953, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens. Soziale Summe Pius' XII., Bd. 1, Fribourg 1954, S. 1251-1253

Pius XII., Papst, Ansprache an Vertreter des Internationalen Verbandes der Familienorganisationen, 20. September 1949, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens. Soziale Summe Pius' XII., Bd. 1, Fribourg 1954, S. 1332-1337

Pius XII., Papst, Brief an den Präsidenten der Sozialen Wochen Frankreichs, Charles Flory, anlässlich der 39. Sozialen Woche, 7. Juli 1952, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens. Soziale Summe Pius' XII., Bd. 2, Fribourg 1954, S. 1728-1735

Pius XII., Papst, Radioansprache an die Teilnehmer des 4. Interamerikanischen Kongresses für katholische Erziehung in Rio de Janeiro, 5. August 1951, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens. Soziale Summe Pius' XII., Bd. 1, Fribourg 1954, S. 813-819

Pius XII., Papst, Radioansprache an den 10. Schweizerischen Katholikentag in Fribourg, 1. (französischer) Teil, 16. Mai 1954, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens. Soziale Summe Pius' XII., Bd. 2, Fribourg 1954, S. 2437-2439

Pius XII., Papst, Radiobotschaft an die Welt, 4. April 1946, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens. Soziale Summe Pius' XII., Bd. 2, Fribourg 1954, S. 1741-1747

Pius XII., Papst, Rundfunkbotschaft zu Weihnachten, 24. Dezember 1941, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens. Soziale Summe Pius' XII., Bd. 2, Fribourg 1954, S. 1944-1959

Pius XII., Papst, Radio-Weihnachtsbotschaft, 24. Dezember 1953, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens. Soziale Summe Pius' XII., Bd. 1, Fribourg 1954, S. 301-316

Pius XII., Papst, Weihnachtsbotschaft, 22. Dezember 1957, in: Arthur-Fridolin Utz OP und Joseph-Fulko Groner OP (Hrsg.), Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius' XII., Bd. 3, Fribourg 1961, S. 2527-2558

Polanyi, Karl, The Great Transformation. Politische und ökonomische Ursprünge von Gesellschaften und Wirtschaftssystemen, Frankfurt/Mn. 1978

Pöhlmann, Hartmut, Art. „Verbraucherpolitik“, in: Handwörterbuch der Volkswirtschaft, Wiesbaden 1978, Sp. 1319-1342

Precht, Peter, Vom „Wesen“ zur „Strukturierung“ des Menschen, in: Alfred Schöpf (Hrsg.), Bedürfnis, Wunsch, Begehren. Probleme einer philosophischen Sozialanthropologie = Studien zur Anthropologie 12, Frankfurt/Mn. 1987, S.7-15

Quirin, Peter, Unternehmensethik und verantwortlicher Konsum: Rhetorik ohne Konsequenzen?, in: Günther Rosenberger (Hrsg.), Konsum 2000. Veränderungen im Verbraucheralltag, Frankfurt/Mn. 1992, S. 198-204

Rahner, Karl, Frömmigkeit früher und heute, in: ders., Schriften zur Theologie, Bd. 7, Einsiedeln - Zürich - Köln 1971, S. 11-31

Rahner, Karl, Passion und Askese, in: ders., Schriften zur Theologie, Bd. 3, Einsiedeln - Zürich - Köln 1961, S. 73-104

Rahner, Karl, Zur Theologie der Entsagung, in: ders., Schriften zur Theologie Bd. 3, Einsiedeln - Zürich - Köln 1961, S. 61-72

Rappel, Simone, „Macht euch die Erde untertan.“ Die ökologische Krise als Folge des Christentums? = Abhandlungen zur Sozialethik 39, hrsg. von Anton Rauscher und Lothar Roos, Paderborn - München - Wien - Zürich 1996

