

Joachim Söder-Mahlmann

# **Einführung in die Soziologie des Konsums**

*Skript zur Lehrveranstaltung*



*Institut für Soziologie  
Leibniz Universität Hannover*

Oktober 2023

»Eine wuchernde, überreizte Zivilisation stört für immer die Stille der Meere. Eine Gärung von zweifelhaftem Geruch verdirbt die Düfte der Tropen und die Frische der Lebewesen, tötet unsere Wünsche und verurteilt uns dazu, halb verfaulte Erinnerungen zu sammeln.«

(Claude Lévi-Strauss, "Traurige Tropen", 1955)

»Ein individuelles Leben ist eine serialisierte kapitalistische Mini-Krise, ein Desaster das Deinen Namen trägt«

(Brian Massumi, "The Politics of Everyday Fear", 1991)

## INHALT

|   |    |
|---|----|
| Vorwort   | 4  |
| Problem und Fragestellung   | 5  |
| 1. Können Affen lügen? Und was hat diese Frage mit Soziologie zu tun? | 8  |
| 2. Individuum und Gesellschaft: Sigmund Freud und die "Erbsünde"      | 12 |
| 3. Barfuß im Schnee? Mangel und Fülle                                 | 18 |
| 4. Der soziale Abstieg des Eichhörnchens – Imitativer Konsum          | 24 |
| 5. Soziale Teilhabe und Respektabilität                               | 30 |
| 6. Roll over Beethoven – We are all bourgeois now?                    | 36 |
| 7. Exkurs: Die Symbolik der Konsumgüter                               | 51 |
| 8. Glückssuche und Angstvermeidung                                    | 55 |
| 9. Exkurs: Ethik und Lifestyle  | 64 |
| 10. Wort und Tat  | 67 |
| Resümee: Verzicht ohne Verlust?                                       | 72 |
| Literatur   | 74 |

## Vorwort

Das vorliegende Skript ist die schriftliche Ausarbeitung von Lehrveranstaltungen, die ich jeweils im Wintersemester 2016/17, 2017/18 und 2018/19 hielt. Primär sollte der Text den Teilnehmerinnen und Teilnehmern die Möglichkeit geben, die Inhalte mit einem gewissen zeitlichen Abstand nochmals zu rekapitulieren und zu vertiefen; darüber hinaus wollte ich am Thema interessierten Studierenden ermöglichen, sich anhand der Lektüre auch unabhängig vom Seminar mit dem Gegenstand zu befassen. Diese ursprüngliche Intention veränderte sich infolge der Corona-Epidemie dahingehend, daß das Skript aufgrund der Unmöglichkeit, Lehrveranstaltungen in Präsenz durchzuführen, zur Arbeitsgrundlage der Studierenden wurde, welche auf Grundlage der Lektüre der einzelnen Abschnitte wöchentliche Studienleistungsfragen bearbeiten mußten; an dieser Arbeitsweise habe ich seitdem festgehalten.

Der veränderte Modus des Seminars ändert allerdings nichts an der Zielsetzung der Veranstaltung und des vorliegenden Textes: Die Studierenden sollen im Seminar in die Lage versetzt werden, Ihren eigenen Alltag (und den ihrer Familien und Freunde) kritisch aus einem originär soziologischen Blickwinkel zu reflektieren, und der vorliegende Text verfolgt den Zweck, diesen Lernprozeß zu befördern. Die Leserinnen und Leser werden zwar feststellen, daß es mir an vielen Stellen an aussagefähigen Beispielen mangelte (geschweige denn belastbaren Untersuchungen), welche die diskutierten Sachverhalte untermauern, aber ein wacher Blick auf das eigene Umfeld (und das eigene Verhalten) sollte den Mangel an wissenschaftlicher Literatur zum Thema zumindest teilweise wettmachen können.

Mein Dank gilt insbesondere Melissa Gottschalk, Linda Kachler und Insa Kriwall, die mich bei der Konzeption der Lehrveranstaltung unterstützten (Insa wirkte zudem intensiv bei der Abfassung der ersten Fassung dieses Skripts mit). Darüber hinaus gaben Timon Ahlborn, Lina Kiesertizky, Lucas Prieske, Jessica Stiller und Christina Lökk wichtige Anregungen. Zu danken ist auch den Studierenden der Lehrveranstaltungen des Wintersemesters 2018/19 und 2019/20, die im Rahmen ihrer Studienleistungen kleinere Befragungen durchführten, die einen durchaus substantiellen Beitrag dazu leisteten, daß dieses Skript Aspekte unseres Konsumverhaltens reflektiert, die bislang nicht oder nur unzureichend im Fokus des wissenschaftlichen Interesses standen.

## Problem und Fragestellung

Die Welt erstickt im Müll und den Abgasen der industriellen Zivilisation; der permanente Anstieg des Konsumniveaus (von "Fast Fashion" und überdimensionierten Stadtgeländewagen bis zu Fernreisen und Kreuzfahrten) führt offenbar geradewegs in den globalen ökologischen Kollaps. Ist das der Preis, den wir notwendig für die Befriedigung unserer naturgegebenen Bedürfnisse zahlen müssen – für einen Wohlstand, an dem ohnehin nur höchstens die Hälfte der Weltbevölkerung partizipiert, während Rest in Not und Elend vegetiert? Oder sind wir in einem sich selbst verstärkenden Prozeß gefangen, dessen Logik sich längst verselbständigt hat und der keinem klar erkennbaren Ziel mehr folgt?

Dies ist die Ausgangsfrage des vorliegenden Skripts, das sich mit der Analyse der "Konsumgesellschaft" befaßt. Dieser Begriff ist nicht einfach nur ein mehr oder weniger beliebiges Etikett, welches lediglich *ein* Merkmal der modernen Industriegesellschaften aufgreift – die Tatsache, daß wir weit mehr (und immer mehr) konsumieren, als ökologisch vertretbar ist. Er greift vielmehr den Sachverhalt auf, daß die Menschen sich zunehmend über den Konsum definieren, gesellschaftlich verorten. Wir kaufen (und verbrauchen) *was wir sind, oder sein wollen oder zu sein glauben*. Diese Feststellung, die weiter unten noch ausführlich reflektiert wird, reicht aber für sich genommen nicht aus, um den scheinbar unaufhaltsamen Anstieg des Konsumniveaus zu erklären. Warum sind die Menschen in der Summe nicht mit dem zufrieden, was sie haben? Warum verlangt es uns beständig nach immer mehr, immer Besserem, Größerem, Neuerem? Liegt dieses Verlangen in der menschlichen Natur begründet, oder ist es gesellschaftlich erzeugt? Und wenn letzteres der Fall sein sollte, welche Strukturen und Mechanismen sind für die offenbar permanente Bedürftigkeit der Konsumentinnen und Konsumenten verantwortlich?

Die Auffassung, menschliche Bedürfnisse seien gesellschaftlich erzeugt und mitnichten naturgegeben, läuft wahrscheinlich bei vielen Menschen einem Alltagsverständnis zuwider, wonach Konsum (ebenso wie "Geschmack") Privatsache "autonom" Individuen ist – bringen wir nicht gerade durch unseren Geschmack und unser Konsumverhalten unsere Individualität zum Ausdruck? Konsumententscheidungen sind tatsächlich höchst individuelle Entscheidungen: welche Kleidung ich trage, welches Essen ich bevorzuge, welche Musik ich höre und welche Filme ich mir anschau wird durch persönliche Vorlieben und Abneigungen bestimmt – und gerade hinsichtlich dieser Vorlieben und Abneigungen unterscheiden wir uns vermeintlich von anderen Menschen. Aber vielleicht ist in Wirklichkeit genau das Gegenteil der Fall, und unsere Individualität gründet primär in der Aneignung von Verhaltensmustern und Objekten, die gesellschaftlich kodiert sind – unsere "Persönlichkeit" wäre mithin weitgehend lediglich die Reproduktion von kulturellen Stereotypen. Inwiefern ist also das, was wir geneigt sind, als unsere "Persönlichkeit" bzw. "Individualität" zu begreifen, lediglich Produkt der Gesellschaft respektive der Kultur?<sup>1</sup>

Um diese Frage zumindest im Ansatz klären zu können, ist deshalb im Anschluß an eine kurze Darstellung und Abgrenzung des Gegenstandsbereichs der Soziologie im folgenden **ersten Abschnitt** notwendig das Verhältnis von Individuum und Gesellschaft näher zu betrachten. Die Reflexion im **zweiten Abschnitt** trägt nicht nur der Tatsache

---

<sup>1</sup> Ich verzichte an dieser Stelle darauf, "Gesellschaft" und "Kultur" in Abgrenzung voneinander zu definieren. Was die menschliche Gesellschaft ausmacht wird im folgenden ebenso deutlich werden wie die Funktion der Kultur in der Gesellschaft.

Rechnung, daß die Lehrveranstaltung, deren Inhalte dieses Skript zusammenfaßt dem gleichnamigen Modul zugeordnet ist, sie ist auch notwendige Vorbedingung für das Verständnis einiger unserem Konsumverhalten zugrundeliegenden Motivationen (zumindest der aus soziologischer Perspektive relevanten).

Im Anschluß an diese Präliminarien werden wir uns explizit der Soziologie des Konsums zuwenden, und uns im **dritten Abschnitt** anhand der Betrachtung sog. "primitiver" Stammesgesellschaften mit der Frage befassen, inwiefern angeborene (d.h. allen Menschen eigene) Grundbedürfnisse unser Konsumverhalten bestimmen. Letztlich geht es darum, zunächst jene Aspekte unseres Konsumverhaltens zu identifizieren, die *nicht* Gegenstand der soziologischen Analyse sind.

Unmittelbar evident wird die gesellschaftliche Dimension des Konsums hingegen, wenn wir uns im **vierten Abschnitt** mit den sog. "Statussymbolen" befassen, d.h. jenen Luxusgütern, welche traditionell den Reichen und Privilegierten vorbehalten waren. Die Tatsache, daß in einer hierarchisch aufgebauten Gesellschaft die Angehörigen untergeordneter Schichten bzw. "Klassen" sich diese Statussymbole aneignen, sobald sie über die entsprechenden Mittel verfügen, erklärt zumindest zum Teil, warum der Anstieg des Lohnniveaus in den Industriegesellschaften auch zu einem Anwachsen des Konsumniveaus führt.

Die Nachahmung des Lebensstils der Reichen durch die (ehemals) Armen erklärt diesbezüglich aber längst nicht alles. Wie im **fünften Abschnitt** deutlich wird, sind Menschen auch genötigt (oder fühlen sich genötigt), sich an steigende Standards anzupassen, wenn sie gesellschaftlich "dazugehören" und akzeptiert werden wollen.

Da sich die Darstellung der Mechanismen in der vorangegangenen Argumentation primär auf historische Beispiele stützt, gehe ich im **sechsten Abschnitt** nochmals ausführlicher auf die soziale Verortung bzw. Selbstverortung mittels Konsum ein und versuche anhand eines Modells des "sozialen Raums" in der Gegenwartsgesellschaft aufzuzeigen, welcher Zusammenhang zwischen sozialen "Milieus", Hierarchien und kulturellen Vorlieben besteht. Es handelt sich dabei allerdings um eine erste hypothetische Annäherung, die nicht empirisch fundiert ist.

An diesem Punkt der Argumentation sollte deutlich geworden sein, daß wir Dinge besitzen wollen (oder sie benötigen), weil sie eine gesellschaftlich definierte Bedeutung haben. Im Rahmen eines kurzen Exkurses der "Warensymbolik" werde ich diesen Aspekt im **siebten Abschnitt** nochmals vertiefend darstellen.

Viele der von uns begehrten Objekte haben allerdings jenseits gesellschaftlicher Konventionen auch eine sehr persönliche Bedeutung für uns. Allzu oft dürfte den Menschen kaum oder gar nicht bewußt sein, worin diese Bedeutung eigentlich besteht – wir wissen nur, daß wir einen bestimmten Gegenstand unbedingt brauchen, ohne genau sagen zu können, warum eigentlich. Im **achten Abschnitt** werde ich mich mit diesem Phänomen befassen, das mit Begriffen wie "Ersatzbefriedigung", "Kaufrausch" oder "zwanghafter Konsum" beschrieben werden kann.

Der **neunte Abschnitt** ist wiederum ein Exkurs. Ich nehme dort die Ergebnisse von im Rahmen des Seminars durchgeführten kurzen Befragungen zu Ernährungsgewohnheiten auf, um einerseits nochmals aufzuzeigen, wie komplex unsere Konsumententscheidungen motiviert sind, und andererseits die ethische Komponente hervorzuheben.

Diese ethischen Dimensionen diskutiere ich im abschließenden **zehnten Abschnitt**, ins-

besondere im Hinblick auf die Frage, warum Menschen so oft gegen ihre eigenen Überzeugungen handeln, bzw. sich inkonsequent verhalten. Angesichts der ökologischen Probleme, welche unser Konsumverhalten verursacht, scheint mir das eine notwendige Ergänzung und ein passender Abschluß zu sein.

Zunächst aber müssen wir uns damit befassen, was Gegenstand der Soziologie ist, und *was nicht*. Zu diesem Zweck werde ich im Folgenden die menschliche Gesellschaft mit der Affenhorde vergleichen. Auch wenn viele Leserinnen und Leser das vielleicht nicht unmittelbar vermuten würden, sind die Unterschiede sehr tiefgreifend und auch vielfältig.

### Können Affen lügen? Und was hat diese Frage mit Soziologie zu tun?

Soziologie ist zweifellos die Wissenschaft von der menschlichen Gesellschaft. Mit dieser tautologischen Feststellung ist aber noch nichts erklärt. Um in einer ersten Annäherung herauszuarbeiten, was "Gesellschaft" ausmacht, werde ich im Folgenden zunächst die wesentlichen Differenzen zwischen Mensch und Affe, respektive menschlicher Gesellschaft und Affenhorde, herausstellen. Diese Unterschiede betreffen zunächst den Bereich der Sozialstruktur und der sozialen Beziehungen:

1. **Verwandtschaft:** Während "Verwandtschaft" in der Affenhorde in erster Linie eine biologische Kategorie ist, begründet die biologische Verwandtschaft mittels der Institution der Ehe in der menschlichen Gesellschaft *komplexe Verwandtschaftsstrukturen*. D.h. Affen können vielleicht lieben (auf jeden Fall können sie trauern), aber sie heiraten nicht. Die Existenz klar definierter Verwandtschaftsverhältnisse (Vater, Mutter, Onkel, Tante) und mit diesen einhergehenden Rechten und Pflichten markiert historisch wahrscheinlich den Beginn der Existenz dessen, was wir als "Gesellschaft" bezeichnen. Während die Affenhorde dort endet, wo der Blickkontakt aufhört, können Gruppen von Menschen, die relativ weit voneinander entfernt leben und sich nur selten begegnen, durch verwandtschaftliche Beziehungen dauerhaft verbunden sein. Durch die Definition von Abstammungsgruppen wie Clans und Lineages können menschliche Gesellschaften zudem auf eine Größe anwachsen, die weit jenseits der Zahl der Individuen in einer Affenhorde liegt (ich gehe weiter unten noch etwas ausführlicher auf die Vergesellschaftung mittels Verwandtschaftsbeziehungen ein).
2. **Spezialisierung:** Affen kennen keine institutionalisierte *gesellschaftliche Arbeitsteilung* in Gestalt von Berufen oder Berufsgruppen. Kein Affe stellt z.B. für die anderen Pfeil und Bogen her, und läßt sich im Gegenzug mit Nahrung versorgen, während in der menschlichen Gesellschaft die Arbeitsteilung notwendig mit intensiven Austauschbeziehungen einhergeht. Allerdings sind auch menschliche Gesellschaften nicht notwendig arbeitsteilig organisiert.
3. **Hierarchie:** In der Affenhorde bestehen zwar Rangunterschiede, diese resultieren aber aus individuellen Eigenschaften bzw. individuellem Verhalten (Kraft, Intelligenz, Aggressivität) und werden nicht vererbt; d.h. es existieren  $\alpha$  und  $\omega$ -Tiere, aber *keine Klassen* von  $\alpha$  und  $\omega$ -Tieren. In vielen (wenngleich längst nicht allen) menschlichen Gesellschaften sind Statusgruppen und Hierarchien hingegen in Form von Schichten oder Klassen dauerhaft *institutionalisiert*. Affen kennen also keine Adligen und auch keine Sklaven, deren Kindern qua Geburt der soziale Status der Eltern zukommt, während eine derartige soziale Differenzierung in erbliche Statusgruppen zentrales Strukturmerkmal vieler historischer Gesellschaften war.<sup>2</sup>

Es handelt sich bei den gerade aufgeführten Merkmalen um so etwas wie Grundformen sozialer Differenzierung, die zwar in unterschiedlichen Gesellschaften sehr verschieden ausgeprägt, aber immer im Ansatz vorhanden sind. Ich will das an dieser Stelle allerdings nicht weiter vertiefen, da diese Differenzen hier zunächst nicht von Bedeutung sind.

---

<sup>2</sup> Im europäischen Mittelalter wurde z.B. unterschieden zwischen Adel, freien Kaufleuten und Handwerkern, und unfreien Bauern (Leibeigenen). Der jeweilige Status, also adlig, frei oder unfrei, wurde von den Eltern auf die Kinder vererbt.

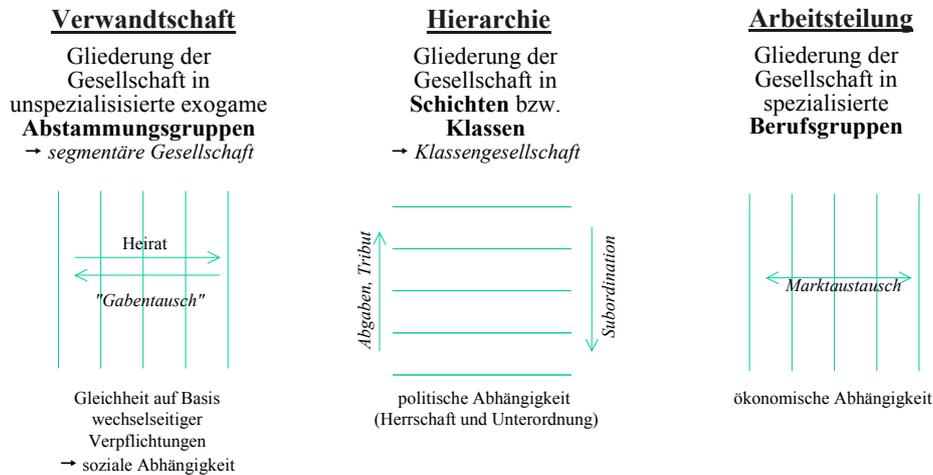


Abb. 1: Grundformen gesellschaftlicher Differenzierung und sozialer Beziehungen

4. **Werkzeugherstellung:** Im Unterschied zum Affen ist der Mensch an keine bestimmte Umwelt angepaßt, er bedarf zum Überleben mit Hilfe technischer Fertigkeiten hergestellter *Hilfsmittel*, um zu überleben (Kleidung, Waffen, Behausung). Es mag sein, daß der eine oder andere Affe aus einem Stein mittels eines anderen Steins ein Werkzeug fertigt, beim Menschen aber ist die Herstellung und Weiterentwicklung von Werkzeugen überlebensnotwendig. Der anatomisch moderne Mensch *Homo sapiens* (der aus Afrika stammte und in Europa in der jüngeren Altsteinzeit erscheint, also ca. vor 40.000 Jahren) war dem Neandertaler allein schon darin entscheidend überlegen, daß er die Nähnadel erfunden hatte und im rauen Klima der Eiszeit über viel bessere (genähte) Kleidung verfügte. Der Affe hingegen ist nackt, er stellt weder Speere noch Körbe her und macht auch kein Feuer.
5. **Kunst:** Die *materielle Kultur* des modernen Menschen beschränkt sich aber nicht allein auf technische Artefakte, von Anfang an erschafft der Mensch *Kunst*, d.h. Gegenstände oder Darstellungen, die *bedeutungsvoll* sind, d.h. mehr beinhalten als ihre rein materielle Beschaffenheit. Die beeindruckendsten Hinterlassenschaften des frühen Homo Sapiens sind weniger seine Waffen, sondern Felszeichnungen, Musikinstrumente und Skulpturen (wie z.B. der Löwenmensch vom Hohlenstein-Stadel). Der Mensch hat mithin einen "Sinn" für Schönheit, ein *ästhetisches Empfinden* (wenngleich dieses sehr unterschiedlich ausgeprägt ist, ich komme insbesondere im 9. Abschnitt ausführlich darauf zurück).

Mit der Herstellung materieller Objekte von ästhetischem Wert einher geht eine *affektive Bindung* der Menschen an diese Gegenstände. Insbesondere bei Schmuckstücken, aber auch bei Dingen von praktischem Nutzen, die wesentlich aufwendiger bearbeitet wurden, als für den Verwendungszweck notwendig gewesen wäre, ist davon auszugehen, daß es sich um persönliches Eigentum der Frauen und Männer handelte, bei deren sterblichen Überresten diese Objekte gefunden wurden. Zwar können auch Menschenaffen in Gefangenschaft (oder Hunde) offenbar affektive Bindungen zu Dingen aufbauen, aber sich an schönen Gegenständen

zu erfreuen, dürfte eine distinkte Eigenschaft des Menschen sein. Das bedeutet aber nicht, daß der Besitz von begehrten Dingen automatisch zu dem Verlangen führt, mehr davon zu haben! – Ich belasse es hier bei dieser Anmerkung, der Sachverhalt wird im dritten Abschnitt vertiefend behandelt.

6. **Sprache und kollektive Vorstellungen:** Die Existenz ganz offensichtlich bedeutungsvoller Kunstobjekte verweist direkt auf die Sprache. Im Gegensatz zum Affen *spricht* der Mensch; *er spricht aber nicht über die Dinge an sich, sondern von den Vorstellungen, welche er von diesen hat*. Das ist der Tatsache geschuldet, daß ein wesentliches Merkmal der Sprache die *Dislokation* ist, die Fähigkeit, über Personen, Gegenstände und Sachverhalte in deren Abwesenheit zu sprechen (z.B. über Affen, obwohl keine Affen im Raum sind).<sup>3</sup> Welche Bedeutung z.B. die Felszeichnungen in der Höhle von Chauvet auch immer hatten, die Pferde, Wollnashörner usw. wurden aus dem Gedächtnis gezeichnet, der unbekannte Künstler oder die Künstlerin hatte notwendig eine Vorstellung dieser Tiere vor dem "inneren Auge", die von deren Gegenwart entkoppelt war. Der Mensch ist mithin in der Lage mittels seiner Phantasie Dinge und Wesen zu erschaffen, die in der äußeren Realität nicht existieren,<sup>4</sup> wie z.B. den Löwenmenschen von der Schwäbischen Alb (nahezu ebenso alt wie die Höhlenkunst von Chauvet). Er lebt mithin in einer doppelten Wirklichkeit; er teilt mit allen anderen Lebewesen dieses Planeten die materielle Realität – aber neben diese Wirklichkeit tritt eine zweite, diejenige der Bedeutungen, der sozialen Konstruktionen und kollektiven Vorstellungen, der Phantasien, Träume und Ängste. Kein Affe wird jemals behaupten, von Außerirdischen entführt worden zu sein, er glaubt weder an Götter noch den Teufel – und auch nicht an ein Leben nach dem Tod. Affen können zwar täuschen, aber nicht lügen, denn eine Lüge muß zunächst einmal ausgedacht und dann ausgesprochen werden können – was die Fähigkeit zur Dislokation und zur sprachlichen Artikulation bedingt.

Neben die äußere, "objektive" Realität tritt folglich mit Entstehen des "symbolischen Denkens" (d.h. des Denkens in Begriffen und abstrakten Konzepten) eine zweite, kollektiv erschaffene intersubjektive Wirklichkeit, welche durch die Gegebenheiten der Natur zwar limitiert, aber nicht determiniert ist. Tiere, Pflanzen, geographische und meteorologische Phänomene, und gerade auch vom Menschen erschaffene "Kultgegenstände"

---

<sup>3</sup> Über diese Fähigkeit zur Dislokation verfügen Affen möglicherweise nicht. Der Verhaltensforscher Wolfgang Köhler führte im ersten Weltkrieg ein Experiment durch, das darin bestand, daß er vor dem Gitter des Käfigs eine Banane plazierte. Im Käfig befand sich ein Stock. Konnten die Schimpansen Stock und Banane gleichzeitig sehen, nutzten sie das Hilfsmittel um die Banane in den Käfig zu ziehen. Waren sie hingegen nicht in der Lage, Stock und Banane gleichzeitig im Blick zu haben, konnten sie keine Beziehung zwischen dem einen und dem anderen herstellen. Susanne K. Langer kommentiert dieses Ergebnis folgendermaßen: »Ohne Worte ist unsere Einbildungskraft nicht imstande, bestimmte Gegenstände und ihre Beziehungen festzuhalten, in diesem Fall heißt aus den Augen wirklich aus dem Sinn. Augenscheinlich konnten [die Affen] nicht das eine sehen und das andere denken. [...] Könnte nur der Affe, der es auf eine außerhalb seines Käfigs liegende Banane abgesehen hat, "Banane, Banane" im Kopf behalten, während er hinter sich auf den Bambusstab blickt, er wäre imstande, sich mit dem Stock das begehrte Objekt zu verschaffen. Ohne Sprache aber wird Beziehung entweder unmittelbar mit der Handlung in eins gesetzt ... oder beide können überhaupt nicht erfahren werden. Der Affe wußte einfach nichts von der Beziehung zwischen Stock und Frucht, wenn ihr gemeinsames Vorhandensein nicht sichtbar war. Das Phänomen des Festhaltens am Objekt vermöge seines Symbols ist so elementar, daß die Sprache auf diesem Grunde herangewachsen ist. Ein Wort fixiert etwas in der Erfahrung und macht es zum Kern der Erinnerung, zu einer verfügbaren Vorstellung« (1942: 129f., 137f.).

<sup>4</sup> Sicherlich sind vielfach unsere Träume Quelle dieser Phantasien. Allerdings weiß niemand, inwieweit sich die Träume der Affen von unseren unterscheiden – weil sie nicht darüber sprechen können.

de" werden mit Bedeutungen belegt, die ihnen von Natur aus nicht eigen sind.<sup>5</sup> Welche Bedeutung wir bestimmten Dingen zuschreiben entspringt nicht (oder nur höchst begrenzt) deren materieller Beschaffenheit, sondern einer gesellschaftlichen Konvention. Der letzte Punkt ist für das Verständnis der Welt des Konsums entscheidend: **Affen verfügen über keine Statussymbole.**

Der Begriff der "Institution" bzw. "Institutionalisierung" bringt die vorstehend dargestellten Eigenarten der menschlichen Gesellschaft wahrscheinlich am besten zum Ausdruck. Institutionen sind Émile Durkheim zufolge (dem Begründer der wissenschaftlichen Soziologie) all jene Sachverhalte, **welche die Existenz der Gesellschaft voraussetzen, d.h. die das Individuum vorfindet und nicht immer wieder neu in Interaktion mit anderen erschaffen muß.** Diese Definition umfaßt sowohl die Sprache (die Inhalte respektive Vorstellungen, welche sie transportiert), die Organisation des Zusammenlebens, als auch die normative Sphäre, d.h. die Festlegung von Rechten und Pflichten der Individuen. Wenngleich sie nicht unabänderlich sind (die soziale Ordnung kann durch kollektives Handeln verändert werden), ist nichtsdestotrotz das Element der Dauer von entscheidender Bedeutung für das Verständnis der Institutionen.<sup>6</sup>

Ich fasse nochmals kurz die wesentlichen Gegenstände bzw. Sachverhalte zusammen, die die Gesellschaft konstituieren, und mit denen die Soziologie sich folglich befaßt:

- Institutionalisierte, d.h. dauerhaft bestehende (und nicht von jeder Generation neu definierte) **Sozialstrukturen** (d.h. die gesellschaftliche Differenzierung in Abstammungsgruppen, Schichten bzw. "Klassen" und Berufsgruppen) und damit korrespondierende **soziale Beziehungen** (z.B. verwandtschaftliche Verpflichtungen, politische Über- und Unterordnung, Austausch von arbeitsteilig erzeugten Produkten),
- **Verhaltensvorschriften** (Regeln), die das Handeln der Individuen normativ bestimmen (Rechte und Pflichten),<sup>7</sup> sowie
- **kollektive Vorstellungen** – d.h. soziale Konstruktionen bzw. "Deutungen" der Wirklichkeit.

Diese Institutionen finden das Individuum bei seiner Geburt in der Gesellschaft respektive Kultur (und wie gesagt *nicht* in der Natur!) vor, in welche es hineingeboren wird. Im folgenden Abschnitt werde ich mich der "Natur" dieser Individuen zuwenden – und deren Verhältnis zur Gesellschaft diskutieren.

---

<sup>5</sup> Der Kulturanthropologe Marshall Sahlins merkt zu diesem zentralen Sachverhalt an: »Die distinktive Eigenschaft des Menschen [besteht] nicht darin, daß er in einer materiellen Welt leben muß – ein Umstand, den er mit allen lebenden Organismen teilt –, sondern darin, daß er in einem Bedeutungsschema lebt, das er selbst entworfen hat. Im Vermögen dazu liegt die Einmaligkeit des Menschen.« (1976:7f.)

<sup>6</sup> Nach Émile Durkheim kann man, »ohne den Sinn des Ausdrucks zu entstellen, alle Glaubensvorstellungen und durch die Gesellschaft festgesetzten Verhaltensweisen Institutionen nennen; die Soziologie kann ... definiert werden als die Wissenschaft von den Institutionen, deren Entstehung und Wirkungsart« (Durkheim 1901: 99f.). Die Sprache, das Rechtssystem und die politische Ordnung sind die wohl besten Beispiele für Institutionen.

<sup>7</sup> Ich hatte den Bereich der Normativität, d.h. die Existenz von Verhaltensvorschriften in der obigen Ausstellung nicht thematisiert, weil das Verhalten von Affen in der Gruppe durchaus auch gewissen (notwendig unausgesprochenen) Regeln folgt, die Diskussion der Unterschiede zur menschlichen Gesellschaft aber zu kompliziert und auch wenig zielführend wäre.

### **Individuum und Gesellschaft: Sigmund Freud und die "Ersünde"**

Wie in der Einleitung hervorgehoben, verfolgt das vorliegende Skript vor allem die Intention, den Leserinnen und Lesern zu verdeutlichen, wie und inwiefern unsere individuellen Vorlieben und Abneigungen einen gesellschaftlichen Bezug bzw. einen sozialen Ursprung haben. Um zu verstehen, wie die Gesellschaft bzw. das Leben in der Gesellschaft diese Vorlieben und Abneigungen hervorbringt, muß man zunächst einmal ein adäquates Verständnis des Verhältnisses von Individuum und Gesellschaft entwickeln. Dieses Verständnis wird leider nach wie vor durch weitgehend unwissenschaftliche Behauptungen bzw. Spekulationen über das "Wesen" von Mensch und Gesellschaft behindert, weshalb mir notwendig erscheint, zunächst einige klärende diesbezügliche Anmerkungen zu machen. Die folgenden Ausführungen betreffen zunächst Behauptungen bezüglich der menschlichen Natur, die scheinbar weit von unserem eigentlichen Gegenstand wegführen, es sollte aber schnell deutlich werden, daß ein enger Zusammenhang zur Frage nach den gesellschaftlichen Ursachen des stetig anwachsenden Konsumniveaus besteht.

In der akademischen Tradition insbesondere des 20. Jahrhundert wird beizeiten ein unversöhnlicher Gegensatz von Individuum und Gesellschaft unterstellt. Der Mensch erscheint in dieser Lesart als ein wildes Tier, welches von der Gesellschaft gezähmt werden muß – wobei diese Domestizierung oft nur sehr unvollkommen gelingt. Die auf die Antike zurückgehende Formulierung "homo homini lupus" ("der Mensch ist des Menschen Wolf") bringt diese Auffassung wohl am besten auf den Punkt. Einer der prominentesten Vertreter dieses "Böser-Wolf-Paradigmas" war Sigmund Freud, der Begründer der Psychoanalyse. Freud war der Auffassung, die menschliche Gesellschaft (respektive "Kultur" in Freuds Terminologie) sei aus der Notwendigkeit geboren, zur Sicherstellung des Überlebens mit anderen zu kooperieren. Dieses Zusammenleben bedinge aber, daß der Mensch sich die Befriedigung seiner natürlichen Triebe (nach Freud Sexualität und Aggression) versagt. Kultur gründet demnach im "Triebverzicht", der Unterdrückung des natürlichen Begehrens, weshalb sie den Menschen notwendig seiner Freiheit und seines Glücks beraubt: »Wir glauben, die Kultur ist unter dem Antrieb der Lebensnot auf Kosten der Triebbefriedigung geschaffen worden, und sie wird zum großen Teil immer wieder von neuem erschaffen, indem der Einzelne, der neu in die menschliche Gesellschaft eintritt, die Opfer an Triebbefriedigung zu Gunsten des Ganzen wiederholt« (Freud 1917: 48).<sup>8</sup> Diese Auffassung ist allein schon deshalb absurd, weil sie unterstellt, es habe einstmals einen "vorkulturellen" Zustand gegeben. Der Prozeß der "Menschwerdung" fand aber bereits in der Gesellschaft statt (bzw. einer Gruppe von durch Abstammung verbundenen Primaten), weshalb diese dem Menschen weder fremd noch "äußerlich" sein kann.

Sigmund Freud lieferte zwar bedeutende Einsichten in psychische Mechanismen und auch die Struktur der menschlichen Psyche, welche ich an späterer Stelle noch aus-

---

<sup>8</sup> Der hannoversche Sozialpsychologie Peter Brückner faßte Freuds Auffassung folgendermaßen zusammen: »Wenn nun auch "Kultur" ganz allgemein – und im ganzen recht wirkungsvoll – auf der Unterdrückung von "Trieben", von Lust, von Sexualität (und Aggression) aufgebaut ist, bleibt sich "Natur" doch in historischen Zeiträumen gleich, Trieb, Sexualität als Natur verändern sich wenig. Sie werden mit jedem Kind neu geboren: als anarchisch, als kulturfern, ja letztlich als kulturfeindlich. "Natur" muß daher immer wieder, in jeder neuen Generation, einer Triebkontrolle erst unterworfen werden. Die Kultur ruht auf den Verdrängungsleistungen früherer Generationen, und jede neue Generation wird dazu aufgefordert, diese Kultur durch das Vollziehen derselben Verdrängungsleistungen zu erhalten« (Brückner 1982: 54).

föhrlich thematisieren werde, seine Auslassungen über die menschliche Natur und das "Wesen" der Kultur entbehren aber jeglicher wissenschaftlichen Grundlage, es handelt sich um wenig mehr als pseudo-religiöse Spekulationen. Im Grunde genommen liefert er lediglich eine neue Variante der Geschichte von der "Erbssünde" – in der auf den heiligen Augustinus zurückgehenden Tradition ist der Mensch als Nachkomme Adams und Evas von Natur aus sündhaft und böse.<sup>9</sup> Mag sein, daß Freuds pessimistischer Blick auf den Menschen und die menschliche Zivilisation den Erfahrungen des Ersten Weltkriegs geschuldet war (seine zentralen Schriften zur Kulturtheorie entstanden in den 1920er und 1930er Jahren), die Generalisierungen werden deshalb aber nicht wahrer.

