

KONSUMKULTUR

Das konsumistische Manifest

Wir haben die letzte Veranstaltung über Konsumkultur mit der sogenannten Koran-Verteilung eines islamischen Vereins begonnen, die sicherlich stellvertretend für die Bedrohung der westlichen Lebensweise durch den islamischen Fundamentalismus steht. Das ist alles selbstverständlich Schwarz-Weiß-Malerei, aber so kommt das zumindest rüber in unserer Welt des Infotainments.

Nun haben die sogenannten islamischen Fundamentalisten vermutlich weniger Probleme mit Freiheit und Demokratie als damit, was hierdurch in den westlichen Gesellschaften ausgelöst wurde: die ungenierte Befriedung von allerlei Bedürfnissen als Lebensinhalt. Wir haben in der letzten Veranstaltung einen Kritiker des Konsumismus kennen gelernt, Pier Paolo Pasolini, und werden dieses Mal mit dem *konsumistischen Manifest* von Norbert Bolz die Position eines Befürworters behandeln. Der Autor Norbert Bolz ist sicherlich einer der führenden Medien- und Designtheoretiker unserer Tage. Er hat sich wiederholt mit den Zumutungen der Moderne beschäftigt und besetzt ganz allgemein gesprochen eine Position der Zufriedenheit, könnte man sagen, eine Position jenseits extremistischer Forderungen. Und genau das ist auch seine Haltung zum Konsum bzw. zum Konsumismus. Er sieht, wie die Autoren, die ich Ihnen bisher vorgestellt habe – vor allem Marx und Weber, aber auch Durckheim, Mauss und Caillois –, das Verschwinden der Bindung an Tradition und Religion und im Gegensatz dazu die aufkommende Säkularisierung mit ihren Sinnverlusten. Deshalb haben diese Autoren den Kapitalismus häufig auch als eine Art Religionsersatz behandelt und Glück und Sicherheit durch Konsum ist nur eine Folge hiervon. Genau in diese Richtung geht auch Norbert Bolz, allerdings interessiert er sich nicht mehr so sehr für das Produkt, sondern eher die Möglichkeiten, die mit der Fetischisierung der Waren verbunden sind: da gibt es dann Schlagworte wie Service, Marken und Mythen, Trends und Events. Somit tritt ganz

allgemein Design an die Stelle der Religion und spendet uns Sicherheit und Vertrauen. Wir wissen z. B. zu welcher Marke wir gehören und was wir damit den Anderen signalisieren. Bolz hält den Konsumismus für eine »unglaublich primitive Lebensform«, hier würde ich nicht unbedingt zustimmen, aber er ist immer noch besser als seine Alternative, der religiöse Fundamentalismus. Und hier schließt sich für ihn der Kreis mit Leuten wie den Salafisten und ihrem abstrusen Weltbild. Der Konsumismus oder Amerikanismus, wie Bolz das zusammenfasst, ist die Waffe im »Kampf der Kulturen«, im »Kampf« gegen die aufkommenden religiösen Fundamentalismen gegen Ende des 20. Jahrhunderts. Der Beginn ist eigentlich schon die Iranische Revolution von 1979, allerdings bedurfte es erst des Untergangs der Sowjetunion, um die volle Bedrohung zu erkennen. Zuvor konnte man den Fundamentalismus noch für die Zwecke der Großmächte instrumentalisieren, die Amerikaner haben beispielsweise die Mudschaheddin über 10 Jahre lang gegen die Besatzungsmacht Sowjetunion unterstützt. Da waren diese Regionen immer die Orte für Stellvertreterkriege der Großmächte.

