

Konsumismuskritik und konsumismuskritische Politik

Referat auf der Generalversammlung der Grünen Wohlen (Aargau/Schweiz), 26. November 2010

Franz Hochstrasser

Warum Konsum als Thema?

Nehmen wir von Alltagswahrnehmungen wahr: Wir gehen durchs Dorfzentrum oder in der Stadt. Die räumliche Struktur der Ortschaften ist um den Konsum herum gruppiert, und die optische Struktur wird in hohem Masse durch Konsumangebote dominiert.

Oder nehmen wir einen Blick in ein Kinderzimmer: Wo ist das Kind? Liegt es unter seinen tausend Spielsachen? Mit denen es nichts anzufangen weiss?

Oder spazieren wir sonntags auf dem Lande, im Wald: Da liegen Fundstücke in grosser Zahl herum (Matratzen, Bierflaschen, Zigarettenfilter, Präservative, Automotoren usw.).

All diese Dinge sind Reste, die nach dem Konsum übrig blieben. Und sie geben auch systematische Hinweise: Sie verweisen auf Güter beziehungsweise Waren, die irgendwo auf der Erde produziert wurden zum Zweck des Konsumiertwerdens. Damit ist die Produktionssphäre (P) bezeichnet. Weiter verweisen sie auf den weltweit installierten Markt, auf welchem sie gekauft wurden (M), und zuletzt verweisen sie eben auf den Konsum, der nach dem Kauf der Waren auf dem Markt privat betrieben wird.¹

Mit den drei gesellschaftlichen Sphären wird sichtbar, dass die Produktion, also die Herstellung der Güter, dem Konsum vorausgesetzt ist. Der ökonomische Kreislauf schliesst sich dadurch, dass der Konsum auch der Produktion vorausgesetzt ist. Ökonomisch fliessen die durch Konsumwünsche realisierten Käufe bzw. das dadurch realisierte Geld in die Produktion zurück, um sie am Laufen zu halten oder sie zu erneuern. Und individuell ist der Konsum der Produktion beziehungsweise menschlicher Arbeit vorausgesetzt, indem er zur Erhaltung der körperlichen und psychischen Kräfte oder generell zur Erhaltung des individuellen Lebens beiträgt.

Der ökonomische Kreislauf:

P → M/Z → K



Konsumismus

Konsumismus kann man als weitest entwickelte Form menschlichen Konsums verstehen. „Weit“ ist hier nicht mit „höchst“ gleichzusetzen, sondern meint insbesondere den Umfang des Konsums. Warum mit dem Begriff „Konsumismus“ auch eine kritische Intention transportiert wird, wird im Folgenden deutlicher.

¹ Ich vernachlässige an dieser Stelle den Konsum von Waren, der in der Produktion geschieht. Es handelt sich dabei um Rohstoffe, Energie oder Zwischenprodukte, die zur Herstellung von Endprodukten verbraucht werden.

Reichtumsgesellschaft

Unsere Gesellschaft ist im Weltdurchschnitt eine Reichtumsgesellschaft. Wir Schweizerinnen und Schweizer gehören zu jenen 5% der Weltbevölkerung, die 35% des Weltkonsums bestreiten.

Dies war nicht immer so. Die Entwicklung dazu setzte in Europa erst nach dem zweiten Weltkrieg ein. Durch höhere Löhne wurde es möglich, mehr finanzielle Mittel in den Kauf von Konsumgütern zu stecken. In den USA war hierfür Henry Ford I. exemplarisch: Er rationalisierte die Autoproduktion schon vor dem ersten Weltkrieg mittels Fließbändern, zahlte zugleich den Arbeitenden hohe Löhne, mit denen sie seine bzw. die von ihnen selbst hergestellten Autos kaufen konnten.

Wachsende Bedeutung des Konsums

Wo früher die Arbeit, die Produktion für die Arbeitenden existenzielle Bedeutung trug, wird heute vermehrt der Konsum für die Menschen, die zu Konsumenten und Konsumentinnen geworden sind, bedeutungsvoll.

Die Beschäftigungen innerhalb der Produktionssphäre werden zunehmend ergänzt durch Beschäftigung mit Konsumaktivitäten – die Menschen werden zu „Konsumbeschäftigten“.

