

Abschlussarbeit

zur Erlangung
des Magister Artium

im Fachbereich

FB 09 - Sprach- und Kulturwissenschaften

der

Johann Wolfgang Goethe Universität

Institut für Kulturanthropologie und Europäische Ethnologie

Thema:

Neid als Faktor interaktiven Handelns

1. Gutachter: Prof. Dr. Manfred Faßler

2. Gutachter: Jun. Prof. Dr. Kira Kosnick

Vorgelegt von: Ferdinand-Maximilian Schluessler

aus: Hanau

Einreichungsdatum: 29. Februar 2008

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
1.1. Ziel und Vorhaben.....	3
1.2. Übersicht.....	3
1.3. Methode.....	5
2. Begriffsbestimmung „Neid“	8
2.1. Etymologie	8
2.2. Definitionen	9
2.2.1. Neid als soziologische Definition nach Haubl	11
2.2.2. Umfrage: Neid – wie definieren Sie diesen Begriff?	12
2.3. Neid in der christlichen Tradition	13
2.4. Neid in der philosophischen Tradition	15
2.4.1. Francis Bacon.....	15
2.4.2. Immanuel Kant	16
2.4.3. Aristoteles.....	16
2.5. Neid im Katalog der biologischen Gefühlskategorien.....	17
2.6. Neiddarstellungen und Attribute in der Bildenden Kunst	18
2.7. Abgrenzung zu verwandten Emotionen.....	22
2.7.1. Eifersucht	22
2.7.2. Schadenfreude	22
2.7.3. Missgunst	23
3. Zur Rezeption von Neid als kulturanthropologischen Topos .	23
4. Situationen, in denen Neid entsteht	26
4.1. Bewusst provozierter Neid	26
4.2. Neid am Arbeitsplatz	28
4.3. Geschwisterneid.....	29
5. Werteindex einer Gesellschaft: Neidgüter	30

5.1.	Neidgüter und materieller Wohlstand	30
5.2.	Wann/worauf empfinden Sie Neid?	31
6.	Neid und Konsumverhalten.....	34
6.1.	Neidprovokation in der Werbung.....	34
7.	Neidvermeidungsstrategien	43
7.1.	Was kann man gegen Neid tun?	43
7.2.	Selbstwertgefühl.....	44
7.3.	Abwertung	45
7.4.	Von der Angst, Neid zu erregen	46
7.5.	Rituale: Geschenke, Spenden, Einladungen, Charity	47
8.	Auswirkungen von Neid auf die Gesellschaft.....	48
8.1.	Neid als Konjunkturmotor	48
8.2.	Gesellschaftsbildung als Neidhemmer	49
8.3.	Eliten – neidfreie Gruppen?.....	51
9.	Neid – ein deutsches Phänomen?	53
9.1.	Deutsche Neidkultur?	53
9.2.	Neid in Zahlen	55
9.3.	Neid und Schichtenvorstellungen	57
10.	Schlussbetrachtung.....	59
11.	Literaturverzeichnis	62
12.	Anhang.....	65

1. Einleitung

„Neid“ – ist das ein Gefühl, ein Schlagwort oder nur eine Phrase um andere als „neidisch“ zu diffamieren? Wohl kaum. In fast allen Sprachen, geschichtlichen Epochen und Kulturkreisen ist das Phänomen Neid bekannt. Doch was soll man unter Neid verstehen, woher kommt er, in welchen Situationen tritt er auf und welche Folgen hat er für Neider und Beneidete?

„Zu den verschiedenen Zeiten der Geschichte, auf allen Entwicklungsstufen der Kultur, in den meisten Sprachen und als Mitglieder der verschiedensten Gesellschaften haben die Menschen ein Grundproblem ihrer Existenz erkannt und als etwas Besonderes herausgehoben: das Gefühl des Neides und des Beneidetwerdens.“¹

Bereits in diesem Satz wird eines deutlich, nämlich die Ambivalenz der Neidwahrnehmung. Sowohl das Gefühl des Neid-Empfindens, als auch des beneidet Werdens sind eigentlich uns allen bekannt. Und doch ist Neid ein weitestgehend tabuisiertes Thema.

Auch in den Sozialwissenschaften war Neid lange Zeit ein vergleichsweise seltener Topos. Warum? Vermutlich auch, weil es so schwer ist, Neid konkret zu fassen. Neid findet im Innern des Menschen statt und ist keine Basis-Emotion² zu denen Furcht, Zorn, Freude, Traurigkeit, Akzeptanz, Ekel, Überraschung und Neugierde zählen. Diese acht Gefühlssituationen sind mehr oder weniger deutlich an der Mimik ablesbar und auch darstellbar. Bei Neid ist dies schwierig. Neid lässt sich auf der Bühne z.B. ohne eine zweite Person kaum schlüssig charakterisieren. Denn Neid ist nicht nur eine der heimlichsten Sünden, sondern auch eines der letzten Tabus.

Neid lässt uns begehren und streben, er treibt uns an. Von all unseren Emotionen ist Neid am zwiespältigsten – verrufen und doch nicht wegzudenken. Ohne Neid geht es kaum, seit der Kindheit ist er eine Antriebsfeder für kritische Vergleiche: Geschwister registrieren sehr genau die Verteilung von Zuneigungen und Geschenken durch Eltern und nahe

¹ Schoeck, H. (1974), Der Neid und die Gesellschaft, Freiburg, S.13

² Im Sinne des von Robert Plutchik geprägten Begriffs.

Verwandte. Ebenso haben sie auf die Spielsachen ihrer Gefährten besonders ein Auge (hier ist schon in der Formulierung ein Neidattribut versteckt, der „scheele Blick“).

Neid verfolgt uns bis ins Berufsleben hinein – von Neid und Neidern kommen wir so schnell nicht los. Neid kann auch gefährlich werden, sobald er in feindselig schädigende Agitation umschlägt:

„In der analytischen Sozialpsychologie wird heute angenommen, dass Antisemitismus und Fremdenfeindlichkeit, wo immer sie auftreten, eine Neidkomponente haben.“³

Es ist wichtig festzuhalten, dass Neid ein Nahweltphänomen ist. Neidisch ist man vor allem auf Personen der näheren Umwelt, also auf Eigenschaften, Fähigkeiten oder Güter derjenigen, die uns ähnlich bzw. in ähnlichen sozialen Positionen sind und einen Vergleich mit uns zulassen. Soziale Nähe und Ähnlichkeit nennt auch Schoeck als wesentliche Merkmale.⁴ Wir sind demnach weniger neidisch darauf, dass Altbundeskanzler Schröder massenweise geschenkten Kaviar verschlingt, als darauf, dass ein Arbeitskollege den viel schickeren Wagen fährt.

Neid hat auch eine soziologische Komponente. Viele Mechanismen, Rituale, Gebräuche, Gewohnheiten des alltäglichen Miteinander sollen der Neidverhinderung bzw. Minimierung dienen, etwa Bauweisen, die den Luxus nach außen nicht zeigen, sich dem Fremden als karg und einfach präsentieren aber im Inneren sehr aufwendig gestaltet sind. Zur Neidminimierung dienen auch Geschenke, Spenden, das großzügige Einladen nach einem Erfolg oder Gewinn, und einiges mehr.

Im Zuge der Diskussion über Spitzengehälter, Steuersünder und Mindestlöhne hat Neid als gesellschaftliches Diskursthema in jüngster Zeit vermehrt an Popularität gewonnen und ist in den Medien allgegenwärtig. In diesem Zusammenhang wird eine weitere, die soziale Komponente des Neides deutlich – soziale Ungerechtigkeit kann Neid und Missgunst auslösen

³ Haubl, R. (2001), Neidisch sind immer nur die anderen. Über die Unfähigkeit, zufrieden zu sein, München, S. 90

⁴ Siehe Schoeck, Neid und die Gesellschaft, S.221

1.1. Ziel und Vorhaben

Die Auseinandersetzung mit dem Thema Neid geschieht insbesondere unter Beachtung von zwei Zielsetzungen:

Zum einen soll auf die enorme Variabilität des Neid-Phänomens aufmerksam gemacht und so ein differenzierter Umgang mit dem Begriff „Neid“ ermöglicht werden.

Zum anderen soll mit Hilfe unterschiedlicher theoretischer Konzepte und Perspektiven zur Erklärung und Bereicherung der momentanen Alltagsdebatte zu Neid und „Neidgesellschaft“ beigetragen werden. Unter anderem wird dabei den Fragen nachgegangen, ob die Anfälligkeit für Neid einen speziell deutschen Zug darstellt, in wieweit Neid durch Werbung und Marketing instrumentalisiert wird und unseren Konsum beeinflusst und ob Neid ein Wirtschaftsfaktor ist.

1.2. Übersicht

Am Anfang der Auseinandersetzung mit dem Thema Neid soll zunächst in Kapitel 2 eine Begriffsbestimmung und Definition von „Neid“ stehen. Neben der rein etymologischen Begriffsbestimmung sollen hier Definitionen aus verschiedenen Bedeutungszusammenhängen, so aus dem Christentum und der Philosophie, Eingang finden und in einer vergleichenden Gegenüberstellung auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede untersucht werden. Das Christentum kann für die westliche Welt als die grundlegende moralstiftende Instanz gesehen werden und wartet bereits im Alten Testament mit der von Neid bestimmten Geschichte von Kain und Abel auf. Neid ist im christlichen Zusammenhang ein negatives Element, in den Zehn Geboten wird Neid verboten, ebenfalls ist Neid eine der sieben Todsünden. Eben über die christlich motivierte Auseinandersetzung hat der Topos Neid seinen Weg in die Bildende Kunst gefunden, auch darauf soll eingegangen werden. Auch, weil sich auch heute noch viele Werbemaßnahmen auf ikonographisch tradierte Darstellungsformen der Physiognomie und Attribute von Neid berufen und sich ihrer bedienen.

Ebenfalls ist es bei der Begriffsbestimmung unerlässlich, Neid von seinen verwandten Affektlagen Eifersucht, Missgunst und Schadenfreude abzugrenzen.

In Kapitel 3 soll die kulturanthropologische Auseinandersetzung mit Neid veranschaulicht werden oder, anders formuliert, der Versuch unternommen werden, zu ergründen, warum Neid als Begriff und Thema/Topos in der Kulturanthropologie ein Randphänomen zu sein scheint.

Im darauffolgenden Kapitel 4 sollen einige Situationen und Umstände aufgezeigt werden, in denen Neid im täglichen Leben typischerweise auftritt. Zum einen die bewusste Provokation von Neid, die die Freude des Menschen daran, beneidet zu werden offensichtlich werden lässt. Ebenfalls soll auf einige soziale Konstellationen, in denen Neid fast „vorprogrammiert“ ist, eingegangen werden: Hier ist zum einen der Arbeitsplatz als nahezu klassisches Forschungsfeld für Neid zu nennen. Kollegen sind untereinander in besonderer Weise vergleichbar und durch die viele gemeinsam verbrachte Zeit können Vergleiche fast so präzise wie im familiären Umfeld angestellt werden. Ebenso vielversprechend scheint die Auseinandersetzung mit Neid im familiären Umfeld, hier vor allem mit dem fast sprichwörtlichen Geschwisterneid.

Im Kapitel 5 soll ein weiterer Aspekt im gesellschaftlichen Umgang mit Neid untersucht werden. Hierbei soll der Überlegung nachgegangen werden, wie Neidgüter, materiell oder immateriell, die sie besitzende Person in einer gesellschaftlichen Werteskala einordnen und in wieweit diese Güter über die persönlichen Werte des Besitzenden Aufschluss geben. In der heutigen, konsumorientierten Gesellschaft wird das Verhalten des Einzelnen nicht unerheblich durch Werbung gesteuert. Aufgrund dessen soll in Kapitel 6 der Zusammenhang zwischen Konsum und Neid, das heißt, die Instrumentalisierung des Neides bei der Erweckung von Konsumbedürfnissen beleuchtet werden: Wie verbinden sich in der Werbung direkte und indirekte Neidbezüge mit denen, den beworbenen Produkten innewohnenden, überspitzt formuliert, „Heilsversprechen“?

Kann man den eigenen Neid unterdrücken? Kann man vermeiden, dass andere neidisch auf das materielle oder immaterielle Eigentum reagieren? Ausgehend von der durchaus negativen gesellschaftlichen Konnotation von Neid soll in Kapitel 7 der Versuch unternommen werden, Möglichkeiten und Perspektiven von „Neidvermeidung“ darzustellen.

Hat Neid positive Facetten? Kann Neid in gesellschaftlicher und volkswirtschaftlicher Hinsicht nützlich sein? Mit dieser Fragestellung soll sich in Kapitel 8 auseinandergesetzt werden.

Hier kommt auch der positive Aspekt von Neid als Motivationsfaktor für volkswirtschaftliche und private Leistungen zum Tragen, denn gerade durch den Vergleich kann Neid den Ehrgeiz anspornen, ebenfalls bestimmte Ziele zu verfolgen und zu erreichen.

Im letzten Kapitel wird der Frage nachgegangen, ob die Klassifizierung der deutschen Gesellschaft als „Neidkultur“ gerechtfertigt ist. Ebenso sollen eventuelle schichtenspezifische Ausprägungen von Neid untersucht werden.

1.3. Methode

Schwerpunkt und Hauptwerkzeug der praktischen Forschung eines Kulturanthropologen ist die Arbeit im Feld, bzw. die Feldforschung. Diese ist allerdings bei einem im Inneren gelebten Gefühl wie Neid kaum möglich, da es sich der äußeren Beobachtung entzieht. Um dennoch eine Situation zu schaffen, die vom rein interpretativen Beobachten gelöst ist und um Schwerpunkte und Meinungen zu ermitteln, wurden eine qualitative Erhebung von Fragebögen mit offen formulierten Fragen durchgeführt. Schriftlich konnten sich die Befragten zu den Fragen äußern. Ich habe darauf geachtet, ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis von etwa jeweils fünfzig Prozent einzuhalten. Die von mir durchgeführte Studie ist als Expertenbefragung zu werten. Die Expertenbefragung ist eine qualitative Form der Datenerhebung. Die Anforderungen an eine qualitativ orientierte Studie beinhaltet die Flexibilität und Offenheit der Antwortmöglichkeiten.

Ein stärker an empirisch auswertbaren Antworten orientierter Fragebogen kam nicht in Betracht, da Neid ein zu komplexes Thema darstellt bei dem es meiner Meinung nach nicht ausreicht, nur mögliche, vorgegebene Neidgüter abzuklopfen. Dennoch ist auf eine solche empirische Befragung des Forsa-Instituts aus dem Jahr 2007 hinzuweisen, auf die in Kapitel 9 näher eingegangen werden soll.

Im Folgenden werden die Rahmenbedingungen und Kriterien für die Befragung dargestellt.

Auswahl der Befragten

Die Auswahl der zu Befragenden ist gezielt erfolgt und wandte sich an Experten Ihrer jeweiligen Fachgebiete. Experten sind die befragten Personen deshalb, weil Sie auf Ihrem jeweiligen Fachgebiet über besonderes Wissen verfügen. Ich habe versucht repräsentative Meinungen zu sammeln und anhand dieser herauszufinden, welche Schwerpunkte sich in der Meinungsbildung zu den verschiedenen Fragen als dominant erweisen. Einen Anspruch auf Repräsentativität gibt es nicht, dazu wäre allein das soziale Spektrum der Befragten zu einseitig. Die von mir Befragten verfügen alle über ein abgeschlossenes Hochschulstudium. Neun von fünfzehn Befragten haben promoviert. Drei Befragte haben zudem einen Lehrstuhl an einer Universität inne.

Vertraulichkeitsversprechen

Alle Befragten wurden über Zweck, Gegenstand und Durchführung des Interviews informiert. Anonymität und Vertraulichkeit sind zugesichert worden.

Form der Kommunikation

Die Präsentation der Fragen erfolgte schriftlich, d.h. die Befragten füllten Ihren Fragebogen selbstständig aus. Dies schränkt auf der einen Seite die qualitativen Befragungsanforderungen ein, ist aber andererseits bedingt durch die spezielle Thematik. Diese Form wurde gewählt, da „Neid“ ein Thema ist, über das man sich ohne ein Gegenüber, d.h. ohne den Interviewer, offener und einfacher äußern kann.

Formulierung der Fragen

Die Fragen sind offen formuliert, sie erlauben dem Befragten nicht, einfach mit „ja „ oder „nein“, „dafür“ oder „dagegen“ etc. zu antworten, wie dies bei geschlossenen Fragen möglich ist, sondern fordern eine ausformulierte Antwort in Sätzen und damit auch eine ausführlichere Verbalisierung und Bewusstwerdung. Dadurch kann der Informationsgehalt der Antworten deutlich höher ausfallen.

Zur Datenanalyse

Die Fragen haben einen direkten Bezug zu den einzelnen Kapiteln dieser Arbeit. Aufgrund dessen fließen die Ergebnisse aus den Fragebögen in die jeweilige Betrachtung mit ein und werden auf Gemeinsamkeiten und Differenzen untersucht, um Meinungstendenzen zu entdecken.

Zur besseren Übersichtlichkeit sind bei den Fragebögen im Anhang die Antworten zu den jeweiligen Fragen jeweils untereinander nummeriert zusammengestellt worden.

2. Begriffsbestimmung „Neid“

2.1. Etymologie

„Neid ist ein allgemein und ausschließlich germanisches Wort: althochdeutsch *nid*, mittelhochdeutsch *nit*. [...] Ursprünglich bedeutete das Wort wohl Anstrengung, Eifer, Wetteifer, verkörperte also durchaus positive Werte. Ohne die destruktive, impotente Zentralbedeutung, die das Wort allmählich annimmt. Es ist allerdings kaum anzunehmen, dass die Menschen, ehe das Wort die negative Bedeutung erlangte, nicht von Neid in unserem Sinne geplagt wurden.“⁵

In Kluges etymologischem Wörterbuch findet sich die Mittelhochdeutsche Bedeutung von *nit* bereits mit der heutigen Bedeutung von „Neid, Groll“. Außergermanisch vergleicht sich altirischen *nith* „Kampf“. Dann folgen spätere Neidbegriffe, die schon unsere heutige Bedeutung beinhalten. „Neidnagel m. per.fach., auch Niednagel m., Niegnagel m., Notnagel m. ´ins Fleisch eingewachsener Nagel´(<17 Jh.).“⁶ „Ins Fleisch eingewachsen“ – das spricht für das nach innen gerichtete, die Verborgenheit, das bohrende und das stechende Gefühl, das Neid zugeschrieben wird. Auch heute noch heißt es, jemand sei „verbohrt vor Neid“.

In Grimms Wörterbuch heißt es dann: „Mit Haß verfolgen, hassen, besonders aus Missgunst.“⁷ Hier kommt nun noch die Kategorie Missgunst hinzu. Es reicht nicht, dass jemand ein begehrtes Gut besitzt und wir uns darüber ärgern, es nicht zu besitzen.

Qualifizierter bössartiger Neid gönnt dem Anderen den Besitz schlichtweg nicht. nicht auftreten.

⁵ Schoeck, Neid und die Gesellschaft, S. 26

⁶ Kluge, F. (1999), Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache / Kluge. Berlin: S. 585

⁷ Siehe Grimm, W., Grimm J. (1860), Deutsches Wörterbuch, Leipzig

2.2. Definitionen

Helmut Schoeck zieht zur Definition von Neid die Begriffsbestimmung aus Grimms Wörterbuch heran. Dort finden sich bereits die auch heute noch gültigen Bestimmungsmerkmale.

„Heute, wie auch schon in der alten Sprache, drückt Neid besonders jene gehässige und innerlich quälende Gesinnung, das Missvergnügen aus, mit dem man die Wohlfahrt und die Vorzüge anderer wahrnimmt, sie ihnen missgönnt mit dem meist hinzutretenden Wunsche, sie vernichten oder selbst besitzen zu können; sinnverwandt mit Abgunst, Missgunst, Scheelsucht.“⁸

Sieht man sich Schoecks Definition an, erkennt man ihre Dreiteilung:

1. Gehässig, innerlich quälend, missvergnügt.

Hier wird die innerliche Stimmung deutlich, Neid quält den Neider selbst, diese Autoaggression lässt uns böse und verstimmt werden.

2. Wahrnehmung der Wohlfahrt und Vorzüge anderer.

Impliziert ist dabei der Vergleich zu anderen mit der eigenen Situation. Der Neider sucht also ganz zielsicher nach Vorzügen anderer, ohne sich der eigenen Vorzüge bewusst zu werden.

3. „sie ihnen missgönnt mit dem meist hinzutretenden Wunsche, sie vernichten oder selbst besitzen zu können“

Der Augenmerk liegt hier auf dem Missgönnen von personalen oder materiellen Gütern. Der Wunsch, sie selbst zu besitzen oder zu vernichten tritt nur „meist“, also nicht immer hinzu – somit ist Missgunst der wichtigste Bestandteil von Neid.⁹

Zusammengefasst heißt das etwa: Neid ist das gewollte Wahrnehmen von Vorzügen anderer, mit dem Effekt, dass die aggressive Stimmung, die dadurch entsteht, in Missgunst umschlägt, die bis zum Destruktionswillen

⁸ Siehe Grimm, Deutsches Wörterbuch

⁹ Vgl. Schoeck, Neid und die Gesellschaft, S.27

führen kann. Diese Definition von Neid betont allerdings deutlich die negativen Seiten des Neides..

Etwas allgemeiner und positiver konnotiert finden wir bei Wikipedia¹⁰:

„Unter Neid versteht man das ethisch vorwerfbare, gefühlsmäßige (emotionale) Verübeln der Besserstellung konkreter Anderer. Ähnlich, aber ungebräuchlicher ist der Begriff Missgunst. Fehlt es am ethischen Vorwurf, spricht man auch von Unbehagen gegenüber Überlegenheit, die man selber gerne hätte, und nicht zu erreichen vermag. Will man Neid rechtfertigen, so ist eher von einem Streben nach Gleichheit die Rede. Wie andere Gefühle auch, hat der Neid Vorteile für den, der ihn hegt. Das Gegenteil des Neides ist Gunst.

Neidisch ist mithin jemand (der „Neider“), den ein Besitztum oder Vorzug anderer – auch latent – kränkt (ein Minderwertigkeitsgefühl auslöst).¹¹ Das Ziel des Neiders ist dementsprechend, den beneideten Vorzug aus der Welt zu schaffen (nicht primär, ihn an sich zu bringen; das wäre dann zum Beispiel Habsucht). Neid kann sich nicht nur auf Besitztümer beziehen, sondern ebenso auf beispielsweise biologisch (Gesundheit) oder kulturell (Schönheit) geprägte Merkmale wie auch direkt auf den sozialen Status. In gesteigerter Form kann der Neid für Beneidete gefährlich werden, dem gegenüber er oft verschwiegen wird, wenn er zur Triebkraft feindseligen Handelns wird.¹²

Gonzalo de la Mora betont dabei, dass es bei Neid nicht auf fremde Güter ankomme, sondern ausdrücklich auf das Glück der Anderen.

„Der Neid ist das Missbehagen, das angesichts eines fremden, höheren, begehrten, unerreichbaren und nicht assimilierbaren Glücks empfunden wird.“¹³

De la Mora ist der Auffassung, dass nicht das Besitzen des begehrten Objekts, sondern eher sein sozialer Wert den Neid entfacht. Damit beim potentiellen Neider dieses, ihm nicht eigene Glück aber erst als schmerzhaft empfunden werden könne, müsse bei diesem vorher eine

¹⁰ Der wissenschaftliche Anspruch von Wikipedia ist bekanntermaßen umstritten. Dennoch soll hier auf Wikipedia zurückgegriffen werden, weil es zum einen das in Deutschland meist genutzte Informationsmedium ist und zum anderen, durch die Möglichkeit der Mitwirkung eines jeden, in diesem Sinne „Schwärmwissen“, also das Wissen der Masse repräsentiert.

¹¹ Fußnote: Oft wird er uns noch nicht einmal bewusst, so stark haben wir verinnerlicht, dass Neid nicht sein darf.

¹² <http://de.wikipedia.org/wiki/Neid>, Zugriff: 28. Januar 2008

¹³ De la Mora, G.F. (1987), Der gleichmacherische Neid, Berlin, S.107

relative Glücklosigkeit und die Meinung, es nicht durch sich selbst ausfüllen zu können herrschen.¹⁴ Zu beachten ist, dass Neid latent (damit ist chronischer Neid gemeint) oder situativ (wenn jemand im Affekt neidisch fühlt) auftreten kann.¹⁵

Es gibt auch eine Form von Neid, der gegen untere Schichten der Gesellschaft gerichtet ist, sogenannter Abstandsneid – der Neid gegen Aufsteiger und Emporkömmlinge – hier ist die Angst, an gesellschaftlicher Bedeutung und Alleinstellung zu verlieren Triebfeder des Neids.

Was kann man aus diesen allgemeinen Haltungen und Definitionen schließen? Die Definitionen von Neid scheinen so vielfältig und vage zu sein wie das Gefühl an sich. Es kommt auf die jeweilige Herangehensweise an das Thema an.

2.2.1. Neid als soziologische Definition nach Haubl

Der Sozialpsychologe Rolf Haubl unterteilt die psychosoziale Bewältigung von Neid in drei Formen: Depression, Ehrgeiz und Empörung.

- Depressiv-lähmender Neid liegt vor, wenn sich jemand nicht damit abfinden kann, auf das begehrte Gut verzichten zu müssen. Er erkennt an, dass die beneidete Person das begehrte Gut rechtmäßig besitzt, glaubt nicht, dass er fähig ist, es sich selbst anzueignen, und hält die soziale Norm ein, die ihm unter diesen Umständen verbietet, der beneideten Person feindselig zu begegnen. Deshalb wendet er Ärger und Wut gegen sich selbst.
- Ehrgeizig-stimulierender Neid liegt vor, wenn sich jemand aus aufrichtiger Bewunderung entschließt, der beneideten Person nachzueifern oder gar mit ihr zu wetteifern. Er glaubt, mindestens ebenso fähig zu sein, sich das begehrte Gut selbst anzueignen, und in

¹⁴ Vgl. Lippke, O. (2006), Anatomie des Neides, Duisburg, S.139

¹⁵ Vgl. Rattner, J. (1998/99), Jahrbuch für verstehende Tiefenpsychologie und Kulturanalyse: Charakterstudien, Bd 18/19., Berlin, S.34-58.

