

3. Konsumistischer Konsum: allgegenwärtig

3.1 Fast überall auf der Erde

Der konsumistische Konsum hat sich, wenn auch in unterschiedlicher Mächtigkeit, inzwischen fast überall auf der Erde durchgesetzt. Das wird jenen Menschen klar, die viel in der Welt herumreisen und verblüfft feststellen, dass sie auf anderen Kontinenten jeweils einen Grossteil des Warenangebots kennen – sie kennen es von zuhause her. Ich werde hier einzelne Aspekte herausgreifen, die zeigen, dass sich die Warenform und inzwischen auch der heutige konsumistische Konsum über die ganze Erde verbreitet haben. Der konsumistische Konsum ist überall anzutreffen, er ist omnipräsent, er ist ubiquitär.

Globalisierung

Es liegt nahe, in diesem Zusammenhang die Globalisierung der Wirtschaften zu erwähnen. Vorausgesetzt ist dabei, dass sich die kapitalistische Wirtschaftsweise weltweit durchgesetzt hat. Eines der Globalisierungsprinzipien besteht im freien Verkehr von bzw. Handel mit Waren.²⁷ Hintergrund war und ist die Überschussproduktion in den hoch entwickelten Nationen. Diese exportieren ihre Produkte in die Entwicklungsländer und importieren von letzteren Rohstoffe und Rohprodukte. Mit

27 Die andern »Freiheiten« beziehen sich auf den Kapitalverkehr, die Dienstleistungen und die Migration der Menschen. Die letzte dieser Freiheiten verletzen die reichen Länder permanent. Europa hat die Europäische Grenzschutzagentur FRONTEX eingerichtet. Sie verfügt über ein Budget von gegen 100 Millionen Euro. Das EU-Abkommen Dublin II von 2003 regelt, dass illegal Eingewanderte im ersten Land ihrer Ankunft in Europa bleiben müssen. Wer in ein anderes Land wechselt, muss unverzüglich in sein Erstland zurückkehren bzw. wird dorthin ausgeschafft. Weil das ökonomisch arme Griechenland am meisten Erstimmigrierende hat, bekommt es auch viele wieder zurück. Diese Situation wird von der nazistischen Partei Chrysy Avgi schamlos ausgebeutet, was sicherlich zu ihrem Wahlerfolg im Frühsommer 2012 mit knapp sieben Prozent beigetragen hat; Chrysy Avgi zog damit als erste offenen faschistische Partei ins Parlament ein (Papadopoulos, 2012). – Die USA bauen an ihrer Grenze zu Mexiko den 600 km langen Grenzzaun aus, der aus dreilagigem Stacheldraht und teilweise aus einer Mauer besteht.

den Waren exportieren die reichen Länder zugleich die Art, wie sie zu konsumieren sind. Die konsumistische Art des Konsumierens ist dabei, sich weltweit durchzusetzen.

Die Waren, die in Europa und den USA produziert werden, sind zugleich Produkte der dortigen Kulturen. Etwa 90 Prozent der grössten Weltkonzerne stammen aus den westlichen Industrieländern, teilt Ulrich Beck anhand von Daten der UNCTAD²⁸ mit (2002, 238). Deren materielle und Dienstleistungs-Waren führen zwangsläufig Merkmale der Kulturen mit sich, aus denen sie stammen. Sie werden in die Kulturräume der Importländer hineingetragen. Dort verbreiten sie das, was wir hier langsam als Nachteile, gar Gefährdungen der konsumistischen Kultur erkennen lernen, nämlich Hektik, Unersättlichkeit, neue und kulturfremde Bedürfnislagen, dann auch Schmutz und Müll. Weil sie ökonomisch stärker als die einheimischen Ökonomien auftreten, tragen sie zur Entwertung der dortigen Kulturen bei.

Ähnliches entsteht, wenn sich die reichen Konsumierenden selber per Flugzeug exportieren, etwa an afrikanische Strände, wo sie von Einheimischen bedient oder auf Jeep-Trips in die Wüste begleitet werden; im Himalaja tragen ihnen die einheimischen Bewohner das Gepäck nach. Als Geldbringende repräsentieren die Touristen und die Touristinnen ökonomische Macht. Sie wird sichtbar an den dienenden Funktionen, welche die Einheimischen wahrnehmen. Die Ersteren sind jedoch auch Repräsentanten der konsumistischen Kultur. Denn die Tourismusangebote sind konsumistisch »designt«.

All diese Phänomene lösen ein Einsickern westlicher Kulturelemente in die lokalen Kulturen aus. Damit ist nichts gesagt gegen interkulturellen Austausch. Doch hier handelt es sich eben gerade nicht um solchen Kulturaustausch. Zwar setzen die hegemonialen Mächte zur Durchsetzung des Kulturwandels nicht mehr unmittelbare Waffengewalt ein. Der Wandel kommt in den Zielländern jedoch unter massivem Aufwand von Waren(-Verlockungen) zustande. Dadurch werden die teilweise noch immer bestehenden Subsistenzgrundlagen vieler Völ-

28 UNCTAD: United Nations Conference on Trade and Development; Konferenz der Vereinten Nationen für Handel und Entwicklung

ker zerstört.²⁹ Veronika Bennholdt-Thomsen sieht diesen Vorgang folgendermassen zugespitzt: »Die autonome oder selbstbestimmte Versorgung mit dem Lebensnotwendigen ist so weit geschrumpft und Teil des internationalen Warensystems geworden, dass dieses totalitäre Züge annimmt« (2010, 31).