Der Konsum, mit welchem wir unsere Lebenserhaltung beziehungsweise unsere eigne Reproduktion gewährleisten, ist von der Angebotsseite längst abgedeckt. Wir brauchen und verbrauchen nicht mehr nur Brot, Fleisch, Wein und Bettzeug. Unser zum Leben notwendiger Konsum, der reproduktive Konsum, wird erweitert durch nicht notwendigen Konsum.



Konsumistische Symbolik und Anerkennung

Nebst dem notwendigen wächst und wächst vor allem der nicht notwendige Konsum. Wie kommt es dazu, wenn er doch nicht notwendig ist? Kurze vorläufige Antwort: Er ist verzahnt mit sozialer Anerkennung. Hier verquickt sich Nicht-Notwendiges mit Notwendigem. Denn soziale Anerkennung ist für die psychische Konstitution der Menschen als sozialen Wesen unerlässlich. Wer keine Anerkennung erfährt, verkümmert.

Zurück zur Anerkennung im Zusammenhang des Konsums: Wenn ich ein Messer, einen gewöhnlichen Laptop oder einen Regenschirm benutze, ruft das kaum bewundernden Blicke der Andern hervor. Diese Dinge sind hauptsächlich durch ihren Gebrauchswert definiert.

Um soziale Anerkennung auszulösen, werden die Waren symbolisch aufgeladen. Sie erhalten zusätzliche Gebrauchswerte. Der inzwischen eingebürgerte Begriff dafür ist der „Waren-Mehrwert“. Ein Kleid soll nicht mehr nur wärmen, sondern mich gegenüber Andern herausstechen oder aber zu einer Gruppe zugehörig erscheinen lassen.

Ein Automobil soll nicht mehr nur mich transportieren, sondern mir eine Heimat ausserhalb der zu kleinen Wohnung bieten oder mich reich erscheinen lassen, reicher als der Nachbar.

Solcher Konsum schielt also auf die Anerkennung, gar Bewunderung der Andern. Ich anerkenne mich nicht mehr selber, sondern ich beginne, mich über soziale Anerkennung/Nichtanerkennung zu definieren. Und so ist es letztlich mein eigener Konsum, aus dem ich meine Identität aufbaue. Das Ergebnis: Ich bin, was und wie ich konsumiere.

Konsumistischer Konsum ist nicht nur Vergnügen, und die Identität ist nicht Folge einiger weniger Konsumakte. Zygmunt Bauman schreibt im Zusammenhang von Identität als einer „Verurteilung zu lebenslanger, harter Arbeit“ (Bauman 2009, 145). Diese Arbeit wird – so paradox es scheint – durch vielfältigen Konsum geleistet, was wiederum unzählige „Wahlen“ von Konsumwaren bzw. Kaufentscheide beinhaltet. All dies zusammengenommen ist es gerechtfertigt, von konsumistischer „Identitätsarbeit“ zu sprechen.

Damit hat sich ein historisch einmaliges Phänomen herausgebildet: Nicht mehr primär die Beiträge in der Produktion schaffen ein Bewusstsein von mir selbst, von dem, was ich kann, und von dem, was ich Nützliches für die Gemeinschaft leiste, von dem, wie die andern mich anhand meiner Beiträge zur Gemeinschaft wahrnehmen und einschätzen. Nein, all dies geschieht nun zunehmend durch Konsum. Ich entwickle im Lauf der Biografie ein sich oft änderndes Bewusstsein von mir als Konsumierendem. Nicht was ich kann, ist wichtig, sondern als was ich erscheine, und wie darauf die andern reagieren.

Dadurch bilden sich historisch neue Persönlichkeitstypen und neue Formen sozialen Verhaltens. Die iPhone-Welle gibt sichtbares Zeugnis davon.

Wachstumsprinzip auch in der Konsumsphäre

Der Konsum wächst also, auch unterstützt durch symbolisch aufgeladene Waren. Untergrund dazu ist unsere Wirtschaftsordnung, der real existierende Kapitalismus. Eines seiner grundlegenden Prinzipien ist das Wachstumsprinzip: Aus Kapital soll mehr Kapital werden. Mittel dazu ist die Produktion. Sie muss wachsen. Sie bringt insbesondere Konsumwaren für den individuellen Konsum auf den Markt. In der Schweiz liegt der private Konsum nahe bei 70% des Bruttoinlandproduktes.

