

Gerhard Scherhorn

Die Unersättlichkeit der Bedürfnisse und der kalte Stern der Knappheit⁺

Wissenschaftliche Begriffe erhalten ihre Bedeutung von dem theoretischen Zusammenhang, in dem sie verwendet werden. Die umgangssprachliche Bedeutung eines Begriffs deckt sich nur selten mit der wissenschaftlichen. Der Zusammenhang der drei Begriffe in meinem Thema gehört der Konsumtheorie und der Wachstumstheorie an. In beiden wird unterstellt, daß es für die Bedürfnisse von Konsumenten, die zur Nachfrage nach Wirtschaftsgütern führen, prinzipiell keine Sättigung gibt, weil immer wieder neue Bedürfnisse auftreten. Daher kann zwar die Nachfrage nach einzelnen Gütern stagnieren oder zurückgehen, doch braucht man nicht damit zu rechnen, daß die Güternachfrage insgesamt jemals gesättigt sein wird.

Das ist mit dem Begriff der *Unersättlichkeit* gemeint. Damit ist zugleich auch schon festgelegt, wie der Begriff *Bedürfnisse* verstanden werden soll, nämlich im Sinne von Wünschen nach materiellen Gütern, also nach Sachgütern oder Dienstleistungen, die von Anbietern an Nachfrager verkauft werden, sodaß ein Umsatz, eine Wertschöpfung, ein Einkommen entsteht. Es geht also um materielle Güter. In den älteren Modellen der Konsumtheorie stellte man sich vor, daß die Bedürfnisse der Konsumenten unmittelbar auf materielle Güter gerichtet seien und durch diese befriedigt würden. In den neueren Modellen nach Lancaster und Becker wird die Befriedigung mit Hilfe materieller Güter von den Konsumenten selbst produziert, entsteht also aus deren eigenen Aktivitäten. Die materiellen Güter haben dabei die Funktion von Produktionsmitteln. Doch auch für diese gilt unverändert die Annahme, daß die Nachfrage nach ihnen wie in der Vergangenheit so auch in Zukunft immer weiter zunehmen wird, weil weder dem Auftreten neuer Bedürfnisse noch der Produktivitätssteigerung der Haushaltsproduktion eine Grenze gesetzt ist.

Diese Annahme wird in der Wirtschaftswissenschaft heute umstandslos vorausgesetzt. Man betrachtet die menschlichen Bedürfnisse ebenso wie den technischen Fortschritt ohne weitere Untersuchung als prinzipiell unbegrenzt, als sei das so

⁺ Erscheint in: B. Biervert & M. Held (Hrsg.). *Das Naturverständnis der Ökonomik*. Frankfurt: Campus 1994, S. 224 - 240.



selbstverständlich naturgegeben, daß tieferes Nachdenken darüber trivial wäre. Aber die selbstverständlichen Annahmen haben sich nicht selten als heimliche Wertungen erwiesen. So ist es auch mit dieser. Bei genauerem Hinsehen zeigt sich, daß sie den Blick auf die negative Seite des Wirtschaftswachstums - die progressive Zunahme der Kosten des Wohlstands - verstellt und so dazu beiträgt, das Nachdenken über ethische Grenzen der Bereicherung und bewußte Steuerung der Wohlstandsverteilung zu suspendieren.

1. Eine Frage der Logik

Was sind das für zusätzliche Güter, von denen man annimmt, daß die Wünsche der Menschen sich ihnen zuwenden werden, wenn die bisherigen erfüllt sind? Man denkt dabei ja nicht an beliebige, überflüssige, unattraktive Güter. Man stellt sich Güter vor, die den Wünschen der Konsumenten entgegenkommen, brauchbar und ansprechend sind und in irgendeiner Weise an den vorhandenen Gütern oder Problemen anknüpfen. Kurz: Sie müssen als attraktive Güter definiert sein, sonst wäre es nicht logisch, anzunehmen, daß die Wünsche sich ihnen zuwenden werden.

Warum sollten Menschen ein attraktives Gut ausschlagen, das sich zu einem Zeitpunkt anbietet, an dem die bisherigen Güterwünsche erfüllt sind? Dafür gibt es nach der ökonomischen Logik einen, und nur einen Grund: Da der Erwerb oder Gebrauch eines Gutes stets mit Aufwendungen oder Einbußen verbunden ist, wird man überlegen, ob diese durch die Vorteile des Gutes hinreichend aufgewogen werden. Wenn das nicht zu erwarten ist, wird man auf das Gut verzichten. Fallen aber die Aufwendungen oder Einbußen nicht so sehr ins Gewicht, so wird man sich für das Gut entscheiden.

Mit anderen Worten: Wenn eine Mehrung des Wohlstands *keine nennenswerten Kosten verursacht*, dann ist es eine Sache der Logik, daß kein Mensch sie ausschlagen wird. Denn jeder würde es dann ganz fraglos besser finden, ein zusätzliches attraktives Gut zu haben als es nicht zu haben. Also kann es als ein allgemeines Prinzip gelten, daß die auf materielle Güter gerichteten Bedürfnisse potentiell unersättlich sind.

Dieses Prinzip hat die Form einer stets wahren Aussage, einer Tautologie. Denn die definitorische Festlegung, daß ein zusätzliches materielles Gut attraktiv und



kostenlos ist, enthält bereits die Folgerung, daß es begehrt wird. Die Aussage, daß ein Gut nicht begehrt wird, wäre nach dieser Festlegung nur dann widerspruchsfrei, wenn die potentiellen Nachfrager entweder das Gut nicht attraktiv genug fänden oder wenn ihnen die Kosten zu hoch wären.

Zugleich haben wir in dem Prinzip aber auch eine Information darüber, welche Bedingungen gegeben sein müssen, damit aus der Definition dessen, was die Unersättlichkeit der Bedürfnisse bedeutet, die *empirisch gültige* Feststellung wird, die menschlichen Bedürfnisse seien tatsächlich unersättlich. Und damit bin ich bei der Frage, die ich in diesem Beitrag untersuchen will: Worauf beruht die subjektive Gewißheit vieler Ökonomen, die Unersättlichkeit sei eine Naturkonstante des menschlichen Verhaltens, auf die man sich in Überlegungen über das Wirtschaftswachstum so fest verlassen könne, daß genauere Untersuchungen sich erübrigten?