Ich beginne die Lektüre des Textes von Norbert Bolz aber nicht mit der Eingangsthese, dass heutige Weltkonflikte auf dem »Kampf« der Weltreligionen »Anti-amerikanismus« und »kapitalistischer Konsumismus« beruhen, sondern mit seiner Beschreibung des Konsums. Und Bolz beginnt mit einem Paradox. Er behauptet, wie auch andere Soziologen vor ihm, dass gerade die »Unruhe die Stabilitätsbedingung sozialer Systeme ist«. Wir haben letztes Mal das Begehren, den Wunsch im Gegensatz zum Bedürfnis beschrieben. Bedürfnisse, wie z. B. Hunger, kann man befriedigen, das Begehren selbst, das Wollen von Etwas ist unstillbar und daher der Motor für die unaufhörliche Produktion neuer Anreize. Im Prinzip beruht der ganze Konsumterror hierauf: »Ein Begehren, das eigentlich unersättlich ist, bringt die nötige Unruhe in die Wirtschaft« und das Paradoxe hieran ist eben, dass durch diese Unruhe Stabilität geschaffen wird. Bolz dreht die berühmte Formel vom Streben nach Glück (pursuit of happiness) einfach um und behauptet, dass wir glücklich sind, wenn wir streben, also »happiness of pursuit«. Erlangen wir das Glück sind

wir sozusagen unglücklich und merken, dass allein das Streben uns glücklich gemacht hat, nicht die Erfüllung. Der größte Genuss, so Bolz weiter, liegt dann eben nicht in der Befriedung von Bedürfnissen sondern in der »Unbefriedigung, die das Begehren neu entflammt«. Das ist sicherlich richtig beschrieben und auch nicht die Eigenleistung von Norbert Bolz, sondern der französischen Schule um Marcel Mauss, Roger Caillois und George Bataille entnommen. Wir haben bei dem Gegensatzpaar von profan und heilig schon gelernt, dass die profane Welt auf Dauer langweilig wird. Genau das passiert in der Wohlstandsgesellschaft. Mit wachsendem Komfort wächst das Gefühl der Sicherheit aber schwindet die Lust. Das Leben wird langweilig. Deshalb muss die Lust wieder geweckt werden. Und so pendeln wir ständig zwischen Komfort (Sicherheit) und Lust auf neue Abenteuer (Spannung). Und genau diese Lust wird durch den emotionalen Mehrwert eines Produkts erreicht. Das Auto sichert zunächst unsere Mobilität, aber gleichzeitig ist es ein Lustobjekt, mit dem wir allerlei Vergnügungen assoziieren. Die Lust auf schnelles Fahren und Freiheit z. B., das wird mit der Bahn nie gelingen, weshalb die Bahn auch immer mit Sicherheit und Entspannung wirbt, die Auto-Industrie dagegen mit Abenteuer und Aufbruch in Unbekanntes. Das kennt man unter dem Begriff »Emotional Design«, »the soul of Audi«, solche Slogans. Nun reiht Bolz ein schickes Schlagwort unserer Zeit an das andere und das ist allgemein der Stil des *konsumentischen Manifests*. Noch bevor man sich irgendetwas selbst denken kann, hat der Autor es auch schon erwähnt und schreckt nicht vor den plattesten Vergleichen zurück. Und so bleibt es im Prinzip bei der Eingangsthese, die nicht mal von Bolz selbst stammt, und die immer wieder neu bebildert wird: »Je bequemer das Leben, desto lustloser (...) Die Wohlstandsgesellschaft bringt das Opfer der Lust.« So reiht sich in der Folge ein flotter Spruch an den nächsten und man fragt sich, warum daraus ein ganzes Buch werden musste. Hier noch ein paar Kostproben: »Langeweile ist der Feind des Gehirns, deshalb brauchen wir Sport, Hobbies, Sex, Drogen und Musik.« oder »Die Grunddynamik des modernen Lebens ist die Flucht vor der Langeweile.« »Wir haben's verstanden, Herr Bolz!«, möchte man rufen.

