

## Thesen zu »Wohlstand und Bildung im Wandel«

1. Peter Brückner hat sich vor mehr als vier Jahrzehnten mit scharfsinniger Beobachtungsgabe und treffenden Beschreibungen mit der Konsumthematik beschäftigt. Seine Ausführungen stehen an Aktualität neueren Veröffentlichungen zum Thema - etwa von Zygmunt Bauman (2009) - nicht nach. Den Begriff des Konsumismus hat Brückner zwar nicht gebraucht, sondern die Problematik des Massenkonsums im Zusammenhang mit Freiheit, Gleichheit und Sozialkontrolle mit der Situation des "isolierten Individuums" im Kontext der Warengesellschaft aufgearbeitet. Wenn Brückner von Wohlstand spricht, meint er immer den von ihm so bezeichneten *Güterwohlstand* (1973, S. 108).
2. In den 1970er Jahren hatte Pasolini den Konsumismus als eine totalitäre Herrschaftsform beschrieben, der sich alle Völker der Welt zu unterwerfen haben. Die "Frohe Botschaft" des Konsums lautet: "Ich konsumiere, also bin ich". Illusionen eines glücklichen Lebens im Überfluss werden weltweit vervielfältigt. Die Folgen sind Zerstörungen von Kulturen, Sprachen und Sprachgemeinschaften mit ihren Lebensweisen und Ökonomien, die Abholzung von Primärwäldern, die Erschöpfung von nicht erneuerbaren Ressourcen, Klimaveränderungen, Vergiftungen von Luft, Wasser und Nahrungsmitteln, und vieles mehr. Dahinter stehen Gier und Intoleranz, westliche Überheblichkeit und ein Weltverhältnis, dem ein Selbstbedienungsladen Vorbild war: Ausplünderung von Ressourcen, Ausbeutung von Lebewesen, Anhäufung von Schäden, für die niemand die Verantwortung und Begleichung übernehmen will.
3. Der Konsumismus lässt sich als ein warentzentrierter Lebensstil beschreiben, der den Käufer veranlasst, sich in durch von Werbung angeregten Kaufakten ein Maximum von Gütern anzueignen. Dem Konsumenten kommt die Funktion zu, möglichst viele dieser Waren in einen unbrauchbaren Zustand zu überführen (wenn dieser noch nicht beim Kauf vorhanden war) und zu vernichten. Dieser Prozess vom Erwerb bis zur Vernichtung wird emotional als befriedigend empfunden. Er ist das Gegenstück zur Massenproduktion. Damit weiter produziert werden kann, müssen die produzierten Waren nach ihrem Kauf möglichst schnell vernichtet und ersetzt werden. Die Massenproduktion lässt sich nur aufrechterhalten, wenn auch die meisten Produkte Abnehmer finden. Es darf also seitens des Konsumenten keine Sättigung erfolgen, sondern in seinem inneren Kräftespiel und seinem äußeren Verhalten muss ein maximales Begehren verankert sein. Pointiert gesagt, besteht heute der Gebrauchswert in seiner Verneinung, also der Vernichtung des Produkts, um möglichst schnell Platz für ein neues, angeblich besseres Produkt zu schaffen.
4. Befasst man sich mit der neueren Geschichte des Konsumismus, so kann man bei dem sogenannten Wirtschaftswunder der deutschen Nachkriegszeit beginnen, das von Alfred Müller-Armack und Ludwig Erhard auf der Grundlage der „Sozialen Marktwirtschaft“ eingeleitet wurde und als Spielart des Neoliberalismus bereits in den 1950er Jahren in die Kritik geraten war. Allerdings war diese Spielart des Neoliberalismus noch mit christlicher Sozialethik und politischen Moralvorstellungen verbunden, was in der Formel vom „Wohlstand für alle“ angedeutet war. Ludwig Erhard war als Bundeswirtschaftsminister von 1949 bis 1956 für die Wirtschaftspolitik der Nachkriegszeit verantwortlich.
5. Oberflächlich gesehen war dieses Konzept einer sich als verantwortungsvoll darstellenden sozialen Marktwirtschaft für den wachsenden Wohlstand breiter Bevölkerungsschichten verantwortlich. Spätestens in den 1960er Jahren wurde jedoch deutlich, dass Unterprivilegierung und Armut keineswegs beseitigt waren und die Einkommensunterschiede sich immer weiter polarisierten. Wohlstand war zwar neu verteilt worden, auch zu Gunsten breiter Konsumentenschichten, aber nicht im Sinne der von Ludwig Erhard in Aussicht gestellten sozialen Gerechtigkeit. Dieser Trend hat sich bis heute fortgesetzt und sogar intensiviert, wenn man Arbeitslosigkeit und Verelendung durch soziale Deklassierung und den Verlust von Sicherheit berücksichtigt.
6. Die wirtschaftspolitische Grundidee, von der die sozioökonomische Entwicklung der Nachkriegszeit in Westdeutschland ihren Ausgang nahm, strebte die Steigerung der wirtschaftlichen Produktivität durch Expansion der Produktion und Konsumtion auf der Basis von Wettbewerb an. Aus heutiger Sicht waren die auf diese Grundidee folgenden wirtschaftspolitischen Ansätze der allgemeinen Wohlstandsmehrung durch Wettbewerb in einer sozialen Marktwirtschaft sehr konsequent, um die Produktivkräfte zu entwickeln und die kapitalistische Expansion zu forcieren. Statt Klassenkämpfe um die Distribution des vorhandenen gesellschaftlichen Reichtums zu