Es ist nun allerdings mitnichten so, daß es der Menschheitsgeschichte an "bösen Wölfen" mangelte, die sich durch exzessive Grausamkeit und Habgier auszeichneten – dies betrifft nicht nur Einzelpersonen wie Attila den Hunnen, sondern ganze Völker, wie die Vandalen oder die Wikinger –, aber die Beispiele belegen lediglich, daß Menschen (und ganze Kulturen) derartige Dispositionen entwickeln *können*. Können, aber keineswegs müssen. Anstatt die komplexen Ursachen von Haß und Gewalt dezidiert zu analysieren, wird von Freud und anderen "Kulturpessimisten" letztlich die "menschliche Natur" dafür verantwortlich gemacht. Der Hang zur Gewaltausübung ist aber keine "natürliche" Eigenschaft des Menschen, sondern eine individuelle respektive kulturelle Prägung, und auch wenn der Hunne oder der Wikinger dem vielleicht vehement widersprochen hätte, ist es *nicht* die natürliche Bestimmung des Mannes, zu morden, zu rauben und zu vergewaltigen. Menschen sind nicht von Natur aus Islamisten oder Hell's Angels, sie werden dazu – und die Aufgabe der Wissenschaft besteht darin zu erklären, warum.

Alle Erklärungen, die auf die "menschliche Natur" rekurrieren, sind mithin letztlich entweder schlicht falsch, oder sie verfolgen ein politisches Ziel. Und gerade, wenn diejenigen, die solche Ansichten vertreten, sich mit ihrem angeblichen "Realismus" brüsten, ist besondere Skepsis geboten.<sup>10</sup> Den Menschen zeichnet im Gegenteil zu dem was der Heilige Augustinus oder Sigmund Freud behaupten gerade aus, daß seine Natur weitgehend unbestimmt ist, wir können lieben und hassen, großzügig oder habgierig sein, Mitgefühl oder Verachtung zeigen – je nachdem, in welcher Situation wir uns befinden und wie der jeweils "Andere" sozial konstruiert ist.<sup>11</sup> Im Gegensatz zu dem, was Freud behauptet, besteht also kein ewiger und irreduzibler Antagonismus zwischen menschlicher Natur und "Kultur", Menschen können in der Gesellschaft frei oder unfrei, glücklich oder unglücklich sein – ob sie das Gefühl haben, ein Leben der Fülle zu leben oder beständig bestrebt sind, eine innere Leere zu füllen, hängt neben der individuellen Lebensgeschichte vor allem von den konkreten gesellschaftlichen Verhältnissen ab (ich komme im nächsten Abschnitt auf diesen Punkt zurück).

---

<sup>9</sup> Vgl. z.B. Sahlins 1996:396.

<sup>10</sup> Freud schreibt z.B. im "Unbehagen in der Kultur" mit großem Gestus: »Homo homini lupus — wer hat nach allen Erfahrungen des Lebens und der Geschichte den Mut, diesen Satz zu bestreiten?« (1930: 102), ein typisches Beispiel für die Art und Weise, wie diese Pseudo-Realismen argumentativ fundiert werden. Dabei bedarf es gar keines sonderlichen Muts, sondern nur ein wenig Reflexion, um das Diktum zu verwerfen. Der französische Sozialanthropologe Claude Lévi-Strauss bemerkte diesbezüglich: »Umgekehrt zu dem, was Freud vertritt, lassen sich die positiven und negativen sozialen Zwänge weder hinsichtlich ihres Ursprungs noch hinsichtlich ihrer Beharrlichkeit durch die Wirkung von Trieben oder Emotionen erklären. [...] In Wahrheit erklären die Triebe und Emotionen nichts, immer *ergeben sie sich*: ... Sie sind ... Folgeerscheinungen, sie sind niemals Ursachen« (1962: 92ff.).

<sup>11</sup> Ich will diesen Punkt hier nicht weiter vertiefen, diese "soziale Konstruktion des gesellschaftlich Anderen" ist aber zentraler Gegenstand meines Seminars zu Geschichte und Strukturen sozialer Ungleichheit und ist ebenfalls im zugehörigen Skript dargestellt.

Die vorstehenden (leider nach wie vor notwendigen) Bemerkungen liefern zumindest den Ausgangspunkt, um den Gegenstandsbereich der Soziologie noch etwas ausführlicher zu thematisieren als dies in der Gegenüberstellung von Affenhorde und menschlicher Gesellschaft der Fall war. Bis hierhin sollte hinreichend deutlich geworden sein, daß der Mensch ein notwendig gesellschaftliches Wesen ist. Abgesehen von den spontansten Impulsen und Reflexen haben unsere Gefühle, unsere Vorstellungen, Gedanken und Wünsche keine Existenz jenseits der Gesellschaft – und dies gilt schließlich auch für unsere Individualität.<sup>12</sup>

Es existiert also kein fundamentaler Konflikt zwischen Individuum und Gesellschaft; die Entgegensetzung von (gesellschaftlicher) Notwendigkeit und (individueller) Neigung ist dem Gegenstand vollkommen unangemessen. Der Mensch ist vielmehr von Natur aus ein gesellschaftliches Wesen – dazu bestimmt, mit anderen zusammenzuleben (wie bereits der griechische Philosoph Aristoteles festgestellt hatte). Aber was genau bedeutet es, "gesellschaftliches Wesen" zu sein? Das "soziale Band" welches die Menschen einer Gesellschaft aneinander bindet, gründet Émile Durkheim zufolge nicht nur in mit der Sozialstruktur korrespondierenden Abhängigkeiten oder Verpflichtungen, sondern auch in einer von den Angehörigen einer Gesellschaft geteilten Weltsicht; die gesellschaftlichen Verhältnisse sowie die Beziehungen zur umgebenden Natur und zu "Fremden" sind als *kollektive Vorstellungen* fixiert.

Wir bedürfen erstens der Sprache, um uns zu artikulieren, aber die Sprache ist weit mehr, als sie zu sein scheint; sie ist nicht allein Instrument, um über objektive Sachverhalte zu kommunizieren. Ich hatte im vorigen Abschnitt bereits erwähnt, daß wir nicht über die Dinge an sich sprechen, sondern über die Vorstellungen, die wir von ihnen haben. Diese Vorstellungen sind aber weitgehend kollektiver Natur; mit dem Spracherwerb übernehme ich nicht nur einen Set von Begriffen und grammatikalischen Regeln, sondern eine komplette Weltsicht – denn die meisten Begriffe sind nicht allein rein beschreibend (deskriptiv), sondern auch wertend (normativ), und in dem Maße, wie sie Beziehungen zwischen Objekten bzw. Sachverhalten und Ereignissen implizieren, auch deutend (interpretativ). Und ebenso wie die Sprache gehört zweitens auch das Befolgen gesellschaftlicher Normen zum Wesen des Menschen. Keine Gesellschaft kann dauerhaft ohne eine Regelung der zwischenmenschlichen Beziehungen existieren. Das Zusammenleben der Menschen ist selbstverständlich niemals frei von Spannungen. Um zu verhindern, daß wir spontanen aggressiven oder sonstigen asozialen Strebungen folgen existieren Regeln und Gesetze, die impulsive Ausbrüche verhindern sollen, welche wir später bereuen (zumindest im Normalfall, ich spreche hier nicht von systematisch abweichendem Verhalten oder vom Widerstand gegen repressive politische Regimes). Die soziale Ordnung, die durch diese Regeln begründet wird ist aber keineswegs allein restriktiv, sie ist auch (und vielleicht vor allem) "befähigend", institutionalisierte Normen regulieren und begrenzen soziales Handeln ebenso, wie sie es überhaupt erst ermöglichen – im Minimum, weil der kollektive Verzicht auf körperliche Gewalt, Diebstahl etc. im Interesse aller liegt.

Die Gesellschaft besteht mithin »nicht einfach aus der Masse von Individuen, aus der sie sich zusammensetzt [...] sondern vor allem aus der Idee, die sie sich von sich selbst macht« (Durkheim 1912: 566).<sup>13</sup> Sie ist mehr als die Summe ihrer Teile (die Individu-

<sup>12</sup> Um sich selbst zu erkennen, bedarf es stets eines Anderen – der Mensch kann sich *als Mensch* nur in der Gesellschaft erfahren.

<sup>13</sup> Diese "logische" bzw. moralische Ordnung ist nicht von der Sozialstruktur zu trennen; die Gesellschaft kann »die Kategorien nicht der Willkür der Individuen überlassen, ohne sich selbst aufzugeben. Um leben zu

en), weshalb umgekehrt die Dispositionen der Menschen nur unter Bezugnahme auf die Gesellschaft (respektive die Institutionen) erklärt werden können – und nicht im Rückgriff auf Freuds vermeintliche invariante menschliche "Natur".

Gesellschaften *können* als politische Systeme allerdings durchaus einen ausgeprägt repressiven Charakter haben. Wenn im konkreten Fall ein mehr oder weniger großer Teil der Bevölkerung unterdrückt und von der vollen politischen und ökonomischen Partizipation ausgeschlossen, mithin "unfrei" ist, sagt dies aber nichts über "die Gesellschaft" an sich aus – Menschen können durchaus als "Freie und Gleiche" zusammenleben (ich gehe hierauf näher in den Anfangskapiteln meines Skripts zu Geschichte und Strukturen sozialer Ungleichheit ein und belasse es deshalb hier bei dieser Feststellung). Und auch wenn "Individualität" sich nur im sozialen Kontext (d.h. mittels der Sprache und unter Bezugnahme auf andere) herausbilden kann, so ist das Verhältnis von individuellen Wünschen/Bedürfnissen und gesellschaftlichen Vorgaben/Erfordernissen nicht notwendig spannungsfrei. Aber diese Spannungen und Konflikte sind im Hinblick auf die konkreten sozialen Verhältnisse zu analysieren und können nicht einfach zum Resultat eines ewigen und unauflösbaren Konflikts erklärt werden. Aufgabe der Soziologie ist, unterschiedliche Gesellschaften im Hinblick auf Modalitäten, Motive, Legitimation und Konsequenzen sozialer Ungleichheit vergleichend zu untersuchen. Sie darf keine pauschalen Urteile fällen, welche eine solche Untersuchung im Grunde erübrigen.

Eine Moralphilosophie, die in einer starren Entgegensetzung von "Pflicht" und "Neigung" (respektive "erzwungenem Triebverzicht" und "Trieb") als antagonistischen, unversöhnlichen Polen wurzelt, kann jedenfalls höchstens einen kleinen Ausschnitt der gesellschaftlichen Wirklichkeit erfassen und keinen Anspruch auf Allgemeingültigkeit erheben. Émilie Durkheim zufolge erschöpft denn auch »der Begriff der Pflicht keineswegs den der Moral [...] Wir können nämlich eine Handlung, die uns nichts bedeutet, nicht einzig deshalb ausführen, weil sie geboten ist. Einen Zweck verfolgen, der uns kalt läßt, der uns nicht *gut* erscheint, der unser Gefühl nicht berührt, ist etwas psychologisch Unmögliches. Unbeschadet seines obligatorischen Charakters muß der moralische Zweck also noch erstrebt werden und erstrebenswert sein; das *Erstrebenswertsein* bildet ein zweites Merkmal einer jeden moralischen Handlung« (1906: 85; 96). Im Idealfall gründet die moralische Ordnung in einem rationalen Konsens der großen Mehrheit ihrer Mitglieder, so daß die Gesellschaft zugleich eine *Wertegemeinschaft* ist.

Bevor ich mich im folgenden Abschnitt dem eigentlich Gegenstand dieses Skripts zuwende, will ich noch kurz die vorstehenden Ausführungen zusammenfassen: Wie gesehen, haben Erklärungen, welche sich auf die "menschlichen Natur" beziehen hinsichtlich soziologischer Fragestellung praktisch keine Erklärungskraft – es sei denn, man wiese darauf hin, daß bei Hungersnöten und Naturkatastrophen die soziale Ordnung zusammenbrechen *kann*, weil im Kampf ums nackte Überleben "jeder sich selbst der nächste" ist. Aber selbst das ist nur eine Möglichkeit, gerade existentielle Krisen können auch das "Beste im Menschen" zum Vorschein bringen und verwandeln ihn oder sie nicht zwingend in eine Bestie. Menschen können sogar ihren Selbsterhaltungstrieb bezwingen und sich aufopfern, wenn es darum geht, die Gruppe zu retten ("geht, ohne

---

können, braucht sie nicht nur einen genügenden moralischen Konformismus; es muß auch ein Minimum an logischem Konformismus vorhanden sein, den sie nicht entbehren kann.« (Ibid.: 38) »Wenn man sagt, daß die Begriffe die Art und Weise ausdrücken, wie sich die Gesellschaft die Dinge vorstellt, heißt das auch, daß das begriffliche Denken gleichzeitig mit der Menschheit entstanden ist. [...] Ein Mensch, der nicht in Begriffen denkt, kann kein Mensch sein; denn er wäre kein soziales Wesen. Eingeschränkt allein auf die individuellen Wahrnehmungen, wäre er nicht von Tier zu unterscheiden.« (Ibid.: 586)

mich schafft ihr es!"). Anders formuliert: Biologie ist Biologie, Soziologie ist Soziologie, und erstere determiniert nicht letztere – auch wenn Autoren wie Sigmund Freud oder der Zoologe Richard Dawkins ("das egoistische Gen") etwas anderes behaupten.<sup>14</sup> Aber das sind wie gesagt lediglich Behauptungen und Spekulationen, keine wissenschaftlichen Erkenntnisse!

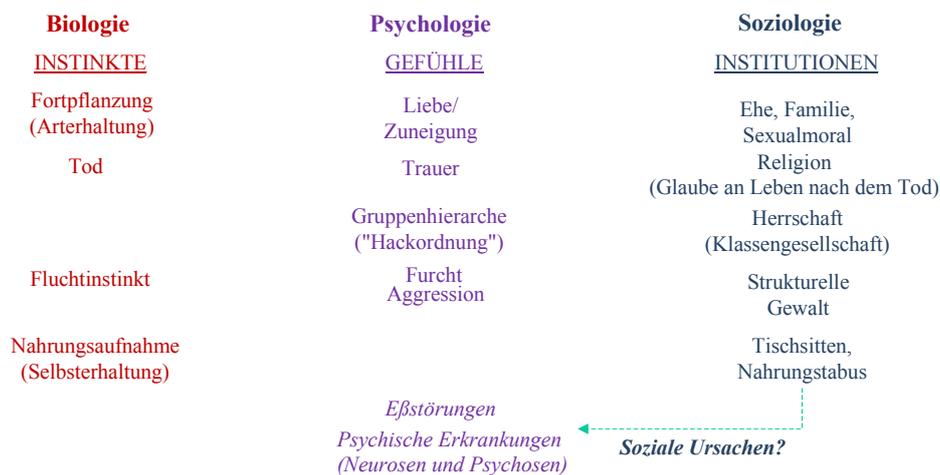


Abb. 2: Biologie, Psychologie und Soziologie

In Abbildung 2 habe ich die unterschiedlichen Gegenstände der drei wissenschaftlichen Disziplinen Biologie, Psychologie und Soziologie nochmals zusammenfassend dargestellt. Biologie und Psychologie sind recht gut zu trennen, weil unser Verhalten primär von erlernten (erworbenen) Verhaltensmustern bestimmt wird und nicht von angeborenen Instinkten oder Reflexen. Das Verhältnis von Soziologie zu Psychologie ist deutlich komplexer, da erstens die unsere Weltsicht bestimmenden kollektiven Vorstellungen nicht nur beschreiben, erklären und vorschreiben (oder untersagen), sondern darüber hinaus auch hochgradig emotional besetzt sein können. Die Fremdenfeindlichkeit derjenigen, die nie einem "Fremden" von Angesicht zu Angesicht begegnet sind, ist als Beispiel hierfür wohl zunächst ausreichend. Zweitens können psychische Erkrankungen wie Eßstörungen, aber auch Angstneurosen und Wahnvorstellungen gesellschaftliche und nicht rein individuelle bzw. familiäre Ursachen haben.<sup>15</sup> Anknüpfend an die vorstehende Diskussion über die menschliche Natur kann man diesbezüglich festhalten, daß der Mensch die biologisch bedingte "Fähigkeit" besitzt, psychisch zu erkranken; die meisten Menschen sind oder bleiben aber psychisch gesund (auch wenn mittlerweile die Depression zur "Volkskrankheit" geworden ist)<sup>16</sup> – selbst wenn sie unzufrieden oder unglücklich sein sollten.

<sup>14</sup> Interessanterweise hat der vehemente Religionskritiker Dawkins mit seinen sozialdarwinistischen Positionen selbst wiederum eine Art Ersatzreligion geschaffen.

<sup>15</sup> Die Beziehung zwischen gesellschaftlichen Verhältnissen und individuellen Dispositionen und psychischen "Störungen" wird von der Sozialpsychologie untersucht.

<sup>16</sup> Die Depression ist vielleicht das beste Beispiel für eine gesellschaftlich verursachte Erkrankung. »Depressive Störungen gehören zu den häufigsten und hinsichtlich ihrer Schwere am meisten unterschätzten Erkrankungen. Schätzungen zufolge leiden weltweit inzwischen circa 350 Millionen Menschen unter einer Depression. Bis zum Jahr 2020 werden Depressionen oder affektive Störungen laut Weltgesundheitsorganisation weltweit die zweithäufigste Volkskrankheit sein« [https://www.bundesgesundheitsministerium.de/themen/ praevention/gesundheitsgefahren/depression.html](https://www.bundesgesundheitsministerium.de/themen/praevention/gesundheitsgefahren/depression.html).

"Der Mensch" ist von Natur aus also weder "gut" noch "böse", habgierig oder zufrieden, egoistisch oder großzügig – er ist lediglich dazu "befähigt". Was aus ihm wird, Teufel in Menschengestalt oder Heiliger, hängt von den Lebensumständen ab, d.h. den gesellschaftlichen und familiären Verhältnissen. Wenn wir die Dispositionen (Neigungen und Vorlieben) und das Verhalten von Menschen jenseits elementarer psychologischer Sachverhalte wie Zuneigung, Trauer und Furcht untersuchen wollen, so muß die Erklärung dies in Rechnung stellen. Pseudoreligiöse oder philosophische Spekulationen über das "Wesen des Menschen" mögen zwar einfache Erklärungen liefern, welche Vorurteile bestätigen, sind aber letztlich unwissenschaftlich.

Auf unser Konsumverhalten bezogen heißt dies: was wir wollen, wünschen oder eben erstreben, erscheint uns deshalb als erstrebenswert, weil es einen gesellschaftlichen bzw. kulturellen Wert hat. Ein großer Teil unseres Verlangens nach Dingen, hat dergestalt einen gesellschaftlichen Ursprung, unsere natürlichen Bedürfnisse sind hingegen begrenzt. Die Diskussion dieses Sachverhalts ist Gegenstand des folgenden Abschnitts.

### Barfuß im Schnee? Mangel und Fülle

Ebenso wenig, wie der Mensch von Natur aus gewalttätig ist, ist er unersättlich. Ein Blick auf die sog. "primitiven"<sup>17</sup> Stammesgesellschaften offenbart diesbezüglich ein ausgesprochen aufschlußreiches Paradox: Aus der Perspektive der westlichen Zivilisation mögen diese Kulturen zwar von einer ausgesprochenen materiellen "Armut" gekennzeichnet sein (einem tiefgreifenden Mangel an allem, was uns das Leben vermeintlich lebenswert macht) und als "nackte Wilde" erscheinen – diese Menschen selbst haben jedoch das Gefühl, ein erfülltes Leben zu führen. Der französische Sozialanthropologe Claude Lévi-Strauss hebt diesbezüglich hervor, daß »Gesellschaften mit einem sehr niedrigen ökonomischen Niveau oft ein Gefühl des Wohlbefindens und der Fülle empfinden und daß jede von ihnen meint, ihren Mitgliedern das Leben bieten zu können, das einzig sich lohnt, gelebt zu werden« (1961: 361f.). Diese Menschen sind zufrieden mit dem, was sie haben, und träumen nicht davon, im Lotto zu gewinnen. In unserer Gesellschaft hingegen sind viele auch auf einem ausgesprochen hohen materiellen Niveau ausgesprochen unzufrieden bzw. "unerfüllt". Und während wir (zumindest in der Summe) rastlos bemüht sind, neue Dinge zu erfinden und unseren Reichtum zu mehren, handelt es sich bei etlichen der ethnographisch dokumentierten "primitiven" Kulturen um ausgesprochene "Freizeitgesellschaften" – die Irokesen zum Beispiel widmeten einen großen Teil ihrer Zeit dem Lacrosse (einem von ihnen entwickelten Ballspiel), während sie aus unserer Perspektive angesichts der kalten Winter im nordöstlichen Nordamerika besser die Fußbodenheizung erfunden hätten (aber vielleicht ersetzt ja die Schwitzhütte sowohl Dusche als auch Heizung auf akzeptable Weise). Am besten wurde diese Einstellung zum Leben wohl von jenem afrikanischen Buschmann auf den Punkt gebracht, der einem Ethnologen auf die Frage, warum sie keine Landwirtschaft betrieben, antwortete: »Warum sollten wir pflanzen, wenn es auf der Welt so viele *mongomongo*-Nüsse gibt?« (nach Sahlins 1972: 27).

Ein solcher Blick auf das Leben und die Natur<sup>18</sup> steht in diametralem Widerspruch zum *mainstream* der modernen ökonomischen Theorie, die von einer fundamentalen Nichtübereinstimmung menschlicher Bedürfnisse und der Mittel zu ihrer Befriedigung ausgeht – einer Variante des "Böser-Wolf" Paradigmas, die anstelle der angeblich angeborenen Neigung des Menschen zur Gewalt ein ewig unstillbares Verlangen nach materiellen Gütern unterstellt. Marshall Sahlins zitiert diesbezüglich die von Lionel Robbins (einem einflußreichen britischen Ökonomen des 20. Jahrhundert) gelieferte Gegenstandsbestimmung der Volkswirtschaftslehre: »Wir wurden aus dem Paradies verstoßen. Wir sind weder unsterblich noch verfügen wir über unendliche Mittel zur Bedürfnisbefriedigung. Wohin wir uns auch wenden, wenn wir ein Ding wählen, müssen wir auf andere verzichten, auf die wir, unter anderen Umständen, wünschen nicht verzichten zu haben. Unzureichende Mittel um Ziele wechselnder Bedeutung zu erreichen ist eine fast allgegenwärtige Bedingung menschlichen Verhaltens. Hier liegt die Einheit des Gegen-

<sup>17</sup> "Primitiv" meint zunächst "einfach" oder "ursprünglich" und ist kein per se abwertender Begriff, Émile Durkheim (1902: 156) verwendete meines Wissens als erster den Begriff "*sociétés primitives*".

<sup>18</sup> Es existieren allerdings auch Gegenbeispiele: So durchquerten die Stämme der Tupi-Guarani in den Jahrhunderten vor der spanischen Eroberung den südamerikanischen Kontinent auf der Suche nach *ywy mara ey*, dem Land ohne Übel. Unter der Führung inspirierter Schamanen setzten sie sich in Bewegung und versuchten, fastend und tanzend zu den reichen Wohnungen der Götter zu gelangen, die im Osten lagen; das von ihren Mythen versprochene Jenseits, ein Paradies auf Erden, in welchem sie von ihrer Unvollkommenheit erlöst würden (vgl. Clastres 1974: 153ff.). Es ist allerdings nicht auszuschließen, daß die Indianer ihre Vorstellungen vom irdischen Paradies erst nach der *Conquista* entwickelten bzw. übernahmen.

stands der Ökonomischen Wissenschaft: die Formen, die menschliches Verhalten bei der Disposition knapper Mittel annimmt« (nach Sahlins 1996: 397). Man fühlt sich unwillkürlich an das Märchen vom "Fischer und seiner Frau" erinnert: erst will der Mensch essen; ist er satt, fehlt ihm ein Dach über dem Kopf und er baut sich ein Haus. Friert er in diesem Haus, macht er Feuer. Dann stellt er fest, daß es ihm an Kleidung mangelt, und er näht sich Hemd und Hose. Fehlen noch Schuhe, um im Schnee keine kalten Füße zu bekommen... An dieser Stelle könnte er innehalten, eine Flöte schnitzen oder Felswände bemalen. Als er aber sein Haus betrachtet, ist es ihm zu schäbig, also baut er ein größeres, schöneres. Kaum ist das neue Haus fertig, fällt ihm auf, wie unansehnlich seine Kleidung ist... und so weiter und so fort. Zufrieden mit dem was er hat wird er nie sein.

Eine solche Erzählung mag zwar die Befindlichkeit vieler Menschen im 21. Jahrhundert treffend beschreiben, Aufgabe der Wissenschaft ist aber, diese Disposition zu analysieren und nach den Ursachen der Unzufriedenheit zu fragen, anstelle diese zum Bestandteil der menschlichen Natur zu erklären (der quasi-religiöse Charakter von Robins' Programmatik wird schon mit dem Bezug auf die "Vertreibung aus dem Paradies" im ersten Satz deutlich). Aus Perspektive der obskuren "philosophischen Anthropologie" (eine rein spekulative Pseudowissenschaft, nicht zu verwechseln mit der empirisch fundierten Sozial- bzw. Kulturanthropologie) erscheint der Mensch konsequenterweise als "Mängelwesen", er ist "sinnesarm, waffenlos und nackt" (vgl. Söder-Mahlmann 1991: 15f.). Selbstverständlich trifft diese Aufzählung zu, aber welchen Sinn macht sie? Wölfe können besser riechen als wir, und Adler haben bessere Augen; wir verfügen bei der Geburt über keine Waffen – aber wir stellen sie später im Unterschied zu allen anderen Tieren her, mit für diese tödlichen Konsequenzen. Außerdem haben wir kein Fell, dieser Umstand befähigt uns allerdings, zu schwitzen und damit unsere Körpertemperatur zu regulieren – Menschen sind von Natur aus auch bei hohen Temperaturen ausgezeichnete Langstreckenläufer, ein Vorteil zum Beispiel bei der Gazellen-Jagd.

Die Einschätzung der menschlichen Natur als ebenso "mangelhaft" wie die umgebende Natur (bei der es sich zumeist nicht um einen Garten Eden handelt, nur wenigen ist vergönnt, im Land der *mongomongo*-Nüsse zu leben) ist also vollkommen unsinnig (man könnte in diesem Zusammenhang auch hervorheben, daß Menschen nicht fliegen und nicht unter Wasser atmen können), aber durchaus aufschlußreich. Handelt es sich doch um eine spezifische Voreingenommenheit der westlichen Zivilisation – einer Kultur der in historischen Maßstäben einzigartigen materiellen Fülle, die sich dennoch als vom Mangel getrieben definiert. Um erneut Marshall Sahlins zu zitieren: »Soweit ich weiß, sind wir die einzigen, die sich für die Nachkommen von Wilden halten. Alle anderen Menschen glauben, daß sie von Göttern abstammen« (1976: 82). Diese Zuspitzung trifft den entscheidenden Punkt recht gut. Man sollte die Kontrastierung von "primitiver" und moderner Gesellschaft allerdings nicht überstrapazieren. Einerseits sind nicht alle Stammeskulturen ein Hort der Fülle und Zufriedenheit, andererseits wird das Leben in unserer Gesellschaft sehr unterschiedlich erfahren, unabhängig vom ökonomischen Niveau. Auch in der Industriegesellschaft können Menschen glücklich und zufrieden leben – während andere, die über viel mehr materiellen Besitz verfügen, unzufrieden bleiben und rastlos bemüht sind, ihren Reichtum weiter zu mehren. Bevor wir uns der Frage zuwenden können, welche gesellschaftlichen Faktoren dafür verantwortlich sind, daß Menschen mit ihrem Leben zufrieden sind, oder im Gegenteil permanent unzufrieden und "unerfüllt" gilt es allerdings zunächst, die einzelnen Facetten unseres Konsumverhaltens detailliert aufzuschlüsseln, um allzu pauschale Urteile oder Zuschreibungen zu vermeiden. Der

Rückbezug auf die von Sahlins postulierte "ursprüngliche Überflußgesellschaft" liefert uns nichtsdestotrotz einen ersten Hinweis, wie die Frage beantwortet werden könnte, warum die Menschen in den modernen Industriegesellschaften scheinbar unersättlich sind. Denn im Unterschied zu den Stammeskulturen, auf die Sahlins sich bezieht, ist unsere Gesellschaft durch tiefgreifende Statusunterschiede gekennzeichnet.

Derartige Statusunterschiede existieren in den meisten Stammesgesellschaften nicht, sie sind vielmehr von einer Ethik der Gleichheit und Gegenseitigkeit durchdrungen, welche daraus resultiert, daß ihre Sozialordnung in verwandtschaftlichen Beziehungen gründet.<sup>19</sup> Ich will die Konsequenzen der Vergesellschaftung mittels Verwandtschaft kurz skizzieren: Die ethnographische Feldforschung hat eine Vielzahl von Gesellschaften dokumentiert, die in Abstammungsgruppen gegliedert sind, deren Mitglieder ihre Ahnenreihe jeweils auf einen mythischen Kulturheroen zurückführen. Für sämtliche Mitglieder solcher "Clans" gilt das Inzestverbot, d.h. Ehen innerhalb der Abstammungsgruppe sind untersagt, die jungen Frauen und Männer müssen ihre Heiratspartner außerhalb der eigenen Gruppe suchen (wobei zumeist zusätzlich vorgeschrieben ist, in welchen Clan sie einheiraten). Die Distanz zur "Verwandtschaft" im rein biologischen Sinn wird wohl am besten dadurch verdeutlicht, daß in der Regel die Zugehörigkeit zur jeweiligen Abstammungsgruppe nur über die mütterliche oder väterliche Linie (d.h. matrilinear oder patrilinear) definiert wird, in vielen Gesellschaften sind die Kinder nur mit der Mutter verwandt, aber nicht mit dem Vater (dessen Rolle bei der Zeugung bisweilen gezeugnet wird). Diese Regelung führt dazu, daß die gesamte Gesellschaft durch ein Netz verwandtschaftlicher Bande durchdrungen ist, die in der Regel noch durch wechselseitige ökonomische Verpflichtungen verstärkt und bekräftigt werden. In diesen segmentären Gesellschaften<sup>20</sup> sind im Idealfall weder soziale Hierarchien (z.B. in Gestalt eines erblichen Häuptlingstums) noch Formen von Spezialisierung (in Gestalt z.B. einer gesellschaftlichen Arbeitsteilung zwischen den Clans) vorhanden, die ökonomischen Beziehungen folgen sämtlich den Normen des Geschenkaustauschs, welche auch bei uns noch für Verwandte und Freunde gelten ("Geld zerstört die Freundschaft", Freunden hilft man).<sup>21</sup> Da ich die ökonomischen Beziehungen in den "primitiven" Gesellschaften bereits mehrfach ausführlich dargestellt habe (z.B. in Söder-Mahlmann 2019) verzichte ich an dieser Stelle auf eine ausführlichere Erläuterung, der Unterschied zu unserer Gesellschaft sollte hinreichend deutlich geworden sein. – Das Vielleicht wichtigste Resultat dieser Sozialorganisation ist, daß keine Armut existiert, wenn der Stamm hungert,

---

<sup>19</sup> Der Unterschied zwischen Verwandtschaft in biologischer und sozialer Hinsicht ist vielleicht am besten geeignet, den Unterschied zwischen "Natur" und "Kultur" zu verdeutlichen. Die Verwandtschaftsbezeichnungen in unserer Gesellschaft gründen zwar einerseits in biologischer Abstammung (Mutter, Vater, Großmutter, Großvater, Onkel, Tante), neben diese Beziehungen treten aber solche, die durch die Eheschließung begründet werden, d.h. schwagerschaftliche Beziehungen. Da in Affenhorden keine Ehen geschlossen werden, existieren solche Beziehungen dort wie gesagt nicht. Für Claude Lévi-Strauss stellte deshalb das allen menschlichen Gesellschaften gemeinsame Inzesttabu diejenige Institution dar, die den Übergang von "Natur" zu "Kultur" markiert. Tatsächlich erzwingt das Verbot, die eigenen Brüder oder Schwestern zu ehelichen in Verbindung mit dem Gebot, eine Person außerhalb der eigenen Verwandtschaftsgruppe zu heiraten (Exogamie), daß sich Familien zu Gesellschaften zusammenschließen – Gesellschaften, in denen klar definierte verwandtschaftliche Beziehungen zwischen den Menschen bestehen. (Eine ausführlichere Darstellung dieses Sachverhalts findet sich in Söder-Mahlmann 2009.)

<sup>20</sup> Der Begriff "segmentär" bezeichnet die Abwesenheit von Hierarchien und arbeitsteiliger Spezialisierung.

<sup>21</sup> Auch in der westlichen (europäischen) Gesellschaft existierten seit jeher soziale Mechanismen der Umverteilung und Armenfürsorge. Einerseits ist das Christentum im Ursprung eine Religion der Armut, welche die Maxime der Nächstenliebe (verkörpert z.B. durch Sankt Martin) predigt. Allerdings wurde, anders als in den egalitären Stammeskulturen, die Frage, ob der Staat zur Armutsunterstützung verpflichtet ist, in Europa seit dem 16. Jahrhundert Gegenstand des öffentlichen Diskurses und Bedürftige häufig als Schmarotzer stigmatisiert, die das Gemeinwesen nicht finanziell unterstützen sollte.

hungern alle. Um nochmals den bereits bemühten Marshall Sahlins zu zitieren: »Die "primitivsten" Völker der Welt haben wenig materiellen Besitz, aber sie sind nicht arm« (Sahlins 1972: 37). Armut ist vor allem eine soziale und relationale Kategorie, Ausdruck sozialer Ungleichheit. Sind die elementaren Grundbedürfnisse befriedigt, leben die Menschen in den sog. "primitiven" Gesellschaften mithin ein Leben der Fülle, während es vielen Menschen in den westlichen Überflußgesellschaften stets an etwas mangelt. Fragt sich, warum?

Bevor ich mich im folgenden Abschnitt mit dieser Frage befasse, muß ich aber zunächst noch auf die menschlichen Grundbedürfnisse eingehen, d.h. auf jenen Bereich des Konsums, der *nicht* Gegenstand der Soziologie ist. Die Feststellung, daß der Mensch notwendig ein gesellschaftliches Wesen ist, impliziert selbstverständlich keineswegs, daß es keine biologische Natur des Menschen gibt. Wie alle anderen höheren Säugetiere haben wir eine ganze Reihe angeborener Bedürfnisse – die aber nicht Gegenstand der soziologischen Analyse sind bzw. sein können. Alle Menschen benötigen Nahrung, Gesundheit, Schutz vor Hitze und Kälte, Sicherheit vor dem Angriff von Raubtieren, sie streben zudem danach, sich fortzupflanzen (oder zumindest nach sexueller Befriedigung). So banal diese Feststellung erscheint, so schwierig ist im Zweifelsfall zu unterscheiden, wo die Grenze zwischen natürlichen bzw. gesellschaftlich erzeugten Bedürfnissen zu ziehen ist.