Dann kommt aber doch noch einmal eine quasi neue Einsicht, Bolz entwirft ein Dreistufenmodell des Konsums:

Erste Stufe (sozusagen bis zum Wohlstand für die breite Masse): *Befriedige mich!* (*Stille vorhandene Bedürfnisse*)

Zweite Stufe (gegen die Langeweile): *Verführe mich!* (*Schaffe neue Bedürfnisse*)

Dritte Stufe (Achtung neu!): *Verändere mich!* (*Transformiere mich durch die sakrale Kraft der Ware*)

Bolz spricht jetzt von Metapräferenzen, »second order desires«, weil durch die Marke eine Art Transformation des Körpers bzw. ganzen Menschen erreicht werden soll. Jetzt kommt auf einmal die Marke ins Spiel, die nicht nur irgendeinen neuen Wunsch auf der Richterskala darstellt. Die Marke zielt auf meine Persönlichkeit, die Marke verändert mich bzw. erlaubt *self design*, um mal den Jargon von Herrn Bolz zu bemühen. Das ist ein ziemliches Durcheinander, aber Bolz wechselt jetzt zur Systemtheorie über und spricht von sogenannten Metapräferenzen. Das heißt ganz einfach, dass Begehren nicht auf neue Ziele lenken, indem man neue Wünsche schafft, sondern das Geilste ist, den Wunsch zu wünschen zu wecken, das wäre dann ein »second order desire«. Und Bolz stellt fest, dass wir uns bei der kurzfristigen Befriedigung unserer Bedürfnisse immer mit den anderen messen, uns sozusagen hierdurch für andere positionieren. Wir vergleichen uns ständig mit den anderen, wollen auch *in sein*. Es geht hier um einen erweiterten Markt, eine erweiterte Ökonomie, die wir schon bei Marcel Mauss und seinem Text über *die Gabe* kennengelernt haben: den Markt des Ansehens und des Status. Auch dieser Markt wird immer raffinierter Luxus ist nicht nur zur Schau gestellter Luxus, ostentative Verschwendung, sondern laut Bolz wird der Luxus der Zukunft unsichtbar sein nämlich: »Zerebralkonsum, Aufmerksamkeit, Sinn, Ruhe, Raum etc.«

Die Möglichkeit, sich über Konsum Anerkennung zu verschaffen, verschiebt für Bolz die Pole des Konsumismus »Komfort vs. Lust« in Richtung »Eitelkeit vs.

Komfort/Lust«. Das ist eine wichtige Verschiebung, denn hierauf baut Bolz die Gesamtthese des Buches auf. Mit der Möglichkeit der unblutigen gegenseitigen Anerkennung, der Befriedigung oder auch Anheizung der Eitelkeiten, bekommen wir ein Werkzeug mit dem sich in Zukunft Terror und Kriege vermeiden lassen. Der Markt bzw. die Marken regulieren unsere sozialen Beziehungen. »Geben und Nehmen stiftet Beziehungen und Gegenseitigkeit.« schreibt Bolz. Und die Werbung produziert heute eben die Symbole, die das Soziale strukturieren. Und wir müssen uns am Ende nicht mehr quälen mit der Feststellung von Max Weber und der *Protestantischen Ethik als Geist des Kapitalismus*, die ja behauptete, dass ein erfolgreicher Unternehmer von Gott auserwählt sei, während die nicht Erfolgreichen, eben die Konsumenten, die Verdammten waren. Dieses System existiert nicht mehr und ist durch das System des Konsumismus ersetzt worden, eine säkularisierte Form der gesellschaftlichen Position, bei der die Zugehörigkeit und die sozialen Bindungen über einen Markt der Wünsche gewährleistet werden.