Übereinstimmung mit sozialen Normen zu sein. Ärger und Wut verwandelt er in Anstrengung.

- Empört rechtender Neid liegt vor, wenn jemand aus guten Gründen glaubt, dass die beneidete Person das begehrte Gut unrechtmäßig besitzt. Unter Berufung auf anerkannte Gerechtigkeitsvorstellungen verwandelt er Ärger und Wut in Streitbarkeit für eine gerechte Verteilung der Güter.

Spricht man von Neidformen, so darf man allerdings nicht vergessen, dass damit Formen der psychosozialen Bewältigung von Neid lediglich abgekürzt bezeichnet sind. Neid im strengen Sinne ist stets durch die Feindseligkeit gegenüber einer Person bestimmt, die das begehrte Gut rechtmäßig besitzt, ist stets feindselig-schädigender Neid.¹⁶

2.2.2. Umfrage: Neid – wie definieren Sie diesen Begriff?

Neid wurde von den befragten spontan mit einander sehr ähnlichen Worten definiert und umschrieben: Demnach sei Neid der durch Vergleich entstehende subjektive, aus Unzufriedenheit und fehlendem Selbstbewusstsein erwachsene Mangel an materiellen und immateriellen Gütern. Eine Ausdrucksform des Neides sei die Missgunst.

Einige ordneten neidisches Verhalten direkt in das persönliche Umfeld und einmal wurde sogar benannt, dass Neid auch gegenüber Menschen auftrete, die man gerne mag. Einzelne Aussagen nannten das Fehlen von Liebe und Anerkennung als Grund für die Entstehung von Neid. Außerdem sei die Definition seines Selbstwertes über materielle Güter ein wesentlicher Faktor zur für das Auftreten von Neid. Eine Aussage wies auf die sinnbildlich grüne Gesichtsfarbe hin, an der man den Neider erkenne.

Folgende zentrale Aussagen kann man aus der Befragung ableiten:

- Neid wird Personen mit wenig innerer Stärke und damit verbundener Unzufriedenheit zugesprochen.
- Neid wird gerne als Vorraussetzung für Missgunst gesehen.

¹⁶ Vgl. Haubl, Neidisch, S.. 26.

- Neid ist Reaktion auf einen unerfüllbaren Wunsch wahrgenommen.
- Neid ist eine Reaktion auf subjektiven Mangel im Vergleich mit anderen.
- Neid ist Ausdruck der Unzufriedenheit mit der eigenen Situation.

Bei der Betrachtung dieser Überlegungen könnte man zu der, vielleicht riskanten, These kommen, dass Neidgüter nicht wahren Mangel auszudrücken scheinen und daher Neid quasi eine „Luxusemotion“ sei. Denn aus echtem Mangel folgt kein Neid. Dann wäre von einer wahren Ungleichbehandlung oder sogar ungerechten Behandlung zu sprechen und die wird in den Antworten nicht angenommen.¹⁷

2.3. Neid in der christlichen Tradition

In der Tradition des Christentums ist Neid ein überaus präsent Thema. Da ist der Neid der Philister auf Isaak (Genesis, 26,14), der Rahels auf Lea (Genesis, 30,11) der seiner Brüder auf Joseph (a.a.O., 37,11) und Aarons und Ephraims auf Juda (Jesaja, 12,13). Viele Fragen, die die Bibel aufwirft sind gerade deswegen auch heute noch von so hoher Aktualität, weil sie Generation für Generation neu diskutiert werden können.

So auch die Neidfrage. Die Geschichte von Josef und seinen Brüdern oder von Kain und Abel – Bruderneid wird es immer wieder geben. Es ist wichtig ihn zu thematisieren und ins Bewusstsein zu rufen. Ein Beitrag dieser Erzählungen in der Bibel zur christlichen Sozialisation ist es, früh das Unrechtsbewusstsein für diese Handlungen zu schärfen.

Wir kennen die Geschichte: Kain erschlägt seinen Bruder Abel aus niederen Beweggründen – aus Neid. Neidisch ist er, weil Gott sein Opfer, aus bis heute nicht völlig geklärten Gründen, nicht annehmen möchte, das

¹⁷ Zur Häufigkeit der Begriffsnennungen: Gefühl (6); Mangel (3); materiell u. immateriell (7); Unzulänglichkeit (3); Unzufriedenheit (3); Vergleich (4); Missgunst (4)
Die Angabe bezieht sich auf 15 befragte Personen.

Opfer von Abel aber wohlwollend annimmt. Diese göttliche Willkür ist bis heute in unterschiedlichsten Erklärungsmodellen umstritten.

Ich habe diesbezüglich mit Frau Prof. Dr. theol. Ute Ranke Heinemann gesprochen, deren Ansatz hierzu eine Position vertritt, die den biblischen Autoren Neidprojektion zuschreibt. In einem Brief teilte sie mir auf meine Frage folgendes mit:

„Neid ist ein sehr interessantes Thema, weil der Neid die hauptnegative Eigenschaft des Menschen ist. Die Menschen sind zwar zum Mitleiden fähig, aber nicht zur Mitfreude. Zur Mitfreude gehören Engel. Zum Mitleiden Menschen. Und leider haben die Menschen Ihre Haupteigenschaft auch auf Gott, den „eifersüchtigen“ übertragen.“ In meinem Taschenbuch „Nein und Amen“, Seite 396ff.¹⁸ etwa habe ich darüber geschrieben, dass der neidische und missgünstige Mensch Gott nach seinem Bild schafft: neidisch und missgünstig, dem man das liebste Opfern muss.“

Ranke Heinemann setzt den Neidschwerpunkt hier schon früher. Allein in der Tatsache, dass Kain und Abel Opfer bringen sieht sie schon ein Ritual der Neidbesänftigung.

Wie in der Griechischen Mythologie wird auch Gott hier Neid und Willkür – werden Gott also menschliche Eigenschaften zugeschrieben. Von Homer ist folgender Satz der Nymphe Kalypso überliefert: „Grausam, Ihr Götter, seid ihr und eifersüchtig vor allem, neidet den Göttinnen offene Beziehungen zu sterblichen Männern!“¹⁹

In der mittelalterlichen Scholastik wurde das System der Todsünden entwickelt. Hier steht Neid gleich nach Hochmut in der Rangabfolge der Todsünden. Danach erst kommen Maßlosigkeit, Habsucht, Zorn, Trägheit und Wollust. Dies liegt darin begründet, dass die Kirche Neid als ursächlich für den Sündenfall betrachtet. „Doch durch den Neid des Teufels kam der Tod in die Welt, und ihn erfahren alle, die ihm angehören“.²⁰ Der Teufel in Gestalt der Schlange nämlich verführte Eva zum Neid auf Gottes ungleich größere Macht und begründet damit die Sterblichkeit des Menschen.

¹⁸ Vgl. Ranke-Heinemann, U. (2002), Nein und Amen. Mein Abschied vom traditionellen Christentum, München, S.396

¹⁹ Homer (2007), Odyssee, München, V, 118, 129

²⁰ Bibel, Buch der Weisheit 2, 24

„In many versions of Christianity, too, some version of the doctrine of Original Sin provides a generic theodicy to explain the persistence of such evil presences in social life as envy...“²¹

Herzfeld präzisiert hier nochmals den Zusammenhang von Neid mit der christlichen Überlegung, dies sei eine Charaktereigenschaft des Teuflischen.

Aber auch ohne die umstrittene Kategorie der Todsünden finden wir in der Bibel bei Moses V moralische, neidfeindliche Grundforderungen: die zehn Gebote. Da heißt es in den Zehn Geboten:

„Du sollst nicht nach dem Haus deines Nächsten verlangen. Du sollst nicht nach der Frau deines Nächsten verlangen, nach seinem Sklaven oder seiner Sklaven, seinem Rind oder seinem Esel oder nach irgend etwas, das deinem Nächsten gehört.“²²

Dieses Gebot ist nicht nur ein kirchliches Gebot zum Schutz des Eigentums, sondern auch als Neidschranke zu verstehen. Hier ist die direkte Aufforderung enthalten, das rechtmäßige Eigentum seiner Mitmenschen zu respektieren, ohne es selbst unmittelbar erlangen zu wollen, um Konflikte zu vermeiden.

2.4. Neid in der philosophischen Tradition

2.4.1. Francis Bacon

Der Philosoph und Staatswissenschaftler Francis Bacon sieht den Neid durch den Vergleich begründet.

„Neid kann nur entstehen, indem sich zwei Menschen miteinander vergleichen können. Neid ist also unmittelbar abhängig von einer anderen Person. „Der Neid folgt nämlich immer dem Vergleichen mit sich selbst: wo also kein Vergleich stattfindet, gibt es auch keinen Neid...“²³

Zwar klingt dies nach einem generellen Vergleichsverbot, aber Bacon meint vielmehr den auf uns bezogenen, negativen Vergleich. Natürlich

²¹ Herzfeld, M. (1989), *Anthropology Through the Looking-Glass: Critical Ethnography in the Margins of Europe*, Cambridge S.201

²² Bibel, Exodus, 20,17

²³ Bacon, F. 1657, zit. n. Lippke, O. (1996), *Neid kriecht nicht in leere Scheunen : Über den Zusammenhang von Neid und Ausdrucksverstärkung zu sozialen Beziehungen*, Regensburg, S. 16

evoziert nicht jeder untereinander vorgenommene Vergleich zwangsläufig Neid. Der Vergleich ist nur Grundlage für Neid, ohne den er, nach Bacon nicht entstehen kann.

2.4.2. Immanuel Kant

Kants Definition von Neid ist sehr umfassend:

„Der Neid (livor) als Hang, das Wohl Anderer mit Schmerz wahrzunehmen, ob zwar dem Seinigen dadurch kein Abbruch geschieht, der, wenn er zur That (jenes Wohl zu schmälern) ausschlägt, qualifizierter Neid, sonst aber nur Missgunst (invidentia) heisst, ist doch nur eine indirect-bösartige Gesinnung, nämlich ein Unwille, unser eignes Wohl durch das Wohl anderer in Schatten gestellt zu sehen, weil wir den Maassstab desselben nicht in dessen innerem Werth, sondern nur in der Vergleichung mit dem Wohl Anderer zu schätzen und diese Schätzung versinnlichen wissen.“ Er sagt aber auch, Es sei eine „Leidenschaft“, deren „Regungen in der Natur des Menschen liegen“. ²⁴

Bei Kant sieht es so aus, als sei der Neid des Menschen Natur. Der Mensch wird sich immer mit anderen Vergleichen, vor allem mit denen, die den Vergleich am meisten herausfordern, nämlich den seiner Lebensposition und Lebenssituation am ähnlichsten.²⁵ Neid, der „zur Tat ausschlägt“, nennt Kant „qualifizierten“ Neid, ansonsten heißt Neid „aber nur Missgunst“. ²⁶

2.4.3. Aristoteles

Nach Aristoteles ist von Neid zu sprechen, wenn wir jemand im Besitz bestimmter Güter sehen und Unlust darüber besteht, nicht selbst über sie zu verfügen. Aristoteles geht aber davon aus, dass es uns nicht darum geht, die beneideten Güter besitzen zu wollen, sondern das es uns eher ärgert, dass ein anderer sich an ihnen erfreut. Umgangssprachlich würde man von einem „nicht gönnen können“ sprechen. ²⁷

²⁴ Rosenkranz, K., Schubert, F.W. (1838), Immanuel Kant's sämtliche Werke, Leipzig, S. 320. Aufgrund der besseren Übersichtlichkeit wurde auf die Hinweise zur heutigen Rechtschreibung in diesem Zitat verzichtet.

²⁵ Vgl. Schoeck, Neid und die Gesellschaft, S.148

²⁶ Kant, I. (1977), Die Metaphysik der Sitten, Frankfurt, „443f. (§36)

²⁷ Aristoteles 2. Buch der Rhetorik, Übersetzt von Franz G. Sieveke. München 1980

2.5. Neid im Katalog der biologischen Gefühlskategorien

Wie von Francois Lelord formuliert wird Neid nicht zu den Basisemotionen gezählt, sondern ist vielmehr eine sekundäre Emotion. Als Basisemotionen werden primäre Emotionen bezeichnet, die von Geburt an, auch bei Tieren vorhanden sind. Ekman und Friesen (1972, 1986) unterscheiden mit dem „Facial Action Coding System“ sieben Basisemotionen anhand des Gesichtsausdruckes (Fröhlichkeit, Überraschung, Ärger, Ekel, Furcht, Traurigkeit und Verachtung). François Lelord beschreibt das Nichtvorhandensein eines klassischen angeborenen Gesichtsausdrucks für die Emotion Neid als möglichen evolutionären Vorteil.²⁸

Rösler, Szewczyk und Wildgrube teilen Emotionen in Affekt (kurzfristig), Gefühl (länger) und Stimmung (anhaltend) ein und verdeutlichen die Beteiligung von sowohl bewussten als auch unbewussten Prozessen an einer Emotion.

Die neurobiologische Grundlage für Emotionen sind vor allem phylogenetisch alte Teile des Gehirns mit dem Limbischen System als Emotionsregulationsstelle. Hervorzuheben sind hier die Mandelkerne (Amygdalae), denen die Auslösung schneller gefühlsbetonter Reaktionen zugeschrieben wird. Die Amygdalae verleihen sensorischen Reizen der Umwelt eine emotionale Bedeutung und erhalten über Feedback-Schleifen eine Rückmeldung über die von ihnen ausgelöste Reaktion. Eine wichtige Rolle beim Ablauf von Angstreaktion, aber auch anderen gefühlsbegleiteten Geschehen ist der Hypothalamus.²⁹

Rolf Haubl geht auf das Erleben von Gefühlen als körperliche Ereignisse ein, die Veränderung an der Körperaußenseite mit organischen Prozessen vereinen. Nach Cannon (Theorie nach Cannon) verursacht ein Stimulus zwei parallel ablaufende Reaktionen: die Wahrnehmung der Emotion und die physiologische Erregung. In der von Cannon und Bard formulierten

Vgl. Decher, F. (2005), Das gelbe Monster. Neid als philosophisches Problem. Springer, S.47

²⁸(Vgl. Lelord, F., Andre, C. (2008), Die Macht der Emotionen. und wie sie unseren Alltag bestimmen, München, S.97)

²⁹ Siehe Schön, 2007, Medizinische Psychologie und Soziologie, Springer

Thalamustheorie der Emotion wirkt der Thalamus (Teil des Zwischenhirns) als zentrales Tor zum Bewusstsein und fungiert als Durchtrittspforte für Emotionen. Einen alternativen Standpunkt zur Entstehung von Emotionen vertreten William James und Lange. In der von ihnen formulierten Theorie geht jeder Emotion eine körperliche Veränderung voraus und ist somit als Ursache der Emotion anzusehen: „Wir weinen nicht, weil wir traurig sind, sondern wir sind traurig, weil wir weinen.“³⁰ Nach Schachter und Singer hängt die Gefühlsintensität von der körperlichen Erregung ab, während sich die qualitative Empfindung der Emotion aus der kognitiven Bewertung der äußeren Situation ableitet.³¹

Rolf Haubl weist auf psychophysiologische Vorgänge hin, die zur Erklärung von Emotionen herangezogen werden. Verschiedene Botenstoffsysteme (Neurotransmittersysteme) vermitteln zwischen den oben erwähnten Kerngebieten des limbischen Systems und dem phylogenetisch jüngeren Neocortex. Strittig ist die Reaktionsspezifität auf einen situationsabhängigen individuellen Reiz, die nur für die oben genannten Basisemotionen zutreffend wäre. Einer sekundären Emotion wie Neid liegt nach Haubl kein spezifisches Aktivierungsmuster zu Grunde, stattdessen folgt sie aus der vermischten Wahrnehmung von vornehmlich Angst, Wut und Traurigkeit.³²

2.6. Neiddarstellungen und Attribute in der Bildenden Kunst

Es gibt für Neid keine angeborene Ausdrucksform. Neid ist vornehmlich eine Mischung der menschlichen Grundgefühle Angst, Wut und Traurigkeit. Damit zeigt sich wiederum die Verborgenheit des Neidgefühls, denn die, am Gesicht ablesbaren Gefühle haben ja auch eine kommunikative Funktion: sie signalisieren unserem Gegenüber anhand

³⁰ Schmidt-Atzert, L. (1995), Lehrbuch der Emotionspsychologie, Stuttgart, S.148

³¹ Siehe Schön, Medizinische Psychologie und Soziologie

³² Vgl. Haubl, Neidisch, S.58f

von Körpersignalen eine Reaktion auf sein Handeln und seine Aussagen. Da nun Neid nicht signalisiert wird, bleibt er im Verborgenen und entwickelt gar nicht die Notwendigkeit einer Stellungnahme. Dennoch versucht man in der Kunst, auf der Bühne und den Medien einen Neid Ausdruck zu stilisieren.

Um den physiognomischen Ausdrucksformen des Neides auf die Spur zu kommen und sich den Darstellungsvorstellungen des Neides in früheren Zeiten zu nähern ist es notwendig, sich den Invidia-Darstellungen in der bildenden Kunst zu nähern. Dort wird Neid seit dem Mittelalter mit dem schiefen Blick dargestellt, das heißt, das nach einem Neid Ausdruck im Gesicht gesucht wird.

Dass Neid im Gesicht lokalisiert wird, hat eine Studie gezeigt, bei der Deutsche, Mexikaner, Polen, Russen und US-Amerikaner ihre jeweiligen Vorstellungen davon angaben, wo sie den Ursprung des Neides lokalisieren würden. Hier bestand die größte Übereinstimmung für 31 vorgegebene Körperpartien und Körperreaktionen darin, ihn mit dem Herzen und dem Gesicht in Verbindung zu bringen. Dabei wichen die Deutschen am stärksten von diesem Schema ab, da sie Neid vorrangig im Kopf lokalisierten, was die Angehörigen der Vergleichskulturen nicht getan haben.³³

Neidische Gesichtszüge gibt es im Grunde nicht – daher erfolgt die Zuschreibung über den Blick. Wenn Neid eine Emotion des Verborgenen ist, kann der Neider dem Beneideten nicht einfach offen auf sein Neidgut schauen, sondern „schielt“ das Objekt des Neids nur verstohlen an. Hieraus entwickelte sich auch der Ausdruck vom „schiefen Blick“, bzw. „neidscheel“ schauen. Das Üble ist dabei, dass der Blick ein täuschender ist. Er weist in eine andere Richtung als der Kopf. Durch dieses Belauern kann die richtige Situation abgepasst werden, um dem beneideten

³³ Hupka, R.B.; Zaleski, K.; Otto, J. Reidl, L. und Tarabrina, N.V. (1996), Anger, envy, fear and jealousy as felt in the body: A five nation study, *Cross-Cultural Research* 30 (3), S.243-264

Menschen gegebenenfalls zu schaden. Der schiefe Blick gilt als hinterhältig und gefährlich.³⁴

Bei chronisch neidischen, missgünstigen Menschen sprach man sogar von „Scheelsucht“. Diese Auffassung, Neid am Blick zu erkennen, hat eine lange Tradition. Das lateinische Wort „invidia“ bedeutet die Einheit von Hinsehen und Beneiden und bei Ovid liest man in den „Metamorphosen“ über die Dämonin Invidia: „stets schielt sie querüber“.³⁵

Auch Charles Darwin schreibt dem Neid eine Erkennbarkeit über den Blick zu. Neid werde „durch das Auge entdeckt“.³⁶

„Neid ist ein Übel, das die Seele martert, den Körper verdorren lässt, hohläugig macht, blass und dürr, und den Leib zerfrisst wie die Motte ein Kleid“, so geißelte Johannes Chrysostomos, Erzbischof von Konstantinopel um 400, den Neid.³⁷

In der Fortführung dieser Idee wird der Neid zum blinden Neid – blind und verzehrend – die Dramatik dieser Begrifflichkeit haben Künstler seit dem Mittelalter in ihrer Grausamkeit festgehalten: Bestraft wird der Neider schon im Diesseits. Er ist ja sein eigener Quälgeist. Denn sein Neid schmerzt höllisch und verzehrt ihn. Er schnürt die Kehle zu, sticht und nagt und darf noch nicht einmal gezeigt werden. Invidia-Darstellungen sind daher meist blind, selbstzerstörerisch und mit einer Schlange als Attribut für Falschheit versehen. Die Personifikationen des Neids „schneiden sich ins eigene Fleisch“, „verzehren sich vor Neid“, was darin zum Ausdruck gebracht wird, dass sie meist abgemagert dargestellt und „gelb oder grün vor Neid“ sind.

Die Farbzuschreibung kommt aus der mittelalterlichen Säfte-Theorie, nach der Neid in der Galle verortet wird und daher gelb / grün sein soll.³⁸ Der italienische Maler Giotto di Bondone hat um 1305 eine der frühesten erhaltenen Bild Darstellungen neidischer Selbstvergiftung geschaffen (Abb.1): Aus dem Mund einer verhärmten weiblichen Person kommt eine

³⁴ Vgl. Haubl, Neidisch, S. 65

³⁵ Ovid (1982). Metamorphosen, Stuttgart, S. 84

³⁶ Darwin C. (1986), Der Ausdruck der Gemütsbewegungen bei dem Menschen und den Tieren, Nördlingen, S.267

³⁷ Nikolaou, T. (1969), Der Neid bei Johannes Chrysostomos. Bonn S.68

³⁸ Theologische Realenzyklopädie (2006), Berlin, S. 252

Schlange. Die Schlange sprüht ihr Gift aber gegen die Frau, infolgedessen sie erblindet, was die ins nichts tastende Hand verdeutlicht. Hier sind gleich zwei Redewendungen dargestellt, die wir auch heute noch kennen: „mit Schlangenzungen sprechen“, was soviel heißt, wie üble Nachrede verbreiten, angesprochen und „blind sein, vor Neid“.³⁹ Die Flammen, in denen die Frauenfigur steht, sind ein Hinweis auf die Sünde und das Purgatorium.⁴⁰



Abb. 1: Giotto, Invidia, Fresko, um 1305, Arenakapelle in Padua

³⁹ Vgl. Haubl, Neidisch, S.116

⁴⁰ Proust beschreibt „die Schlange, die zischend aus ihrem Munde fährt, füllt so ganz und gar den geöffneten Mund aus, dass die Gesichtsmuskeln viel zu stark gespannt sind ... um sie wirklich enthalten zu können, und dass die Aufmerksamkeit der Invidia ... viel zu sehr durch die Tätigkeit ihrer Lippen in Anspruch genommen wird, als dass ihr noch Zeit für neidische Regungen bliebe“ (Marcel Proust, Auf der Suche nach der verlorenen Zeit, Suhrkamp, Frankfurt 1979 S. 112)

2.7. Abgrenzung zu verwandten Emotionen

2.7.1. Eifersucht

Neid und Eifersucht werden gerne in verwandtem Sinn benutzt. Der Geltungsbereich von Eifersucht ist aber eher auf zwischenmenschlich partnerschaftliche Gebiete anzuwenden und daher abzugrenzen.

Gewöhnlich wird unter Eifersucht das Konkurrieren zweier Parteien oder Personen um eine dritte verstanden. Während also Neid zwischen zwei Personen – oder einer Person und einer sozialen Gruppe auftritt – wobei die Gruppe hier als Ganzes wahrgenommen wird – ist Eifersucht ein Geflecht von mindestens drei Personen – einer begehrten Person um die mindestens zwei Menschen buhlen. In diesem Geflecht ist einer der buhlenden, wenn nicht gar beide, als eifersüchtig zu bezeichnen.⁴¹

2.7.2. Schadenfreude

Zum Unterschied zwischen Schadenfreude und Neid, wobei Neid als ursächlich angesehen wird, hat Nietzsche folgendes festgestellt:

„die Schadenfreude entsteht daher, dass ein jeder in ihm wohl bewusster Hinsicht sich schlecht befindet, Sorge oder Neid oder Schmerz hat: Der Schade, der den anderen betrifft, stellt diesen ihm gleich, er versöhnt seinen Neid. – Befindet er gerade sich selber gut, so sammelt er doch das Unglück des nächsten als ein Capital in seinem Bewusstsein auf, um es bei einbrechendem eigenem Unglück gegen dasselbe einzusetzen: auch so hat er eine 'Schadenfreude'. Die auf Gleichheit gerichtete Gesinnung wirft also ihren Maßstab aus auf das

⁴¹ Interessant im Kontext von Vergleich und Neid ist folgende Überlegung Max Frischs: „Eifersucht ist Angst vor dem Vergleich.“(Max Frisch, Tagebuch 1946-49)

Gebiet des Glücks und des Zufalls: Schadenfreude ist der gemeinste Ausdruck über den Sieg und die Wiederherstellung der Gleichheit, auch innerhalb der höheren Weltordnung. Erst seitdem der Mensch gelernt hat, in anderen Menschen seines Gleichen zu sehen, also erst seit Begründung der Gesellschaft, giebt [sic!] es Schadenfreude.“⁴²

Schadenfreude rückt nicht nur eine eigene für schlecht empfundene Situation in ein besseres Licht, da der angestellte Vergleich mit dem Geschädigten für uns positiv ausfällt, sondern kann auch „auf Vorrat“ für eventuelle später eintretende Misserfolge gesammelt werden, bei denen sich dann erinnert wird, dass es anderen Personen ja auch nicht immer gut ging, bzw. Erfolg beschert war.

2.7.3. Missgunst

Die Abgrenzung zwischen Neid und Missgunst ist nicht einfach. Destruktiv schädigender Neid ist ja durchaus mit Missgunst behaftet – allerdings bezieht sich Missgunst eher auf Eigenschaften oder Dinge bei einer Person, die der Missgünstige nicht leiden kann, nicht mag. Er gönnt ihr den Besitz dieser Eigenschaften oder Dinge nicht. Und dies nicht etwa, wie beim Neid, weil er sich unterlegen fühlt, sondern aus reiner Böswilligkeit der betreffenden Person gegenüber.

Neid ist also als Ursache, Missgunst als mögliche Folge zu sehen.