Ich gebe zwei Beispiele dafür, die in der Freizeit angesiedelt sind: Barbie, die bereits mehr als fünfzigjährige Spielpuppe, hat längst sämtliche Weltmärkte erobert. Als Serienprodukt ist sie ein Überbleibsel der fordistischen Produktion, doch mit ihren vielen Variationen an Haartrachten, Kleidern, selbst Schminken bietet sie Vielheit und Unterschiedlichkeit. Barbie liefert ein unablässiges Wünschen nach Mehr und Neuem, also ein Lebenskonzept mit der Wunschspirale (vgl. Sallerberg & Hermanowski, 1992) und ein spezifisches Frauenbild.³⁰ Oder schon fast sprichwörtlich ist es, dass McDonald's weltweit (mit wenigen Ausnahmen) seine Essensangebote nach einheitlichen Kochrezepten gestaltet. So »wird Freizeit als ein postkolonialer Strom ausgemacht, der die Lebenswelten der Dritten Welt okkupiert, d.h. als ein mächtiges Ordnungsmuster, das sich in dortige Räume einschreibt und Lebensformen sowie Naturlandschaften als ›Freizeitlandschaften‹ konnotiert (...). Schon längst hat die Freizeit totalitäre Züge angenommen« (Wöhler, 2008, 81). Ob »Totalitarismus« der geeignete Begriff ist, um den Konsumismus zu charakterisieren, bleibe dahingestellt. Immerhin legt die konsumistische kulturell-strukturelle Gewalt legt es nahe, von einem neuen Kulturimperialismus zu reden. Niko Paech spitzt diese Feststellungen zu. Er sieht die konsumistische zugleich als ausbeuterische Kultur: »Wenn ›Ausbeutung‹ darin besteht, sich materielle Werte anzueignen, die in keiner reziproken Beziehung zur eigenen Leistung stehen, dann ist sie keineswegs Unternehmen vorbehalten, wie der Marxis-

29 »Subsistenz heisst: über das Lebensnotwendige verfügen« (Bennholdt-Thomsen, 2010, 9) und dieses, soweit möglich, selber herzustellen.

30 Solche kulturellen Übergriffe werden nicht überall akzeptiert, sondern sie lösen Widerstand aus. Im arabischen Raum beispielsweise sind Anti-Barbie-Puppen entstanden. Sie tragen in der dortigen Kultur vertraute Namen und heissen Sara und Dara, auch Razanne. Und sie sind nach der Tradition der dortigen Länder gekleidet (vgl. Meschnigg & Stuhr, 2005, 112ff.).

mus suggeriert. Konsum ist ein mindestens so gutes Ausbeutungsinstrument, zumal entgrenzter Wohlstand nur aus ökologischer Plünderung entstehen kann« (Paech, 2012, 61f.).

Exkurs: Globalisierung – Arbeit und Armut

Nicht nur der Export von Waren, sondern auch derjenige von ganzen Produktionen entfaltet wirtschaftsimperialistische Wirkungen. Darin kann man, wie es Mathias Binswanger tut, eine Situation sehen, welche die exportierenden wie die importierenden Länder zu Gewinnern macht. Er schreibt: »Auch in globalem Rahmen und für die Einkommensverteilung zwischen den Ländern ist Wachstum gerade für Industrienationen eine angenehme Sache. Durch das globale Wirtschaftswachstum können Entwicklungsländer reich werden, ohne dass wir, in den hoch entwickelten Industrienationen, etwas von unserem Wohlstand einbüßen müssen« (Binswanger, 2006, 130).

Aber so lieblich liegen die Verhältnisse denn doch nicht. Das Wachstum und damit allfällig entstehender Reichtum in Entwicklungsländern entsteht unter anderem durch Auslagerung von (meist industrieller) Produktion aus den Industrienationen. Damit hat die internationale Arbeitsteilung eine qualitativ neue Ebene erreicht, denn sie verbindet sich mit der fortschreitenden Deindustrialisierung in Europa und in den USA. Ein Motiv für die Auslagerungen liegt darin, dass die Arbeitslöhne in der Dritten Welt sehr karg ausfallen. Oft reichen sie nicht einmal zur Deckung des Lebensbedarfs der Arbeiterinnen, der Arbeiter und ihrer Familien. In der Folge bleibt ihr Konsum auf das Allernotwendigste beschränkt. Die Regierungen gestehen den Konzernen sogenannte »Exportproduktions-« oder »Sonderwirtschaftszonen« zu, in denen die landesinternen arbeitsgesetzlichen Vorgaben nicht oder nur eingeschränkt gelten. Im August 2012 hat sogar das nach aussen hin streng »sozialistische« Nordkorea bekannt gegeben, solche Zonen für chinesische Unternehmungen aufbauen zu wollen.

Generell lässt sich als Strategie der reichen Länder ausmachen, »Knappheiten an einem bestimmten Ort (sc. von reichen Ländern) dadurch zu lindern, dass Ressourcen und Arbeitskraft an andern Orten umso intensiver in Anspruch genommen werden« (Paech, 2012, 49). So wird denn ebenso schamlos wie die Arbeitenden oft auch die Natur ausgebeutet. In vielen Entwicklungsländern fließt der von Mathias Binswanger verkündete Reichtum in die Taschen einer kleinen, korrupten Oberschicht. Stellenweise gelingt es – beispielsweise aufgrund der hohen Produktivität oder von Bodenschätzen –, die Arbeitenden am Reichtum ein Stück weit zu beteiligen, und es entstehen vorerst begrenzte neue Mittelschichten. Brasilien oder China (vgl. Quiang, 2012) sind Beispiele dafür.

