

# Wenn die Waren Namen tragen

Der schöne Schein der Dinge kann selbst Gebrauchswert sein

»1000 Dinge brauchen Liebe / 1000 Dinge wollen glücklich sein«, singt der Liedermacher Funny van Dannen und erzählt vom Telefon Helga, das Gespräche so eklig findet. Aber eigentlich geht es in der Warenwelt ja nicht um die Befindlichkeiten der Dinge selbst (obwohl, wer weiß?), sondern um die der Produzenten

mie, wie sie bis heute dominiere. Das Buch zitiert an vielen Stellen einen der Hauptkritiker, den Philosophen Wolfgang Fritz Haug. In seiner »Kritik der Warenästhetik« aus dem Jahr 1971 sagt Haug, dass an die Stelle des realen Gebrauchswerts Suggestion trete. Die Hersteller erzeugten »Triebunruhe«, und Waren seien häufig nur schöner »Schein, auf den man hereinfällt«.

Drügh und andere Autoren plädieren für einen zwar kritischen, aber auch differenzierten Zugang zur Warenästhetik. Für viele Konsumkritiker sei »alles, was als Ware gehandelt und daher vom Verkäufer möglichst attraktiv inszeniert wird, von vornherein ein Produkt der Täuschung«, so der Karlsruher Kultur- und Kunstwissenschaftler Wolfgang Ullrich. »Dass diese als Form der Illusion, ja als Fiktion für den Käufer eigenen Wert haben könnte«, käme diesen Kritikern nicht »in den Sinn«.

Ullrich spricht von dem »Fiktionswert« einer Ware. Mittels dieser Eigenschaft »können sogar alltägliche Produkte, die sonst über ihren Gebrauchswert definiert werden, dazu dienen, einzelne Tätigkeiten, Situationen oder Erfahrungen zu interpretieren, zu verfremden, zu verklären, mit zusätzlicher Bedeutung aufzuladen«. Mit Socken, die Hochleistung versprechen, läuft man vielleicht wirklich schneller. Und ein Duschgel mit dem »Flair einer Südseereise« ist für die einen tatsächlich entspannend. Andere wiederum »werden ihre Stärke gerade damit beweisen wollen, dass sie auf die vielen Fiktionen und Placeboeffekte verzichten«. Je stärker Produkte mit Sinn aufgeladen seien, desto interessanter werde es auch, sich »zu beweisen, dass man ohne diesen Sinn existieren kann«.

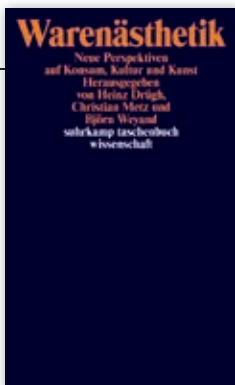
Welche Folgen aber hätte diese Askese? Für die israelische Soziologin Eva Illouz wird der Konsum von einem »unbarmherzigen ökonomischen Motor angetrieben und spricht doch die empfindlichsten Schlupfwinkel unserer Seele an«. Die Emotionen, die im Spiel sind, wenn wir konsumieren, seien ambivalent zu bewerten. Sie führten einerseits zu einer Art Zerstreung und vielleicht

sogar Verwirrung, weil das konsumierende Subjekt nie alle seine Wünsche erfüllen könne und stets weitergetrieben werde. Andererseits sei es aber auch nicht von der Hand zu weisen, dass moderne Individualität sich kaum noch ausprägen könne, ohne sich dabei zu einem gewissen Teil auch über die Aneignung käuflicher Güter zu definieren.

»Wie man es dreht und wendet: Den Ambivalenzen der Warenästhetik ist nicht zu entkommen«, konstatiert Heinz Drügh, der auch wissenschaftlicher Leiter einer Veranstaltungsreihe zur Warenästhetik am Forschungskolleg Humanwissenschaften war, bei der im Sommer 2011 Wolfgang Ullrich und Eva Illouz zu den Vortragenden gehörten.

Bei dem Buch hat Drügh zwei Mitherausgeber an der Seite: Der Literatur- und Kulturwissenschaftler Björn Weyand – bis 2010 in Frankfurt, jetzt in Magdeburg – zeigt in seinem Beitrag, dass Warenästhetik schon weit vor dem Aufkommen der Popliteratur inhaltlichen und formalen Einfluss auf literarische Texte hatte. Und Christian Metz, wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Deutsche Literatur und ihre Didaktik, analysiert eine aktuelle Liebeserzählung, in der »Konsumkultur und Warenästhetik absolut unübersehbar« sind. Das von Metz wegen seines Wechselspiels »zwischen den Registern Ökonomie, Liebe und Literatur« gelobte Buch sei freilich nichts für jene, »die Warenästhetik strikt aus ihrem Leben herausfiltern« wollten. Und überhaupt müsste man sich dazu, so Metz, »wohl allerhand Vermeidungsstrategien und -tricks einfallen lassen, derart präsent sind die warenästhetischen Phänomene in unserer Alltagskultur«.