3. Zur Rezeption von Neid als kulturalanthropologischen Topos

Erstaunlicherweise ist Neid als Interaktionsmotor und Topos nicht oder nur am Rande Bestandteil des kulturalanthropologischen Diskurses. Auch in verwandten Instituten, wie z.B. der Soziologie, wird man nicht überreich beschenkt mit fachlichen aktuellen Informationen, schon eher in der Philosophie und der Psychologie. Möglicherweise, weil Neid ein „beinahe

⁴² Nietzsche, F(1900), Menschliches, Allzumenschliches: Ein Buch für freie Geister, Leipzig, S. 213f

unsichtbares Forschungsobjekt ist“,⁴³ also ein Forschungsobjekt, das man nur schwer als Außenstehender erfassen kann.

Zudem verstand man bis vor einiger Zeit unter Neid ein Phänomen, das psychologisch und psychoanalytisch sehr einseitig auf Frauen hin untersucht wurde, was sehr fraglich erscheint.⁴⁴ Dies hängt wohl auch mit der lange Zeit starken Beschäftigung mit dem Elektra-Komplex als weibliches Grundneidmotiv zusammen.⁴⁵

Gleichwohl wurde dem Phänomen Neid in jüngster Zeit zunehmend Aufmerksamkeit zuteil. Dennoch ist der Themenkomplex Neid nach wie vor nicht systematisch ausgearbeitet, denn über Schoecks Thesen ist man nicht weit hinausgekommen. Immer noch finden sich dessen Thesen modifiziert in den Publikationen von Friedhelm Decher und Rolf Haubl wieder.

Interessant scheint mir allerdings die Arbeit von Olaf Lippke, „Anatomie des Neides“⁴⁶, der versucht, Antworten auf die Frage nach den Bedingungen der Existenz des Neides zu geben und darauf, welchen Zweck er erfüllt.

Anknüpfungspunkte zur Kulturanthropologie zu finden fällt allerdings nicht schwer. So könnte man bei der momentan populären Elitenforschung ansetzen. Eine Elite wird erst durch den Neid der nicht dazugehörenden zur Elite. Und durch das Schaffen einer kleinen neidfreien Zone, in der man ungestört zeigen darf, dass man zum Beispiel im Besitz privilegierter Güter ist, intellektuell gebildet oder eine bekannte Persönlichkeit ist: Der Neid nach außen wird abgeschirmt, in dem man seinen Besitz nicht zeigt. Anhand dieses Beispiels soll verdeutlicht werden, dass Neid eine handlungsbestimmende Größe ist, die auch in der Kulturanthropologie außerhalb der Emotionsforschung relevant erscheint.

⁴³ Schröder, J. (2003) in GEO: Neid. Das Gefühl im Hinterhalt. Geo, 7, 52-72

⁴⁴ Auffallend ist jedoch, dies sei nur am Rande erwähnt, das eine der Probandinnen die frauenspezifische Facette sogar in der Antwort nach Neidbeeinflussung durch Werbung angab: „Es stellt sich mir die Frage, ob das Phänomen Neid stärker bei Frauen oder Männern ausgeprägt ist. Intuitiv würde ich sagen, bei den Frauen, aber das führe ich darauf zurück, dass Frauen eher darüber reden oder man es ihnen leichter anmerkt.“

⁴⁵ Katz, J. (1999), How Emotions Work, Chicago, S.353

⁴⁶ Lippke, O. (2006), Anatomie des Neides, Duisburg

Das Untersuchen von bislang wenig hinterfragten Zusammenhängen von Neid in Werken von Pierre Bourdieu zum Beispiel könnte auch für die Neiddiskussion spannende Ergebnisse aufweisen.

Im Sinn der historischen Anthropologie hat Helmut Schoeck Neid auf seine Eingebundenheit in die Geschenk-, und Gabenkultur abgetastet – allerdings hat er sich dabei an der heute zum Teil sehr umstrittenen Tradition der Stammesforschung orientiert, die eine Anwendung kaum auf unsere moderne Gesellschaft zulässt.⁴⁷

Erstaunlicherweise ist die kulturanthropologische und soziologische Emotionsforschung den Begriffen „Schmerz“, „Liebe“, „Trauer“ und auch „Eifersucht“ sehr nah gekommen. Aber auch hier wurde der Begriff „Neid“ relativ vernachlässigt, betrachtet man die Literaturmengen zu den genannten anderen Feldern.

Das mag daran liegen, dass Neid ein Gefühl ist, das wir eher im Verborgenen und oft wahrscheinlich sogar oft unbewusst mit unseren eigenen Handlungen assoziieren. So wählte Rolf Haubl für seine Publikation einen Untertitel, der auf die latente Wahrnehmungsverdrängung des eigenen Neidgefühls hinweist: „Neidisch sind immer nur die anderen“.⁴⁸

Auf die Frage, warum dem Neid bislang so verhältnismäßig wenig wissenschaftliche Beachtung zukam, gibt die überwiegende Mehrheit der Befragten die schwere Fassbarkeit des Gefühls an. Niemand werde offen zugeben, dass er neidisch sei, da das Thema schambesetzt, maskiert und subjektiv sei. Sich mit Neid auseinander zu setzen hieße demnach auch, eine uns an uns selbst bekannte Schwäche, die den Status einer Sünde hat, ehrlich und möglichst objektiv zu beleuchten. Bei der Erforschung von Liebe beispielsweise nennen wir gerne unsere Gefühle und die Situationen, in denen sie auftreten. Bei Neid fällt das durch die Tabuisierung des Themas schwer. Einige Befragte gaben zu bedenken, dass man sich erst auf eine wissenschaftliche Disziplin einigen müsse,

⁴⁷ Siehe Schoeck, Neid und die Gesellschaft, S.81ff

⁴⁸ Haubl, Neidisch

denn Soziologie und Psychologie seien gleichermaßen angesprochen, sich dem Phänomen Neid zu widmen.⁴⁹ Einige Befragte hielten das Thema für wissenschaftlich kaum beachtenswert, bzw. schrieben der Wissenschaft eine Gleichgültigkeit gegenüber dem Neid zu.⁵⁰

4. Situationen, in denen Neid entsteht

Vieles kann zum Neidgut werden. Doch wann genau tritt der Neid überhaupt auf und wie reagieren die Neider und die Beneideten darauf? Grundsätzlich muss davon ausgegangen werden, dass „soziale Nähe“ zwischen Neider und Beneidetem besteht, um einen Vergleich zuzulassen.⁵¹ Denn erst im Vergleich kann der Neid geschürt werden.⁵²

Daher versucht die Werbung auch vergleichbare soziale Umgebungen zu den jeweiligen Zielgruppe zu schaffen. Die potentiellen Kunden sollen zum Vergleich angeregt werden.

4.1. Bewusst provoziertes Neid

„Mein Auto, mein Haus, mein Boot“. Dieser bekannte Werbespot für einen Finanzdienstleister, der es ermöglicht, einen alten Schulfreund nach vielen Jahren neidisch zu machen, spielt auf die Lust an, mit Gütern Neid bei anderen hervorzurufen. So manch einer zeigt seinen Besitz mit Genugtuung, aber auch mit Lust und Freude eines kleinen Kindes, das ein Spielzeug hat, das andere gerne besäßen – warum?

⁴⁹ Am Rand sei bemerkt, dass dies aber bei fast allen Emotionen als Forschungsthema so ist

⁵⁰ Fünf von 15 Befragten schrieben explizit der schweren Mess- und Erforschbarkeit von Neidgefühlen die mangelnde wissenschaftliche Auseinandersetzung zu, drei nannten ganz gezielt ein Desinteresse von Seiten der Forschung.

⁵¹ Tesser, A. (1988), Toward a Self-Evaluation Maintenance Model of Social Behaviour. In: *Advances in Experimental Social Psychology*, 21, S.181-227

⁵² Vgl. hierzu auch Punkt 2.4.1, S.15

Zunächst ist erforderlich, dass derjenige, der beneidet wird, sein potentiell Neidgut als solches überhaupt erkennt und wahrnimmt. Dazu muss er sich als Ziel eines gerichteten Vergleichs sehen. Wenn aus diesem Vergleich ein für den Neiderreger positives Ergebnis entsteht, wird er sich in den meisten Fällen gut fühlen und Bestätigung erhalten. Menschen, denen es Vergnügen bereitet, bei anderen Neid zu erwecken, wird es daher immer geben, denn Menschen, denen es an Bestätigung mangelt, gibt es genug. Bewunderung zu erregen steht oft mit Neid erregen auf Messers Schneide, die Überlegungen, auf einem Ball das schönste Kleid, den kostbarsten Schmuck zu tragen oder mit dem größten Auto vorzufahren, sind natürlich auch neidstimulierende Faktoren. Für die oder denjenigen allerdings, der sich im Lichte des Abends sonnt und auf den die vielen bewundernden und auch neidischen Blicke fallen, wird dies vermutlich Genuss und Bestätigung zugleich sein, denn zu diesem Zweck dienen die getroffenen Maßnahmen ja.

An dieser Stelle sollte auch der Kunstmarkt und sein Stellenwert in diesem Bedeutungsgefüge angesprochen werden. Kunst erlebt gerade in einigen Bereichen unglaubliche Preissteigerungen. Schier utopische Auktionsergebnisse werfen die Frage auf, warum ein Sammler Unsummen für ein bestimmtes Bild ausgeben möchte. Dies liegt vermutlich nicht nur an der auratischen Einzigartigkeit und Faszination des Originals. Leicht lässt sich hier auch die Vermutung anstellen, der Neid derjenigen, die nun auf dieses einzelne Kunstwerk verzichten müssen, spiele eine Rolle. So ist dem frischgebackenen Besitzer eines neu erworbenen Bild eines namhaften Künstlers die Bewunderung und der Neid einer großen Gruppe von Menschen garantiert.

„Neid als Motor des Kunstbetriebs“ lautete der Titel einer Gesprächsrunde des „Kunst-Buero“ in München am 6. April 2005. Unter anderem ging es dort um die Positionierung von Kunst als Objekt der Begierde.

„Es ist das Begehren des einen, das das Begehren des anderen anstachelt, ganz unabhängig von den Essentialitäten des Einzelstücks. Neid und Rivalität sind soziale Verhaltensweisen, und erst in diesem kommunikativen Umgang

entsteht die Besonderheit, die Kunst ist. Medium dieser Besonderheit ist eben die Konkurrenz“⁵³

Das heißt, dass das Besondere oder künstlerisch Herausragende gegenüber dem Unikatscharakter zurücktritt, die Sammlerkonkurrenz zu übertreffen, und das Stück ganz allein zu besitzen heißt ja auch den Neid der anderen wecken und sich in dem Gefühl zu baden, ganz alleine etwas zu besitzen, das sehr viele Menschen gerne besitzen würden.

4.2. Neid am Arbeitsplatz

Besonders markant und mit weitreichenden Folgen zeigt sich Neid am Arbeitsplatz. Dass Neid unter Freunden und Kollegen rasch entsteht ist erwiesen. Gerade am Arbeitsplatz lässt sich wie in kaum einem anderen Umfeld das Tun und die dazugehörige Entlohnung anderer Personen vergleichen. Wenn ein Kollege mehr verdient, öfter gelobt wird oder manchmal einfach nur den schöneren Büroraum zugewiesen bekommt, kann das leicht Neid, mit oft gravierenden Folgen, auslösen. Gerüchte und Intrigen können sich aus diesem Neid entwickeln, aber auch der Firma kann es schaden, wenn der sich benachteiligt fühlende Neider es seinem Arbeitgeber oder Vorgesetzten heimzahlen will. Dies kann er tun, indem er weniger arbeitet, die persönliche Leistung inhaltlich drosselt, mit Schadenfreude Büromaterial mit nach Hause mitnimmt und dergleichen mehr. Dazu lassen sich viele Beispiele finden.

Hier „droht depressiv-lähmender Neid, der enttäuschte Aufstiegshoffnungen in eine `innere Kündigung´ verkehrt: Die Arbeitnehmer tun nur noch soviel, wie sie müssen, um nicht aufzufallen. Ohne Eigeninitiative und Verantwortungsgefühl. Zum Schaden des Unternehmens“.⁵⁴

Auch hinter dem viel zitierten Begriff „mobbing“ kann Neid stecken, denn Kollegen neiden einander oft den beruflichen Erfolg. Da ist also eine Person, die scheinbar besser bezahlt wird, evtl. neu in der Firma ist und

⁵³ Metzger, R. (2004), Themenband „Kunst im Licht von Konkurrenz, Neid und Rivalität“ – Kunstforum International

⁵⁴ Haubl, Neidisch, S.219

eine Stelle extern besetzt hat, auf die sich viele Mitarbeiter Chancen ausgemalt hatten. Naturgemäß kann das den Neid einer Abteilung wecken, die dann geschlossen, verbunden im gemeinsamem Neid zu feindseligen Handlungen bereit ist, angefangen von Nichtbeachtung bis hin zu Sabotage und Gerüchtestreuung. Ein beliebtes Gerücht, das vermutlich durch Neid mitentwickelt wurde ist: „die hat sich doch nur hochgeschlafen“ – was heißt das? Einer attraktiven Frau werden die intellektuellen Fähigkeiten abgesprochen und sie wird auf Ihren Körper reduziert. Damit wird sie abgewertet zur inhaltsleeren schönen Hülle. Der Neider kompensiert damit zu einem gewissen Grad, die eventuelle Überlegenheit dieser Person.

Richard Sennett erwähnte in „Die Kultur des neuen Kapitalismus“, von welcher „erniedrigender Oberflächlichkeit“ unsere Arbeitswelt heutzutage sei.⁵⁵ In den meisten Berufen seien eben nicht mehr die beruflichen Qualifikationen entscheidend, sondern ersetzt worden durch nebulöse Forderungen nach „sozialer Kompetenz“, „Teamgeist“ und „Flexibilität“. Daneben natürlich Pünktlichkeit und Einsatzbereitschaft. Damit entfallen oft Leistungsnormen, an denen Kollegen sich untereinander sinnvoll messen können. Vermehrt würden Kriterien zum Vergleich herangezogen, die mit der eigentlichen Tätigkeit nichts mehr zu tun haben, wie Schönheit, Kleidung oder sozialer Hintergrund, also auch klassische Neidgüter.

4.3. Geschwisterneid

Die frühesten Erfahrungen mit Neid machen Geschwister in familiären Verteilungskämpfen: Bekommt der andere mehr? Mehr Liebe, mehr Aufmerksamkeit der Eltern, mehr zu essen, mehr von allem? Aber auch wenn die Geschwister erwachsen sind, ist die Rivalitätsgefahr und der damit verbundene Neid noch groß. „Lass mich mit Freuden, ohn alles Neiden, sehen den Segen, den du wirst legen, in meines Bruders und Nächsten Haus...“⁵⁶ beschreibt hier ganz trefflich, wem man am ehesten

⁵⁵ Sennett, R. (2002), Die Kultur des neuen Kapitalismus. Berlin, S.133

⁵⁶ Gerhard, P., Evangelisches Gesangbuch, 449/6

Gottes Segen neiden wird: dem eigenen Bruder und den Nahestehenden. Auf weitere Ausführungen zum Geschwisterneid soll an dieser Stelle verzichtet werden, da dies ein Thema ist, das vor allem in der Psychoanalytik bedeutsam ist.

5. Werteindex einer Gesellschaft: Neidgüter

Die Frage, was heute zu den größten Neidgütern gehört, ist nicht irrelevant bei der Betrachtung der Werte einer Gesellschaft. Beneiden lässt sich im Grunde ja eigentlich alles: soziale Verhältnisse, materielle Güter, Eigenschaften, Intelligenz, Nahrung (allerdings handelt es sich beim „Futterneid“ um „überlebenswichtige biologische Bedürfnisse“).⁵⁷ Aber es gibt eben Güter, die rufen mehr Neid hervor als andere. Bei diesen Gütern kann man davon ausgehen, dass sie in einer Gesellschaft einen höheren Stellenwert einnehmen.

Dazu gehören vor allem materielle Güter, wie zum Beispiel Markenkleidung. Aber auch ein sicherer Arbeitsplatz, der heute verstärkt zum Mangel gerät ist heute ein beneidetes Gut.

Im 19. Jahrhundert gehörte mit hoher Wahrscheinlichkeit Kinderreichtum zu den am meisten beneideten Gütern. Kinder stellten damals eine Sicherung für das Auskommen im Alter dar. Das hat sich gründlich geändert und stellt heute sicher keinen häufigen Neidgrund mehr für die deutsche Gesellschaft dar.

5.1. Neidgüter und materieller Wohlstand

Man könnte denken, Neid würde verschwinden oder geringer werden, in dem Zuge, in dem materieller Wohlstand des Einzelnen steigt. Leider ist dies nicht so, denn Neid findet immer auf der Ebene der gleichen gesellschaftlichen Schicht oder, anders gesagt, auf einem ähnlichen,

⁵⁷ Siehe Otto, J.H., Euler, H.A., Mandl, H.(2000), Handbuch Emotionspsychologie, Weinheim

vergleichbaren materiellen und sozialem Niveau statt. Das heißt: die Neidgüter ändern sich im Zusammenhang mit Prosperität.

So vergleicht sich eine Dame der oberen Gesellschaft nicht mit dem Gros der Bevölkerung, dem sie vermutlich finanziell und materiell überlegen ist, sondern mit den Personen des näheren Umfelds. Francis Bacon sagt dazu „... kings are not envied, but by kings.“⁵⁸

5.2. Wann/worauf empfinden Sie Neid?

- „solange ich selbst das subjektive Gefühl habe, dass es mir gut geht, bin ich nicht neidisch“
- „wenn ich die Mechanismen ergründen kann, wie ich bestimmte Dinge erreichen kann, bin ich auf wenigstens neidisch [...] echten Neid habe ich nur auf die Jugend mit Ihrer Schönheit und Unschuld“.
- „Auf materielle Dinge bin ich nicht neidisch [...] Ich bin von Neidgefühlen manchmal erfasst, wenn ich mich unglücklich und alleine fühle, [...] warum ich keine Familie/ keinen Mann/keine Kinder etc. habe.“
- „wenn ich Menschen erlebe, die ich als weise beschreiben würde“.
- „selbstverständlich kenne ich Neidgefühle. Ich versuche sie zu bearbeiten, denn sie richten sich [...] gegen mich selbst“.
- „auf emotionale Werte, wie z.B. Familienglück, Menschen ohne Gewichtsprobleme“.
- „gegenüber Personen, die sich in einer Weise darstellen, dass sie nicht angreifbar sind, sei es durch Auftreten oder Rhetorik. Und gegenüber Personen, die scheinbar problemlos überzeugen können“.
- „Wenn Menschen Dinge hochprofessionell beherrschen, die ich auch gerne beherrschen würde [...] auf „schöne“ Menschen“.
- „Auf Personen, die keinen Neid (zu) empfinden (scheinen)“.

⁵⁸ Montague, B. (1852), The Works of Francis Bacon, Lord Chancellor of England. Philadelphia S.17

- „bei gut sitzenden Prada Lederjäckchen oder dem Auto meines Nachbarn frage ich mich, warum ich so was nicht besitze“.
- „... auf materielle Dinge oder auf Fähigkeiten eines anderen“.
- „wenn jemand mit weniger Aufwand den gleichen oder besseren Ertrag erzielt als ich“.⁵⁹

Bei diesen stichpunktartigen Aussagen muss beachtet werden, dass der Aussagekern, bzw. die Aussage zum eigenen Neidgut, fast immer relativiert wurde. Daran ist abzulesen, wie wenig man sich zum eigenen Neid bekennen möchte. Statt offen zu sagen „ich bin neidisch auf schönere Menschen und auf scheinbar glücklichere Menschen“ klingen die Aussagen eher verdeckt, teilmaskiert, entschuldigend in etwa so: „neidisch bin ich eigentlich nicht, manchmal, unter gewissen Umständen empfinde ich Neid auf Jugend und Schönheit. Oder wenn ich mich allein fühle neide ich ...“ Der Unterschied steckt hier in der Formulierung. Die erste Aussage würde als Aussage eine direkte Auseinandersetzung mit der eigenen Situation erfordern. Wer sagt, er sei neidisch, muss sich eigentlich auch fragen, warum das so ist und ob man dagegen etwas tun kann. Wenn man allerdings nur „ab und an“, „hin und wieder“, „gelegentlich“ oder ähnliche Abschwächungsmittel anführt, kann man sich davor drücken, sich der Frage nach dem eigenen Selbstwertgefühl zu stellen.

Denn auf die Frage, wie das Individuum Neid vermeiden könne, antworteten die gleichen Personen zum großen Teil mit Stärkung der positiven Eigenwahrnehmung. Außerdem zeigen die Antworten einen Hang zur Bewertung von im gesellschaftlichen Wertekodex für „erstrebenswert“ beurteilten Neidgüter: „Familienglück, Wissen, Professionalität, oder Rhetorik“ das kann daran liegen, dass die Befragten in der Tat nur wenige materielle Neidgüter für sich begehren, oder aber, dass man diese nicht nennen möchte.

Aber die Antworten zeigen auch, dass nicht für alle Menschen dieselben Güter beneidenswert sind.

⁵⁹ Siehe Anhang, Frage VI

„Was jemand beneidet, lässt seine individuellen Wünsche erkennen [...] Wer großen Wert auf Bildung legt, den wird die Luxuslimousine eines Nachbarn kalt lassen, während er gleichzeitig neidisch auf einen anderen Nachbarn ist, weil der studiert hat, einen akademischen Titel vorweisen kann und zwei Fremdsprachen fließend spricht. Aber da Neid nicht nur individuell, sondern auch kollektiv bedingt ist, gibt es in einer sozialen Gruppe oder Gesellschaft immer auch Güter, die für alle ihr Mitglieder annähernd gleich beneidenswert sind. Diese Güter zeigen kollektive Werte an.“⁶⁰

Wenn man die Antworten der Befragten betrachtet, fällt auf, dass die Mehrfachnennungen bei Familie / Partnerschaft, Schönheit und besonderen Fähigkeiten liegen. Dies als kollektive Werte zu betrachten ist vermutlich nicht falsch, so sind doch unsere Medien voll von Single- und Datingbörsen, Angeboten für plastische Chirurgie, Diät-Kolumnen und anderer vergleichbarer Themata.

Dennoch bekannten sich viele Befragte sehr klar zu von Ihnen deklamierten Neidgütern. Jugend und Schönheit, eine gute Figur, Familien- und / oder Beziehungsglück, Weisheit Rhetorik und Professionalität im Sinne von hohem Wissen. Aber auch Geld, Güter, Autos und Handtaschen wurden da genannt. Allerdings fällt bei den Nennungen der konkreten Objekte des Neides auf, dass die Befragten sich auch hier wieder mehr oder weniger entschuldigend in Gemeinplätze flüchten. Es ist fast schon gesellschaftlich „anerkannt“, auf Schönheit oder Reichtum neidisch zu sein. Allerdings muss hierbei wieder darauf hingewiesen werden, dass es sich nicht um eine anonyme Massenbefragung gehandelt hat – da wird wohl niemand die niedern, vagen und objektiv kaum fassbaren Neidgefühle aus dem dunklen Verlies der Seele ans Licht holen.

Gleich zwei Probanden vermerkten, dass Neidbereitschaft von der aktuellen Laune und dem momentanen Selbstwertgefühl abhängig sei. Neidbereitschaft hat demnach also auch etwas mit Stimmungen zu tun.

⁶⁰ Haubl, Neidisch, S.13

Wer gerade sehr glücklich ist, wird kaum Neid auf andere Menschen empfinden.⁶¹

6. Neid und Konsumverhalten

„Ich empfinde den durch geschürten Neid entstehenden Kaufdruck als unangenehm und muss mich stets wieder daran erinnern, was ich alle NICHT benötige, nachdem ich ständig damit, mit all dem, was ich scheinbar benötige, um vor Freunden und Bekannten zu bestehen, konfrontiert werde. Ich brauche immer wieder eine Rückbesinnung darauf, was ich wirklich benötige, und dass ich das i.d.R. nicht durch materielle Güter bekomme.“⁶²

Diese Aussage einer Probandin zeigt, wie stark der Werbemarkt teilweise auf das Konsumverhalten von Kunden wirkt, indem er Neid als Werbetooll einsetzt, wie im Folgenden gezeigt wird.

Vielleicht liegt es an unserem Sozialsystem, dass es möglich ist, auf der Suche nach Glück und Lebensinhalten Neidgütern materieller Natur immer stärkeren Vorrang zu geben.

6.1. Neidprovokation in der Werbung

Gucci Envy – so lautet der Name eines der erfolgreichsten Parfums der letzten Jahre. Doch was will uns der Titel sagen, Neid in Flaschen? Wohl eher das in diesen Flaschen das Elixier steckt, das uns zu einer beneidenswerten Person macht. Die Werbung versucht Neid auf höchster Ebene salonfähig zu machen und stilisiert die Marke als beneidenswertes Gut. Das Versprechen der Werbung ist hier: Wer dieses Parfum trägt, wird

⁶¹ Fußnote: Vielleicht ist das Fehlen von Liebe tatsächlich ein Neidgrund? Das könnte heißen: Wer liebt neidet nicht.

Auch wenn es pauschal klingen mag, so soll festgehalten werden, dass die befragten Frauen die Fragen offener beantworteten. Die Antworten von männlichen Befragten waren relativierender, unbestimmter und weniger emotional.

⁶² Anhang: Frage VII, Antwort 4

beneidet, beneidet um den Duft und die vermeintlich exklusive Gruppe der Träger dieses Dufts.⁶³

Doch den Neid so offensichtlich im Namen zu tragen ist eine provokative Ausnahme. Meist wird Neid in Werbekontexten unterschwellig eingesetzt. Man muss gar nicht erst in die polyglotte Welt der Luxuslabels vordringen, ein deutscher Bausparer wirbt mit folgendem Slogan: „Ihre Nachbarn: neidgelb, Ihr neuer Pool: azurblau. Ihre Finanzierung: wüstenrot“. Die Wüstenrot Werbung spielt auf die Lust an, Neid zu erwecken. Der Pool ist nicht nur wegen seiner Möglichkeiten, darin zu schwimmen und sich zu erfrischen erstrebenswert, nein, auch die Freude, es den Nachbarn, Freunden und Bekannten vorzuhalten „seht her, ich habe was, was Ihr nicht habt“ wird hier versucht bei den Rezipienten der Werbung zu erwecken. Sehr verbreitet war der Slogan des Autoverleihers Sixt der in den neunziger Jahren mit „Neid und Missgunst für 99 Mark“ warb, und bereits zu Anfang des letzten Jahrhunderts jedoch wusste man mit Neid zu werben.