Umgekehrt fließen in die reichen Länder die von den Armen produzierten Waren für den Konsum der Reichen in die wohlhabenden Teile der Welt zurück. So überspülen grosse Massen von Produkten beispielsweise aus Südostasien die westlichen Märkte. Das sind namentlich informationstechnologische Geräte, die in jenen Ländern montiert werden, oder es sind Billigstwaren wie Plastiktüten: »Nahezu 80 Prozent davon (sc. von den Plastiktüten weltweit) werden in Nordamerika und Westeuropa verbraucht, und allein in den USA werden pro Jahr über 100 Milliarden Einkaufstüten aus Plastik weggeworfen. In Asien hergestellte Plastiktüten haben in den reichen Ländern inzwischen einen Marktanteil von einem Viertel erobert« (Worldwatchinstitute, 2004, 69).

Vor diesem Hintergrund erscheinen die reichen Regionen der Erde vermehrt als Konsumzonen. Im Ganzen, aus dem Fenster einer Raumsonde betrachtet, zeigt sich das Bild einer Erde, die zunehmend in kompakte Produktions- und Konsumsegmente aufgeteilt ist. Und weil sich diese Aufteilung nicht freiwillig, sondern innerhalb der harten kapitalistischen Konkurrenz vollzieht, erweist sie sich zugleich als scharfe soziale Trennung: »Durch die Wirkung des Marktmechanismus entsteht eine Art globaler Apartheid« (Altvater & Mahnkopf, 2004, 474). Aus etwas anderer Sicht, nämlich der Weltmonopole, beschreibt Ulrich Beck ver-

gleichbare Wirkungen. Diese Monopole brauchen nicht mehr zu konkurrieren, und dennoch entstehen auch auf diese Weise »Zulieferbeziehungen« und »Leiharbeitsformen« im Weltmassstab. Monopolbildungen verschärfen und manifestieren damit weltweite Polarisierungen zwischen Reichen und den Habenichtsen« (Beck, 2002, 238).

Die wirtschafts- und kulturimperialistische Strategie ist erfolgreich. Sie trägt diese Trennung in die »eroberten« Länder hinein. Auch in China bestehen Sonderwirtschafts- bzw. Exportproduktionszonen. Auch dort schufteten die Ärmsten. Zugleich steigt der Bedarf an guten und exklusiven Konsumwaren in den nobleren Quartieren der Grossstädte rapide an. In den Nachfolgestaaten der ehemaligen Sowjetunion und vorab in Russland konnte ich beobachten, wie der Konsum mit steigenden Einkommen ab Mitte der 1990er Jahre quantitativ schnell anwuchs und wie er für die Subjekte hohe Bedeutung gewann. Er begann, konsumistischen Mechanismen zu folgen. Diese Menschen bauten entsprechende mentale Infrastrukturen auf (Welzer, 2011; Näheres dazu im Kapitel 13). In Russland war diese Entwicklung allerdings vorgebahnt, denn schon in der Sowjetunion gab es von Staates wegen eine hohe Konsumorientierung (vgl. Merl, 1997). Doch nebst denjenigen, die sich einen erweiterten, teilweise durchaus konsumistischen Konsum leisten können, leben die Armen. Die offizielle russische Statistik für 2012 geht von 13 Prozent Armen aus. Natalja E. Tichanowa (2011, 4) hingegen analysiert, dass faktisch etwa die Hälfte der russischen Bevölkerung zu den Armen zu zählen sei. So ist die russische Gesellschaft nach wie vor klar gespalten in Arme und in jene, die den Sprung über die Armutsgrenze geschafft haben oder schon seit der Wende von 1990 über Reichtum verfügen.

3.2 Fast alles in Warenform gebracht

Wenn ich in Seminaren die Studierenden fragte, ob sie Dinge kennen, die nicht Warencharakter trügen, kamen sie erst mal ins Grübeln. Nach und nach verwiesen sie beispielsweise auf »Liebe« oder »Luft«. Die Szene deutet an, dass unsere Umgebung tatsächlich in hohem Masse aus Gütern oder Dienstleistungen besteht, die auf den Markt hin vorbereitet, dort als Waren zum Kauf angeboten und nach dem Kauf konsumiert werden. Nicht-Waren scheinen hinter den Warenbergen versteckt zu sein. Das war nicht immer so. Wie schon erwähnt, ist der verbreitete Tausch von Waren gegen Geld (in der Zirkulationssphäre) historisch eine verhältnismässig junge Erscheinung.

Mit der Durchsetzung der kapitalistischen Wirtschaftsweise, der Entwicklung der Industrie und dem zunehmenden Einsatz fossiler Energieträger wurde das Wirtschaften immer mehr zu einer Ressourcenfrage. Diese Ressourcen trugen zunächst keinen Warenstatus, sie waren in natürlicher Weise gegeben und sie gehörten zur Allmende. Das war eine Art Allgemeingut, das unter Einhaltung bestimmter Regeln die zur »Allgemeinheit« Gehörenden nutzen konnten (vgl. dazu Ostrom, 2011). Die Ressourcen wurden jedoch zunehmend privat genutzt. Hierfür war vorausgesetzt, dass man sie in Privateigentum verwandelte. »Damit wird die Komplexität der Natur zu Gunsten der simplen Logik des Eigentums/Nicht-Eigentums aufgelöst mit beträchtlichen ökologischen Konsequenzen, die aus der Missachtung von Naturzusammenhängen resultieren« (Altvater & Mahnkopf, 2004, 129). Dieser Wechsel leitet einen wesentlichen Schritt ein im Prozess, Dingen einen Wert beizumessen; man spricht dabei von der »Inwertsetzung«.³¹