2. Die feindliche Knappheit

Von selbst versteht sich das jedenfalls nicht. Denn in der Realität verursacht die Mehrung des Wohlstands Kosten, die verfügbaren Mittel aber sind begrenzt. Wir haben nicht beliebig viel Geld, nicht beliebig viel Zeit und Kraft, und auch die natürliche Mitwelt ist nicht beliebig belastbar. Also ist es die *Knappheit der Mittel*, die der Nachfrage nach zusätzlichen materiellen Gütern Grenzen setzt. Von der Knappheit der Mittel für materielle Güter gehen Restriktionen aus, die für die ökonomische Analyse, zumal des Konsumverhaltens, schon dann von zentraler Bedeutung sind, wenn unter Mitteln allein das Einkommen betrachtet wird.

So hat BECKER nachgewiesen, daß die wichtigste Gesetzmäßigkeit der mikroökonomischen Theorie, das Gesetz der Nachfrage, schon aus der Wirkung der *Budgetrestriktionen* erklärt werden kann (1962): Weil die finanziellen Mittel der Konsumenten begrenzt sind, wird von einem Marktgut im allgemeinen umso mehr gekauft, je niedriger der Preis, und umso weniger, je höher der Preis. Stellt man auch die Knappheit der für materielle Güter *verfügbaren Zeit* und *psychischen Energie* sowie die begrenzte Beanspruchbarkeit der *natürlichen Mitwelt* in Rechnung, so müßte erst recht gelten, daß von einem materiellen Gut im allgemeinen umso weniger nachgefragt werden kann, je mehr knappe Mittel dafür insgesamt aufgewendet werden müssen, d. h. je höher die Kosten sind.



Doch im Theorem der Unersättlichkeit erscheint die restriktive Kraft der Knappheit dadurch gezähmt, daß es im Zeitablauf gelingt, die Grenzen hinauszuschieben. Wettbewerb und technischer Fortschritt steigern die Menge und Qualität der Güter, die pro Arbeitsstunde herstellbar sind, so daß die Konsumenten für einen gleichbleibenden Aufwand an Zeit und Kraft, die sie in die Güterproduktion einbringen, zusehends mehr Güter aus dieser Produktion beanspruchen können. Der industrielle Prozeß ermöglicht also die Nachfrage nach zusätzlichen materiellen Gütern, indem er die Relation zwischen den begrenzten Mitteln der Konsumenten und den dafür verfügbaren Gütern verbessert und in diesem Sinne die Knappheit verringert.

Das scheint ein Beweis für die Unersättlichkeit der Bedürfnisse zu sein. Denn was sollte den Entknappungsprozeß antreiben, wenn nicht der Wunsch nach zusätzlichen materiellen Gütern? Weil die Menschen von diesem Wunsch beseelt sind, weil er ihr Handeln in der Konsumentenrolle ebenso bestimmt wie in der Produzentenrolle, deshalb werden immer wieder neue Güter angeboten und nachgefragt: So etwa lautet zusammengefaßt die Auffassung der neoklassischen Ökonomie.

Sie beruht auf fragwürdigen Prämissen. So kann die natürliche Mitwelt nur sehr begrenzt für die Güterproduktion in Anspruch genommen werden, wenn man sie pfleglich behandeln will. Diese Überlegung wurde jedoch ausgeklammert, die Umwelt wurde als freies Gut betrachtet und wird auch heute, nachdem Einschränkungen der freien Verfügbarkeit sichtbar geworden sind, lediglich als Produktionsmittel angesehen.

Auch die Begrenztheit der für materielle Güter verfügbaren Zeit und psychischen Energie wurde nicht thematisiert. Man erkannte zwar, daß die Menschen ihre Zeit und ihre Energie nicht nur auf den Erwerb materieller Güter richten wollen, sondern auch noch "Freizeit" verlangen. Aber die Freizeit wurde überwiegend als eine Zeitspanne betrachtet, in der die Nutzung der für den Konsum bestimmten materiellen Güter stattfindet.

Hätte man dagegen der natürlichen Mitwelt eigene Rechte eingeräumt, hätte man berücksichtigt, daß die Menschen nicht nur materielle Güter brauchen, sondern auch immaterielle, und daß jene in Konkurrenz mit diesen stehen, so hätte es fern-



gelegen, die Bedürfnisse nach materiellen Gütern für unersättlich und die fortgesetzte Reduzierung der Knappheit der Mittel für materielle Güter für erstrebenswert zu erklären. An die Stelle dessen, was heute Knappheit heißt, hätte dann die Vorstellung treten können, daß wir uns in eine begrenzte Welt mit anderem Leben teilen müssen, daß wir selbst ein Teil des "Ganzen der Natur" sind und uns in dieses einzufügen, in und mit ihm zu leben haben. Das Ziel der Vermehrung der materiellen Güter hätte dann jederzeit abgestimmt werden müssen mit der Rücksicht auf die der natürliche Mitwelt und mit unserem eigenen Verlangen nach immateriellen Gütern: nach erfüllten Beziehungen zu anderen Menschen, nach intensivem Erleben der Mitwelt und Einfühlen in diese, nach schöpferischer, sinnvoller Aktivität. Den negativen Klang, den das Wort Knappheit heute hat, hätte es gar nicht bekommen.

Wie ist die tiefe *Abneigung gegen die Knappheit der Mittel für materielle Güter* zu erklären, die offenbar hinter der These von der Unersättlichkeit stand? Ich will eine Erklärung anführen, die nicht spekulativer ist als die traditionelle Auffassung von der naturgegebenen Unersättlichkeit des Verlangens nach materiellen Gütern: Die Abneigung kann ebensogut kulturell bedingt, also im abendländischen Kulturkreis historisch entstanden sein. Sie kann in einem für diese - und keine andere - Kultur charakteristischen Widerwillen gegen das einengende Eingebundensein in die Natur begründet sein. In anderen Kulturen fühlte sich der Mensch als Teil der Natur, konnte er die natürliche Mitwelt als nährend und geschwisterlich empfinden; für die abendländische Kultur dagegen ist schon im Altertum bezeugt (vgl. z. B. WEEBER 1990), daß der Mensch die ihn umgebende Natur als feindlich empfand, daß er sich gegen das Eingebundensein in das Ganze der Natur auflehnte und von dem Drang erfüllt war, sich von der übrigen Natur abzuspalten, außerhalb und über ihr zu stehen, sie zu unterwerfen und sich ihrer zu bedienen.