Ratzinger, Joseph, Die letzte Sitzungsperiode des Konzils, Köln 1966

Rauh, Fritz, Aspekte der Verhaltenswissenschaft, in: Johannes Gründel (Hrsg.), Triebsteuerung. Für und wider die Askese, München 1972, S. 7-30

Rehm, M., Artikel "Götzendienst", in: LThK, Bd. 4, Sp.1146-1149, Freiburg/Brsg. 1960

Reisinger, Ferdinand, Fragmentarisches über „Haben und Sein“. Anmerkungen zu „Sollicitudo rei socialis“ Nr. 28, in: Herbert Schambeck, Rudolf Weiler (Hrsg.), Der Mensch ist der Weg der Kirche = FS für Johannes Schasching, Berlin 1992, S. 205-219

Römische Bischofssynode De iustitia in mundo (1971), Über die Gerechtigkeit in der Welt, in: Texte zur katholischen Soziallehre. Die sozialen Rundschreiben der Päpste und andere kirchliche Dokumente, hrsg. vom Bundesverband der Katholischen Arbeitnehmer-Bewegung, Kevelaer ⁶1985, S.525-557

Richins, Marsha L. u.a., An Exploration of Materialism and Consumption-Related Affect, in: *Advances in Consumer Research* 19 (1992), S. 229-236

Rosenberger, Günther, Überlegungen zum Wohlstandskonsum im vereinigten Deutschland, in: ders., *Konsum 2000. Veränderungen im Verbraucheralltag*, Frankfurt/Mn. 1992, S. 10-24

Rosenberger, Günther, Zukunftserwartungen der Wohlstandsgesellschaft, in: ders. (Hrsg.), *Konsum 2000. Veränderungen im Verbraucheralltag*, Frankfurt/Mn. 1992, S. 71-110

Ruffat, Michèle, La société de consommation et ses critiques. Pour une mise en perspective des années soixante, in: *Historiens de L'Europe* 8,3-4 (1993), S. 171-181

Sartre, Jean-Paul, Das Sein und das Nichts, Kapitel "Handeln und Haben", S. 956 -1052, Reinbek 1993 (Orig. 1943)

Schasching, Johannes, Kirche und industrielle Gesellschaft = Schriftenreihe der Katholischen Sozialakademie Wien, Bd. 1, Wien 1960

Schasching, Johannes, Unterwegs mit den Menschen. Kommentar zur Enzyklika „Centesimus annus“ von Johannes Paul II. = Soziale Brennpunkte, Bd. 16, hrsg. von der Katholischen Sozialakademie Österreichs, Wien 1991

Scherhorn, Gerhard, Autonomie und Empathie. Die Bedeutung der Freiheit für das verantwortliche Handeln: Zur Entwicklung eines neuen Menschenbildes, in: Bernd Biervert und Martin Held (Hrsg.), *Das Menschenbild der ökonomischen Theorie. Zur Natur des Menschen*, Frankfurt/Mn. 1991, S. 153-172

Scherhorn, Gerhard, Über die Bedeutung des Verbraucherverhaltens für die Funktionsfähigkeit des Marktes, in: Kurt E.Becker (Hrsg.), *Konsum*, Frankfurt/Mn. 1992, S. 189-203

Scherhorn, Gerhard, Bedürfnis und Bedarf. Sozialökonomische Grundbegriffe im Lichte der neueren Anthropologie, Berlin 1959

Scherhorn, Gerhard, Die Grenzen der Manipulation, in: Becker, Kurt E. (Hrsg.), *Konsum*, Frankfurt/Mn. 1992, S. 373-382

Scherhorn, Gerhard, Gibt es eine Hierarchie der Bedürfnisse? Thesen zur Entwicklung der Bedarfe in der Konsum- und Arbeitswelt, in: Bernd Biervert u.a. (Hrsg.), *Konsum und Qualität des Lebens*, Opladen 1974

Scherhorn, Gerhard, Artikel „Konsumverhalten“, in: Lexikon der Wirtschaftsethik, hrsg. von Georges Enderle u.a., Freiburg - Basel - Wien 1993, Sp. 545-551