Wenn wir unsere Lebensweise kritisch reflektieren, kann es jedenfalls nicht darum gehen, sämtliche technischen und zivilisatorischen Errungenschaften der Menschheitsgeschichte pauschal abzulehnen. Wir können nicht allein von Glaube, Liebe und Hoffnung leben. Ohne substantielle Fortschritte bei der Jagd und der Herstellung von Kleidung wären z.B. unsere Vorfahren nicht in der Lage gewesen, das eiszeitliche Europa zu besiedeln. In seiner afrikanischen Heimat benötigte der anatomisch moderne Mensch (*Homo sapiens*) keine aufwendig hergestellte Bekleidung, als er sich aber über die Welt ausbreitete und in immer unwirtlichere Regionen vorstieß, wurde die Nähnadel zur entscheidenden Basisinnovation. Was *Homo sapiens* vom Neandertaler unterschied (und ihn befähigte, letzteren zu verdrängen) war neben innovativen Jagdtechniken vor allem genähte Kleidung aus gegerbtem Leder (der Neandertaler mußte sich damit begnügen, Felle überzuwerfen, da er die Nähnadel nicht kannte). Technologischer Fortschritt ist mithin so alt wie die Menschheit, und wir sollten der Einfachheit halber davon ausgehen, daß niemand, der oder die jemals einen Schuh trug, ohne Not barfuß durch den Schnee läuft (wenn wir "Zivilisationsmüdigkeit" als mögliches Motiv außer Acht lassen).

Einerseits existiert dergestalt sicherlich eine ganze Reihe von technischen Hilfsmitteln, welche einen objektiven Fortschritt darstellen (vom Streichholz über das WC und den Gasherdd bis zur elektrischen Beleuchtung), und die wir lediglich hinsichtlich ihrer technischen Effizienz hinterfragen müssen (angesichts des die Ressourcen unseren Planeten übersteigenden globalen Energiehungers), andererseits dürfte bei jedem einzelnen Gegenstand die Grenze zwischen "Grundbedürfnissen" und solchen, die einen gesellschaftlichen Bezug haben, fließend sein. Die Auffassung davon, was "lebensnotwendig" ist hat sich historisch im Zuge des technischen Fortschritts gewandelt, deshalb ist es schwierig, "Grundbedürfnisse" allgemeinverbindlich zu definieren – Weder Heizung noch Dusche sind naturnotwendig, aber beide bedeuten einen enormen Zugewinn an Lebensqualität, auf den die meisten von uns wohl kaum verzichten wollen.

Wie schwierig eine klare Grenzziehung zwischen menschlichen Grundbedürfnissen und "Luxus" ist, illustriert vielleicht am besten der Bereich der Ernährung. Abgesehen davon, daß historisch (zumindest seit Beginn der Sesshaftigkeit in der Jungsteinzeit) die größte Sorge der allermeisten Menschen war, überhaupt ausreichend zu Essen zu haben (für viele gilt das nach wie vor), bestand ihre Nahrung in der Regel primär aus einem einzigen Grundnahrungsmittel (Weizen, Hirse, Mais, Reis oder Kartoffeln) welches dann je nach Verfügbarkeit mit Gemüse, Fisch oder Fleisch ergänzt wurde. Im Grund genommen aßen die "einfachen Leute" jeden Tag das gleiche Gericht, welches nur geringfügig variiert wurde (in vielen Weltgegenden gilt das noch heute).<sup>22</sup>

Derartige kulinarische Praktiken stehen in deutlichem Kontrast zu der reichhaltigen und abwechslungsreichen Nahrung, die Menschen in den westlichen Industrienationen zu sich nehmen. Selbst in "einfachen", d.h. materiell nicht üppig ausgestatteten Haushalten, dürften sich nicht nur die in den Familien aufgetischten Hauptgerichte von Tag zu Tag deutlich unterscheiden, das Frühstück hat zudem in der Regel wenig mit dem Mittagessen gemein, welches sich wiederum deutlich vom Abendessen unterscheidet: Ich esse z.B. am Morgen Croissants oder Brötchen mit Marmelade oder Honig, mittags einen Salat mit Tomaten und Mozzarella, und abends schließlich ein Fischcurry. Am folgenden Tag stehen dann Bratkartoffeln auf dem Speiseplan, übermorgen Pasta mit Blauschimmelkäse, und am Tag darauf vielleicht ein Fleischgericht oder ein Gemüseauflauf. Wenn es nur darum geht, sich ausreichend zu ernähren (d.h. dem Körper die benötigten Nährstoffe, Mineralien und Vitamine) zuzuführen, ist diese vielfältige Ernährung unnötig; aber abgesehen von der kulturellen und gesellschaftlichen Dimension (ich komme in den folgenden Abschnitten darauf zurück) ist "gutes" (abwechslungsreiches) Essen ein Stück Lebensqualität, auf das die meisten Menschen hierzulande nicht mehr verzichten wollen.

"Gutes Essen" ist allerdings keinesfalls notwendig gesund, und auch in ökologischer und sozialer Hinsicht nicht unbedenklich. Die Problematik wird wohl am besten anhand des exzessiven Zuckerkonsums in vielen Industrienationen verdeutlicht. Für die allermeisten arbeitenden Menschen des Mittelalters war Zucker ein fast unerreichbarer Luxus, die aus Zuckerrohr gewonnenen weißen Kristalle (ursprünglich war Zucker allerdings braun, diese unraffinierte Variante ist heute noch bzw. wieder z.B. in Bioläden erhältlich) zu konsumieren war Privileg der Reichen und Mächtigen, d.h. vor allem des Adels. Im Zuge der kolonialen Expansion Westeuropas wurde dann aber auf von aus Afrika verschleppten Sklaven bearbeiteten Plantagen insbesondere in der Karibik und Südamerika Zucker in immer größeren Mengen erzeugt, und schließlich auch für "einfache" Leute erschwinglich – in der Folge entwickelten die Europäerinnen und Europäer den "süßen Zahn", eine durchaus problematische (nicht nur aufgrund der Bedingungen, unter denen er hergestellt wurde) Vorliebe für Zucker.<sup>23</sup>

Zugespitzt formuliert ist Zucker objektiv betrachtet ein überflüssiger Luxus (und ein übermäßiger Konsum von Saccharose zudem hochgradig gesundheitsschädlich), subjektiv betrachtet ist er für viele Menschen Quelle des Wohlbefindens, gerade auch in der Kombination mit Kakao, d.h. als Schokolade. Umgekehrt bedeutete für viele von uns ein Verzicht auf Zucker bzw. gesüßte Lebensmittel eine deutliche Einschränkung

---

<sup>22</sup>Vgl. hierzu die knappen aber sehr instruktiven Ausführungen im ersten Kapitel von Sidney W. Mintz "Die süße Macht" (1985, insbes. S.8ff). Einen gut lesbaren Überblick über den historischen Wandel der Ernährungsgewohnheiten liefert zudem Gunter Hirschfelder (2001).

<sup>23</sup>Die m.E. beste Darstellung der Geschichte von Zuckerproduktion und -Konsumption liefert Mintz in seinem gerade erwähnten Buch.

der Lebensqualität. Wir befinden uns hier mithin in einer Art Grauzone, denn einerseits ist das Verlangen nach Süße (zumindest in dem Ausmaß, welches es bei uns angenommen hat) nicht naturgegeben sondern (im weitesten Sinn) gesellschaftlich hervorgebracht, andererseits ist dieser gesellschaftliche Ursprung des individuellen Verlangens nach Süßem aber nur recht schwer zurückzuerfolgen – im Minimum allein schon deshalb, weil Zucker heute (anders als im Mittelalter oder im 16. und 17. Jahrhundert) kein Statussymbol mehr ist.

Jenseits der "erworbenen Vorliebe" ("acquired taste") für Zucker ist tatsächlich dessen ehemalige Funktion als Statussymbol von besonderer soziologischer Relevanz. Die Unterscheidung zwischen Grundbedürfnissen (respektive einem nachhaltigen Zugewinn an Lebensqualität) und einem gesellschaftlich erzeugten und wiederum allein auf die Gesellschaft bezogenen Verlangen nach Dingen ist zwar wie gerade gesehen nicht immer einfach; bei Statussymbolen ist die Einordnung aber leicht vorzunehmen, denn wie Begriff besagt, diesen diese dazu, eine gesellschaftliche Position, den Status einer Person, anzuzeigen. Der Schuh als solcher (um nochmals auf den Titel dieses Abschnitts zurückzukommen) ist also aus soziologischer Perspektive an sich zunächst uninteressant; er wird erst dann zu einem Gegenstand der soziologischen Analyse, wenn er beginnt, modisches Accessoire zu sein – und nicht mehr nur notwendiger Gebrauchsgegenstand ist, sondern Statussymbol.

### Der soziale Abstieg des Eichhörnchens – Imitativer Konsum

Die große Pestepidemie, die um 1350 in Europa wütete, war eine der schlimmsten Katastrophen der Menschheitsgeschichte. In einigen Regionen ging mehr als die Hälfte der Bevölkerung am "schwarzen Tod" zugrunde, weshalb in den Jahrzehnten nach der Epidemie Arbeitskräfte knapp waren, was zu einem deutlichen Anstieg der Löhne führte. Das wiederum ermöglichte Teilen der arbeitenden Bevölkerung, Dinge zu kaufen und zur Schau zu stellen, die vormals den adligen "Eliten" vorbehalten gewesen waren. Ein Mönch aus Leicester beschrieb diese Entwicklung folgendermaßen: »Die geringeren Menschen waren in diesen Tagen derart ausstaffiert ..., daß man sie anhand des Prunks ihrer Kleidung und ihres Schmucks kaum unterscheiden konnte: weder einen niederen von einem großen Mann, noch einen Bedürftigen von einem Reichen, noch einen Diener von seinem Herren« (zit. nach Hatcher 1998: 79). Frauen von Handwerkern und Kaufleuten beispielsweise begannen, ihre Kleider mit Eichhörnchenfellen zu säumen, bis dahin ein Privileg der Personen "von Stand". Die Herrschenden reagierten auf diese Entwicklung zunächst mit einer Reihe von Lohn- und Konsumbeschränkungen; in England z.B. wurde 1363 ein Gesetz erlassen, welches es Landarbeitern verbot, Kleidung aus Stoffen zu tragen, deren Preis eine festgesetzte Obergrenze überschritt, weil das Parlament der Ansicht war, daß die gesamte soziale Hierarchie bedroht sei, wenn die sichtbaren Zeichen gesellschaftlicher Stellung ihre Bedeutung verlören (vgl. Dyer 2003: 283f.). Derartige Gesetze wurden aber von den "einfachen Leuten" zumeist ignoriert, und letztlich vermochten die Adligen den sichtbaren Abstand zu den "Gemeinen" nur durch die Verwendung von Marderfellen wiederherzustellen – einem selteneren Tier mit konsequenterweise deutlich teurerem Fell.

Dieses zeitlich weit entfernte, und dennoch wahrscheinlich hinsichtlich des Mechanismus durchaus vertraute Beispiel verdeutlicht exemplarisch einen Sachverhalt, der als "imitativer Konsum" bezeichnet wird – die Nachahmung oder "Emulation" des Konsumverhaltens (respektive des Erscheinungsbilds) höherstehender Gesellschaftsschichten. Das Eichhörnchen-Marder Beispiel verdeutlicht die Konsequenzen des nachahmenden Verhaltens tatsächlich exemplarisch: Als "bürgerliche" Frauen ihre Mäntel mit Eichhörnchenfellen säumten, **entwerteten** sie ein Zeichen herausgehobener sozialer Stellung (und politischer Dominanz) des Adels, dessen Privileg das Tragen entsprechend verzierter Kleidung vorher war. Der Adel mußte zum selteneren und teureren Marderfell wechseln, um den **sozialen Abstand** weiterhin **sichtbar** zu machen.<sup>24</sup> Zudem wird deutlich, wie eng damals Macht, Reichtum und "Kultur" miteinander verbunden waren: Der Adel verfügt nicht nur über die materiellen Mittel, sondern auch über die **Definitionsmacht**, um die soziale Hierarchie auch auf der symbolischen Ebene der "Dinge" erneut zum Ausdruck zu bringen und neue Standards hinsichtlich der **Statussymbole** zu setzen. (Damit sich eine derartige Dynamik entwickeln kann, müssen allerdings drei Bedingungen erfüllt sein: die Existenz erstens einer Klassengesellschaft in der zweitens die Statusunterschiede klar sichtbar sind, und drittens wachsender materieller Wohlstand bzw. höheres Einkommen der unteren sozialen Schichten.) Die Einsicht, daß Statussymbole einen sozialen "Wert" haben, eine Bedeutung welche

<sup>24</sup> Für die wohlhabenden Handwerker und Kaufleute behielt das Eichhörnchen allerdings seinen Wert bezüglich der Abgrenzung nach unten, d.h. gegen weniger begüterte Menschen, die sich keinen entsprechenden Zierrat leisten konnten. Als subversive Geste ist eine derartige Aneignung von Statussymbolen also zumindest zwiespältig.

nicht auf ihren Nutzen (und auch nicht allein auf ihre Herstellungskosten) reduziert werden kann, ist für das Verständnis der expansiven Dynamik der modernen Konsumgesellschaft von zentraler Bedeutung. Diese Objekte sind Teil einer **Semantik des Sozialen**, und die Gesellschaft ist diesbezüglich eine Bühne, auf der die Menschen Rollen spielen: **Wir stellen mittels materieller Objekte (bzw. unseres Geschmacks) dar, wer wir sind oder wer wir zu sein beanspruchen bzw. sein wollen.** Mit anderen Worten: Statussymbole bringen gesellschaftliche Unterschiede zum Ausdruck, sind Mittel der **sozialen Distinktion**.

Um näher zu illustrieren, worin die soziale Funktion der Statussymbole besteht, bzw. worauf diese verweisen, will ich im Folgenden kurz die gesellschaftliche und kulturelle Hierarchie im deutschen Kaiserreich und der Weimarer Republik grob skizzieren (diese Epoche dürfte den Leserinnen und Lesern im reinen Wortsinn näher sein als das Mittelalter). Die deutsche Gesellschaft ähnelte, obwohl es sich bereits um eine Industriegesellschaft handelte, um ca. 1914 dennoch in vielen Aspekten der Gesellschaft des Mittelalters. Dies betrifft vor allem die klare Abgrenzung der einzelnen Schichten bzw. "Klassen" und den nach wie vor untrennbaren **Zusammenhang zwischen Geld (Kapital), politischer Macht und "Kultur"**.

An der Spitze der sozialen Hierarchie standen Industrielle und Bankiers (d.h. "Kapitalisten"), die gemeinsam mit dem sog. "Bildungsbürgertum" (Juristen, Mediziner, Professoren und Gymnasiallehrer) als sog. "Oberschicht" die kulturellen Standards definierten. Beiden Schichten gemeinsam war die "humanistische Bildung", welche sie auf dem Gymnasium (der "Oberschule") erfahren hatten. Sie kannten sich nicht nur mit den Klassikern der deutschen Literatur aus (Goethe, Schiller, Kleist usw.), sie spielten Klavier und sprachen vor allem Latein. Dies war vielleicht für sich genommen das bedeutendste Distinktionsmerkmal, ein zu Geld gekommener "Emporkömmling" war als sog. "Neureicher" sofort daran zu erkennen, daß er des Lateinischen nicht mächtig war. Die höhere Schulbildung war damals weitgehend auf Kinder der Oberschicht beschränkt, noch 1952 besuchten in der Bundesrepublik lediglich 13 Prozent der Schülerinnen und Schüler der siebten Klasse ein Gymnasium, an den Universitäten studierten überwiegend junge Menschen mit entsprechendem familiären Hintergrund.<sup>25</sup> Die Oberschicht, welche sich selbst als Allianz von Geld und "Geist" verstand, definierte und dominierte sie folgerichtig die sog. "Hochkultur", die auch eine **Kultur der Repräsentation** war. Oper, Theater, Kunstgalerien und Museen wurden von den (mehr oder weniger) Reichen und Mächtigen nicht nur gefördert (ebenso wie diese auch als Mäzene einzelne Künstler protegierten), diese Einrichtungen waren auch Orte der Selbstinszenierung, in denen das "gemeine Volk" auf den "billigen Plätzen" nicht nur die Künstler, sondern auch die tragenden Säulen der Gesellschaft bestaunen konnte, die vermeintlich "etwas Besseres" waren als sie selbst (in jedem Fall aber über mehr Geld verfügten).

Unterhalb der Oberschicht war in der sozialen Hierarchie die sog. "Mittelschicht" angesiedelt. Zu diesen "Kleinbürgern" (man kann sie in Abgrenzung zu den Großbürgern, den "Bourgeois" durchaus pauschal so etikettieren) gehörten insbesondere jene Berufsgruppen, die bei der Arbeit einen "weißen Kragen" trugen, also Verwaltungsangestellte (z.B. Buchhalter oder Sachbearbeiter), mittlere Beamte, Verkäufer usw. Die Mittelschicht beinhaltete auch kleine Kaufleute, die ein eigenes Ladengeschäft betrieben ("Krämer") und selbständige Handwerksmeister wie Schneider und Schuhmacher –

---

<sup>25</sup> Unabhängig vom Schulabschluß war dies auch eine Frage des Geldes, ein Studium war damals kostspielig, und die staatliche Ausbildungsförderung (BAföG) lag noch in weiter Ferne.

wobei bei letzteren die Einordnung in diese Gruppe allerdings fragwürdig war, da sie einer manuellen Tätigkeit nachgingen. Die tatsächliche Ausdehnung der Mittelschicht ist schwer zu bestimmen, da die Zugehörigkeit zu dieser auch eine Frage des Selbstverständnisses war. Folgerichtig waren bestimmte äußere Attribute das verlässlichste Unterscheidungsmerkmal: neben dem gerade erwähnten weißen Kragen trugen Angehörige der Mittelschicht Krawatte, Hut und Mantel als äußere Zeichen ihrer sozialen Selbstverortung. Zumindest in bestimmten Regionen war auch wichtig Hochdeutsch zu sprechen und keinen Dialekt (insbesondere, wenn dieser Dialekt wie das Niederdeutsche grammatikalisch deutlich vom Hochdeutschen abwich), um sich nach unten hin abzugrenzen (und damit vielleicht auch vorhandene "Abstiegsängste" zu kompensieren).

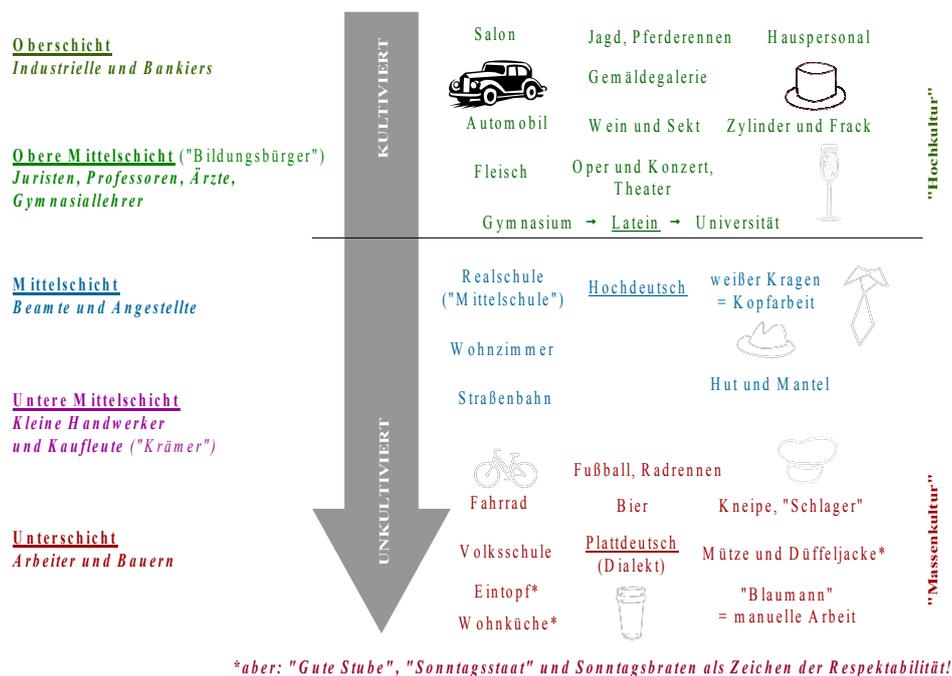


Abb. 3: Sozio-kulturelle Hierarchie um ca. 1914

Dieses gesellschaftliche "Unten" war die Arbeiterklasse, welche die große Masse der Menschen umfaßte, welche ihren Lebensunterhalt mit manueller Arbeit in abhängiger Beschäftigung (d.h. mit Lohnarbeit) verdienen mußte. Auch hier war die Schichtzugehörigkeit unmittelbar sichtbar: Im Unterschied zu Angehörigen der Mittelschicht trugen Arbeiter keine Hüte, sondern Mützen; unter den groben Duffeljacken verbargen sich keine Krawatten und weiße Kragen, sondern blaue Arbeitskleidung. Das Leben der Angehörigen der "Unterschicht" war durch lange Arbeitstage (um 1900 zehn Stunden an sechs Wochentagen) und niedrige Löhne geprägt, die Menschen bewohnten allzu oft enge und dunkle Wohnungen in tristen Mietskasernen mit nach heutigen Maßstäben völlig unzureichender sanitärer Ausstattung (Gemeinschaftstoiletten im Innenhof). Während die Obersicht in Villen oder zumindest geräumigen Wohnungen residierte und ihre Gäste im Salon bewirtete, verfügten die Arbeiter zumeist lediglich über "Wohnküchen", während die Kinder mit den Eltern das Schlafzimmer teilen mußten – eigene

Kinderzimmer waren zu dieser Zeit ein Luxus, der den Privilegierten vorbehalten blieb. Auch Teppiche, Vorhänge und Sofas waren längst nicht allen Menschen zugänglich.<sup>26</sup>

Die Einkommensunterschiede manifestierten sich schließlich auch in der Ernährung. Zu einer Zeit, in der ärmere Haushalte einen großen Teil ihres Einkommens für Lebensmittel aufwenden mußten, war Fleisch ebenso ein Luxusartikel, wie der "Wohlstandsbauch" ein Zeichen für die Zugehörigkeit zu einer besser gestellten sozialen Schicht. Täglicher Fleischkonsum dürfte vor dem Ersten Weltkrieg ebenso wie im Mittelalter den Reichen vorbehalten gewesen sein,<sup>27</sup> die "einfachen Leute" mußten sich zumindest unter der Woche mit Eintopf und Brot begnügen. Ebenso wie ihre Vorfahren zur Zeit der großen Pestepidemie tranken sie Bier, am anderen Ende der gesellschaftlichen Stufenleiter genoß man hingegen Wein und Sekt; während die "Bourgeois" in Restaurants speisten, wo sie von livrierten Kellnern bewirtet wurden, konzentrierte sich die Kultur der Arbeiterklasse auf die Kneipe mit ihren deutlich derberen Umgangsformen.<sup>28</sup> Und wenngleich mittlerweile auch die "einfachen Leute" lesen konnten, unterschied sich deren Lektüre doch deutlich von derjenigen der kultivierten Kreise; letztere lasen (vermeintlich) anspruchsvolle Romane, die von ihresgleichen verfaßt worden waren (und die "Klassiker" der Weltliteratur), letztere favorisierten Schundromane, "Gro-schenhefte", die speziell für ein wenig gebildetes Publikum mit Hang zur Sentimentalität verfaßt wurden.

| "unten"              | "oben"  |
|----------------------|---|
| arm                  | reich   |
| unkultiviert         | kultiviert  |
| grob, derb           | verfeinert, elegant   |
| hemmungslos          | zurückhaltend (zumindest nachau-<br>ßen hin: " <i>pas devant les enfants</i> ") <sup>29</sup> |
| ungebildet, ignorant | gebildet  |
| "ungewaschen"        | "gewaschen"   |

Tab. 1: Attribute der sozio-kulturellen Werteskala

Diese zugegebenermaßen sehr holzschnittartige Gegenüberstellung sollte ausreichen, den im Hinblick auf die hier gestellte Frage zentralen Sachverhalt zu verdeutlichen. Die schichtspezifischen Konsummuster sind keineswegs jeweils unterschiedlichen Vorlieben geschuldet, sie sind im Gegenteil **Resultat einer höchst ungleichen Einkommensverteilung** und zugleich **Ausdruck einer Wertehierarchie** (vgl. Tabelle 1).

Die ökonomische (und politische) Unterordnung von "Arbeit" unter "Kapital" (und manueller Arbeit unter "geistiger" Arbeit) ging mit einer kulturellen Abwertung der großen Masse der arbeitenden Menschen einher, welche die Klassengesellschaft wiederum legi-

<sup>26</sup> Die IKEA-Möbelhäuser sind dergestalt ein typisches Phänomen der in den Jahren nach dem Zweiten Weltkrieg entstehenden "Wohlstandsgesellschaft" – damit das Geschäftsmodell funktionieren konnte, mußten zunächst einmal genug Menschen über ein eigenes Auto verfügen.

<sup>27</sup> Ich konnte allerdings keine Daten finden, die dies belegen.

<sup>28</sup> Diesbezüglich irritiert allerdings der Typus des saufenden Burschenschaftlers, welcher damals die Universitäten bevölkerte. Vielleicht brachte deren demonstrative Vulgarität aber lediglich zum Ausdruck, daß sie sich das erlauben konnten (weil sie sich als "etwas besseres" erachteten).

<sup>29</sup> Wörtlich übersetzt: "Nicht vor den Kindern", gemeint ist aber, sich in Anwesenheit anderer nicht "gehen zu lassen". Anders formuliert: Wer Wasser predigt, sollte den Wein im Verborgenen trinken.

timieren sollte. Im Unterschied zu dem, was das Sprichwort sagt, "adelt" körperliche Arbeit gerade nicht, sondern war und ist stigmatisiert, mit Schmutz und körperlichen Ausdünstungen assoziiert. In Bezug auf das beständig ansteigende Konsumniveau und die daraus resultierenden Umweltprobleme heißt das: **In einer von sozialer Ungleichheit geprägten Repräsentationskultur, in welcher der soziale Status einer Person durch bestimmte äußerlich sichtbare Attribute (Statussymbole) dargestellt wird, ist es möglicherweise unvermeidlich, daß ein Anstieg des verfügbaren Einkommens zur Aneignung von Statussymbolen durch Menschen führt, die sich diese zuvor nicht leisten konnten – weil sie glauben, auf diese Weise soziale Anerkennung zu erlangen.** Sozialer Aufstieg erschien dergestalt folgerichtig als kultureller Aufstieg – in England wurde die Arbeiterklasse noch in den 1960er Jahren als "*the great unwashed*" bezeichnet,<sup>30</sup> was den Sachverhalt vielleicht am besten verdeutlicht – der Schmutz auf der Arbeitskleidung disqualifizierte den Menschen, der sie trug.<sup>31</sup>

Der sog. imitative Konsum bedarf allerdings wie bereits erwähnt einer dynamisch wachsenden Ökonomie. Neil McKendick formulierte diesbezüglich in den frühen 1980er Jahren die These, die Industrielle Revolution im späten 18. Jahrhundert sei gleichzeitig eine Konsumrevolution gewesen, weil hier historisch zum ersten Mal die Neigung der Menschen, das Konsumverhalten übergeordneter Gesellschaftsschichten zu "emulieren", ökonomisch signifikant wurde (1982: 20ff.). Tatsächlich bedarf es entweder massiv gestiegener Löhne oder deutlich sinkender Preise, um diesen Mechanismus in Gang zu setzen. In den Jahren nach der großen Pestepidemie waren die Löhne in Nordwesteuropa zwar gestiegen, und blieben auch in den folgenden Jahrhunderten im Vergleich zum Rest der Welt vergleichsweise hoch, weil die Geburtenraten niedrig waren. Das wirtschaftliche Wachstum war aber nicht derart hoch, daß im Zuge von permanenten Lohnerhöhungen oder Preissenkungen (als Folge des Anwachsens der Produktivität) ständig zuvor nur "besseren" Kreisen vorbehaltene Güter den Massen zugänglich wurden. Das änderte sich tatsächlich ab dem 18. Jahrhundert im Zuge der um sich greifenden Industrialisierung (die zur Folge hatte, daß kostengünstiger produziert wurde) und der beständigen Ausweitung des globalen Handels (welche vormalige Luxusgüter wie Kaffee, Kakao, Tabak, Tee, Porzellan und Baumwollstoffe zu Artikeln des "täglichen Bedarfs" für eine zunehmende Zahl von Menschen machte). Die politische Emanzipation der arbeitenden Männer und Frauen ging dann sukzessive einher mit der verstärkten Teilhabe am gesellschaftlichen Reichtum (wenngleich Frauenwahlrecht und massenhafter Wohlstand vor dem 20. Jahrhundert nicht auf der gesellschaftlichen Agenda standen); die Belege für die "Aneignung" vormals exklusiver Güter lassen sich denn auch bereits für die Epoche der beginnenden Industrialisierung zahlreich finden. So war z.B. Henry Fielding schon 1750 der Ansicht, der Anstieg von Raubüberfällen in England sei auf soziale Emulation zurückzuführen: »Während der Adlige die Grandeur eines Prinzen nachahmt, und der Gentleman nach dem Status des Adligen strebt, tritt der Händler hinter seinem Ladentisch hervor und nimmt den freien Platz des Gentleman ein. Aber die Konfusion endet hier nicht, sie erreicht den tiefsten Bodensatz der Menschheit« (nach Perkin 1969: 140f.).<sup>32</sup>

<sup>30</sup> Im Englischen wurden sozial höhergestellte Personen als "*Betters*" bezeichnet; ihre soziale und kulturelle Dominanz machte sie in ihrem Selbstverständnis zu besseren Menschen.

<sup>31</sup> Generell sind Reinheitsdiskurse immer eng mit einem politischen Diskurs über Macht und Herrschaft verknüpft. Der Populismus verspricht z.B. eine radikale "Reinigung" von Korruption, Kriminalität und "Fremden".

<sup>32</sup> Allzu oft mußte die Nachahmung des Lebensstils "besserer" Kreise sich allerdings mit zweit- oder drittklassigen Kopien von Luxusartikeln begnügen: mit relativ preiswertem einheimischen Porzellan anstelle des kost-

Im Zuge des wachsenden Wohlstands aller Schichten der Bevölkerung konnten sich im späten 20. Jahrhundert schließlich auch Arbeiter wie Prinzen ausstaffieren. Ich will hier lediglich noch eine Vignette hinzufügen, um den Sachverhalt zu illustrieren: Zu Beginn der 1990er Jahre waren Seidenhemden teuer und dienten folgerichtig als Statussymbol (auch wenn sie bereits nach zwei Stunden so aussahen, als hätte man in ihnen geschlafen). Dann hatte eines Tages ALDI Seidenhemden im Angebot, für 20,- DM das Stück. Als die Nachricht die Runde macht (mit Zeitverzögerung, da die Träger von Seidenhemden selbstverständlich nicht bei ALDI kauften), wurden in den Büroetagen der Besserverdienenden keine Seidenstoffe mehr getragen (wenn ich mich richtig erinnere, wurden sie durch Leinen oder ägyptische Baumwolle substituiert).<sup>33</sup>

Das "Eichhörnchen-Paradigma" scheint mithin in Verbindung mit dem anhalten ökonomischen Wachstum auf den ersten Blick den permanenten Anstieg des Konsumniveaus hervorragend zu erklären, insbesondere die große Bedeutung, die bestimmte Statussymbole in weiten Schichten der Bevölkerung haben. Die Nachahmung des Lebensstils "höherer" Schichten reicht aber bei weitem nicht aus, daß zu erklärende Phänomen in Gänze zu erfassen, wie im Folgenden deutlich wird.

---

baren chinesischen zum Beispiel, oder mit vergleichsweise minderwertigen Stoffen (im Vergleich zur ebenfalls aus China importierten Seide). Die heute im industriellen Maßstab produzierten Imitate von Uhren, Handtaschen und Kleidung stellen diesbezüglich nur den Endpunkt einer langen Reihe dar.

<sup>33</sup> Zwischen der Epoche, in der Fielding schrieb und der Wohlstandsgesellschaft der Jahrzehnte nach 1945 lagen allerdings die Schrecken der Industrialisierung, die "Verelendung" großer Teile der arbeitenden Bevölkerung.

### Soziale Teilhabe und Respektabilität

Mittlerweile sollte hinreichend deutlich geworden sein, daß seit dem Entstehen hierarchisch gegliederter Gesellschaften das äußere Erscheinungsbild der Menschen ihren gesellschaftlichen "Stand" anzeigt und die Hierarchie der Menschen mit einer Hierarchie der Dinge korrespondiert. Die Wahl der Kleidung hing weniger als heute (zumindest scheint es rückblickend so, wir werden diese Annahme aber noch kritisch hinterfragen müssen) vom individuellen Geschmack ab als von gesellschaftlichen Konventionen, die vorgaben, wie der jeweilige "Stand" einer Person angemessen zum Ausdruck gebracht wurde.<sup>34</sup> Diese Formulierung enthüllt aber zugleich bereits die Problematik des Eichhörnchen-Paradigmas, das wie gerade angedeutet nicht geeignet sein dürfte, das in den modernen Industriegesellschaften permanent ansteigende Konsumniveau vollständig zu erklären. Die Präferenzen der meisten Menschen dürften sich mindestens ebenso sehr an dem orientieren, was für die eigene Schicht bzw. Gruppe als angemessen erachtet wird, als daran, was übergeordnete Schichten zur Schau stellen. Letzteres nachzuahmen kann schnell als "protzig" oder "neureich" diskreditiert werden, und ebenso peinlich berühren wie eine gefälschte Luxus-Handtasche oder das Imitat einer teuren Armbanduhr. Wer zu viel darstellen will, setzt sich möglicherweise zwischen alle Stühle, er oder sie verläßt die eigene Schicht (weil er sich offensichtlich "für etwas Besseres hält") – ohne aber "oben" anzukommen. Aber wahrscheinlich ist der Blick der Konsumentinnen und Konsumenten ohnehin viel häufiger auf "Nachbars Garten" gerichtet als nach "oben". Bronislaw Malinowski, der Begründer der ethnographischen Feldforschung, schrieb 1922 auf einen gänzlich anderen Kontext bezogen:

»Der große Moralphilosoph [Immanuel Kant] irrte, als er seinen kategorischen Imperativ formulierte, der den Menschen als eine grundlegende Maxime ihres Verhaltens dienen sollte. Indem er uns riet, so zu handeln, daß unser Verhalten als Norm für ein allgemeines Gesetz genommen werden könnte, kehrte er den natürlichen Zustand der Dinge um. Das wirkliche Gesetz, das das Verhalten der Menschen bestimmt, lautet: "Was jeder andere auch tut, was als allgemeine Verhaltensnorm erscheint, das ist richtig, moralisch und geboten. Laß mich über den Zaun schauen und sehen, was mein Nachbar tut, und es als Regel für mein Verhalten nehmen"« (1922: 363f.)

Malinowski war zugegebenermaßen ein recht kruder Theoretiker, aber seine Ansichten sind zumindest bedenkenswert. Wenn sich das Konsumverhalten an dem orientiert, was in der eigenen Schicht oder dem eigenen Milieu als angemessen oder "passend" erscheint, haben wir es im Unterschied zum "imitativen" mit einem eher "konformistischen" Konsum zu tun (der selbstverständlich auch nachahmt, nur eben keine ökonomisch und gesellschaftlich "bessergestellten" Personen). Der Konsumwettbewerb ist denn auch möglicherweise vor allem jeweils "unter Nachbarn" am virulentesten; d.h. dort, wo die soziale Differenz am geringsten ist. Es geht vor allem darum, "mitzuhalten" – um ein präsentabler und respektierter Teil der Nachbarschaft zu bleiben, und nicht "abgehängt" zu werden.<sup>35</sup> Tatsächlich dürften viele Menschen dergestalt lediglich mehr oder weniger reflexhaft einer unausgesprochenen Konvention respektive neuen "Trends" folgen, wenn sie sich eine zeitgemäße Einbauküche, neue Gardinen oder ein neues Kaffee-

<sup>34</sup> Der Begriff "Hochstapler" beschrieb aus soziologischer Sicht recht passend jene, die "mehr scheinen als sein" wollten; sei es um andere lediglich zu "blenden", oder um sie zu betrügen.

