

Oft sind Menschen versucht, ihr Leben rückwärts zu leben: Sie versuchen mehr Dinge zu haben oder mehr Geld, um mehr von dem zu machen, was sie möchten, damit sie glücklicher werden. Es funktioniert jedoch genau umgekehrt. Sie müssen erst derjenige sein, der sie wirklich sind und dann das tun, was sie tun müssen, um schließlich das zu haben, was sie haben möchten.

Margaret Young, amerikanische Sängerin (1891 – 1969)

Vorwort zur neuen Auflage

Als ich die erste Version dieses Buches 1997 schrieb, befand sich die Welt gerade im Internet-Hype und strebte voller hochgesteckter Erwartungen auf den Höhepunkt der Dotcom-Blase zu. „Weniger ist mehr“ schien überhaupt nicht das Gebot der Stunde zu sein, wengleich für den nüchternen Betrachter das aufgeheizte Klima von Spekulation und Expansion schon damals etwas Übertriebenes und die überhöhten Gewinnerwartungen der Anleger (25 Prozent!) etwas Maßloses hatten.

Ich schrieb also total gegen den Trend. Konsumkritik war noch nicht angesagt, was meinen Verleger veranlaßte, das Buch 1998 in eher bescheidener Auflage an den Start zu bringen, die allerdings schon nach kurzer Zeit restlos ausverkauft war. Eine Neuauflage war aus mir unerfindlichen Gründen nicht geplant und ich erhielt meine Rechte zurück. „Weniger ist mehr“ war sozusagen Opfer seines eigenen Titels geworden!

Doch als ich kurz darauf im „Hamburger Abendblatt“ einen Artikel mit den Kernthesen meines Buches veröffentlichte, war die Resonanz einfach überwältigend. Mein Telefon stand wochenlang nicht still, Tausende von Lesern wollten das Buch bestellen, darunter viele Marketing- und Werbe-Profis. Ich führte Gespräche mit unzähligen Lesern – wann hat man als Autor schon mal diese Chance? – und bekam jede Menge positives Feedback, nach dem Motto: „Endlich mal jemand, der unsere Situation auf den Punkt bringt!“

Ich entschloß mich zu einem Nachdruck im Selbstverlag unter dem Titel „Weniger wäre mehr“ und verschickte eigenhändig jedes einzelne Exemplar an meine Leser; anfangs trug ich die Briefe körbeweise zur Post. Die Nachfrage ist in den letzten zehn Jahren nie abgerissen, obwohl ich keine Werbung für das Buch mache. Im Internet wird die Hardcover-Ausgabe inzwischen für ein Vielfaches des Neuwertes angeboten, mein Taschenbuch-Nachdruck werden dort auch gehandelt, nur im Buchhandel suchte man den Titel bisher vergebens. Er blieb also gewissermaßen ein „Geheimtip“ für all diejenigen, die der Idee (oder besser: der Utopie!) eines unbegrenzten Wachstums, hemmungslosem Konsum und gnadenloser Ausbeutung von Natur und Ressourcen schon seit langem skeptisch gegenüber stehen.

Um so glücklicher bin ich über die Chance, „Weniger ist mehr“ nun komplett überarbeitet und aktualisiert im CLASSICUS Verlag herauszubringen und damit wieder einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

Initialzündung hierfür war ein zufälliges Wiedersehen mit dem Buddhismuslehrer Oliver Petersen, den ich vor 13 Jahren für mein Kapitel „Krise“ interviewt hatte – damals war er noch tibetischer Mönch. „Ich finde, die Zeit ist wirklich reif für eine Neu-Auflage deines Buches“, rief er mir am Rande einer Vortragsveranstaltung zu. „Die Grundsituation hat sich ja nicht verändert, sondern eher noch verschärft.“

Um dem Rechnung zu tragen, habe ich das gesamte Buch gründlich überarbeitet, aktuelle Aspekte eingefügt und eine neue Einleitung geschrieben. Vor allem jedoch habe ich ein neues Kapitel über die Hintergründe unseres Konsumverhaltens eingefügt, das deutlich macht, wie hochprofessionell unsere Wünsche und Bedürfnisse manipuliert werden – und zwar aus kommerziellen ebenso wie aus gesellschaftspolitischen Gründen.

