

Benjamin Peschke

Von der Konsumkritik zum Konsumismus?
Politische Dimensionen des Konsums in
der Gesellschaftstheorie

Magisterarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2008 GRIN Verlag
ISBN: 9783668808935

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/442551>

Benjamin Peschke

**Von der Konsumkritik zum Konsumismus? Politische
Dimensionen des Konsums in der Gesellschaftstheorie**

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	3
1. Einleitung – Warum Konsum als Politikum?.....	5
1.1 Kleine Geschichte des Konsumierens – Aus Bedürfnissen werden Wünsche	10
1.2 Begriffsbestimmungen: Konsumismus, Neokonsumismus, Konsumerismus, consumerism	13
1.3 Was die westliche Welt konsumiert – Globale Wirtschaft, globaler Konsum...	14
2. Die „alte“ Konsumkritik – historische Theorien oder zutreffende Prognosen	18
2.1 Karl Marx: Vergegenständlichung und Warenfetisch.....	19
2.2 Die kritische Theorie – Repression durch Überfluss.....	22
2.3 Wiederbelebung der Konsumkritik als Globalisierungskritik.....	25
3. Konsum und Identität	29
3.1 Recht auf Eigentum und Emanzipation	31
3.2 Kapitalistischer Geist und die Wiederverzauberung der Lebenswelt.....	34
3.3 Konsum- und Dingkultur als westlicher Lebensstil.....	37
3.4 Erlebnisgesellschaft und Multioptionalismus.....	39
3.5 Individualität und Massenkonsum.....	42
3.6 Authentizität und Enttäuschung.....	44
3.7 Pierre Bourdieu: Distinktion.....	46
3.8 Milieuansätze und Stilanalyse.....	50

4. Konsum und Politik.....	53
4.1 Konsumismus – Die letzte oder das Ende der Ideologie?.....	54
4.2 Vom Staatsbürger zum Verbraucher - Zwischen Autonomie und Manipulation	56
4.3 Politisierter Konsum – Der Consumer-Citizen.....	60
4.3.1 Handlungstheoretische Ansätze.....	61
4.3.2 Kulturtheoretische Ansätze.....	63
4.4 Politische Konsumstrategien und ihre Relevanz.....	65
4.4.1 Verbraucherkampagnen und Boykott.....	66
4.4.2 Ethischer Konsum.....	68
4.4.3 Gegenkultur – Culture Jamming.....	69
4.4.4 Verweigerung – Zurück zur Natur	71
4.5 Kaufen als Bürgerpflicht – Lebensstilpolitik versus Konsumpolitik	73
4.6 Politische Partizipation und Konsum - Entpolitisierung durch Individualisierung?	75
4.7 Marketing und Werbung – Kreation von Wünschen und Möglichkeiten.....	81
5. Konsum und Demokratie	85
5.1 Exkurs: Kaufkraft statt Freiheit - Hat Beate Uhse die DDR besiegt?.....	87
5.2 Sozialpolitik als Konsumsubvention – Von Teilhabe und Ausschluss.....	88
5.3 Der Markt und die Demokratie im Spektrum des modernen Liberalismus.....	91
5.3.1 John Rawls: Gerechtigkeit als Fairness und Demokratie mit Eigentumsbesitz.....	93
5.3.2 Nur eine Frage der Gerechtigkeit?.....	99
5.4 Norbert Bolz: Die Theorie vom konsumistischen Frieden.....	100
6. Von der Konsumkritik zum Konsumismus? Neue Perspektiven in einer alten Debatte.....	102