Das Pferd frisst heu, die Mücke säuft Blut, bis sie genug haben. Dann hören sie auf. Selbst Meerschweinchen legen Ruhepausen ein. Die Menschen jedoch sind offensichtlich in der Lage, mehr zu konsumieren, als sie brauchen. Genug ist nicht genug! Das ist eine historisch neue Erscheinung, nämlich dass die Massen der Menschen das Wachstumsprinzip in ihr Konsumverhalten, in das zugehörige Denken und Fühlen eingebaut haben.

Das lässt sich schon für den ursprünglich reproduktiven Konsum beobachten. Die Leute essen und trinken oft mehr, als sie bräuchten. Übergewichtigkeit vieler Menschen ist in den reichen Ländern zu einem überindividuellen Problem geworden. Die Politik (nebst den Krankenkassen) ist gezwungen, sich damit zu befassen. Aber auch beim nicht notwendigen Konsum finden wir dieselbe Bewegung. Wachstum meint hier, dass stetig neue Waren angeboten und damit auch stetig mehr Waren konsumiert werden. So kenne ich jemanden, der hat nicht eine, nein, etwa sechs sehr teure Uhren, und zwar mechanische, die bewegt werden müssen, damit sie laufen. Da er nicht alle sechs tragen kann, besitzt er ein mit elektrischem Strom gespiesenes Apparätchen, welches die Uhren Tag und Nacht bewegt. Oder schauen wir in unsere eigenen Kleiderschränke: Viele davon bersten schier, und jeden Morgen muss wieder überlegt werden, was anzuziehen sei, was zu was passt. Oder: In meiner Nachbarschaft gibt es nur eine Familie ohne Automobil, die andern acht haben mit einer Ausnahme zwei davon.

Anzufügen ist, dass Angebote für konsumistischen Konsum sich in weiteste Alltagsbereiche hineinschmuggeln. Entsprechender Konsum findet sich dann in Sphären wie etwa der Schule oder der Sozialen Arbeit wieder, in denen man spontan hauptsächlich kreative und produktive Aktivitäten erwarten würde (vgl. Hochstrasser 2008 und 2009).

Der konsumistische Grundwiderspruch

Der konsumistische Grundwiderspruch beinhaltet folgendes Verhältnis: Auf der einen Seite steht die Produktion (von Gütern und Dienstleistungen). Sie verhält sich – dem Modell des homo oeconomicus entsprechend – so, als ob sie mittels Rationalisierung, Informatisierung

und Innovation unendlich wachsen könnte. Sie erbringt eine unüberschaubare Warenfülle, die konsumiert werden soll. Andererseits kann der Konsum zwar reichlich ausgedehnt werden („genug ist nicht genug“), aber er kann nicht unendlich wachsen. Die Konsumkapazität der Menschen ist bio-physisch, psychisch, zeitlich und für die meisten auch ökonomisch begrenzt.

Biophysisch: Wer von uns kennt nicht das Gefühl, zu viel gegessen zu haben. Und man hört den Stöhn: „Ich kann nicht mehr“!

Psychisch: Wer von uns kennt nicht das Gefühl, dass es nun genug sei, etwa mit Werbung im Briefkasten oder im Fernsehen. Die ist eine Art von Sättigung – „genug ist genug“ bricht sich, allen Umgarnungsversuchen zum Trotz, zuweilen Bahn an die wahrnehmbare Oberfläche des Fühlens.

Zeitlich: Jeder Tag hat nur 24 Stunden. Und dass wir endliche Wesen, also zuletzt tot sind, muss ich hier nicht weiter erläutern.

Und ökonomisch: Es reicht hier hin, als Stichwörter Armut, Working Poors, Prekariat. Die grosse Mehrheit der Menschen gehören nicht der Gruppe der „Besserverdienenden“ an. Sie können nicht einfach drauflos kaufen, was zum Konsum angeboten wird.