Die Ressourcen sollten jedoch nicht dort liegen bleiben, wo man sie gefunden hatte. Sie sollten vielmehr dorthin gebracht und dann verkauft werden, wo sie verbraucht bzw. konsumiert werden konnten. Die Res-

31 Marcel Hänggi referiert beispielhaft für die Inwertsetzung Methoden, mit denen herauszufinden versucht wird, wie viel wert ein Mensch sei. So wurden beispielsweise für einen Menschen aus einem Industrieland 1,5 Millionen Dollar, für einen Menschen ausserhalb von Industrieländern (bezeichnenderweise) 150 000 Dollar veranschlagt (Hänggi, 2008, 64–66).

sources Öl, Gas oder Kohle gelangten als Energieträger über den Markt in die Industrieanlagen, dann zu den verschiedenen Fahrzeugen auf Schiene, Wasser, Strasse, später auch in der Luft. Diesem Prozess liegt die Umwandlung von Eigentum – hier angeeigneter Ressourcen – in Waren zugrunde. Diese Verwandlung von Dingen oder Gütern in Waren wird als Kommodifizierung bezeichnet. Wo die Ressourcen nicht mehr ausreichten, den Bedarf der nationalen Industrien zu decken, mussten sie ausser Landes eingeholt und wiederum an die eigenen Standorte transportiert werden.

Hervorzuheben ist, dass auch Teile der verselbständigten Kultur der Kommodifizierung zugeführt werden; ich werde im Kapitel 6 näher darauf eingehen. Hier nur soviel: »Diese Ökonomisierung des Kulturellen kann als Verdinglichung, aber auch als Versachlichung verstanden werden, je nach dem, ob die warenförmige Disponibilisierung als Verlust oder als Zuwachs an Weltverfügung akzentuiert wird« (Schrage, 2003, 62).

Der Zweck der Kommodifizierung oder in Deutsch: der Verwarung (ohne h!) besteht nicht primär darin, gute Güter unter die Leute oder in ferne Regionen zu bringen. Das Interesse konzentriert sich vielmehr auf das Ende der Transaktion, also auf das Geld bzw. das Geld »Strich«, das aus dem Tausch herauspringt. Hierzu wird der Begriff der Monetarisierung verwendet. Die Prozesse der Aneignung von Ressourcen sowie deren Verwandlung in Waren und in Geld hat sich mittlerweile weltweit durchgesetzt. Auch dieser Prozess wurde durch die Konkurrenz der Kapitaleigner als Warenproduzenten vorangetrieben.

Die Warenmenge wächst

Die Kommodifizierung ergriff nicht nur das System der Ressourcen, sondern sämtliche Güter. Der Warenmarkt wurde dadurch zunehmend überfüllter. Denn immer mehr Produzenten brachten immer mehr von Selbem oder von Ähnlichem, aber auch Neues auf den Markt. Der Warenberg wuchs und wächst weiterhin. Heute wird in den Reichtumsgesellschaften mit 20 000 Gegenständen pro Haushalt gerechnet; bevor sie dort per Kauf auf dem Markt ankamen, trugen auch sie Warenstatus. Die

Verwarung schreitet auch heute weiter voran. Dieser Vorgang wird unter globalisierten Bedingungen durch modernste Transport- und Kommunikationsmittel befördert. Nationale Grenzen werden immer unbedeutender, die Waren verteilen sich tendenziell ohne zwingende Verbindung mit konkreten Räumen auf der ganzen Erde. »Inwertsetzung findet folglich in einem Raum statt, der sich nicht territorial, durch nationale Grenzen umfrieden lässt« (Altvater & Mahnkopf, 2004, 133).

Dass die Warenmenge anwachsen wird, ist auch aus einer der Prognosen von Jorgen Randers abzuleiten. Er schreibt: »Im Jahr 2052 werden wir eine sehr grosse Weltwirtschaft haben – 2,2 mal so gross wie heute. Mit andern Worten, die Menschheit wird 120 Prozent mehr Gütern und Dienstleistungen als im Jahr 2010 produzieren. Dies wird höhere durchschnittliche Konsumraten ermöglichen, aber auch den ökologischen Fussabdruck³² des Menschen vergrössern« (Randers, 2012, 96).

Doch die Konkurrenz drückt weiter, Kapitalien sollen weiter verwertet werden, also müssen neue Waren her. In den westlichen Ländern ist seit einigen Jahrzehnten eine De-Industrialisierung beobachtbar. Kompensatorisch dazu wurde der Dienstleistungsbereich ausgeweitet. Ich habe weiter oben schon erwähnt, dass diese Ausweitung mit der Umformung menschlicher Arbeitskraft in Ware einher ging und weiterhin