Wie MEYER-ABICH darlegt (1993), waren es jedoch neuzeitliche Philosophen wie Descartes, Locke, Leibniz, Kant, die der Spaltung das weltanschauliche Fundament gaben, indem sie ein Bild von Gott entwarfen, das Gott aus der Natur löste und ihm zugleich eben die Eigenschaften zuschrieb, die der Mensch sich aneignen konnte: "Der abendländische Mensch hat sich den Schöpfer so gedacht, daß er sich an seine Stelle setzen und dadurch der Natur als dem Anderen, von dem wir kein Teil sind, nur noch gegenüberzustehen meinen konnte - mit der Allmacht der Technik, der Allwissenheit der Wissenschaft und in der gesetzgegebenen Autonomie des modernen Menschen" (ebenda).



Man mag in der Grandiosität, die in solcher Selbstüberhöhung zum Ausdruck kommt, die Kompensation eines Unsicherheits- und Ohnmachtsgefühls sehen, das durch die mittelalterliche Abhängigkeit von der hierarchischen Institution der Kirche verstärkt worden war (RICHTER 1986, 36) und nun in das andere Extrem umschlug, in den Glauben an Allmacht des Menschen und die Leugnung seiner Grenzen (KASSIOLA 1990, 38 f.). Die industrielle Produktion, die fortgesetzte Verringerung der Knappheit, auch um den Preis der Ausbeutung und des Raubbaus, erscheint dann als ein Mittel, den Menschen in den Industrieländern die Gültigkeit der Vorstellung von der Machbarkeit der Welt und von der Grenzenlosigkeit des Erreichbaren immer wieder beruhigend und bestärkend vor Augen zu führen.

Man mag auch daran denken, daß die Bevölkerungsentwicklung in Europa seit dem Ausgang des Mittelalters aus dem Kreislauf der Natur gelöst worden ist: Sie wurde planmäßig der vordem praktizierten Geburtenkontrolle entzogen. Damit wurde der erste Schritt in das exponentielle Bevölkerungswachstum getan, das heute das Hauptproblem der Menschheit darstellt (HEINSOHN/STEIGER 1985). In der Rückschau erscheint es zwingend, daß der unbegrenzten Expansion der Menschenproduktion eine unbegrenzte Expansion der Güterproduktion folgen mußte. Das aber war nur möglich, weil die Wünsche nach materiellen Gütern und die Möglichkeiten, sie zu befriedigen, als unbegrenzt betrachtet wurden.

Die skizzierte Erklärung klingt nicht sehr attraktiv, weil sie uns selbst eine Verantwortung an einer Entwicklung zuweist, die wir uns doch lieber als naturgesetzlich vorstellen. Die Erklärung der Ökonomen war weniger belastend und zudem auch einfacher. Wohl aus beiden Gründen war sie von großer Überzeugungskraft, und ist es anscheinend noch.

3. Selbsterhöhung als Wachstumsantrieb

Das Überzeugende liegt nicht so sehr in dem neoklassischen Rückschluß vom Wunsch nach mehr Einkommen (der ja schließlich auch aus institutionellen Zwängen erwachsen kann) auf den Wunsch nach mehr Gütern, als in der klassischen Begründung für die beiden Wünsche. Diese Begründung findet sich explizit schon bei ADAM SMITH (1789) und in der Folge bei vielen ökonomischen Theoreti-



kern, von JOHN ST. MILL (1848) über ARTHUR C. PIGOU (1903), JAMES S. DUESENBERY (1949) und FRED HIRSCH (1977), um nur einige zu nennen, bis hin zu ROBERT FRANK (1985), ihrem jüngsten und entschiedensten Verfechter (eine umfassende Darstellung bei REISCH 1993).

Sehr zugespitzt formuliert besteht sie in der Vorstellung, daß es nicht ein *absoluter* sondern ein *relativer Anstieg der Wohlstandsposition* sei, wonach die Menschen streben. Diese Formulierung wird zwar nicht von allen Ökonomen explizit vertreten. Gemeingut aber scheint zu sein, daß man generell dem Streben nach *Geltung und Status* eine dominierende Bedeutung unter den Motiven der Menschen beimißt, wie bereits es ADAM SMITH vorgezeichnet hat.

SMITH sah im Streben nach Anerkennung, nach Vorrang, nach ständiger Verbesserung der eigenen Position einen angeborenen, fundamentalen Antrieb des Menschen. Im materiellen Wohlstand aber sah er das universelle Mittel, die eigene Position zu verbessern. Also hielt er es für ausgemacht, daß die Menschen nicht aufhören würden, sich zusätzliche Güter zu wünschen, und daß hierin ein permanenter Antrieb des Wirtschaftswachstums liege (HIRSCHMAN 1977; FALKINGER 1986).

Die Lebenswelt der frühen Ökonomen mag diese Interpretation immer wieder bestätigt haben. MCKENDRICK, BREWER und PLUMB (1982; vgl. auch MEYER-ABICH 1992) haben das für die "Konsum-Revolution" beschrieben, die sich im 18. Jahrhundert in England vollzog. Innerhalb weniger Generationen wurden materielle Güter, die jahrhundertlang das Privileg der Herrschenden gewesen waren, auch für den kleinen Landadel und das städtische Bürgertum erreichbar. Güter, die vordem nur Bevorzugten durch Erbgang oder Verleihung erreichbar waren, konnten nun durch Kauf erworben werden und wurden zum Erwerbsziel einer neuen Klasse von Konsumenten.