„The Envied Girl – Are you one? Or are you still seeking the secret of charm?“ asked Palmolive. Another ad queried, “Do Other Women Envy You? Or do you envy them? The woman who gets what she wants out of life – the woman other women envy and copy – never depends on youth alone, or a pretty face, or brains” Such a woman had “charm”, “poise” and used Houbigant Perfume. There was no trace of the old fear that inciting envy might lead others to moral or financial ruin. After World War I, if a woman was envied, she was successful.”⁶⁴

Eine andere Werbung, die einer Autofirma, ließ vor einiger Zeit mit einem „ausgewogenen Preis-Neid-Verhältnis“ werben: „Damit werden Sie leider Aufsehen erregen“.⁶⁵ Und zur Neuerscheinung des Apple Air – Notebooks konnte man im Fachmagazin Chip-online lesen „Es ist zwar teuer,... aber das Preis-Neid-Verhältnis ist deutlich besser als bei

⁶³ Am Rande sei bemerkt, dass eine Gruppe von vielen Millionen Käufern eines Parfums wohl kaum noch objektiv exklusiv genannt werden kann.

⁶⁴ Vgl. Susan J. Matt. In: Stearns, P.; Lewis, J. (1998), *Emotional History of the United States (History of Emotions)*, New York, S. 392

⁶⁵ Vgl. Neckel, S. (2001), *Deutschlands gelbe Galle. Eine kleine Wissenssoziologie des teutonischen Neides*. In: Michel, K.M.; Karsunke, I. Spengler, T. (Hrsg.) (2001), *Die Neidgesellschaft*, Kursbuch, Heft 143, Berlin, S.10

Ferrari&Co.“⁶⁶ „Das muss ich auch haben“ – wenn dieser Satz sich im Konsumenten durchsetzt, wenn es eine Werbestrategie schafft, einem Objekt die Qualität zuzuschreiben, man werde durch seinen Besitz überlegener, moderner und innovativer, im Grunde also einen Schritt voraus, dann hat sie ihr Ziel erfüllt. Um Schritt zu halten wird dann das Objekt der Begierde erworben. Manchmal gleich mehrere – denn wenn ein Gucci-Shirt glücklich macht liegt die Überlegung nahe, dass mehrere davon eigentlich noch glücklicher machen könnten. Und wodurch machen sie glücklich? Durch den Neid und die Bewunderung der direkten Umgebung, oder zumindest durch die Vorstellung davon.

Die heutige Werbelandschaft hat sich dieses Phänomen klar zu nutzen gemacht. Werbespots zielen darauf ab, das Bedürfnis nach Bewunderung in potentiellen Käufern zu wecken. Einige Werbespots sprechen das sogar direkt an, so gibt es beispielsweise eine Autowerbung in mit dem Slogan: „damit Ihre Nachbarn mal wieder richtig neidisch werden“.

Hier bedient sich die Werbung oft in der klassischen Neid-Ikonographie und zitiert den schiefen Blick, indem die dargestellten Neider sich die Hälsa drehen oder um Ecken schauen und auf die präsentierten Neidobjekte schielen.⁶⁷ Man kann sich dann vorstellen, wie das die eigenen Nachbarn wohl auch tun würden und empfindet Genugtuung.

Zunächst wird ein Mangel suggeriert, und der wird geschickterweise so dargestellt, das man sich zum Vergleich direkt im eigenen Umfeld bedienen kann. So zeigt die Werbung eben gerade die Durchschnittswohnungen, Durchschnittsmenschen und die festgestellten durchschnittlichen Idealvorstellungen der jeweiligen Zielgruppe.

Die Kinder in Bonbon oder Joghurtwerbungen sahen schon immer so aus wie die Kinder aus dem Nachbarhaus, die Frau, die sich gerade schlank in ein paar schicke Jeans windet um anschließend zur Abrundung Ihres glücklichen Lebens einen supertollen Deoroller, den man eben zufällig rein kaufen auch kann, unter die Achseln rollert und dann den Mann Ihres

⁶⁶ Quelle: HP Chip Online am 25.1.2008 <http://blog.chip.de/chiplog/apple-air-wie-schlank-darf-ein-notebook-sein-20080122/>

⁶⁷Vgl. Kapitel 2.6

Lebens trifft, das könnte auch unsere beste Freundin oder wir selbst sein. Könnte, hätten wir bloß das bewusste Schweißreduzierungsmitel. Hier wird positiv nachahmender Neid geweckt, der Ehrgeiz hervorruft, es dem bewunderten Werbehelden gleich zu tun, und diesem mit dem Kauf des Produkts XY einen Schritt näher zu kommen. Es ist so einfach! Schlimmer noch, wenn der potentielle Konsument in die Opferrolle gebracht wird. Wenn die Identifikationsfigur nicht die schöne und erfolgreiche Person ist, sondern das missgeschickliche kleine Pummelchen, das in nichts mehr reinpasst. Hier wird der Neid auf Schlankheit und gutes Aussehen angesprochen. Ziel ist in diesem Fall die Identifikation mit dem Pummelchen zu wecken und dessen Ausweg aus der unglücklichen Lage nachzugehen. Zum Beispiel mit dem Kauf einer bestimmten Diätmarke. Oder einer Packung Cornflakes, mit der man neuerdings abnehmen soll.

6.2. Neid und Kaufsucht

„Der Neider ähnelt einem Süchtigen. Abhängig von den Gütern, nach denen er giert, kann er das, was er selbst hat, nicht genießen. Wer sich bei den Gütern, die er besitzt, ständig vorstellt, eigentlich mehr haben zu müssen, um glücklich und zufrieden zu sein, entwertet das, was er hat. Und verdirbt sich den Genuß“⁶⁸

Konsumrausch und Neid sind nahe Verwandte. Angeschürt wird Konsumrausch eben oft durch Neid – Neid auf materielle Güter des persönlichen Umfelds und durch die durch Werbung produzierten Mängel. Dafür ist der Wunsch, sich durch den Kauf von Dingen anderen, als mindestens äquivalent, besser noch überlegen, auszuweisen verantwortlich. Dies kann sowohl durch qualitativen Kauf, als auch in quantitativer Hinsicht geschehen.

Dabei wird z.B. eine Handtasche für einen hohen vierstelligen Betrag dem Käufer ein vergleichbares Glück vermitteln, wie einem andere Käufer das 80. Paar Schuhe, die dann wiederum auch mal günstig sein dürfen.

⁶⁸ Vgl. Haubl In: Kemper, P., Sonnenschein, U. (2002): Globalisierung im Alltag, Frankfurt, S. 289

Man trägt damit seinem Umfeld und sich selbst ostentativ zur Schau, das es uns nicht mangelt und freuen uns über den Neid derer, die auch gern zu den Besitzern einer solch teuren Handtasche oder solch großer Schuhsammlung gehören würden. Sich etwas leisten zu können, das löst Neid aus.

Wenn dies nun ins Absurde getrieben wird, spricht man auch von Kaufsucht. Kaufsüchtige fallen immer wieder auf das Versprechen der Werbebotschaften herein, durch den Kauf bestimmter Produkte werde sich auch bei ihnen das ersehnte Glück, Zufriedenheit, Attraktivität einstellen.

Bei Kaufsucht ist die Beeinflussung durch Werbung aus dem Ruder gelaufen. Die Käufer nehmen schon gar nicht mehr wahr, wie absurd die geleisteten Käufe teilweise sind. Eine alleinstehende gut aussehende Freundin, die für sehr viele Frauen stehen könnte, gibt Unsummen für Handtaschen und Schuhe aus. Diese Käufe sind ganz klar in die Kategorie Selbstwertgefühlssteigerungskäufe einzuordnen. Handtaschen, die nicht selten 1500 bis 2000€ kosten, sind das Aushängeschild mit der Botschaft: „Ich kann mir diese Accessoires leisten, ich bin erfolgreich“ – aber auch: „Ich gleiche euer Glück über eine gelungene Beziehung und hübsche Kinder mit dem Signet meines Erfolgs aus“. Dieses muss natürlich ständig aktualisiert, sprich: neu gekauft werden, damit der Effekt anhält. Dieser Effekt funktioniert schon deshalb nicht auf Dauer, da die Mode immer das neueste Model der aktuellen Kollektion fordert. Zwar ist jene Freundin in der Tat eine der meistbeneideten Frauen Ihres Umfelds, Glück und die Erfüllung Ihrer Träume stellen sich aber dennoch nicht ein. Der Suchtreflex zeigt sich an dem Drang, immer wieder neu kaufen zu wollen, denn der Neid der Freunde, in dem man sich sonnt, schlägt doppelt zurück, sobald man aufhört nachzulegen und sich dem Konsumrausch entzieht. Schon kommt der Druck aus der anderen Richtung. „Du kannst es Dir wohl nicht mehr leisten?“, mit dieser Frage muss gerechnet werden. Und wenn man dann nicht kontern kann mit einem echten Glücksjoker wie „ich muss mich so sehr um meinen neuen Liebespartner kümmern, ich habe gar keine Zeit einzukaufen“ oder man

setzt noch eins drauf „Ich baue gerade, ein so großes Haus ist nicht billig, da muss ich etwas sparen“, ist man dem teils sehr böartigen Hohn seiner neidischen Mitmenschen ausgesetzt. Nur hat man deren Neid ja erst selbst geschürt und das unter anderem aus Neid auf deren vermeintliches Glück. Es ist wohl nicht zu weit hergeholt, hier von einem Kreislauf des Neides zu sprechen, unter Umständen gar von einem Teufelskreis.

Die Aussagen einer Befragten ist in diesem Zusammenhang recht treffend:

„Wer auf materielle Dinge neidisch ist, wird in vielen Fällen versuchen sich diese zu ersparen oder auf eine andere Weise in ihren Besitz zu kommen. Die Werbung schürt Neid, um das Gefühl „must have“ um jeden Preis zu wecken. Das was man nicht haben kann, will man besonders gerne haben. So werden Limited-editions bei Luxuslabels z. B. bei Handtaschen erstellt, wenige Stars haben dann diese Taschen und jeder will sie habe, doch nur wenige bekommen sie. So entsteht ein gewollter Neidfaktor – eine Verknappung des „must-have“ Produkts.⁶⁹

Einige Verkäufer bei Ebay nutzen genau den Effekt, dass Personen ein Produkt um jeden Preis wollen. Da der Preis nun aber die eigentliche Hürde darstellt, bieten sie Leasing-Modelle z.B. für Handtaschen, Uhren und Mobiltelefone aus Edelmetallen an.

⁶⁹ Anhang: Frage VII, Antwort 3

The screenshot shows an eBay.de listing for a Louis Vuitton handbag. The title is "LEASING LOUIS VUITTON NEO SPEEDY IN MONATLICHEN RATEN". The price is EUR 1,600.00. The seller is "wunschleasing" with a 99.7% positive rating. The listing includes a photo of the handbag, shipping details, and a "Sofort-Kaufen" button. The listing is for a new item, and the seller is a Power Seller.

Dabei geht es letztlich nicht um den Artikel, sondern um das in ihm vermutete Glück. Aber Glück ist kein automatischer Bestandteil des Luxus. Das zeigt schon die konfektionierte Fertigung solcher Güter, für die eine globalisierte Industrie arbeitet. In Frankreich haben sich einige Hersteller von Luxusgütern zu einem großen Konzern zusammengeschlossen. Prada, Dior, Louis-Vuitton und wer sonst alles für die Gabentische der Reichen produziert, betreiben Massenproduktion unter dem Label „Luxus“. Luxus entsteht als Zuschreibung durch den Neid auf das als Luxus definierte Konsumgut.⁷⁰

6.3. Zur Wahrnehmung des Neidfaktors in der Werbung

Uns ist klar, dass Werbung versucht einen Mangel zu generieren. In unserem Gesellschaftssystem müssen keine Grundbedürfnisse gestillt werden, Grundnahrungsmittel und lebensnotwendige Produkte müssen im Grunde nicht beworben werden. Bei Ihnen versucht die Werbung uns nur

⁷⁰ Vgl. Schoeck, Neid und die Gesellschaft, S.224ff

davon zu überzeugen, bestimmte Firmen zu wählen deren Produkte teurer als andere sind. Ein Mineralwasser mit einem Literpreis von über 5€ zum Beispiel muss zum einen rechtfertigen, warum wir es kaufen sollen und zum anderen einen gewissen Bekanntheitsgrad herstellen, damit andere eben neidvoll sehen welches exklusive Produkt wir gewählt haben.

In meinen Interviews zielte eine Frage auf die persönlich wahrgenommene Beeinflussung des eigenen Konsumverhaltens durch Werbung ab.

Auf diese antworteten fast alle Befragten mit der Feststellung, dass Werbung Neid gezielt zu wecken versuche. Dazu zähle die Methode, ein Zugehörigkeitsgefühl zu von uns beneideten Personen zu vermitteln, das durch materielle Güter geschaffen werde. Außerdem sei damit Neid ein Abgrenzungsmittel zu Personen, denen wir die Zugehörigkeit zu uns absprechen wollten.

Werbung setzt allgemeingültige Werte wie Glück und Erfolg in Zusammenhang mit Produkten. Um ebenfalls glücklich und erfolgreich zu werden, so könne man die Werber verstehen, sei der Kauf eben jener Produkte ein erster Schritt. Werbung erzeugt nachstellbare Bilder von Glückserfüllung, die in der Realität aber nicht funktionieren. Das ist zwar kein Geheimnis, aber eine Aussage machte es deutlich: „Ist einem dann aber oft egal“.

Der Druck, Statussymbole und Marken zu konsumieren, wird durch Werbung und Medien bewusst geschürt.

Eine Aussage wies auf den wichtigen Aspekt der „Zielgruppengerechtigkeit“ hin, die für die Vergleichsmöglichkeit mit der potentiellen Käuferschicht immer berücksichtigt werde.

Stichpunktartig sollen die wichtigsten Aussagen der Befragten im Folgenden genannt werden:

- Werbung schürt Neid, um einen Mangel an Dingen zu vermitteln, für die es objektiv keinen Mangel gibt, bzw. geben kann.
- Werbung versucht den Neid auf die Zugehörigkeit zu verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen zu wecken.
- Werbung versucht die Träume und Ideale zielgruppengerecht zu platzieren.

- Werbung versucht Artikel so dazustellen, dass wir uns ohne sie unterrepräsentiert erscheinen und neidisch auf „besser“ im Sinne von markengerechter, teurer gekleidete Menschen werden. Man mindert dann seinen Neidempfinden durch Kauf.
- Interessanterweise ist die Handtasche ein mehrfach erwähntes Neidgut.

Viele Produkte benötigen wir eigentlich gar nicht. Solche Produkte, oft sehr teuer, müssen daher beworben werden, um bei uns einen gefühlten Mangel hervorzurufen. In den Interviews wurde gerade der Aspekt mehrfach betont, wie Werbung uns davon zu überzeugen versucht, ohne gewisse Accessoires, Kleidungsstücke oder Haushaltsgeräte eigentlich nicht auskommen zu können. Hat sich dieses Mangelgefühl dann wirklich durchgesetzt, können Firmen mit bestimmten Tricks diese Produkte wieder künstlich verknappen. Limitierte Auflagen, besonders hohe Preise, all diese Möglichkeiten haben auch mit Neid als Motor unseres Konsumverhalten zu tun. Wenn es gelingt, ein solches Artefakt dennoch zu bekommen, sei es durch langes Sparen oder durch besondere Mühen, dann ist das zu erwartende Gefühl das, einer Überlegenheit gegenüber den Mitstreitern. Auch hier wieder wichtig: der Vergleich. Es nützt wenig, mit Neidgütern auftrumpfen zu wollen, an denen das Arbeitsumfeld und der Bekanntenkreis nicht Interesse zeigt. Erst wenn das Umfeld die Güter, die ich zur Selbstbestätigung erwerbe, kennt und um den besonderen Wert weiß, kann ich mich überlegen fühlen. Oder anders ausgedrückt, besitzt eine englische Prinzessin neue Perlenohrringe, wird sich eine deutsche Hausfrau kaum neidisch fühlen können, erst wenn die Nachbarin oder eine Verwandte mit neuem Ohrschmuck käme, könnte der Gedanke „warum sie und nicht ich“ aufkeimen?

Interessant im Werbekontext ist nun, dass Werbung es schafft, auch die uns so fernen Promis ganz nah heranzuholen und so darzustellen, dass wir uns auch fühlen können, wie z.B. Madonna, die ja eben dieses teure Mineralwasser nun auch zu trinken vorgibt.

7. Neidvermeidungsstrategien

7.1. Was kann man gegen Neid tun?

Auf die Frage, was das Individuum oder die Gesellschaft tun können um Neid zu vermeiden, waren sich alle Befragten einig, dass Neid nicht zu vermeiden sei. Aber man könne ihn in eine Form lenken, aus der Neid zu etwas Positivem werde, nämlich zu Ehrgeiz. Wenn der Neider einen positiven Ansporn entwickle, es dem Beneideten nachzutun, verliere Neid seine negative Konnotation.

Wichtig sei das Vermitteln von christlichen, ethischen, moralischen und sozialen Werten schon durch das Elternhaus und die Vorbildfunktion von kirchlichen und teilweise auch staatlichen Organen, wie z.B. Lehrern. Menschen müssten lernen, den persönlichen Wert nicht über Besitz zu definieren.

Über ein Drittel der Befragten nannte ein gesundes Selbstwertgefühl oder Selbstbewusstsein als wichtigen Faktor, den Vergleich mit Kollegen und Mitmenschen zu bestehen, dann werde man auch zu Gönner vermögen.

Es wurde darauf hingewiesen, dass zur Neidvermeidung auch die Beschäftigung mit dem eigenen Neid gehört, man sollte sich demnach die Gründe und Ursachen des eigenen Neids überlegen.

Ein Befragter nannte direkt den Neid am Arbeitsplatz, der Arbeitgeber habe für transparente Strukturen für Entlohnung und Wert von Arbeit zu sorgen um Neid zu vermeiden.

Stichpunktartig die Neidvermeidungsstrategien der Befragten:

- Abschirmung der Superreichen – erfolgt bereits im eigenen Interesse.
- Bewusstmachung der Arbeit, die hinter Ruhm und Geld steckt.
- Anderen Dinge versuchen zu gönnen.
- Achtung, Demut, Demut, Wertschätzung und Mitgefühl als Werte vermitteln.
- Steigerung des Selbstwertgefühls (Erziehung / Elternhaus).
- Sich nicht ständig dem Vergleich aussetzen.

- Orientierung an den eigenen Stärken.
- Liberalität, Aufgeschlossenheit und Toleranz sollte durch führende Persönlichkeiten, Kirche, politische Organe und Unternehmen vorgelebt werden.
- Neid zu Ehrgeiz umlenken.
- Transparente Lohnstrukturen in Unternehmen, Willkürvermeidung.
- Teamgeist fördern.
- Standpunktwechsel als Denkmodell.
- Markendruck und Prunksucht widerstehen.
- Soziale Umverteilung – soziale Gleichheit.

Die meisten sind sich also einig: Steigerung des Selbstwertgefühls sei eine effektive Maßnahme, um Neid zu vorbeugen. Wer mit gesundem Selbstbewusstsein den Erfolgen seiner Mitmenschen gegenübersteht, der werde wohl kaum neidisch sein, sondern sich mitfreuen und gegebenenfalls angespornt sein, es diesen gleich zu tun. Das klingt wunderbar. Wie aber steigert man das Selbstwertgefühl oder den Grad der Zufriedenheit? Diese Lösung fehlt leider in den Antworten.

Die Aussage eines Befragten verweist auf die christlich geprägten Moralvorstellungen und den Vorbildcharakter von Kirche, politischen Organen und Verbänden. Vermutlich hätte man vor einigen Jahren noch Unternehmen und Konzerne hier zugezählt, aber gerade durch die jüngst aufgeworfenen Steuerskandale, Diskussionen um Spitzengehälter und Kostensenkungsmaßnahmen am „Faktor Mensch“ haben sich die großen Unternehmen eher ins Rampenlicht auf der Neidbühne befördert.

7.2. Selbstwertgefühl

Der Schlüssel zu mehr Selbstbestätigung und Selbstwertgefühl wird gerne im Besitz der Neidgüter vermutet, die von Freunden und Bekannten als wünschens- und begehrenswert angesehen werden. Eben durch Anerkennung, eine Partnerschaft, Kinder, eine gute Figur und die damit verbundenen Komplimente aber auch in dem Auto, auf das die Freunde

bestimmt mehr als einmal „neidisch sein werden“ sehen viele die Lösung. Hier dreht sich also die Situation im Kreis. Heinz-Peter Röhr hat in seinem Buch *Narzissmus, das innere Gefängnis*“ die innere Leere und Langeweile des Menschen mit mangelndem Selbstbewusstsein erklärt, der aus Angst vor Verletzungen voll Neid auf andere schaut, denen es möglicherweise besser geht.

„Allein die Zufriedenheit eines anderen Menschen kann zu starken Hass- und Neidgefühlen führen. Dies wird geleugnet, da Neidischsein bedeuten würde, schwach zu sein, nicht perfekt, sondern klein und bedürftig. Daher können Neidgefühle nicht zugelassen werden, der innere Schmerz würde noch verstärkt. So sucht ein solcher Mensch nach Möglichkeiten das Positive zu zerstören. Er verbreitet eine negative, aggressive Stimmung, regt sich über alles mögliche auf, versucht die Laune seiner Mitmenschen herunterzuziehen, sieht nur negativ beziehungsweise prangert die Fehler anderer an, um mit den eigenen Verstimmungen nicht mehr allein zu sein. Er wird erst ruhiger werden, wenn seine zerstörerische Energie ihre Wirkung getan hat. Da er Neid nicht offen zeigen darf, wird dieser oft indirekt zum Ausdruck gebracht.“⁷¹

Röhr deutet dieses Verhalten als Zeichen großer Unsicherheit und der verzweifelten Suche nach Selbstverwirklichung, Liebe und Selbstfindung, die auf andere Menschen oder eben auch Güter projiziert werden.⁷²

7.3. Abwertung

Wenn wir etwas „neidlos anerkennen“ betonen wir, das wir uns nicht unseren eigentlich nun aufkommenden Neidgefühlen hingeben. Doch tun wir das wirklich nicht?

Eine sehr effiziente Strategie, um Neid gar nicht erst aufkommen zu lassen, ist die Entwertung des Neidguts. Typische Floskeln dazu sind: „Geld macht auch nicht glücklich“ oder „Der Porsche besteht auch nur aus einem Motor und vier Rädern“ oder „in 20 Jahren wird auch dieses Model ein Zelluliteproblem bekommen“. Hier wird das Neidgut, der

⁷¹ Röhr, H.-P. (2005), *Narzissmus. Das innere Gefängnis*, München, S. 46

⁷² Ebd., S. 48

Reichtum, das Auto oder die Schönheit in einem größeren Vergleich für nichtig erklärt. Diese Abwertung geschieht oft als Selbstschutzreflex, kann aber auch aus schlechter Gesinnung erfolgen, wenn jemand dem anderen ein Gut nicht gönnt und dann die Abwertung als Gerücht streut.

Ein guter Weg ist im Umgang mit Neid ist individuell immer anders. Wer sich aber dem eigenen Neid stellt, sich damit auseinandersetzt und versucht, Ressentiments abzubauen, dem kann es gelingen, dieses Gefühl einzudämmen und zu entschärfen.⁷³

Doch nicht immer ist das Sublimieren durch Ehrgeiz oder Gerechtigkeitssinn der beste Umgang mit Neid darstellt. „Wie armselig jedenfalls wäre unser kulturelles Handlungsinventar, gäbe es bei aller Direktheit nicht auch die feine Kunst, neidisch zu sein und es sich anmerken zu lassen.“⁷⁴

7.4. Von der Angst, Neid zu erregen

Neid zu erregen kann zwar ab und an Genugtuung erzeugen – vielen erscheinen aber die Konsequenzen des Neides eher beängstigend. So versucht ein großer Teil der Gesellschaft eben Neid nicht erst herauszufordern. Das äußert sich in besonderer Zurückhaltung und dem nicht Hervorheben seiner beispielsweise finanziellen Möglichkeiten. Ein Beispiel dafür ist eine deutsche Familie aus einer kleinen Gemeinde in Hessen. Diese leistete sich einst die erste Fernsehantenne des Ortes. Um allerdings dem Gerede der Nachbarschaft aus dem Weg zu gehen wurde die Antenne nicht auf dem Dach für alle deutlich sichtbar, sondern auf dem Dachboden installiert und man nahm dafür deutlich schlechteren Empfang in Kauf.

Um sich vor Neid zu schützen muss man sich zunächst darüber im Klaren sein, ein Neidgut oder eine beneidenswerte Eigenschaft zu besitzen. Interessanterweise sind sich darüber die meisten beneideten Menschen

⁷³ Vgl. Lelord, Macht der Emotionen, S.108

⁷⁴ Neckel (2001), S.6

bewusst. Ein schicker Wagen, der Pool, die Handtasche oder ein bilinguales Elternhaus, lange Beine oder ein geerbter Titel, all dieses sind können Neidgüter sein und kaum einer der sie besitzt wird sich in der Naivität wiegen, er wäre unbeneidet. In gewisser Form genießt man diesen Neid ja ab und an. Allerdings ist der Preis dafür oft, sich an manchen Dinge nur im Kreise einer „Elite“ zu erfreuen.

Eine Unternehmerfamilie in vierter Generation aus Bad Orb besitzt eine schöne Yacht an der Côte d'Azur. Die Familie, die in einem großen Haus lebt aber sehr bescheiden auftritt, erzählt seit Jahren den Nachbarn nur von Urlaub bei einer Tante in Frankreich, nur engste Freunde wissen um das Boot. „Die Leute würden reden und sofort unsere Preise zu teuer finden, ob dies objektiv so ist, spielt da keine Rolle – da heißt es nur `da geht das Geld also hin´, `wie können die sich denn so was leisten´, und und und. Vermutlich würden wir Kunden verlieren“.