32 Heutzutage wird zur Verdeutlichung des Ressourcenverbrauchs das Modell des ökologischen Fussabdrucks herangezogen (vgl. WWF, 2010). Dieser vergleicht die gegebene Biokapazität der Erde mit den tatsächlich aus den bestehenden Flächen bezogenen Ressourcen. Damit wird der faktische Flächenverbrauch pro Mensch (im Durchschnitt auf der ganzen Erde, in einem einzelnen Land oder auch individuell) in Hektaren gemessen. Pro Person stehen heute für einen ausgewogenen Fussabdruck real 1,8 Hektaren zur Verfügung. Seit etwa Mitte der achtziger Jahre des letzten Jahrhunderts übertrifft jedoch der globale Fussabdruck die auf der Erdkugel bestehenden Flächen. Im Weltdurchschnitt beträgt er heute ca. 2,7 Hektaren pro Person und Jahr. Um die verbrauchten Ressourcen regenerieren zu können, bedürfte es also einer zusätzlichen halben Erde. In den USA beträgt der individuelle Fussabdruck 8 Hektaren, im Vergleich zur vorhandenen Biokapazität also das 4,4fache; in Deutschland sind es etwa 5 Hektaren pro Person und damit 2,7 mal mehr als die vorhandene Biokapazität. In der Schweiz beträgt der Abdruck ebenfalls 5 Hektaren. Zum Vergleich: In Gabun (Westafrika) entspricht der individuelle Verbrauch 1,41 Hektaren. Auf die ganze Erde übertragen bedeutete dies 0,8 Erden. Im Vergleich zur Biokapazität des Landes (29,29 Hektaren) leben in Gabun die Menschen 21mal unter ihren Verhältnissen.

geht; die Arbeitenden mussten entsprechend geschult, oder im Falle von Erwerbslosigkeit umgeschult werden, um die neuen Dienstleistungsprodukte erarbeiten zu können. Sie leisten entsprechende Erwerbsarbeit gegen Lohn. Die Produkte vieler neuer Dienstleistungsbetriebe waren vor ihrer Kommodifizierung kulturelle Produktionen oder Ergebnisse von Arbeiten im Reproduktionsbereich. Damals waren sie nicht inwertgesetzt, sie trugen nicht den Warenstatus. Die Pflege alter oder behinderter Menschen erbrachten (vornehmlich) die Frauen im Familienverband, mit Nachbarn oder Freundinnen verbrachte man die Freizeit, sei es im spontanen Fussballspiel oder in der Einstudierung eines Theaterstücks, Jüngere und Ältere unternahmen Reisen innerhalb überschaubarer Distanzen, die sie selber planten und organisierten.

Diese und andere Verwarungsprozesse verschoben die Linie, welche einerseits die Waren und andererseits die Güter, die nicht zur Marktsphäre gehören, voneinander trennt. Anders gesagt: Die Verschiebung kam zustande, indem Güter ohne Warenstatus in die Marktsphäre hereingeholt wurden. Als Organisationsprinzip dieses Vorgangs erweist sich »die binäre Logik des Wertvollen und Wertlosen« (Altvater & Mahnkopf, 2004, 129).

Luc Boltanski und Eve Chiapello diskutieren diese Bewegung unter Einbezug des Aspekts der Authentizität. Die Güter ausserhalb des Marktes waren authentisch. Sie zeigten eine Echtheit, in der sich ihr Wesen und ihre Erscheinung deckten. Sie waren in irgendeiner Weise nützlich, sie liessen Einblick in die zu ihrer Herstellung geleistete Arbeit zu. In den Massenwaren konnte man solche Echtheit nicht mehr finden. Die Unechtheit der Massenwaren war (nebst anderem) ein Gegenstand der Kritik der Studierendenbewegung in den Sechzigern und den Siebzigern des letzten Jahrhunderts. Als Reaktion darauf wollten die Unternehmen Authentizität in die Warenwelt herein holen und in die einzelnen Waren einbauen; diese sollten unverfälscht, echt, natürlich usw. erscheinen. Das geschah und geschieht einerseits dadurch, dass im Kapitalismus anstelle von standardisierten Massenwaren nun der Unterschied hochgehalten bzw. mit der »Ökonomisierung der Differenz« geantwortet wur-

de (Boltanski & Chiapello, 2003, 476).³³ In diesem Zusammenhang ist auch die von Grossverteilern partiell betriebene Ökologisierung des Angebots durch Bioprodukte zu erwähnen. Oder ich denke an die erwähnten Leistungen im Pflege-, Sozial- und Therapiebereich, also im Bereich personaler Dienstleistungen. Menschen nehmen diese in Anspruch, weil sie auf mitmenschliche Hilfe angewiesen sind. Sie sind angewiesen auf die professionellen Helferinnen und Helfer als authentische Personen, nicht als schemenhafte Funktionäre des Dienstleistungssystems.

Der Verwarungs- oder Kommodifizierungsprozess ist nicht ursächlich für den Konsumismus. Er hat erheblich früher eingesetzt. Doch er dauert an und frisst sich weiter in die Landschaft noch nicht »verwarter« Güter. Das führt zum weiteren Wachstum der Kapitalien und der Warenberge, welche dann die Konsumierenden »abkonsumieren«. Zur Veranschaulichung führe ich einige aktuelle Beispiele von Kommodifizierung an:

- Die Forschung bringt Ergebnisse hervor, die oft in verwertbare Produkte umgesetzt werden. Das gilt auch für Forschungen im Bereich der Life Sciences. Jeremy Rifkin (1995, 88) spricht den »Weg in die Biotechnologie« an. Durch Gensplitting entstehen neue, in der Natur nicht vorkommende Kombinationen verschiedener Pflanzen- oder Tierarten. Elmar Altvater und Birgit Mahnkopf (2004, 129) weisen in diesem Zusammenhang hin auf die »Mikro- und Nanoräume der Gene, die gentechnisch der Verwertung zugänglich gemacht werden«. Damit entstehen faktisch neue Waren. Um diese zu schützen, werden sie gleichzeitig als Patente angemeldet. Hier möchte ich nicht über Naturentfremdung diskutieren, sondern lediglich auf die (teilweise hoch problematische) Verwarung von konkreten Elementen des Lebendigen hinweisen.
- Eine ähnlich problematische Verwarung geschieht auch mit sogenannten Halblebendigem. Ich denke hier an den Organhandel, den die

33 Diese Differenzierung im Warenangebot ist im Rahmen der exponentiellen Zunahme des Weltwarenausstosses zu sehen. Das bedeutet, dass auch sehr spezielle Waren – hoch luxuriöse ausgenommen – nach wie vor in Serie hergestellt werden. Sie behalten den Charakter von Massenwaren, auch wenn sie unikathaft erscheinen mögen. Doch selbst bei scheinbaren Unikaten ist dafür gesorgt, dass nach dem Verbrauch ein neues Exemplar zur Verfügung steht. Auf Seiten des Subjekts stellt sich so der Eindruck der Immerverfügbarkeit her.