<sup>35</sup> Die im angelsächsischen Raum geläufige Redewendung "*keeping up with the Joneses*" bezieht sich auf eben diesen Wettbewerb *innerhalb* sozialer Schichten.

service zulegen. Es geht dabei eben *nicht* darum, den Lebensstil "besserer Kreise" zu imitieren (zumindest nicht bewußt), die oberste Devise heißt vielmehr: "Was sollen die Nachbarn denken?" In einer Reihenhaussiedlung zum Beispiel parken wahrscheinlich weder Luxuslimousinen (niemand will sich unterstellen lassen, er hielte sich für "etwas Besseres") noch verbeulte Kleinwagen (was womöglich den Verdacht weckt, die Familie könne sich kein angemessenes Automobil leisten). Wie die diesbezüglichen Mechanismen beschaffen sind, was die Menschen motiviert, und auf welcher Grundlage sich die Standards dessen verändern, was zum "guten Ton" gehört, wäre allerdings noch wesentlich genauer zu untersuchen, mir mangelt es tatsächlich an aussagefähigen Fallbeispielen. Die Schule dürfte vielleicht ein geeigneter Ort sein, um das Zusammenspiel von "Trendsetting", Konformitätsdruck und Ausgrenzung zu beobachten, das ist aber lediglich eine Vermutung.

In der Sphäre des "konformistischen" Konsums geht es mithin primär um Anpassung, nicht zuletzt auch an im Zuge des allgemeinen Anstiegs des Wohlstandsniveaus erhöhte kulturelle Standards. **Weil ich dazu gehören will, muß ich nach außen hin "etwas darstellen", das den Normen der Gruppe entspricht, der ich angehöre – oder eben anzugehören beanspruche** ("wollen" und "sollen" bzw. "müssen" verschwimmen hier in gewisser Hinsicht). Je stärker im eigenen Umfeld darauf Wert gelegt wird, "passend" und "zeitgemäß" ausgestattet zu sein, um so wichtiger ist es, den neuesten Trends zu folgen und diese keinesfalls zu verpassen – ansonsten "deklassiert" man sich, und das gilt für jugendliche Subkulturen ebenso wie für "kompetitive" (also untereinander konkurrierende) Nachbarschaften. Sich dem zu verweigern, führt wenn schon nicht zu sozialem Abstieg so doch im Minimum zu einem Verlust an "Ansehen" und sozialer Anerkennung, es wäre ein Akt der sozialen Selbstaussgrenzung. Auch wenn an dieser Stelle wie gesagt viele Details offen bleiben müssen (vor allem die Frage danach, wer die Standards definiert, an denen die Gruppe sich orientiert, und warum diese sich dynamisch verändern), sollte der Sachverhalt deutlich geworden sein. Wenn nun aber Nachbarschaften und "Cliques" von Schülerinnen und Schülern sich in einem **permanenten Konsumwettstreit** befinden, ist unausweichlich, daß in diesen kompetitiven Gruppen das Konsumniveau ansteigt, solange das hierfür nötige Geld vorhanden ist. Das Resultat ist letztlich das gleiche wie bei der Nachahmung "höher gestellter" Kreise.

Allerdings wetteifern Nachbarn oder Schülerinnen und Schüler nicht zwangsläufig darum, das modernste Auto, den größten Fernseher, die neuste Markenkleidung oder das teuerste Mobiltelefon zu besitzen. Es wäre diesbezüglich genauer zu untersuchen, wo (nur in bestimmten Schichten bzw. "Milieus"?) und wie sich dieser Konsumwettstreit manifestiert, und *wo nicht*. Niemand ist schließlich gezwungen, das Konsumverhalten der Nachbarn oder Mitschüler nachzuahmen – **aber vielleicht muß man sich die "nonkonformistische" Einstellung gesellschaftlich leisten können**. Ich komme weiter unten auf diesen Punkt zurück, will aber zunächst einen weiteren Aspekt des notwendigen Konformismus behandeln, dem tatsächlich nahezu alle Angehörigen einer Gesellschaft unterworfen sind.

Die Notwendigkeit der bzw. das Bedürfnis nach sozio-kultureller Anpassung bestimmt nicht nur das Konsumverhalten innerhalb von Nachbarschaften, "Cliques" oder Schulklassen, auf einer übergeordneten Ebene geht es darum, die "Respektabilität" einer Person oder Familie zu demonstrieren – die fundamentalste und umfassendste Kategorie gesellschaftlicher Zugehörigkeit. Das Konstrukt geht von der Annahme aus, jeder und jede könne im Rahmen ihrer oder seiner Möglichkeiten (so beschränkt diese auch sein

mögen) ein respektables Leben führen. Ein zentrales Anzeichen von "Respektabilität" ist "Reinlichkeit". Der Bereich der Körperhygiene ist tatsächlich am besten geeignet um den Sachverhalt zu illustrieren: Europa war diesbezüglich lange ein "Entwicklungsland". Ab dem 17. Jahrhundert sorgten die "besseren Kreise" sich aber zunehmend darum, keinen Körpergeruch zu verströmen, da dieser mit manueller Arbeit assoziiert wurde. Der übermäßige Gebrauch von Wasser zur Reinigung des Körpers galt allerdings als ungesund, deshalb wurde zunächst versucht, die Gerüche mit Parfum zu überdecken. Zu Beginn des 18. Jahrhundert kam dann das Bad in Mode, sowohl in Gestalt des Bade(kur)orts, als auch in Form des "Türkischen Bads". Allerdings sollte der Mann zu dieser Zeit nicht allzu "gewaschen" sein, und womöglich wie ein Blumengarten duften. Ehemalige Angestellte der East India Company, die im 18. Jahrhundert mit sagenhaften Vermögen aus dem Osten zurückkehrten, wurden nicht nur wegen ihres neureichen Gehabes als "Nabobs" verspottet, sondern auch aufgrund ihrer "verweiblichten" Gewohnheiten. Dazu gehörten vor allem häufige Bäder und die Gewohnheit, Shampoo zu benutzen, ein englischer Gentleman hingegen roch wie ein Mann (vgl. Pomeranz 2007: 76f.). Nicht einmal hundert Jahre später hatte sich die diesbezügliche Selbst- und Fremdeffinition der Engländer komplett umgekehrt, nicht nur war in Vergessenheit geraten, daß das Wort Shampoo aus dem Hindi stammte, es war nunmehr der Inder, der als "ungewaschen" galt – in Opposition zum "gewaschenen" (weißen) christlichen Europäer. Körperpflege war kein Privileg der "Vornehmen", jede und jeder hatte (zumindest theoretisch) die Möglichkeit, sich zu waschen. Reinlichkeit war keine Frage des Einkommens, sondern eine der "Respektabilität" und wurde vom Luxus zur essentiellen Tugend und universellen Norm – wer dieser Norm nicht entsprach, "ließ sich gehen".<sup>36</sup> **Das Äußere einer Person erschien und erscheint mithin auch als Ausdruck einer inneren Haltung**, diese Formulierung bringt den Sachverhalt wahrscheinlich am besten auf den Punkt.

Das Bestreben, als respektabel zu gelten, hatte offenbar bereits gegen Ende des 18. Jahrhundert weite Schichten der englischen Bevölkerung erfaßt. Harold Perkin zitiert einen in Paris ansässigen Journalisten, der in den 1790er Jahren anlässlich eines Besuchs in England bemerkte: »Die Individuen der unteren Klassen sind besser gekleidet, besser ernährt und besser untergebracht als anderswo; obwohl sie, soweit ich dies herausfinden konnte, über nicht mehr Mittel verfügen als die gleichen Klassen bei uns. Stolz und das Verlangen, öffentliche Wertschätzung zu genießen, scheinen ihnen diese Aufmerksamkeit ihrem Auftreten und ihrer äußeren Erscheinung aufzunötigen« (zit. nach Perkin 1969: 141).<sup>37</sup> **Respektabilität und damit auch Konformität war (und ist) dergestalt zentrale Bedingung für gesellschaftliche Akzeptanz**; wer sich der kulturellen Norm verweigerte, dem war nicht nur der (mögliche) soziale Aufstieg versperrt. Eine solche Person hatte womöglich generell Probleme, einen Arbeitsplatz zu finden.

Jens Wietschorke beschreibt diesbezüglich in einem aktuellen Beitrag zur Geschichte der Kategorie "Respektabilität" eine immer wiederkehrende und nach wie vor aktuelle Grenzziehung,

»die geradezu als Leitmotiv staatlicher Sozialpolitik, aber auch gesellschaftlicher Debatten über Armut und "Unterschicht" seit dem 18. Jahrhundert bezeichnet werden kann: die Unterscheidung

<sup>36</sup> Möglicherweise zeigt heutzutage, d.h. im Zeitalter des Fitneß-Studios, starkes Übergewicht das "Sich-gehen-lassen" einer Person ebenso an wie ein "ungepflegtes" Äußeres.

<sup>37</sup> Die Kriterien dafür, welche Person als respektabel galt und welche nicht, waren allerdings keineswegs klar formuliert; das Konzept generierte Ambiguitäten, und bisweilen protestierten Menschen, die sich selbst als respektabel erachteten, dagegen, daß andere ihnen diese Eigenschaft absprachen (vgl. Smith 2002: 208).

zwischen "verschuldeter" und "und "unverschuldeter" Armut und die davon abgeleitete Unterscheidung zwischen "unterstützungswürdigen" und "unwürdigen" Armen, den *deserving poor* und den *undeserving poor*« (2019: 33).

Für jene Angehörigen der Arbeiterklasse, welche den disrespektablen Unterschichten am nächsten standen, war vielleicht besonders wichtig zu demonstrieren, "arm aber anständig" zu sein; mit anderen Worten: sich nicht "gehen zu lassen". Die "gute Stube", der Sonntagsbraten und der "Sonntagsstaat" waren Symbole sowohl der Zugehörigkeit als auch der Abgrenzung: Das Wohnzimmer wurde nur betreten, wenn Besuch kam (ansonsten nutzte die Familie die Wohnküche); bei sonntäglichen Spaziergängen trugen auch (respektable) Arbeiter Hut und Mantel (bei Begräbnissen ebenfalls); während der "Sonntagsbraten" auch ein Zeichen der Zugehörigkeit zu einer kulturellen Wertegemeinschaft war. Es ist rückblickend erstaunlich, daß Menschen, die über wenig Geld verfügten, es sich leisteten, ein Zimmer ihrer ohnehin zu engen Wohnung praktisch nicht zu nutzen und es in eine (in wahrsten Sinn des Wortes "billige") Imitation des bürgerlichen "Salons" zu verwandeln.<sup>38</sup> Vielleicht fühlten sie sich schlicht genötigt, durch ihre Lebensführung zu demonstrieren, daß ihre (relative) Armut keinesfalls selbst verschuldet war?

Auf die Notwendigkeit oder das Bedürfnis, sich entsprechend zu kennzeichnen verweist die Unterscheidung zwischen "alltäglichem Bedarf" und "Luxus", die der schottische Ökonom und Moralphilosoph Adam Smith bereits Ende des 18. Jahrhundert vornahm. Dieser definierte als Bedarfsartikel (*necessaries*) »nicht nur jene Art von Waren die für den Lebensunterhalt unabdingbar sind, sondern auch alle Güter, welche der Sitten des Landes zufolge in keinem Haushalt, nicht einmal bei den niedersten Ständen, fehlen dürfen, wollen diese nicht als unanständig (*indecent*) gelten« (Smith 1776: 869f.). Der Besitz bzw. Konsum dieser Dinge wurde von Smith vom Luxuskonsum abgegrenzt; während ersterer eine Reaktion auf gesellschaftliche Anforderungen war und ein *soziales Grundbedürfnis* befriedigte, zielte letzterer auf das "körperliche" Wohlbefinden. In dem Maße, wie die sozialen Standards angehoben werden, wächst notwendig auch das materielle Niveau – was die Menschen aber nicht notwendig glücklicher oder zufriedener macht. Es ist schlicht notwendig, diese Dinge zu besitzen. Smith hatte offenbar bereits genau diesen Sachverhalt im Auge, als er schrieb:

»Ein Leinenhemd ist streng genommen kein lebensnotwendiges Gut. Griechen und Römer lebten, wie ich annehme, sehr komfortabel, obwohl sie kein Leinen kannten. Aber heutzutage beschämte es ... einen ehrenwerten Tagelöhner, sich in der Öffentlichkeit ohne Leinenhemd zu zeigen, dessen Fehlen würde als Ausdruck eines unehrenhaften Grads an Armut betrachtet, welcher... niemanden befällt, der nicht extrem unanständig lebt« (Ibid.: 870).<sup>39</sup>

Die Unterscheidung zwischen "anständigen" und "unanständigen" Menschen stellt dabei aber nur einen Grenzfall des Diskurses über soziale und kulturelle Zugehörigkeit dar. Wie gesehen existieren in jeder gesellschaftlichen Gruppe bzw. in jedem "Milieu" (ich komme auf den Begriff wenig später zurück) eigene Standards bezüglich des "angemessenen" Verhaltens.

<sup>38</sup> Der Begriff "Gelsenkirchener Barock" steht stellvertretend für preiswerte Möbel, welche den Anschein von Respektabilität erwecken sollten. Billige Ölgemälde mit röhrenden Hirschen oder Berglandschaften waren unverzichtbarer Bestandteil dieses Arrangements.

<sup>39</sup> Smith dürfte hier irren, Leinen ist eine der ältesten Pflanzenfasern und wurde bereits im alten Ägypten und in Mesopotamien lange vor der Gründung Athens oder Roms genutzt.

**Wer sein Verhalten aber allein daran orientiert, was gesellschaftlich als Norm gesetzt wird, erzielt aus einem Mehr an Konsum keinen dauerhaften persönlichen Mehrwert.** Wenn es lediglich darum geht, "mitzuhalten" um weiterhin "dazu zu gehören", verbessert der Anstieg des Lebensstandards das Wohlbefinden der Menschen nicht; die Menschen müssen vielmehr permanent sozusagen "gegen den Strom rudern", um ihre soziale Position im Konsumwettbewerb mit den Nachbarn (oder wem auch immer) zu halten. **Paradoxiertweise erscheinen die menschlichen Bedürfnisse aus dieser Perspektive mitnichten als grenzenlos, sie bleiben sich vielmehr gleich, lediglich die Mittel zu ihrer Befriedigung werden fortwährend entwertet.** Die Konsumenten sind dergestalt gefangen in einer Art "Hamsterrad des Kapitalismus", sie arbeiten mehr und auch härter, um mehr konsumieren zu können, obwohl ganz offensichtlich ist, daß ein Mehr an Konsum sie nicht zu glücklicheren (und nicht einmal zu zufriedeneren) Menschen macht.<sup>40</sup>

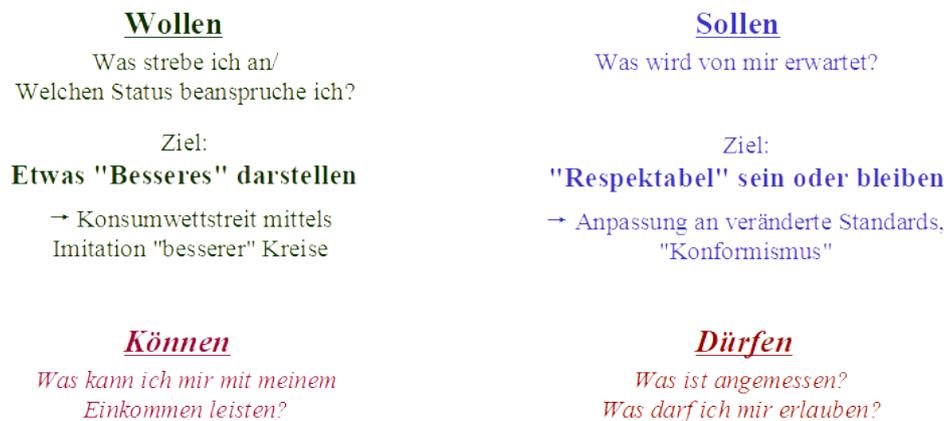


Abb. 4: Das Spannungsfeld des imitativen und konformistischen Konsums

Um die Argumentation dieses und des vorangegangenen Kapitels kurz zusammenzufassen: Wir haben es mit zwei Grundformen der gesellschaftlich induzierten Konsummotivation zu tun, die jeweils primär darauf abzielen, die Zugehörigkeit zu einer gesellschaftlichen Gruppe zu dokumentieren, bzw. den Anspruch, dieser Gruppe oder Schicht anzugehören. Während aber der "imitative" Konsum sich an den Standards "besserer Kreise" orientiert, in die eine Person oder Familie aufsteigen will, ist der "konformistische" Konsum eher durch das Bedürfnis motiviert, nicht ausgeschlossen zu werden.

Es handelt sich dabei allerdings um eine "idealtypische" Differenz; in der Realität dürften die Trennlinien oftmals recht unscharf sein und die Motive sich ggf. auch überschneiden! Nichtsdestotrotz erscheint es mir nützlich an der Unterscheidung zwischen einem eher "aktiven" und einen "passiven" Modus festzuhalten, weil sich nur so das gesamte Spektrum des statusorientierten Konsums erschließt.

<sup>40</sup> An dieser Stelle könnte man fragen, ob eine 15-Stunden Woche, wie sie der Ökonom John Maynard Keynes früher oder später als ausreichend erachtete, dieses Mehr an Zufriedenheit brächte – länger müßte in unserer Gesellschaft tatsächlich niemand arbeiten. Keynes hatte bereits 1930 prognostiziert, daß der bei konstantem Produktivitätszuwachs zu erwartende enorme Anstieg des materiellen Wohlstands dazu führen werde, daß die Menschen sich wieder verstärkt der nicht-ökonomischen Sphäre zuwenden, d.h. Freizeit der Arbeit und Müße dem Konsum vorziehen. Und noch 1958 hatte John Kenneth Galbraith in seinem Buch "Gesellschaft im Überfluß" ("The affluent society") für die USA vorhergesagt, daß irgendwann in naher Zukunft das Verlangen nach Konsumgütern gesättigt wäre (vgl. de Vries 2008: 41f.).

Das anwachsende Konsumniveau mit dem Bestreben bzw. Notwendigkeit erklären zu wollen, sich innerhalb der sozialen Hierarchie zu positionieren, steht allerdings zumindest auf den ersten Blick in einem gewissen Widerspruch zur neueren soziologischen Debatte, in welcher primär die "Individualisierung" und Fragmentierung des sozialen Raums betont wird. In der Tat scheint heutzutage "Selbstverwirklichung" ein bedeutenderes Motiv zu sein als soziokulturelle Imitation oder Anpassung. Sind die vorstehend erläuterten Sachverhalte also im 21. Jahrhundert nicht länger bedeutsam, ist das Bedürfnis nach sozialer Distinktion und Zugehörigkeit mithin nicht länger Triebkraft des wirtschaftlichen Wachstums? Dieser Frage werde ich im folgenden Abschnitt nachgehen.

### Roll over Beethoven – We are all bourgeois now? <sup>41</sup>

Mit dem Anwachsen des materiellen Wohlstands aller Schichten der Bevölkerung in den letzten Jahrzehnten des 20. Jahrhundert schien die Gleichsetzung von Reichtum und Kultur in den westlichen Industrienationen hinfällig zu werden. In dem Maße, wie scheinbar alles für jede und jeden erschwinglich wurde (von Kühlschränken und Waschmaschinen zu Automobilen und Fernreisen), und sozialer Aufstieg von der Ausnahme zur Regel, stellten insbesondere die Angehörigen der jüngeren Generation gesellschaftliche und kulturelle Normen in Frage. Dies galt für Lebensentwürfe ebenso wie für Konsumgewohnheiten und Geschlechterstereotypen (eine Jeans konnte für Frauen ebenso Medium der Emanzipation sein wie lange Haare für Männer), die Kinder folgten nicht mehr dem gleichen Lebensweg wie ihre Eltern sondern orientierten sich zunehmend an anderen Rollenvorbildern.<sup>42</sup> In der "Multioptionsgesellschaft" (Peter Gross) wurden im Zuge einer "Pluralisierung der Lebensstile" soziale Schichten durch Subkulturen und "Milieus" wenn nicht ersetzt so doch zumindest überlagert. Ulrich Beck subsummierte diese Entwicklung zu Beginn der 1980er Jahre in einem einflußreichen Aufsatz mit dem Titel "Jenseits von Stand und Klasse" unter dem Etikett "Individualisierung".<sup>43</sup>

War "Kultur" im Zuge der massenhaften Verfügbarkeit von allem für alle (Bücher und Schallplatten waren ebenso für jedermann und jede Frau erschwinglich wie Opern- und Theaterbesuche) mithin vom Privileg der Elite zu einer Art "Baukasten" geworden, in dem sich jeder und jede entsprechend individueller Vorlieben bediente? Der französische Soziologe Pierre Bourdieu hatte diesbezüglich bereits 1979 in seinem Buch "Die feinen Unterschiede" faktisch eine Entkopplung von Kapital und Kultur postuliert. Diesem Ansatz zufolge war das eindimensionale Schichten- bzw. Klassenmodell (wie ich es oben in Abbildung 3 dargestellt habe) nicht länger zeitgemäß. Bourdieu stellte die Sozialstruktur mittels eines zweidimensionalen Koordinatensystems dar, welches auf der einen Achse "Lebenslagen" und auf der anderen "Lebensstile" abbildet. Die "Lebenslage" eines Individuums bzw. einer Familie meint deren verfügbares Einkommen, eine quantitative Größe welche unmittelbar auf die Ordinatenachse (die y-Achse) aufgetragen werden kann. Bezugsgröße für die Abszisse (die x-Achse) ist das "kulturelle Kapital"; Bourdieu bezeichnet damit im weitesten Sinn die Bildung, also die "kulturellen" oder "geistigen" Ressourcen über welche eine Person verfügt.

Der Fairneß halber muß ich an dieser Stelle erwähnen, daß Bourdieu das "kulturelle Kapital" in seinem Schema als relationale Größe aufträgt, d.h. er bestimmt für jede soziale Gruppe das *Verhältnis von ökonomischem und kulturellem Kapital*. Bauern und Kapitalisten verfügen demnach *in Relation zu* Hochschullehrern oder Künstlern über vergleichsweise weniger Bildung als Geld. In der schematischen Wiedergabe von Bour-

<sup>41</sup> Die Überschrift ist aus den Titeln zweier Songs zusammengesetzt, der erste wurde 1956 von Chuck Berry veröffentlicht, der zweite 1988 von der recht unbekanntem englischen Band "McCarthy". Eine Version der Manic Street Preachers von "We are all bourgeois now" sollte aber über Youtube zugänglich sein.

<sup>42</sup> Was allerdings angesichts des Strukturwandels in der Industrie vielfach auch gar nicht möglich gewesen wäre.

<sup>43</sup> "Individualisierung" meinte ab den ausgehenden 1970er Jahren aber auch die Betonung der Verantwortung des Einzelnen für sein Leben. Der Sozialstaat der Nachkriegszeit wurde zwar zumindest in Deutschland nicht pauschal in Frage gestellt, aber auch hier wurden zunehmend Stimmen laut, welche mehr "Eigenverantwortung" des Individuums forderten. Auf diesen Zusammenhang näher einzugehen würde aber den Rahmen dieses Texts sprengen, ich behandle den Sachverhalt ausführlicher in meinem Skript zu Geschichte und Strukturen sozialer Ungleichheit.

dieses sozialen Raum (Abbildung 5) habe ich allerdings auf diese Spitzfindigkeit verzichtet, da eine Bestimmung derartiger Relationen selbstverständlich eines absoluten Maßstabs für kulturelles Kapital bedarf. Dieser Maßstab aber ist Bourdieu selbst, der (erstaunlich unbekümmert und unreflektiert) aufgrund der kulturellen Vorlieben der Menschen pauschale Werturteile über sie fällt. Es geht denn auch fast folgerichtig bei seiner Verortung der einzelnen Milieus im sozialen Raum weniger um "Wissen" oder "Bildung" als um "guten Geschmack". Anstatt zu analysieren, wer über die diesbezügliche Definitionsmacht verfügt und entscheidet, was als "gebildet" und was als "guter Geschmack" gilt und was nicht, trifft Bourdieu selbst diese Entscheidung und beurteilt die Vorlieben aller anderen Menschen aus der Position des "Intellektuellen" – so wie er ihn versteht. Dieser "Intellektuelle" ist vor allem durch die Entsagung alles "Sinnlichen" gekennzeichnet, er genießt nicht, er setzt sich auseinander (wahrscheinlich liebt er auch nicht, sondern leistet "Beziehungsarbeit"). Das macht ihn zu einer Art modernem Mönch, der in kultureller und sittlicher Hinsicht vermeintlich weit über seinen Zeitgenossen steht.<sup>44</sup>

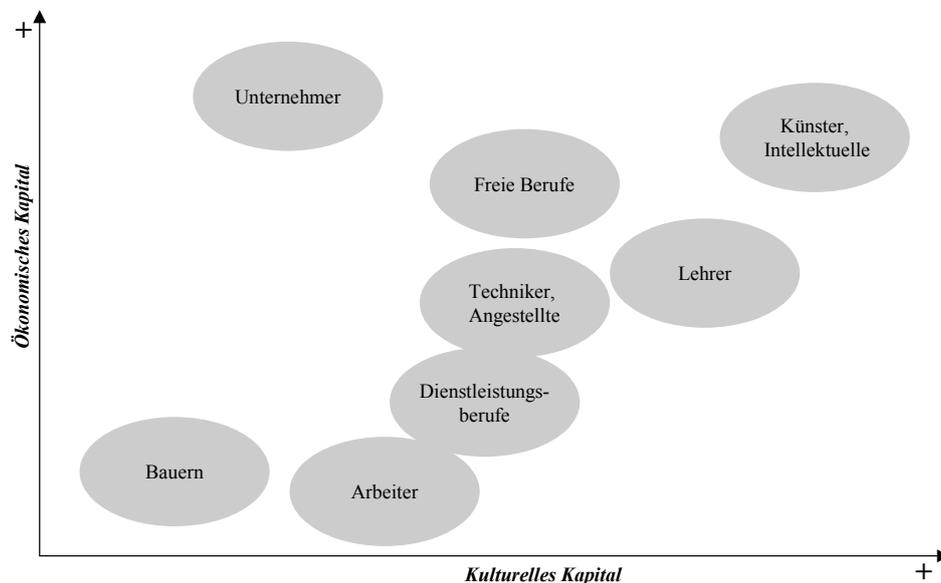


Abb.: 5: Der soziale Raum nach Bourdieu (1979: 212f.)

Daß es sich dabei um eine unzulässige Objektivierung handelt, die letztlich politisch motiviert ist (Bourdieu beansprucht zweifellos eine Art "Meinungsführerschaft") kann recht einfach anhand eines weiteren seiner Postulate belegt werden. Bourdieu geht nämlich davon aus, daß vier Arten von Kapital existieren: neben dem bereits erwähnten ökonomischen und kulturellen auch "symbolisches" und soziales, und daß die einzelnen Kapitalformen jeweils in andere "konvertiert", also umgewandelt werden können.<sup>45</sup> Das ist im Fall des sozialen Kapitals, d.h. der "guten Beziehungen" unmittelbar einsichtig,

<sup>44</sup> Die Analogie ist durchaus passend, denn die mittelalterlichen Mönche zeichneten sich nicht nur dadurch aus, daß sie enthaltenhaft lebten (zumindest vorgeblich), sie konnten im Unterschied zu den meisten Adligen auch lesen und schreiben.

<sup>45</sup> Das symbolische Kapital, welches sich im "Prestige" einer Person vergegenständlicht ist letztlich aber kaum vom kulturellen zu trennen, beides verschmilzt im "Habitus".

da diese die Chancen ungemein erhöhen, eine Anstellung zu erhalten oder beruflich aufzusteigen.<sup>46</sup> Es reicht allerdings nicht aus, viele einflußreiche Personen lediglich zu kennen, diese müssen auch das Gefühl haben, daß man zu ihnen paßt, d.h. "einer von ihnen" ist. Ich komme weiter unten ausführlicher auf den relationalen "Wert" eines bestimmten "Habitus" zurück,<sup>47</sup> und will hier nur kurz illustrieren, wie schnell sich Bourdieus "kulturelles Kapital" verflüchtigen kann, wenn seine Wertmaßstäbe nicht akzeptiert werden. Der Intellektuelle, dessen Gefühl der Überlegenheit sich daraus speist, daß er sich ausschließlich mit avantgardistischer Kunst auseinandersetzt, "schwierige" Texte liest und unzugängliche Musik hört, kann selbst in akademischen Kreisen schnell auf dem harten Boden der sozialen Realität aufschlagen, wenn man seine Vorlieben nicht teilt (und ihn lediglich als blasiert empfindet). Auf Bourdieu selbst bezogen heißt das: dieser fühlt sich vielleicht genötigt, möglichst unverständliche Texte zu schreiben um seinem Selbstbild als Intellektueller zu entsprechen; für mich persönlich ist nur relevant, daß er nicht imstande ist, sich klar und präzise auszudrücken. Die kulturellen Vorlieben des "Intellektuellen" werden dergestalt recht schnell zu recht stumpfen Instrumenten sozialer Distinktion, wenn das Gegenüber konstatiert, daß die von diesem bevorzugten Zeitschriften, Bücher, Theater- und Musikstücke im Grunde immer nur die gleiche Botschaft wiederholen: "ich bin etwas Besseres als du".

Letztlich geht es im sozio-kulturellen Raum wie bereits erwähnt um Macht, genauer gesagt um **Definitionsmacht: das Vermögen** (die Doppeldeutigkeit des Begriffs bringt den Sachverhalt sehr treffend auf den Punkt), **kulturelle Standards und Ausschlußkriterien zu definieren und diese durchsetzen zu können**.<sup>48</sup> Und über genau darüber verfügt Bourdieu jenseits eines eng begrenzten universitären Raums *nicht*. Das unterscheidet ihn vom Bildungsbürger des frühen 20. Jahrhundert, der Träger einer Repräsentationskultur war, die weithin als "überlegen" und "erstrebenswert" angesehen wurde. Aber was streben die Menschen heutzutage an? Woran orientieren sie sich bei der sozialen Verortung mittels Konsum? Bourdieus Darstellung des "sozialen Raums" kann uns diesbezüglich keinen Aufschluß geben – nicht zuletzt deshalb nicht, weil er über keinen objektiven Maßstab verfügt.<sup>49</sup>

Um die Frage zu beantworten, was sich in den vergangenen einhundert Jahren hinsichtlich des Verhältnisses von Geld und Kultur tatsächlich geändert hat, und woran die Menschen sich heutzutage hinsichtlich ihrer kulturellen Vorlieben (ihres "Geschmacks") orientieren, ist es notwendig, als Arbeitsgrundlage zu einem adäquaten Modell des sozialen Raums zu gelangen, welches Bourdieus Werturteile vermeidet. Letzteres wurde bereits in den 1980er Jahren vom Sinus-Institut angegangen, dessen Milieukonzept auf der x-Achse anstelle der Bourdieuschen Fremdzuschreibung eine Selbsteinschätzung der Menschen zugrundelegt, deren "Grundorientierung" im Spannungsfeld von "Tradition" und "Neuorientierung", "bewahren" und "verändern" (vgl. Abbildung. 6).

---

<sup>46</sup> Umgekehrt können die nur mäßig begabten Sprößlinge der Reichen private Hochschulen besuchen, wo sie nicht nur einen akademischen Abschluß erhalten, sondern auch noch Beziehungen zu "ihresgleichen" knüpfen können.

<sup>47</sup> Der "Habitus" ist letztlich die Summe aus Bildung, kulturellen Vorlieben und Umgangsformen.

<sup>48</sup> Daß die Frage nach der »Macht über die Klassifikationen und Ordnungssysteme« entscheidend ist, hebt Bourdieu allerdings selbst hervor (1979: 748).

<sup>49</sup> Wenngleich sein zitiertes Buch "Die feinen Unterschiede" durchaus eine Fülle wertvoller Beobachtungen und Anregungen enthält und insbesondere die beschreibenden Passagen unbedingt lesenswert sind.

# Die Sinus-Milieus® in Deutschland 2018

## Soziale Lage und Grundorientierung

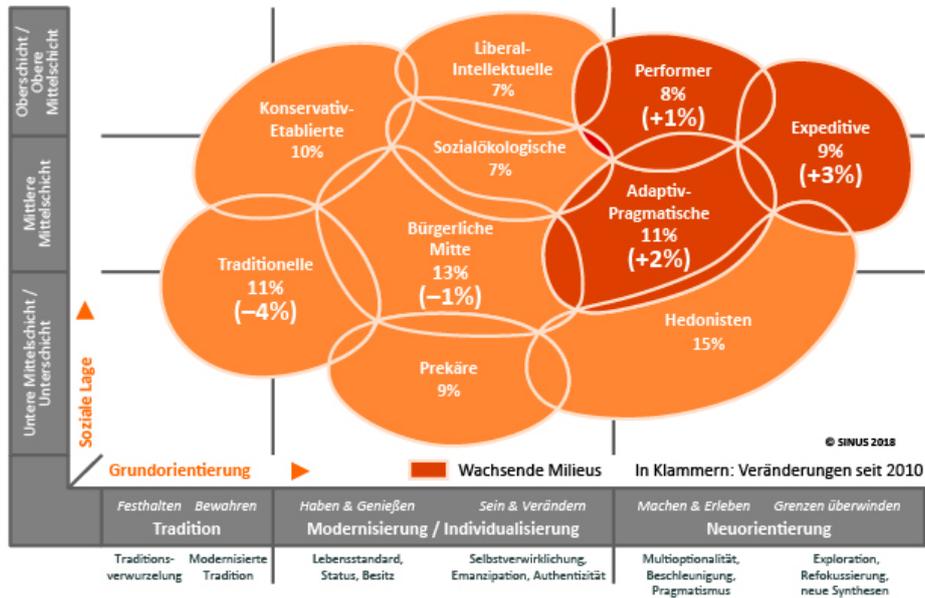


Abb. 6: SINUS-Milieus

Wer jemals an einer Konsumentenbefragung teilgenommen hat, wird neben den Fragen nach beruflicher Situation und Einkommen wahrscheinlich auch Angaben dazu gemacht haben, ob er oder sie nach Veränderung strebt oder eher der Ansicht ist, daß alles so bleiben sollte wie es ist – und vielleicht über den Informationswert bzw. die Aussagekraft dieser Angabe gerätselt haben. Wenn es darum geht, herauszufinden, ob tatsächlich die angedachte Zielgruppe einer neuen Sektmarke oder eines innovativen Shampoos (vorzugsweise Menschen im oberen Einkommenssegment) sich von diesem Produkt angesprochen fühlt, ergibt die Einstellung zu "Veränderung" möglicherweise durchaus Sinn.<sup>50</sup> Das Sinus-Modell hat sich jedenfalls im Bereich der Marktforschung etabliert, allerdings verfolgt diese (wie aus dem vorstehenden Beispiel deutlich geworden sein sollte) andere Ziele und Fragestellungen als die Konsumsoziologie. Erstere gibt sich weitgehend damit zufrieden, die einzelnen Milieus und ihre jeweiligen Vorlieben zu identifizieren, und zu helfen die Produkte hinsichtlich des "Image" so zu gestalten, daß

<sup>50</sup> Die aktuelle Broschüre des SINUS-Instituts bringt diese Zielsetzung folgendermaßen zum Ausdruck: »Um Menschen bzw. Zielgruppen zu erreichen, muss man ihre Befindlichkeiten und Orientierungen, ihre Werte, Lebensziele, Lebensstile und Einstellungen genau kennen und verstehen. Nur dann bekommt man ein wirklichkeitstreuere Bild davon, was die Menschen bewegt und wie sie bewegt werden können. Zunehmend wichtig ist dabei, die Menschen nicht nur als mündige Bürger und Verbraucher (die rational entscheiden) zu analysieren, sondern ein ganzheitliches Bild der Zielgruppe zu gewinnen: wie sie sich und ihre Umwelt wahrnehmen, was sie mögen und was nicht, wie sie leben, denken, fühlen, bewerten. Das hat Konsequenzen für die Kommunikation, die in der heutigen Aufmerksamkeitsökonomie nicht nur das vernünftige Argument liefern, sondern die Zielgruppe darüber hinaus emotional und sinnlich "packen" muss. Erfolgreiche Produktplanung und Kommunikation setzt deshalb heute eine umfassende und zugleich differenzierte Zuwendung zum Verbraucher voraus und macht es nötig, Zielgruppen über die herkömmlichen soziodemografischen Merkmale hinaus präziser zu klassifizieren. Die Sinus-Milieus bieten dafür einen bewährten Ansatz, der den Wertorientierungen und Lebensstilen der Verbraucher gerecht wird« (SINUS 2018: 3).

sie von den Angehörigen eines Milieus als für sich jeweils "passend" oder "erstrebenswert" empfunden werden (bzw. vor der Markteinführung zu klären, ob das Produkt von der kaufkräftigen Kundschaft entsprechend wahrgenommen wird).