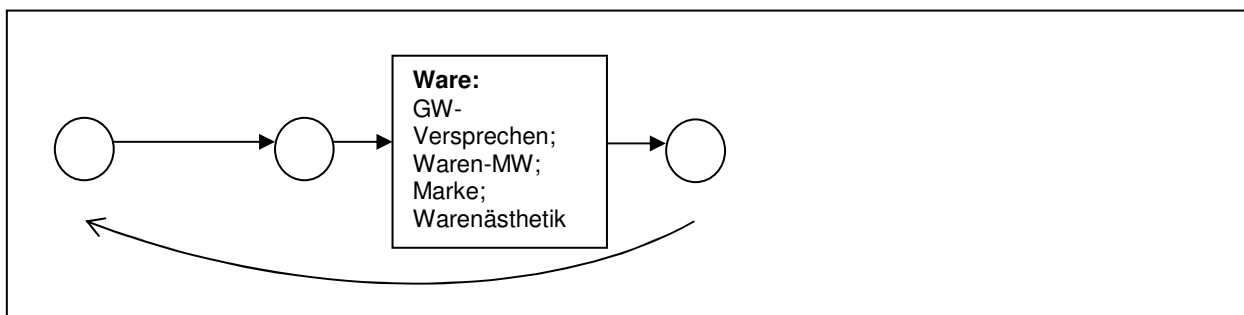
Damit ergibt sich, kurz gesagt, der Widerspruch zwischen tendenziell unendlich wachsender Produktion und Begrenzung des Konsums.

Erster Widerspruch: $P \uparrow - M - K \uparrow$

Einige Techniken, den Grundwiderspruch zu entschärfen

Den Widerspruch zu entschärfen heisst, mit allen Tricks die Begrenzungen der Konsumkapazität der Konsumierenden zu durchlöchern. Die eingesetzten Techniken und Mechanismen gibt es spätestens, seit sich im Kapitalismus der Markt etabliert hat. Unter konsumistischen Verhältnissen werden diese jedoch verfeinert und intensiviert.

Die Methode besteht grundsätzlich darin, den Weg zu verkürzen, den die Ware vom Markt zum Konsum durch die Individuen zu gehen hat. Zudem soll das Ziel dieses Weges, eben die Ware durch die Individuen konsumieren zu lassen, effizienter und effektiver erreicht werden.



So reicht der Gebrauchswert einer Ware allein immer weniger hin, dass diese gekauft und konsumiert würde. Der Gebrauchswert wird erweitert, teilweise auch umgedeutet durch die „Waren-Mehrwerte“. Die Marken beispielsweise bieten solche Mehrwerte. Über sie kann man sowohl Zugehörigkeit (zur Marke) beziehungsweise Distanz (zu andern Marken) signalisieren. Die Gebrauchswertversprechen erweitern sich entsprechend, und die Werbung dient als Maschinerie, die Versprechen hin zu den Individuen zu transportieren. Versprochen werden insbesondere soziale Anerkennung und individuelles Glück und Stillung vielfältigster Sehnsüchte. Die Waren selber haben, wie immer sie daherkommen, ein Aussehen. Dieses und auch ihre Verpackung werden aufgeschönt, das Aussehen wird in den

Designerabteilungen ästhetisiert, das Schöne wird zum wichtigen Bestandteil der Ware, und es kann sich soweit verselbständigen, dass die Ware ausschliesslich ihres schönen Aussehens wegen gekauft und konsumiert wird.

Diese Techniken sind nicht neu, insofern auch nicht konsumismusspezifisch. Im Konsumismus werden sie jedoch perfektioniert und allüberall eingesetzt. Es gibt kaum mehr Waren, die nicht durch ihren Einsatz an die Konsumierenden herangetragen werden. Das gilt auch für Waren der Lebensreproduktion, für Esswaren beispielsweise. So wird Obst und Gemüse verschiedenen chemischen oder radiologischen Prozessen unterzogen, um seine „Schönheit“ und damit Kaufattraktivität zu steigern.