Transplantationsmedizin voraussetzt. In Europa und den USA bestehen Gesetze, die solchen Handel verbieten. In unserem Zusammenhang heisst dies, dass Organe nicht zu Waren werden dürfen. Sie sollen nicht auf dem Markt gegen Geld getauscht werden. Trotz solcher Gesetze hat sich ein breiter Organhandel etabliert. Die Drahtzieher arbeiten verdeckt, die Strukturen des Handels sind mafios. Auch wenn die Organe (Herz, Leber, Niere, Bauchspeicheldrüse usw.) nur auf dem Schwarzmarkt zu haben sind, sind sie dennoch Gegenstände, die kommodifiziert wurden und vordem nicht getauscht werden konnten; die kapitalistischen Verwertungsgrenzen werden in die Leiber hinein verschoben (vgl. Haug, 2008, 340). Das Ganze ist tragisch, und ethisch ist es in höchstem Mass verwerflich: Die Organverkäufer bzw. »-spender« sind meist Arme in Ländern der sogenannten Dritten Welt; in den USA und in China werden Organe von Menschen, die zum Tod verurteilt werden, für Organtransplantationen verwendet; oder von Südamerika liest man, dass die Organ-»Spender« gar zu Opfern von Häschern werden, die sie entführen und ihnen die Organe – meist mit Todesfolge – rauben. Was die Käufer solcher Organe angeht, werden sie durch den Kauf mittelbar zu Tätern. Da in den reichen Ländern zu wenige Organe gespendet bzw. mit einem Verkaufspreis für den Tausch zur Verfügung gestellt werden, hat sich ein »Transplantations-Tourismus« in die armen Länder entwickelt.

- Eine andere Art der Verwarung von konkreten Teilen der Natur liegt dem formierenden Mähen auf Getreidefeldern oder Wiesen zugrunde: Diese Felder liegen meist an Autobahnen oder Bahnstrecken, sodass viele Leute daran vorbeikommen. Wenn das Getreide oder das Gras hoch genug gewachsen ist, mähen die Bauern Schriftzüge oder Firmenlogos hinein. Von Kommodifizierung kann man daher sprechen, weil die Eigentümer gegen Geld die betreffenden Flächen während einer gewissen Zeit für Werbezwecke zur Verfügung stellen und zweckentfremdet bearbeiten.
- Kohlendioxid (CO_2) ist ein Treibhausgas, das durch menschliche Produktionen im Übermass an die Umwelt abgegeben wird. Es absorbiert Infrarotstrahlung, die bei natürlicher Konzentration in den Weltraum abgegeben würde. Durch die zu hohe Konzentration dreht es sozusagen dessen Richtung um und kehrt zurück zur Erde.

Hier verstärkt diese Strahlung zusätzlich diejenige der Sonne mit dem Effekt zusätzlicher Klimaerwärmung. Dass dies allenthalben schädlich ist, wurde inzwischen erkannt. Als eine der Gegenmassnahmen wurde CO₂ kommodifiziert. Das Klima-Protokoll von Kioto regelt den sogenannten CO₂-Emissionshandel. Unternehmen, welche zuviel CO₂ produzieren, können zur Kompensation CO₂-Zertifikate bei Unternehmen einkaufen, welche unterhalb der vorgegebenen Höchstlimite für den CO₂-Ausstoss bleiben.

- Sowohl der im Rahmen des Kioto-Protokolls 2 vom Jahr 1997 entstandene »Clean Development Mechanism« als auch das »EU Emissions Trade Scheme« regeln den sogenannten CO₂-Emissionshandel. Diesem vorausgesetzt sind Rechte, mit CO₂-Zertifikaten zu handeln. Wer zuviel CO₂ ausstösst, kann gegen Geld virtuelle CO₂-Pakete von Firmen kaufen, die wenig CO₂ produzieren. Das Verfahren wird *cap and trade* genannt und meint, dass damit das CO₂-Wachstum gekappt wird und unterhalb dieser Grenze Handel mit CO₂ getrieben werden kann. Nähere Ausführungen gibt Marcel Hänggi unter dem Titel »Die Privatisierung der Atmosphäre« (2007, 148–157). Fakt ist hier: *Cap*, als Reduktion oder als Emissionsgrenze oder als Rationierung wäre gut, *trade* ist jedoch bloss für diejenigen gut, die gut auf dem Markt positioniert sind, nämlich die grossen Konzerne in den reichen Ländern. Innerhalb des bestehenden Wirtschaftssystems ist dies ein zwangsläufiger Effekt der Verwarung.