Scherhorn, Gerhard, Umwelt, Arbeit und Konsum. Mikroökonomische Aspekte des modernen Konsums, in: Doris Rosenkranz, Norbert F. Schneider (Hrsg.), Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven, Opladen 2000, S. 283-304

Scherhorn, Gerhard, Was ist am Zusatznutzen so problematisch?, in: Günther Rosenberger (Hrsg.), Konsum 2000. Veränderungen im Verbraucheralltag, Frankfurt/Mn. 1992, S. 157-166

Schilling, Otto, Reichtum und Eigentum in der altkirchlichen Literatur. Ein Beitrag zur sozialen Frage, Freiburg/Brsg. 1908

Schmitz, Wolfgang, Mittelpunkt der Wirtschaft: Der Mensch als Konsument. Und der Beitrag der Kirchen zu einer menschenwürdigen Gesellschaft, in: Herbert Schambeck und Rudolf Weiler (Hrsg.), Der Mensch ist der Weg der Kirche = FS für Johannes Schasching, Berlin 1992, S. 221-239

Schneider, Norbert F., Konsum und Gesellschaft, in: Doris Rosenkranz, Norbert F. Schneider (Hrsg.), Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven, Opladen 2000, S. 9-22

Schneider, Norbert F., Vorwort, in: Doris Rosenkranz, Norbert F. Schneider (Hrsg.), Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven, Opladen 2000, S. 7-8

Scholliers, Peter, Chris Vandenbroeke, The transition from traditional to modern patterns of demand in Belgium, in: Henri Baudet u.a. (Hrsg.), Consumer Behaviour and Economic Growth in the Modern Economy, London 1982, S. 23-71

Schrader, Ulf, Ursula Hansen (Hrsg.), Nachhaltiger Konsum. Forschung und Praxis im Dialog, Frankfurt/Mn. 2001

Schulze, Gerhard, Die Erlebnis-Gesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart, Frankfurt/Mn. - New York 1992

Schweizer, Eduard, Askese nach Kol 1,24 oder 2,20?, in: Helmut Merklein (Hrsg.), Neues Testament und Ethik = FS für Rudolf Schnackenburg, Freiburg - Basel - Wien 1989, S. 340-348

Scitovsky, Tibor, Psychologie des Wohlstands. Die Bedürfnisse des Menschen und der Bedarf des Verbrauchers, Frankfurt/Mn. - New York 1989

Scott, Linda M., Playing with Pictures: Postmodernism, Poststructuralism, and Advertising Visuals, in: Advances in Consumer Research 19 (1992), S. 596-612

Siegrist, Hannes, Hartmut Kaelble, Jürgen Kocka (Hrsg.), Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert), Frankfurt/Mn. - New York 1997, S. 747-762

Simmel, Georg, Zur Psychologie der Mode, in: Otthein Rammstedt (Hrsg.), Georg Simmel, Gesamtausgabe, Bd.5, S. 105-114, Frankfurt/Mn. 1992 (Orig. 1895)

Singer, Jerome L., Vivian G. McCraven, Some Characteristics of Adult Day-dreaming, in: The Journal of Psychology 51 (1961), S. 151-163

Snyder, C.R., Product Scarcity by Need for Uniqueness Interaction, in: Basic and Applied Social Psychology 13 (1992), S. 9-24

Sölle, Dorothee, „Du sollst keine anderen Jeans haben neben mir“, in: Jürgen Habermas (Hrsg.), Stichworte zur geistigen Situation der Zeit, Bd. 2: Politik und Kultur, S. 541-553

Sojka, Jane, Eric R. Spangenberg, Ethical Concerns in Marketing Research, in: Advances in Consumer Research 21 (1994), S. 392-396

Steffens, Heiko, Die ökologische Verantwortlichkeit des Verbrauchers, in: Günther Rosenberger (Hrsg.), Konsum 2000. Veränderungen im Verbraucheralltag, Frankfurt/Mn. 1992, S. 179-197