Das Faszinierende an der neuen Erreichbarkeit vieler Güter war die Illusion, durch Kauf von vormals exklusiven Waren an einer Welt teilzuhaben, die einem bis dahin verschlossen gewesen war; aufzusteigen in einen gesellschaftlichen Rang, der vordem unerreichbar war; einzutauchen in ein Leben voller Glanz, Macht und Geheimnis, voller Exotik und Abenteuer. Die Güter symbolisierten all das, teils weil sie von den oberen Rängen der Gesellschaft herniedersanken, teils weil sie aus fernen Ländern importiert wurden, in denen man sich paradiesischen Überfluß



vorstellte, oder auch weil sich mit ihnen das Flair des Sportlichen oder Eleganten oder sonstwie Besonderen verband.

All das wurde als eine Freisetzung des menschlichen Strebens nach Status und Prestige gedeutet, und so geschieht es auch heute noch. Doch wurde in dieser Deutung *etwas übersehen*, was sich für die Analyse des modernen Konsums als zusehends aufschlußreicher erweist, nämlich die *Bedeutung der Konsumsymbole* (McCRACKEN 1988). Die Güter symbolisieren nicht nur den tatsächlichen gesellschaftlichen Rang ihrer Besitzer - das ist allenfalls in einer festgefügtten Ständegesellschaft möglich, solange die Rangrelationen unangefochten sind. In der Konsumgesellschaft, die den feudalistischen Ständestaat abgelöst hat, scheinen die Konsumgüter Schritt um Schritt für alle erreichbar zu sein. Sie symbolisieren daher zusehends weniger den gesellschaftlichen Rang selbst als vielmehr *die Vorstellung*, etwas Besonderes zu sein, zu einer besonderen Klasse oder Gruppe zu gehören, kurz: die eigene Existenz vorteilhaft und überhöht darzustellen.

Dabei ist es von zweitrangiger Bedeutung, ob mit Hilfe der materiellen Güter ein Anspruch auf eine gesellschaftlich "höhere" Position im Sinne der vertikalen Gesellschaftsschichtung erhoben wird, wie etwa im demonstrativen Konsum der amerikanischen Kapitalisten des 19. Jahrhunderts (VEBLEN 1899), oder ob die Güterwünsche für den Anspruch auf eine "andere" Position im Sinne eines besonderen Lebensstils in einer horizontal gegliederten Gesellschaft (LÜDTKE 1989) stehen. Beide Varianten fallen ja nicht deshalb so sehr ins Auge, weil die Güter das Sein ihrer Besitzer widerspiegeln (sie können natürlich auch diese Funktion haben), sondern weil sie eine Vorstellung, ein Leitbild symbolisieren.

Man versteht denn auch die Symbolik der materiellen Güter besser, wenn man sie als den Versuch der Menschen deutet, in ihrem eigenen Bewußtsein das eigene Leben und die eigene Existenz zu überhöhen, und die Funktion der Symbole darin sieht, ihnen die Tagträume zu ermöglichen, in denen *ihre Phantasie* die Überhöhung der Realität hervorbringt (CAMPBELL 1987).

Wenn nun dem Streben nach Überhöhung die zentrale Bedeutung zukommt, die in der ökonomischen Deutung unterstellt wird, dann kann man dieses Streben nicht einfach mit dem Bedürfnis nach Geltung und Anerkennung gleichsetzen, das im Leben normal entwickelter Menschen ein Motiv unter mehreren ist (MASLOW 1954), sondern muß schon *eine Dominanz dieses Motivs* annehmen, also eine



Fehlentwicklung. Denn ein dominierendes Verlangen nach Selbstüberhöhung hat die Funktion, eine Schwäche oder Unsicherheit des Selbstwerts zu kompensieren. Wie und woraus diese entsteht, wäre die eigentlich interessierende Frage. Die Entwicklung der therapeutischen Psychologie bietet deutliche Anzeichen dafür, daß diese Frage heute zunehmend gestellt wird.

Die Antworten, die man dort bisher gefunden hat, mögen noch als vorläufig oder ungesichert erscheinen, so daß sie von anderen Disziplinen vorerst mit Distanz betrachtet werden können. Die *Kompensationstendenz* selbst aber ist so offenkundig, daß sie zur Kenntnis genommen werden muß. Mit ihrer Hilfe kann man erklären, daß *die Symbolgehalte der Konsumgüter sich vom Gebrauchswert lösen*. Die materiellen Güter, mit denen wir umgehen, symbolisieren zwar stets den Gebrauch, den wir mit ihnen machen, also z. B. den Lebensstil, in den sie eingebunden sind. Doch macht es einen Unterschied, ob das Symbol aus dem Gebrauch erwächst oder ob es dem Gut "aufgesetzt" wird, wie man etwa einer Zigarettenmarke mit werblichen Mitteln das Image des Abenteurers aufsetzt. Das gelingt heute wohl deshalb so leicht, weil es dem sich ausbreitenden Streben der Konsumenten entgegenkommt, ihre inneren Defizite zu kompensieren. Die aufgesetzten Symbole haben meist deutlich erkennbar eine kompensatorische Funktion. Mit der kompensatorischen Symbolik aber lösen sich die Güter vom materiellen Gebrauch und erheben den Anspruch, immaterielle Befriedigung zu vermitteln.

Das ist eine Fähigkeit, die materiellen Gütern von jeher beigelegt worden ist, man denke nur an Beispiele wie den Heiligen Gral oder die Nationalflagge. Doch sind solche immateriellen Bedeutungsgehalte in früheren Zeiten immer aus dem realen Gebrauch abgeleitet worden. Zudem war es nur wenigen materiellen Gütern vorbehalten, symbolisch überhöht zu werden. Die Befriedigung der meisten immateriellen Bedürfnisse geschah nicht mit Hilfe von materiellen Gütern. Auch Status und Prestige hatten zwar materiellen Wohlstand im Gefolge, aber das positionale Streben wurde doch eher durch Ausübung von Macht, durch Erwerb von Ruhm, durch gesellschaftliche Kontakte, durch Demonstration ererbter Rangesprüche u.dgl. befriedigt.

Heute dagegen wird die Trennung zwischen immateriellen und materiellen Gütern mehr und mehr unterhöhlt. Die materiellen Güter brechen in die Domäne der immateriellen Befriedigungen ein und suchen diese gleichsam zu usurpieren. Das



ist ein relativ neues Phänomen. Wir können nicht sicher sein, daß wir es bereits ganz begreifen.