Nur beispielhaft erwähne ich weitere Mechanismen, welche faktisch die Konsumkapazität der Konsumierenden erhöhen sollen. Zu nennen ist etwa die künstliche Verälderung der Waren (Warenobsolenz); ihre „Lebens-“, Dauer wird verkürzt, sodass mehr davon gekauft werden muss. Es gibt auch den umgekehrten Vorgang, nämlich tatsächlich veraltete Ware aufzufrischen: So wird Fleisch, das nicht mehr frisch, also leicht gräulich aussieht, mit Sauerstoff behandelt. Dadurch behält es eine frischrote Farbe, wird jedoch zugleich zäh und ranzig. Älteres Fleisch wird somit als frisches Fleisch verkauft, was einer eklatanten Konsumententäuschung gleichkommt. Dann gibt es auch die verschiedensten Wege, den Käuferinnen und Käufern das Geld möglichst leicht zu Tasche herauszuziehen. Bald alle Leute besitzen eine Kreditkarte; ein Sonderfall sind die Revolvingkarten, über welche beim Zahlvorgang tatsächliche Darlehen mit entsprechenden Zinsauflagen bezogen werden können. Leasing, Ratenzahlungen oder auch Flatrates dienen letztlich ebenfalls dem Ziel, die Konsumierenden ihr Geld leichter und in grösserem Umfang für Konsum einsetzen zu lassen.

Zweiter Widerspruch

Eine erste Beobachtung zeigt: Wir haben von Vielem zuviel. So gibt es Dinge, die gekauft, aber nicht gebraucht und daher nach einer gewissen Zeit weggeschmissen werden.

Dann gibt es Dinge, von denen zu viel produziert werden, etwa Kleider, aber auch Nahrungsmittel, die wegen Nichtverkaufs vernichtet werden; man erinnert sich an die Container, die bei den Grossverteilern unscheinbar hinter dem Laden stehen. Weltweit werden 30-40% der Lebensmittel nicht gegessen, sondern gehen auf dem Feld, beim Transport oder in der Küche kaputt, bzw. werden alt weggeschmissen; in den USA sind es 60%.

Im Dienste der Produktinnovation wird massenhaft Überflüssiges produziert: Nonsens-Waren, für die erst ein Bedürfnis geschaffen werden muss, das dann doch nicht wirklich befriedigt werden kann. Ein schönes Beispiel sind die „Gebetsbärchen“. Mit einem Daumendruck auf ihren Bauch sprechen die blauen ein Morgen- und die rosaroten ein Abendgebetlein für Kinder – offensichtlich Hilfe zur religiösen Erziehung einsetzbar. – Aktuell ist Gunter von Hagen zu erwähnen. Er hat sich vom Pathologen zum Vermarkter von Leichenteilen umgebildet. Neuerdings kann man in seinem Online-Shop Plastinate von Menschenleichen bestellen. Ein Ganzkörper-Plastinat kostet knapp 70'000 Euro.

Insgesamt also deutet sich damit die exponentiell wachsende Warenfülle an, eine Fülle, die kaum mehr abverbraucht werden kann.

Eine zweite Beobachtung richtet sich auf das, was nach dem Konsum übrig bleibt, auf den Müll. Ein Beispiel aus der Nähe: 2009 produzierte im Kanton Aargau eine Person 408 kg Müll. Zu präzisieren ist allerdings, dass wir den mit den Waren mitgelieferten Müll gar nicht selber produzieren, sondern ihn Müll an die Verbrennungsanlage weiter reichen. Oder wir schicken ihn, wie im Falle alter Computer, in die Müllhalde der Reichen, als welche zunehmend der afrikanische Kontinent missbraucht wird, oder im Falle des Atom Mülls nach Majak in Russland.

Ich muss etwas ausholen: Die heutige Wirtschaft integriert laufend neue Erkenntnisse und Erfahrungen in die Produktion bzw. die Waren. Was in die Waren integriert ist, bleibt drin bis zum Konsum. Und vieles davon wirkt auch danach weiter. Nur ein Beispiel: Durch in Flüsse geleitete menschliche Ausscheidungen gelangen auch Antibiotika und andere Medikamente ins Wasser. Sie sind biologisch nicht abbaubar. Entsprechend belastet sind etwa die Donausedimente oder der Tiber in Rom. So verbreitet sich durch konsumistisches Konsumieren Gift, treten bekannte und auch neue Krankheiten auf, geht die Umwelt kaputt. Ein Grossteil der (insbesondere klimawirksamen) Schadstoffe entsteht aus dem Konsum fossiler Energieträger. Das ist kein Wunder, denn 8 der 10 grössten Konzerne der Welt sind Erdöl- oder Automobilkonzerne (Hänggi 2010). Und wer solch prozessierendes Gift noch nicht nachvollziehen kann, der sei an die Atombombe erinnert. Auch sie eine Ware, auch sie in Hiroshima und Nagasaki 1945 verbraucht, konsumiert, auch sie noch heute Schaden und Elend stiftend (vgl. Anders 1982).