Stern, Barbara B., Abstract. Nostalgia in Advertising Text: Romancing the Past, in: Advances in Consumer Research 19 (1992), S. 388-389

Stihler, Ariane, Ausgewählte Konzepte der Sozialpsychologie zur Erklärung des modernen Konsumverhaltens, in: Doris Rosenkranz, Norbert F. Schneider (Hrsg.), Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven, Opladen 2000, S. 169-186

Strathmann, H., P. Keseling, Artikel "Askese II (christlich)", in: RAC 1 (1950), Sp.758-795

Stricker, Stephan, Weltweite Gerechtigkeit konkret. Die fast dreißigjährige Geschichte des „Fairen Handels“, in: Herder Korrespondenz 50 (7/1996), S. 362-367

Stricker, Stephan, Verhalten und Verhältnisse ändern: Die Trans-Fair-Kampagne, in: Raul Betancourt (Hrsg.), Die „vorrangige Option für die Armen“ der katholischen Kirche in Lateinamerika. Zugänge zu ihrer Begründungsproblematik, Geschichte und Verwirklichung, Bd. 2: Interventionsbereiche, Strategien und Anschlussfähigkeit, Aachen-Mainz 2000, S. 121-139

Suerdem, Ahmet, What Are You Doing After the Orgy? or Does the Consumer Really Behave ("Well")?, in: Advances in Consumer Research 19 (1992), S. 207-212

Thomas von Aquin, Summa theologiae II = Biblioteca de autores christianos, Bd. 89, Madrid ⁴1985

Veblen, Thorstein, Theorie der feinen Leute. Eine ökonomische Untersuchung der Institutionen, Frankfurt/Mn. 1989 (Original: 1899)

Venkatesh, Alladi, Postmodernism, Consumer Culture and the Society of the Spectacle, in: Advances in Consumer Research 19 (1992), S. 199-202

Wacker, Marie-Theres, Artikel „Götzendienst, Altes Testament“, in: LThK, Bd.4, Freiburg - Basel - Rom - Wien ³1995, Sp. 960-962

Waibl, Elmar, Das Problem der menschlichen Bedürfnisse im Licht der wirtschaftsphilosophischen Ideengeschichte, in: Alfred Schöpf (Hrsg.), Bedürfnis, Wunsch, Begehren. Probleme einer philosophischen Sozialanthropologie = Studien zur Anthropologie, Bd. 12, Frankfurt/Mn. 1987, S. 67-811

Waibl, Elmar, Ökonomie und Ethik, Bd. 2, Die Kapitalismusdebatte von Nietzsche bis Reaganomics, Stuttgart - Bad Cannstatt ²1989

Wansink, Brian, The Dark Side of Consumer Behavior: Empirical Examinations of Impulsive and Compulsive Consumption, in: Advances in Consumer Research 21 (1994), S. 508

Weber, Wilhelm, Chancen und Gefahren der Konsumgesellschaft. Hinweise zur Verwirklichung des Mensch- und Christseins in der Konsumgesellschaft, München - Paderborn - Wien 1978, S. 426-443

Weber, Wilhelm, Wilfried Schreiber, Anton Rauscher, Das Konzil zur Wirtschaftsgesellschaft. Die Pastoralkonstitution über die Kirche in der Welt dieser Zeit, Regensburg - Münster 1966

Weger, Karl-Heinz, Macht Wohlstand geistig arm?, in: Stimmen der Zeit 210 (1992), S. 145

Wendland, Heinz-Dietrich, Ethik des Neuen Testaments, Göttingen 1970

Wiemeyer, Joachim, Europäische Union und weltwirtschaftliche Gerechtigkeit. Die Perspektive der Christlichen Sozialethik = Schriften des Instituts für christliche Sozialwissenschaften der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, Bd. 39, Münster 1998

Wightman Fox, T.J. Richard, Jackson Lears, The Culture of Consumption: Critical Essays in American History, 1880-1980, New York - Toronto 1983