führen, sollte durch die Steigerung des Sozialprodukts neuer Reichtum erwirtschaftet werden, der allen Menschen zugute kommen sollte.

7. Nimmt man den alltäglichen Konsumismus mit seinen weltweit zerstörerischen Folgen, dem kompensatorischen Konsum bis hin zur Kaufsucht, so kann man unschwer in dem systemimmanent ansetzenden Konzept Erhards („Wohlstand für alle“) Wurzeln der heutigen Misere entdecken. Erhard fokussierte den „Mut zum Konsum“ (S. 46), der mit den „wesentlichen demokratischen Grundrechten“ der „freien Berufswahl“ und der „freien Konsumwahl“ verbunden ist (vgl. S. 79). Damit forcierte er wirtschaftspolitisch die kapitalistische Expansion, deren psychosozialen und globalen Konsequenzen lange Jahre in der publizistischen und politischen Öffentlichkeit unerkannt bzw. unterschätzt blieben. Kritisiert wurde unter der aufkommenden Denkfigur des *Konsumterrors* seit den 1970er Jahren, dass die allgemeine Wohlstandsmehrung durch die „freie Konsumwahl“ nicht von der „Entfaltung der Persönlichkeit“ begleitet wurde, sondern Unfreiheit erzeugt wurde.

8. Der „Wille zum Verbrauch“ (S. 134) bestimmt heute in einer einfachen Kette nicht über die Nachfrage das Angebot, vielmehr wird dieser Wille immer wieder angestachelt und eine grenzenlose Dynamik von Konsumbedürfnissen erzeugt, die die kapitalistische Massenproduktion am Laufen hält. Materielle Bedürfnisse werden ins Grenzenlose gesteigert, indem sie mit unerfüllten immateriellen Bedürfnissen verknüpft werden. Im Mittelpunkt steht die Aufrechterhaltung der Massenproduktion, für die der Bedarf erst erzeugt werden muss. So wird etwa durch die Steigerung der Binnennachfrage der Erhalt des bestehenden Systems abgesichert.

9. Die Milieutheorie bezieht sich nicht mehr auf soziale Klassen, sondern auf Unterschiede im Konsumverhalten. Mit dem Milieumodell ist dem Wandel von der „Gesellschaft der Produzenten“ zur „Gesellschaft der Konsumenten“ Rechnung getragen. Soziale Klassen waren über den Arbeitsprozess, die Qualifikationen und Ausbeutung der Arbeitskraft sowie durch Entfremdung und Selbstentfremdung in fremdbestimmten Arbeitsverhältnissen beschreibbar und durch Klassenbewusstsein und politische Interessenorganisation gekennzeichnet. Demgegenüber entsprechen soziale Milieus lediglich dem Konsumverhalten. Mit den sozialen Milieus des Sinus-Instituts (heute Integral) ist ein sehr effektives Marketing-Instrument gegeben, das effiziente zielgruppenadäquate Werbung entsprechend den Konsummotiven der Angehörigen der jeweiligen Milieus ermöglicht. Durch den extrem gesteigerten Güterwohlstand sind Klassen und Gruppen mit einander ausschließenden Interessen und Zielen scheinbar beseitigt worden. Übrig geblieben ist eine Gesellschaft ohne Alternative, die auf der „Gemeinsamkeit des Interesses am Wohlstand und seiner Erhaltung und Vermehrung“ beruht (vgl. Brückner, S. 52, 58). Mit diesen Entwicklungen sowohl in der Ideologie als auch der Realität sind vereinseitigte Sichtweisen verbunden, die die Gesellschaft nur noch als Konsumgesellschaft erfassbar machen.