Ich behaupte jetzt einfach mal frech, das alles hat Norbert Bolz von anderen Autoren entlehnt oder geklaut und durch Vermischung eine leckere Suppe gekocht, die aber irgendwie auch etwas flau schmeckt. Die Grunderkenntnis ist zusammengefasst folgende: Die alten Bindungen innerhalb einer Gemeinschaft, Tradition und Religion, sind ersetzt worden durch neue Bindungen, Kapitalismus bzw. kapitalisten Konsum. Das Hamsterrad der Wünsche bzw. das Pendeln zwischen Befriedigung (Komfort) und neuen Wünschen (Lust) ist der Garant für die Stabilität westlicher Gesellschaften, auch wenn das Paradox klingen mag, die Unruhe sorgt für soziale Ruhe bzw. verhindert die Veränderung des Systems. Darüber hinaus erlaubt uns unser Konsumverhalten ein, ich würde sagen, flexibles Selbst zu schaffen, eine Identität, und in einem Wettbewerb der Anerkennung finden wir auch eine Position innerhalb der Gesellschaft. Jetzt das Neue, was wirklich Bolz' Leistung ist. Wenn man dieses System der wechselseitigen Anerkennung im Konsum weltweit etablieren könnte, würde das allen extremen Positionen wie z. B. dem religiösen Fundamentalismus den Wind aus den Segeln nehmen.

So, und jetzt springen wir zum Anfang des Buches von Norbert Bolz, dem Grund, warum das *konsumistische Manifest* überhaupt verfasst wurde. Wie gesagt, seine Diagnosen über Konsum, Geld, Liebe, was weiß ich, sind eigentlich nur eine Mischung bereits bekannter Theorien. Auch dass wir spätestens nach dem 11. September, Bolz spricht vom »Gesamtkunstwerk der Anschläge vom 11. September«, die Welt einteilen in freie liberale westliche Welt gegen »böse Fundamentalisten«, ist nicht neu, sondern wurde von Samuel Huntington schon lange vor den Anschlägen beschrieben. Bolz erkennt auch richtig, dass der religiöse Fundamentalismus beispielsweise der Salafisten, die wir eingangs kennengelernt haben, in die traditionale Struktur der wenigen Optionen und starken Bindungen gehört. Umgekehrt bietet die säkulare Weltgesellschaft viele Optionen, die Qual der Wahl, dafür aber nur schwache Bindungen. Nun soll man aber im Westen nicht wieder neue starke Bindungen, neue Werte fordern, sondern Bolz empfiehlt, die schwachen sozialen Bindungen als Stärke dieses Systems zu sehen. Wenn man die Menschen überhaupt in einer Weltgesellschaft zusammenfassen will, dann empfiehlt der Autor von drei Gruppierungen zu sprechen: Menschen die vormodern leben, das betrifft fast die gesamte sogenannte Dritte Welt, Menschen die weiterhin modern sind und an nationalstaatliche Lösungen glauben und Menschen, die postmodern sind und die vor allem wirtschaftlichen Globalisierung betonen. Nun ist klar, dass für Bolz die postmoderne, globale Variante die beste ist und er sieht in den beiden anderen Modellen Risiken und vor allem »Risikostaaten«. Die kann man aber nicht einfach militärisch bekämpfen, sondern muss zu quasi biologischen Kampfstoffen greifen, und sie mit dem konsumistischen Virus infizieren. Und dann kommt auch schon die Grundthese des *konsumistischen Manifests*:

»Das 21. Jahrhundert beginnt mit der Kritik der liberalen Vernunft (will sagen des Amerikanismus, R. E.), die von religiösen Fanatikern in der Weltsprache der Gewalt geschrieben wird (das sind die Terror-Anschläge von New York, Madrid, London etc., R. E.). Im Terror islamischer Fundamentalisten manifestiert sich ein

Antiamerikanismus, gegen den die westliche Welt keinen erfolgreichen Krieg führen kann, weil man – das war schon die Lektion von Vietnam – unter Bedingungen einer feminisierten Öffentlichkeit ohnehin keinen erklärten Krieg mehr führen kann. Doch wenn das zutrifft, bleibt dem Westen nur eine Hoffnung: der Marktfriede. Konkret besteht diese Hoffnung darin, daß sich der Virus (...) auch in den heute noch vom antiamerikanischen Ressentiment besetzten Seelen reproduziert. Wirtschaftlicher Erfolg als Opium für die Fanatiker.«