Williams, Rosalind H., Dream Worlds. Mass Consumption in Late Nineteenth-Century France, Berkeley-Los Angeles-London 1982

Wirz, Stephan, Vom Mangel zum Überfluß. Die bedürfnisethische Frage in der Industriegesellschaft = Schriften des Instituts für Christliche Sozialwissenschaften der Westfälischen Universität Münster, Bd. 27, Münster 1993

Wirz, Stephan, Artikel „Konsum, Konsumismus“, in: LThK 6, Sp. 325

Wiswede, Günter, Der "neue Konsument" im Lichte des Wertewandels, in: ders. u.a. (Hrsg.), Wertewandel und Konsum, Landsberg/Lech 1990, S. 11-40

Wiswede, Günter, Konsumsoziologie – Eine vergessene Disziplin, in: Doris Rosenkranz und Norbert F. Schneider (Hrsg.), Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perpektiven, Opladen 2000, S. 23-72

Wojtila, Karol, Liebe und Verantwortung, München 1979 (Orig.: Krakau 1962)

Wulf, Friedrich, Artikel "Aszese/Aszetik", in: Karl Rahner u.a. (Hrsg.), Sacramentum mundi. Theologisches Lexikon für die Praxis, Bd.1, Freiburg/Brsg. 1967, Sp. 358-371

Wyrwa, Ulrich, Consumption, Konsum, Konsumgesellschaft. Ein Beitrag zur Begriffsgeschichte, in: Hannes Siegrist, Hartmut Kaelble, Jürgen Kocka (Hrsg.), Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert), Frankfurt/Mn.- New York 1997, S. 747-762

Zahn, Ernest, Soziologie der Prosperität, Köln-Berlin 1960

Zahn, Ernest, Konsumgeschichte als prosaische Kultursoziologie, in: Kurt E. Becker (Hrsg.), Konsum, Frankfurt/Mn. 1992, S. 19-33

Zweites Vatikanisches Konzil, Pastoralkonstitution Gaudium et Spes, in: Karl Rahner, Herbert Vorgrimler, Kleines Konzilskompndium. Sämtliche Texte des Zweiten Vatikanums mit Einführungen und ausführlichem Sachregister, Freiburg/Brsg. ¹⁷1984, S. 449-552

Zweites Vatikanisches Konzil, Pastoralkonstitution Gaudium et Spes, lateinisch-deutsch, in: LThK, Bd. 14, Freiburg-Basel-Wien 1968, S.241-592

Lebenslauf

Heike Rumbach-Thome

Persönliche Daten

- 1962 geboren in Ludwigshafen a.Rh.
Eltern: Dr. Roland und Franziska Thome,
eine Schwester: Claudia
Staatsangehörigkeit: *deutsch*
Konfession: *römisch-katholisch*
- 1998 *Eheschließung* mit Albert Rumbach
- 1999-2003 *Geburt* von Anna, Benedikt und Sebastian

Ausbildung

- 1969-1982 *Schulbildung* an Katholischen Grundschulen in Neuß und Bonn, am Staatl.
Geschwister-Scholl-Gymnasium in Lünen und am Neusprachlichen
Mädchengymnasium der Ursulinen in Bornheim / Rheinl.
- 1982 Abitur an der Ursulinenschule in Bornheim / Rheinl.
- 1982-1988 Studium der Fächer Kath. Theologie, Anglistik, Philosophie an der Rheinischen
Friedrich-Wilhelms- Universität Bonn und Canterbury University (1985/6)
- 1988 *Diplom-Examen* in Kath. Theologie an der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-
Universität Bonn
- 1988-1989 *Assistant Teaching* an der Godolphin and Latymer School, London

Berufstätigkeit

- 1989-1990 *Sachbearbeiterin* beim 90. Deutschen Katholikentag e.V., Berlin
- 1990-1999 *Referentin* in der Pressestelle der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn;
Seit 1999: Elternzeit