Zusammengenommen heisst dies: Der konsumistische Konsum zeitigt destruktive Wirkungen, sowohl in Bezug auf die Natur wie auf die Menschen, die – was oft vergessen geht, auch Bestandteile der Natur sind. Der konsumistische Konsum trägt bei zur Zerstörung unserer Lebensgrundlagen. Die ursprüngliche Funktion des Konsums bestand jedoch darin, Leben zu erhalten bzw. zu re-produzieren; das ist seine produktive Komponente. Im Konsumismus tritt die destruktive Komponente hinzu. Der zweite Widerspruch des konsumistischen Konsums besteht also im Widerstreit seiner produktiven und destruktiven Wirkungen.

Zweiter Widerspruch: Konsumistischer Konsum wirkt re-produktiv und zugleich destruktiv.

Konsumismuskritische Politik

Eine konsumismuskritische Politik hat von drei Voraussetzungen auszugehen:

1. Der konsumistische Grundwiderspruch zwischen wachsender Produktion von Gütern und beschränkten Konsumkapazitäten der Menschen führt an die Grenzen des ökonomischen Systems. Entweder bricht die Produktion zusammen oder die Menschen werden krank im weiteren Sinne, indem sie ihre Konsumkapazitäten permanent überschreiten; es dürfte auch sein, dass beide Prozesse parallel verlaufen.
2. Der Widerspruch zwischen re-produktiven und destruktiven Wirkungen des konsumistischen Konsums führt an die Grenzen einer den Menschen zuträglichen Ökologie und auch damit an die Systemgrenzen.
3. Ein Drittes ist nachzutragen: Das Haschen nach Anerkennung von den Andern, die auf Konsum beruht, führt die Konkurrenz unter Menschen in sich mit. Die Konkurrenz, in welche die Arbeitenden um Arbeitsplatz und Lohn gezwungen sind, entspringt dem kapitalistischen Arbeitsmarkt. Im Konsumismus weitet sie sich aus auf die Konsumsphäre und in die alltäglichen Beziehungen. Sie unterstützt die Individualisierungstendenzen in der Gesellschaft. Zugleich widerspricht sie kooperativer Zuneigung der Menschen zueinander, die für diese lebensnotwendig ist. Denn Konkurrenz ist die Vorteilssuche auf Kosten von Andern.

Damit sind drei Ebenen bezeichnet, auf denen die Grenzpfähle des bestehenden Systems ziemlich wackeln. Konsumistischer Konsum ist systemgefährdend. Wenn wir vom „System“ sprechen, wird deutlich, dass wir Konsum und Produktion von Gütern zusammen denken sollten. Oder auf Politik umgesetzt: Man kann nicht nur die Produktion verändern und

meinen, damit sei eine neue Zukunft eröffnet. Und umgekehrt: Man kann die notwendigen Veränderungen nicht nur den individuellen Konsumierenden aufhalsen, ohne das Gesamtsystem einer radikalen Überprüfung zu unterziehen. Denn die nicht-individuellen Probleme können nicht individuell gelöst werden. Konsumismuskritische Politik ist demnach systemkritische Politik.

Wenn wir konsumismuskritische Politik betreiben wollen, müssen wir uns also zwingend mit dem gesellschaftlich-ökonomischen System auseinandersetzen. Wir konstatieren dabei, dass das System die dargestellten Wirkungen nicht aus sich heraus beheben kann. Ich habe schon gesagt: Das Wachstumsprinzip ist dem kapitalistischen System gesetzmässig eingraviert. Es kann dieses Prinzip nicht aufgeben, ohne sich selbst aufzugeben.

Und weiter greifend: Politische Antworten müssen die Systemgrenzen überschreiten. Sie müssen in Regionen vorstossen, welche Entwicklungen fördern, statt diese, wie es in der gegenwärtigen Situation der Fall ist, zu behindern. Daher sprechen manche von gesellschaftlicher Transformation, von Strukturwandel, von Neudefinition der Industriegesellschaft. Faktisch jedoch geht es um grundsätzliche Systemveränderung.