Und weil's so schön ist noch ein Zitat:

»Die Friedlichkeit der Existenz, die vom Markt ausgeht, setzt universale Geldwirtschaft voraus. Unter diesen Bedingungen ist aber nur ein einziger Lebensstil massendemokratisch möglich, nämlich der Konsumismus. Der Konsumismus ist das Immunsystem der Weltgesellschaft gegen den Virus der fanatischen Religionen.«

Diese These ist die ganze eigenständige Leistung von Norbert Bolz und der Rest des Buches, und da folgen noch viele Seiten, ist symptomatisch für viele aktuelle Diskussionen. Den möchte ich Ihnen nicht mehr vorstellen, sondern werde einen längeren Kommentar zur Grundthese des Manifests versuchen. Vielleicht wollen Sie zuvor aber auch noch etwas hierzu bemerken.

Ich habe an anderer Stelle, nämlich im Master, versucht, eine brauchbare Beschreibung der aktuellen Verschiebungen zu formulieren. Fast alle Autoren machen die Veränderungen auf der Welt, die sich gerade ereignen am Supercode Inklusion/Exklusion fest. Der ist etwas anders von dem Systemtheoretiker Niklas Luhmann beschrieben worden, aber auch ohne dessen Vokabular ist leicht verständlich, dass wir uns dadurch Sicherheit verschaffen, dass wir bestimmte Ein- und Ausschlussmechanismen benutzen. Ich bin z. B. nur deshalb ein Deutscher, weil ich andere Menschen als Franzosen, Italiener, Araber, etc. vom Deutschsein ausschließe. Diesen einfachen Sachverhalt kann man überall beobachten. Ich schließe etwas aus einem inneren Bezirk, aus einem System aus und bekomme damit in dem

abgesteckten Bezirk Sicherheit oder Ruhe. Liberale Demokratie und Menschenrechte gelten nicht überall auf der Welt, werden aber für ein bestimmtes Territorium gültig z. B. in der EU. Außerhalb fordern wir immer Menschenrechte, aber es gibt keine rechtsstaatlichen Mittel, wie innerhalb der EU, diese einzuklagen. Bisher haben immer Nordamerika und generell der Westen darüber entschieden, wer wie dazugehört und wer ausgeschlossen wurde. Im Zentrum befand sich immer der Westen und Außen, an der Peripherie die anderen »unterentwickelten« Länder. Erste, Zweite, Dritte Welt, das war die Reihenfolge. Und wie gesagt, über die Mechanismen, nach denen ausgeschlossen, exkludiert wurde, entschied immer das Zentrum. Und genau das hat sich im 21. Jahrhundert verändert. Plötzlich sieht sich der Westen zum ersten Mal in seiner Geschichte an den Rand gedrängt und andere Global Player entscheiden jetzt über Zugehörigkeit. Fast die gesamte Weltwirtschaft wird auf die eine oder andere Art mittlerweile von der Volksrepublik China dominiert. Und so kann man sagen, dass der Code Inklusion/Exklusion ein Metacode ist, der Code, der alles weiteren Differenzen bestimmt, aber die Art und Weise, wie, ich nenne das jetzt mal die Elemente eines Systems, strukturiert werden, verändert sich gerade. Verglichen mit einer Sprache wären die Elemente die einzelnen Buchstaben oder Worte und die Grammatik legt fest, wie diese Elemente einer Sprache angeordnet werden müssen, damit die Sprache funktioniert. Und genau diese Grammatik, so nennt das der Medientheoretiker Peter Weibel, wird im Augenblick neu geschrieben, umgeschrieben. Das macht aber niemand bewusst, es sitzt jetzt nicht irgendwo jemand, der das wie bei einer Rechtschreibreform festlegt, sondern dieser Prozess vollzieht sich auf komplizierte und unkontrollierte Art und Weise. Andere Gesellschaftstheoretiker sprechen davon, dass wir in diesem sicherlich weltweiten Prozess keine festen Identitäten mehr ausbilden können. Das Beispiel sind immer die Migranten, die ihre Heimat verloren haben, sozusagen ihre Wurzeln und nun neue Wurzeln schlagen. Und zwar nicht durch Geburt oder solche Dinge, sondern vorübergehend. Es geht hier nicht um den Verlust von Identitäten sondern den langsamen Wechsel. Das setzt aber Übersetzungsprozesse zwischen den Kulturen voraus und ist, wie gesagt, ein langwieriger Prozess. Die Emp-