Eine Parabel: Wie arm sind wir?

Eines Tages nahm ein sehr wohlhabender Vater seinen Sohn mit auf eine Fahrt aufs Land, mit dem erklärten Ziel, ihm zu zeigen, wie arme Menschen leben. Sie verbrachten einige Tage und Nächte auf einem Bauernhof, der einer Familie gehörte, die man mit Fug und Recht als arm bezeichnen konnte.

Auf der Rückfahrt fragte der Vater seinen Sohn: „Und, wie fandest du unseren Ausflug?“

„Er war wunderbar, Vater.“

„Hast du gesehen, wie arme Menschen leben?“, fragte der Vater.

„Oh, ja“, sagte der Sohn.

„Dann erzähl mir, was du durch unsere kleine Reise gelernt hast“, sagte der Vater.

Der Sohn antwortete:

„Ich sah, daß wir einen Hund haben und sie vier.“

Wir besitzen ein Schwimmbad, das bis zur Mitte unseres Gartens reicht, und sie haben einen Fluß, der endlos ist.

Wir haben importierte Laternen in unserem Garten und sie haben nachts die Sterne.

Unsere Terrasse reicht bis zu unserem Vorgarten und sie haben den ganzen Horizont.

Wir leben auf einem kleinen Stückchen Land und sie haben Felder, die sich bis ins Unendliche erstrecken.

Wir haben Angestellte, die uns bedienen, aber sie bedienen andere.

Wir kaufen unser Essen, aber sie bauen ihres an.

Wir haben Mauern um unser Grundstück, um uns zu schützen, sie haben Freunde, die sie beschützen.

Der Vater des Jungen war sprachlos.

Dann fügte sein Sohn hinzu: Danke, Vater, daß du mir gezeigt hast, wie arm wir sind.“

Einleitung

Manchmal bedarf es mehrerer Schüsse vor den Bug, bis eine Erkenntnis reift und die Zeit für einen echten Bewußtseinswandel gekommen ist. Im März 2000 platzte die Dotcom-Blase, die viel zu hoch bewerteten Unternehmen der New Economy konnten die Gewinnerwartungen der Anleger nicht erfüllen, die Aktienkurse fielen in den Keller, viele Kleinanleger verloren ihr Vermögen. Allgemeiner Katzjammer machte sich breit.

Auch der brutale Anschlag islamischer Terroristen auf das World Trade Center war für viele kritisch denkende Zeitgenossen ein Schuß vor den Bug des sich allzu selbstherrlich gebärdenden, völlig ungezügelter Kapitalismus, dem nach dem Niedergang des Kommunismus ein soziales Korrektiv zu fehlen schien. 9/11 war im Kern ein Angriff auf einen „American Way of Life, der immer mehr Ländern seine ökonomischen Spielregeln aufdrängte, die Attacke eines Lebensmodells, das Menschen nur noch unter einem einzigen Aspekt betrachtete: dem des Konsumenten.

Doch erst die Finanzkrise, die 2008 das weltweite Wirtschaftssystem in seinen Grundfesten erschütterte, rüttelte schließlich die breite Mehrheit aus ihrem Dornröschenschlaf wach, in den sie ein immer unübersichtlicher werdendes Konsumüberangebot gelullt hatte. Bei einer wachsenden Zahl von Menschen wächst nun das Unbehagen über eine Ökonomie, die derartige Macht über unser Leben und Denken gewonnen hat, daß sie alle anderen Werte überlagert.

Grenzenlose Wachstumserwartungen erfordern Konsum und befördern die Gier – ein Wort, das seit der Finanzkrise plötzlich in aller Munde ist und zunächst vor allem den Investment-Bankern zugeschrieben wurde. Doch das suchtartige Streben nach immer mehr ist uns allen eigen, ob wir nun Anleger oder Konsumenten von Waren, Erlebnissen und Informationen sind. Allerdings scheint die Gier exponentiell mit den Möglichkeiten, sie umzusetzen zu wachsen – wer viel hat, will immer mehr, genug ist nie genug. Das Sättigungsgefühl scheint mit wachsenden Optionen verloren zu gehen.