10. Die „Freiheit in der Warengesellschaft“ bezeichnet Brückner als eine „Freiheit ohne Vernunft und Glück“, die als „Ergebnis von Manipulation“ hervorgebracht wurde (S.77f.): „Freiheit heutzutage wäre konkret zu definieren als der Zustand, in dem Unfreie sich bei Abwesenheit eines als heteronom, als auferlegt empfundenen Zwangs befinden; wir sind frei, wenn Unfreiheit nur noch faktisch, aber nicht mehr in unserem Bewußtsein vorkommt.“ (S.77).

11. Dieses Bewusstsein sieht Brückner von der gütererzeugenden Industrie besetzt; „als Verbraucher, als handelndes Wirtschaftssubjekt erfährt [der Konsument] Imperative der Werbung daher als individuellen Antrieb ...“ (S. 104f.). Vereinfacht gesagt: er verwechselt eigene Antriebe und Impulse mit solchen, die ihm oktroyiert wurden. In dieser Manipulation stellt sich die „Identität zwischen Herrschaft und Beherrschten“ (S. 77) her. Insoweit Konzerne Märkte besitzen, ist dies „nichts anderes als Herrschaft über den Menschen“ (S. 104).

12. In die Wertorientierungen und den Lebensstil des Individuums sind Leitbilder eingegangen, die „bestimmte Lebens- und Genußerwartungen“ als allgemein verbindlich darstellen. Dadurch wurde das Individuum zu dem, „was es konsumiert; es konsumiert, was es in einer Warengesellschaft eben werden kann. Das Angebot hat also nicht nur ein Bedürfnis erzeugt, sondern das gesamte Muster an individuellen Präferenzen des Geschmacks, des Stils, das zum Kauf bestimmter Gegenstände motiviert.“ (S. 104f.).

13. Brückner hält die Warengesellschaft für eine Gesellschaft der Konsumenten, „weil Menschen über den Konsum an ihrer Gesellschaft partizipieren. Das Bedürfnis, haben zu wollen, ist gleichzeitig ein sozial-integratives, woraus sich ein Teil seiner energetischen Ladung herleiten mag“ (S.106). Seine These ist, „daß jetzt einzig die Teilhabe am Gelderwerb und Konsum die Zugehörigkeit des einzelnen zur Gesellschaft ausmacht, und eine seelische Schicht von Angst vor dem Verlust der sozialen Integration sehr viele Menschen beunruhigt“ (Versuch, S. 122).

14. Der Preis für diese Integration in den Güterwohlstand ist die "kulturelle Verelendung des Menschen". Brückner sieht darin einen Angriff auf die "*menschliche* 'Natur'", die im Sinne von Herrschaft und Kapital konform gemacht wurde. Die konsumistische Kultur "hat Menschen zerstörerisch integriert, hat ihre Beziehungen zugunsten einer abstrakt gewordenen Waren- und Geldwelt entsinnlicht" (i.O. tw. kursiv, S. 137).

15. Die Sozialkontrolle mit der Folge "zerstörerischer Integration" und "kultureller Verelendung" schafft einen konformen Menschen, der als "isoliertes Individuum" den Konsum braucht, um seiner Einsamkeit zu entfliehen und seine Spannungen zu lösen. Dabei darf er nie eine dauerhafte Befriedigung erfahren. Ohne sich an die Konsumgüter zu binden, soll er mit hoher Konsumfrequenz die Objekte wechseln und seine Bedürfnisse immer wieder von Neuem stillen. Insofern die Konsumobjekte psychisch nur schwach besetzt sind, beliebig und häufig gewechselt werden und durch die "Imperative der Werbung" immer wieder neu mit Glücksversprechen, die sie nicht halten können, aufgeladen werden, entsteht beim Konsumenten eine permanenten Bereitschaft, diese Objekte nachzufragen. Da sie aber die hervorgerufenen Bedürfnisse nicht für längere Zeit stillen können, entsteht ein "suchtartiger Zwang zur Repetition im aufwendigen Konsum" (vgl. Freiheit, S. 95). Immer wieder werden mittels Werbung Befindlichkeiten wie Unzufriedenheit und neue Begehrlichkeiten erzeugt, die der Konsument "als individuellen Antrieb, als triebartiges Reagieren im Anblick von Objekten - als Unwillkürlich-Spontanes, als eine sogar rational begründbare Präferenz" erfährt (S. 104f.).