Vorwort

Das Notebook, auf dem diese Arbeit verfasst wurde, ist ziemlich genau drei Jahre alt, es hat eine 80 Gigabyte große Festplatte und hat rund 1000 Euro gekostet. Für die Kaufentscheidung hatte ich mich länger und besser über die Vor- und Nachteile und dem Preis- Leistungsverhältnis verschiedener Notebooks informiert, als über die Wahlprogramme der Parteien zur Bundestagswahl im selben Jahr. Dabei muss ich mir eingestehen, wie selbst bei mir als Politikwissenschaftler bei der Wahlentscheidung Gewohnheiten und Parteibindung eine größere Rolle spielen, als die rationale Wahl zwischen Parteien und deren Programmen. Vor diesem Notebook hatte ich einen etwas älteren Rechner und vor diesem noch einen Anderen, auf denen ich diese Arbeit genauso ohne Probleme hätte schreiben können. Der erste PC in unserer Familie, den mein Vater Mitte der 1990er Jahre kaufte, hatte eine 40 Megabyte große Festplatte, kostete über 5000 D-Mark und wäre heute schon ein Stück für ein Technikmuseum. Nichts desto trotz hätte ich auf diesem PC diese Arbeit, zwar mit etwas weniger Bedienkomfort und ohne die obligatorische Rechtschreibprüfung, ohne weiteres verfassen, speichern und ausdrucken können. Obwohl also die notwendigen Anforderungen an einen PC, zumindest für meine studentische Tätigkeit, kaum gestiegen sind, habe ich mit 29 Jahren schon vor mehr verschiedenen Modellen von Computern gesessen, als sich die Menschen vor 20 Jahren hätten vorstellen können. Diese Arbeit handelt allerdings nicht von der Entwicklung der Computertechnik seit Ende der 80er bis heute, sondern von einem Phänomen, das die Sozialwissenschaft unter den Begriffen Konsumgesellschaft, Konsumkultur oder seit einigen Jahren auch Konsumismus als Beschreibung für die modernen westlichen Gesellschaften und deren Bezug zu Konsumgütern und dem damit verbundenen Lebensstil verwendet. Ich erlaube mir noch ein weiteres Beispiel aus meinen eigenen Erfahrungen mit dem bundesdeutschen Konsumalltag in diesem Vorwort anzubringen: Vor ein paar Monaten stand eine Hochzeit im engeren Familienkreis an. Meine Freundin und ich machten uns auf die Suche nach einem passenden Hochzeitsgeschenk und standen damit vor einer nicht geahnten Herausforderung: Was schenkt man einem Paar, das schon alles hat? Wir suchten zuerst im „Reich der Bedürfnisse“, etwas für ihren gemeinsamen Haushalt: Waschmaschine, Spülmaschine, Kaffee-Maschine, Staubsauger, Bügeleisen oder Geschirr. Unterhaltungselektronik? Mehrere Computer, DVD-Player, mehrere Radios,

Stereoanlage, Fernseher sowieso. War alles bereits vorhanden. Es war also nichts zu finden, was für ein frisch vermähltes Paar um die 30 einen echten Gebrauchswert hat und sie nicht bereits besaßen. Dieses Beispiel ist natürlich keineswegs repräsentativ und vielleicht nur in der kleinen Welt der gehobenen Mittelschichtkinder gültig. Es gibt bestimmt genügend junge Paare, die sich sehr über eine Spülmaschine freuen würden, weil sie sich keine leisten können. Dennoch würde kaum jemand diese umfassende Haushaltsausstattung als außergewöhnlich oder luxuriös beschreiben, was ein Zeichen dafür ist, wie weit sich unsere Vorstellung von einem normalen Wohlstands- bzw. Besitzniveau in den letzten Jahrzehnten verändert hat. Man muss kein Wirtschaftswissenschaftler sein, um zu sehen, dass wir mehr denn je besitzen und allen Wirtschafts- oder Umweltkrisen zum Trotz auch immer mehr konsumieren. Ach ja, wir kauften dem Ehepaar einen Fan-Artikel aus den Star-Wars-Filmen, ein Replika eines Lichtschwertes, garantiert frei von jeglichem Gebrauchswert und für viele Menschen wohl die reinste Geldverschwendung. Als Filmfans haben sie sich sehr darüber gefreut.

Ich danke meinen Eltern und meiner Freundin Alexandra für die Unterstützung in meinem Studium. Ich danke Prof. Dr. Hartmut Rosa, der während seiner zu kurzen Zeit an der Universität Augsburg mein Interesse an politischer Theorie wecken konnte. Außerdem danke ich meinem engagierten Betreuer der Magisterarbeit Dr. Christian Schwaabe am Geschwister-Scholl-Institut für Politische Wissenschaft in München.