Demgegenüber ist in weniger entwickelten Ländern mit ihren intakten Familiengemeinschaften die Gier viel geringer ausgeprägt als bei uns. Arme Menschen teilen das Wenige, was sie haben, viel selbstverständlicher miteinander, sie sind weniger materialistisch eingestellt. Wächst Gier vielleicht auch proportional zur Angst, die Vereinzelung mit sich bringt? Anthropologen haben festgestellt, daß das für uns selbstverständlich gewordene Profitdenken in traditionellen Gesellschaften eine untergeordnete Rolle spielt und wegen seiner Tendenz, soziale Beziehungen zu zerstören, eher mit Mißtrauen betrachtet wird.

Wir dagegen haben uns daran gewöhnt, ökonomisches Denken als Grundlage einer funktionierenden Gesellschaft zu betrachten anstatt als deren Vehikel. Der Mensch und seine emotionalen Beziehungen müssen sich wirtschaftlichen Vorgaben flexibel anpassen, nicht nur als Arbeitnehmer, auch als Konsumenten (auch wenn stets das Gegenteil behauptet wird). Propaganda und Werbung hämmern das in uns ein, was sie als passende Leitbilder einer Massengesellschaft betrachten.

Es ist wichtig, sich vor Augen zu halten, daß dies lediglich die Vorherrschaft einer bestimmten Denkweise (oder gar Ideologie) ist, die jedoch nicht als selbstverständlich und schon gar nicht als ewig gültig hingenommen werden muß.

Konsum ist gut, denn er bedeutet Konjunktur, so hat man uns beigebracht. Er ist fast eine patriotische Pflicht („go shopping“ lautete bezeichnenderweise nach dem 11. September 2001 die Order für die Amerikaner!). Die Lektion sitzt tief, auch wenn sie nicht mehr recht zu passen scheint.

Wirtschaftswachstum – und damit, auf den einzelnen herunter gebrochen: Konsum – ist inzwischen zum Selbstzweck geworden, zum Zwang, der mit einem enormen Aufwand an Geld, merkantiler Phantasie und Werbung in Gang gehalten werden muß. Doch wer sich in den Einkaufsmeilen der Städte aufmerksam umsieht, kann feststellen, daß die Lustlosigkeit den meisten schier ins Gesicht geschrieben steht. Selbst völlig verarmte Menschen in Entwicklungsländern sehen meist glücklicher aus als ein shoppender Europäer.

Immer schneller auf den übersättigten Markt geworfene Innovationen vermögen eben keine wirkliche Begeisterung mehr auszulösen, es sei denn, sie werden durch extrem glamouröse Events und Stars mit einem imaginären Strahlenkranz ausgestattet. Oder mit einem gezielten Tabubruch, der werteverletzend und damit aufmerksamkeitsregend wirken soll.

Inzwischen dämmert vielen Konsumenten, daß die vielgepriesene Wahlfreiheit keine wirkliche Freiheit bedeutet sondern immer häufiger Streß (wenn beispielsweise unter 100 verschiedenen Käsesorten im Supermarktregal zu wählen ist) und daß die Vielzahl an Optionen wirklich sinnvolle Lebensziele immer mehr verschleiert.

Pieter Brueghel hat den Zustand des Überdrusses am Überfluß in seinem Bild „Das Schlaraffenland“ meisterhaft dargestellt: Fette Menschen liegen vollgestopft und abgefüllt und starren stumpfen Blicks in die Leere. Kein lustvolles Erleben der Fülle, kein bewußtes Genießen, sondern nur dumpfes Dahindämmern vereinsamter Menschen. Sind wir von diesem Zustand so weit entfernt? Wo alles im Überfluß vorhanden ist, verliert auch alles seinen Wert – die Dankbarkeit schwindet und mit ihr die Freude an der Gestaltung des eigenen Lebens.