Nonsenswaren

Neue Waren müssen her, denn neue sind attraktiver als die bereits bekannten. Unter letzteren finden sich viele sinnvolle Waren, also solche, die den Konsumierenden einen Gebrauchswert, einen erkennbaren und erwünschten Nutzen bringen. Zu diesen in Konkurrenz zu treten wird zunehmend schwieriger, denn es gibt mehr als genug davon. Ein Ausweg besteht darin, »sinnlose« Produkte herzustellen und sie, mittels Bedürfnismodulation, unter die Leute zu bringen. Sie treten als neu komponierte Waren auf den Markt, die es nicht gäbe, würde man aus der bereits bestehenden Warenfülle die wirklich nützlichen und sinnvollen Dinge

auswählen. Es klingt vielleicht etwas überheblich, hier zwischen sinnvoll und sinnlos zu unterscheiden und ausdrücklich von Nonsenswaren zu schreiben. Der Sachverhalt fiel immerhin auch andern Beobachtern der Warenwelt auf: »Was einst bloss eine entzückende Verschrobenheit und eine persönliche Neurose war, wird durch die industrielle Serienerzeugung zur täglichen und unablässig wirkenden Zersetzung des Geistes, der angesichts all dieser Einzelheiten zutiefst bestürzt oder hell begeistert ist« (Baudrillard, 1991, 146).

Nonsenswaren werden wie all die anderen Waren zum ausschliesslichen Zweck kreiert, sie zu tauschen und mit dem Verkauf Mehrwert zu realisieren. Auch hier ist den Produzenten egal, was sie herstellen, Hauptsache, die Kasse stimmt. Doch es scheint so, als ob nicht einmal der Versuch unternommen würde, in sie hinein »ein bisschen Gebrauchswert« zu vergegenständlichen. Das Finden eines Gebrauchswerts wird den Kaufenden überlassen. Sie werden das tun und die Angebote kaufen. An dieser Stelle können wir nüchtern als Effekt registrieren, dass mit den Nonsenswaren die Warenfülle zusätzlich anschwillt. Dies mögen die folgenden Beispiele, die nach meiner subjektiven Einschätzung als Nonsenswaren figurieren, nachvollziehbar machen:

- Gunther van Hagens, von Haus aus Pathologe, hat im November 2010 einen Online-Shop eröffnet. Er bietet dort sogenannte Plastinate von Menschenleichen an. Die Methode der Plastinierung – Ersetzen von Zellwasser durch Kunststoffe – wird schon seit langem in der Pathologie angewendet. Van Hagens hat einen Kommerzialisierungssprung der besonderen Art vollbracht, indem er die Ausstellung »Körperwelten« mit plastinierten Leichenteilen und auch ganzen Leichen aufbaute; der Publikumserfolg in vielen Städten war enorm. Als vorerst letzten Streich bietet van Hagens im Internet (in einem 114-seitigen Katalog) solche Plastinate zum Kauf an. Damit sind sie bzw. die in ihnen konservierten Leichenteile vermarktet. Billig sind diese Waren nicht, und wie der Preis auf einem bislang nicht existierenden Markt für Leichenplastinate zustande kommt, bleibt zwangsläufig undurchsichtig. »69 615 Euro kostet das Ganzkörper-Plastinat eines Menschen im Shop, inklusive Mehrwertsteuer, zuzüglich Versand. Ein durch Kunststoff konservierter Torso ist für

56 644 Euro zu haben, ein Kopf für 22 015 Euro, ein halbes Becken weiblich ist 12 614 Euro wert, ein Gehirn, wenn es ganz ist, 4165 Euro« (Süddeutsche.de, 20.10.2010). Über den Sinn solcher Waren gab es öffentlichen Streit. Meine Haltung ist deutlich, wenn ich sie als Beispiele von Nonsenswaren anführe.³⁴

- Methylzyklopropan ist ein Gas, mit dem Äpfel begast werden, um sie frisch zu halten. Es verlangsamt den Reifungs- und Fäulnisprozess der Früchte. Allerdings wird der Abbau der Vitamine kaum gebremst. Über Gesundheitsbeeinträchtigungen ist nichts bekannt – nicht, weil es keine gäbe, auch nicht, weil die Begasungsdosen sehr gering wären, sondern weil nicht danach geforscht wurde. Dieses Gas bleibt jedoch selbst marktimmun ohne Sinn, weil ohnehin ein Überangebot an Äpfeln besteht (Tageszeitung, 21.12.2005, 7).³⁵
- Am 16. März 2012 konnten wir die Todesnachricht von Yoda lesen. Dies war »der hässlichste Hund der Welt«. Er wog 800 Gramm und war ein Chihuahua-Mischling. Was nicht zu lesen stand: Er war das Produkt einer langen Zuchtreihe, die eben mit dem Ziel eines hässlichen Tiers in Gang gebracht wurde. Und gleichzeitig zeugt er von der konsumistisch vorangetriebenen Naturentfremdung. Sein erster Rang im Vergleich der Hässlichsten liess sogar ihn, den Hund, in eine prüfungähnliche Konkurrenz eintreten. Über den Preis dieser Hunde-Ware gab es keine Information.
- Wenn wir schon bei den Tieren sind: »Das Konsumverhalten erreicht ungeahnte Stadien der Absurdität, aber die wenigsten von uns wollen das sehen. Die Bürger der meisten reichen Länder geben mehr Geld für Haustiere als für Entwicklungshilfe aus; es gibt einen blühenden Markt für getrocknete Schweinsohren, Krallenpolitur, Schwimmwesten für Hunde (damit der Liebling zum River-Rafting mitkann); es gibt Fischfutter, das auf verschiedene Tiefen

34 Zum Jahreswechsel 2010/2011 gab van Hagens bekannt, dass er an Parkinson leide. Unter anderem deswegen entliess er 80 der 130 Mitarbeitenden. Und er gab auch gleich bekannt, wie er sich selber weiterhin in den Dienst der Plastinierung stellen lassen möchte: nämlich als Leiche mit altmodischem Hut. Sie soll die Besucher und Besucherinnen seiner Ausstellung »Körperwelten« begrüssen (Tageszeitung, 6.1.2010). Mittlerweile ist van Hagens gestorben.