16. In einer Gesellschaft mit wachsendem Güterwohlstand ist die Sozialintegration und Zugehörigkeit der Menschen zur Gesellschaft wesentlich durch die "Teilhabe am Konsum" geregelt. Diese Integrationsfunktion sieht Brückner unterstützt durch eine latente Angst, die durch Lohnarbeit, Einkommenserwerb, Kaufaktivitäten und Konsum unter Kontrolle gehalten wird (vgl. Versuch, S. 122). Die Angst vor dem Verlust der Teilhabe am Konsum ist gleichbedeutend mit dem "Verlust der sozialen Integration". Besonders Menschen, die z.B. aufgrund ihrer Lebensverhältnisse, ihrer geringen Qualifikation, problematischer krisenhafter Lebensereignisse und nicht zuletzt aufgrund niedrigen Einkommens aus dem Konsens der Gesellschaft der Konsumenten herauszufallen drohen, werden - wie Brückner es ausdrückt - "psychisch und sozial ent-gesellschaftet" (vgl. Versuch, S. 123): "ihre Konsumrate entscheidet darüber, ob sie zu unserer Gesellschaft gehören oder nicht" (Staatsfeinde, S. 82).

17. Dem Slogan „Wohlstand für alle“ vergleichbar wurde „Bildung für alle“ proklamiert. Schule und weiterführende Bildungs- und Ausbildungsprozesse sollten die Menschen mit Kompetenzen und Qualifikationen ausstatten, die ihnen den Zugang zu Gütern und eine Lebensgestaltung in Wohlstand ermöglichte.

18. Heute werden Bildungsinhalte zunehmend marktgemäß standardisiert und modularisiert und als Ware auf dem Markt gehandelt. In den Hochschulen werden sie in Form von Studiengängen durch privatwirtschaftliche Agenturen akkreditiert und zertifiziert. Die Hochschul-Rankings geben Hinweise auf das Preis-Leistungs-Verhältnis und die Bildungsrendite. Die Inhalte des Studiums geraten in den Hintergrund; was zählt, sind die an letztlich beliebigen Inhalten erbrachten Leistungen, die in Form von Creditpoints, Noten und Rangplätzen gerechnet werden.

19. In Schule und Hochschule werden Lernprozesse entpolitisiert und für beliebige Verwendungszusammenhänge strukturiert. Volker Ladenthin vom Bonner Zentrum für Lehrerbildung (BZL) erläutert den Zusammenhang von PISA und Lernen wie folgt: „Schüler sollen nach PISA *nicht* lernen, nach dem Sinn des Lernens zu fragen, sondern sie sollen Aufgaben lösen, gleichgültig welche. Der von PISA als kompetent Geprüfte soll später einmal ebenso Babynahrung produzieren können wie Landminen. Angesichts der Kriterien von PISA (und einer auf PISA ausgerichteten Schule) sind beide Aufgaben gleich gültig. Und sie bedürfen der gleichen Kompetenzen.“

20. Das, was ehemals als Bildung bezeichnet wurde, war inhaltlich nicht festgelegt, sondern konkretisierte sich im Welt- und Ichbezug im Zusammenhang mit dem Persönlichkeitsstil des Individuums. Bildungsinhalte waren als Selbstzweck weder im Vorhinein noch im Nachhinein der beruflichen Verwertung unterworfen. Hingegen ist das, was heute als Bildung auf dem Bildungsmarkt angepriesen und in Schulen und Hochschulen effizienz-basiert vermittelt wird, als „Konsumgut für alle“ wie Kartoffelchips und Spielkonsolen allgemein zugänglich gemacht. Für die große Masse ist Bildung der Warenform unterworfen. Bildung als Ware hat dann die Funktion, durch Qualifizierung der Arbeitskraft das Einkommen und damit den Güterwohlstand abzusichern.

21. Zwar ist das Kontinuum der Unterwerfung nicht bruchlos, doch ist es nicht einfach, Potenziale in den Lebensstilen zu erkennen, die eine Alternative jenseits der Fixierung auf den Konsum sichtbar machen. Diese Alternative ist nicht nur "negativ" als Absage an den Massenkonsum zu bestimmen, sondern "positiv" als Transformation der "Gesellschaft der Konsumenten" in die "Gesellschaft der Citoyen". Mit dem *Citoyen* ist der Staatsbürger gemeint, "der in der Tradition und im Geist der Aufklärung aktiv und eigenverantwortlich am Gemeinwesen teilnimmt und dieses mitgestaltet. Sein Selbstverständnis basiert historisch auf den Werten der Französischen Revolution von Freiheit, Gleichheit, Brüderlichkeit." (wikipedia).