*

Die andere Seite der Medaille: Weltweit hungern 925 Millionen Menschen, die Lebensmittelpreise sind explodiert, unter anderem, weil Nahrungsmittel zu Biotreibstoffen verarbeitet werden. Wie Weltbankpräsident Robert Zoellick es ausdrückt: „Während sich manche Sorgen machen, wie sie ihren Benzintank füllen, kämpfen viele andere darum, wie sie ihren Magen füllen können.“

Die Ärmsten dieser Welt müssen inzwischen bis zu 80 Prozent ihres Einkommens für Grundnahrungsmittel ausgeben (wir dagegen nur 10 Prozent). Extremes Beispiel: Für viele Haitianer sind Lehmkekse inzwischen die einzige Mahlzeit, weil sie sich kein Getreidemehl leisten können. Die üble Mixtur verursacht zwar Durchfall, aber betäubt das Hungergefühl. Der Lehm für 100 Plätzchen kostet fünf Dollar; binnen eines Jahres ist der Preis um 1,50 Dollar gestiegen. In Indien kosten manche Produkte dreimal so viel wie vor einem Jahr, selbst die Schüssel Reis wird immer teurer und in Bangladesch können sich die Ärmsten nicht mal mehr Milch leisten.

Jedem sechsten Menschen auf der Welt fehlt es am Lebensnotwendigsten, jeder fünfte ist unterernährt (während weltweit 300 Millionen Menschen übergewichtig sind!), über eine Milliarde Menschen haben weniger als einen US-Dollar pro Tag zur Verfügung. Dabei könnte die Landwirtschaft heute 12 Milliarden Menschen, also fast das Doppelte der Weltbevölkerung ernähren, es scheitert nur an der richtigen Verteilung.

Können wir in einer globalisierten Welt wirklich die Augen vor diesen Fakten verschließen?

Es ist offenbar schwieriger, 500 Millionen Dollar Soforthilfe für das Welternährungsprogramm bereitzustellen, als immer neue Milliarden-Notprogramme aufzulegen, um den Wohlstand der reichen Nationen zu sichern.

„Der Konsumkapitalismus produziert mehr Bedürfnisse als die Menschen in den entwickelten Ländern haben und ignoriert zugleich den echten Bedarf in der Dritten Welt“, sagt der ehemalige Clinton-Berater Benjamin Barber. „In Amerika geben wir 20 Milliarden Dollar im

Jahr für in Flaschen abgefülltes Wasser aus, das für fast umsonst aus dem Hahn kommt, während in der Dritten Welt drei Milliarden Menschen gar kein sauberes Wasser haben. Der Kapitalismus will schnelle Profite und verkauft Leuten mit Geld Dinge, die sie nicht brauchen, weil die Menschen, die wirklich etwas brauchen, kein Geld haben. Statt Bedürfnisse zu produzieren, sollte der Kapitalismus dahin gehen, wo es echten Bedarf gibt, und herausfinden, wie man diesen Bedarf befriedigen kann.“

Oder vielleicht auch einmal die wirklichen Bedürfnisse der Menschen eruieren...

In einem Bericht über Bhutan war kürzlich zu lesen, daß die Entwicklung des Landes behutsam erfolgen soll, mit dem erklärten Ziel, das Bruttosozialglück für alle zu steigern. Der Staatshaushalt soll in erster Linie Bildung und Umweltschutz verpflichtet sein, ein kostenloses Gesundheitssystem gibt es bereits. Wie sieht es hingegen bei uns aus – einem der reichsten Länder der Welt? Ein ganzer Forschungszweig (Happyness Economics) hat sich inzwischen darauf verlegt, unsere Einstellung zu Glück und Geld zu ergründen. Fazit: Ab einem bestimmten Level (und das liegt bei rund 30.000 Euro Jahreseinkommen) nimmt das persönliche Glücksempfinden durch steigendes Einkommen nicht mehr merklich zu! Eine bahnbrechende Erkenntnis, die einen zu der Frage veranlassen könnte: Wozu dann eigentlich der ganze Streß?

Doch statt uns dankbar unseres Wohlstands zu erfreuen, plagen uns Abstiegsängste, und um der vermeintlichen finanziellen Unabhängigkeit willen streben wir nach Karriere und noch mehr Geld auf Kosten der Zeit, die wir mit Familie und Freunden verbringen könnten. Wir bemühen uns krampfhaft oder mit allerlei Schaumschlägerei, uns selbst (auf neu-deutsch: unsere Ich-AG) zu vermarkten und an unserem Image zu feilen, weil man uns erzählt hat, sonst würden wir nicht wahrgenommen.