1. Einleitung – Warum Konsum als Politikum?

*„Dazu müssen wir ein positiveres Weltbild schaffen für den Menschen.
Und ich seh' absolut keinen Grund,
warum wir nicht positiv über die Zukunft sein können.
Wir haben noch nie so gut gelebt,
wir hatten noch nie so viel Geld,
wir waren noch nie so gesund,
wir haben noch nie so lange gelebt wie heute.
Wir haben alles was wir wollen,
und trotzdem psychologisch in einer Trauerstimmung.“*

(Peter Brabeck, Konzernchef Nestle in Wagenhofer 2005)

Diese Magisterarbeit beschäftigt sich eingehend mit den unterschiedlichsten politischen Gesellschaftstheorien und deren Blickwinkel auf das Verhältnis von Konsum, im Sinne des Erwerbs von Waren und Dienstleistungen im modernen Kapitalismus und den politischen Auswirkungen auf das Denken und Handeln der Staatsbürger in den liberalen Demokratien des Westens. Eine Arbeit über das Verhältnis von Konsum, Identität und Politik stellt sich durchaus als Herausforderung dar, die den Blick auf Theorien anderer Disziplinen wie der Soziologie, Psychologie und der Kulturwissenschaft erforderlich macht. Theorien, die sich direkt mit dem Thema beschäftigen, tun dies meist im Zuge von Konsumkritik allgemein oder Kritik an bestimmten Konsumverhaltensweisen, bis hin zur Kritik an der kapitalistischen, globalisierten Wirtschaft.

Warum aber die politischen Dimensionen des Konsums? Ist der private Konsum überhaupt in politisches Denken zu integrieren oder soll die Perspektive nicht auf einer individuellen Handlungsebene verbleiben? Warum soll sich die Politikwissenschaft überhaupt mit dem Thema beschäftigen? Die Antwort liegt auf der Hand: Konsum findet nicht in einem abgeschotteten privaten Raum statt, er ist eingebunden in das Wirtschaftssystem, in dem in der liberalen Demokratie letztendlich jeder von uns agiert. Die Bedeutung von persönlichem Wohlstand, Kaufkraft und Konsum ist für die Identität der Bürger und für deren Einschätzung der Leistungsfähigkeit des politischen Systems nicht zu unterschätzen. Nicht jeder von uns ist ein Demokrat, bei weitem nicht jeder geht zur Wahl oder beteiligt sich auf andere Art an der politischen Öffentlichkeit, doch wirklich jeder, selbst die Ausgeschlossenen, ob religiös oder nicht, ob jung oder alt sind in unserer Gesellschaft Konsumenten. Es ist also logisch, sich mit dieser Rolle der Menschen,

gerade im demokratischen System, das selbst die Einbeziehung der Bevölkerung beansprucht, intensiv zu beschäftigen. Uns fällt es schwer, die westlichen Demokratien ohne eine Form des Warenaustausches auf einem freien Markt zu denken. Selbst die Parteien und Denker, die sich zur marxistischen Tradition bekennen, haben nach den planwirtschaftlichen Experimenten im ehemaligen Ostblock größtenteils den Glauben an ein komplett anders geartetes Verteilungssystem für Waren und Dienstleistungen aufgegeben und orientieren sich an einen vom Staat stark regulierten Markt, um soziale Ungleichheiten abzufedern. Die Teilhabe am erwirtschafteten Wohlstand scheint den meisten Menschen wichtiger, als die aktive Teilnahme in Institutionen des politischen Spektrums, vom gemeinnützigen Verein zur Bürgerinitiative bis hin zur politischen Parteilinie. Wissenschaftler aus verschiedenen Denkrichtungen kritisieren und bedauern dies seit Jahrzehnten. Vor allem normative Ansätze, die dem Staatsbürger einiges an aktiver Beteiligung abverlangen, wie zum Beispiel dem partizipativen Demokratiemodell von Benjamin Barber müssen den scheinbaren Rückzug ins Private und die Verwandlung des Staatsbürgers zum distanzierten Konsumenten kritisch hinterfragen. Liberale Theorien, wie die klassische Theorie von John Stuart Mill, oder die Theorie der Gerechtigkeit von John Rawls gehen mit diesem Spannungsverhältnis unkritischer um. Neben der Ökonomisierung aller Lebensbereiche kann man seit einigen Jahren ein Phänomen beobachten, das man eine Politisierung der wirtschaftlichen Entscheidungen, vornehmlich der individuellen Kaufentscheidung, nennen könnte. Der Akt des Einkaufens ist eine komplizierte Angelegenheit. Ob Theorien der totalen Manipulation durch Werbung und Marketing, wie die frühe Kritische Theorie, oder Theorien der rationalen Wahl, die den Käufer als reinen Kosten-Nutzen-Abwäger sehen, die bewussten und unbewussten Motive bei einer Kaufentscheidung ausreichend erklären können scheint fraglich. Beide Denkrichtungen haben beispielsweise offensichtliche Probleme bei der Erklärung der erstaunlichen Umsatzsteigerungen bei Fair-Trade-Produkten. Der rationale Egoist würde nicht zur teuren fair-trade Schokolade greifen, wenn er ein Produkt gleicher Qualität zu einem geringeren Preis haben könnte. Auch mit dem Bild des vom herrschenden System manipulierten und saturierten Massenmenschen lässt sich ein Kaufverhalten mit sozial-politischen Hintergedanken nur bedingt erklären. Können wir hier also eine neue Form politischer Beteiligung mit dem Einkaufswagen erkennen? Die letzte Möglichkeit, das Verhalten einer global agierenden Wirtschaft noch zu