Wir können beobachten, dass viele Menschen, staatliche wie nicht-staatliche Organisationen, aber auch Unternehmungen um Antworten ringen und sie teilweise zur Umsetzung bringen. In den politisch-konzeptionellen wie in den praktischen Antworten lassen sich zwei unterschiedliche Richtungen ausmachen. Diese treten als Effizienz/Effektivitätsstrategien beziehungsweise als Suffizienzstrategien auf. Beide Strategien – in diesem Punkt sehen sie sich ähnlich - setzen Veränderungen in der Güterproduktion voraus.

Effizienz/Effektivitätsstrategie

Ihr geht es darum, Produkte herzustellen, die weniger Rohstoffe und Energie oder aber umweltverträglichere Rohstoffe und Energie (Substitution) verbrauchen, um den gleichen oder gar einen höheren Gebrauchswert zu erreichen. Das ist unbestreitbar sinnvoll. Doch kritisch ist anzumerken, dass die Ziele innerhalb der kapitalistischen Ökonomie verwirklicht werden sollen, also innerhalb des Systems verbleiben; mit technischer Innovation sollen neue ökonomische Entwicklungschancen und damit weiteres ökonomisches Wachstum geschaffen werden. Und in unserem Zusammenhang: Weiterhin sollen viele und mehr Produkte produziert und eben auch konsumiert werden. Auch die unterschiedlichen Green-New-Deal-Vorstellungen scheinen dieser Begrenztheit zu unterliegen z.B. French u.a., 2009). Die dargestellten System immanenten Widersprüche bleiben erhalten und dürften sich verschärfen.

Ein Beispiel: Plötzlich basteln alle Autoproduzenten am Elektroauto. Es kann den CO₂-Ausstoss reduzieren. Aber es braucht Strom. Es soll gebaut werden, damit die Leute weiterhin und, treu dem Wachstumsprinzip, mehr Auto fahren. Anmerkung in Klammern: Im Beispiel wird deutlich, dass Wachstum auf der Zeitachse zugleich Beschleunigung bedeutet.

Durch Elektromobile entsteht eine steigende Nachfrage nach Strom. Diese steigende Nachfrage bedeutet, dass neue Kraftwerke gebaut werden müssen. Die Bereitstellung regenerierbarer Energien wird die Nachfrage vorerst nicht abdecken können. Und die Kohle wie die Atom-Stromproduzenten unternehmen viel, damit das so bleibt (Gerth 2010, 208). Konsumismuskritisch gesehen ist all dies Grund genug dafür, auf Verkehrsvermeidung und nicht auf Aufrechterhaltung des dann elektrisch gespeisenen Verkehrs zu setzen.

Ein zweites Beispiel: Der Biochemiker Michael Braungart propagiert das cradle-to-cradle-Prinzip. So soll für die Güterproduktion nicht „von der Wiege zur Bahre“ gelten. Vielmehr sollen die Güter nach dem Prinzip „von der Wiege zur Wiege zur Wiege“ konzipiert und produziert werden. Die Bahre oder der Tod des Gutes ist demgemäss nur eine Zwischenstation innerhalb des aus Sicht des kleinen Menschen ewigen Kreislaufes; die

nächste Zwischenstation ist eben einerseits der Samen, der neu ausschlägt und zum Baum wird, und andererseits sind es die übrig gebliebenen Stoffe, die zerfallen und sich in neuen Kompositionen zusammenfügen. Cradle-to-cradle ist zunächst ein bestechender Gedanke, hält er sich doch an den natürlichen Kreislauf. Braungart kooperiert mit vielen Firmen, die sich von diesem Prinzip leiten lassen wollen. So wird bereits Flugzeugsessel-Überzugsstoff so hergestellt, dass er kompostiert werden kann. Doch liefert Braungart die offensive Ansage mit: Wenn wir so vorgehen, müssen wir nichts aufgeben an Wohlstand und Bequemlichkeit, und auch die Unternehmen können weiterhin mit Wachstum rechnen. Dumm nur, dass dabei die Rohstoff- und Energiefrage ausser Acht gerät.