Ich halte diese Eigenschaften gerade einer älteren Generation für ein spezifisch deutsches Phänomen, bedingt durch die Ungleichverteilung von Gütern nach dem zweiten Weltkrieg. Die plötzliche Enge, die neu dazugekommenen Ostvertriebenen, da spielten einige Faktoren eine Rolle, man wollte natürlich niemandem auf den Schlipps treten – aber – man wollte eigentlich auch nichts abgeben. Und wer Wohlstand zeigt, das ist bekannt, der muss auf Bittsteller nicht lange warten. Und wenn diese unzulänglich befriedigt werden kommt mit raschem Fuße auch die üble Nachrede, der Spott und das Gerücht. Schnell heißt es da: „der oder diejenige ist geizig“, „wo kommt das Geld überhaupt her?“ oder „hat er das eigentlich verdient?“

7.5. Rituale: Geschenke, Spenden, Einladungen, Charity

Ein anerkannter Abwehrmechanismus ist die Neidbeschwichtigung durch Wohltätigkeit, auch mit dem Begriff Euergetismus bezeichnet.⁷⁵ (Hier geht es darum, sich spendabel zu zeigen, um den potentiellen Neidern Wind

⁷⁵ Vgl. Veyne, P. (1988), Brot und Spiele, Frankfurt: Campus, S.22f

aus den Segeln zu nehmen. Stiftungen, Schenkungen und Mäzenatentum sind wichtige Faktoren, die dazu beitragen, böse Vorurteile, Verleumdung und Gerüchte gar nicht erst entstehen zu lassen, sondern sich eine gegen Anfeindungen durch Neid gewappnete Reputation zu schaffen.

8. Auswirkungen von Neid auf die Gesellschaft

8.1. Neid als Konjunkturmotor

Aus dem Vergleich mit anderen kann stimulierender, zum Nacheifern anregender Neid entstehen, der wirtschaftlichen Ehrgeiz wachruft, und zum Erwerb von Neidgütern verleitet. Neid auf intellektuelle Fähigkeiten kann auch für die Arbeit in der Forschung eine motivierende Rolle spielen. Dies sind durchaus positive Aspekte, da eine rege Wirtschaft und wissenschaftliche Arbeit in der Regel zum Allgemeinwohl beitragen.

„Neid ist nicht notwendigerweise etwas Übles, zumindest nicht in seinen nachahmenden und bewundernden Formen. Im Gegenteil, er kann Sie dazu bringen, über sich selbst hinauszuwachsen. Und vielleicht wird ein solcher Ansporn nicht nur für Sie selbst ein Segen sein, sondern für die ganze Gesellschaft“⁷⁶

⁷⁶ Lelord, Macht der Emotionen, S.99

Der wesentliche Motivationsaspekt ist dabei eben das Nacheifern und der Wettbewerb. Wettbewerb spielt im Arbeits-, aber auch im Alltagsleben eine große Rolle. Die durchaus auch positiv zu wertende Rolle des Neides ist die Art, mit ihm umzugehen, bzw. ihn anzustacheln.

Taubenzüchter zum Beispiel prämiieren jährlich und in jeder Region die schönste und prächtigste Taube der jeweiligen Kategorie. Einer der Gründe für den enormen Ehrgeiz, die Anstrengungen von Zucht und Haltung ist doch unter anderem die Freude über den möglichen Neid der anderen Züchter, wenn das eigene Tier gut platziert ist. Diese wiederum werden ihr Bestes geben, um ebenfalls einmal ein Spitzentier prämiert zu sehen.

Das diese Sichtweise nichts neues ist, zeigt Heinz Schilling in seinem Buch „Kleinbürger“. Unter Embourgeoisement zitiert er Wilhelm Heinrich Riehl, den konservativen Bestsellerautor des Cotta Verlages:

Ich zeigte in jenem Artikel, wie die naiv gesittete Schicht des Volkes, der Bauern und Kleinbürger, den Untergrund unserer Kultur bilde, aus welchem zuletzt doch erst alle höhere nationale Bildung entspringt; ich schilderte die Naturkraft und die politisch ausgleichende Macht des gemeinen Mannes; ich stellte dar, wie stolz derselbe sein, wie glücklich er sich preisen müsse, nicht aus Neid über andere Leute aus der Haut zu fahren, welches letzteres von vielen auch damals schon als die Triebkraft zu allem Fortschritte bezeichnet ward.⁷⁷

Schilling stellt aber klar, dass Riehl diesen Fortschritt aber nicht gut heißt, sondern den Status quo wahren möchte.⁷⁸

8.2. Gesellschaftsbildung als Neidhemmer

„Gesellschaftliches Leben wäre unmöglich, wenn es den Kulturen nicht gelänge, Zusammenarbeit auch von denen zu erzwingen, die eigentlich Grund zu Eifersucht und Neid haben. Schließlich ist eine Gesellschaft, in der nie Anlass zum Neid besteht, eine Gesellschaft totaler und fortwährender Gleichheit, nicht einmal im Gedankenexperiment möglich. Wir können also nur fragen, wie gut oder wie mangelhaft eine Gesellschaft das

⁷⁷ Riehl, zit. n. Schilling, H. (2003), Kleinbürger. Mentalität und Lebensstil, Frankfurt am Main, S.57

⁷⁸ Vgl. Schilling, H. (2003), Kleinbürger, S.58f

Neiden in bestimmten Lebensgebieten ausgeschaltet, abgeleitet oder eingedämmt hat. Wir können nie sagen: In der Kultur A bei der sozialen Situation X ist keiner der Beteiligten auf die anderen neidisch oder eifersüchtig. Vielmehr können manche Kulturen mit Erfolg einen Zustand anstreben, bei dem manches sozial möglich ist, als ob es keinen Neid gäbe.⁷⁹

Helmut Schoeck stellt die These auf, dass wir zwar Neid nicht verhindern können, dass aber eine Gesellschaft Situationen schaffen kann und muss, in denen Neid ausgeblendet werden kann.

Wäre jedes Individuum autark und nicht rechenschaftspflichtig, gesetzgebunden oder sozial eingebunden, so mancher würde wohl seinem Neid freien Lauf lassen und die große Keule zücken um seinem Gegenüber das Neidgut zu entwenden oder zu zerstören. Erst durch die gegenseitige Affektkontrolle gesellschaftlichen Zusammenlebens wird dem ein Riegel vorgeschoben.

René Girard beschreibt Neid in „Das Heilige und die Gewalt“ als Emotion, die aus Bewunderung und Nachahmung entstanden sei. Durch den Nachahmungswunsch würden wir dazu gebracht, dieselben Dinge zu begehren, wie von uns bewunderte Menschen. Aus diesem Grunde resultiere auch Gewalt: Wir sind mehrere und begehren ein und dasselbe Gut; um diese Gewalt zu kontrollieren, bedarf es Regeln und Kontrolle (eine Gesellschaft und eine Polizei, ein Rechtswesen).⁸⁰

Man kann das Bilden sozialer Gesellschaften und Gruppierungen direkt mit dem Vermeiden von Neid in Verbindung zu bringen. Erst in der Gruppe kann ein „neidfreier“ bzw. geregelter Raum entstehen. Die Überwachung durch Exekutive und Judikative ist ein Gegengewicht gegen die Lust, sich und seinem Neidbewusstsein Genugtuung zu verschaffen.

⁷⁹ Schoeck, Neid und die Gesellschaft, S. 84

⁸⁰ Girard, R. (1999), Das Heilige und die Gewalt, Zürich, S.243f

Sigmund Freud vertrat die Meinung, nur Gerechtigkeitsforderung könne den Neid verarbeiten. Gerechtigkeit gebe die Bedingung an, die uns befähigt, Neid zu bewältigen und von ihm zu lassen.⁸¹

Die Frage nach gerechter Verteilung von Gütern stellt aber den Betrachter vor die Herausforderung, es durchaus auch als gerecht zu empfinden, wenn jemand anderes mehr besitzt als er selbst. Missgönnen kann er es dennoch. Außerdem trifft Freuds Ansicht eigentlich nur auf den Neid auf materielle Dinge zu. Neid auf Eigenschaften, Fähigkeiten, Herkunft und andere nichtmaterielle Kategorien kann man nicht mit der Kategorie „gerecht oder ungerecht“ bewerten. Auch eine Gruppe kann hier kaum etwas beeinflussen, da dies Gefühle und Wahrnehmungen sind, die den einzelnen Personen obliegen.

In dem Zusammenhang gesellschaftlicher Neidregulierung fällt oft der Hinweis auf den Sozialismus. Dies soll aber nur am Rande erwähnt werden, da eine hinreichende Beschäftigung damit den Umfang dieser Arbeit sprengen würde. Im Sozialismus ist genau eine Tücke nicht bedacht: Nämlich, dass Menschen am stärksten für Neid anfällig sind, je größer die wahrgenommene Gleichheit der Lebenssituation ist.⁸² Die allgegenwärtige Gleichheitsforderung des Sozialismus in der ehemaligen DDR zeigt anhand ihrer gut funktionierenden gegenseitigen Überwachungssysteme, wie stark Neid und Gleichheit miteinander korrelieren.

8.3. Eliten – neidfreie Gruppen?

Die Auseinandersetzung mit Neid ist auch für die Elitenforschung relevant. Wozu bildet sich eine Elite, bzw. wodurch? Elitär ist eine Gruppe dann, wenn Ihr Zugang beschränkt ist, durch Aufnahmekriterien, die erwerbbar – oder oft auch hereditär sind. Aber in beiden Fällen wird die Elite erst zur Elite, indem sich Ihre Mitglieder Ihr zugehörig fühlen. Ein Topmanager

⁸¹ Vgl. Neckel, S. (2000), Die Macht der Unterscheidung. Essays zur Kulturosoziologie der modernen Gesellschaft. Frankfurt am Main, S.118

⁸² Vgl. Schoeck, Neid und die Gesellschaft, S.220f

wird vielleicht seinem Gehalt nach zu einer Elite gehören, aber erst wenn er sich mit seinesgleichen umgibt und andere dies durch Auftreten, Kleidung, Sprache, Attribute (Auto, Uhr, etc.) erkennen, wird er einer Elite zugerechnet werden. Wäre der soziale Unterschied zu seinen ehemaligen Mitschülern, seinen Freunden und Nachbarn zu stark, können diese leicht Neidgefühle entwickeln. Daraus resultiert eine Hinwendung im privaten Kreis zu Menschen, deren Lebensposition ähnlich sein wird – dies kann von außen als „Elite“ wahrgenommen werden. Unter Umständen könnte man annehmen, dass der Neidfaktor im geschlossenen Kreis einer Elite nicht existent ist – schließlich haben es diejenigen, die zu einer Elite gezählt werden, doch geschafft.

Bei einer solchen Annahme liegt man jedoch falsch, denn eine Elitenzugehörigkeit ist kein Selbstläufer. Gehört man dazu, muss man seinen Status sichern – das heißt, ihn immer wieder neu untermauern. So wenig wie ein Wissenschaftler aus einer einzigen Publikation ohne nennenswerte folgende Veröffentlichungen einen Ruf von Welt auf Dauer aufrecht erhalten kann, sowenig ist auch jede andere Elitenzugehörigkeit auf Dauer ohne Einsatz haltbar – früher oder später wird man den Anforderungen nicht mehr gerecht, sofern sie nicht hereditär begründet sind. Teil einer Elite zu sein, sei es nun in finanzieller, sportlicher oder wissenschaftlicher Hinsicht, um nur einige Beispiele zu nennen, impliziert auch einen gewissen Druck: zu den Besten einer Klasse zu gehören macht nicht frei von dem Gedanken, der Beste sein zu wollen. Egal in welchem sozialen Gefüge man sich bewegt, die Wahrscheinlichkeit, dass jemand anderes, ob nun objektiv oder rein subjektiv, besser ist, bleibt.

Böse Zungen würden behaupten, dass in der „Bussi-Bussi“ Gesellschaft der Neidfaktor vielleicht noch größer ist als bei den nicht besonderen Eliten zuzurechnenden Menschen. Das mag damit zusammenhängen, dass diejenigen, die viel haben, auch viel zu beneiden haben.

Abschließend zu diesem Aspekt des Neides soll die Antwort eines Befragten auf die Frage, ob Neid einer schichtenspezifischen Ausprägung zuzuordnen herangezogen werden:

„Neid gibt es meines Erachtens in jedem gesellschaftlichen Bereich, nur die Dinge, Eigenschaften oder Umstände, wegen denen Neid entsteht, sind unterschiedlich. Vielleicht ist aber Neid besonders in den gesellschaftlichen Schichten weiter verbreitet, in denen es auch

wirklich was zu neiden gibt. Vor allem wenn es um Macht geht, ist ein gesteigertes Neidaufkommen durchaus vorstellbar.“⁸³

9. Neid – ein deutsches Phänomen?

„Es gehört wohl zum Nationalcharakter der Deutschen, ständig ihren Nationalcharakter zu recherchieren. Kaum ein anderes Volk ist so fleißig damit beschäftigt, sich einzigartige Wesenseigenschaften zuzuschreiben, die mal als besonderer Vorzug, in jüngerer Zeit aber auch häufig als Last verstanden werden. [...] Es kann also nicht überraschen, wenn seit einigen Jahren der Neid als „typisch deutsch“ gilt.“⁸⁴

Peter Sloterdijk äußerte dazu, Deutschland sei zum „Neidkraftwerk“ geworden, seitdem die „Enthemmung der Eigentumseifersucht“ eine „Begehrenspirale“ in Gang gesetzt habe.⁸⁵ Diese Aussage erscheint ein wenig überspitzt zu sein, ist aber vielfach zitiert worden und sollte daher nicht übergangen werden.

Auch die Journalisten Tilos Knops und Kirsten Waschkau haben versucht in Ihrer Fernsehdokumentation „Neidhammel“ – Die deutsche Neidkultur“⁸⁶ herauszufinden, ob Neid ein typisch deutscher Charakterzug ist. Sie betrachten als Vergleich dazu die USA. Am Ende Ihrer Dokumentation kommen sie zu der Feststellung, dass Neid auch in den USA nicht weniger vertreten ist. Der Unterschied zu Deutschland bestehe eher darin, dass die Deutschen über Neid öfter und mit mehr Genuss sprechen würden, während eine Neiddiskussion in den USA stärker tabuisiert sei.

9.1. Deutsche Neidkultur?

Die Antworten auf den Bedeutungsgehalt der Begrifflichkeit einer „deutschen Neidkultur“ sind sehr gegensätzlich ausgefallen.

⁸³ Anhang, Frage II, Antwort 14

⁸⁴ Vgl. Neckel (2001), S.2

⁸⁵ Vgl. Ebd., S.2

⁸⁶ Ausgestrahlt am 17. Januar 2007, ARD

Etwa die Hälfte der Befragten konnte dem Begriff eine sinnvolle Bedeutung zumessen. Mehrmals wurde zur Begründung die Relation von historisch bedingt mangelndem Selbstbewusstsein und dem daraus resultierenden Neid herangezogen. Eine Befragte sah in der Überbetonung des Einzelnen im Gegensatz zum zur Gruppe ein Problem. Gesellschaften, in denen „Wir-Werte“ stärker vermittelt würden, kennten demnach weniger Neid. Verortet wurde der Begriff zunächst im Lokalen, im Kleinen und Nachbarschaftlichen. So leitete eine Befragte das Aufkommen des Begriffs „Neidkultur“ aus der Diskussion her, ob man Reichtum öffentlich zur Schau stellen solle oder dürfe. Man sei damals zu dem Schluss gekommen, dass man fast überall in der Welt Reichtum ungenierter zeigen könne als in Deutschland. Dafür maßgeblich sei die in Deutschland wichtige „Bescheidenheit“. Der Wortbestandteil „-kultur“ störte einen Befragten, da eine Kultur andeute, dass ihr Ausleben etwas gesellschaftlich „Ritualisiertes und Akzeptiertes“ habe, so wie beispielsweise die Esskultur. Zudem berge der Begriff stark demagogisches Potential.

Vier Befragte bezeichneten den Begriff „Neidkultur“ als unpassend und diffamierend für Deutschland.⁸⁷

Einige Antworten mit besonders zentralen Meinungen sind im folgenden angeführt.

- „Deutsche Neidkultur fängt im Lokalen, im Kleinen, in der Nachbarschaft, im Bekanntenkreis oder auf der Arbeit an und überträgt sich später auf die Politik, siehe Reichensteuer“.
- „Neid hat etwas mit Selbstwertgefühl und eigener Wertschätzung zu tun. Ein Volk, dem es aus nachvollziehbaren Gründen an Selbstwert mangelt, wird möglicherweise auch eher zu Neid tendieren“.
- „Ja, Neid ist sehr deutsch. Wir sind im Sozialstaat aufgewachsen“.
- „Das Individuum zählt in unserer Gesellschaft mehr als das Team. [...] ein ständiger Vergleich fördert Neid. Gesellschaften, die das Team und die Zusammenarbeit betonen und wertschätzen werden

⁸⁷ Von 15 Befragten fanden vier den Begriff nicht treffend, vier konnten sich eine deutsche Besonderheit im Zusammenhang mit Neid gut vorstellen, drei teilten die Ansicht der Begriff sei treffend.

die „Güter“ jedes einzelnen als Gemeinschaftsgüter sehen und daher weniger Neid kennen“

- „Was den Begriff bedenklich erscheinen lässt, sind seine diffus beigemischten Gefühlsanteile, denn sie bergen ein beträchtliches demagogisches Potential. Solch ein Begriff wie „Neidkultur“ sollte daher keine Tragweite bekommen“.
- „Neid ist nicht regional anders, Neid ist ein globales Phänomen“.
- Man sagt, „die Deutschen wären besonders fleißig und veteris paribus, dann auch besonders neidisch auf andere“.

Ein Trost mag sein, dass Neid möglicherweise nicht „typisch deutsch ist“, sondern dass es typisch deutsch ist, sich für besonders neidisch zu halten.⁸⁸

9.2. Neid in Zahlen

Der Frage nach der Korrelation zwischen den Deutschen und dem Neid ist auch der Stern nachgegangen. Demnach glaubt etwa die Hälfte der Bundesbürger, in einer „Neidgesellschaft“ zu leben. Angesprochen fühlt sich davon allerdings niemand selbst.

Der Stern hat das Meinungsforschungsinstitut Forsa beauftragt, zu ermitteln, wo und wann man als Deutscher dem Neid begegnet. 1004 Bundesbürger wurden in dieser repräsentativen Umfrage zum Thema Neid befragt.

Einige Ergebnisse dieser Erhebung sollen hier stichpunktartig aufgeführt werden, da sie auch zu dieser Studie eine spannende Ergänzung darstellen.

- 33% der Deutschen finden, dass Frauen neidischer sind als Männer. Vor allem Frauen sprechen dem eigenen Geschlecht mehr

⁸⁸ Vgl. Neckel (2001), S.3

Neidpotential zu. (46% gegenüber 20%Männern der befragten Männer)

- Von Deutschland als Neidgesellschaft zu sprechen, bekräftigen vor allem 30- bis 44-Jährige (56%), Angestellte (58%) und Beamte (64%). Dagegen sehe Arbeiter (46%) und Selbstständige (51%) diese Annahme weniger relevant.
- Nach Angaben der Probanden begegnet man Neid am ehesten am Arbeitsplatz und in der Nachbarschaft, weniger häufig im Freundes- und Bekanntenkreis oder der Familie. Vor allem die 18- bis 29-Jährige sowie Arbeiter und Angestellte stellen nach eigenem Wahrnehmen Neid bei Nachbarn fest. Arbeiter und Angestellte sowie die 30- bis 44- Jährigen erleben Neid aber ebenfalls stark, mehr als andere, am Arbeitsplatz. Eine überdurchschnittliche Neidwahrnehmung im Freundes- und Bekanntenkreis stellten die unter Beamten sowie unter 30-Jährige fest.
- Nur wenige Bundesbürger gaben zu, dass sie selbst Neid empfinden. Nur jeweils 7 Prozent sagen, man sei enttäuscht oder ärgere sich, wenn eine Person etwas habe, das man selbst gern besitzen würde. Nur 3 Prozent räumen Traurigkeit darüber ein.
- Den 59%, die von Bewunderung sprechen, wenn andere etwas besitzen, was sie selbst gern ihr Eigen nennen würden, entgegnet Neidforscher, dass auch die Bewunderung eine Form von Neid, nämlich „maskierter Neid“ sei.
- 24% aller Befragten erklärten sich für frei von Neidgefühlen. Diese Zahl stieg mit zunehmendem Lebensalter. ⁸⁹

Den Befragten wurden typische Situationen aufgezeigt, bei denen Neid möglicherweise gerechtfertigt sein könnte. 55 Prozent hielten Neidgefühle in ausgewählten Situationen für nachvollziehbar:

⁸⁹ Hierzu kann bemerkt werden, dass auch in der Befragung zur vorliegenden Studie sich einer der Befragten dahingehend äußerte, sein persönliches Konsumverhalten werde nicht mehr von Neid von Neid geprägt. Hier ist das „nicht mehr“ von Interesse, es scheint also eine Korrelation von Lebensalter und Neidbereitschaft zu geben. (Vgl. Frage VII. Antwort 5)

- Wenn ein Arbeitskollege mehr verdient als man selbst (25 %).
- Wenn ein Nachbar geerbt hat und nun nicht mehr arbeiten muss (20 %).
- Wenn ein Freund oder eine Freundin mit der eigenen Familie viel glücklicher zu sein scheint als man selbst (15 %).
- Wenn ein Bekannter mehr Freunde hat oder schneller Freundschaften schließen kann als man selbst (12 %).
- Wenn ein Freund oder eine Freundin schöner und attraktiver als man selbst ist (10 %).
- Wenn man den Eindruck hat, ein Bekannter sei gebildeter und intelligenter als man selbst (9 %).⁹⁰

Hier zeigt sich, wie stark der Fokus auf das nahe Umfeld gerichtet ist. Der Arbeitsplatz und die Nachbarschaft stehen sogar vor dem familiären Umfeld wenn es darum geht, Neid zu verorten.

9.3. Neid und Schichtenvorstellungen

Rolf Haubl nennt die Intensität, mit der eine Person auf wahrgenommene Ungleichverteilungen von begehrten Gütern neidisch reagiert, ihr Neidbereitschaft.⁹¹ Zu den Bedingungen für erhöhte Neidbereitschaft weiß man bislang wenig, eine mögliche Zuschreibung zu gesellschaftlichen Schichten hielten fast alle Befragten für wenig sinnvoll.

Die Neidbereitschaft in gesellschaftlichen Schichten unterschiedlich zu verorten, hielten die meisten Befragten (etwa 2/3) für nicht sinnvoll. Neid fände in allen gesellschaftlichen Schichten gleichermaßen statt. Unterschiede wurden nur in den Neidgütern und im Umgang mit Neid benannt. So haben die Unterschichten objektiv einen größeren Mangel an

⁹⁰vgl. <http://www.stern.de/politik/panorama/:%0A%09%09stern-Umfrage%0A%09%09%09-Willkommen-Neid-Club/601809.html> (Zugriff am 5.12.2007)

⁹¹ vgl. Haubl, in: Globalisierung, S. 291.

Gütern als die Oberschicht. Dennoch kann man hier nicht von einem größerem Neidaufkommen sprechen. In der Oberschicht scheint Neid auf Macht und Luxusgüter eine große Bedeutung zu haben. Im Gegensatz zur Oberschicht, die den Neid durch den vermeintlich höheren Grad der Gesittung stärker verberge, würde die Unterschicht allerdings auch direkt von und über Neid sprechen, dort sei Neid ein Alltagsthema. Diese „Enthemmtheit“ gegenüber dem Benennen von Neid als Ausdruck von Unzufriedenheitsfaktor sei möglicherweise mit moralischen und christlichen Werten zu begründen, die in der Erziehung nicht vermittelt wurden.

Erstaunlicherweise blieben die Antworten hier gleichmäßig. Die Befragten rechnen Neid eigentlich allen gesellschaftlichen Schichten gleichermaßen zu. Allerdings kommt wiederholt die Überlegung auf, gerade auf der Sachebene seien natürlich die Güter unterschiedliche, auf die Neid entsteht.

Ein Punkt, der mehrmals angesprochen wurde, ist dass in höheren gesellschaftlichen Schichten mit besserem Zugang zu Bildung und einer Erziehung zu ethischen Werten Neid weniger zur Äußerung käme. Dies lasse ihn zwar nicht verschwinden – aber seine Äußerungsformen veränderten sich stark.

Es wäre zu überlegen, in welchem Maße Neidverdrängung/ Neidkompensation zum Prozess der Zivilisation beiträgt und ob besser neidkompensierende Menschen zivilisierter seien als andere, denen es nicht gelingt, mit Ihrem Gefühl umzugehen.

In Zusammenhang mit Neid und Schichtendiskussionen fällt häufig der Begriff „Sozialneid“, den Sighard Neckel dadurch in Frage stellt, dass die Vorstellung, dass untere Schichten die Bessergestellten unentwegt mit kollektiver Missgunst verfolgten, die Anforderungen nach sozialen Nähe oder Gleichheit nicht erfüllt.⁹² Der Begriff „Sozialneid“ birgt vermutlich eher den Ausdruck über empfundene soziale Ungerechtigkeit in sich. Diese

⁹² Vgl. Neckel (2001), S.7

Ungerechtigkeit ist allerdings eher politisch oder philosophisch zu diskutieren. Ob man von Neid sprechen kann ist dann fraglich. Allerdings ist im Egalitarismus der Grundnormen, im härter werdenden Wettlauf um Status und Anerkennung und in dem immer weniger durch Leistungen begründbaren Einkommens- und Vermögensunterschied in unserer Gesellschaft der Neid immer universeller.