fehlung von Norbert Bolz dagegen ist, wir kreieren sogenannte second order desires und schaffen beispielsweise durch Markenzugehörigkeit neue Stämme. Ich vereinfache das jetzt. Als da wären der Stamm Apple, Cannon, Prada, H&M, McDonald's, und und und. Aber wenn die langweilig werden, dann werden die Kräfte des Konsumismus schon neue »second order desires« hervorbringen, totale Askese wäre da eine Möglichkeit, so wie Zen Buddhismus. Und ganz ehrlich allein die Metapher, die Bolz wählt, die virale Infektion, ist schon der Wahnsinn. Wer glaubt schon wirklich eine Virusinfektion erfolgreich kontrollieren zu können? Was, wenn das Virus mutiert, so könnte man fragen. Noch schwieriger finde ich übrigens diese Theorie der Infektion mit Konsumviren mit Demokratie und Liberalismus zu verbinden. Demokratie ist eine Regierungsform, die Volksherrschaft, aus der nicht zwangsläufig eine Wirtschaftsform hervorgehen muss, die freie Marktwirtschaft. Schon gar nicht ist Kapitalismus die Ökonomie, die zwangsläufig mit Demokratie verbunden ist. Warum nicht Demokratie und Planwirtschaft oder Demokratie und Kommunismus. Das ist alles ein wirres Kuddelmuddel, das viele Fragen aufwirft.

Aber mein Haupteinwand gegen diesen weltweiten Konsumismus wäre, dass das totalitär ist. Der Totalitarismus unterscheidet sich ganz gewaltig von der Tyrannis oder einer einfachen Diktatur, darauf hat die große Theoretikerin totaler Herrschaft, Hannah Arendt, aufmerksam gemacht. Ich kann die Inhalte ihres dicken Buches *Elemente und Ursprünge totaler Herrschaft* an dieser Stelle nicht im Detail wiedergeben. Sie behauptet aber, dass man als totale Herrschaft im 20. Jahrhundert eigentlich nur den Nationalsozialismus und den Stalinismus bezeichnen kann. Der italienische Faschismus war beispielsweise kein totalitäres Regime, keine totale Herrschaft, sondern nur ein Einparteienstaat. Hannah Arendt sieht aber sehr wohl, dass Totalitarismus etwas mit den Massen zu tun hat. Das Problem der Massen ist, dass sie nicht von gemeinsamen Interessen zusammengehalten werden, es gibt auch kein Klassenbewusstsein mehr, wovon Marx noch ausgegangen war. Diese desinteressierten Massen findet man natürlich auch in der Demokratie, nicht alle sind wirklich Bürger, die ein aktives Interesse an den öffentlichen Dingen nehmen.