kontrollieren? Wenn das so ist, was keinesfalls geklärt ist, was bedeutet es dann für unser bisheriges politisches System, dass der klassische Staatsbürger des Republikanismus anscheinend ausgedient hat? Es ist also das vornehmliche Ziel dieser Arbeit zu beschreiben, was uns die modernen Gesellschaftstheorien zum Verhältnis von Politik und Konsum verraten können und ob bereits eine Bewegung innerhalb des politischen Denkens existiert, die den Weg von der Konsumkritik zu einer anderen Perspektive, auf den so genannten Konsumismus als Lebensstil und Politikum, beschreitet. Einen provokativ anderen Blickwinkel nimmt zum Beispiel der Kommunikationswissenschaftler Norbert Bolz in seinem Buch „Das konsumistische Manifest“ ein. Die Diagnose des Konsumismus als durchsetzender Lebensstil und letzte Ideologie des Westens teilt Bolz mit vielen konsumkritischen Autoren, er will aber positive Aspekte dieser Entwicklung erkannt haben und scheut sich nicht, diese darzulegen.

Wird das Private nun also vollends politisch, nur auf eine etwas andere Weise als von der 68er Generation gefordert, indem auch der Staat den Konsumenten und seine Entscheidung auf dem Markt als Träger von Bürgerbeteiligung ausmacht? Oder ist es der endgültige Rückzug der Bürger in die private Lebenswelt, die geprägt ist von den Dingen, die wir besitzen, wegwerfen und hinzukaufen? Die Politik versucht durchaus, das Konsumverhalten der Bürger zu beeinflussen, sei es durch Boycottaufrufe, wie 2007 im Falle von Nokia in Deutschland, oder der eindringlichen Empfehlung, heimische Produkte zu kaufen, um die nationale Wirtschaft zu stärken von Präsident George W. Bush oder dem ehemaligen Bundeskanzler Gerhard Schröder. Für die klassische liberale Theorie von Mill hat das Individuum in seiner Privatsphäre, die vor Eingriffen des Staates zu schützen ist, eine gewisse Freiheit zur „Unvernunft“:

„Man kann einen Menschen nicht rechtmäßig zwingen, etwas zu tun oder zu lassen, weil dies besser für ihn wäre weil es ihn glücklicher machen, weil er nach Meinung anderer klug oder sogar richtig handeln würde.“ (Mill 1988, S. 6)

Wenn man den Wandel zu einem demokratischen Consumer-Citizen ernst nimmt, wird der Bereich des privaten Konsums zum Feld für den politischen Diskurs und die Verbraucherpolitik immer wichtiger. Ich werde in dieser Arbeit versuchen, zwischen vielen Argumenten im Spannungsfeld abzuwägen und zu pendeln. Sie soll nicht wie es oft beim Thema Konsum bzw. Konsumismus geschieht auf einer kulturpessimistischen Ebene verbleiben und möglichst viele moralische Vorhaltungen