10. Schlussbetrachtung

Wie aus dem vorhergegangenen Erörterungen hervorgegangen ist, entsteht Neid durch den Vergleich – andere sind besser, schöner, wohlhabender, glücklicher und klüger als man selbst. Ein Vergleich, bei dem alle gleich gut abschneiden, ist nicht einmal in Gedanken vorstellbar, da diese Vorstellung zum einen schon an immateriellen Neidgütern und zum anderen an dem Wunsch, selbst besser als andere zu sein, scheitert. Bei George Orwell heißt es hierzu treffend: „All animals are equal, but some animals are more equal than others“.⁹³

Auch könnte man hier einen Bogen zur Geschichte der römischen Republik schlagen – der Konsul war der ´princeps inter pares´ - der „Beste unter Gleichen“. Und wenn man, wie in der Erklärung und Untersuchung menschlichen Handelns überaus beliebt, gleich am Anfang von allem, bei der Evolution ansetzt, dann erhält die Regel: „Nur der Stärkere überlebt“ unter dem Gesichtspunkt des Neides eine neue Perspektive: Neiden die Schwächeren dem Stärkeren seinen Vorteil, treibt der Vergleich sie an, stärker zu werden? Folgendes ist offensichtlich: Trotz der für das

⁹³ Orwell, G. (2003), Animal Farm, Oststeinbek

Abendland so prägenden christlichen Moral ist der Neid, der ja, wie in Kapitel 2.3 erörtert, zum einen Teil der zehn Gebote und zum anderen eine der Sieben Todsünden ist, nicht zu unterdrücken oder auszumerzen gewesen. Die Menschen sind weiterhin neidisch, aber es wird sich ja auch seither der Völlerei hingeeben und Ehebruch begangen. Daraus resultiert im Umkehrschluss, dass der Neid von der christlichen Moraltheorie als so elementar und unvermeidbar für die Psyche des Menschen angesehen wurde, dass er in den grundsätzlichen „Gesetzen“ des Christentums Eingang finden musste.

Schließen wir daraus, dass Neid demnach ein unvermeidbares „Übel“ in der menschlichen Interaktion bleiben wird? Dass außer buddhistischen Mönchen⁹⁴

Die Frage ist, ob man den Neid weiterhin ausschließlich als Übel, als notwendigen Hemmschuh im gesellschaftlichen Zusammenleben betrachten sollte, denn, wie aus dieser Arbeit hervorgegangen ist, gibt es durchaus auch positive Aspekte des Neides. So könnte man den Neid als ein Grundelement des wirtschaftlichen und persönlichen Wettbewerbs betrachten. Als positiver Aspekt kann die Umformulierung von Neid in Ehrgeiz angesehen werden. Erst durch den Anspruch, es den anderen wirtschaftlich gleich zu tun oder sogar noch besser zu machen, wird marktwirtschaftlich eine Wettbewerbs-Situation geschaffen.

Ebenfalls ist es interessant, die Rolle des Neides im Zusammenhang mit gesellschaftlichen Werten zu sehen. Studienabschlüsse, Erfolg in Beruf, Familie, Ehe, Haus und Garten „passieren“ den meisten von uns nicht einfach so – diese Ziele wurden erstrebt, es wurde auf sie hingearbeitet. In Anlehnung daran könnte dem Neid eine wertkonstituierende Eigenschaft nachgesagt werden – ein wie auch immer geartetes Gut, das viele begehren, das aber rar ist und somit nicht für jeden verfügbar, ist im wahrsten Sinne des Wortes „wertvoll“.

Die erstrebenswertesten Güter in einer Gesellschaft sind, folg man diesem Modell, die am meisten geneideten.

⁹⁴ Vgl. Anhang, Frage V Antwort 13; Frage II, Antwort 7) Im Sinne eines positiven Vorurteils würde man das gerne glauben.

Neid kann demnach auch ein verbindendes Moment in einer Gesellschaft darstellen. So bindet Neid durchaus auch Wettbewerber an einander, die in Vereinen und auf dem Arbeitsmarkt miteinander konkurrieren. Denn Neid bindet diese Konkurrenten durch den gemeinsamen Wertbezug auf ein gleichermaßen begehrtes Objekt. Daher könnte man ihn in diesem Fall sogar als integratives Gefühl bezeichnen. Denn nur, wenn Wettbewerbschancen aussichtslos werden, wird der Neid seine volle feindselige Kraft entwickeln, die soziale Bindungen zersetzen kann.⁹⁵

Neid kann auch zu einer schöpferischen Kraft werden. Der Mensch ist kreativ und hat viele Strategien, mit Neid und Eifersucht fertig zu werden. Durch Sublimation schaffen wir Erstaunliches. Darunter zählt die Idealisierung: Wir heben den Beneideten auf einen Sockel. Indem wir ihn bewundern, hört Neid auf, Nahrung zu finden.

Vielleicht ist es in diesem Sinne an der Zeit, uns von der Verkörperung des Neides als böartigen, schielenden, giftgrünen tobenden Zwerg zu verabschieden und den Neid als ein essentielles und kraftvolles Gefühl des Menschen erkennen und versuchen, ihn in die „richtigen“ Bahnen zu leiten. Neid kann eine Urgewalt sein, die eine große Kraft in sich birgt. Ist Neid frei von Missgunst, Rachsucht und Schadenfreude, dann kann er Antrieb und Motivation für eigenes Vorankommen sein. Somit kann Neid in eine gesellschaftskonstituierende Kraft im positiven Sinne umgewandelt werden.

In dieser Arbeit wurde zudem der Schwerpunkt auf das Bedeutungsgefüge Konsum-Werbung-Neid gelegt und der werbestrategische Wert des Neides erörtert. Hier fungiert der Neid, wie in vielen anderen Lebensbereichen auch, als unterbewusste Kraft, denn der Wunsch, ein Produkt zu besitzen, das andere im subjektiven Verständnis glücklich zu machen scheint, drängt den Mensch zum Kauf. Wenn wir Neid für uns erkennen und mit unserem Konsumverhalten kritisch vergleichen, wird es auch leicht möglich sein, Marketingmaßnahmen, die auf Neid abzielen, die kalte Schulter zu zeigen.

⁹⁵ Vgl. Neckel (2001), S.7

Es soll in dieser Arbeit nicht der Eindruck entstehen, dass Neid willkürlich in jede beobachtbare oder angenommene Handlungsmotivation des Menschen interpretiert wurde. In der Auseinandersetzung mit dem Thema Neid ist jedoch aufgefallen, dass Neid offensichtlich an zahlreichen, oft unvermuteten Stellen, mitwirkt. Neid scheint im menschlichen Handeln fast allgegenwärtig zu sein.

Neid spielt auch in Bezug auf die Gefühle Macht, Liebe, Sicherheit und dergleichen mehr eine Rolle. Gerade aus diesem Grunde, der Vielfältigkeit von Neid, seinen Auswirkungen und Richtungen, scheint die weitere Erforschung des Themas zum einen wünschenswert und zum anderen erfolgversprechend. Die tiefere Ergründung dieses Gefühls und die genaue Kenntnis der ihm immanenten Mechanismen könnte zu einer positiven Instrumentalisierung dieses Gefühls innerhalb der Gesellschaft nützen.

11. Literaturverzeichnis

Die Bibel nach der Übersetzung Martin Luthers in der revidierten Fassung von 1984, Stuttgart 1985.

Darwin C. (1986): Der Ausdruck der Gemütsbewegungen bei dem Menschen und den Tieren. Nördlingen.

Decher, F. (2005): Das gelbe Monster. Neid als philosophisches Problem. Springe: zu Klampen.

De la Mora, G.F. (1987) : Der gleichmacherische Neid. Berlin: Matthes & Seitz.

Evangelisches Gesangbuch, Ausgabe für die ev. Kirche von Kurhessen-Waldeck, Verlag Evangelischer Medienverband.

Frisch, M. (1985): Tagebuch 1946-1949. Frankfurt: Suhrkamp.

Frykman, J; Löfgren, O (1987): Culture Builders: A Historical Anthropology of Middle-Class Life: Historical Anthropology of Middle Class Life. New Brunswick, New Jersey: Rutgers University Press.

Girard, R. (1999): Das Heilige und die Gewalt. Zürich: Benzinger.

Haubl, R. (2001): Neidisch sind immer nur die anderen. Über die Unfähigkeit, zufrieden zu sein. München: C.H. Beck.

Hupka, R.B.; Zaleski, K.; Otto, J.; Reidl, L.; Tarabrina, N.V. (1996): Anger, envy, fear and jealousy as felt in the body: A five nation study. Cross-Cultural Research 30 (3).

Herzfeld, M. (1989): Anthropology Through the Looking-Glass: Critical Ethnography in the Margins of Europe. Cambridge: Cambridge University Press.

Homer (2007): Odyssee. München: Manesse.

Kant, I. (1977), Die Metaphysik der Sitten, Frankfurt am Main, Suhrkamp.

Kemper, P., Sonnenschein, U. (2002): Globalisierung im Alltag. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Kast, V. (2002): Neid und Eifersucht. München: Dtv.

Katz, J. (1999): How Emotions Work. Chicago: The University of Chicago Press.

Lelord, F.; Andre, C. (2008): Die Macht der Emotionen. und wie sie unseren Alltag bestimmen. München: Piper.

Lippke, O. (2006): Anatomie des Neides. Duisburg : WiKu.

Lippke, O. (1996) : Neid kriecht nicht in leere Scheunen : Über den Zusammenhang von Neid und Ausdrucksverstärkung zu sozialen Beziehungen. Regensburg: Roderer.

Metzger, R. (2005): „Kunst im Licht von Konkurrenz, Neid und Rivalität“ – Kunstforum International, Band 173.

Montague, B. (1852): The Works of Francis Bacon, Lord Chancellor of England. Philadelphia: A. Hart, late Carey & Hart.

Matt, S. J. (2002): Keeping Up with the Joneses, Envy in American Consumer Society. Pennsylvania: PennPress.

Neckel, S. (2000): Die Macht der Unterscheidung. Essays zur Kultursoziologie der modernen Gesellschaft. Frankfurt am Main: Campus Fachbuch.

Neckel, S. (2001): Deutschlands gelbe Galle. Eine kleine Wissenssoziologie des teutonischen Neides. In: Michel, K.M.; Karsunke, I. Spengler, T. (Hrsg.) (2001), Die Neidgesellschaft. Kursbuch, Heft 143. Berlin: Rowohlt Verlag GmbH, S.2-10.

- Nietzsche, F.(1900): Menschliches, Allzumenschliches: Ein Buch für freie Geister. Leipzig.
- Nikolaou, T. (1969): Der Neid bei Johannes Chrysostomos. Bonn: Bouvier.
- Orbach, S.; Eichenbaum, L (1994): Between Women: Love, Envy and Competition in Women´s Friendships. London: Arrow Books.
- Orwell, G. (2003): Animal Farm. Oststeinbek: Petersen.
- Otto, J.H., Euler, H.A., Mandl, H.(2000): Emotionspsychologie. Weinheim: Beltz PVU.
- Ranke-Heinemann, U. (2002) Nein und Amen. Mein Abschied vom traditionellen Christentum. München: Heyne.
- Rattner, J. (1998/99): Jahrbuch für verstehende Tiefenpsychologie und Kulturanalyse: Charakterstudien: Bd 18/19. 34-58. Berlin: Institut f. Tiefenpsychologie.
- Reddy, W. (2001): The Navigation of Feeling: A Framework for the History of Emotions. Cambridge: Cambridge University Press.
- Riehl, W.H. (1930): Die bürgerliche Gesellschaft. (Die Naturgeschichte des Volkes als Grundlage einer deutschen Sozialpolitik, 2. Band). Stuttgart: Cotta.
- Röhr, H.-P. (2005): Narzissmus. Das innere Gefängnis. München: dtv.
- Rosaldo, R.; Ina, J.X. (2007): The Anthropology of Globalization: A Reader. Oxford: Blackwell Publishing.
- Rosenkranz, K., Schubert, F.W. (1838): Immanuel Kant´s sämtliche Werke. Leipzig: Voss.
- Schilling, H. (2003): Kleinbürger. Mentalität und Lebensstil. Frankfurt am Main: Campus.
- Schmidt-Atzert, L. (1995): Lehrbuch der Emotionspsychologie. Stuttgart: Kohlhammer.
- Schoeck, H. (1974): Der Neid und die Gesellschaft. Freiburg: Herder.
- Schön, M. (2007): Medizinische Psychologie und Soziologie. Berlin: Springer.
- Schroeder, J. (2003): Neid. Das Gefühl im Hinterhalt. In: GEO, 7.
- Sennett, R. (2002): Die Kultur des neuen Kapitalismus. Berlin: Berlin.

Sieveke, F.G. (1980): Aristoteles 2. Buch der Rhetorik, München: Fink.

Stearns, P.; Lewis, J. (1998): Emotional History of the United States (History of Emotions). New York: N.Y. University Press.

Tesser, A. (1988): Toward a Self-Evaluation Maintenance Model of Social Behaviour. In: Advances in Experimental Social Psychology, 21, 181-227.

Theologische Realenzyklopädie (2006). Berlin: de Gruyter.

Veyne, P. (1988): Brot und Spiele. Frankfurt: Campus.

Elektronische Quellen:

Chip Online, (Zugriff am 25.1.2008): <http://blog.chip.de/chiplog/apple-air-wie-schlank-darf-ein-notebook-sein-20080122>.

Wikipedia, (Zugriff: 28. Januar 2008): <http://de.wikipedia.org/wiki/Neid>.

Bildnachweis:

Abb. 1: Giotto, Invidia, (um 1305), Fresko in der Arenakapelle in Padua

Abb. 2: Ebay: Screenshot. (Zugriff am 15.2.2008)

12. Anhang

12.1. Neid – wie definieren sie diesen Begriff?

1. In Negation einer Definition: Neid kommt dann nicht auf, wenn keiner sich hervortun, jeder das gleiche sein und haben will (nach Sigmund Freud).

2. siehe Wikipedia

3. Neid ist eine Form der Unzufriedenheit mit diversen materiellen und immateriellen Sachverhalten, u. a. mit der eigenen Person, dem eigenen Leben, fehlenden Vermögensgegenständen, fehlenden sozialen Kontakten, fehlenden Statussymbolen, fehlender Liebe, fehlendem Glück, fehlender Zufriedenheit. Neid entsteht, wenn man nicht glücklich und zufrieden mit sich ist, man ist dann auf alles, was andere angeblich besitzen, neidisch und gönnt es diesen nicht. Menschen, die intelligent und selbstbewusst sind, sind meiner Ansicht nach weniger neidisch, da diese angespornt werden, Dinge auf die sie ggf. neidisch sind, selbst zu erreichen.

4. Ein Gemisch aus den Gefühlen eigener Unzulänglichkeit und dem Wunsch nach (subjektiver) Vollkommenheit.

5. Neid ist ein Affekt oder Gefühl eines menschlichen Individuums. Er ist die affektive Reaktion auf eine wahrgenommene Differenz bezüglich eines Besitzes. Darum braucht Neid zu seiner Entstehung stets ein menschliches Gegenüber. Solch ein Besitz kann materieller Natur sein (Geld, Immobilien, Schmuck, Auto

u.v.a.m.) oder immaterieller Natur (Schönheit, Erfolg, Fähigkeiten, Begabungen u.v.a.m.). Entscheidend ist, dass der Besitz zu einem Gradmesser des Wertes der eigenen Person geworden ist; d. h. man definiert sich und seinen Wert über den Besitz eines solchen Gutes. Man empfindet das Weniger-Besitzen als Werturteil über die eigene Person, z. B.: „Weil ich weniger verdiene als XY, empfinde ich mich als weniger wert; ich empfinde mich XY gegenüber als zurückgesetzt.“ Neid ist kein Gegenstand des allgemeinen Rechtes oder des politischen Lebens. Dies wäre die Ungerechtigkeit. Spätestens seit der Französischen Revolution ist Gleichheit (Égalité) ein gesellschaftlich anerkanntes Gut und somit Bestandteil mancher Verfassungen. Allerdings bezieht sie sich nur auf bestimmte Bereiche (gleiches Wahlrecht; gleicher Verdienst für gleiche Arbeit; Chancengleichheit). „Gerechte Verteilung von Gütern“ ist darum Gegenstand mancher Parteiprogramme; „Recht auf gleiche Schönheit oder Begabung“ bliebe ein persönlicher Wunsch(traum). Aus Neid können böse Handlungen folgen. Kain war neidisch darauf, dass das Opfer seines Bruders Abel bei Gott wohlgefällig zu sein schien, denn dessen Rauch war aufgestiegen. Daraufhin erschlug Kain den Abel. Wenn an so früher Stelle in der Bibel diese archetypische Geschichte vom Neid auftaucht, bedeutet dies mit Sicherheit, dass die Schreiber der Bibel den Neid als ein wesentliches menschliches Problem ansahen, aus dem immer wieder Leid und Verbrechen erwachsen ist. Neidgefühle richten sich letztlich gegen die eigene Person. Sie manifestieren sich in vielen Fällen sogar in Ausstrahlung und Aussehen („neidzerfressen“ – „grün vor Neid“).

6. Missgunst und etwas auch besitzen wollen gegenüber anderen Menschen. Er kann sich auf Materielles oder Emotionales beziehen!

7. Neid ist eine besonders ausgeprägte Form eines Wunsches, der nicht ohne großen Aufwand erfüllbar ist. Das Neidempfinden, oder der stark ausgeprägte Wunsch, kann sich auf soziale oder materielle Errungenschaften einer Gesellschaft, eines Staates, einer Personengruppe oder einer Person beziehen. Er kann sich gegen Charaktereigenschaften, Verhaltensweisen einer Person oder deren Geschlecht, Hautfarbe, Herkunft, Religion, deren gesellschaftlichen bzw. sozialen Status richten. Neid ist in seiner ausgeprägten Form durch Missgunst gekennzeichnet und kann sich auch in Hass gegen die benannten Gruppen richten. Der Wunsch, sich ebensolchen Status oder materieller Sicherheit etc. zu erfreuen, ist meist unerfüllbar und kann sich für dessen Erfüllung durchaus auch in z.B. Beschaffungskriminalität äußern oder als Aggression gegen die Gesellschaft, die Personengruppe, den Staat oder die Person richten. Neid äußert sich im Regelfall gegen z.B. eine andere Gruppierung, gesellschaftliche Schicht, ohne die eigene Situation (der neidischen Person oder Gruppe) aufgeschlossen zu reflektieren, zu überdenken und um objektiv die eigene Situation zu bewerten. – Toleranz, Charakterstärke, Selbstgenügsamkeit und Wertschätzung kann einem Neidgedanken entgegenwirken.

8. Jemanden die Gunst entziehen, weil er über Dinge oder Eigenschaften verfügt, die man selber gerne hätte bzw. entbehrt.

9. Neid ist das Bestreben danach, unglücklich über all das zu sein, was man hat, danach zu streben, was man nie bekommen kann und dabei zu vergessen, was zu erreichen möglich wäre.

10. Das Phänomen ist mir nicht bekannt, und ich meide Leute mir grüner Gesichtsfarbe.

11. ‚Neid‘ ist das Missgönnen von Positivem und Erstrebenswertem im persönlichen Umfeld.

12. Ist ein Gefühl das einen Mangel ausdrückt (unabhängig ob es „objektiv“ einen Mangel gibt, sozusagen ein „erlebter Mangel“). Neid bzw. das Gefühl entsteht erst im Vergleich mit anderen.

13. Ein Gefühl von Missgunst: Jemandem eine Eigenschaft, Sache oder Lebenssituation nicht gönnen, da man sie selbst gerne besäße. M.E. spiegelt sich im Neid eine Unzufriedenheit mit dem eigenen Leben. Man neidet anderen das, was einem selbst fehlt; wo man ein Defizit hat. Ein schwaches Selbstwertgefühl und/oder fehlende Anerkennung begünstigen die Empfindung „Neid“. Im Korintherbrief heißt es „wer liebt ist nicht taktlos“ analog würde ich sagen: wer liebt ist nicht neidisch, sondern freut am Glück des Anderen.

14. Neid ist die schmerzliche Empfindung, die man verspürt, wenn man bemerkt, dass ein anderer irgendetwas, ob nun materiell oder immateriell, besitzt, was man selbst entbehrt, aber gerne hätte. Neid ist somit die Bewusstwerdung der eigenen Unzulänglichkeit im Vergleich mit anderen Personen.

15. Gefühl der Unzufriedenheit mit Teilen des eigenen Lebens im Vergleich mit anderen Personen, die über Eigenschaften oder Besitz verfügen, die man auch gerne hätte. Nicht gebunden an Abneigung gegenüber diesen Personen, kann aber aus einem solchen Gefühl resultieren. Erzeugt aber immer ein schlechtes/unangenehmes Gefühl beim Neider/der Neiderin, auch wenn man die andere Person "eigentlich" mag. Gefühl der Unzulänglichkeit, auch Traurigkeit, nicht unbedingt immer aggressiv.

16.

12.2. Gibt es gesellschaftliche Schichten bzw. Bereiche, in denen, Neid eine besondere Verbreitung findet oder Ausprägung hat?

1. Es gibt sicherlich unterschiedliche Neidkulturen, in denen der Neid graduelle Unterschiede aufweist, in Abhängigkeit von Erziehung, die wiederum in einem bestimmten gesellschaftlichen Umfeld stattfindet(z. B. gilt im Christentum der Neid als eine der Hauptsünden).

2. Wenn man der Werbung glauben schenkt, dann gibt es Neid in allen gesellschaftlichen Schichten, angefangen beim einfachen Arbeiter, der seine Elektrogeräte irgendwo billig einkauft, über den Bankkunden, mein Haus, mein Auto, meine Pferdepflegerin, bis hin zum Luxuskonsumenten, der sich den Neid anderer pur in Parfumflaschen kaufen kann, Gucci-Envy. Oder ist alles nur eine Farce? Nicht umsonst ist Gucci eine der meistkopierten Marken der Welt und wird auch in Ghettos stolz herumgetragen auch wenn nur als Kappe oder Gürtel, egal, Hauptsache G, Hauptsache Ghetto. In der oberen Gesellschaftsschicht spielt die Werbung mit dem Neid wie mit einem unartigen Kind. Eine Frau reißt einer anderen die Handtasche weg (Aigner), eine andere sitzt auf einem Sofa ganz grün vor Neid auf ein Kleid ihrer Freundin.

3. Neid ist in allen gesellschaftlichen Schichten verbreitet. Es gibt keine Zweiklassengesellschaft des Neides. Reiche und Arme sind gleichermaßen neidisch, nur eben auf niedrigerem bzw. höherem Niveau bzgl. der Dinge, die sie anderen nicht gönnen.

Z.B. die Filmschauspielerin ist neidisch, dass die andere Schauspielerin eine bessere Rolle bekommen hat und einen jüngeren Freund hat. Der Bauarbeiter ist auf seinen Nachbar neidisch, da er einen Porsche fährt. Neid wird meiner Meinung nach in der Boulevardpresse und in den Klatschzeitschriften stark thematisiert und geschürt, da dort alles sehr schön gemalt wird und der Neidfaktor hier offensichtlich dem Leser vorgeführt wird.

4. Nach meiner Einschätzung ist Neid umso ausgeprägter, je wohlhabender die Menschen einer Schicht sind.

5. In vermutlich allen ethischen Systemen wird Neid negativ bewertet. So sind sicherlich das 9. und 10. Gebot (Du sollst nicht begehren deines Nächsten Haus. – Du sollst nicht Begehren deines nächsten Weib, Knecht, Magd, Vieh oder alles was sein ist) im größeren Rahmen der Abwehr von Neid zu sehen.

Je höher der Grad der Gesittung einer Gesellschaftsschicht ist, um so weniger wird die Äußerung von Neid gutgeheißen.

Nur: Wenn man Neidgefühle nicht offen zum Ausdruck bringt, heißt das noch lange nicht, dass diese nicht vorhanden wären.

Darum glaube ich, dass Neid zunächst mal eine allgemeine menschliche Eigenschaft ist und in jeder Gesellschaftsschicht gleichermaßen vorkommt.

6. Nein - wobei es schwer zu beurteilen ist, da sich die Gesellschaft selbst selektiert.

7. Neid wird sich in allen Gesellschaften, gesellschaftlichen Schichten und Strukturen, Personen oder Personengruppen mehr oder weniger stark ausgeprägt finden. Es stellt sich die Frage, inwieweit z.B. asketische Glaubensgemeinschaften (asiatische Mönchskulturen) einem Neidempfinden erliegen. Neid würde wohl dann nicht auftreten, sobald die neidische Person sich mit ihrer spezifischen Situation abgefunden hat und erkennt, einen anderen Stand nicht erreichen zu können.

Dann kann sich Neid in einen Wunsch verwandeln dem besser/einfacher zu begegnen ist, und die Person weniger heftig umtreibt. Das gilt z.B. für materiell notleidende oder in einer fest strukturierten Gesellschaftsform eingefügten Menschen, die sich ihr Leben entsprechend eingerichtet haben (z.B. indisches Kastenwesen). – Neid wird häufiger in Gesellschaften mit stark sozialem Gefälle auftreten, und hier sicher eher bei den Menschen, die sich am unteren Rand des Gefälles befinden. Neid wird dann in Gesellschaften auftreten, wenn die Kenntnis um die jeweiligen Unterschiede und die sich daraus ergebenden Möglichkeiten und Vorteile vorhanden ist. Eine aufgeklärte Gesellschaft setzt dann ein entsprechend „aufgeklärtes“ Mitglied dieser Gesellschaft voraus. – Falls die Gesellschaft die Hoffnung verloren hat, einen entsprechenden „Stand“ oder „Status“ zu erreichen um das Neidempfinden zu reduzieren, wird unweigerlich ein Aufbegehren der jeweiligen gesellschaftlichen Personengruppen bzw. Einzelpersonen eintreten.

8. Ja, je höher die gesellschaftliche Schicht, desto verbreiteter.

9. Neid ist schichtenlos. Wer nicht neidisch auf Besitztümer materieller Art ist, neidet dem Nächsten Glück oder Liebe...oder die Tatsache, dass dieser neidlos zufrieden scheint.

10. Ich hatte mal eine Beziehung mit einem Borderliner, der kam deutlich definierbar aus der Unterschicht, und aus Offenbach. Ich glaube bei ihm war das

ein ganz großes Thema. Mag sein, dass die Unterschicht über Neid unbekümmerter spricht weil moralische Werte nicht vermittelt wurden.