So interessant und anregend der Ansatz des SINUS-Instituts im Einzelfall auch sein mag, so unbefriedigend bleibt er hinsichtlich der hier verfolgten Fragestellungen. Daß im Rahmen dieser Milieukonstruktion nicht erklärt werden kann, warum Menschen ständig mehr und vermeintlich bessere Dinge zu benötigen glauben, ist noch das geringste Problem, denn diese Frage stellt das SINUS-Institut nicht (es wäre auch widersinnig, von einem in der Marktforschung tätigen Unternehmen einen konsumkritischen Ansatz zu erwarten). Das Kernproblem ist, daß weitgehend unklar bleibt, wie sich die Milieus konstituieren, wie sie sich sozial positionieren, welche Werte sie jenseits der doch recht nebulösen Selbsteinschätzung auf der Skala von "Tradition" und "Neuorientierung" vertreten. Prekariat und liberal-intellektuelles Milieu haben z.B. vermeintlich die gleiche "Grundorientierung", was (zumindest auf den ersten Blick) einigermaßen absurd erscheint und die Schwäche der Typisierung unmittelbar verdeutlicht.<sup>51</sup> Während das Problem bei Bourdieus Ansatz darin bestand, daß er Werturteile fällte anstatt diese zu analysieren, ist eine mit der Hierarchie der Menschen korrespondierende Hierarchie der Dinge bzw. des Geschmacks im SINUS-Modell nicht abzubilden. Beides ist gleichermaßen unbefriedigend. Die in den vorigen Abschnitten thematisierten Triebkräfte des Konsumverhaltens (Nachahmung und Konformismus) sind über dieses Schema jedenfalls nicht zu rekonstruieren, **da nicht kenntlich ist, wie Menschen sich selbst sozial verorten, wonach sie streben bzw. woran sie sich orientieren, gegen wen sie sich abgrenzen (wollen), und wie sie selbst von anderen beurteilt werden.**

Aber vielleicht hat ja tatsächlich seit den 1970er Jahren im Zuge des sich ausbreitenden Wohlstands in den Industriegesellschaften eine weitgehende Entkopplung von Lebenslagen und Lebensstilen eingesetzt, so daß das Konsumverhalten der Menschen in wesentlich geringerem Maße sozial motiviert bzw. determiniert ist als in den Jahrzehnten zuvor. Existieren überhaupt noch klare Kriterien für "guten Geschmack", oder sind die unterschiedlichen Lebensentwürfe, die in den vergangenen 50 Jahren durch die gesteigerte Verfügbarkeit von Kulturgütern, Waren und Dienstleistungen begünstigt bzw. ermöglicht wurden nicht länger in eine kulturelle Hierarchie eingebunden? Ist anstelle einer Expression und Legitimation der sozialen Ordnung in der Sphäre der Konsumtion eine weitgehende Beliebigkeit der Selbstverortung getreten, bei der soziale Unterschiede nicht mehr kulturell kodifiziert sind? Sind Geschmacksurteile tatsächlich nur noch rein subjektiv und nicht länger Ausdruck einer sozio-kulturellen Hierarchie bzw. in diese eingebunden?

Gilt heutzutage also die Devise "*anything goes*"? Beizeiten kann durchaus dieser Eindruck entstehen. Ich stieß kürzlich während der Suche nach dem Mitschnitt eines Klassik-Konzerts bei "Youtube" auf ein Video mit einem Auftritt des "Electric Light Orchestra", das im Londoner Hyde-Park vor einer unüberschaubaren Menge begeisterter Menschen "Mr. Blue Sky" spielte (falls Sie die Band oder den Song nicht kennen sollten, fragen Sie Ihre Eltern). Mich interessiert vor allem, wie sich das Publikum zusammensetzte. Waren es die gleichen Menschen, die eine Woche zuvor am gleichen Ort die "Proms in the Park" besucht hatten (die parallel zur "Last Night of the Proms", der Abschlußveranstaltung der 1895 von Sir Henry Wood begründeten sog. Promenadenkonzerte, stattfindende Aufführung)? Unterscheidet sich das Publikum eines "Klassik-

---

<sup>51</sup> Es mag durchaus sein, daß der Konstruktion der Milieus ursprünglich detailliertere Befragungsansätze zugrunde lagen, die verfügbaren Unterlagen des SINUS-Instituts geben darüber aber keinen Aufschluß.

Events" heutzutage überhaupt noch von dem eines Popmusik-Konzerts?<sup>52</sup> Die Musiker des BBC Concert Orchestra hatten in jedem Fall auch dort gespielt. Beinahe erschüttert war ich, als ich dann herausfand, daß bei den diesjährigen (2019) Proms in the Park (also dem nominellen Klassik-Konzert) Barry Manilow aufgetreten war. In meiner persönlichen Skala, die von "uncool" über "schlechten Geschmack" (was zugegebenermaßen beizeiten ironisch-witzig sein kann) bis zu "worst taste" reicht, gehört Manilow eindeutig der letzteren Kategorie an – über alle Maßen peinlich (das deutsche Äquivalent wäre der Auftritt von Roland Kaiser oder Heino bei einer Klassik-Gala).

Im Vergleich dazu erschien das Konzert des "Electric Light Orchestra" tatsächlich als "hohe Kultur". Interessanterweise endete es mit "Roll over Beethoven", einem alten Rock 'n Roll Klassiker von Chuck Berry (Ihre Großeltern sollten ihn kennen). Der Song wurde eingeleitet durch einige Takte aus Beethovens fünfter Symphonie, dann setzten Schlagzeug, Baß und vor allem die E-Gitarren ein. Das Orchester schien derweil ungerührt mit der "Fünften" weiterzumachen, die zwischenzeitlich immer wieder anklang. Spätesten bei den Schlußakkorden waren Rock 'n Roll und Beethoven in gewisser Hinsicht ununterscheidbar, und ich fragte mich, welches Stück hier gerade dekonstruiert worden war, die Symphonie oder der Chuck Berry-Song? "Dekonstruiert" ist tatsächlich der passende Begriff, er stammt aus der Diskussion über den angeblichen Übergang von der "Moderne" (also der Industriegesellschaft des späten 19. und frühen 20. Jahrhundert) zur "Postmoderne". Ich will diese Debatte aus den 1980er und 1990er Jahren hier nur insofern aufgreifen, als in diesem Zusammenhang auch das Verschwinden von allgemein verbindlichen Wertmaßstäben (und auch Wahrheitskriterien) konstatiert wurde.<sup>53</sup>

Inwiefern trifft diese Einschätzung zu, und welchen Aufschluß können uns die beiden gerade erwähnten Beispiele diesbezüglich geben? Vielleicht ist einigen Leserinnen und Lesern diesbezüglich die Unterscheidung zwischen "E-Musik" und "U-Musik", also "ernster" und "Unterhaltungsmusik" geläufig. Diese Differenz war zumindest in den ersten Jahrzehnten nach dem Zweiten Weltkrieg noch von großer Bedeutung – gerade auch hinsichtlich des sozio-kulturellen Status der jeweiligen Konsumentengruppen. Während das Bildungsbürgertum sich mit der E-Musik (vorgeblich) ernsthaft auseinandersetzte, diente die U-Musik lediglich der Zerstreuung der breiten Masse, der anspruchslosen "populären" Unterhaltung eben. Was populär ist, kann nicht "kulturell wertvoll" sein: Dieser präventöse Anspruch war allerdings immer schon fragwürdig, auch die klassische Musik ist voll von sentimentalem Kitsch. Wer das bezweifeln sollte, muß nur die Ouvertüre von Wagners "Tristan und Isolde" oder Richard Strauss' "Vier letzte Lieder" hören. Um Mißverständnisse zu vermeiden: es handelt sich (zumindest aus meiner Sicht) durchaus um wunderbare, "sublime" Sentimentalität, aber es bleibt im Grunde Kitsch, weil die Musik die Gefühle, und nicht den "Geist" anspricht.<sup>54</sup> Es geht

<sup>52</sup> Sir Henry Wood hatte die Promenadenkonzerte primär begründet, um die klassische Musik einem weiteren Publikum zugänglich zu machen, d.h. Menschen, die sich solche Konzertbesuche zuvor nicht leisten konnten, oder die nicht über angemessene Kleidung verfügten – bei den "Proms" galt keine Kleiderordnung. Damit trug Wood fraglos dazu bei, daß klassische Musik in England populärer wurde – und weniger elitär.

<sup>53</sup> Dazu paßte dann schließlich auch, daß das "Electric Light Orchestra" das bereits erwähnte "Mr. Blue Sky" auch in der Royal Albert Hall aufgeführt hatten – vor einem durchweg in Abendgarderobe gekleideten Publikum (das ebenso frenetisch jubelte wie die Massen im Hyde Park).

<sup>54</sup> Ich will mich hier keineswegs als Kunsttheoretiker aufspielen, aber meines Erachtens kann man gute von schlechter Kunst anhand eines einfachen Differenzkriteriums unterscheiden: Gute Kunst befähigt uns, die Welt aus einer neuen Perspektive zu betrachten, d.h. sie mit "anderen Augen" zu sehen. Das schließt den Genuß, das sinnliche Vergnügen keinesfalls aus; im Gegenteil macht erst die Kombination von Intellekt und Sinnlichkeit ein Kunstwerk aus. Wenn es nur darum geht, Menschen zu befähigen, einen schärferen Blick auf die gesellschaftliche Realität zu gewinnen, kann ich mich auch mit einem wissenschaftlichen Text begnügen.

mir hier aber nicht darum, über den Wert dieses oder jenes klassischen Stücks zu diskutieren, ich will lediglich nochmals darauf hinweisen, daß die pauschale Aufwertung einer Musikrichtung, und die Abwertung einer anderen primär dazu dient, eine soziale Unterscheidung vorzunehmen – in geistreichere und weniger geistreiche Menschen.

Die Grenzen zwischen beiden Sphären sind allerdings in den vergangenen 50 Jahren unscharf geworden, weil einerseits der Bereich der "populären" Musik (also der "U-Musik") spätestens seit den Beatles kulturell deutlich "aufgewertet", und andererseits zeitgleich die klassische Musik zunehmend "popularisiert" wurde – Verdi-Opern wurden ebenso wie die "Zauberflöte" oder Beethovens neunte Symphonie (im wörtlichen Sinn) zum "Volksmusik Event". Die Frage, ob die Oper heutzutage noch als Vehikel sozialer Distinktion taugt, drängt sich unwillkürlich auf. Die Antwort dürfte "ja und nein" lauten. Wenn man sich das Publikum genauer ansieht, hat man zumindest bei einigen den Eindruck, daß sie nach der Aufführung auf dem Heimweg im Auto deutsche Schlager hören, und froh sind, diesen anstrengenden Abend endlich überstanden zu haben. Sollte dieser Verdacht zutreffen, so wäre bei diesen Personen der Opernbesuch vor allem sozial motiviert – etwas, das man über sich ergehen lassen muß, um den Nachbarn zu imponieren. Dumm nur, wenn eben jene Nachbarn genau dieses Motiv vermuten bzw. unterstellen. Will ich allerdings nicht die Nachbarn beeindrucken, sondern meinen Chef, der die Oper liebt, war die Eintrittskarte möglicherweise eine gute Investition. Allerdings kann mein Chef wiederum den Verdacht hegen, daß ich in Wirklichkeit Roland Kaiser bevorzuge, und "Don Giovanni" nur gehört habe, um mich bei ihm einzuschmeicheln. Ob die Oper als Mittel der sozialen Distinktion taugt, hängt somit in zweifacher Hinsicht vom Kontext ab: erstens muß das Milieu, in dem ich mich bewege (oder dem ich zugehören will), klassische Musik als "kulturell wertvoll" einschätzen und den Opernbesuch als erstrebenswert betrachten, und ich selbst muß als Opernbesucher "authentisch" sein und die Aufführung nicht nur über mich ergehen lassen, um "etwas Besseres" darzustellen.

Aber inwieweit orientieren sich einzelne Milieus überhaupt noch an anderen, in der sozio-kulturellen Hierarchie vermeintlich höherstehenden Gruppen? Möglicherweise nur sehr eingeschränkt. Anfang Juni 2019 feierte der hannoversche Bauunternehmer Günter seinen Geburtstag mit einem Konzert der Schlagersängerin Helene Fischer. Tausende von Gästen waren anwesend, neben dem aktuellen niedersächsischen Ministerpräsidenten auch Ex-Bundeskanzler Gerhard Schröder, Ex-Ministerpräsident Sigmar Gabriel sowie die gesamte Belegschaft des Bauunternehmens.<sup>55</sup> Im Vergleich z.B. zur Operngala mit Anna Netrebko, Yusif Eyvazov und der deutschen Kammerphilharmonie in der Bremer "Glocke" kann man das "kulturlos" und "typisch neureich" finden, aber ich gehe davon aus, daß jenen, die den Abend mit Helene Fischer genossen haben, das vollkom-

---

Guter "Kitsch" hingegen befähigt uns, zu erinnern – an Gefühle und Stimmungen, aber auch daran, was es für uns einmal bedeutete, ein "gutes Leben" zu leben. Dergestalt kann auch Kitsch (so sentimental aufgeladen er sein mag) unsere Selbstreflexion befördern. Gute Kunst stellt mithin eine echte Bereicherung meines Lebens dar – weshalb es auch durchaus lohnend ist, zumindest den Versuch zu machen, sich in auf den ersten Blick als "schwierig" empfundene Musikstücke hineinzuhören (es gibt viel zu entdecken, gerade auch für jene, die nicht als Kinder und Jugendliche an Musik und Kunst "herangeführt" wurden). Schlechte Kunst hingegen ist selbstreferenziell und redundant und dient lediglich der Selbstvergewisserung "etwas Besseres" oder im Minimum "anders" zu sein, während schlechter Kitsch lediglich Selbstmitleid erzeugt. (Selbstverständlich kann das gleiche Bild oder die gleiche Musik subjektiv als das eine oder das andere wahrgenommen werden. Kunst kann in der individuellen Rezeption zu Kitsch werden, Kitsch zu Kunst, gute Kunst zu schlechter, und auch vermeintlich guter Kitsch ist manchmal für Dritte schwer erträglich.)

<sup>55</sup> <https://www.neuepresse.de/Hannover/Meine-Stadt/Bauloewe-Papenburg-Party-zum-80.-in-der-Tui-Arena-mit-Helene-Fischer>, "Neue Presse", Artikel vom 3.6.2019.

men gleichgültig wäre – weil ihre Vorlieben sich nicht an der "hohen Kultur" orientieren, sondern sie sich gewisser Hinsicht "selbst genügen".<sup>56</sup>

Auch wenn den Besucherinnen und Besuchern des Helene Fischer-Konzerts egal sein mag, was andere über sie denken, *so wird doch über sie geurteilt*. Das dürfte der zentrale Punkt sein. Wir können mit einiger Sicherheit davon ausgehen, daß aus Perspektive des Bildungsbürgertums "deutscher Schlager" auf "Kleinbürgertum" oder sogar "Unterschicht" verweist, und mit "ungebildet" und "unkultiviert" assoziiert ist; im Gegensatz dazu ist "Oper" nach wie vor ein bezeichnendes Symbol das "kultiviert" und "gebildet" konnotiert. Die Werteskala, auf der diese Attribute angeordnet sind manifestiert sich nicht zuletzt in der Kulturförderung, und dies ist das stärkste Indiz für das Fortbestehen der kulturellen Wertehierarchie: Politisch wird gefördert, was für kulturell wertvoll gehalten wird, zum Beispiel Oper, Theater oder moderner Tanz und nicht die "volkstümlichen" Formen der Unterhaltung (obwohl sicherlich bei manchen auch das Schlagerkonzert eine tiefe Erschütterung hervorruft). Das mag man persönlich durchaus für angemessen und richtig halten, so lange aber der Opernbesuch eine elitäre soziale Geste ist, führt die derzeitige "Kulturpolitik" wahrscheinlich eher zu einer Verfestigung sozialer Ungleichheiten und Vorurteile, als daß sie die Menschen in der Summe interessierter und reflektierter macht.<sup>57</sup> Aber das ist nur eine Vermutung, der wir hier nicht weiter nachgehen können.

"Kulturelles Kapital" hat mithin sowohl eine relative wie auch eine quasi-universelle Dimension: Einerseits hängt vom jeweiligen Kontext ab, inwiefern meine kulturellen Vorlieben die Zugehörigkeit zu einer Gruppe oder einem Milieu anzeigen, andererseits besteht nach wie vor eine übergreifende Hierarchie der kulturellen Wertigkeit, die sich in der staatlichen Kulturförderung manifestiert – auch wenn dieser Maßstab nicht mehr universell akzeptiert wird. Letzteres ist zumindest eine naheliegende Vermutung, die aber empirisch (z.B. durch eine Befragung des Publikums eines Schlager-Konzerts zu ihrer Einstellung zur Oper) belegt werden müßte. Derartige Untersuchungen fehlen allerdings derzeit fast vollständig, wir wissen weder, was die Menschen jeweils als in kultureller Hinsicht erstrebenswert erachten, noch was sie für sich als "unkultiviert" ablehnen. Welche Konsequenzen hat das für die Beschaffenheit des "sozialen Raums"?

Will man diesen adäquat beschreiben, muß man m.E. zunächst versuchen, "relevante Milieus" anhand von typischen Einstellungen und Konsumgewohnheiten zu identifizieren, und anschließend herausfinden, woran sich diese Gruppen jeweils orientieren und wogegen sie sich abgrenzen. In Abbildung 7 ist das *hypothetische Ergebnis* einer derartigen Untersuchung skizziert, der Darstellung fehlt allerdings weitestgehend die empirische Fundierung, sie soll primär zur weiteren Reflexion und Diskussion anregen. Ich bin dabei von folgenden Prämissen ausgegangen, die teilweise vorstehend bereits angerissen wurden:

- Das gesellschaftliche "Oben" und "Unten" ist nach wie vor relativ klar kulturell "kodierte". Fragt man die Menschen, was sie einerseits für sich bzw. ihre Kinder anstreben, und wogegen sie sich andererseits abgrenzen, dürfte eine recht klar konturierte

---

<sup>56</sup> Ob das früher anders war, d.h. in der Gesellschaft des deutschen Kaiserreichs, die uns als Referenzmodell für den Mechanismus des imitativen Konsums diene, kann ich nicht beantworten. Einerseits existierte noch bis in die jüngere Vergangenheit eine eigene "Kultur der Arbeiterklasse", diese orientierte sich aber trotz der sozialen Segregation sehr weitgehend an dem, was die Elite als kulturelle Norm vorgab.

<sup>57</sup> Wir können zudem mit ziemlicher Sicherheit davon ausgehen, daß Kinder, deren Eltern Schlager hören, im Schnitt deutlich geringere Chancen auf einen Hochschulabschluß haben als die Nachkommen von Opernbesuchern, das ist allerdings nicht unser Thema.

Hierarchie sichtbar werden, an deren Spitze nach wie vor eine "Elite" steht, die sich aus "altem Geld" und etabliertem Bildungsbürgertum zusammensetzt.

- Wenngleich die Abgrenzung nach "Unten" wahrscheinlich bei einer entsprechenden Befragung ein relativ kohärentes Bild ergibt (jede und jeder weiß, was er oder sie *nicht* ist, bzw. nicht sein will), wird sich die kulturelle "Aspiration" (die Orientierung nach "oben") hingegen komplexer darstellen, da es offenbar Milieus gibt, die sich eher "selbst genügen", d.h. sich hinsichtlich ihres "Geschmacks" nicht am Bildungsbürgertum orientieren, und dessen Lebensstil möglicherweise sogar ablehnen.
- Die spezifischen kulturellen Vorlieben der Milieus sind Teil komplexer "Cluster" von Dingen, die mit hoher Wahrscheinlichkeit gemeinsam auftreten: Zum Schlager gehören Bier (zumindest in Norddeutschland), Fast-Food und "Bild"-Zeitung; zur Oper hingegen Wein, Restaurants und die "Frankfurter Allgemeine" oder die "Zeit" usw. Die Attribute, welche ich in der Abbildung unterhalb der x-Achse aufgeführt habe, stellen aber allenfalls eine vage Annahme bezüglich der kulturellen Vorlieben der jeweiligen Gruppen dar und sind empirisch nicht belegt, es ging mir lediglich um eine Illustration der Differenz.
- Das Konsumverhalten der Individuen befindet sich zwar keineswegs durchweg in völliger Übereinstimmung mit den kulturellen Normen ihres Milieus, die Menschen sind heutzutage aber auch keine "kulturellen Allesfresser" mit sozial entkoppelten Vorlieben (vgl. Warde et.al. 2007). Uns steht fraglos im Vergleich zu 1914 eine ungleich größere Bandbreite insbesondere an Musik, Literatur und Filmen zur Verfügung, durchgängig wird aber zumindest aus Perspektive des nach wie vor definitionsmächtigen Bildungsbürgertums zwischen "guter" und "schlechter" Kunst (bzw. "Kitsch" oder "Schund") unterschieden; dies gilt für populäre Musik (Beatles vs. Dieter Bohlen) ebenso wie für den Medienkonsum (Deutschlandfunk vs. "Dschungelcamp") und sogar Comics (Graphic Novel vs. "Superman"). Gezielte Normverletzungen von Angehörigen der "gehobenen" Milieus z.B. in Gestalt von *bad taste*-Parties sind durchweg ironisch gemeint und auch entsprechend kenntlich. Die kulturelle Norm "*Niemand, der etwas auf sich hält, hört zu Hause deutsche Schlager*" bleibt unverändert, auch wenn ich einen ganzen Abend lang "Ein Bett im Kornfeld" gegrölt haben sollte (in Umkehrung des Prinzips "*pas devant les enfants*").

Auch wenn die von diesen Hypothesen ausgehende Anordnung der einzelnen "Milieus" im sozio-kulturellen Raum und die Zuordnung gewisser kultureller Präferenzen auf den ersten Blick durchaus mit der Alltagserfahrung übereinstimmen mag, muß ich nochmals betonen, daß sie keine belastbare empirische Grundlage hat und lediglich eine Diskussionsgrundlage darstellen soll. Möglicherweise gibt die Darstellung zumindest in Teilen eher meine eigenen Vorurteile wieder als die gesellschaftliche Realität! Die Skizze des des aktuellen "sozialen Raums" in Abb. 7 kann ebenso wie die nachfolgenden Erläuterungen mithin nur einen Anknüpfungspunkt für weitere Reflexionen und Untersuchungen liefern:

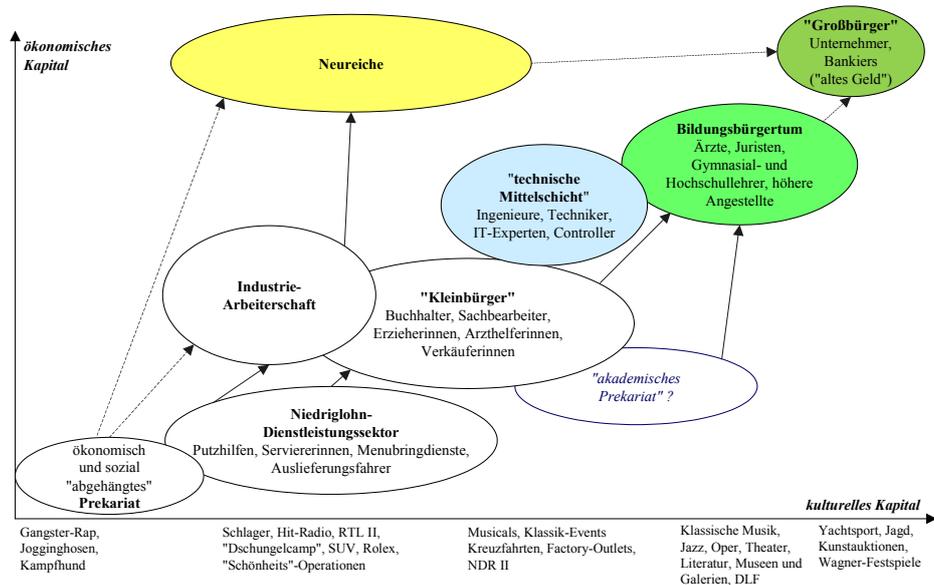


Abb. 7: Modellhafte Darstellung des sozialen Raums unter Einbeziehung der Aspirationen

(a) Die Unsicherheit beginnt bereits bei der Postulierung der Existenz einer vom etablierten Bürgertum abgegrenzten gesellschaftlichen "Elite". Da Mike Savage und seine Arbeitsgruppe bei ihrer (Re-)Konstruktion der gesellschaftlichen Klassen im Rahmen des "Great British Class Survey" (GBCS, vgl. Savage et.al.: 2013), von deren Fortbestand ausgingen, habe ich diese Annahme in mein Schema übernommen. Das Problem mit diesen Menschen ist allerdings, daß man (bzw. ich) sie nicht persönlich kennt und auch nicht oder nur selten zu Gesicht bekommt. Das paßt allerdings zu den Attributen, welche das "Großbürgertum" bzw. das "alte Geld" (in Unterschied zu "Neureichen") auszeichnet: Wer sein Vermögen nicht erst seit gestern hat, protzt damit nicht, sondern pflegt ein ausgeprägtes "Unterstatement", das sich deutlich von dem prätentiosen Gehabe jener unterscheidet, die ihren Reichtum bei jeder Gelegenheit zur Schau stellen. Eine derartige Vulgarität ist der "Elite" fremd, sie begegnet den "Parvenüs", den "Emporkömmlingen" möglicherweise bei Regatten, bei Reitsportveranstaltungen, Kunstauktionen und den Wagner-Festspielen in Bayreuth; beide Gruppen vermischen sich aber nicht. Oder vielleicht doch? Gibt es noch jene distinguierten Industriellen, Kaufleute und Bankiers, die als Arbeitgeber, Wohltäter und Kunstmäzene exemplarisch für jene Verbindung von Geld und "Geist" standen, welche wie gesehen auch dazu diente, das gravierende ökonomische Gefälle in den Industriegesellschaften zu legitimieren? Ich weiß es offen gestanden nicht (die vorstehende Kontrastierung gibt denn auch weitgehend die Sicht meiner Großmutter wieder, die sehr klar zwischen "altem" und "neuen" Geld zu unterscheiden verstand), und muß die Frage unbeantwortet lassen.

(b) Ich bin mir auch nicht sicher, ob nach wie vor eine "kulturelle Wertegemeinschaft" zwischen Großbürgertum und "Bildungsbürgertum" existiert (die sich früher wie erwähnt nicht zuletzt in der Beherrschung der lateinische Sprache manifestierte). Jedenfalls dürfte sich letzteres nach wie vor ebenfalls als "Elite" verstehen, zumindest in kultureller Hinsicht. Alternativ kann man diese Gruppe (in Anlehnung an den GBCS) auch als "etablierte Mittelschicht" bezeichnen, da sie sich erstens aufgrund des hohen Grads an formaler Qualifikation (i.d.R. Universitätsabschluß) in einer relativ gesicherten be-

ruflichen Position befinden, und sie zweitens mit hoher Wahrscheinlichkeit diesem Milieu entstammen und nicht "aufgestiegen" sind (das deutsche Bildungssystem ist diesbezüglich hochgradig sozial selektiv). Wenngleich die politischen Einstellungen der Angehörigen dieser Schicht derart stark differieren dürften, daß u.U. noch eine weitere Unterscheidung in z.B. "liberal-konservatives" und "linksalternatives" Bildungsbürgertum vorgenommen werden könnte, ist nichtsdestotrotz davon auszugehen, daß sie "anspruchsvolle" Unterhaltung bevorzugen und vielfältigen kulturellen Aktivitäten nachgehen – was für sie selbstverständlich ist, wenn sie aus einem entsprechenden Elternhaus stammen, sie wurden entsprechend sozialisiert (so wie sie selbst mit ihren Kindern z.B. Museen und Ausstellungen besuchen). Diese Selbstverständlichkeit dürfte dann auch mit einem gewissen "Understatement" in kulturellen Angelegenheiten einhergehen: man geht in die Oper und genießt (oder ärgert sich über die Inszenierung oder den Dirigenten), tauscht sich mit Freunden darüber aus, aber brüstet sich nicht damit – wie könnte man auch, wenn es doch völlig selbstverständlich ist, in die Oper zu gehen? Man hat sogar die Freiheit, *nicht* in die Oper zu gehen, oder einzelne Komponisten abzulehnen. Wer eine Menge über Kunst weiß, darf diesen oder jenen Komponisten, Künstler oder Schriftsteller einfach nur "schlecht", "nichtssagend" oder eben "präntiös" finden, und das auch öffentlich kundtun, ohne sich als "Kretin" oder "Banausen" zu diskreditieren.<sup>58</sup>

(c) Gegen diese "etablierte" Gruppe ist m.E. ein Milieu der "technischen Mittelschicht" abzugrenzen,<sup>59</sup> welches sich aus Personen mit Abschlüssen in Ingenieurwissenschaften, Informatik und ähnlichen Studiengängen zusammensetzt, welche eine deutlich geringere "Kulturaffinität" aufweisen und keineswegs das "Bildungsbürgertum" imitieren dürften. Woran die einzelnen Milieus sich in ihrem Konsumverhalten orientieren, kann zwar derzeit weitgehend nur gemutmaßt werden, allerdings hat eine explorative Untersuchung zum Konsumverhalten, die Studierende mit 28 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus dem öffentlich-rechtlichen Sektor durchführten, eine erstaunliche kulturelle "Selbstgenügsamkeit" der dieser Gruppe zuzurechnenden Personen aufgezeigt. Insofern es sich bei den Befragten um Akademikerinnen und Akademiker mit technischer Qualifikation handelte, schein deren Aspiration deutlich begrenzt zu sein, die "Statussymbole" verwiesen primär auf das eigene Milieu. Allerdings war die Abgrenzung gegenüber "konsumorientierten" Menschen im Sample deutlich präsent, was sich insbesondere in der Abwertung von Markenkleidung manifestierte.<sup>60</sup>

(d) Unterhalb der technischen Berufe ist in der Einkommenshierarchie der traditionellen Dienstleistungssektor angesiedelt, in welchem primär Personen ohne Hochschulabschluß, aber mit Berufsausbildung tätig sind: kaufmännische Angestellte, Verkäuferinnen, Arzthelferinnen und Krankenpfleger, Erzieherinnen usw., also jene Schicht, die auch als "Kleinbürgertum" bezeichnet werden kann. Die Angehörigen dieser Gruppe dürften sich hinsichtlich ihrer Aspiration entweder an der technischen Mittelschicht oder dem Bildungsbürgertum orientieren (ersteres in beruflicher<sup>61</sup> und letzteres in kultureller Hinsicht), wenngleich sie *de facto* im Rahmen ihrer materiellen Möglichkeiten ei-

<sup>58</sup> Vgl. die erwähnten "Bad Taste Parties" bei denen sich ein elitäres Klientel herausnimmt, was sonst nicht "standesgemäß" wäre und z.B. laut Schlager mitsingt; ebenso wie "Guilty Pleasures", bei denen der kollektive Konsum von Scripted Reality TV ein wöchentliches Ritual ist.

<sup>59</sup> Ich habe den Begriff ebenfalls aus dem Great British Class Survey entlehnt, allerdings die dort getrennt aufgeführten Gruppen der "*technical middle-class*" und der "*new affluent workers*" zusammengezogen, weil mir das zumindest für deutsche Verhältnisse als passender erschien.

<sup>60</sup> Ob und inwiefern dies daraus resultiert, daß es sich bei den Befragten um soziale Aufsteiger handelte, die jeweils besser qualifiziert waren als ihre Eltern, kann ich nicht sagen, da wir die entsprechenden Daten im Rahmen der Exploration nicht erhoben hatten.

<sup>61</sup> D.h. im Hinblick auf die für ihre Kinder präferierten Studiengänge.

nen eher konsum- als kulturorientierten Lebensstil pflegen, und das Musical der Oper, das *factory-outlet* dem Theater und den Freizeitpark einer Wanderung vorziehen. Aber auch das ist lediglich eine Vermutung.

(e) Wenngleich Verkäuferinnen im Unterschied z.B. zu Arbeitern in der Automobilindustrie nicht eben gut verdienen, dürfte dennoch eine recht klare Grenze zwischen den "traditionellen" und den neuen Dienstleistungsberufen bestehen, welche den Niedriglohnsektor bilden. Putzhilfen, Auslieferungsfahrer und Zimmermädchen verfügen sehr oft über keine berufliche Ausbildung, weshalb sie sich mit dem Mindestlohn zufriedengeben müssen, was ihre materiellen Möglichkeiten immens beschränkt. Es ist naheliegend, daß die Angehörigen dieser Gruppe danach streben, ihren Kindern ein besseres Leben, d.h. beruflichen Aufstieg zu ermöglichen (sie können mithin ausgesprochen "bildungsaffin" sein); allerdings fehlt es ihnen oftmals an der erforderlichen Bildung um dieses Ziel verwirklichen zu können (ich hatte bereits erwähnt, daß Bildungsverläufe in Deutschland hochgradig herkunftsabhängig sind); sie möchten sich vielleicht auch kulturell an "besseren Kreisen" orientieren, aber sie sind viel zu weit von diesen entfernt. Die im Niedriglohnbereich Beschäftigten befinden sich zwar aufgrund ihrer unzureichenden beruflichen Qualifikation in einer prekären sozialen und ökonomischen Situation, man sollte diese Gruppe aber vom sog. "Prekariat" abgrenzen, da dieses Etikett unangemessen ist, nicht zuletzt aufgrund der kulturellen Abwertung, die es transportiert.