35 Die »Tageszeitung«, kurz TAZ genannt, erscheint seit über dreissig Jahren in Berlin.

absinkt, Energiepillen für Schildkröten, Atemerfrischer für Katzen und Antifatulenztablettten für Hunde« (Hamilton, 2007, 29f.). Die (auch hier subjektive) Bewertung des zitierten Autors folgt auf dem Fuss: »Das Konsumverhalten erniedrigt unsere Kultur« (a.a.O., 30).

- Dass Frauen ihren Ausdruck durch Make-up verstärken und verschönern, ist seit alters her praktiziert und bekannt. Zunehmend bedienen sich auch Männer dieses Verfahrens. Die Wirkung entsteht dadurch, dass die farblich gesetzten Akzente sichtbar sind. Doch die Technik bringt auch hierin Fortschritte. Denn ein auf äussere Schönheit spezialisierter Konzern hat ein *invisible make-up* auf den Markt gebracht. Es sei »wie ein unsichtbarer Schleier«, der sich über die Haut lege, man sehe und spüre sie nicht, sagt die Reklame.

Auswirkungen in Richtung konsumistischen Konsums

Der Warenberg wächst. Verschiedene Faktoren führen zu diesem Effekt. Dabei ist an die Konkurrenz der Produzenten zu erinnern, an die Erweiterung der Warenfülle per Kommodifizierung, an die Herstellung von Non-senswaren. Legte man alle Waren auf dem Festland der Erde aus, man könnte wohl kaum mehr einen grünen Fleck finden. Die Warenvermehrung geht einher mit der künstlichen Verkürzung der »Lebensdauer« von Waren (ich komme darauf zurück). Reto U. Schneider referiert für Deutschland: »Im Zeitraum von zehn Jahren hat die Anzahl der angebotenen Waren in deutschen Supermärkten um 130 Prozent und die der Produktvarianten sogar um bis zu 400 Prozent zugenommen. Dabei haben sich die einzelnen Produktlebenszyklen um 80 Prozent verkürzt« (Schneider, 2006, 26). Die Warenvermehrung spiegelt sich auch in den Ausgaben für Nahrungsmittel. In Deutschland betrug im Jahr 1900 beispielsweise der Anteil der Ausgaben für Nahrungsmittel gemessen an den gesamten Konsumausgaben insgesamt 57 Prozent, im Jahr 2012 dagegen waren es nur noch 14,2 Prozent.³⁶ Dahinter stehen Einkommenssteigerungen einerseits und die unterdurchschnittliche Zunahme der Kosten für Nahrungsmittel andererseits. Damit wurden Mittel frei für andere Konsummittel.

36 de.statista.com/statistik/daten/studie/75719/umfrage/ausgaben-fuer-nahrungsmittel-in-deutschland-seit-1900/ (15.5.2012)

Die Konsumspirale dreht sich immer schneller. Die Warenmehrwerte überbieten sich, die Verlockungen zum Kauf intensivieren sich, die Werbebudgets wachsen, die Möglichkeiten zum Gewinn subjektiver Anerkennung erweitern sich. Zu deren Erhöhung verschärft sich die Konkurrenz der Konsumierenden untereinander. Die Verwarung der Welt feuert das konsumistische Fest derart an, dass eine Abkühlung nicht mehr möglich scheint.

»Fast alles in Warenform gebracht«, lautet der Titel dieses Abschnitts. Die beinahe totale Verwarung der Dinge prägt das Tun der Menschen. Denn mehrheitlich sind die viel zu vielen Waren daraufhin ausgerichtet, möglichst schnell konsumiert zu werden und damit Platz für neue Waren zu schaffen. Nicht-warenförmige Dinge kommen im Alltag kaum mehr vor. So drehen sich die menschlichen Aktivitäten fast ausschliesslich um warenförmige Dinge. Die Aktivitäten setzen sich beinahe lückenlos aus Konsumhandlungen zusammen. In der sogenannten Freizeit ist dies augenscheinlich. Und wenn man einmal nichts braucht, geht man shoppen, um herauszufinden, was man brauchen oder worauf man Lust verspüren könnte. Dies alles unterstützt die Sichtweise, dass die Konsumierenden zur Vertilgung der Waren, also letztlich als Mittel eingesetzt werden, Platz für neue Waren zu schaffen.

3.3 Nicht alles kann konsumiert werden

Die Allgegenwart des Konsums ist unter anderem Ergebnis der weltweiten Verstreuung von Waren. Doch was ist mit den Lücken, die gewissermassen konsumbefreite Zonen darstellen, also Zonen, die dem Konsum ganz oder teilweise verwehrt bleiben? Ich arbeite im Folgenden solche Zonen heraus. Dabei wird sich zeigen, welches Verhalten die Menschen als Konsumentinnen und Konsumenten praktizieren. Meine These sei bereits an dieser Stelle exponiert: Fast jegliches Verhalten gegenüber von Dingen und Verhältnissen gleicht sich dem Konsumverhalten an. Auch wo es nicht um Konsum im hier entwickelten Sinne gehen kann, verhalten sich viele Menschen so, als ob sie konsumierten. Ich verwende dazu den Begriff des »Quasikonsums«.