4. Materielle Güter und immaterielle Befriedigungen

Immateriell nenne ich Befriedigungen, die man beispielsweise durch eigene produktive Aktivität erfährt, sei es im Handwerken oder in der Gartenarbeit, im Erziehen oder Führen, Analysieren oder Konstruieren, Bergsteigen oder Rudern. Immaterielle Befriedigungen ergeben sich auch in menschlichen Beziehungen, im Naturerleben, im Kunstgenuß, im Entdecken und Verstehen. Immateriell sind ferner jene Befriedigungen zu nennen, die aus der Beschäftigung mit dem eigenen Körper und dem eigenen Bewußtsein resultieren, aus Körperbewegung z. B. oder aus Meditation.

Zu alledem werden in der Regel materielle Güter gebraucht. Aber nicht aus diesen ist die immaterielle Befriedigung abgeleitet, sondern aus dem - im Sinne FROMMs (1985) - aktiven, produktiven Wirken des eigenen Körpers und des eigenen Bewußtseins, aus einem Wirken also, das überwiegend *intrinsisch* motiviert sein dürfte. Der immaterielle Genuß am Wandern etwa kann zwar durch unzweckmäßige Kleidung beeinträchtigt werden, aber er wird durch aufwendigere Kleidung nicht gesteigert. Wenn eine Befriedigung daraus resultiert, daß die Ausstattung mit materiellen Gütern - wie man es heute häufig beobachten kann - über ein Niveau der funktionalen Angemessenheit hinaus verbessert oder erweitert wird, dann sprechen wir besser von einer *materiellen* Befriedigung. Materiell kann man Befriedigungen dann nennen, wenn sie nicht aus einem aktiven, produktiven Handeln und Erleben erwachsen, sondern aus der Ausstattung dieser Tätigkeit mit materiellen Gütern, aus einer Zufuhr von außen also, die als solche eher passiv erfahren wird und wohl überwiegend *extrinsisch* motiviert ist.

Da die immateriellen Befriedigungen aus Aktivitäten resultieren und Aktivitäten heute in der Regel mit materiellen Gütern ausgestattet sind, haben die materiellen Befriedigungen eine Tendenz, die immateriellen zu ergänzen, zu erweitern und eben auch zu überlagern und zu verdrängen. Man könnte meinen, die Menschen seien gegen die Verdrängung dadurch geschützt, daß sie an sich selbst erfahren können, wie die fortgesetzte Anreicherung mit materiellen Gütern, wenn sie über das Niveau der funktionalen Angemessenheit hinausgeht, der immateriellen



Befriedigung Abbruch tut. Aber die immateriellen Befriedigungen haben es schwer, sich gegen die materiellen Befriedigungen durchzusetzen - nicht weil die immateriellen als weniger wichtig empfunden würden, sondern *weil die materiellen schneller und leichter zu haben sind*.

Die Erklärung, die ich für diesen Sachverhalt anzubieten habe, folgt der Argumentation von GRUEN (1985, 4. Kap.). Materielle Güter muß man mit ihren Symbolgehalten als externe Stimuli betrachten, nicht anders als jene Reize, die von den Massenmedien ausgehen. Externe Stimuli aber sind den internen insoweit überlegen, als die *inneren Regungen* des Empfindens und Denkens Zeit brauchen, um aufzusteigen, sich zu entwickeln, geübt zu werden, sich gegen innere Hemmungen und Widerstände zu behaupten; denn schließlich müssen wir sie selber produzieren. Dagegen stehen die *externen Stimuli* der Warenwelt und der Massenkommunikation fertig, prägnant, glanzvoll und perfektioniert vor uns und brauchen nur passiv aufgenommen zu werden. Die Intensität der von ihnen vermittelten materiellen Befriedigung mag zwar weit geringer sein als die tiefe innere Freude, von der die immateriellen Befriedigungen begleitet sein können. Doch das erfährt man gar nicht, wenn man sich von den materiellen Befriedigungen einfangen läßt und mit ihnen begnügt.

5. Ein übersehenes Konkurrenzverhältnis

Ganz ohne Zweifel sind im menschlichen Leben beide Arten von Befriedigungen wichtig, die immateriellen nicht weniger als die materiellen. Also entstehen bei der Zunahme des Wohlstands Opportunitätskosten, die darin bestehen, daß die Konsumenten zugunsten zusätzlicher materieller Güter auf immaterielle Befriedigungen verzichten müssen, weil ihre Zeit, ihre Fähigkeiten und ihre psychische Energie begrenzt sind.

So gesehen müßte die Knappheit der Mittel ein steter Anlaß sein, ein Gleichgewicht zwischen materiellen und immateriellen Befriedigungen zu suchen. Und da die Kosten des Wohlstands außerdem auch in zunehmenden Beschädigungen der menschlichen Gesundheit, der gesellschaftlichen Integration, der natürlichen Mitwelt und der Drittweltländer bestehen, also in all dem Raubbau, um den der industrielle Wohlstand überhöht ist, könnte man bei Anlegung ethischer Maßstäbe auf den Gedanken kommen, daß die Knappheit der Mittel für materielle Güter



gar nicht der "kalte Stern" ist, dessen Botschaft es mit allen Mitteln abzuwehren gilt, sondern im Gegenteil ein hilfreiches, warmes Licht, ein steter Hinweis darauf, daß wir neben materiellen auch immateriellen Zielen folgen, und daß die materiellen nur in Zeiten der Not Vorrang haben können, danach aber zurücktreten müssen und nicht mehr beanspruchen dürfen als - allenfalls - gleichen Rang mit den Bedürfnissen der natürlichen Mitwelt und den immateriellen Bedürfnissen der Menschen.