Verselbständigte Effizienz ist nicht die Lösung, sondern Teil des Problems. Der Widerspruch zwischen kapitalistischer Ökonomie und Nachhaltigkeit lässt sich nicht harmonisieren. Gut sichtbar wird das an den Firmenbeispielen, die Braungart vorstellt, aber auch am Buch von Hannes Koch über die „Sozialen Kapitalisten“ (2007), und differenziert am Bericht der Heinrich Böll Stiftung zum Green New Deal (French u.a., 2009).

Suffizienzstrategie

Suffizienz stammt vom Lateinischen *sufficere*, was „ausreichen“ bedeutet. Wenn ich oben das Wachstum des nicht-notwendigen Konsums oder die Überfülle an Konsumwaren erwähnte, heisst Suffizienzstrategie unter konsumistischen Bedingungen, das Niveau zu senken, den ökologischen Fussabdruck² ins Gleichgewicht mit den gegebenen Ressourcen zu bringen, und es heisst zentral, sich vom Wachstumsprinzip (das es in der Natur nur als Störung etwa in Form des Krebses gibt) zu verabschieden.

Dass eine weltweit durchgesetzte Suffizienzstrategie der Weltökologie Vorteile und den heute armen Ländern mehr Gerechtigkeit brächte, ist offensichtlich. Auf die Befürchtungen, dass dadurch die Individuen Verluste an Bequemlichkeit, Wohlstand und Genuss erfahren würden, gehe ich hier nicht weiter ein. Immerhin: Wer weniger hat, hat mehr Raum für Lustvolles, Ausschweifendes, auch Irrationales (vgl. Hänggi 2008, 238 f.; Hänggi führt eine lange Reihe von praktisch-politischen Zielen auf, die in Richtung Suffizienz gehen 236 ff.).

Schluss

Wenn ich das Gesagte bündele, so zeigt konsumismuskritische Politik zwei gegenläufige und dennoch notwendig verschlungene Tendenzen: Sie verhindert Entwicklungen, welche zerstörerisch wirken und Nachhaltigkeit behindern, und sie fördert Entwicklungen, welche System überwindend das Ziel verfolgen, Nachhaltigkeit und damit die Erhaltung von Leben ermöglichenden Bedingungen zu erreichen. Konsumismuskritische Politik ist konservativ und progressiv zugleich.

Literatur

Anders, Günther (1982): Hiroshima ist überall. München: Beck Verlag

Bauman, Zygmunt (2009): Leben als Konsum. Hamburg: Hamburger Edition

Braungart, Michael; William McDonough (Hg.)(2008): Die nächste industrielle Revolution. Die Cradle to Cradle Community. Hamburg: Europäische Verlagsanstalt

French, Hilary, Michael Renner, Gary Gardner (Hg. Heinrich Böll Stiftung) (2009): Auf dem Weg zu einem Green New Deal. Die Klima- und die Wirtschaftskrise als transatlantische Herausforderungen. O. O.;

http://www.boell.de/downloads/oekologie/green_new_deal_oeko_band3.pdf (20.11.2010)

² Der weltweite ökologische Fussabdruck überschritt erstmals 1987 die Kapazität der Erde (damals am 19. Dezember; letztes Jahr schon am 24. September).

Gerth, Martin (2010): Der grüne Betrug. Wie echter Klimaschutz zwischen Tagespolitik und Lobbyismus auf der Strecke bleibt. München: Redline Verlag

Hänggi, Marcel (2008): Wir Schwätzer im Treibhaus. Warum die Klimapolitik versagt. Zürich: Rotpunktverlag

Hochstrasser, Franz (2008): Zusammenhänge zwischen Sozialer Arbeit und Konsumismus. In: Neue Praxis, H 1, 42-57, oder: www.fhochstrasser.ch/download

Hochstrasser, Franz (2009): Konsumismus in der Schule? In: vpod Bildungspolitik 158, 34-39, oder: www.fhochstrasser.ch/download

Kaufmann, Stephan; Tazio Müller (2009): Grüner Kapitalismus. Krise, Klimawandel und kein Ende des Wachstums. Berlin: Karl Dietz Verlag;
http://www.rosalux.de/fileadmin/rls_uploads/pdfs/R21GruenerKapitalismus.pdf (20.11.2010)

Koch, Hannes (2007): Soziale Kapitalisten. Vorbilder für eine gerechte Wirtschaft. Berlin: Rotbuch Verlag