(f) Das "Prekariat" umfaßt all jene, die am untersten Ende der sozialen Stufenleiter stehen, es sind die von der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklung "Abgehängten", welche die Hoffnung auf soziale Teilhabe weitgehend aufgegeben haben. Während die Angehörigen des Niedriglohn-Milieus um soziale Anerkennung und Aufstiegschancen für ihre Kinder kämpfen, strebt das "Prekariat" nicht länger nach "Respektabilität", sondern "läßt sich gehen". Das ist zumindest das gängige Klischee: Übergewicht,<sup>62</sup> "Unterschichtfernsehen", Alkohol, Zigaretten und Ignoranz prägen das Bild dieser Menschen, die häufig pauschal mit "Hartz IV-Bezieher" gleichgesetzt werden. Da ich mich mit der sozialen Konstruktion der "Unterschicht" an anderer Stelle ausführlicher befasse (im bereits erwähnten Skript zu Geschichte und Strukturen sozialer Ungleichheit), will ich hier nicht näher darauf eingehen.

Es existiert allerdings tatsächlich ein im wahrsten Sinne des Wortes "subkulturelles" Milieu, welches sich den gesellschaftlichen Normen komplett verweigert und sich im Konsumverhalten klar gegen die geltenden Normen der "Respektabilität" abgrenzt. Jogginghosen, Kampfhunde, "Gangster-Rap", Rolex-Imitate und "breitbeiniges" Auftreten sind Kennzeichen von Jugendlichen (vor allem solchen mit Migrationshintergrund), die in der deutschen Gesellschaft nicht "angekommen" sind. Deren aktive Selbstausgrenzung mittels demonstrativer Geringschätzung "bürgerlicher" Werte geht einher mit einer Affinität zum "kriminellen Milieu", zu Gewalt, zum "schnellen Geld" und schnellen Autos. Inwiefern das nur Ausdruck einer Protesthaltung ist, und diese Jugendlichen dann als Erwachsene bei McDonald's Hamburger braten oder für die City-Post Briefe austragen, oder ob sie tatsächlich Zuhälter, Schutzgelderpresser und Drogenhändler werden, kann ich nicht beurteilen. In jedem Fall aber ist diesbezüglich in Rechnung zu stellen, daß Kinder aus bildungsfernen und auch wenig bildungsaffinen Milieus der berufliche Aufstieg weitgehend verwehrt bleibt. Es ist vielleicht wenig erstaunlich, wenn Jugendliche ohne Schulabschluß und Perspektive sich eher an dem orientieren, was sie

<sup>62</sup> Zu der Zeit, als die Angehörigen der Arbeiterklasse noch einen Großteil ihres Lohns für Lebensmittel ausgeben mußten, galt ein "Wohlstandsbauch" als Zeichen sozialer Distinktion. Heutzutage wird eine vergleichbare Erscheinung (bei Männern) hingegen abwertend als "Bierbauch" bezeichnet, und ist Anzeichen dafür, daß die Person "sich gehen läßt".

erreichen können, als daran, was für sie ewig unerreichbar bleiben wird – die Wertschätzung der "Mehrheitsgesellschaft".

(g) Die Geringschätzung "bürgerlicher Werte" ist allerdings keineswegs auf eine semi-kriminelle Subkultur der "Abgehängten" begrenzt. Ein gewisses Maß an offensiver Ignoranz ist auch für viele "Neureiche" kennzeichnend. Die Gruppe der "Neureichen" (deren Existenz unbestritten ist, weil jede und jeder sich unter dem Begriff etwas vorstellen kann) dürfte aber sehr heterogen sein, ihr gemeinsame Nenner besteht vielleicht nur in der demonstrativen Zurschaustellung des eigenen Wohlstands – um zu dokumentieren, "es geschafft zu haben". Einige Neureiche haben sich im Zuge ihres ökonomischen Aufstiegs teilweise Dinge angeeignet, die zuvor der "Elite" vorbehalten waren: sie bewohnen Villen, spielen Golf oder Tennis, fahren überdimensionierte Automobile und besitzen Motoryachten. Aber längst nicht alle Angehörigen dieses Milieus führen sich auf wie osteuropäische Oligarchen oder Ölscheichs, möglicherweise pflegen sie im Gegenteil sogar eine gewisse demonstrative "Volkstümlichkeit", mit welcher sie sich gleichermaßen (mehr oder weniger bewußt) gegen die etablierte Elite und das Bildungsbürgertum abheben.<sup>63</sup> In jedem Fall gilt: man zeigt, was man hat (bzw. was man geschafft hat), und versteckt seinen hart erarbeiteten Wohlstand nicht. Die zentrale Frage ist aber, was diese "Neureichen" für ihre Kinder anstreben. Sind sie bestrebt, ihren Kindern eine möglichst gute schulische und universitäre Ausbildung zu verschaffen (ihnen "Manieren beizubringen"), um in den nachfolgenden Generationen den Reichtum der Familie sozusagen kulturell zu "legitimieren"? Oder "vererben" sie ihren Habitus an ihre Nachkommen, weil sie keinerlei Interesse an "höherer" Kultur und akademischer Bildung haben?

(h) Diese Frage könnte gleichfalls für die (gutverdienende) Industriearbeiterschaft relevant sein. Die in den industriellen Kernbereichen Beschäftigten (Automobil- und chemische Industrie, Maschinen- und Anlagenbau) sind in kultureller Hinsicht möglicherweise deutlich stärker an eher "neureichen" Konsumgewohnheiten orientiert als am Bildungsbürgertum; d.h. sie ist ggf. in der Summe ebenfalls eher an materiellen Statussymbolen wie Autos, Fernreisen und Eigenheimen interessiert als an "bürgerlicher" Kultur. Die Abgrenzung gegen deren Werte könnte sich in einer Vorliebe für die Vulgarität eines Dieter Bohlen, einer Heidi Klump oder eines Mario Barth niederschlagen – eine Vorliebe, die aber wohl kaum von allen Angehörigen dieser Gruppe geteilt wird! Angehörige der "traditionellen" Arbeiterklasse können ebenso gut ausgesprochen bildungsaffin sein, und ihre Freizeit lieber mit den Kindern in der Natur verbringen als vor dem Fernseher oder im Einkaufszentrum. Eine klare Unterscheidung der Milieus anhand der ausgeübten Berufe ist ohnehin problematisch; allein schon deshalb, weil die Industriearbeiterschaft traditionell eher eine männliche, die Dienstleistungsberufe hingegen primär eine weibliche Domäne sind (dies gilt nach wie vor). Wie die kulturellen Prägungen in Familien aussehen, in welchen der Vater z.B. am Fließband, die Mutter hingegen im Büro tätig ist, wäre noch genauer zu untersuchen; nicht zuletzt auch im Hinblick auf die Frage, wer die berufliche und kulturelle Aspiration einer Familie prägt. Will man eine belastbare soziale "Kartierung" erarbeiten, muß deshalb die Familie bzw. der Haushalt die Analyseeinheit sein.

(i) Ich hatte in dem Schema des sozialen Raums schließlich noch ein als "akademisches Prekariat" bezeichnetes Milieu aufgeführt, um dem Sachverhalt Rechnung zu tragen, daß mittlerweile eine große Zahl von Hochschulabsolventinnen und –absolventen unterhalb ihres Qualifikationsniveaus tätig ist. Schätzungen zufolge sind zwischen 19

---

<sup>63</sup> Diese "Volkstümlichkeit" ist nicht mit "Understatement" zu verwechseln.

und 33 Prozent der deutschen Hochschulabsolventinnen und -absolventen "unterwertig" beschäftigt, d.h. sie üben eine Tätigkeit aus, die nicht ihrem Abschluß entspricht (vgl. Kracke 2016:178). Mir stellt sich allerdings die Frage, wie qualifiziert diese Personen tatsächlich sind. Möglicherweise sind sie keineswegs "unter Wert" beschäftigt, weil ihre Abschlüsse weniger wert sind, als der Titel behauptet. Die Aufblähung des Hochschulsektors könnte in den vergangenen Jahren dazu geführt haben, daß immer mehr Absolventinnen und Absolventen die Universitäten und Fachhochschulen verlassen, für die auf dem Arbeitsmarkt kein entsprechender Bedarf besteht. Insbesondere wenn sie nur mittelmäßige Examensnoten haben, hätten diese Personen wahrscheinlich besser eine Berufsausbildung absolviert. In Ermangelung besserer Daten habe ich mich entschlossen, die Gruppe gesondert aufzuführen, weil hier möglicherweise "kulturelles Kapital" und Aspiration deutlich von der sozialen Lage (d.h. der ökonomischen Situation) abweichen, persönlich bezweifle ich aber den Wert der Abschlüsse, d.h. die Qualifikation der fraglichen Absolventinnen und Absolventen. Aber auch diese Vermutung wäre deutlich besser zu untersuchen.<sup>64</sup>

Die vorstehenden Ausführungen sollten wie gesagt vor allem dazu dienen, den Problemhorizont zu umreißen, sie sind nicht Resultat empirischer Studien, sondern sollen primär Anregungen für ein verbessertes Design der Erforschung des "sozialen Raums", und damit auch der unserem Konsumverhalten zugrundeliegenden Motivationen geben. Momentan ist mir nicht einmal klar, ob die vorstehend skizzierten Milieus die gesellschaftliche Realität einigermaßen adäquat abbilden. Ich hatte als "Maßeinheit" der horizontalen Achse am Begriff des "kulturellen Kapitals" festgehalten, weil ich die Anordnung der Milieus primär an deren durchschnittlichen Ausbildungsniveau orientiert habe. Dies ist aber alles andere als unproblematisch. Personen mit geringer formaler Qualifikation können ausgesprochen interessiert und reflektiert sein (und mit ihren Kindern basteln, ihnen vorlesen und gemeinsam mit ihnen die Natur entdecken), während umgekehrt Menschen mit Hochschulabschluß erstaunlich ignorant und ungebildet sein können (dafür aber vielleicht eingebildet). Die spezifischen kulturellen Orientierungen *können* vom Bildungsstand abhängen, *müssen* es aber keinesfalls. Da sich aber Werturteile auch auf derartige Orientierungen ("konsumaffin" versus "kulturaffin") und nicht nur auf "Geschmack" beziehen (der "Lebensstil" umfaßt beides), muß das Konzept des "kulturellen Kapitals" wahrscheinlich nochmals wesentlich gründlicher durchdacht werden, als ich es hier leisten konnte.<sup>65</sup>

Für eine dezidierte Untersuchung der doppelten Hierarchie der Menschen und der Dinge wäre zudem systematisch zu erforschen, was den Menschen einer bestimmten sozialen Schicht bzw. eines Milieus erstrebens- oder nachahmenswert erscheint, und wogegen sie sich nach "unten" hin abgrenzen. Was "paßt zu mir", und was nicht; wer trägt z.B. die Kleidung, die ich für mich als unpassend empfinde, und was will ich wiederum mit meinem Kleidungsstil signalisieren? Diese Fragen erscheinen vielleicht auf den ersten Blick trivial, tatsächlich aber sollten sie, wenn sie richtig gestellt (d.h. operationalisiert) sind, die gesamte sozio-kulturelle Hierarchie erschließen.

<sup>64</sup> Die vermeintliche oder tatsächliche "unterwertige" Beschäftigung betrifft nicht zuletzt auch Personen mit Migrationshintergrund. Der Wert deren Abschlüsse hängt neben der fachlichen Komponente vor allem auch davon ab, inwieweit sie die deutsche Sprache beherrschen. Eine Ingenieurin, die nicht fließend Deutsch spricht, kann schwerlich als Ingenieurin arbeiten, solange sie nicht in der Lage ist, über komplexe Sachverhalte verbal zu kommunizieren.

<sup>65</sup> Vielleicht ist eine letztlich normative Kategorie wie "Kultur" aufgrund ihres "relationalen" Charakters aber auch grundsätzlich ungeeignet, um ein aussagefähiges Abbild der sozio-kulturellen Hierarchie zu liefern (auf der Basis von Werturteilen wie "kultiviert" und "ignorant").

Im Rahmen einer empirischen Bestandsaufnahme der "Aspiration" einzelner Schichten bzw. Milieus wäre darüber hinaus bedeutsam zu fragen, welche Studiengänge bzw. Berufe für die Kinder im Zuge eines "Aufstiegs durch Bildung" angestrebt werden. *Sollen* Kinder von Arbeitern Maschinenbau oder Elektrotechnik studieren, während Ingenieure sich wünschen, daß ihre Sprößlinge Medizin oder Jura studieren, und Ärzte schließlich ihren Nachwuchs anspornen, sich für Physik oder Archäologie einzuschreiben, um die letzten Geheimnisse des Universums oder der Geschichte zu enthüllen? Eine gegenüber den SINUS-Milieus verbesserte Typisierung der Milieus müßte zwingend die diesbezüglichen Aspirationen, aber auch die möglicherweise weit verbreiteten Abstiegsängste abbilden. Ich kann und will an dieser Stelle allerdings kein vollständiges Forschungsdesign entwickeln, denn erstens dient der vorliegende Text zu Einführung und zweitens bin ich dazu derzeit auch noch nicht imstande. Insofern die vorstehenden Ausführungen die Leserinnen und Leser anregen sollten, ihr eigenes soziales Umfeld und ihr Verhalten zu reflektieren, dürften sie aber vorerst ausreichen.<sup>66</sup>

Welche Konsequenzen das Gesagte für das Problem des ständig anwachsenden Konsumniveaus hat, wäre ebenfalls noch genauer zu untersuchen. Es liegt allerdings nahe, daß die soziale Verortung mittels Konsumgütern – sei es der überdimensionierte Stadtgeländewagen, das freistehende Einfamilienhaus "auf der grünen Wiese" oder auch nur der tägliche Fleischkonsum – für bestimmte Gruppen wichtiger sein dürfte als für andere. Ein "postmaterialistischer" Lebensstil steht womöglich nur jenen offen, die sich ihrer gesellschaftlichen Position sicher sind und sich ein gewisses Maß an "Nonkonformismus" leisten können.<sup>67</sup> Während die Armen, die Angst haben gänzlich "abgehängt" zu werden, viel materiellen Aufwand betreiben um ihre Zugehörigkeit mittels sichtbarer Zeichen zu dokumentieren, huldigen fest in der oberen Mittelschicht verankerte Akademikerkinder dem "*living poor with style*" (auch wenn sie tatsächlich alles andere als arm sind). Zumindest drängt sich dieser Eindruck beim Vergleich von Schulkindern auf: während die einen ihre ohnehin knappen Mittel aufs Äußerste strapazieren, um ihre Sprößlinge mit Markenkleidung und -Tornistern auszustatten, trägt der Nachwuchs der anderen die Kleidung der Geschwister auf oder kauft Second Hand – deren Eltern müssen nichts beweisen oder darstellen (außer vielleicht ihre Geringschätzung materieller Werte). Inwiefern es tatsächlich teurer ist, arm zu sein, wäre aber ebenfalls noch empirisch zu klären, ob die gerade skizzierten Eindrücke tatsächlich zur Verallgemeinerung taugen, ist keineswegs klar.<sup>68</sup>

Ich werde im folgenden Abschnitt nochmals die Grundlagen der Symbolik des Konsums zusammenfassend rekapitulieren, bevor ich erneut auf die Ursachen des expansiven Konsumniveaus zurückkomme.

---

<sup>66</sup> Allerdings ist bei der Lektüre in Rechnung zu stellen, daß dieses Skript von der Diskussion im Seminar geprägt ist; eine Debatte darüber, was peinlicher ist: eine "Rolex"-Uhr oder deren "Prolex"-Imitat für 19,90 Euro, kann nur in einem spezifischen Milieu geführt werden. Auch wenn also die oben angeführten illustrativen Beispiele einem gewissen Bias unterworfen sind, der dem Selbstverständnis einer akademischen "Subkultur" geschuldet ist, ist die moralische Abwertung anderer Menschen aufgrund von deren "Lebensstil" nichtsdestotrotz allgegenwärtig.

<sup>67</sup> Oder eben Menschen, denen gleichgültig ist, was die anderen von ihnen halten, ob sie als "respektabel" gelten oder nicht ("Ist der Ruf erst ruiniert, lebt's sich gänzlich ungeniert").

<sup>68</sup> Die soziale Positionierung mittels Konsum kann aber auch eine Dimension beinhalten, die weniger "exklusivistisch" als "inklusionistisch" ist, da das Produkt ein virtuelles Band zwischen Menschen unterschiedlicher Klassen und Kulturen herstellt, wie z.B. ein Film mit Bollywood Star Sha Rukh Khan oder eine Tube Colgate-Zahnpasta.

### Exkurs: Die Symbolik der Konsumgüter

Insofern wir uns mittels unseres Auftretens und unserer Vorlieben (von der Kleidung über den Kunst- und Musikgeschmack bis zum Automobil) sozial verorten, handelt es sich bei materiellen Objekten und "Kulturgütern" um Symbole, die eine Bedeutung transportieren bzw. transportieren sollen. Insofern ähneln sie den Wörtern der Sprache.

Die Sprache ist ein System aus bedeutungsvollen Zeichen (Semantik) und Regeln zu deren Verwendung (Grammatik), welches uns ermöglicht, miteinander zu kommunizieren. Das sprachliche Zeichen gemäß der berühmten Definition des Genfer Linguisten Ferdinand de Saussure aus einer Verbindung von Lautbild und Vorstellung (Signifikant und Signifikat, vgl. Abbildung 8). Auch wenn sich die Kommunikation mit den Mitmenschen oft als schwierig gestaltet, weil sie unsere Sätze einfach nicht verstehen (oder vielleicht auch nicht verstehen wollen), so ist nichtsdestotrotz zumindest auf der Ebene der Worte deren Bedeutung recht klar definiert, das gilt für "Baum" ebenso wie für "Ambivalenz" oder "Distinktion" – wer sich der Bedeutung eines Begriffs nicht sicher ist, kann ein Wörterbuch zu Rate ziehen (die Mißverständnisse beginnen erst dort, wo ich mich auf die Ebene der übertragenen Bedeutungen begeben und z.B. "Liebe" meine und "Massenanziehung" sage). So hat sich die deutsche Sprache in den vergangenen 250 Jahren erstaunlich wenig verändert, ein Roman aus der zweiten Hälfte des 18. Jahrhundert wie z.B. "Anton Reiser" von Karl Phillip Moritz ist uns unmittelbar zugänglich.

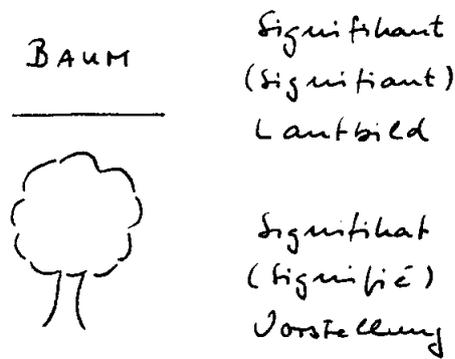


Abb. 8: Sprachliches Zeichen

Dieses "Kontinuitätsprinzip" gilt aber lediglich für den Bereich der (sprachvermittelten) **diskursiven Symbolik**. Die den Konsumgütern zugeschriebenen Bedeutungen gehören hingegen der Sphäre der **präsentativen Symbolik** an, und hier gilt das Prinzip der Konstanz und des universellen Konsens *nicht*. D.h. es gibt zwar "Stilberater", aber *kein* universell, d.h. überzeitlich gültiges Lexikon des guten Geschmacks. Ein solches zu erstellen wäre auch deshalb nicht möglich, weil wie gerade gesehen in unterschiedlichen sozialen Kontexten ggf. andere Maßstäbe angelegt werden, und weil sich die den einzelnen Objekten zugeschriebenen Bedeutungen über die Zeit verändern können.

Insbesondere Moden und Marken sind einem permanenten "Wertewandel" unterworfen. Was gestern noch angesagt und "cool" war, kann heute bereits altbacken und "uncool" sein; wer "dazu gehören" will, darf die sich wandelnden Trends keinesfalls verpassen. Diese Devise gilt wie bereits erwähnt für jedes kompetitive Umfeld, für junge Menschen und deren "Cliques" ebenso wie für bestimmte Nachbarschaften. Eine Marke, die im vergangenen Jahr noch ein "Muß" war, kann plötzlich inakzeptabel sein, weil "Proleten" sie sich angeeignet haben, ähnliches gilt für bestimmte Stile. Zwar existieren durchaus einige dauerhaft "werbeständige" Kleidungsstücke bzw. Accessoires wie z.B. handgenähte Schuhe, Jacken aus Harris-Tweed oder Kolbenfüllfederhalter, es be-

steht aber *immer* die Möglichkeit, in einem bestimmten Kontext unpassend oder einfach nur "altmodisch" gekleidet zu sein. Innerhalb einer Clique kann ich mir allerdings noch recht sicher sein, das Richtige zu tun; solange ich finanziell mithalten kann, muß ich lediglich den "Trendsettern" folgen. Problematischer ist das Auftreten gegenüber Personen, die ich nicht kenne, und deren soziales Umfeld mir fremd ist. Wir "etikettieren" uns mit modischer Kleidung, die uns auch deshalb gefällt, weil wir glauben oder hoffen, darin anderen zu gefallen,<sup>69</sup> aber die Signale, die wir mittels unseres "Stils" aussenden, werden oftmals gänzlich anders verstanden als intendiert – weil wir die Sprache der Adressaten nicht verstehen, die mit bestimmten Objekten gänzlich andere Vorstellungen verbinden als wir, oder als wir glauben. Und so sind dann diejenigen, die wir beeindruckt wollt, möglicherweise peinlich berührt.

Die Arbeitswelt ist ein geeigneter Bereich, um dies zu verdeutlichen: Eine gute Ausbildung ist zwar ebenso Vehikel für beruflichen Erfolg, aber unter Umständen weniger wichtig als der richtige "Habitus", welcher dem Gegenüber im Bewerbungsgespräch das Gefühl vermittelt, daß diese Person ins Unternehmen "paßt".<sup>70</sup> Was als "passend" empfunden wird, dürfte sich aber je nach Kontext deutlich unterscheiden; die gleiche Rolex-Uhr, mit der ich bei der Anlageberatungsgesellschaft meine Zugehörigkeit zum "Milieu" erfolgreich signalisiere, kann bei der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft als peinlich empfunden werden, weil dort elegantes "Understatement" gefragt ist. Diese Form der Auslese ist keinesfalls willkürlich; insofern die Rolex-Uhr Ausdruck meiner Persönlichkeit bzw. meiner inneren Einstellung ist, bringt diese sehr gut meine kulturelle "Passung" in ein Umfeld zum Ausdruck, welches von Geldgier und aggressiven Vertriebspraktiken geprägt ist, während ich "inkompatibel" für ein Unternehmen bin, in welchem Seriosität und Diskretion an erster Stelle stehen. Die gerade skizzierten Unternehmenskulturen dürften durchaus auch mit recht unterschiedlichen kulturellen Vorlieben einhergehen; und auch wenn die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ähnlich viel verdienen, gehören sie doch wahrscheinlich unterschiedlichen Milieus an, die eine jeweils recht differente Auffassung von "gutem Geschmack" haben.



Abb. 9: Präsentative Symbolik

Dieses Beispiel sollte ausreichen um zu illustrieren, was in einem Bewerbungsgespräch falsch laufen kann, ich muß Jogginghosen, Solarienbräune und Goldketten an dieser Stelle wohl nicht erwähnen. Um den Sachverhalt kurz zusammenzufassen: Das Verhältnis von Objekt und Bedeutung verändert sich im Bereich der präsentativen Warensymbolik (insbesondere bei Marken und "Stilen") einerseits ständig, während andererseits identische Objekte in unterschiedlichen sozialen Gruppen u.U. gänzlich anders bewertet werden.

<sup>69</sup> Dieser Satz ist eine Paraphrase der Formulierung des Philosophen Robert Pfaller in ZEIT-Campus 6/2012

<sup>70</sup> Die 2019 erschienene Untersuchung "The Class Ceiling" von Sam Friedman und Daniel Laurison betont allerdings, daß sich die elitären Kreise nicht mehr als "besser" verstehen und im klassischen Sinn "versnobt" sind, vielmehr komme es zu Mechanismen der Selbstrekrutierung basierend auf einem diffusen Gefühl der "sozialen Homophilie" (Friedman/Laurison 2019: 116). Friedman und Laurison zufolge trauen Führungskräfte jungen Leuten offenbar mehr zu, wenn sie ihnen selbst ähnlich zu sein scheinen (ibid.: 17ff.).

Die Analogie zur Sprache geht aber noch weiter, Fehler können nämlich nicht nur bei der Wortwahl, sondern auch den Satzbau bzw. die "Grammatik" betreffend gemacht werden. Ebenso, wie nur bestimmte Kombinationen von Wörtern sinnvoll sind und den grammatikalischen Regeln entsprechen, sind gleichfalls nur bestimmte Kombinationen von Attributen Ausdruck "guten Geschmacks". Ein brauner Gürtel zu schwarzen Schuhen oder auch weiße Tennissocken zu Halbschuhen sind z.B. unzulässige Kombinationen. Sie können (solange Sie unter ca. 30 Jahre alt sind) bei einer Bewerbung an der Universität durchaus in Jeans, weißen Sportsocken und Turnschuhen auftreten; oder aber sie tragen Jeans, dunkle Socken und Lederschuhe (aber bitte geputzt!); eine Stoffhose wäre vielleicht ein wenig überambitioniert, in jedem Fall aber würden die erwähnten weißen Socken in Kombination mit Halbschuhen Ihr Gegenüber zumindest irritieren und Ihre Chancen wahrscheinlich schmälern (vgl. Abbildung 10).

*Grammatik (Kombination)*

|        |        |                     |  |
|--------|--------|---------------------|--|
| Mutter | fährt  | zur Arbeit          |  |
| Vater  | geht   | einkaufen           |  |
| Susi   | radelt | zur Schule          |  |
| Peter  | läuft  | in den Kindergarten |  |

|                             |                     |                     |       |                       |
|-----------------------------|---------------------|---------------------|-------|-----------------------|
| <i>Semantik (Selektion)</i> | schwarze Halbschuhe | dunkle Socken       | Anzug | Krawatte              |
|                             | Turnschuhe          | weiße Socken        | Jeans | T-Shirt               |
|                             | schwarze Halbschuhe | <b>weiße Socken</b> | Anzug | Krawatte              |
|                             | schwarze Halbschuhe | dunkle Socken       | Jeans | <b>brauner Gürtel</b> |

Abb. 10: Semantik und Grammatik in Sprache und der präsentativer Symbolik

Die Warensymbolik, (d.h. das Verhältnis von materiellen Objekten und den diesen zugeschriebenen Bedeutungen) hat schließlich noch eine weitere Facette, die entscheidend sein dürfte für das Verständnis der Dynamik der modernen Konsumgesellschaften. Materielle Objekte sind für uns nicht lediglich ein Mittel, uns sozial zu positionieren und unsere "Persönlichkeit" zum Ausdruck zu bringen, sie *werden in gewisser Hinsicht Teil dieser Persönlichkeit*. Viele Dinge (z.B. Automobile und I-Phones, aber auch Kleidungsstücke und Einrichtungsgegenstände) sind "überdeterminiert" und haben über ihren Nutzen als Gebrauchsgegenstände und Ausdrucksmittel eine emotionale Bedeutung. D.h. wir fühlen uns mit ihnen "verbunden". Das ist zunächst wenig verwunderlich, da diese Gegenstände als Vehikel der Selbstverortung so etwas wie unsere "soziale Identität" zum Ausdruck bringen. Einige Menschen identifizieren sich dergestalt hochgradig mit ihrem materiellen Besitz<sup>71</sup> – *sie sind, was sie haben*, in mehrfacher Hinsicht.

<sup>71</sup> Sie können das unmittelbar erfahren, wenn Sie den Lack des neuen SUV Ihres Nachbarn zerkratzen. Er wird das wahrscheinlich als Angriff auf seine Person auffassen.

Daß bestimmte Dinge für Menschen derart wichtig sind, kann recht unterschiedliche Ursachen haben. Wer z.B. in einer Familie aufwuchs, die sich kein Automobil leisten konnte und in der das Geld nur am Sonntag für ein Fleischgericht ausreichte, für den ist beides später vielleicht unverzichtbar – aber das ist nur eine Facette des Phänomens. Der bis hierhin dargestellte Zusammenhang von persönlichen Vorlieben, Geschmacksurteilen und sozialer Verortung erschöpft letztlich die soziologischen Dimensionen des Konsums keineswegs, und kann auch das Phänomen des expansiven Konsumniveaus längst nicht vollständig erklären. Die Objekte, die wir uns aneignen sind für die Menschen in einem weiteren Sinn "bedeutungsvoll" als bislang diskutiert wurde. Im folgenden Abschnitt werde ich diese affektive Dimension näher betrachten.

## Glückssuche und Angstvermeidung

Es mag durchaus sein, daß auch andere höhere Säugetiere die Fähigkeit besitzen, leblose Gegenstände emotional zu "besetzen", für den Menschen und die menschliche Kultur ist diese affektive Beziehung zu Dingen tatsächlich konstitutiv. Wahrscheinlich besitzt jeder Mensch zumindest einige Objekte, die ihr oder ihm viel bedeuten. Diese Bedeutung kann aus dem sozialen Wert des Objekts resultieren (d.h. dem mit ihm verbundenen "Prestige"), sie kann aber auch ausgesprochen individuell sein, und keinen Bezug zur sozialen Hierarchie haben.<sup>72</sup> Die erste "persönliche" Beziehung zu Dingen bauen wir bereits als Kleinkinder auf, in der Regel zu unserem Teddybären oder einem vergleichbaren "Kuscheltier". Der kanadische Psychoanalytiker Donald W. Winnicott (1953) sprach diesbezüglich von "Übergangsobjekten", welche lebensgeschichtlich die Entwicklung von der primären, quasi symbiotischen Bindung des Säuglings zur Mutter zu den deutlich komplexeren und konflikträchtigeren sozialen Beziehungen erleichtern, welche das Kleinkind aufbauen muß. Sie konstituieren Winnicott zufolge eine Art "dritte Dimension" zwischen innerpsychischer und äußerer Realität,

»einen Zwischenbereich des Erlebens, zu dem sowohl die innere Realität als auch das äußere Leben beitragen. Es ist ein Bereich, der nicht in Frage gestellt wird, denn er begründet seinerseits keinen Anspruch, es sei denn den, daß er als Ruheplatz für das Individuum vorhanden sein muß, wenn es mit der lebenslänglichen menschlichen Aufgabe beschäftigt ist, die innere und die äußere Realität getrennt und doch miteinander verknüpft zu halten« (Ibid.: 302).<sup>73</sup>

Aufgrund der besonderen Qualitäten des Übergangsobjekts – vor allem seine "Anspruchslosigkeit" und das Fehlen von Ambivalenzen – kann es dem Kind helfen, mit Ängsten und Frustrationen umzugehen, es bietet somit eine Art geschützten Raum. Für unseren Zusammenhang interessant sind Winnicotts Überlegungen zum Fortleben des Übergangsobjekts;<sup>74</sup> wir müssen seine Theorie nicht im Detail rekapitulieren um zu erkennen, daß bestimmten Objekten auch im Leben von erwachsenen Menschen jene Qualitäten zukommen können, welche er dem Teddybären zuspricht – Objekte, in deren Gegenwart wir uns besser fühlen, die uns helfen, in Streß- und Krisensituationen wieder "zu uns" zu kommen.

<sup>72</sup> Die Objekte mit einer besonderen persönlichen Bedeutung konstatieren Theodor Schaarschmidt zufolge so etwas wie ein "erweitertes Selbst" (der Autor verwendet diesen Begriff in Anlehnung an den Psychologen Henry James): »Dieses ... offenbart sich dann, wenn Menschen plötzlich ihr gesamtes Hab und Gut verlieren. 1991 untersuchten Forscher die psychologischen Folgen eines verheerenden Feuers in Kalifornien. Was den Flammen zum Opfer fiel, bekamen die Betroffenen größtenteils von den Versicherungen ersetzt. Dennoch berichteten viele Menschen von regelrechten Identitätskrisen. "Das Feuer nahm mir alles, was ich hatte, aber auch alles, was ich war", erzählte ein Befragter. "Wir wurden Waisen ohne Erinnerung", ergänzten zwei Frauen. Die neuen Kleider wären nicht wie die alten, hätten traurige Farben, beklagten sie. "Ich wurde zu einer anderen Person«, so eine von ihnen. »Die frühere ging im Feuer verloren"« (Schaarschmidt 2020). Ich kann solche Objekte aber nicht beliebig kaufen, sehr oft dürfte es sich um Geschenke handeln (die dauerhaft mit der Person verbunden bleiben, die sie uns geschenkt hat), im Minimum aber um Gegenstände, die mit dem Kontext und Ort ihres Erwerbs verknüpft sind. Man könnte mithin sagen: gelebtes Leben vergegenständlicht sich in Objekten, die auch Erinnerungen sind.

<sup>73</sup> Übergangsobjekte sind mithin Objekte, die nicht Teil des Körpers des Säuglings sind, »jedoch nicht ganz als etwas erkannt werden, das zur äußeren Realität gehört.« (Ibid.: 301)

<sup>74</sup> Winnicott zufolge wird »das Objekt ... nicht vergessen und nicht betrauert. Es verliert seine Bedeutung, und zwar deshalb, weil die Übergangsphänomene verstreut, über das ganze Zwischenterritorium zwischen der "innerseelischen Realität" und der "Außenwelt" ... ausgebreitet worden sind, d.h. über das Gesamtgebiet der Kultur« (Ibid.: 306).

Wie es dazu kommt, daß einigen Objekten diese Eigenschaften innewohnen (und anderen hingegen nicht), wäre noch empirisch zu klären, fraglos spielt aber deren Verbindung zur eigenen Geschichte eine wichtige Rolle. Viele Dinge können dergestalt im Erwachsenenalter als "Übergangsobjekte" fungieren, vom alten Kuscheltier bis zu einer am Strand aufgelesenen Muschel. Es kann durchaus auch eine sehr persönliche Beziehung zu bestimmten Marken bestehen. Die von Christina Lökk im Rahmen ihres Promotionsvorhabens durchgeführte Untersuchung von migrationsspezifischen Konsummustern deutet z.B. darauf hin, daß bestimmte Produkte aus der "alten Heimat" eine besondere Bedeutung für das Leben in der "Fremde" haben können, eine "emotionale Qualität", und geeignet sind (ganz im Sinne von "Übergangsobjekten") Ängste, Unsicherheit und vielleicht auch "Heimweh" zu mildern und den Übergang ins neue Leben zu erleichtern.<sup>75</sup> Die emotionalen Bindungen, die wir zu materiellen und immateriellen Objekten herstellen sind damit selbstverständlich nicht erschöpfend behandelt, aber insofern es sich jeweils um sehr "persönliche" und lebensgeschichtlich begründete Zuschreibungen handelt, sind sie aus soziologischer Perspektive zunächst nicht von Interesse. Der migrationsspezifische Konsum bestimmter Marken stellt allerdings einen Grenzwert dar, und zwar in doppelter Hinsicht. Einerseits hat hier das "persönliche" eine explizit gesellschaftliche Dimension (Migration und Integration), andererseits ist davon auszugehen, daß der "sentimentale Keks" aus dem russischen Supermarkt sein Versprechen hält – auch wenn es sich um ein industriell hergestelltes Produkt handelt – und die Person zurückversetzt in die glückliche und unbeschwerte Zeit der Kindheit.<sup>76</sup>

Allzu oft dürfte aber das Gegenteil der Fall sein, und die Produkte ihre Verheißungen nicht erfüllen, insbesondere dann, wenn sie mir ein besseres, erfüllteres Leben versprechen. Das neue Automobil z.B. macht mich wahrscheinlich weder freier noch ungebundener, sondern belastet aufgrund seines hohen Benzinverbrauchs primär die Umwelt, und durch den Kauf einer "Nespresso"-Kaffeemaschine werde ich nicht zu George Clooney (d.h. interessant und attraktiv),<sup>77</sup> sondern erzeuge primär Aluminium-Abfälle. Auch wenn selbstverständlich immer die Möglichkeit besteht, daß die Prophezeiung sich erfüllt und ich tatsächlich zu einem neuen Menschen werde – weil ich mich mit dem "Attraction"-Deodorant oder dem "Irresistible"-Rasierwasser plötzlich derart gut fühle, daß ich eine unwiderstehliche Ausstrahlung entwickle – ist doch in aller Regel davon auszugehen, daß die von der Werbung suggerierten Effekte nicht eintreten, und die den Produkten zugeschriebenen Qualitäten nicht wirklich auf mich übergehen. Dies verweist bereits auf eine gewisse **grundlegende Nichtübereinstimmung von Bedürfnissen und Mitteln zu Bedürfnisbefriedigung**, welche der Konsumökonomie eigen ist: das neue Lebensgefühl, welches die Werbung mir verspricht, dürfte zumeist ohnehin eine Illusion oder aber recht kurzlebig sein – und die harte Realität eines Arbeitstages im Büro nicht überdauern.