22. Die ihr Gemeinwesen aktiv gestaltenden Citoyen sind mit der Herausforderung konfrontiert, wie ich meine menschlichen Potenziale und Qualitäten fördern und kultivieren kann. Das hat mit Selbstverbesserung nichts zu tun, denn der Versuch, noch flexibler und leistungsfähiger zu werden, verfehlt die Entfaltung des ganzen Menschen. Hier lässt sich das bekannte Diktum von Karl Marx anführen: "Setze den Menschen als Menschen und sein Verhältnis zur Welt als ein menschliches Verhältnis voraus, dann kannst du Liebe nur gegen Liebe tauschen, Vertrauen nur gegen Vertrauen."

23. Die Zugehörigkeit zur Gesellschaft der Konsumenten ist für die meisten Menschen identitätsstiftend. Es ist eine scheinbar freiwillige Zugehörigkeit, hinter der aber der Zwang eines Sozialisationsmodus steht, der von früh an Defizite an Zuwendung durch eine impersonale Orientierung an der Dingwelt des Konsums kompensiert. Wer in seinem Bewusstsein konsumistisch vereinnahmt ist, kann nur Angst vor dem Verlust von Konsumchancen entwickeln.

24. Der Mut, die eigene Zugehörigkeit zur Gesellschaft der Konsumenten durch einen einfachen Lebensstil infrage zu stellen, wäre zwar wünschenswert, er verlangte aber eine neue tragfähige Zugehörigkeitsbasis im Gemeinwesen, in Gruppen, in Gemeinschaften. Widerständiges Handeln mit kreativen Ausbruchversuchen aus der Gesellschaft der Konsumenten zeigt sich etwa in Dimensionen der Selbstorganisation bei den (1) *Individuen*, deren kreative Potenziale trotz des Lebens unter prekären Umständen nicht verschüttet sind, den (2) spontanen Aktionen von *Schwärmen* (Cyberaktivismus, Online-Demonstrationen, Email-Aktionen, Flashmobs), den (3) neuen *Bewegungen* wie der "Occupy Wall Street"-Bewegung, den (4) entstehenden *Gemeinschaften* mit sozialökologischen Lebens- und Produktionskonzepten und schließlich (5) den konsumkritischen Lebensstilen in neuen sozialen *Milieus*, die an Einfachheit, Gesundheit und Nachhaltigkeit orientiert sind.

## Literatur

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

Brückner, Peter (1973): *Freiheit, Gleichheit, Sicherheit. Von den Widersprüchen des Wohlstands*. Frankfurt/M.

Brückner, Peter (1978): *Versuch, uns und anderen die Bundesrepublik zu erklären*. Berlin.

Brückner, Peter & Krowoza, Alfred (1972): *Staatsfeinde. Innerstaatliche Feinderklärung in der BRD*. Berlin.

Erhard, Ludwig (1962): *Wohlstand für alle*, bearbeitet von Wolfram Langer. Gütersloh [1. Auflage: 1957].

Ladenthin, Volker (2007). PISA und Bildung? Volker Ladenthin im Interview mit Rolf-Michael Simon. *Neue Ruhr Zeitung* vom 16.11.2007; zitiert nach: Jens Wernicke: *Quo vadis Bildung? Offene und verdeckte Privatisierung im Bildungssystem*. Arbeitstagung »Bildungsfinanzierung und Privatisierung« der GEW Hamburg. Vortrag am 12. November 2011.

Marx, Karl (1968 [1844]): *Ökonomisch-philosophische Manuskripte*. In: MEW, Ergänzungsband 1. Berlin.

Pasolini, Pier Paolo (1975): *Freibeuterschriften. Die Zerstörung der Kultur des Einzelnen durch die Konsumgesellschaft*. Berlin.

Sinus-Milieus® in Deutschland, 2011. URL: <http://www.sinus-institut.de/loesungen/sinus-milieus.html> (Stand: 01.04.2012).

Die Thesen entstammen den Vorarbeiten zu einem Vortrag über »Wohlstand und Bildung im Wandel. Ein Plädoyer für Selbstbefreiung im Konsumismus«, der am 2. März 2012 auf dem Kongress der Neuen Gesellschaft für Psychologie (1. – 4. März 2012) an der Freien Universität Berlin gehalten wurde. - Dieser Vortrag erschien unter dem Titel »Wohlstand und Bildung im Wandel. Ein Plädoyer für die Befreiung vom Konsumismus« in dem Herausgeberband: »*Sozialpsychologie des Kapitalismus - heute. Zur Aktualität Peter Brückners*« (hrsg. von Bruder/ Bialluch/ Lemke) im Psychosozial Verlag in Gießen 2013, S.367-385.

Copyright © 2013 by Burkhard Bierhoff