Der Verzicht auf zusätzliche materielle Güter geschähe dann in dem Bewußtsein, daß man dafür etwas Wichtigeres eintauscht, etwa im Sinne von "Da weiß ich meine Zeit besser zu verwenden". In der Realität aber ruft der Gedanke an solchen Verzicht Angst hervor: Angst vor einer Leere (was soll man denn machen, wenn man sich nicht mehr mit der nächsten technischen Neuerung beschäftigen kann?), Angst vor einem Zusammenbruch (was soll aus der Wirtschaft werden, wenn die Konsumgüternachfrage nicht mehr zunimmt?), vor allem aber wohl Angst vor einer Umverteilung: Wenn die Wohlhabenden ihre Bedürfnisse auf immaterielle Befriedigungen richten, holen die Benachteiligten bei den materiellen Befriedigungen auf, im nationalen wie im internationalen Zusammenhang - wie werden wir es ertragen, daß der materielle Vorrang schwindet, auf dem doch unser Selbstwert beruht, wie gerade ökonomische Autoren (explizit etwa VEBLEN 1899; KARDINER 1945; DUESENBERY 1949) immer wieder dargelegt haben?

Wir haben nun einmal gelernt, daß "Knappheit" *nur die Knappheit der Mittel für materielle Güter* sei, und daß alle Befriedigung im Leben, auch die immaterielle, von der Reduzierung dieser Knappheit abhängt. Anders ausgedrückt: Wir haben *nicht* gelernt, daß die immateriellen Befriedigungen zu den materiellen Gütern in ein Konkurrenzverhältnis geraten, sobald ein Mindestmaß an auskömmlichem Wohlstand erreicht ist. Im Gegenteil stellen wir uns gern eine komplementäre Beziehung der materiellen Güter zu den immateriellen vor, setzen also stillschweigend voraus, daß die materiellen den immateriellen nicht etwa Ressourcen abziehen, sondern sich ihnen unterordnen oder zu ihnen beitragen.

Das ist aber nur in Grenzen der Fall. Der Genuß an einer selbstbestimmten Aktivität, etwa dem Tennisspielen, mag durch geeignete Schuhe und einen passenden Schläger noch gefördert werden. Aber für all die vielen Steigerungen des Aufwands, die bei der Tenniskleidung, beim Zubehör und bei der Spielumgebung möglich sind, gilt das zusehends weniger. Bei zunehmendem Aufwand wird die



(intrinsische) Freude an einer Aktivität durch die (extrinsischen) Reize abgelenkt, die von einer aufwendigen Güterausstattung ausgehen. Was dann stattfindet, ist die Substitution einer immateriellen Befriedigung durch eine materielle. Die materielle Befriedigung aber hat nicht nur eine andere Funktion, sondern auch eine andere Qualität.

6. *Unterminierung der intrinsischen Motivation*

CSIKSZENTMIHALYI hat dazu eine aufschlußreiche Beobachtung mitgeteilt: "In einer unserer Untersuchungen stellten wir die folgende Frage: Sind Menschen glücklicher, wenn sie bei ihren Freizeitaktivitäten mehr materielle Dinge zur Verfügung haben? Oder sind sie glücklicher, wenn sie sich selbst mehr einbringen? Wir fanden heraus, daß Menschen bei Freizeitaktivitäten, deren äußeres Zubehör oder Ausrüstung teuer waren, bei denen Strom oder eine andere Energie benutzt wurde, wie Motorbootfahren, Autofahren oder Fernsehen, deutlich weniger glücklich waren als bei einer unaufwendigen Tätigkeit" (1992, S. 137).

Diese Beobachtung weist auf die Wirksamkeit einer durch viele Untersuchungen belegten psychologischen Gesetzmäßigkeit hin, die unter dem Schlagwort von der *Unterminierung der intrinsischen Motivation durch extrinsische Anreize* bekanntgeworden ist (ein Überblick bei DECI/RYAN 1985). Materielle Güter haben nicht nur die Funktion von Mitteln zur Bedürfnisbefriedigung, sie haben über ihren Symbolgehalt auch die Funktion, als Mittel der kognitiven - also auch emotionalen - Stimulierung zu dienen (SCITOVSKY 1976). In beiden Funktionen haben sie den Charakter von externen Anreizen. Wenn solche Anreize zusätzlich zu den internen Beweggründen eines Verhaltens auftreten, wird die Person ihr eigenes Verhalten als "überbegründet" (over-justified) empfinden, und sie wird dazu neigen, sich eher an der externen Begründung zu orientieren. Denn durch die externen Anreize fühlt man sich kontrolliert, wie subtil auch immer, und das untergräbt die Vorstellung, aus eigenem Antrieb zu handeln.

Auf diese Weise kann die intrinsische Motivation, die doch für immaterielle Befriedigungen so wichtig ist, durch eine Dominanz materieller Güter unterminiert und durch die von diesen ausgehende extrinsische Motivation verdrängt werden. An die Stelle des Handelns aus der Freude an der Sache heraus tritt dann ein Handeln um des äußeren Anreizeffektes willen, der in der Ausstattung mit ma-



teriellen Gütern liegt. Was Knappheit bedeuten kann, wird immer stärker *relativiert*, je mehr der Anreiz auf der Anreicherung der Aktivität mit zusätzlichen materiellen und symbolischen Attraktionen beruht, die den bereits vorhandenen keine funktionale Verbesserung mehr hinzufügen können.

Wie sehr diese Beschreibung der Realität des Konsumverhaltens gerecht wird, bekommen wir gerade in diesen Jahren drastisch vor Augen geführt. Das stete Bemühen, immer weitere immaterielle Befriedigungen mit materiellen Gütern zu verbinden, manifestiert sich derzeit in dem sogenannten Erlebnismarketing (WEINBERG 1992). Da die Konsumgütermärkte gesättigt und die Konsumgüter technisch so ausgereift sind, daß es zusehends schwieriger wird, sie durch Imagewerbung unterscheidbar zu machen, wird nun das Kaufen selbst mit Anreizen versehen, die es zu einem so attraktiven Erlebnis machen sollen, daß es für die Konsumenten nebensächlich wird, *was* sie kaufen.