Auch wenn der Kaffee oder das Aftershave tatsächlich die erwünschte Wirkung erzeugen sollten (als eine Art "selbsterfüllende Prophezeiung"), *können* vielfach die erworbenen Dinge die Menschen aber gar nicht dauerhaft zufriedenstellen, weil sie lediglich Ersatz für etwas sind, das entweder nicht erreichbar oder gar nicht vollständig bewußt ist. In diese Sphäre der **Ersatzbefriedigung** (oder Ersatzhandlung) gehören so unterschiedliche Phänomene wie Frustkauf, Kaufrausch und "zwanghafter Konsum". Häu-

<sup>75</sup> Umgekehrt finden sich im Ausland z.B. deutsche Bäckereien, die Schwarzbrot verkaufen.

<sup>76</sup> Diese Qualität dürfte aber nicht auf Produkte aus dem Kontext des migrationsspezifischen Konsums beschränkt sein.

<sup>77</sup> Sollte ich kurzzeitig dennoch dieses Gefühl haben, wird meine Umwelt mich wahrscheinlich schnell eines Besseren belehren.

fig wissen die Menschen nur, daß sie diese oder jene Sache unbedingt brauchen, können aber außer einer vagen Aussage, sich damit besser zu fühlen, nicht wirklich erklären, warum. Eine innere Unruhe treibt sie an, deren Ursachen sie nicht kennen – oder sich nicht eingestehen wollen. Ich will dieses Verhalten und seine möglichen Ursachen kurz an einem fiktiven Fallbeispiel illustrieren: Wie jeden Morgen hole ich mir auf dem Weg zur Arbeit einen Milchkaffee. Vor mir in der Schlange steht ein Mann in einem flaschengrünen Hemd, offenbar aus ägyptischer Baumwolle. Dieses Hemd würde mir sicherlich auch gut stehen... Ich frage den Mann aber selbstverständlich nicht, wo er es gekauft hat, das wäre albern. Aber als ich meine Bestellung aufgebe, fragt mich die Bedienung: "Haben Sie dieses Hemd gesehen?", und schon bedaure ich, nicht gefragt zu haben. Achselzuckend mache ich mich auf den Weg ins Büro. Das Hemd geht mir nicht aus dem Kopf. Ich kann mich nicht auf meine Arbeit konzentrieren und beginne, im Internet nach flaschengrünen Hemden zu recherchieren. Immerhin werden drei Suchergebnisse angezeigt, aber dieses besondere Hemd ist nicht dabei. Die Farbe stimmt nicht wirklich, und es handelt sich in zwei Fällen um peinliche Angeber-Marken. Also mache ich mich um 11 Uhr auf (meine Mittagspause beginnt eigentlich erst um 12), und durchstreife die Innenstadt. Eben noch wußte ich nichts von seiner Existenz, und nun habe ich das Gefühl, ohne dieses Hemd nicht mehr leben zu können. Aber in keinem der Geschäfte, die ich aufsuche, kann ich es finden. Um 14 Uhr muß ich zurück ins Büro, weil ich noch Termine habe und Arbeit zu erledigen ist. Am nächsten Morgen gilt mein erster Gedanke dem Hemd. Ich bleibe ein wenig länger in der Kaffee-Bar in der Hoffnung, daß der Mann wieder auftaucht, aber er ist nicht zu sehen. In der Mittagspause besuche ich Bekleidungsgeschäfte, die ich ansonsten nicht aufsuche, erfolglos. Ich beschließe, am folgenden Tag die Barista zu fragen, ob der Mann im grünen Hemd Stammkunde ist und ansonsten vielleicht immer zu einer anderen Zeit kommt. Ich kann kaum noch an etwas anderes denken, bin rastlos und unkonzentriert, fühle mich ohne dieses Kleidungsstück unvollständig, bin nicht ich selbst... Die Barista hatte den Mann noch nie gesehen. Mir bleibt nur, die Suche auszuweiten. Wer verkauft noch Hemden? Ich muß gründlich sein, systematisch vorgehen, um das Objekt meiner Begierde endlich zu finden...

Wie geht die Geschichte aus? Es gibt eine Reihe von Möglichkeiten: Ich könnte erstens am vierten Morgen aufwachen und mich zunächst gar nicht an das Hemd erinnern. War etwas? Warum war ich in den vergangenen Tagen so aufgeregt und derart außer mir? Keine Ahnung, ich sollte mehr Sport treiben; Bewegungsmangel, das wird es sein... Ich könnte aber auch zweitens bei einem weiteren Versuch in einem Geschäft, in dem ich bereits gesucht hatte, etwas entdecken, daß ich zuvor übersehen hatte: ein Hemd aus ungebleichter Baumwolle. Wie konnte ich derart blind sein, es beim ersten Mal zu übersehen? Es steht mir viel besser und trägt sich so gut... Die dritte Möglichkeit besteht darin, daß die Barista mir rät, es doch einmal bei "Schnösel's" zu versuchen, die hätten sehr schöne Hemden. "Schnösel's" war für mich bis dahin keine Option, es ist eher ein Geschäft für Neureiche. Aber dann stehe ich plötzlich vor dem Objekt meiner Begierde, und halte das flaschengrüne Hemd aus ägyptischer Baumwolle in der Hand... Bin ich jetzt glücklich? Und wenn ja, wie lange hält dieses Gefühl vor? Oder fällt mir schon beim Verlassen des Geschäfts auf, daß dieses Hemd im Grund nicht war, was ich wirklich wollte, brauchte?

Es liegt auf der Hand, daß es bei dieser Geschichte nicht wirklich um ein Hemd geht, auch wenn sich alles um dieses Kleidungsstück dreht. Das zwanghafte Verlangen des Protagonisten erinnert zumindest auf den ersten Blick stark an eine neurotische Stö-

nung. Ich will deshalb im Folgenden zunächst die von dem bereits erwähnten Sigmund Freud gelieferte Erklärung des Mechanismus der Zwangshandlung rekapitulieren und im Anschluß daran fragen, wie und inwieweit sich dessen Erkenntnisse auf die Analyse bestimmter Spielarten des Konsumverhaltens übertragen lassen. Freuds Untersuchungsgegenstand waren Neurosen, d.h. Zwangshandlungen und Angststörungen (Phobien). Er vertrat die Auffassung, beim neurotischen Symptom, z.B. dem Waschwang oder der panischen Angst vor engen Räumen (Klaustrophobie), handele es sich um Abwehrhandlungen, die dazu dienen, unbewußte Wünsche zurückzudrängen, bevor sie ins Bewußtsein gelangen können. Das untersagte Begehren manifestiert sich dabei als Angst (vor dem verbotenen Wunsch), und das neurotische Symptom, welches vordergründig als Mechanismus der Angstabwehr erscheint, dient tatsächlich der Verdrängung dieses Wunsches.<sup>78</sup> Da der Wunsch aber weiterhin bestehen bleibt, kehrt das zeitweilig Verdrängte notwendig ins Bewußtsein zurück, d.h. der Neurotiker oder die Neurotikerin befindet sich in einem Teufelskreis (den nur eine Therapie aufzubrechen zu vermag, welche den unbewußten Wunsch dem Bewußtsein zugänglich macht und somit eine Erklärung für die Zwänge und Ängste liefert).

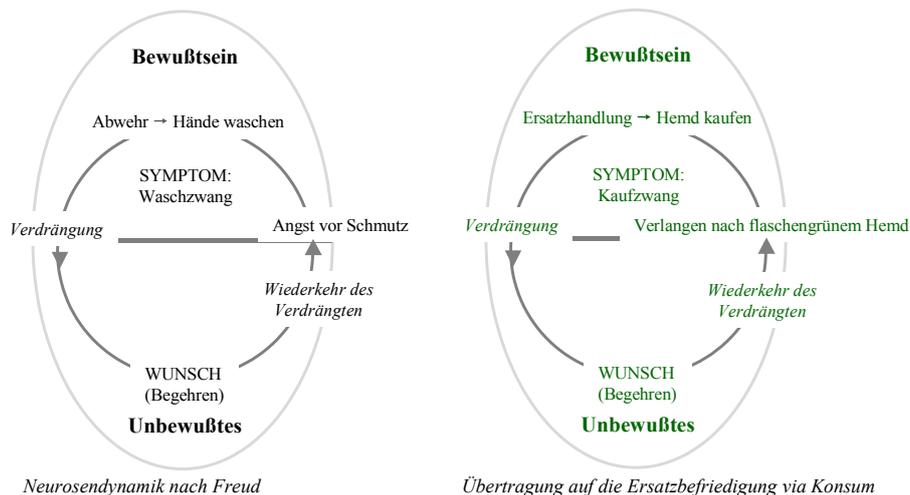


Abb. 11: Psychische Dynamik von Zwangshandlungen

Dieses Modell läßt sich meines Erachtens recht gut auf die Erklärung von Aspekten des Konsumverhaltens in den modernen Industriegesellschaften übertragen, die *nicht* durch das Bedürfnis nach sozialer Positionierung bzw. "Zugehörigkeit" motiviert werden.<sup>79</sup> Die Antriebskräfte, welche unser Handeln bestimmen, sind uns keineswegs immer bewußt – weil wir sie uns nicht eingestehen können oder nicht eingestehen wollen. Und wenn das, was wir wirklich wünschen und verlangen, nicht ins Bewußtsein gelangen

<sup>78</sup> Der Unterschied zwischen diesen Neurosen und Psychosen (z.B. paranoide Wahnvorstellungen) besteht darin, daß Neurotiker lediglich bestimmte Wünsche verdrängt haben und abgesehen von ihrem Symptom durchaus gut an das Leben in der Gesellschaft angepaßt sind. Psychotiker hingegen leben sprichwörtlich in ihrer eigenen Wirklichkeit, d.h. sie verdrängen nicht sondern leugnen die Realität und sind gefangen in ihren Wahnvorstellungen. Mit anderen Worten: Neurotiker halten sich nicht für Napoleon Bonaparte oder Julius Cäsar, ihr Symptom ist im Gegenteil eher eine Anpassungsleistung.

<sup>79</sup> In diesem Fall sind die Triebkräfte (wie in den vorangegangenen Abschnitten gesehen) klar erkennbar, auch wenn sie von den Menschen nicht immer reflektiert werden. Aber fehlende Reflexion ist etwas anderes als Verdrängung.

darf oder soll, ist unmittelbar einsichtig, daß das eigentliche Begehren sich in verhüllter Form manifestiert (Freud spricht diesbezüglich von "Verschiebung" und "Verdichtung"). In jedem Fall bedürfen Ersatzhandlungen permanenter Wiederholung, da das eigentliche Ziel niemals erreicht wird – womit wir wiederum bei der Nichtübereinstimmung von Bedürfnissen und Mitteln zur Bedürfnisbefriedigung angelangt wären.

Was die Menschen tatsächlich wünschen bzw. wollen, wäre aber noch zu untersuchen, ich kann zumindest vorläufig nur entsprechende Mutmaßungen anstellen.<sup>80</sup> Was sich in verhüllter Form in dem Verlangen nach dem flaschengrünen Hemd genau manifestiert, muß somit zunächst offenbleiben. Vielleicht hat es eine Erinnerung in mir geweckt, an eine glücklichere Zeit, ein besseres Leben, oder auch nur an die Hoffnungen darauf. Womöglich besaß ich sogar einmal ein Hemd in genau dieser Farbe, habe es aber vergessen – oder ich will mich gar nicht erinnern, weil jene hoffnungsvollen Tage lange schon vergangen sind, und ich so weit entfernt bin von dem, was ich mir einst erträumte. In jedem Fall bin ich nicht dort, wo ich sein will, und fühle mich unzufrieden, leer und frustriert. Da ich an meinem Leben aber nichts ändern kann, gestehe ich mir das nicht ein, und gebe mich diversen Ersatzbefriedigungen hin... Die vorstehende Argumentationskette ist zwar ein wenig holprig, dürfte aber mehr als nur ein Körnchen Wahrheit enthalten.

Der exzessive Konsum von "fast-fashion" könnte dergestalt z.B. der Versuch sein, eine innere Leere zu füllen, die von mir zwar gefühlt wird (ähnlich wie der Anstieg der Angst bei der Zwangsneurose), die ich aber nicht genau benennen kann – ich will ein erfülltes Leben, und kaufe ein T-Shirt mit dem Aufdruck "A LIFE LESS ORDINARY" für 3,50,- €. Das ist aber nur *ein* willkürlich gewähltes Beispiel. Was genau im konkreten Fall unser Konsumverhalten unbewußt motiviert, wäre wie erwähnt wesentlich differenzierter zu analysieren.<sup>81</sup> Wenn ich mich kurzzeitig besser fühle, ist zu fragen, warum es mir zuvor schlecht ging; wenn ich einer inneren Unruhe nachgebe, geht es darum deren Verursachung zu klären usw.<sup>82</sup> Letztlich dürften wir es mit einem sehr breiten Spektrum des "zwanghaften" Konsums und der Ersatzbefriedigung zu tun haben, an dessen "freudianischem" Ende der Kauf tatsächlich das Ansteigen von Angst verhindert, und damit dem neurotischen Symptom zumindest ähnlich ist. Am anderen Ende dieses Spektrums steht vielleicht schlicht Unsicherheit, Vereinzelung, Einsamkeit, und der

---

<sup>80</sup> Die Psychoanalyse kann diesbezüglich allerdings keine Aufschlüsse liefern, da Freud vermeintlich immer schon wußte, was die verdrängten Wünsche waren, nämlich *stets* das Begehren des Mannes nach der Mutter ("Ödipuskomplex") bzw. der Frau nach ihrem Vater ("Elektrakomplex") – womit er wie in seiner bereits kritisierten Kulturtheorie erneut den Boden der Wissenschaft verläßt. Im Rahmen von entsprechenden Interviews wäre zunächst zu hinterfragen, inwiefern Konsumentinnen und Konsumenten beizeiten tatsächlich sozusagen nicht "Herr im eigenen Haus" sind, d.h. sie versuchen durch den Kauf von Dingen die in ihnen aufsteigende Angst oder Unruhe zurückzudrängen, um im zweiten Schritt herauszufinden, was die Befragten tatsächlich wünschen bzw. begehren. Es sollte unmittelbar einsichtig sein, daß das ein sehr ambitioniertes Untersuchungsdesign ist.

<sup>81</sup> Es besteht keine klar definierte Verbindung zwischen Objekt, beobachtbarem Verhalten und wirkenden Ursachen. Identische Dingen können sehr unterschiedliche Bedeutungen für die Individuen haben.

<sup>82</sup> Das Konsumverhalten kann schließlich auch durch sehr reale Ängste begründet sein. In den späten 1970er oder frühen 1980er Jahren z.B. lief ein diesbezüglicher sehr aufschlußreicher Werbespot der Firma Jacobs Kaffee im deutschen Fernsehen: In der Eingangssequenz bietet die Ehefrau ihrem Gatten am Frühstückstisch eine Tasse Kaffee an. Er lehnt mit der Bemerkung ab: "Nein, ich trinke meinen Kaffee lieber im Büro, da schmeckt er besser". In der nächsten Szene sieht man, wie dem Mann von einer aufreizenden Sekretärin sein Kaffee serviert wird. In der dritten Szene spricht die Ehefrau ihre Nachbarin "Frau Sommer" an, die ihr den Rat gibt, "Jacobs Krönung" zu kaufen. In der letzten Szene sitzt schließlich der Ehemann zu Hause am Frühstückstisch und sagt: "Schatz, bei Dir schmeckt der Kaffee doch immer noch am besten". – Ehe gerettet Dank der "Krönung"! Daß eine derart plumpe Botschaft heute noch möglich wäre, darf zwar mit Recht bezweifelt werden; ob das Leben der Menschen heute weniger von Ängsten bestimmt wird vor 40 Jahren ist allerdings zweifelhaft.

Versuch, die Leerstellen im Leben mit "schönen Dingen" zu füllen<sup>83</sup> – die Einsicht, daß das nicht funktioniert läge in diesem Fall dicht unter der Oberfläche und bedürfte keiner Psychoanalyse, um sie ans Tageslicht zu holen. Zumindest zum Teil dürfte den Konsumentinnen und Konsumenten vollkommen klar sein, daß sie nicht bekommen (können), was sie im Grunde wollen; der Begriff "Frustkauf" sagt diesbezüglich schon alles. Manchmal kann es aber auch schlicht darum gehen, sich "zu belohnen" – für harte Arbeit zum Beispiel – indem das schwer verdiente Geld sogleich für Dinge ausgegeben wird, die man eigentlich nicht braucht, und die nicht glücklich machen; zumindest nicht über einen längeren Zeitraum.

Die vorstehenden Ausführungen sollten aber nicht zu voreiligen Schlüssen verleiten. Das Leben der Menschen in den modernen Industriegesellschaften ist keineswegs durchgehend von einem Gefühl des Mangels und der inneren Leere gekennzeichnet. Auch bei uns (und nicht nur in den sog. "primitiven" Kulturen") dürften sehr viele Menschen ein zufriedenes Leben führen, das von einem Gefühl der Fülle und nicht des Mangels gekennzeichnet ist. Inwiefern dieses Gefühl vom einem gewissen gesellschaftlichen Status und einem Mindestmaß an materiellem Wohlstand abhängt wäre zwar noch zu klären, in jedem Fall aber sind die materiellen Bedürfnisse dieser Menschen ganz real begrenzt. Sie erfreuen sich zwar durchaus an guter Kleidung und schönen materiellen Objekten, aber diese *stellen sie dauerhaft zufrieden und müssen nicht permanent durch neue und vermeintlich bessere Dinge ersetzt werden*. Andere empfinden ihr Leben hingegen offenbar gänzlich anders, sie sind Getriebene, denen es stets an etwas mangelt, die unzufrieden sind mit dem, was sie haben. Sie kaufen z.B. ständig neue Kleidungsstücke und Haushaltsartikel, oder gestalten ihre Wohnung permanent um. Warum erfahren Menschen ihr Leben derart unterschiedlich? So bedeutsam diese Frage auch ist, erneut mangelt es an guten Antworten, wenngleich im Bereich der sog. "Glücksforschung" einige vielversprechende Forschungsansätze vorliegen (vgl. Schauermann 2014).<sup>84</sup>

Ich will an dieser Stelle ein kurzes Zwischenresümee ziehen. Bezüglich der expansiven Dynamik des Konsums müssen wir letztlich zwei Erklärungsansätze unterscheiden:

- Erstens verlieren Statussymbole, welche Individuen gesellschaftlich bezeichnen bzw. auszeichnen sollen, an Wert und müssen ersetzt werden.
- Zweitens handelt es sich bei unserem Konsumverhalten zu weiten Teilen um Ersatzhandlungen, die ihr eigentliches Ziel (welches auch immer das ist) notwendig verfehlen, und deshalb permanent wiederholt werden müssen (in Gestalt einer Art "Wiederkehr des Verdrängten").

Insofern der Anstieg des Konsumniveaus aus dem Versuch resultiert, Leerstellen zu füllen, ist selbstverständlich zu fragen, inwiefern die Leere gesellschaftlich erzeugt ist. Sind die Menschen heutzutage einsamer, trauriger und gelangweilter als früher, und wenn ja, woran liegt das? Aus historischer Perspektive ist diesbezüglich allerdings zunächst zu konstatieren, daß ein großer Teil des massiven Anstiegs des Konsumniveaus

---

<sup>83</sup> Vielleicht auch deshalb, weil ich mich nur mittels Dingen ausdrücken oder erfahren kann – in der "Sprache" der Konsumgüter eben.

<sup>84</sup> Einige Menschen sind fraglos deutlich "konsumorientierter" als andere. Dies betrifft nicht nur die gesellschaftliche Selbstverortung mittels Statussymbolen, sondern ganz allgemein die Art der Lebensgestaltung: Freizeitaktivitäten können z.B. primär an den Kauf und Konsum von materiellen und kulturellen Gütern gebunden (Shopping, "Events", Fernsehen etc.) sein, oder eben nicht (alternativ kann man auch Basteln, Wandern, Lesen etc.). Eine belastbare diesbezügliche empirische Untersuchung des Zusammenhangs von Lebensgefühl und Lebensgestaltung der Menschen in unserer Gesellschaft ist mir nicht bekannt.

in den Jahrzehnten nach dem Zweiten Weltkrieg auch Ausdruck des **Wunsches nach Anerkennung** und Korrelat einer wachsenden ökonomischen und politischen Partizipation der arbeitenden Bevölkerung gewesen sein dürfte (ich hatte bereits im fünften Abschnitt den Zusammenhang zwischen sozialer wie kultureller Ungleichheit und Konsummotivation erläutert). Dies dürfte zumindest zum Teil weiterhin gelten, ein Automobil ist für viele Menschen nach wie vor mehr als nur ein Fortbewegungsmittel. Inwieweit die Konsumdynamik sich dahingehend grundlegend geändert hat, daß im Zuge eines Prozesses der "Individualisierung" und "Pluralisierung der Lebensstile" zunehmend (und vielleicht in erster Linie) psychologische, d.h. "persönliche" Motive bedeutsam geworden sind, ist zumindest derzeit nicht zu beantworten; die analytische Durchdringung des Komplexen ist schlicht unzureichend. Was eine Person mit diesem oder jenem Gegenstand verbindet und mit seinem Kauf bezweckt, kann letztlich nur die konkrete Nachfrage enthüllen. Es ist jeweils zu klären, welche Defizite der Kauf und Konsum bestimmter Waren ausgleichen soll, und was die Produkte diesbezüglich versprechen. *Dabei ist schließlich auch zu berücksichtigen, daß die einzelnen Sphären/Motive sich nicht ausschließen!*

Jenseits der Befriedigung elementarer Grundbedürfnisse sind Armut und Reichtum, Mangel und Fülle jedenfalls keine "objektiven" Kriterien, sondern gesellschaftlich definiert. Möglicherweise erzeugt die gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklung der modernen Industriegesellschaften **auf einem sehr hohen ökonomischen Niveau in den Individuen ein Gefühl der Leere und/oder Unsicherheit**. Das Streben nach Konformität oder "Respektabilität", der Drang "etwas darzustellen", könnte denn auch auf etwas anderes als materielles Wohlergehen verweisen: ein **grundlegendes Bedürfnis nach sozialer Verortung und gesellschaftlicher Partizipation, nach Zugehörigkeit und Teilhabe**, letztendlich nach **Sicherheit**. Die diesbezüglichen Zusammenhänge und Mechanismen sind aber genauer zu untersuchen und können nicht einfach nur postuliert werden (wie die mögliche Wechselbeziehung von "Unsicherheit" und "Leere"). Dabei ist wie gesagt insbesondere zu berücksichtigen, daß die materiellen Bedürfnisse vieler Menschen durchaus begrenzt sind, während andere ständig nach mehr und (vermeintlich) Besserem verlangen.

Wenn bestimmte Statussymbole gesellschaftlich "überdeterminiert" sind in dem Sinn, daß sie für viele Menschen eine hochgradig emotionale Bedeutung haben, welche sich allein aus dem gesellschaftlichen Wert ergibt (und eben *nicht* aus der individuellen Lebensgeschichte, wie es beim Teddybären der Fall ist), können wir von **einer psychischen Ökonomie der Konsumgesellschaft** sprechen – **einer Gesellschaft, in welcher sich die Individuen nicht nur mittels materieller Symbole sozial definieren bzw. positionieren, sondern in der auch ihr Wohlbefinden vom Besitz bestimmter Dinge abhängt**. Der Zusammenhang zwischen den "affektiven Ökonomien" der Individuen, d.h. ihren Befindlichkeiten, Bedürfnissen und emotionalen Beziehungen zu leblosen Objekten, und der Wachstumsökonomie der Konsumgesellschaft ist allerdings noch wesentlich genauer zu untersuchen und zu reflektieren.



### Exkurs: Ethik und Lifestyle

Eine nähere Betrachtung der Gründe für vegetarische oder vegane Ernährung ist gut geeignet, nochmals die vielschichtigen Motive und auch Widersprüchlichkeit unseres Konsumverhaltens und unserer Präferenzen zu illustrieren. Zwei kurze von den Studierenden im Wintersemester 2018/19 und 2019/2020 durchgeführte (nicht repräsentative!) Befragungen führten zu folgendem Ergebnis:

(1) *Gesundheit und Wohlbefinden*: Fragt man Menschen, warum sie sich vegetarisch bzw. vegan ernähren, werden oft gesundheitliche Aspekte angeführt. Diese können rein individuell begründet sein, weil die Befragten sich beim Verzicht auf Fleisch (oder tierisches Eiweiß insgesamt) einfach gesünder und "besser" fühlen (Unverträglichkeiten wie z.B. eine Laktoseintoleranz können selbstverständlich die Ernährungsgewohnheiten entscheidend beeinflussen). Allerdings beziehen viele Antworten sich auch auf die Bedingungen, unter denen Fleisch, Eier und Milch erzeugt werden. Ein Verzicht auf diese Produkte soll eine weitgehend "giftfreie" Ernährung sicherstellen – eine angesichts des verbreiteten Hormon- und Antibiotika-Einsatzes insbesondere im Bereich der industriellen Massentierhaltung durchaus nachvollziehbare Argumentation.

Interessanterweise wird dieses Argument aber auch bezüglich der Frage, warum die Menschen nach wie vor so viel Fleisch essen (d.h. trotz des Bewußtseins um die Umweltproblematik und die Haltungsbedingungen) angeführt: Fleisch schmecke gut und sei aufgrund der enthaltenen Proteine gesund.

(2) *Ökologie und Politik*: Daß der Verzehr tierischer Produkte die Umwelt deutlich stärker belastet als die Ernährung auf rein pflanzlicher Basis sollte mittlerweile allgemein bekannt sein. Die Erzeugung von pflanzlichem Eiweiß benötigt im Vergleich zur Fleischproduktion nur einen Bruchteil der Ressourcen (Landfläche, Wasser, Dünger, Pestizide). Dies wird von denen, die sich auf pflanzlicher Basis ernähren, oft hervorgehoben – ebenso wie die Tatsache, daß wiederkäuende Tiere wie Rinder substantielle Mengen des Treibhausgases Methan erzeugen. Die Abholzung der Regenwälder für den Anbau von Futtergetreide wurde zudem in diesem Zusammenhang ebenso angeführt wie der Verlust an Biodiversität durch die verbreiteten Monokulturen und die Überfischung der Weltmeere, schließlich auch der Zusammenhang zwischen der Verschwendung und Überproduktion von Nahrungsmitteln in den Industrieländern und dem Hunger in der "dritten Welt". In diesem Kontext ist die Entscheidung für vegetarische oder vegane Ernährung primär ein politisch motivierter Akt.

(3) *Ethik*: Die vorstehend skizzierten politischen Argumente stehen in engem Zusammenhang zu ethischen Motiven, die entweder auf die Massentierhaltung oder aber auf die "Entrechtung" von Tieren schlechthin reflektieren. Die Ablehnung der Haltungsbedingungen in der industrialisierten Landwirtschaft ("Kükenschreddern") kann ein Grund sein, weitgehend auf den Verzehr von Fleisch zu verzichten. Die Einstellung, daß das Schlachten von Tieren Mord sei ("Meat is Murder"), und der Mensch nicht das Recht habe, Kälbern die Milch und Hühnern ihre Eier wegzunehmen, führt konsequenterweise zur völligen Ablehnung des Verzehrs von Milch und Eiern. Interessant war auch das folgende Argument: Der Mensch sei zwar von Natur aus Allesfresser, aber im Unterschied zum Tier vernunftbegabt und folglich für sein Handeln verantwortlich.

Einige derjenigen, bei denen ethische Erwägungen das Konsumverhalten zumindest mitbestimmen, konsumierten durchaus mehr Fleisch und Eier, wenn sie wüßten, woher die Erzeugnisse stammen, d.h. unter welchen Bedingungen die Tiere gehalten werden. Ein bestimmtes Konsumverhalten kann dergestalt auch in der Hinsicht "erzwungen" sein, daß die gewünschten Produkte nicht verfügbar sind, oder ihre Beschaffung mit zu großem Aufwand verbunden ist. Lehnt man z.B. die industrielle Massentierhaltung ab, müßte man Fleisch und Eier direkt beim Erzeuger kaufen, um wirklich sicher zu gehen, daß die Schweine und Hühner artgerecht ('in kleinen Gruppen und so weit wie möglich freilaufend' wäre eine geeignete Definition) gehalten werden. Ansonsten verzichtet man lieber, solange kein entsprechendes Zertifikat existiert ("Bio" schließt Massentierhaltung ebenso wenig aus, wie es "Öko" impliziert, man denke nur an Allgäuer Milch im norddeutschen Bio-Laden).

(4) *Soziale Distinktion*: Bei der Diskussion über die Befragungsergebnisse im Seminar wurde angemerkt, daß bisweilen der Eindruck entstand, es handele sich bei der Art der Ernährung auch um ein Vehikel, welches dazu befähige, sich als "besser als die anderen" zu fühlen. Ernährungsgewohnheiten können auch zum Instrument der gesellschaftlichen Grenzziehung werden, vegetarische oder vegane Ernährung mithin zum Teil der eigenen Selbstdefinition bzw. Verortung – auf der gesellschaftlichen Ebene heißt das: Veganismus ist ein Unterscheidungsmerkmal, welches nur einem bestimmten Milieu eigen und Teil eines sozial überdeterminierten "Lifestyle" ist, bei dem ehemals "exotische" Produkte wie Avocados, Sojamilch, und Chia-Samen als bezeichnende Symbole kaum wegzudenken sind. (Einigen der Interviewten wurde diesbezüglich ein gewisser "Fanatismus" unterstellt.) Die Wahl der Ernährungsweise kann somit (wenngleich nicht ausschließlich, und nicht unbedingt bewußt) dem Bedürfnis entspringen, die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe zu dokumentieren und sich von anderen abzugrenzen.

Es verwundert vielleicht nicht, daß eben diese Verbindung von Ethik und Lebensstil auf der anderen Seite des politischen bzw. gesellschaftlichen Spektrums eine Art "Trotzreaktion" auslösen kann. Während den "Fleischessern" Unwissenheit und Ignoranz unterstellt werden, könnte für diese wichtig sein, mit ihrem Verhalten zum Ausdruck zu bringen, kein "Öko" zu sein. In einigen Milieus kann der Fleischkonsum zudem nach wie vor Statussymbol sein, z.B. als Ausdruck von "Männlichkeit".

(5) *Zwang und Angst*: Auch das Motiv, sich "gesund und giftfrei" zu ernähren, kann über die vordergründig plausible Aussage hinaus auf tieferliegende Ängste und Zwänge verweisen. Derartige Vermeidungsstrategien können Ausdruck tieferliegender psychologischer Probleme sein (z.B. eine "paranoide" Angst vor Vergiftung). Das zu untersuchen ist zwar im Einzelfall prinzipiell nicht Aufgabe der Soziologie, sondern der Psychologie; wenn allerdings diese Ängste oder Zwänge einen kollektiven Charakter annehmen (wie z.B. die angebliche Angst vor "Fremden", oder auch der Haß auf sie), ist selbstverständlich zu fragen, welche gesellschaftlichen Strukturen oder Entwicklungen mit diesen "Kollektivneurosen" korrespondieren bzw. ihnen zugrunde liegen.

Die vorstehende Aufstellung hatte primär die Funktion, nochmals zu illustrieren, wie vielfältig unsere Konsumentenscheiden motiviert sein können, selbst wenn es sich um einen einzigen Bereich (in diesem Fall den Kauf und Verzehr von Fleisch bzw. tierischen Produkten insgesamt) handelt. Wichtig ist in diesem Zusammenhang auch die Tatsache im Auge zu behalten, daß die einzelnen Motive sich keineswegs wechselseitig aus-

schließen. Es sollte aber deutlich geworden sein, daß insbesondere der vierte der vorstehend aufgeführten Punkte hochgradig problematisch ist: die bereits intensiv diskutierte Abgrenzung gegen andere mittels spezifischer Verhaltensweisen ("Manieren") und materieller Objekte ("Geschmack"). Ethisch-politische Positionen werden somit in dem Maß als Mittel der sozialen Grenzziehung genutzt, wie der Diskurs über "guten Geschmack" von Attributen wie "Verantwortung" und "Reflexion" durchdrungen ist.<sup>85</sup> Selbstverständlich ist es legitim, politische Forderungen ethisch zu begründen; die eigene vermeintlich überlegene Moralität als Vehikel der sozialen Distinktion zu machen, ist hingegen hochgradig problematisch – zumindest dürfte es aufgrund der skizzierten Abwehrreaktion erschweren, zu einem politischen Konsens zu gelangen. Oder anderes formuliert: wenn ich meine Mitmenschen von etwas überzeugen will, ist es wenig hilfreich, mich von ihnen abzugrenzen.

---

<sup>85</sup> Konsumbeschränkungen "aus Überzeugung" sind allerdings kein neues Phänomen, die allermeisten historischen und rezenten Religionen beinhalten Speiseverbote, die entweder den Verzehr bestimmter Tiere grundsätzlich oder lediglich den Fleischkonsum an Fastentagen untersagen. So gelten Schweine im Islam und Judentum als "unrein", und Rinder im Hinduismus als "heilig" und dürfen deshalb nicht geschlachtet und verzehrt werden. Schweine sind aber nicht deshalb tabu, weil sie "irgendwie" "unsauber" sind – es wäre ein grobes Mißverständnis, religiöse Speiseverbote auf hygienische Erwägungen zurückführen zu wollen. "Unreinheit" ist vielmehr eine soziale Kategorie, die auch auf Frauen und Fremde angewandt wird (insofern letztere anderen Praktiken anhängen). Vgl. hierzu z.B. Douglas 1966.

### Wort und Tat

Es ist ein gravierendes gesamtgesellschaftliches bzw. politisches Problem, daß die Menschen offenbar laufend Konsumententscheidungen treffen, die ihren übergeordneten Präferenzen widersprechen. So befürwortet z.B. die große Mehrheit Maßnahmen gegen den Klimawandel – gleichzeitig wächst die Zahl der SUVs auf unseren Straßen beständig. Eine anlässlich der "grünen Woche" durchgeführte Umfrage kam zu dem Ergebnis, daß drei Viertel der Bundesbürger die Massentierhaltung ablehnen – während nahezu alle tierischen Produkte aus Massentierhaltung stammen. Diese Auflistung ließe sich beliebig fortsetzen.<sup>86</sup> Was sind die Gründe für diese Diskrepanz zwischen Anspruch und Wirklichkeit? Warum manifestieren sich unsere Ideale derart unzureichend in unserem Handeln?

