

Falko Schmieder: VERBRAUCHER

zflprojekte.de/zfl-blog/2018/12/10/falko-schmieder-verbraucher

ZfL

10/12/2018

Das Wort ›Verbraucher‹ hat einen vertrauten Klang und erfreut sich besonders in Form verschiedener Komposita wie ›Verbraucherschutz‹ oder ›Verbraucherpolitik‹ großer Wertschätzung. Seit dem Jahr 2001 gibt es sogar ein Bundesministerium, das das Wort im Titel trägt. Abgeleitet ist es vom Verb ›verbrauchen‹. Es scheint damit verwurzelt in einem anthropologischen Grundtatbestand, denn der Mensch ist nun einmal, als gesellschaftliches Naturwesen, auf den Verbrauch bestimmter Dinge angewiesen. Allerdings ist bereits das Verb ›verbrauchen‹ keineswegs so selbstverständlich, wie es zunächst scheint.[1]

Wer vom Verbrauchen redet, abstrahiert nämlich schon von den konkreten Formen und Zwecken der Aneignung der Dinge und stellt allein den Aspekt des Verlusts oder Endes ihrer Brauchbarkeit heraus. Dazu passt es, dass das Wort ›verbrauchen‹ oft zur Beschreibung elementarer Erhaltungsvorgänge verwendet wird: wir verbrauchen Energie, Sauerstoff, Nahrung, Rohstoffe. Auf dieser Ebene stellen wir uns semantisch den Motoren gleich, für die wir dieselbe Vokabel verwenden, wenn wir danach fragen, wie viel Benzin sie verbrauchen – oder, salopp: wie viel Sprit sie fressen. Wohin die Reise geht und ob der Fraß auch schmeckt, ist unter dem Label des Verbrauchens gleichgültig.

Auch der Blick auf den Komplementärausdruck des Gebrauchs zeigt, dass es sich beim Verb ›verbrauchen‹ um eine Schwundform handelt. Eine weitere Reduktion wird vollzogen, wenn aus ihm das Substantiv ›Verbraucher‹ abgeleitet wird. Anhand der gängigen Unterscheidung von Gebrauchs- und Verbrauchsgütern lässt sich das verdeutlichen. Im Vergleich zu den Gebrauchsgütern ist der Anteil der Verbrauchsgüter, also der Dinge, die zum unmittelbaren Verzehr zur Erhaltung der Existenz bestimmt sind, sehr gering. Wenn nun der Mensch als Verbraucher angesprochen wird, dann wird gerade diese elementare Erhaltungsfunktion totalisiert und zur Wesensbestimmung aufgebläht. Was umgekehrt heißt: Im ›Verbraucher‹ ist der Mensch als kulturelles Wesen ausgelöscht. Wie ist es dazu gekommen?

Zur Bizarrerie des Verbrauchers gehört, dass seine Konjunktur gerade in jene Zeit gravierender Veränderungen der kapitalistischen Produktionsweise fällt, die Soziologen als Übergang vom Industrie- zum Konsumkapitalismus fassen. Nicht Mangel also, sondern Überfluss steht am Beginn seiner Karriere. Sie basiert auf Methoden der Massenproduktion, durch die sich das schon im 19. Jahrhundert bekannte Problem der Überproduktion drastisch verschärft hat. Als Reaktion darauf entstanden in den 1920er Jahren die moderne Werbung sowie neue Formen des *human engineering*. Der Kunde und die Kundin wurden zum Objekt systematischer Beforschung und Bearbeitung. Das Ziel war die Erzeugung eines neuen Sozialcharakters, der die anschwellenden Warenberge absorbieren sollte. Charakteristika dieser neuen Sozialmodellierung waren griffige Slogans zur Kaufstimulation, die Ridikülisierung dauerhafter Dingbeziehungen sowie der Einsatz tiefenpsychologischer Methoden. Unter dem Wachstums- und

Innovationszwang verwandelten sich immer mehr Dinge von Gebrauchsgütern in Verbrauchsgüter. Dazu passt es, dass der gängige ökonomische Maßstab des Bruttonationaleinkommens eine schnelle Zerstörung von Waren gegenüber einer längerfristigen Nutzung privilegiert. Der Verbraucher entpuppt sich damit als ökonomische Charaktermaske, als Wirtschaftsmotor und Schwungrad des Verwertungsprozesses. Eine Welt, die seinem Begriff vollkommen entspräche, wäre eine Wegwerfwelt, in der Gebrauchen und Verbrauchen zur Deckung kommen. Der Verbraucher ist der von der Welt abgefallene Mensch, der Abfallmensch, der die Welt in einen Müllberg verwandelt.