Derweil nimmt die Einsamkeit zu und das Gemeinschaftsgefühl ab. Das ist die Kehrseite unseres hochgepriesenen Individualismus, der uns zweifellos viele persönliche Freiheiten – auch von familiären Verpflichtungen – beschert hat, allerdings auch unsere Bindungen gelockert hat. Ohne Orientierung an zeitlos gültigen Werten (die im Prinzip jeder kennt), gerät innere Unabhängigkeit zu narzißtischer Selbstverwirklichungsraserei.

Hat uns das Rennen im Hamsterrad dann ausgebrannt, sagen wir, unsere Work-Life-Balance sei gestört und wir brauchen einen Coach. Was wir brauchen, ist eine Suchttherapie, die uns befreit von der Vorstellung, daß Gier geil ist und offen macht für die Erwägung der Möglichkeit, daß unser Glück gerade in der Einfachheit und im bewußten Verzicht darauf, jeden Trend und jede Torheit mitzumachen, liegen kann.

Wie es der Theologe Hans Küng in seiner Erklärung zum „Weltethos“ formulierte: „Statt einer unstillbaren Gier nach Geld, Prestige und Konsum ist wieder neu der Sinn für Maß und Bescheidenheit zu finden. Denn der Mensch der Gier verliert seine Seele, seine Freiheit, seine Gelassenheit, seinen inneren Frieden und somit das, was ihn zum Menschen macht.“

*

Für manch einen mag es zwar zynisch klingen, Verzicht als Voraussetzung für ein gutes Leben zu preisen, doch bewußt lebenden Menschen ist längst klar, daß mehr haben nicht unbedingt mit glücklicher sein gleichzusetzen ist oder daß, bildlich gesprochen, der zu volle Magen genauso schmerzt wie der zu leere.

Fixiert auf die herrschende Leitlinie: Immer höher, immer schneller, immer größer, immer mehr ist uns das eigene Maß dafür verlorengegangen, wann etwas zuviel ist – und das ist genauso negativ wie das Zuwenig! Daß Mangel etwas Negatives ist, leuchtet jedem unmittelbar ein. Daß aber auch der Überfluß schädlich ist, wird bisher noch nicht in gleicher Weise wahrgenommen. Und doch entfernt uns beides gleichermaßen von der optimalen

Mitte und damit von unseren Gefühlen, Bedürfnissen und Zielen.

Mit anderen Worten: Gesteigerte Quantität führt nicht zwangsläufig zu erhöhter Qualität – zum Beispiel Lebensqualität. Darin besteht der grundlegende Irrtum, von dem das Leben in den Industriegesellschaften heute bestimmt wird. Unser hochtechnologisierter Lebensstandard schafft nicht automatisch mehr Wohlstand im Sinne von geistig-seelischem Wohlbefinden, sondern immer häufiger das Gegenteil. Zeitknappheit, Streß, Überdruß, Leere, vielfältige Süchte, Depressionen, Burnout, Ängste und die Zerstörung von Beziehungen sind die geheimen Kosten des Wohlstandes. Nach Schätzungen der WHO leiden rund 30 Prozent der Bevölkerung in Europa unter Depressionen, Angst und Unsicherheit.

Alan Wallace, der wohl kompetenteste westliche Meditationslehrer spricht von einem „exotischen Experiment“ zur Intensitätssteigerung, das wir seit Beginn des 20. Jahrhunderts mit uns selbst veranstalten und bei dem wir untersuchen: „Wie barbarisch können wir noch werden, wie sehr können wir unsere Schritte noch beschleunigen, wie können wir noch zielorientierter an multiplen Aufgaben arbeiten und unser Nervensystem überbeanspruchen? Wieviele Tragödien dieser Welt können wir als Zeuge erleben, ohne Depressionen zu bekommen, wieviel Angst erleben, ohne zusammenzubrechen? Dieses Experiment tun wir uns an!“