Deshalb natürlich auch immer die Warnung vor der Politikverdrossenheit, die wir im Prinzip ja längst haben. Sie merken vielleicht, dass wir hier ganz nahe an der Sprache von Norbert Bolz' konsumistischem Manifest sind. Er spricht von Strukturierung des Sozialen durch das Virus des Konsums. Nochmal das Zitat von vorhin: »Unter diesen Bedingungen ist aber nur ein einziger Lebensstil massendemokratisch möglich, nämlich der Konsumismus.« Massendemokratie funktioniert aber nur dann, wenn es sich nicht um eine gesichtslose Masse handelt, sondern diese Masse sozusagen aus größeren oder kleineren Gruppierungen besteht, die für etwas stehen. So wurden laut Arendt die Massen in den Nationalstaaten dadurch strukturiert, dass sie gleichzeitig zu einer bestimmten Klasse gehörten: Arbeiterschaft, Mittelschicht, wie auch immer man das nennen will. Und das Parteiensystem, das angeblich verschiedene gesellschaftliche Interessen repräsentiert, schafft das auch kaum noch. Wie soll man sich heute beispielsweise einen typischen CSU-Wähler vorstellen, wie einen der SPD. Früher stand die letztere für die Interessen der Arbeiterschaft, die erstere hatte zumindest etwas mit dem katholischen Glauben zu tun. Dieses Phänomen hat Bolz vermutlich mit den schwachen sozialen Bindungen und den vielen Wahlmöglichkeiten gemeint. Ich würde sogar behaupten, dass die Mehrzahl der Befürworter des Fundamentalismus diese Schwäche der Konsumgesellschaft spüren und auch strategisch hierauf reagieren. Der Fundamentalismus, den sie fordern, ist wie einige Theoretiker bemerkt haben, sicherlich ein Fundamentalismus ohne Fundament, einer, der sozusagen künstlich produziert werden muss. Das Einzige, was ich aber im Zusammenhang mit dem Begriff totaler Herrschaft betonen möchte, ist, dass Hannah Arendt totale Herrschaft, das Totalitäre, als Bewegung beschreibt. Es handelt sich bei der totalen Herrschaft nicht um eine starre Struktur oder eine klar erkennbare Hierarchie, sondern die Unübersichtlichkeit, das Fließen, ist für den totalen Staat systemrelevant. Ämter wurden vervielfacht, Personen sind austauschbar, die Ideologie wird flexibel ausgelegt. Was gestern noch richtig war, kann heute schon »konterrevolutionär« sein, so hieß das in der Sowjetunion unter Stalin. Eine formalistische, will sagen konterrevolutionäre Kunstdebatte zu führen, konnte damals sogar das Todesurteil bedeuten. Und so wussten auch die

Herrschenden Cliques nie genau, was eigentlich innerhalb ihrer Ideologie gerade richtig oder falsch war. So erklären sich viele Widersprüche im Nationalsozialismus oder Stalinismus, die beiden sind ja Arendts einzige Beispiele für totale Herrschaft. Wenn Sie jetzt an die Formulierungen von Norbert Bolz denken, die ständige Schaffung neuer Wünsche, das ständige Fließen von allem, was heute »in« ist, ist morgen womöglich ein Zeichen für Spießertum, weil man den Wechsel der Mode verpasst hat. Das ist für mich eine softe Variante dessen, was ich gerade über die ideologischen Debatten im Stalinismus gesagt habe. Ich bin mir auch nicht sicher, ob ein solches System gegenseitiger Anerkennung und Zuweisung, der Strukturierung des Sozialen durch den Konsumismus, wirklich auf Dauer alle gewaltsamen Auseinandersetzungen verhindern würde. Wir erleben jetzt schon Gruppierungen innerhalb unserer Gesellschaft, die sich dieses Leben im Konsumismus nicht leisten können, weil sie beispielsweise keine Arbeit haben. Also, das sind sehr viele Fragezeichen, die man hinter diese Grundthese des *konsumistischen Manifests* setzen muss. Mag ja sein, dass der Konsumismus das Immunsystem der Weltgesellschaft gegen den religiösen Fanatismus ist, aber was ist dann das Immunsystem gegen die totale Herrschaft des Konsumismus, müsste man Bolz fragen. Wie auch immer, Norbert Bolz ist mit diesem Buch sicherlich nur stellvertretend für eine Reihe von Autoren, die gegenwärtig den Konsum anpreisen und nicht durch die übliche Kulturkritik verdammen.

Literatur:

Norbert Bolz: *Das konsumistische Manifest*, München 2002.