Dass der Begriff des Verbrauchers an die Grundlagen menschlicher Existenz rührt, aber nicht im Sinne einer anthropologischen Konstante, sondern im Sinne eines dezidiert gesellschaftlichen Problems, zeigt sich an der sogenannten ökologischen Krise. Der Aufstieg des Verbraucherbegriffs war eng geknüpft an das Schlagwort der Wohlstandsgesellschaft. Kaum eine Verbrauchergeneration später war dann aber bereits von der globalen Gefährdung der Überlebensbedingungen der Menschheit die Rede. Vertreter von Emanzipationsbewegungen prägten Begriffe wie Konsumterror oder Brandrodungswirtschaft, um den Zusammenhang von Verbraucherwirtschaft und (Natur-)Zerstörung zu reflektieren. Der Verbraucher musste unter diesen Vorzeichen nachbearbeitet, gewissermaßen reflexiv modernisiert werden. Es entstanden staatliche und außerstaatliche Institutionen der Für- und Vorsorge, des Schutzes, der Beratung und Betreuung, und mit ihnen neue Bezeichnungen wie der kritische, der mündige, der selbstbestimmte oder der ökologiebewusste Verbraucher. Diese neuen Verbraucherleitbilder sind nicht zuletzt auch eine Antwort auf Industrieskandale, an denen der Status menschlicher Bedürfnisse in der Profitwirtschaft ablesbar ist. Die Politik bekennt diesen Status ein, wenn die Forderung erhoben wird, die Wirtschaft müsse wieder in den Dienst des Menschen gestellt werden. Man möchte fragen, wann denn die Wirtschaft zuletzt in diesem Dienst gestanden hat. Wenn die Institution des Verbraucherschutzes die Interessen der Einzelnen gegenüber der Industrie vertritt, dann schreibt sie zugleich den Menschen in der Rolle des Verbrauchers fest. Der mündige Verbraucher aber ist ein Widerspruch in sich, das Wunschbild einer Ökonomie, die permanent wachsen und zugleich nachhaltig sein soll.

Komplementär zur Arglosigkeit seines alltäglichen Gebrauchs ist auch frappierend, dass es den Begriff ›Verbraucher‹ überhaupt noch gibt und dass er nicht längst von den PR-Strategen und politischen Newspeakern abgeschrieben wurde, weil er zu viel über das herrschende Sozial- und Weltverhältnis verraten könnte. So ist es jüngst dem Begriff des Lagers ergangen, an dessen Stelle Euphemismen wie Transitzone, Begrüßungszentrum oder Hotspot getreten sind. Der Begriff des Verbrauchers ist ein Denkmal für ein Problem, das im Zeichen des Anthropozäns verschärft zu Leibe rückt. Wenn es geschliffen und ersetzt wird, dann wird das, was nachfolgt, vielleicht nur mehr Sprachschrott sein, leere Worthülsen, Plastikworte ohne Geschichte, die keine Realität und Erfahrung mehr transportieren. Deshalb gehört der Begriff des Verbrauchers, solange Menschen unter seinem Namen und in staatlicher Obhut ein ruinöses Unwesen treiben, auf die Goldwaage – als Signum für eine Epoche, der es auf der Stirn geschrieben steht, dass sie ein historischer Sonderfall ist. Den Verbraucher im Genießer aufzuheben – wäre das nicht ein schönes Gesellschaftsprojekt? »Auf dem Wasser liegen und friedlich in den

Himmel schauen, sein, sonst nichts, ohne alle weitere Bestimmung und Erfüllung« – so hatte sich Theodor W. Adorno einmal die erfüllte Utopie vorgestellt. Aktuell dagegen scheint es so, dass die Verbraucher sich in den Hamsterrädern der Konkurrenzökonomie selbst zu verbrauchen beginnen, wie die zeittypische Diagnose des Burn-out anzeigt.

Der Kulturwissenschaftler Falko Schmieder arbeitet im ZfL-Forschungsprojekt »Theorie und Konzept einer interdisziplinären Begriffsgeschichte«. 2016 erschien von ihm und Ernst Müller bei Suhrkamp »Begriffsgeschichte und historische Semantik. Ein kritisches Kompendium«.

[1] Der Text entstand für die Veranstaltung *Wörter schlafen nicht. Essays, Gespräche, Performances*, die am 29. und 30. November 2018 im Literarischen Colloquium Berlin stattgefunden hat, und wurde erstmals veröffentlicht in: *Wörter schlafen nicht. Essays*, hg. v. Literarisches Colloquium Berlin, 2018, S. 40–43. Er wurde für den ZfL-Blog geringfügig gekürzt.

VORGESCHLAGENE ZITIERWEISE: Falko Schmieder: Verbraucher, in: ZfL BLOG, 10.12.2018, [<https://www.zflprojekte.de/zfl-blog/2018/12/10/falko-schmieder-verbraucher/>].

DOI: <https://doi.org/10.13151/zfl-blog/20181210-01>