Eine Strategie bestünde vielleicht darin, den »1000 Dingen«, von denen Funny van Dannen singt, die von ihnen geforderte (und von Warientheoretikern beobachtete) Liebe und Aufmerksamkeit zu verweigern. – Aber es soll nachher keiner sagen, er habe es nicht gewollt ... »Die Sachen sagen leise, seid bitte fair / Sonst hau'n wir alle ab und Euer Leben wird sehr schwer!«



Heinz Drügh, Christian Metz, Björn Weyand (Hrsg.)

## Warenästhetik Neue Perspektiven auf Konsum, Kultur und Kunst

Suhrkamp Verlag,  
Berlin 2011  
ISBN 978-3-518-29564-9  
409 Seiten, 15 Euro.

und Konsumenten. Die Dinge sind in diesem Dreieck zunächst einmal nur Dinge: Sie haben einen Gebrauchswert, man kann zum Beispiel mit ihnen telefonieren. Doch dann gibt es noch ihre spezifische Ästhetik samt schönem Schein und Markenversprechen. Diese »Warenästhetik« ist Thema einer gleichnamigen Aufsatzsammlung, mitherausgegeben und umfassend eingeleitet von Heinz Drügh, Professor für Neuere deutsche Literatur und Ästhetik an der Goethe-Universität.

Der Untertitel sagt, was das Buch bieten will: »Neue Perspektiven auf Konsum, Kultur und Kunst«. Die Beschäftigung mit Waren unter ästhetischen Gesichtspunkten werde aus einer herkömmlichen Perspektive eher in der Rolle eines »Schmuddelkinds« gesehen, so Drügh. Denn wenn sich eine Ästhetik ökonomisch funktionalisieren lasse, dann widerspreche das jener Vorstellung von Kunst als einer Domäne der Autono-

Der Rezensent

**Bernd Frye**, ist Referent für Wissenschaftskommunikation am Forschungskolleg Humanwissenschaften und für den Exzellenzcluster »Die Herausbildung normativer Ordnungen«. Für Forschung Frankfurt schreibt er regelmäßig über geistes- und sozialwissenschaftliche Themen.



## TAGEN AM FORSCHUNGSKOLLEG HUMANWISSENSCHAFTEN

**Ein Ort für Ihre Veranstaltungen im Bereich Bildung und Wissenschaft  
in Bad Homburg vor der Höhe**

Die Distanz und gleichzeitige Nähe des Kollegs zu Frankfurt am Main und zur Goethe-Universität sowie seine ruhige Lage im Park der Villa Reimers bieten einen besonderen Rahmen sowohl für Arbeitskreise und Klausurtagungen als auch für Empfänge, Vorträge, Lesungen und internationale Konferenzen. Vereinbaren Sie Ihre persönliche Führung durch das Forschungskolleg Humanwissenschaften der Goethe-Universität.

### Tagungsräume

In den Konferenzräumen können Veranstaltungen mit bis zu 60 Teilnehmern durchgeführt werden. Für Tagungen mit bis zu 120 Personen steht der Vortragsraum zur Verfügung. Das stilvolle Ambiente des großen Salons der Villa Reimers bietet zudem die Möglichkeit, Diskussionsrunden und Besprechungen in einem eher informellen Rahmen auszurichten.

### Service

Natürlich stellt das Kolleg modernste Veranstaltungstechnik bereit. Die Veranstaltungen werden durch ein Tagungsbüro unterstützt. Auch Übernachtungsmöglichkeiten in benachbarten Hotels können gerne vermittelt werden. Individuelle Serviceleistungen stehen in Absprache mit den Veranstaltern zur Verfügung.

### Module

Die Konferenzräume können tageweise oder halbtags gebucht werden. Bei Tagesveranstaltungen kann zwischen dem Angebot eines Buffets oder dem Servieren warmer Gerichte gewählt werden.

[www.forschungskolleg-humanwissenschaften.de](http://www.forschungskolleg-humanwissenschaften.de) | [info@forschungskolleg-humanwissenschaften.de](mailto:info@forschungskolleg-humanwissenschaften.de) | Telefon 06172/139770