11. Es ist sicherlich arg verkürzt, wenn man die These aufstellt, ‚Neid‘ sei in den unteren Bevölkerungsschichten ausgeprägter als in den gut situierten. Dennoch denke ich, dass Neid vor allem dort entsteht, wo sich Menschen ungerecht ‚entlohnt‘ fühlen – sei es im monetären Sinn oder auch im geistigen Wert ihres Schaffens. Auch mangelnde Anerkennung kann zu Neidsituationen führen. Oder im Arbeitsumfeld, wenn Kollege XY befördert wird und man dies nicht nachvollziehen kann.

Der Sach-Neid ist meiner Meinung nach ausgeprägter und deutlicher als persönlicher Neid. Denn die persönliche Ebene setzt ja einen gewissen Anspruch voraus dem man (evtl. nicht) gerecht wird, einen Anspruch im persönlichen Umgang, in Lebensentwürfen oder ähnlichem. Ein Sach-Neid hingegen ist klar definiert; sei es die Automarke, die Kleidung o.ä. die man sich nicht leisten kann.

12. Ein Mensch kann auf viele verschiedene Dinge / Bereiche neidisch sein, an erster Stelle: Geld, Status, dabei ist zu unterscheiden, ob es ein genereller Neid auf einen Bereich ist oder ob der Neid personenbezogen ist. Aber auch auf die Gesundheit eines anderen kann man neidisch sein (Mangel an Gesundheit = Krankheit) oder eine kinderlose Frau ist neidisch auf alle anderen Frauen die Kinder haben.

Neid wird in allen Schichten vorkommen, denn es wird immer etwas geben, was man nicht hat, wo man einen subjektiven Mangel erlebt, unabhängig vom objektiven Mangel. Die unteren gesellschaftlichen Schichten haben objektiv weniger Geld und Gegenstände (Möbel, Kleidung, etc.) und daher könnte die Wahrscheinlichkeit, einen Mangel zu erleben, größer sein. Aber nicht jeder ist neidisch, selbst wenn ein objektiver Mangel besteht. Im Vergleich zu den mittleren oder oberen gesellschaftlichen Schichten müssten die unteren neidischer sein als die anderen Schichten (mehr objektiver Mangel), dies ist vermutlich aber nicht der Fall. Auffällig ist, dass besonders die, die bereits viele Güter (jeglicher Art) besitzen, noch mehr wollen, daher auch einen subjektiven Mangel erleben und neidisch sind.

Ähnlich mit „Geiz“, die Reichen sind nicht großzügiger als die Armen (obwohl sie mehr Geld haben), oft erlebt man es, dass gerade die, die wenig haben im Verhältnis viel mehr geben/verschenken als die Reichen.

13. Meine erste Reaktion: Ich denke, dass Neid in den unteren Gesellschaftsschichten (in Deutschland) stärker verbreitet ist. Weil dort die Diskrepanz zwischen dem eigenen Lebensstandard und dem der „Schönen und Reichen“ am stärksten gefühlt wird, besonders wenn erkannt wird, dass ein gesellschaftlicher Aufstieg für einen persönlich nicht möglich ist. Dass es andere besser haben als man selbst - und in ihren Augen weniger dafür tun müssen oder es nicht verdient haben - wird als ungerecht empfunden - was sich in zerkratzten oder (wie in Frankreich brennenden) Autos niederschlägt. M.E. spielt Neid immer eine Rolle in der Auseinandersetzung mit der nächst höheren Gesellschaftsschicht, bzw. den Personen, mit denen man sich misst bzw. gerne auf einer Stufe stehen würde. Wenn ich weiter überlege, denke ich, Neid kommt vielleicht gerade in höheren Schichten bei Personen, die stark materiell denken (für die Statussymbole eine große Bedeutung haben) vermehrt vor. Wenn man sich von seinesgleichen abgrenzen will – besser gestellt sein will als der Kollege, der Nachbar etc. dann neidet man alles was dieser mehr hat. Bsp.: Wenn man es als Katastrophe empfindet, wenn auf einem Empfang jemand das gleiche Kleid trägt (und es dieser Person auch noch besser steht!)

Möglicherweise ist Neid aber auch recht gleichmäßig verteilt in der Gesellschaft. Neid ist sehr subjektiv. Man neidet immer das, was einem fehlt (was man selbst

gerne hätte) – sieht aber nicht, die negativen Seiten, die dies mit sich bringt (viel Geld – wenig Freizeit oder Karriere aber keine glückliche Beziehung)

14. Neid gibt es meines Erachtens in jedem gesellschaftlichen Bereich, nur die Dinge, Eigenschaften oder Umstände, wegen denen Neid entsteht, sind unterschiedlich. Vielleicht ist aber Neid besonders in den gesellschaftlichen Schichten weiter verbreitet, in denen es auch wirklich was zu neiden gibt. Vor allem wenn es um Macht geht, ist ein gesteigertes Neidaufkommen durchaus vorstellbar.

15. Eventuell wäre dies eine zu starke Verallgemeinerung, auch da sich gesellschaftliche Bereiche schwer fassen lassen. Ich denke aber nicht, dass sich in einigen Gruppen mehr Neid findet als in anderen - schätzungsweise ist dieser in etwa gleich verteilt, findet möglicherweise aber in anderen Ausprägungen statt > in Bezug auf die Neidobjekte. Dies könnte sich beispielsweise je Berufsgruppe auf Fähigkeiten und Eigenschaften beziehen, die für die Ausführung des Berufs (oder sonstiger Tätigkeiten) vorteilhaft sind. Neid auf Reichtum ist wohl eine stark verbreitete Form, die vermutlich auch innerhalb der "reichen Gruppe" stattfindet, nur eben in größeren Dimensionen.

12.3. Man spricht gerne von einer deutschen „Neidkultur“ – hat der Begriff für Sie eine gewisse Tragweite oder ist er eine umgangssprachliche inhaltslose Floskel?

1. Die Antwort knüpft an die Frage II. an: Es gibt unterschiedliche Neidkulturen, d.h., wenn man als Ursache für Neid bestehende Unterschiede zwischen Menschen ausmacht, wird Neid dadurch vermieden, dass man das Entstehen von Unterschieden durch das Gesellschafts- und Wirtschaftssystem nicht zulässt, also z. B. Wettbewerb zwischen Menschen zum Übel erklärt: Sozialismus in einer radikalen Ausprägung.

2. Schließt sich direkt an die vorige Frage an, die Neidkultur ist aber in Deutschland eher so ausgeprägt, dass sie im Lokalen, im Kleinen, in der Nachbarschaft im Bekanntenkreis oder dem Arbeitsumfeld stattfindet, sich später dann auf die Politik überträgt, siehe die Reichensteuer. Was ich nicht habe, sollst Du auch nicht haben und wenn Du mehr hast als ich, sollst Du teuer dafür bezahlen. Darum werden Menschen, die erfolgreich sind und Kinder, die durch überdurchschnittliche Leistungen auffallen, immer so heftig beneidet und kritisiert. Dazu ein Spruch: Der Neid der Besitzlosen.

Die Neidkultur geht stark mit der Anlehnung an den Kommunismus einher, „Alle sind gleich“, schreien besonders die ganz laut, die nichts haben. Wir wollen alles gerecht verteilen, zu einem Einheitsbrei, bei dem es Nichts und Niemanden zu bewundern gibt, weil er etwas Besonderes geschaffen hat, eine besondere Gabe hat, oder ein freies selbstbestimmtes Leben führt. Der Fluch des Neides liegt hier in der Unfähigkeit, durch Leistung, Konsequenz und Durchhaltevermögen selbst etwas Großes auf die Beine zu stellen. Denn so ist es auch mit einer Begabung, ein hohes Maß an Fleiß ist dennoch immer notwendig. Tiger Woods, weltbesten

Golfer schlägt jeden Tag 7000 Bälle, wie fühlen Sie sich nach 4 Kästchen mit je 20 Bällen? Tiger schlägt 350 Kästchen Bälle am Tag – so wird man gut.

Kann also Neid nicht auch ein positives Gefühl sein, für den, der beneidet wird? Er sonnt sich dann im Licht seiner Neider. Es gibt noch ein wahres wichtiges Wort: „Neid muss man sich hart erkämpfen, Mitleid bekommt man geschenkt“.

Ist Neid nicht ganz eng verknüpft mit der Leistungsgesellschaft? Alles regelt sich über den Preis, was ziehst Du an, wohin gehst Du zum Essen, wo zum Sport? – Allein die Zugehörigkeit zu bestimmten Gruppen und Vereinen weckt den Neid vieler. Das fängt bei einem bestimmten Niveau an und geht bis zu allen erdenklichen Luxus-Clubs, wie Hotels, die man nur als Auserwählter und Mitglied besuchen darf.

Neid hängt eng mit Besitz zusammen. Neid auf Äußerlichkeiten vergeht mit der Zeit, in der die Schönheit eines Menschen verblüht. War eben das junge Mädchen mit den schönen Beinen noch ein Neidobjekt, so hat sie heute vom vielen Sport und Hungern ein verhärmtes und maskenhaftes Gesicht. Ist der junge Mann noch ein Adonis gewesen, hat er jetzt fast keine Haare mehr und einen Bauch. Neid auf Menschen vergeht mit der Zeit.

3. Habe den Begriff dt. Neidkultur noch nie gehört. Neid ist nicht regional anders. Neid ist ein globales Phänomen. Vielleicht kommt die Floskel daher, dass man auch sagt, die Deutschen wären besonders fleißig und ceteris paribus, dann auch besonders neidisch auf andere. Ich weiß es nicht!

4. Den Begriff habe ich zwar noch nicht gehört, kann damit aber etwas anfangen. Neid hat sicher auch immer etwas mit dem eigenen Selbstwertgefühl, Selbstbewusstsein und eigener Wertschätzung zu tun. Ein Volk, dem es aus nachvollziehbaren Gründen an Selbstwert mangelt, wird möglicherweise auch eher zu Neid tendieren - Wunsch nach (subjektiver) Vollkommenheit.

5. Mir ist der Begriff der „Neidkultur“ zwar aus den Medien nicht in greifbarer Erinnerung, aber er zeigt für mich, wie ein individuelles Gefühl zu einem allgemeinen Befinden gewisser Teile der Gesellschaft stilisiert wird. (Von wem eigentlich: Journalisten. Politikern, „Meinungsbildnern?“).

Wenn in unserer Gesellschaft Differenzen gespürt und als ungerecht empfunden werden – Lohnstruktur, Besteuerung, Sozialleistungen usw. –, so sollen diese Dinge objektiv untersucht und politisch auf möglichst objektiver Grundlage bearbeitet werden.

Wäre der Begriff eine inhaltlose Floskel, brauchte man ihn nicht; was ihn bedenklich erscheinen lässt, sind seine diffus beigemischten Gefühlsanteile, denn sie bergen ein beträchtliches demagogisches Potential.

Solch ein Begriff wie „Neidkultur“ sollte daher keine Tragweite bekommen. Ob er sie schon „hat“, kann ich nicht beurteilen. Der Bestandteil „-kultur“ stört mich, denn er will andeuten, dass Neidgefühle und ihr wie auch immer geartetes Ausagieren schon etwas gesellschaftlich Ritualisiertes und Akzeptiertes haben so wie die Esskultur.

6. Ja Neid ist auch sehr Deutsch. Wir sind im Sozialstaat aufgewachsen. Auch Theorien der Umverteilung von Vermögen haben unsere Missgunst beeinflusst. Staaten wie z.B. die USA ohne soziales Netz - jeder kann es schaffen - viele Reiche finanzieren soziale Projekte oder gemeinnützige Stiftungen- haben da sicher eine andere Einstellung.

7. Ich glaube nicht, dass eine ausgesprochen deutsche Neidkultur existiert. Das Phänomen wird es in jeder (westlichen) Gesellschaft geben, in der es Standesunterschiede und materielle Unterschiede gibt. Ich meine, dass der Begriff „Neidkultur“ sich wohl zumeist auf die reinen materiellen (z.B. Löhne,

Gehälter, Freizeit) Errungenschaften von Personen etc. bezieht. In anderen Zusammenhängen, wie z.B. unterschiedlich gute schulische Ausbildungsmöglichkeiten in den deutschen Bundesländern des föderalistischen Systems wurde der Begriff in der Vergangenheit nicht verwendet. Die Frage stellt sich, wer diese Kultur etablierte? Entstand sie durch wachsenden Wohlstand einzelner, durch die vom Wohlstand ausgeschlossener? Entstand sie durch Wohlhabende, die sich nach Einfachheit sehnten. Entstand sie durch theologisch/philosophisches Gedankengut, das eine wertschätzende Gesellschaft in einer umtriebigen, global agierenden Welt neidvoll wünscht? Und wenn ja, welche Gesellschaft sollte dann als Vorbild dienen, um diesen Gedanken zu verwirklichen um die Neidkultur zu minimieren? – Wenn aktuell von einer Neidkultur gesprochen wird, muss eine gesellschaftliche Veränderung eingetreten sein, in der, die sich darin befindenden Menschen einem Neidempfinden mehr als vorher nachkommen.

8. Aus meiner Sicht trifft die Bezeichnung zu.

9. Der Begriff „Neidkultur“ ist der Versuch, eine hässliche, sozial unerwünschte Charaktereigenschaft in eine Schablone zu pressen; die Last vom Einzelnen zu nehmen und vielmehr andere – alle – Werbung - „Gesellschaft“ dafür verantwortlich zu machen.

10. Die Deutschen leiden an Selbstunterschätzung und finden sich deshalb schnell Kacke, also auch neidisch.

11. Tendenziell wirken Deutsche auf Ausländer der umliegenden Länder vielleicht als Eigenbrödler. Sei es ein fehlendes und unterdrücktes Selbstbewusstsein als großartige Nation, die sich ihren Normen und Werten verpflichtet fühlt und in der Lage ist Großartiges zu leisten oder einfach die Tatsache, dass aus der Historie heraus die unterschiedlichen Teile Deutschlands einfach nicht unter einen großen Hut zu bringen sind.

Dieses von mir als ‚eigenbrödlerisch‘ benannte Verhalten hat zur Folge, dass dadurch ein Missgönnen des Erfolgs anderer hervorkommen kann, das es nicht gäbe, wenn man am Anderen partizipiert und ihm diesen Erfolg gönnt, ja sich sogar mit ihm freut.

12. Vereinfacht: Das Individuum zählt in unserer Gesellschaft mehr als das Team. Es wird zwischen dir und mir und zwischen deins und meins unterschieden, ein ständiger Vergleich fördert Neid

Gesellschaften die das Team und die Zusammenarbeit betonen und wertschätzen werden die „Güter“ jedes einzelnen als Gemeinschaftsgüter sehen und daher weniger Neid kennen.

Werbung, die einem ständig Mangel suggeriert, fördert Neid.

13. Ich glaube nicht, dass es in Deutschland eine besondere „Neidkultur“ gibt.

14. Die „deutsche Neidkultur“ – ein weit verbreitetes Schlagwort. Der Deutsche an sich ist ja bekannt für Disziplin, Pünktlichkeit und Qualität. Disziplin ist aber kein Selbstzweck, man ist vielmehr diszipliniert, weil man etwas erreichen will. Und warum will man etwas erreichen? Weil man neidisch ist. Der Begriff Neidkultur kam vor allem im Zusammenhang mit der Frage auf, ob man Reichtum öffentlich zur Schau stellen sollte oder doch lieber hinter hohen Mauern, am besten im Keller, genießen sollte, damit auch ja keiner neidisch wird. Und man kam zu dem Schluss, dass man fast überall in der Welt seinen Reichtum ungenierter zur Schau stellen könne als in Deutschland, weil hier Bescheidenheit ein wichtiges Gut sei. Neid gibt es auf der ganzen Welt und nicht

im besonderen Maße in Deutschland.

15. Hat für mich keine Bedeutung. Ich kann mir nicht vorstellen, welche Faktoren ausgerechnet in Deutschland dazu führen sollten, dass 82 Mio. Menschen im Durchschnitt neidischer sind als beispielsweise ihre Nachbarn (Franzosen, Österreicher, Polen...).

12.4. Was könnten Gründe sein, dass das Phänomen Neid bislang wenig Aufnahme in der Wissenschaft gefunden hat?

1. Das kann ich nicht beurteilen. Ich habe keinen Überblick zu diesem Diskurs.

2. Neid gehört zu den 7 Todsünden und damit will bekanntlich niemand etwas zu tun haben. Es haftet dem Begriff auch immer der Makel der niederen Beweggründe an – wie viel einfacher ist es doch sich mit dem Glück, der Freiheit u.a. Dingen zu beschäftigen und wie viel Literatur gibt es darüber? Neid kann auch zum Tod führen, wenn ein Neider durchdreht und den Beneideten, siehe Gianni Versace oder Jakob v. Metzler, umbringt.

Es ist eine seltsame Abhängigkeit von Neidern und Beneideten. Falls der Neider zu nahe an den Beneideten herankommt, gibt es für diesen eine Gefahr, warum sonst leben viele der Superreichen so besonders zurückgezogen (z.B. am Genfer See)? Angst um ihren Besitz und ihre Familie, natürlich neben den Steuervorteilen.

3. Neid spielt sich im Inneren eines Menschen – in seinen Gedanken - ab, er wird ganz selten verbal thematisiert. Niemand wird offen zugeben, dass er neidisch auf Andere ist. Neid ist ein Tabu-Thema. Neid suggeriert Schwäche und die zeigt niemand öffentlich. Neid kann nicht gemessen werden, es ist eine individuelle Empfindung. Neid-Tests gibt es 100%ig indirekt im Rahmen von Werbekampagnen/Produktkampagnen bei der Marktforschung z. B. würden sie das Produkt gerne kaufen, was suggeriert ihnen das Modell etc. Hier wird getestet, ob man auf die Reize neidisch reagiert. Neid ist generell gekoppelt mit „haben wollen“.

4. Vielleicht, weil der Begriff so unterschiedlich definiert wird, weil die Tragweite dessen, was Neid auslösen kann nicht bekannt ist, weil es ein schambesetztes Thema sein könnte.

5. Bezüglich einer wissenschaftlichen Untersuchung liegt vermutlich das Problem darin, dass sich der Begriff nicht ohne weiteres einer wissenschaftlichen Disziplin zuordnen lässt. Am ehesten ließe er sich vermutlich ansiedeln bei der Psychologie oder Soziologie.

Außerdem scheint Neid ja auf den ersten Blick kein weltbewegendes Thema zu sein, eine schlechte Angewohnheit allenfalls, aber keinesfalls geeignet für Schlagzeilen und ernstzunehmende Gesprächsrunden.

Einer Untersuchung wäre allerdings wert, wo der Neid – dieses kleine und kleinliche persönliche Gefühl – uneingestandene Triebfeder weitreichender Handlungen sein oder werden kann.

Aber: Wie wollte man so etwas untersuchen? Niemand wird zugestehen, dass Neid ihn bewegte, dies oder jenes in einem öffentlichen Zusammenhang zu tun; Neid wird sich stets verkleiden in ein gesellschaftlich akzeptiertes Gewand.

Psychoanalytiker mögen viel über Neid sagen können, denn allenfalls bei Ihnen werden Menschen ehrlich zu ihrem Neid stehen und darüber sprechen. Aber das

unterliegt mit gutem Grunde strenger Schweigepflicht. Früher hätten vielleicht auch Priester aus dem Beichtstuhl etwas über Neid zu berichten gehabt.

6. Er ist schwer messbar und geht sehr in die persönliche Wahrnehmung. Zudem könnte man mit den Erkenntnissen keinen Profit erzielen.

7. Mangelnde Resonanz beim „Publikum“! Eine wissenschaftliche Neiddiskussion würde z.B. die gesellschaftlichen Unterschiede sehr schnell zutage treten lassen, mit dem Ergebnis, dass etwas getan werden müsste um der Situation die Neid hervorruft zu begegnen – sonst wäre die wissenschaftliche Forschung nicht notwendig gewesen. – Kann Neid überhaupt vollständig, in allen seinen Ausprägungen, Hintergründen, „Sozialisierungen“ und Möglichkeiten einer Heilung beschrieben werden, oder ist es ein prinzipielles gesellschaftlich/persönliches Phänomen, dem nur mit sehr großem Aufwand ein entsprechendes wissenschaftliches Forum geboten werden kann? Evtl. hält die Wissenschaft es auch gar nicht für notwendig, genauer über Neid nachzudenken oder diesen Sachverhalt zu erforschen, wenngleich ich es als ein sehr wichtiges psychologisches/soziologisches Phänomen ansehe, dem nachzugehen ich durchaus eine Wichtigkeit beimessen würde.

8. Es gibt ebenso wenig Auseinandersetzungen mit Dummheit, Geiz u.a. Insofern halte ich das nicht für außergewöhnlich.

9. Neid ist eine unehrliche, eine lieblose Charaktereigenschaft, die keiner gerne trägt. Und doch weiß ein jeder was neidisch sein bedeutet - wie sich Neid anfühlt - weil ein jeder schon mal neidisch war. Doch was fällt schwerer als eigene Schwächen zu hinterfragen, ehrlich und möglichst objektiv zu analysieren?

10. Neid ist ja ein vergleichsweise schwaches Gefühl; und selbst ausgeprägte Neider werden aus Neid keine Depressionen bekommen.

11. keine Aussage

12. Hätte einer eine gute wissenschaftliche Arbeit über das Thema geschrieben, wären andere bestimmt neidisch ;) Dazu fällt mir spontan nichts ein, denn eigentlich werden negative Themen bevorzugt.

13. Möglicherweise liegt es daran, dass Neid eine sehr subjektive Empfindung ist. Es ist zwar ein soziales Phänomen, weil es auf eine andere Person (oder einen Personenkreis) gerichtet ist, bzw. durch diese ausgelöst wird, im Kern ist es jedoch ein psychologisches Phänomen. Das in negativer Korrelation zum Selbstwertgefühl/Selbstbewusstsein steht. Vielleicht gibt es mehr Studien über Eifersucht...

14. Weil alle viel zu sehr mit der Erforschung der Liebe beschäftigt sind.

15. Wusste nicht, dass es ein wenig erforschtes Phänomen ist. Evtl. weil es ein schwer fassbares Gefühl ist, das in unterschiedlicher Weise auftritt und empirisch schwer zu erfassen ist, evtl. auch oft in schwacher oder "unbewusster" Form auftritt und so nicht in vollem Umfang, z.B. durch Befragungen, zu erfassen ist. Ich vermute aber, dass die Psychologie und Gehirnforschung sich damit befassen.

12.5. Was kann eine Gesellschaft / was kann das Individuum tun, um Neid zu vermeiden?

1. Das ist sehr ähnlich zu den Fragen II und III: Ob man ihn vermeiden kann, wage ich zu bezweifeln. Er lässt sich allenfalls zähmen (siehe christliche Erziehung) oder aus dem Bewusstsein verdrängen bzw. sublimieren (Ruf nach "sozialer Gerechtigkeit").

2. In einer absoluten Leistungsgesellschaft, wie die USA es uns vorleben, kann jeder werden, was er will. Jeder Mensch ist auch nur in soweit neidisch, wie er auf den Nachbarn schießt – wie kann jemand auf Robbie Williams neidisch sein? Er ist nicht greifbar und viel zu weit weg. Die Gesellschaft tut bereits alles, um Neid zu vermeiden, zumindest fast alles, jedenfalls die Superreichen. Leben sie nicht zurückgezogen von der Regenbogenpresse und lassen nichts verlautbaren? Und doch dringt manches an die Öffentlichkeit, wie die Aldi-Brüder Albrecht, einer Nord, der andere Süd, beide haben einen eigenen Golfplatz, beide sind Absolventen der HSG – St. Gallen. Man sollte eine Untersuchung machen, woher sie kommen, all die Popstars und Sternchen und Superreichen und Schönen und sehen, ob es Gemeinsamkeiten gibt.

Was kann folgende Situation erreichen? Was anderes als Neid, ein mächtiger Wirtschaftsboss nimmt sich eine junge hübsche Geliebte oder Freundin, Liebe ist das nicht, im Spiel sind Macht, Neid und Geld – Neid ist auch ganz eng mit Macht verbunden, da werden Intrigen gesponnen und Netzwerke aufgebaut, in denen man sich gegenseitig ganz nach oben hilft – und kein Fremder wird je in solch ein Netz aufgenommen werden. Neid ist – „haben wollen“ – ohne wenn und aber.

Aber Neid ist auch „haben wollen“, ohne etwas dafür zu tun. Ich brauche auf den flachen Bauch durchtrainierter Sportler nicht neidisch zu sein, äße ich weniger und trainierte mehr wäre mein Bauch auch flach. Damit sind wir bei der Lösung der Neidfrage. Dort wo es Wissen gibt, gibt es keinen Neid, denn ich weiß ja, was ich tun muss, um dies oder das zu erreichen. Die Entbehrungen, die hinter einem Golfer wie Tiger Woods stehen, die geschundenen Füße einer Primaballerina, die Abende und Wochenenden, die der Wirtschaftsboss im Büro verbringt oder auf Reisen – das alles sieht keiner, nur den Ruhm, den Erfolg, den Glanz. Aber, wie gesagt, Neid muss man sich hart erkämpfen.

3. Einfach zufrieden mit sich sein, glücklich sein, Menschen Dinge gönnen, sich freuen, wenn andere etwas haben, was man noch nicht hat. Es positiv sehen. Neid macht unglücklich und man sieht es auch Menschen an, wenn sie ständig neidisch sind. Die Gesichtszüge sind vererbt und die Personen sehen i. d. R. total unfreundlich aus. Neid macht unschön und gibt einem eine negative Ausstrahlung/Aura. Anderen Dinge gönnen, macht glücklich und schön.

4. Das Selbstwertgefühl der Menschen stärken, die Menschen zu einem achtsamen, achtungsvollen Umgang miteinander erziehen, ethische Werte und Normen über materielle stellen, zu Demut und Nächstenliebe, Wertschätzung und Mitgefühl erziehen. Die „Vorteile“ eines solchen Lebenswandels spür- und erfahrbar machen.