Es dürfte kein Zufall sein, daß diese Strategie in demselben Jahrzehnt propagiert wird, in dem sich das sucht- und zwanghafte Kaufverhalten zu einer Massenerscheinung entwickelt (SCHERHORN/REISCH/RAAB 1992). Denn Erlebniskauf und Kaufsucht haben gemeinsam, *daß sich der Kauf vom Bedarf löst*: Gekauft wird nicht mehr, weil man das Gut braucht, sondern weil das Kaufen selbst Befriedigung verschafft. Und es geht in beiden Fällen um die gleiche Befriedigung. Es geht bei der Kaufsucht darum, das niederdrückende Gefühl des "leeren Selbst" mit einem Erlebnis von Grandiosität zu kompensieren, und es geht im Erlebnismarketing darum, den Konsumenten ein Ambiente von Reichtum und Fülle, von Lebendigkeit und Geselligkeit zu bieten, in dem sie ihre als grau und flau erlebte Existenz durch Eintauchen in die Güterwelt belebt und überhöht fühlen können.

Schaut man sich das Ergebnis dieses Bemühens in den Einkaufsstätten an, so wird man alles versammelt finden, was die Unersättlichkeit der Bedürfnisse hervorbringt und begünstigt: nicht nur die Unterwanderung der immateriellen durch materielle Befriedigungen wird in den Kaufpalästen vorgeführt, sondern zugleich mit ihr die Verselbständigung der Gütersymbolik, ihr Losgelöstwerden vom Gütergebrauch, das kompensatorische Streben nach Selbsterhöhung als der vermutlich zentrale *psychische* Antrieb des Wunsches nach immer weiteren und besseren Gütern, und die Tendenz zur Verdrängung der Kosten des Wohlstands, in der man wohl die zentrale *ökonomische* Erklärung für die Unersättlichkeit der Bedürfnisse sehen muß.



7. Die Verdrängung der Kosten

Denn, um auf den Anfang meines Gedankenganges zurückzukommen, die Unersättlichkeit an sich ist nichts als ein allgemeines Prinzip unseres Bewußtseins, ein Ausdruck für die Unbegrenztheit der Gedanken und der Phantasie. Eine reale Gesetzmäßigkeit des Verhaltens wird erst daraus, wenn die Kosten der zusätzlichen Güter nicht ins Gewicht fallen. Da die Kosten im allgemeinen aber beträchtlich sind, müssen wir einen Teil von ihnen aus unserem Bewußtsein verdrängen, um an die Unersättlichkeit der Wünsche glauben zu können, was ja zugleich auch den Glauben an die Erfüllbarkeit von immer weiteren Wünschen einschließt, d.h. an die immer weiter fortschreitende Überwindung der Knappheit.

Zu der Verdrängung der Kosten gehört daher auch die Lehre, das Fehlen von Geld sei kein Grund, einen Kauf zu unterlassen: Kredite werden Kaufwilligen ohne Prüfung ihrer Kreditwürdigkeit so lange gewährt, bis ihr verfügbares Einkommen nicht mehr ausreicht, die Zinsen zu zahlen. Die Verdrängung der Kosten kommt auch in dem ungeheuren Aufwand an Energie und Rohstoffen zum Ausdruck, der für das Kaufambiente getrieben wird. Er spiegelt Überfluß vor zu einer Zeit, in der die Industriegesellschaften allen Grund hätten, ihr Modell der Ressourcenverschwendung und Umweltzerstörung zu revidieren, mit dem sie die Entwicklungsländer zwingen, durch Anpassung an ihr Vorbild das Zerstörungswerk zu vollenden.

An der Verdrängung der Kosten des Wohlstands beteiligt sich die Wirtschaftstheorie dadurch, daß sie nicht nur die natürliche Mitwelt des Menschen, sondern auch den Menschen selbst *ausschließlich unter dem Aspekt der Produktion betrachtet*. Selbst die Konsumenten, um deren Bedürfnisse sich doch vorgeblich alles dreht, fungieren genau besehen nur als Produzenten oder Lieferanten der Wünsche, die nötig sind, damit materielle Güter produziert werden können. Daß es ihnen letztlich um immaterielle Befriedigungen geht, wird in der Entwicklung der New Home Economics (BECKER 1976) zwar zur Kenntnis genommen. Doch unbeirrt geht man davon aus, daß sie diese Befriedigungen mit Hilfe von immer neuen materiellen Gütern hervorbringen, und daß die Verknappung der Zeit, die aus der Vermehrung der Güter entsteht, durch Zufuhr von weiteren materiellen Gütern kompensiert werden kann (SCHERHORN 1986).



Daß die materiellen Güter die immateriellen Befriedigungen nicht nur fördern, sondern auch behindern können, und dies mit zunehmendem Wohlstand in steigendem Maße, bleibt unbeachtet. Würde es beachtet, so müßte man für möglich halten und im einzelnen untersuchen, daß die Opportunitätskosten der Versorgung mit materiellen Gütern steigen, wenn der Wohlstand zunimmt, und so zusehends eine Grenze für die Expansion der Wünsche nach materiellen Gütern bilden. Dieser Aspekt der Realität wird aber im wirtschaftswissenschaftlichen Denken gar nicht thematisiert, die aus ihm erwachsenden Kosten des Wohlstands werden verdrängt.

Weitgehend verdrängt werden auch die Kosten, die durch Zerstörung unserer natürlichen Mitwelt entstehen. Wer nimmt schon zur Kenntnis, daß der Teil dieser Kosten, der in Form von öffentlichen oder privaten Defensivausgaben getragen wird, überproportional zum Wachstum des Sozialprodukts zunimmt (LEIPERT 1989), den Wohlstandszuwachs also zusehends aufzehrt? Ganz zu schweigen von jenen Kosten, die der natürlichen Mitwelt aufgebürdet werden; würden wir ihr eigene Rechte einräumen (MEYER-ABICH 1984), so wäre mit einem Male sichtbar, wieviel heute durch Nichtbefassung als nichtexistent erklärt wird.