Die im vorstehenden Exkurs thematisierte Vermengung von ethisch-politischen Positionen und Werturteilen könnte zumindest eine partielle Erklärung liefern. Dieser Sachverhalt wird besonders deutlich, wenn man Personen, die sich vegetarisch oder vegan ernähren, fragt, warum trotz der allgemein bekannten ökologischen Folgen des exzessiven Fleischkonsums die Menschen so viel Fleisch essen. Eine entsprechende Ergänzung der vorstehend dargestellten Befragung im Wintersemester 2019/20 führte zu Antworten, die von "unwissend" bis zu "verantwortungslos" und "ignorant" reichten. Die Tatsache, daß dergestalt Werturteile über andere Menschen ethisch-politisch begründet werden, dürfte mithin ein Schlüssel zum Verständnis der Diskrepanz zwischen Überzeugungen und tatsächlichem Handeln, zwischen Wort und Tat nicht nur in unserem Konsumverhalten sein. Diese Nicht-Übereinstimmung von sog. "Metapräferenzen" (d.h. jenen grundlegenden ethisch-moralisch-politischen Überzeugungen, die unser Handeln bestimmen sollen) und konkreten Konsumententscheidungen manifestiert sich auf vielen Ebenen, aber vielleicht nirgends so deutlich, wie beim Kauf von Eiern. Der amerikanische Anthropologe Edward Fischer stellte 2006 fest, daß ungefähr 60 Prozent der befragten Personen angaben, Eier aus Freilandhaltung zu kaufen, obwohl deren Marktanteil tatsächlich nur 30 Prozent betrug (Fischer 2014: 44f.). Die Untersuchung könnte in dieser Form heute nicht wiederholt werden, da Eier aus Käfighaltung aufgrund der verbreiteten Ablehnung im Handel kaum noch aufzufinden sind;<sup>87</sup> nichtsdestotrotz taugt das "Eierparadox" nach wie vor dazu, sowohl einige zentrale Dimensionen unseres Konsumverhaltens als auch die Probleme bei dessen Erforschung zu erläutern.

Was letztere betrifft, so sollte umstandslos deutlich sein, daß Befragungen, die auf Motiven und Verhalten abzielen, nahezu durchgängig dadurch verzerrt sind, daß die Antworten in hohem Grad gesellschaftliche Erwartungshaltungen widerspiegeln ("soziale Erwünschtheit"). Die Diskrepanz zwischen normativem Anspruch und gelebter Realität kann allerdings recht unterschiedlich begründet sein; im Zweifelsfall bringt die Antwort lediglich eine eher vage Überzeugung und kein unerschütterliches Prinzip zum Ausdruck – in etwa nach dem Motto: "Eigentlich will ich, daß Hühner selbstbestimmt leben, aber die Eier sind mir einfach zu teuer". D.h., die Aussage ist aufrichtig, aber beinhaltet nicht das Maß an Rigidität, das bei der Auswertung dann möglicherweise unterstellt wird. Der größte Teil unseres Verhaltens dürfte dergestalt von einer gewissen mo-

<sup>86</sup> Es wäre in diesem Zusammenhang sicherlich interessant, zu untersuchen, wie es dazu kam, daß auch bei Penny oder Netto heute nur noch Eier aus Boden- oder Freilandhaltung verkauft werden, aber die Klärung auch dieser Frage muß vorläufig verschoben werden.

<sup>87</sup> Allerdings stammt ein Großteil der von der Lebensmittelindustrie verarbeiteten Eier (für Nudeln, Mayonnaise etc.) nach wie vor aus Käfighaltung.

ralischen Flexibilität, einem "ethischen Relativitätsprinzip" geprägt sein. (Und möglicherweise ist diese Flexibilität besonders ausgeprägt, wenn das ethisch-moralische Prinzip primär als Mittel zur sozialen Abgrenzung dient, aber das ist reine Spekulation). Wenn wir nach Überzeugungen fragen, müssen wir folglich auch klären, welche Bedeutung diese für die Interviewpartner haben, und ob sie im Widerspruch zu anderen Präferenzen oder Anforderungen stehen.

Wenn unsere ethischen Überzeugungen letztlich doch nicht derart unerschütterlich sind, konfrontiert uns jeder Besuch im Supermarkt mit einem Dilemma. Entscheide ich mich für das Produkt, das in Übereinstimmung mit meinen moralischen Prinzipien steht (ökologisch und fair-gehandelt, tiergerechte Handlungsbedingungen), oder wird doch der Preis zum entscheidenden Kriterium? Wie die Wahl ausfällt, hängt selbstverständlich auch von meinen finanziellen Möglichkeiten ab. Es mag der oder dem einzelnen zumindest so erscheinen, daß ökologische und ökonomische Ziele bei knappem Budget nicht zu vereinbaren sind (ob das tatsächlich der Fall ist oder nur den Kauf- und Ernährungsgewohnheiten geschuldet, sei einmal dahingestellt). In jedem Fall müssen wir davon ausgehen, daß derartige Ziel- und Interessenkonflikte durchaus reflektiert werden – die Ignoranz, welche ein SUV mit "Atomkraft – nein danke" Aufkleber zum Ausdruck bringt, dürfte diesbezüglich die Ausnahme sein, obwohl selbstverständlich noch zu klären wäre, wie informiert die Konsumentinnen und Konsumenten bezüglich der Auswirkungen ihres Handelns auf sich (d.h. die eigene Gesundheit und die der Kinder) und andere tatsächlich sind.<sup>88</sup>

Unsere Einstellung zu Normen dürfte also generell recht facettenreich sein. Ich hatte weiter oben bereits darauf hingewiesen, daß Normen dem Menschen einen unverzichtbaren Orientierungsrahmen bereitstellen und ihn zum (sozialen) Handeln befähigen. Der Umgang der Menschen mit Regeln ist jenseits dieser allgemeinen Feststellung allerdings ebenso differenziert und vielschichtig wie die Normen selbst, mit denen wir täglich konfrontiert sind. Der Kognitionspsychologe Lawrence Kohlberg (1973) z.B. unterscheidet diesbezüglich drei elementare Haltungen, die sich ihm zufolge lebensgeschichtlich entwickeln:

1. "Präkonventionell": Regeln werden aus Angst vor den Konsequenzen der Nichtbefolgung eingehalten (physische oder psychische Bestrafung).
2. "Konventionell": Regeln werden eingehalten, weil das Befolgen der Norm Teil des Selbstverständnisses des Handelnden ist, und für ihn einen Eigenwert besitzen. Diese Einstellung entspricht weitgehend dem bereits ausführlich diskutierten "Konformismus" und paßt gut zur vegetarischen Ernährung als Teil des "Life-Style" eines bestimmten Milieus (meine Form der Ernährung ist in diesem Fall primär Ausdruck des Bestrebens nach Zugehörigkeit zu einer Gruppe und weniger einer auf das "Tierwohl" oder die ökologischen Konsequenzen meines Handelns abzielenden ethischen Überzeugung).
3. "Postkonventionell": Regeln werden eingehalten, weil ihr Sinn und Zweck reflektiert wurde. Während die "konventionelle" eine rein konformistische Einstellung zu Normen ist, entspricht die "postkonventionelle" Haltung dem von Immanuel Kant formulierten "kategorischen Imperativ", welcher besagt, daß ich in jeder gegebenen Situation so handeln soll, daß mein Handeln zur universellen Norm erhoben werden

---

<sup>88</sup> Allzu oft wird unser konkretes Handeln aber auch aufgrund von Bequemlichkeit und "Willensschwäche" im Widerspruch zu unseren Prinzipien stehen. Das mag verzeihlich und politisch-soziologisch wenig relevant sein, wenn es lediglich gesunde Ernährung oder das eine oder andere Ei oder Stück Fleisch (bei der Veganeerin) betrifft.

kann (was in etwa der Prämisse entspricht "was Du nicht willst das man Dir tu', das füg' auch keinem anderen zu").<sup>89</sup>

Die kritische Reflexion von Normen und eigenem Handeln im Hinblick auf unsere moralischen Überzeugungen ist selbstredend ein hehres Ziel. Aber ist es tatsächlich realistisch und wünschenswert, in jeder gegebenen Situation unser Tun mit unseren Idealen abzugleichen? Abgesehen davon, daß wir nicht in jeder Situation hinreichend informiert sind, um den Anforderungen des kategorischen Imperatives zu genügen, befinden wir uns häufig in einem Zielkonflikt – auch wenn dieser im Minimum nur darin besteht, daß wir zwischen unseren ethischen Überzeugungen und unserer Bequemlichkeit wählen müssen. Die Institutionalisierung von Regeln bzw. Normen, d.h. deren Festschreibung als "Gesetz", dient in diesem Zusammenhang gerade auch dazu, uns vor unserer eigenen möglichen "Irrationalität" zu schützen, d.h. vor Nachlässigkeiten, Bequemlichkeit, einer gewissen "Willensschwäche". Der Philosoph Jon Elster bezeichnet dies als "rationale Selbstbindung", und bemüht zur Illustrierung seines Konzepts die bekannte Episode von Odysseus und den Sirenen:

»... doch bindet mich fest, damit ich kein Glied zu rühren vermöge ... Fleh ich aber euch an und befehle die Seile zu lösen: Eilend fesselt mich dann mit mehreren Banden noch stärker!« als Beispiel für eine Selbstbindung im wahrsten Sinn des Wortes: »Odysseus war nicht gänzlich rational, denn ein rationales Wesen hätte nicht zu diesem Mittel greifen müssen; er war aber auch nicht einfach der passive und irrationale Spielball seiner wechselnden Wünsche und Bedürfnisse, denn er konnte mit indirekten Mitteln sein Ziel erreichen, das eine rationale Person auf direkte Art und Weise realisiert hätte. Sein Dilemma – schwach zu sein und davon zu wissen – verweist auf die Notwendigkeit, einer Theorie unvollständiger Rationalität, die von Philosophen und Sozialwissenschaftlern fast gänzlich vernachlässigt worden ist.« (1979.: 67)

Der letzte Satz des vorstehenden Zitats ist allerdings mindestens mißverständlich. Denn Elster liefert hier nicht weniger als eine Begründung des "Gesellschaftsvertrags", der letztlich auf der Bereitschaft aller gründet die Rechte der anderen zu respektieren. Dies impliziert notwendig, spontanen Impulsen (z.B. der Gewaltausübung) zu entsagen um ein geordnetes und gesichertes Zusammenleben zu ermöglichen. Genau darauf zielt Elster ab, wenn er schreibt:

»Um das spezifisch Menschliche vollständig zu charakterisieren, bedarf es wenigstens dreier Merkmale. Der Mensch kann rational sein, in dem Sinne, daß er bewußt auf jetzige Gratifikation zugunsten zukünftiger verzichtet. Der Mensch ist oft nicht rational und zeigt statt dessen Willensschwäche. Auch wenn der Mensch nicht rational ist, weiß er, daß er irrational ist, und kann sich selbst binden, um sich vor der Irrationalität schützen« (Ibid: 140).

Die Ausführungen John Elsters führen zurück auf die Eingangs dieses Textes gestellte Frage nach dem Wesen des Menschen und seines Verhältnisses zur gesellschaftlichen Ordnung. Elsters Konzept der rationalen Selbstbindung bezieht sich vor allem auf die im 18. Jahrhundert von Jean-Jacques Rousseau und anderen konzipierten Grundlegung

---

<sup>89</sup> Kohlbergs Klassifikation gibt die von ihm (in Anschluß an Jean Piagets Arbeiten) untersuchte Entwicklung des moralischen Urteils von Kindern und Jugendlichen wieder. Wenngleich sich die Fähigkeit zur Reflexion des Sinn und Zwecks von Normen fraglos lebensgeschichtlich entwickelt, dürften sich aber diese Einstellungen wechselseitig nicht ausschließen, sondern die Haltung des Individuums zu Normen sich je nach Kontext verändern. Man mag durchaus darüber streiten, ob kleinere Kinder Regeln nur aus Angst vor Strafe befolgen, aber es geht hier nicht um eine kritische Diskussion des möglicherweise ethnozentrischen Ansatzes von Piaget und Kohlberg. Der Artikel zu "Ethical Relativism" in der "Encyclopedia of Social and Cultural Anthropology" liefert diesbezüglich einen ersten Eindruck (Barnard / Spencer 1996: 479f.).

des "Gesellschaftsvertrags", einer der zentralen Säulen des Selbstverständnisses der modernen Demokratie. Im Unterschied zu autoritären Regimes ist in unserer Gesellschaft die normative Basis ihres Handelns den Menschen (zumindest idealiter) nicht aufgezungen sondern Ausdruck eines von der überwältigenden Mehrheit geteilten Konsensus ("volonté générale"). Da die Menschen z.B. Gewaltanwendung zur Durchsetzung individueller Interessen ablehnen, ächten sie diese und beschließen Gesetze, die nicht nur die Gewalt gegen andere, sondern auch jede Form der Selbstjustiz untersagen – d.h. sie gestehen dem Staat das alleinige Gewaltmonopol zu. Die gesetzliche Regelung des menschlichen Miteinander hat nicht nur die Funktion, uns vor jenen zu schützen, die dem "Recht des Stärkeren" anhängen (wie z.B. die Hell's Angels oder die Cosa Nostra), sie soll auch verhindern, daß wir im Affekt Dinge tun, die wir später bereuen würden. Indem wir die Gesetze befolgen, handeln wir somit letztlich im eigenen Interesse – so schwer der Verzicht darauf, "die Dinge in die eigenen Hände zu nehmen" im Zweifelsfall auch fallen mag.

Die Implikationen für den Bereich der Konsumsoziologie sollten unmittelbar evident sein (und auch die Bedeutung für das Verständnis des Verhältnisses von Individuum und Gesellschaft): Im Unterschied zu dem, was die jeweiligen Industrie- oder Agrarverbände versuchen uns glauben zu machen, haben wir die Freiheit, Produkte und Praktiken zu verbieten, die entweder unsere Lebensgrundlagen massiv bedrohen oder unseren ethischen Überzeugungen zuwiderlaufen. Allerdings muß ein derartiges Verbot in einem möglichst weitgehenden gesellschaftlichen Konsens gründen, einem geteilten Willen der überwältigenden Mehrheit. Sollte dies nicht der Fall sein, besteht die Gefahr, daß Verbote als Ausdruck einer "Diktatur der Mehrheit" oder gar "Bevormundung durch Meinungsführerschaft" empfunden werden. Dies führt dann im Zweifelsfall lediglich dazu, daß die Deklassierten und moralisch Abgewerteten sich zu ihrer "Vulgarität" bekennen und dieses als einen Akt des Protests ausleben (in Gestalt z.B. von Dieter Bohlen, Mario Barth oder Donald Trump). Ebenso wie eine moralisch-ethische Position oftmals als Vehikel der sozialen Abgrenzung genutzt wird, kann deren Position primär dem mehr oder weniger reflexhaften "Widerstand" gegen eine reale oder empfundene "Gängelung" entspringen.

Bei den Zielkonflikten, welche durch gesetzliche Regelungen verhindert werden sollen, ist schließlich auch zu berücksichtigen, daß derartige Konflikte jenseits der persönlichen auch eine gesamtgesellschaftliche Dimension haben. So könnte z.B. das Verbot jeglicher Form der Massentierhaltung einerseits dazu führen, daß einige Menschen mehr Fleisch essen (weil sie keine moralischen Bedenken bezüglich der Haltungsbedingungen mehr haben müssen), während andere sich kein Fleisch mehr leisten können, weil es aufgrund der höheren Produktionskosten für sie unerschwinglich geworden ist. Andererseits ist der Verzehr von Billig-Fleisch fraglos kein allgemeines Menschenrecht – das auf soziale und kulturelle Teilhabe aber sehr wohl, und für viele Menschen könnte der Fleischkonsum (wie bereits erwähnt) genau dies symbolisieren. Das Dilemma ist mithin nicht einfach zu lösen, man kann es aber auch nicht ignorieren.

Vielleicht mag die Distanz zwischen dem in allen Gesellschaften existierenden Verbot, andere Angehörige der Gruppe zu töten oder zu bestehlen, und der Diskussion über Tierhaltung und Fleischkonsum (trotz des eine Zeitlang verbreiteten Slogans "Meat is Murder") allzu groß erscheinen. Rein formal betrachtet ist das aber nicht der Fall, es geht schlicht um den Geltungsbereich moralischer Normen. Es sei an dieser Stelle lediglich darauf hingewiesen, daß das "Du sollst nicht töten" ursprünglich nur für die Mit-

glieder des eigenen Gemeinwesens galt, und nicht für fremde. Die (zumindest auf dem Papier) universelle Geltung und Achtung von unveräußerlichen Menschenrechten ist ein sehr rezentes Phänomen, und man *kann* durchaus fordern, derartige Rechte auch auf Tiere auszudehnen. Die Frage, ob man das auch *sollte*, liegt jenseits des wissenschaftlichen Diskurses, der sich damit begnügen muß, zu untersuchen, wie diejenigen motiviert sind, die solche Forderungen stellen, und auf welchem Wege eine diesbezügliche Übereinkunft der überwältigenden Mehrheit erreicht werden kann. Um an dieser Stelle den Schlußsatz eines anderen Textes zu wiederholen: Die Wissenschaft kann uns nicht sagen, wie wir handeln sollen, sie kann uns lediglich aufzeigen, was wir tun können – und was wir hoffen dürfen.

## Resümee: Verzicht ohne Verlust?

Wenngleich viele der hier aufgeworfenen Fragen gar nicht oder nur im Ansatz beantwortet werden konnten, sollten wichtigsten Determinanten unseres Konsumverhaltens nichtsdestotrotz hinreichend deutlich geworden sein.<sup>90</sup> Bezüglich der Eingangs gestellten Frage nach den Triebkräften des permanent ansteigenden Konsumniveaus fällt die Antwort denn auch unzweideutig aus: es ist die Gesellschaft, nicht die menschliche Natur. Wir konsumieren, um uns mittels Statussymbolen sozial zu positionieren (und werden bei diesem Bemühen oftmals mißverstanden), weil wir mit den Nachbarn "mithalten" wollen (oder glauben, es zu müssen), wir versuchen eine "innere Leere" zu füllen oder diffus empfundene Ängste abzuwehren. Vielleicht wollen wir uns auch einfach nur für die Frustrationen der Arbeitswelt entschädigen. Selbstverständlich können uns Dinge Freude bereiten, aber allzu oft tun sie dies nicht, zumindest nicht dauerhaft, es handelt es lediglich um Ersatzbefriedigungen – höchstens kurzfristig wirksame Substitute für das, was wir nicht haben und vielleicht auch nicht erreichen werden.<sup>91</sup> Und auch wenn dieser Text angesichts eines unzureichenden Forschungsstands lediglich einen explorativen Charakter haben kann, drängt sich doch der Eindruck auf, daß das Leben in der "Überflußgesellschaft" uns in der Summe nicht zu zufriedeneren (geschweige denn glücklicheren) Menschen macht.

Angesichts der aktuellen Diskussion um Erderwärmung und Umweltzerstörung heißt das: Wir verwandeln unseren Planeten von einem Garten in eine Wüste, ohne in irgendeiner Weise davon nachhaltig zu profitieren. Diese Einsicht dürfte in unserer Gesellschaft allerdings derzeit nicht allzu weit verbreitet sein, die Menschen würden all die letztlich nutzlosen Dinge schwerlich kaufen, wenn sie sie nicht *wollten*, bzw. *glaubten sie zu brauchen*. Ein Großteil dieses "Wollens" und "Brauchens" dürfte der Tatsache geschuldet sein, daß sozialer Status nach wie vor derart stark mit sichtbaren Zeichen in Gestalt materieller Objekte zum Ausdruck gebracht wird. Menschen, die sich sozial anerkannt fühlen bzw. sich ihrer Position in der Hierarchie sicher sein können, sind zufriedener und konsumieren weniger und bewußter – das ist eine der zentralen Hypothesen, die zu überprüfen wäre. Eine Entkopplung von sozialer Anerkennung und Konsum ermöglichte jedenfalls den Verzicht auf überflüssige Statussymbole.<sup>92</sup>

<sup>90</sup> D.h. wenn das vorliegende Skript nur wenige Antworten geben konnte, so sollte doch zumindest ein Bezugsrahmen skizziert worden sein, welcher uns ermöglicht, die richtigen Fragen zu stellen.

<sup>91</sup> Ein guter Anknüpfungspunkt wäre, wie Marie Kondo andere zu fragen, ob die Objekte, die man besitzt, Freude entfachen („spark joy“; ihr Motto lautet „cultivating empathy for the things that surround us“ (<https://konmari.com/>), und anschließend zu klären warum das so ist..

<sup>92</sup> Eine allzu simpel gestrickte pauschale "Kapitalismuskritik" dürfte dem Problem allerdings kaum gerecht werden. Ich will diesbezüglich nur eine kurze Anekdote anführen: Während meines Studiums hatte ich Gelegenheit, als Fachschaftsvertreter im Rahmen eines Studierendenaustauschs die ehemalige DDR zu besuchen. Teil des Programms war eine Diskussion mit Vertretern der Regierung, d.h. der SED. Einer von ihnen stellte erstaunlich offen als zentrales Problem der DDR das unzureichende Konsumniveau heraus; die Menschen seien unzufrieden, weil sie den Wohlstand des Westens zum Maßstab nähmen. Ich kann nun nicht beurteilen, ob Menschen in der DDR ihre Regierung gestürzt haben, weil sie ihnen nicht den gleichen Lebensstandard beschaffen konnte, den die Menschen im Westen genossen, oder weil sie einfach genug hatten von einem in der Summe korrupten und inkompetenten Regime, welches die Idee einer gerechten Gesellschaft der Lächerlichkeit preisgab (der gerade bemühte SED-Vertreter war hinsichtlich seiner selbstkritischen Reflexion und Offenheit wohl eher eine Ausnahme). Aber allein die Tatsache, daß in einem zumindest vorgeblich "sozialistischen" Staat der individuelle Konsum (jenseits der Befriedigung von Grundbedürfnissen, es ging um Automobile und Bananen, wenn ich mich richtig erinnere) als Politikum erscheint, verweist darauf, daß die hier diskutierte Problematik nicht einfach auf das "Privateigentum an Produktionsmitteln" oder "Profitorientierung" reduziert werden kann. Ich behaupte nicht, das eine (die kapitalistische Ökonomie) habe nichts mit dem anderen (der Bedürftigkeit der Konsumentinnen und Konsumenten) zu tun, die Zusammenhänge sind aber dezidiert zu erforschen, Schlagwörter erklären nichts.

Weniger kann auch mehr sein – die Menschen könnten sich auf das konzentrieren, was ihnen wirklich wichtig ist, und ihnen Freude bereitet. Zum Beispiel Zeit mit den Kindern verbringen in einer einigermaßen intakten Natur, die nicht nur aus Windrädern, Solaranlagen und Maismonokulturen besteht, welche benötigt werden, um elektrisch betriebene Stadtgeländewagen und Luxuslimousinen mit Strom zu versorgen. Die Frage ist aber, wem ein derartiger Präferenzwandel offensteht? Wie viele Menschen stimmen heutzutage der Feststellung zu, daß die im Leben wirklich wichtigen Dinge entweder umsonst oder zumindest recht preiswert sind? Und für wie viele ist im Gegenteil "Freizeit" immer mit Konsum verbunden? Ein gutes Buch belastet die Umwelt nur marginal und kostet nichts, wenn es aus der Bibliothek stammt; und um mit den Kindern zu basteln, brauche ich nicht viel. Aber wie viele Kinder haben noch nie ein Buch in der Hand gehalten, und auch keine Bastelschere? Die Zahl dürfte erschreckend hoch sein (im neunten Kapitel meines Skripts zu Geschichte und Strukturen sozialer Ungleichheit habe ich einige der diesbezüglichen Daten aufgeführt). Vielleicht sollte man einfach mit Kindern aus "bildungsfernen" und "konsumaffinen" Milieus lesen und basteln, anstatt sich über deren vermeintlich ignorante Eltern zu empören (die wahrscheinlich in ihrer Kindheit selbst nichts anderes erfahren haben).

Die allzu offensive Verunglimpfung der Lebensstile anderer Milieus dürfte jedenfalls (wie bereits erwähnt) nur zu deren "Verhärtung" beitragen und die Menschen schwerlich dazu bewegen, ihr Verhalten zu hinterfragen.<sup>93</sup> Klima- und Umweltschutz sind schließlich keine Frage des "Lifestyle", d.h. kein Instrument zur sozialen Abgrenzung, sondern eine gesamtgesellschaftliche Herausforderung – man muß den "gesellschaftlichen Anderen" nicht mögen und sein Verhalten gutheißen, um ihn ernst zu nehmen. Ohne wechselseitigen Respekt ist meiner Überzeugung nach jedenfalls kein breiter politischer Konsens zu erreichen, und Verbote werden als "Gängelung" und nicht als Ausdruck eines "kollektiven Willens" empfunden (was ihre Grundlage sein sollte). Das ist in etwa die "moralische Lektion" dieses Textes. Für die Wissenschaft heißt das: wir treffen (wie bereits hervorgehoben) keine Urteile, sondern analysieren Vorurteile;<sup>94</sup> wir bewerten keine Handlungen und Einstellungen, sondern versuchen die Motive der Menschen zu verstehen.<sup>95</sup>

Eine weitere Einsicht, welche die Leserinnen und Leser gewonnen haben sollten ist, daß bei einem derart komplexen Phänomen wie unserem Konsumverhalten diese Motivation nicht auf eine einzelne Ursache zurückzuführen ist. So komplex und vielschichtig die Gründe für das – über die Befriedigung menschlicher Grundbedürfnisse hinaus – immer weiter ansteigende Konsumniveau auch sind, sollte der vorliegende Text aber auch deutlich gemacht haben, daß die Triebkräfte hierfür in mehrfacher Hinsicht in der tiefgreifenden sozialen Ungleichheit zu verorten sind, welche unsere Gesellschaft nach wie vor kennzeichnet und das soziale und kulturelle Leben durchdringt.

Es ging mir hier aber zunächst primär darum, das Verständnis für den Zusammenhang zwischen individuellen Bedürfnissen und gesellschaftlichen Verhältnissen zu we-

---

<sup>93</sup> Es sollte also weniger darum gehen, Verzicht mittels Verboten zu erzwingen, als den Menschen zu verdeutlichen, daß sie auf einem niedrigeren materiellen Niveau ein erfüllteres Leben führen könnten.

<sup>94</sup> Auch wenn die Trennlinie zwischen beidem nicht immer scharf zu ziehen ist (in Ermangelung entsprechender illustrativer Fallbeispiele hätte ich diesen Text ohne Rückgriff auf meine eigenen Vorurteile gar nicht schreiben können), müssen wir dennoch daran festhalten.

<sup>95</sup> "Verstehen" meint in diesem Zusammenhang primär "rekonstruieren", es geht lediglich darum, die Motive z.B. eines SUV-Käufers oder einer Islamistin zu analysieren, nicht darum, so etwas wie "Verständnis" zu entwickeln.

cken. Eine genauere Analyse einerseits des Wechselspiels von Politik, Ökonomie und Gesellschaft und andererseits der "gelebten" sozialen Ungleichheit findet sich in meinem Skript zu Geschichte und Strukturen sozialer Ungleichheit (2022), welches an die vorliegenden Ausführungen anknüpft.

## Literatur

- BARNARD, Allan / SPENCER, Jonathan (1996): Encyclopedia of Social and Cultural Anthropology. London/New York (Routledge).
- BOURDIEU, Pierre (1979): Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt/Main (Suhrkamp) 1982.
- BRÜCKNER, Peter (1982): Psychologie und Geschichte. Vorlesungen im 'Club Voltaire' 1980/81. Berlin (Wagenbach).
- CLASTRES, Pierre (1974): Staatsfeinde. Studien zur politischen Anthropologie. Frankfurt/Main (Suhrkamp)
- DE VRIES, Jan (2008): The Industrious Revolution. Consumer Behaviour and the Household Economy, 1650 to the Present. Cambridge, New York, Melbourne (Cambridge University Press).
- DOUGLAS, Mary (1966): Reinheit und Gefährdung. Frankfurt/Main (Suhrkamp) 1988.
- DURKHEIM, Émile (1902<sup>2</sup>). Über soziale Arbeitsteilung. Studie über die Organisation höherer Gesellschaften. Frankfurt/Main (Suhrkamp) 1988.
- (1906): Bestimmung der moralischen Tatsache und Entgegnungen auf Einwände. In ders.: Soziologie und Philosophie. Frankfurt/Main (Suhrkamp) 1967.
  - (1912): Die elementaren Formen des religiösen Lebens. Frankfurt/Main (Suhrkamp) 1978.
- DYER, Christopher (2003): Making a Living in the Middle Ages. The People of Britain 850-1520. London (Penguin).
- ELSTER, Jon (1979) Ulysses and the Sirens. Studies in rationality and irrationality. Cambridge (Cambridge Univ. Press).
- [Hg.] (1986): Rational Choice. New York, N.Y. (New York Univ. Press).
- FISCHER, Edward F. (2014): The Good Life. Aspiration, Dignity and the Anthropology of Wellbeing. Stanford (Stanford University Press).
- FREUD, Sigmund (1930): Das Unbehagen in der Kultur. In ders.: Studienausgabe Bd. IX, Frankfurt/Main (Fischer) 1982.
- FRIEDMAN, Sam / LAURISON, Daniel (2019): The Class Ceiling. Why it Pays to be Privileged. Bristol/Chicago (Policy Press).
- HATCHER, John (1998): Labour, Leisure and Economic Thought before the Nineteenth Century. In: Past and Present, No. 160.
- HIRSCHFELDER, Gunter (2001): Europäische Esskultur. Geschichte der Ernährung von der Steinzeit bis heute. Frankfurt/Main (Campus).
- KOHLBERG, Lawrence (1973): The Claim of Moral Adequacy of a Highest Stage of Moral Judgement. In: The Journal of Philosophy, Vol. 70, No. 18.
- KRACKE, Nancy (2016): Unterwertige Beschäftigung von AkademikerInnen in Deutschland. Die Einflussfaktoren Geschlecht, Migrationsstatus und Bildungsherkunft und deren Wechselwirkungen. In: Soziale Welt 67.
- LÉVI-STRAUSS, Claude (1955): Traurige Tropen. Frankfurt/Main (Suhrkamp) 1982.
- (1961): Die kulturellen Diskontinuitäten und die ökonomische und soziale Entwicklung. In ders. 1973.
  - (1962): Das Ende des Totemismus. Frankfurt/Main (Suhrkamp) 1973.
- MALINOWSKI, Bronislaw (1922): Argonauten des westlichen Pazifik. Frankfurt/Main (Syndikat) 1979.

- MCKENDRICK, Neil (1982): The Consumer Revolution in Eighteenth-Century England. In: McKendrick, Neil / Brewer, John / Plumb, J. H.: The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth-Century England. Bloomington (Indiana University Press).
- MINTZ, Sidney W. (1985): Sweetness and Power. The Place of Sugar in Modern History. New York (Penguin) 1986. (dt.: Die süße Macht. Frankfurt/Main, New York (Campus) 1987).
- PERKIN, Harold J. (1969): The Social Causes of the British Industrial Revolution. In: Transactions of the Royal Historical Society, 5<sup>th</sup> Series, Vol. 18.
- POMERANZ, Kenneth (2007): Social History and World History: From Daily Life to Patterns of Change. In: Journal of World History, Vol. 18, No. 1.
- SAHLINS, Marshall (1972): Stone-Age Economics. Hawthorne, N.Y. (Aldine de Gruyter).
- (1976): Kultur und praktische Vernunft. Frankfurt/Main (Suhrkamp) 1981.
  - (1996): The Sadness of Sweetness. The Native Anthropology of Western Cosmology. Sidney W. Mintz Lecture for 1994. In Current Anthropology Vol. 17, Number 3, June 1996.
- SAVAGE, Mike et.al. (2013): A New Model of Social Class? Findings from the BBC's Great British Class Survey Experiment. In: Sociology 47(2).
- SCHAARSCHMIDT, Theodor (2020); Ist weniger mehr? In: Spektrum.de, 13.1.2020. <https://www.spektrum.de/news/minimalismus-ist-weniger-mehr/1695148>.
- SCHAUMANN, Philipp (2014): Auf dem Weg zur Glückspolitik: Erarbeitung der Grundlagen zur Erstellung eines "Glücksindex" für Industrienationen. Gottfried Wilhelm Leibniz Universität Hannover (Dissertation).
- SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH (2018): Informationen zu den Sinus-Milieus®. [https://www.sinus-institut.de/fileadmin/user\\_data/sinus-institut/Bilder/Sinus-Milieus\\_092018/2018-09-18\\_Informationen\\_zu\\_den\\_Sinus-Milieus.pdf](https://www.sinus-institut.de/fileadmin/user_data/sinus-institut/Bilder/Sinus-Milieus_092018/2018-09-18_Informationen_zu_den_Sinus-Milieus.pdf).
- SMITH, Woodruff D. (2002): Consumption and the Making of Respectability 1600–1800. New York / London (Routledge).
- SÖDER-MAHLMANN, Joachim (1991): Computerfaszination und Gesellschaftsentwicklung. Eine sozialpsychologische Studie. Universität Hannover, Dissertation.
- (2005): Soziale Tatsachen und kollektive Vorstellungen. Ein Beitrag zur Soziologie des Tauschs und der Erkenntnis. Universität Hannover (Habilitationsschrift).
  - (2009): "Jenes Leben das einzig lohnt gelebt zu werden" – Claude Lévi-Strauss und das 'Wilde Denken'. Universität Hannover (Vortrag im Colloquium "Transformation Studies"). [https://www.ish.uni-hannover.de/fileadmin/soziologie/B.A.\\_Sozialwissenschaften/Mitarbeiter/Soeder-Mahlmann/Vortrag\\_Levi-Strauss\\_2008-01-05.pdf](https://www.ish.uni-hannover.de/fileadmin/soziologie/B.A._Sozialwissenschaften/Mitarbeiter/Soeder-Mahlmann/Vortrag_Levi-Strauss_2008-01-05.pdf)
  - (2015): Bedürfnis und Verlangen. Anmerkungen zur Emergenz der Konsumgesellschaft. In: Dierksmeier/Hemel/Manemann [Hg.]: Wirtschaftsanthropologie. Baden-Baden (Nomos).
  - (2022): Geschichte und Strukturen sozialer Ungleichheit. Gottfried Wilhelm Leibniz Universität Hannover, Institut für Soziologie (Seminarskript). [https://www.ish.uni-hannover.de/fileadmin/ish/personen/Soeder-Mahlmann/Geschichte\\_und\\_Strukturen\\_sozialer\\_Ungleichheit\\_Skript\\_2022.pdf](https://www.ish.uni-hannover.de/fileadmin/ish/personen/Soeder-Mahlmann/Geschichte_und_Strukturen_sozialer_Ungleichheit_Skript_2022.pdf)
- TRENTMANN, Frank (2016): Empire of Things. How We Became a World of Consumers, from the 15<sup>th</sup> Century the 21<sup>st</sup>. London (Allan Lane).

- WARDE, Alan; WRIGHT, David; GAYO-CAL, Modesto (2007): Understanding Cultural Omnivorousness: Or, the Myth of the Cultural Omnivore. In: Cultural Sociology, Volume 1(2):
- WIETSCHORKE, Jens (2019): Grenzen der Respektabilität. Grenzen einer Unterscheidung. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, 44-45/2019.
- WINNICOTT, Donald W. (1953): Übergangsobjekte und Übergangsphänomene. In: ders., Von der Kinderheilkunde zur Psychoanalyse. Frankfurt/Main (Fischer) 1983.