5. Wenn ein Mensch lernen konnte, seinen persönlichen Wert nicht über die unter Punkt I. genannten Besitztümer zu definieren oder von anderen definieren zu lassen, braucht er nicht neidisch zu sein. Sein Gefühl für Ungerechtigkeit wird sogar umso feiner werden können, je weniger sein Denken und Gefühlen durch Neid beeinträchtigt ist. Selbstwertgefühle werden in der frühkindlichen

Entwicklung im Elternhaus und den ersten Beziehungssystemen angelegt oder eben nicht angelegt.

Gerade unter Geschwistern kann man frühzeitig lernen, nicht neidisch zu sein. Den Eltern kommt hier in zweierlei Hinsicht eine wichtige Rolle zu: Eltern müssen ihren Kindern gegenüber in all ihren Äußerungen der Zuwendung – materiellen und immateriellen – gerecht sein; Kinder müssen sich als geliebte Kinder erfahren können, deren Wert unabhängig von Dingen, Besitz und Eigenschaften ist. Für solch eine Erziehung kann eine Gesellschaft immer nur den Rahmen setzen.

Am Rande:

Es stört mich zu fragen: „Was kann eine Gesellschaft tun ...“

Wer ist das, „eine Gesellschaft“?

Man muss so etwas konkreter fassen: was können einzelne Personen, Politiker, Parteien, Verbände etc. tun? „Eine Gesellschaft“ kann gar nichts tun!

6. Ein ausgeprägtes Selbstbewusstsein und die Orientierung an den eigenen Stärken ist hilfreich. Neid kann jedoch auch motivieren und somit positiv wirken.

7. Eine wertschätzende, liberale, aufgeschlossene und tolerante Gesellschaft, mit führenden charismatischen Menschen und Persönlichkeiten, die diesen Gedanken in jeder Form vorleben, könnten beeinflussend auf das Individuum wirken. Hier sind die Kirchen, die Unternehmen, die meinungsbildenden Organe und Medien ebenso gefordert, wie die Regierung, die Familie und die prinzipielle ethische Gesinnung eines jeden Einzelnen. Es gilt hier nicht eine aufopfernde Haltung gegen jeden einzunehmen, sondern eher eine verständige und erklärende, die von jedem Mitglied der Gesellschaft seinen Einsatz fordert. Das gilt auch für z.B. ethnische, religiöse und gesellschaftliche Randgruppen. Ein Neid- oder Wunschkpotential wird es aber in jeder Gesellschafts- oder Lebensform geben. Zu eliminieren ist dieses Empfinden meines Erachtens nicht und wohnt wohl dem Menschen inne. - Hier ginge es einfach um die Verringerung einer vorhandenen Möglichkeit oder Situation.

8. Selbstzufriedenheit und Selbstbeschränkung lernen – ideelle vor materielle Dinge stellen.

9. Was Neid mindert ist Zufriedenheit - Zufriedenheit über das, was man erreicht hat - und das Streben nach Erfolg, Erfahrung und Glück aus eigenem Antrieb, nicht motiviert durch Neid. So wir Neid nicht zur Missgunst, sondern zum eigenen Ehrgeiz.

10. Je besser man Ursache und Wirkung erkennen kann, desto weniger stellt sich Neid ein. Warum sollte man auf einen schwer arbeitenden Menschen neidisch sein?

11. Neid am Arbeitsplatz (z.B. auf den Lohn oder die Beförderung von Kollegen) kann vermieden werden, wenn man transparente Strukturen für das Entlohnen und den Wert der Arbeit schafft. Aber eigentlich noch einfacher: wenn man von vornherein konsequente Vorgaben für das Erreichen bestimmter Ziele gibt. Willkür fördert Neid!

Im Persönlichen ist diese Frage schwer zu beantworten. Wenn man Neid verspürt auf etwas sollte man sich gleich überlegen, wie man selbst in der Lage ist dieses beneidenswerte zu erreichen. Vermutlich ist es am pragmatischsten, wenn man sich Situationen, in denen man wiederholt Neid empfindet, entzieht. Aber das löst natürlich nicht die Ursache.

12. Teamgeist stärken, ein „Wir“ statt die Trennung zwischen „dir“ und „mir“ bewusst machen, dass ein Vergleich die beste Strategie ist, um unglücklich zu werden oder zu sein! Fokuswechsel: Ressourcen- und Stärken-Gesellschaft anstelle mangelorientierter Gesellschaft, in der sich jeder selbst der nächste ist. Gesundes Selbstwertgefühl, „ich bin auch ohne materielle Güter ein liebenswerter Mensch“ fördert, damit man sich nicht „extern“ durch materielle Dinge Anerkennung und Bestätigung holen muss. Die Fähigkeit fördern, sich für andere freuen zu können! Die Fähigkeit fördern sich in andere hineinversetzen zu können (Standpunktwechsel)

13. Linke oder sozialdemokratische Politiker würden sagen: soziale Umverteilung, Chancengleichheit und freier Zugang zu Bildung; (Liberale: Leistung muss sich lohnen – transparente Belohnungsstrukturen) damit jeder die Chance hat, sich das erfüllen zu können, was er/sie anderen neidet (d.h. sich wünscht). Aber eigentlich kann die Gesellschaft nicht viel tun, es ist die eigene Einstellung, die entscheidet.

Buddhistische Mönche sind sicher nicht neidisch.

Das Individuum kann sich fragen, warum bin ich darauf neidisch? Warum gönne ich demjenigen dies nicht? Gönne ich es mir selbst nicht? Was kann ich tun, um zufrieden mit meinem Leben zu sein? Muss ich immer mehr haben? Muss ich mich mit anderen messen? Kann ich eine Person vielleicht als Vorbild nehmen? Markendruck und Prunksucht widerstehen.

14. Das Leben ist kein pädagogisch wertvoller Kuschelkreis. Neid ist meines Erachtens ein ursprüngliches und durchaus sinnvolles Gefühl des Menschen. Im Fokus der Betrachtung stehen vielfach nur die negativen Facetten des Neides, aber mit einer einseitigen Betrachtung von verkniffenen Menschen, die „grün vor Neid“ sind, bedient man Klischees. Neid ist auch Ansporn – mehr zu wissen, mehr zu haben, mehr zu bedeuten. „Neid muss man sich erarbeiten“ heißt es, der Wunsch, von anderen für seine Leistungen beneidet zu werden, ist ebenfalls eine Motivation für viele. Der Neid und die Suche nach einem Vorbild liegen vermutlich weitaus näher beieinander als man wahrhaben will.

Neid kann man nicht vermeiden. Menschen sind aus ganz unterschiedlichen Gründen neidisch auf Dinge, die gar nicht fassbar sind. Soll ich mir die Haare abschneiden, weil andere neidisch auf volles, glänzendes Haar sind? Soll ich schlecht recherchierte Aufsätze verfassen, damit andere nicht an meiner Brillanz verzweifeln? Nein.

15. Gegenfrage: sollte Neid unbedingt vermieden werden? Es steht zwar außer Frage, dass es ein Gefühl ist, das in unserer Gesellschaft als negativ, schlecht, böse eingeordnet ist und sicher auch zu negativen Handlungen führen kann (was schon vermieden werden sollte). In der Hinsicht kann man sagen, dass Neid vermieden werden sollte, um selbst zu einer friedlicheren und harmonischeren Gesellschaft beizutragen, was im Prinzip das Handlungsziel jedes Mitglieds sein sollte. Auf der anderen Seite würde ich nicht unbedingt sagen, dass das Gefühl an sich unterdrückt werden müsste. Die Frage ist, was das Individuum aus der Emotion macht - eine wenn auch idealistische Idee wäre, auf ein Neidgefühl hin mit sich selbst auszumachen, ob das Neidobjekt wirklich so erstrebenswert ist, ob das eigene Leben dann so viel besser wäre, ob man nicht aus der eigenen Situation/Eigenschaft auch genug Positives erlangen kann, oder wie man auf das Erstrebte hinarbeiten kann – sozusagen als positiver Ansporn.

12.6. Wann empfinden Sie Neid, worauf sind Sie neidisch?

1. Solange ich selbst das subjektive Gefühl habe, dass es mir gut geht, bin ich nicht neidisch. Außerdem halte ich es mit der Volksweisheit: Neid muss man sich erkämpfen, Mitleid bekommt man geschenkt.

2. Ganz persönlich bin ich auf wenig neidisch, wozu auch? Wenn ich die Mechanismen ergründen kann, wie ich bestimmte Dinge erreichen kann (und darin war ich immer gut), dann muss ich nun mehr tun – und komme dahin, wo ich will.

Echten Neid habe ich nur auf die Jugend, man kann nur auf das neidisch sein, was man nicht mehr erreichen kann – die Jugend, die Schönheit und Unschuld der Jugend, das Rad der Zeit können wir nicht zurück drehen, vielleicht der einzige Hebel, den ich nicht betätigen kann – alles andere ist machbar – wenn es denn wünschenswert ist. OK! Popstar will ich keiner werden und die beneide ich auch nicht. OK! Oberarzt in der Chirurgie wäre ich noch gerne geworden – aber das Leid der Menschen sehen? OK! Werde ich nicht.

Das Ziel jedes „Neidlosen“ sollte ein freies selbstbestimmtes und erfülltes Leben sein – dann gibt es nichts und Niemanden auf den man neidisch ist – aber es gibt sicher wieder Neider – die wird es immer geben.

3. Auf materielle Dinge bin ich nicht neidisch, die machen nicht glücklich. Ich bin von Neidgefühlen manchmal erfasst, wenn ich mich unglücklich und alleine fühle, d. h. dann frage ich mich, warum ich keinen Freund/keinen Mann/keine Kinder etc. habe. Dann denke ich wieder nach und sage mir, alles sieht i. d. R. bei Beziehungen oberflächlich perfekt aus und was weiß ich, welchen Stress die Leute zuhause haben und dann ist es vorbei.

4. Wenn ich sehe, dass ca. 2km von mir entfernt die Sonne scheint und auf meinem Balkon regnet es. Wenn ich Menschen erlebe, die ich als weise beschreiben würde und ich mich Lichtjahre von diesem Zustand entfernt wähne.

5. Diese Frage möchte ich in diesem Rahmen nicht offen beantworten. Und mit einer ausweichenden oder gelogenen Antwort ist niemandem gedient.

Nur so viel: Selbstverständlich kenne ich Neidgefühle. Ich versuche sie zu bearbeiten, denn sie richten sich letzten Endes gegen mich selbst.

6. Auf emotionale Werte wie z.B. Familienglück, auf Menschen ohne Gewichtsprobleme.

7. Es gibt nur einige wenige Punkte, die mich mit Neid erfüllen könnten. Ich kenne einige Wünsche, die ich mir gern erfüllen würde, die ich aber nicht als Neid einstufen würde, da sie mich nicht näher beschäftigen. Diese Wünsche beruhen aber nicht auf einem Neidempfinden.

Neid empfinde ich gegenüber Personen, die sich in einer Weise darstellen, dass sie nicht angreifbar sind, sei es durch entsprechendes Auftreten oder ausgefeilter Rhetorik und gegenüber Personen die scheinbar problemlos überzeugen (sprachlich und argumentativ) können. Das Neidempfinden ist sicher vorhanden, jedoch ist fraglich, ob diese Art der Eigendarstellung in meinen Charakterzug passt und es sich daher evtl. nur auch um einen vordergründigen Wunsch handelt.

8. Wenn Menschen Dinge hochprofessionell beherrschen, die ich auch gerne beherrschen würde. Es gibt auch sporadisch Neid auf „schöne“ Menschen.

9. Auf Personen, die keinen Neid (zu) empfinden (scheinen).

10. Also bei weißen, gut sitzenden Prada Lederjäckchen frage ich mich einen Moment, warum ich so was nicht besitze. Aber die Begeisterung über den Stil des Besitzers tröstet mich über alles hinweg. Auf den Sportwagen meines Nachbarn.

11. Neid ist vielleicht der falsche Ausdruck: mich ärgert, dass ich mir in meiner Branche, in der ich mich bewege, nicht den Lebensstandard leisten kann (augenblicklich), den ich anstrebe. Aber wie gesagt: mich ärgert die Tatsache viel mehr, dass die Branche ihre Mitarbeiter so schlecht entlohnt für den meiner Meinung nach hohen Wert der zu leistenden Arbeit. Aber ich ‚neide‘ meinem befreundeten Investment-Banker seinen Porsche nicht!

12. Ich denke jeder erwischt sich ab und zu dabei, dass man auf jemanden oder auf etwas neidisch ist (d.h. man kann auf materielle Dinge neidisch sein oder auch auf Fähigkeiten eines anderen) oder dass man jemandem etwas nicht gönnt. Das negative Gefühl verstärkt sich bspw. wenn der andere selbst nichts zum Erfolg/Gelingen beigetragen hat (Gefühl der Unfairness) oder wenn ich es aus eigenen Kräften nicht schaffe, dies zu erreichen, entsteht ein Gefühl der Hilflosigkeit und Kontrollverlust, neg. Gefühle entstehen und dies verstärkt Neid und gipfelt evtl. in Hass. In einer schlechten Stimmung empfindet man mehr Neid (generell verstärken sich negativen Emotionen und Gedanken) als in schönen Situationen/guter Stimmung.

13. Ich bin sehr selten neidisch. Wenn, dann meistens wenn jemand mit weniger Aufwand den gleichen oder einen besseren Ertrag erzielt als ich. Oder wenn es jemanden einfach „zufällt“ und ich mich dafür sehr anstrengen muss. Manchmal machen mich Leute neidisch, die sehr viel und schnell lesen und Texte schreiben können – das würde ich auch gerne können.

14. Ich gebe es zu, ich bin auf allerlei Dinge neidisch. Vielleicht nicht immer bewusst. Vielleicht ist ein „das hätte ich auch gern“ auch schon Ausdruck von Neid? Neidisch bin ich den Lebenswandel anderer, auf die Frau, die irgendwas Besonderes haben muss, sonst hätte sie mir nicht die Liebe meines Lebens abspenstig machen können, auf diejenigen, die vielmehr wissen als ich. Auch profane Dinge können zuweilen den Neidhimmel in mir aufkommen lassen. Ein Kleid, ein Auto, eine Handtasche, ein Haus. Aber ich kann auch gönnen.

15. Bin manchmal neidisch auf Besitz wie Geld, Objekte (die mit eben diesem Geld erworben werden können, z.B. Wohnungen, Kleidung, Möbel, Reisen, die Möglichkeiten/Freiheiten, die einem Geld bietet, generell), gelegentlich auch Glück (im Sinne von Zufall) anderer, manchmal auf Eigenschaften anderer, die ich nicht habe (oder denke, dass ich sie nicht habe?), z.B. Eloquenz, Wissen, Schlagfertigkeit, die Fähigkeit, sicher vor vielen Menschen sprechen zu können, öfters auf schlanke, sportliche Personen. Es tritt nicht jedes Mal Neid auf beim Kontakt mit diesen Dingen, und wenn, dann unterschiedlich stark und lange. Evtl. ist dies abhängig von meiner Laune, meinem momentanen Selbstwertgefühl.

12.7. Neid beeinflusst Konsum, wie stark fällt Ihnen das beim Einkauf / in der Werbung auf und wie?

1. Neid erwächst aus bestehenden Unterschieden (s. Frage II.), Somit kann Neid zur Triebfeder von Leistung werden: Ich will meinen Nachbarn übertreffen und das geschieht mit dem Kauf von Statussymbolen, also über den Konsum.

2. Keine Antwort

3. Wer auf materielle Dinge neidisch ist, versucht sich diese zu ersparen und wird sich irgendwann diese Dinge kaufen, dies beeinflusst natürlich das Konsumverhalten. Die Werbung schürt Neid, um das Gefühl „must have“ um jeden Preis zu wecken. Das, was man nicht haben kann, will man besonders gerne haben. So werden Limited-editions bei Luxuslabels z. B. bei Handtaschen erstellt, nur wenige Stars haben dann diese Taschen und jeder will sie haben und bekommt sie nicht. So entsteht ein gewollter Neidfaktor – eine Verknappung des must-have-Products. Eine andere These: Konsum generiert Neid. Was wäre, wenn wir alle dieselben Dinge konsumieren, könnten wir dann auf die Konsumgüter überhaupt neidisch sein? Wir würden dann alle in denselben Uniformen rumlaufen, dieselben Dinge essen etc. Der einzige Unterschied wäre unser „nacktes“ Aussehen und unsere Verhaltensmuster, die uns von anderen unterscheiden und uns zum Neidobjekt anderer machen könnten.

4. Ich empfinde den durch geschürten Neid entstehenden Kaufdruck als unangenehm und muss mich stets wieder daran erinnern, was ich alle NICHT benötige, nachdem ich ständig damit, mit all dem, was ich scheinbar benötige, um vor Freunden und Bekannten zu bestehen, konfrontiert werde. Ich brauche immer wieder eine Rückbesinnung darauf, was ich wirklich benötige, und dass ich das i.d.R. nicht durch materielle Güter bekomme.

5. Mein persönliches Konsumverhalten wird nicht mehr von Neid beeinflusst. Wie sich das bei anderen verhält, darüber möchte ich keine Aussage machen, denn es wäre nutzlose Spekulation.

6. Meinen Konsum beeinflusst es nicht. Ich lege Wert auf Individualität. In der Werbung wird eine Beeinflussung versucht, indem alles Traumidealen der jeweiligen Zielgruppe entspricht z.B. tolle Kinder-schöne Menschen- hübsches Haus usw.

7. In der Werbung werden den Konsumenten im Regelfall Steigerungen von Produkten angeboten, die das Altprodukt eben „alt“ oder unbrauchbar erscheinen lassen und damit evtl. seinen sozialen Status oder sein persönliches Wohlbefinden schmälern. Die Werbung steigert den Wunsch entsprechend günstiger, markenorientiert, gesünder einzukaufen um nicht nur vor der eigenen Person das eigene Verhalten zu rechtfertigen sondern auch vor dem Nachbarn, und liefert zugleich auch die Gründe mit. Ein „keeping-up-with-the-Joneses“⁹⁶ ist immer noch tief verwurzelt und wird durch die Werbung verstärkt unterstützt. Schneller, größer, besser, weiter, stärker, schöner (Schönheitsideale, Pflegeserien, Autos) Billiger, gesünder, weißer, reiner, geschmacklich reicher, sicherer, einfacher, sauberer (Nahrungsmittel, Waschmittel, Zigaretten) Markenbindung, Markenorientierung, Image.

Eine andere Art von Neid könnte auch die Definition des Selbst über entsprechende Artikel sein um sich „adäquat“ zu präsentieren. Einerseits um bei anderen Personen ein Neidgefühl zu wecken, zum anderen um ein eigenes Neidempfinden durch den Kauf zu minimieren. Dieses Verhalten macht sich m.E.

⁹⁶ Matt, S. J. (2002), Keeping Up with the Joneses, Envy in American Consumer Society, Pennsylvania

auch die Werbung zu Nutzen und weckt Bedürfnisse die teilweise der beworbenen Person bis dahin sogar unbekannt waren.

8. Das Markenbewusstsein spielt eine – wenn auch untergeordnete – Rolle.

9. keine Aussage

10. Ich tauche nicht in den Zielgruppen der Werber auf. Pseudo-elitäre Vorstellungen und Bilder, die für Kleinbürger geschaffen werden, denen beim Betrachten von „Mon Cherie“ Werbung ein Gefühl von exklusiven Süd-Frankreich aufkommt, kann ich nicht teilen. Ikea-Slogans als Lebensweisheiten sind mir ebenfalls fern.

11. Werbung arbeitet mit dem Mittel des Neidens vor allem bei hochpreisigen Produkten, deren Besitz ein ‚dazugehören‘ vermitteln. Das ist ärgerlich und wird beim kritisch denkenden Menschen nicht auf fruchtbaren Boden treffen.

12. Das Ziel der Werbung besteht darin, ein subjektives Mangelgefühl bei der Zielperson zu erzeugen (siehe Def.). Es werden immer neue Mängel „erfunden“... Mangel an z.B. elektronischen „Luxus-Artikeln (Dinge die die Welt eigentlich nicht braucht werden einem schmackhaft gemacht). Artikel werden emotional mit positiven Gefühlen verbunden/assoziiert, Gesundheit / Schönheit / Jugendlichkeit, ... Interessant erscheint der Zusammenhang (wenn es denn einen gibt) zwischen Neid und Geiz. In der Werbung wird es konsumfördernd eingesetzt „Geiz ist geil!“ Sie haben es geschafft (unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Lage) eine negative Eigenschaft positiv zu vermarkten, da die Zielgruppe primär finanziell motivierbar ist. Früher war das Image dominierend „was teuer ist, hat hohe Qualität“.

13. Werbung suggeriert, bestimmte Dinge gäben einem ein bestimmtes (Lebens-)Gefühl und man müsse alles haben. Mich beeindruckt das wenig. Ich habe keine Tasche von XY und ich bin glücklich.

Weitere Überlegungen: Es stellt sich mir die Frage, ob das Phänomen Neid stärker bei Frauen oder Männern ausgeprägt ist. Intuitiv würde ich sagen, bei den Frauen, aber das führe ich darauf zurück, dass Frauen eher darüber reden oder man es ihnen leichter anmerkt. Ich kenne aber auch Männer, die auf Statussymbole ihrer Kollegen oder auf den neuen Partner ihrer Ex-Freundin neidisch sind.

14. Werbung spielt gerne mit dem Faktor Neid. Da sieht man hochattraktive Menschen, die aussagen, dass sie nur so wunderschön, erfolgreich und glücklich sind weil sie den neuen Putenaufschnitt essen, alle anderen mit ihrem wunderbaren Parfüm betören und abends mit total coolen Freunden in der tollsten Bar der Stadt Bier aus goldenen Flaschen trinken. Und ganz tief im Herzen, auch wenn man es gar nicht wahrhaben will, da wissen wir, dass wir auch so sein wollen, und wenn die Werbestrategen alles richtig gemacht haben, dann essen wir abends vor dem Fernseher Putenaufschnitt und trinken das Feierabendbier neuerdings aus goldenen Flaschen.

Und wenn ich einkaufen gehe, dann kaufe ich mir natürlich auch die Kleidung, in der ich gut aussehe, in der ich anderen gefalle und die im besten Fall auch noch Neid bei anderen Frauen auslöst. So ist das. Unbewusst bedenkt man bei einer Vielzahl seiner Handlungen auch, wie man andere neidisch machen kann.

15. Ist schon stark mit der Werbung verbunden bzw. die Werbung arbeitet mit dem Neidgefühl. Das Produkt wird als Teil eines schönen, leichten Lebens dargestellt. Will ich auch! Auch wenn man mit einem zweiten Gedanken alleine

darauf kommt (und eigentlich weiß), dass mit dem Produkt nicht alles anders wird. Ist einem dann aber oft egal.

Erklärung

Hiermit bestätige ich, dass vorliegende Arbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt sowie die Stellen der Arbeit, die anderen Werken dem Wortlaut oder dem Sinn nach entnommen sind, durch Angabe der Quellen kenntlich gemacht wurden.

(Ferdinand-Maximilian Schluessler)

Dietzenbach, den 29.Februar 2008

Curriculum Vitae

Persönliche Daten

Ferdinand-Maximilian Schluessler
Seeweg 6
63128 Dietzenbach

privat: +49-6074-692293
mobil: +49-177-8138712
E-Mail: ferdimax@gmx.de

Geboren: 12.01.1981 / Hanau
Staatsangehörigkeit: deutsch
Familienstand: ledig
Eltern: Ernst und Andrea-Gabriele Schluessler
Geschwister: Paul und Tom-Martin Schluessler

Ausbildung

Schule

1988-1991 Anton-Calaminus Grundschule, Gründau Rothenbergen
1991-1999 Grimmelshausen Gymnasium, Gelnhausen
2000 Abitur

Hochschulstudium

Seit 2001 Kulturanthropologie / Europäische Ethnologie, Kunstgeschichte und Jura an der
Johann-Wolfgang-Goethe Universität, Frankfurt am Main
auf den Abschluss Magister Artium
2004 Zwischenprüfung Note 1,0

Musikalische Ausbildung

Seit 1998 Fach Klavier an Dr. Hochs Konservatorium, Frankfurt am Main

Sprecherische Ausbildung

Seit 2007 Hessischer Rundfunk, Anne Georgio (Chefsprecherzieherin)

Praktika und Studienreisen

09-11 2005 Hospitanz beim ZDF in der Redaktion 3sat Kulturzeit
- Recherchieren und Erstellen von Filmbeiträgen
- Selbstständiges Texten und Schneiden von Reportagen

11-12 2005 Redaktionspraktikum bei der Zeitungsgruppe Offenbach Post
- Recherchieren und Erstellen von Text- und Bildbeiträgen
- Gestaltung und Planung der täglichen Seiten

07-09 2005 Studien und Forschungsreise „Ostdeutschland“
07-10 2004 Studienreise Spanien u. Portugal
06-09 2003 Studienreise Italien
05-10 2000 privater Sprachaufenthalt in Gloucestershire, England

Berufliche Tätigkeiten

seit 02-2007	Gabriele Eick, Executive Communications Assistent der Geschäftsleitung
2005-2007	GK Unternehmens- und Personalberatung GmbH, Frankfurt am Main freiberuflicher Mitarbeiter
seit 2005	Offenbach Post freie Mitarbeit als Lokalredakteur
2005	A&B Events, Rösrath Event- und Projektleiter
2002-2004	Agentur MVS, Gehrden Kundenbetreuer
11-12 2002	Schweizer Nationalversicherung, Frankfurt am Main Verwaltungspraktikum
1998-2001	Agentur F.I.P., Wiesbaden freiberufliche Tätigkeit als Veranstaltungsleiter

Sprachkenntnisse

Deutsch	muttersprachlich
Englisch	fließend
Französisch	gut
Italienisch	Grundkenntnisse
Latein	

Kulturelles Engagement

- Patronatsverein der Stadt Frankfurt am Main, Sektion Oper
- Benvenuto Cellini-Gesellschaft e.V.
- Leo-Club Frankfurt Kaiserstadt
- Freunde der Schirn Kunsthalle
- Freunde des Museums für Moderne Kunst, Frankfurt am Main

Sonstige Interessen

- Oper
- Schwimmen, Reiten
- Literatur des 19. Jahrhunderts im Aufbruch zur Moderne
- Architektur