Wie es sich mit der Unersättlichkeit der Wünsche nach materiellen Gütern in Wahrheit verhält, das wird erst entscheidbar werden, wenn die Wirtschaftswissenschaft einige Jahrzehnte lang gelehrt haben wird, wie die wahren Kosten des Wohlstands zu erkennen und in Ansatz zu bringen sind. Bis dahin sagt das Theorem der Unersättlichkeit wenig über die Realität aus, dafür aber umso mehr über die Wissenschaft, die es hervorgebracht hat, und über das merkwürdige Bild vom Menschen, auf das sie sich stützt. Es ist das Bild eines in seiner Entwicklung gestörten Menschen. Die Abhängigkeit des Selbstwertes vom Vorrang vor anderen, die Tendenz zur Selbsterhöhung und zur Überhöhung der Realität, die Verselbständigung der Gütersymbolik, die Lösung des Kaufens vom Brauchen, der Ersatz immaterieller durch materielle Befriedigungen, die Verdrängung der Kosten des Wohlstands aus dem Bewußtsein - all das entstammt eher einer Neurosenlehre (vgl. etwa HORNEY 1937) als einer Beschreibung gesunden Verhaltens.

LITERATUR

Becker, Gary S. (1962). Irrational behavior and economic theory. *Journal of Political Economy*, 70, 1-13.



- Becker, Gary S. (1976). *The economic approach to human behavior*. Chicago: University of Chicago Press.
- Campbell, Colin (1987). *The romantic ethic and the spirit of modern consumerism*. Oxford: Blackwell.
- Csikszentmihalyi, Mihaly (1992). *Flow: Das Erlebnis des Glücks*. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Deci, Edward L. & Ryan, Richard M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York: Plenum Press.
- Duesenberry, James S. (1949). *Income, saving, and the theory of consumer behavior*. Cambridge: Harvard University Press.
- Falkinger, Josef (1986). *Sättigung*. Tübingen: Mohr.
- Frank, Robert H. (1985). *Choosing the right pond. Human behavior and the quest for status*. London: Oxford University Press.
- Fromm, Erich (1985). *Psychoanalyse und Ethik*. München: Deutscher Taschenbuch Verlag.
- Heinsohn, Gunnar & Steiger, Otto (1985). *Die Vernichtung der weisen Frauen*. Beiträge zur Theorie und Geschichte von Bevölkerung und Kindheit. Herstein: März.
- Hirsch, Fred (1977). *The social limits to growth*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Hirschman, Albert O. (1977). *The passions and the interests*. Political arguments for capitalism before its triumph. Princeton, NJ: Princeton University Press. Deutsch (1980): *Leidenschaften und Interessen*. Politische Begründungen des Kapitalismus vor seinem Sieg. Frankfurt: Suhrkamp.
- Horney, Karen (1937). *The neurotic personality of our time*. New York: Norton.
- Kardiner, Abram (1945). *The psychological frontiers of society*. New York: Columbia University Press.
- Kassiola, Joel Jay (1990). *The death of industrial civilization*. The limits to economic growth and the repoliticization of advanced industrial society. New York: State University of New York Press.
- Leipert, Christian (1989). *Die heimlichen Kosten des Fortschritts*. Wie Umweltzerstörung das Wirtschaftswachstum fördert. Frankfurt: S. Fischer.
- Lüdtke, Hartmut (1989). *Expressive Ungleichheit*. Zur Soziologie der Lebensstile. Opladen: Leske & Budrich.
- Maslow, Abraham H. (1954). *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row. Deutsch (1981): *Motivation und Persönlichkeit*. Reinbek: Rowohlt.
- McCracken, Grant (1988). *Culture and consumption*. New approaches to the symbolic character of consumer goods and activities. Bloomington: Indiana University Press.
- McKendrick, Neil, Brewer, John & Plumb, J. H. (1982). *The birth of a consumer society*. The commercialization of eighteenth-century England. London: Europa Publ.



Meyer-Abich, Klaus Michael (1984). *Wege zum Frieden mit der Natur*. Von der Umwelt zur Mitwelt. München: Beck.

Meyer-Abich, Klaus Michael (1992). Europas absolutistische Konsumwelt - Die zweite kopernikanische Wende. *Zeitschrift für Didaktik der Philosophie*, 14, 8 - 15.

Meyer-Abich, Klaus Michael (1993). Kann die Natur durch den Menschen gewinnen? *Scheidewege*, Jg. 23.

Mill, John St. (1848). *Principles of Political Economy*. London: John W. Parker.

Reisch, Lucia A. (1993). *Positionalität*. Kritische Analyse eines sozio-ökonomischen Leitbildes. Stuttgart: Universität Hohenheim (Dissertation).

Richter, Horst Eberhard (1986). *Der Gotteskomplex*. Die Geburt und die Krise des Glaubens an die Allmacht des Menschen. Reinbek: Rowohlt.

Scherhorn, Gerhard (1986). Der Wandel der Präferenzen und die "New Home Economics". *Hauswirtschaft und Wissenschaft*, 34, 226 - 231.

Scherhorn, Gerhard (1991) Autonomie und Empathie. Die Bedeutung der Freiheit für das verantwortliche Handeln: Zur Entwicklung eines neuen Menschenbildes. In: B. Biervert und M. Held, (Hrsg.). *Das Menschenbild der ökonomischen Theorie*, 153 - 172. Frankfurt: Campus.

Scherhorn, Gerhard, Reisch, Lucia A. & Raab, Gerhard (1992). *Addictive buying: Further investigations in West and East Germany*. Paper prepared for the Joint Conference on Economic Psychology and Experimental Economics in Frankfurt/Main, August 27-30, 1992.

Scitovsky, Tibor (1976). *The joyless economy*. London: Oxford University Press. Deutsch (1977): *Psychologie des Wohlstands*. Frankfurt: Campus.

Smith, Adam (1789). *Inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. London. Deutsch (1978): *Der Wohlstand der Nationen*. München: Deutscher Taschenbuch Verlag.

Veblen, Thorstein (1988). *The theory of the leisure class*. New York: Augustus M. Kelley. Deutsch (1958): *Die Theorie der feinen Leute*. Köln: Kiepenheuer & Witsch.

Weeber, Karl (1990). *Smog über Attika*. Umweltverhalten im Altertum. Zürich: Artemis.

Weinberg, Peter (1992). *Erlebnis-Marketing*. München: Vahlen.

Anmerkung des Autors: Für kritische Durchsicht des Manuskripts und hilfreiche Hinweise bin ich Lucia A. Reisch, Hohenheim, und Martin Held, Tutzing, zu Dank verbunden.