Auf der anderen Seite sind wir Analphabeten in der Kultivierung unseres Inneren, in der Schulung von Achtsamkeit, Bewußtheit und emotionaler Balance. Von Kindesbeinen an lernen wir, unseren Kopf mit möglichst vielen Informationen zu füllen, unsere Effizienz zu steigern, zu konkurrieren und uns zu vermarkten. „Aber wieviel Unterweisung hattest du darin, ein glücklicher Mensch zu werden und nicht nur ein erfolgreicher?“, fragt Wallace zu Recht. „Wer unterrichtet dich, deine inneren Quellen zu erschließen, dein inneres Gleichgewicht zu finden, nicht nur intellektuell, sondern auch emotional zu sein, deine Aufmerksamkeit zu fokussieren, ohne gestreßt zu sein, und mit anderen Menschen eine gute Beziehung zu haben?“

Würden wir diese Qualitäten auf die Spitze unserer Prioritätenliste setzen, könnten wir egal in welchem Job ein erfülltes Leben führen, unser inneres Gleichgewicht halten und selbst unter Druck entspannt bleiben. Es macht also Sinn, zuerst ein Gefühl inneren Wohlbefindens zu entwickeln und Körper und Geist zu entspannen, um innere Stabilität und Ruhe herzustellen. Möglichst bevor ein Burnout uns dazu zwingt.

Auch wenn wir als fleißige Deutsche dazu tendieren, Arbeit als Ersatzreligion zu betrachten, der wir uns bis an den Rand der Erschöpfung willig hingeben, Fakt ist doch: In innerer Balance sind wir sehr viel produktiver. Glücklicherweise ist dieser Tage ein moderner Mythos entlarvt worden: Multitasking, das haben Wissenschaftler festgestellt, ist ineffizient. Wer versucht, mehrere Aufgaben gleichzeitig zu erledigen – jahrelang als Standard modernen Arbeitens gepriesen – ist unkonzentrierter, schneller abgelenkt und kann unwichtige Informationen schlechter wegfiltern. Das gute, alte „eins zur Zeit“ erlebt also ein Comeback!

Um kreativ zu sein und größere Zusammenhänge zu verstehen braucht unser Gehirn Ruhephasen. Wir benötigen Zeit, um neue Informationen mit bereits vorhandenem Wissen sinnvoll zu verknüpfen. Wer sein Gehirn durch parallele Tätigkeiten ständig überfordert, wird nicht klüger, sondern degeneriert.

Bedauerlicherweise aber treibt uns das enorme Reizüberangebot in genau diesen Overkill. Durch vielfältigste Ablenkungen wird uns eigentlich ständig eine Zersplitterung unserer Aufmerksamkeit nahegelegt.

Erlebnisdichte läuft heute in erster Linie über einen rastlosen Konsum, der aber gerade wegen seiner Schnelligkeit und Oberflächlichkeit dazu führt, daß Erlebnisse nicht bis in die Tiefen ausgelotet werden, nach dem Motto: Öfter mal was Neues. Und so wird auf ein

Erlebnis schnell ein weiteres „gestapelt“. Die unser Denken beherrschende Leitlinie des „Immer mehr“ führt nicht nur zu Chaos im Kopf und Unzufriedenheit. Sie zeigt vor allem einen „süchtigen“ Umgang mit der Wirklichkeit.

Doch wenn der Kopf zu voll ist, bleibt die Seele auf der Strecke. Das ist unsere Crux: Wir alle leiden an der Fülle ebenso wie an der enormen und immer noch zunehmenden Geschwindigkeit („Akzeleration“, wie Alwin Toffler es schon vor 35 Jahren nannte), von der unser Leben bestimmt wird. Und unsere Seelen und unsere Gefühle können damit nicht Schritt halten. Wir werden desorientiert, weil unser Innenleben sich nicht in gleichem Maße mitentwickelt.

Wir flüchten – mit wohlwollender Unterstützung der Werbung – in immer neue Reize und Ablenkungen. Noch nie gab es so viele Angebote, vor sich selbst wegzurennen, wie heute! So werden wir immer stärker außengesteuert und verlieren die Orientierung: Wir wissen nicht mehr, wie wir leben wollen!

Denn unsere wirklichen Sehnsüchte – nach Wahrem, Gültigem, Bleibendem, nach Gemeinschaft, Liebe und Glück – werden in unserer Gesellschaft nicht mehr gestillt, ebensowenig wie unser Bedürfnis nach Transzendenz und tiefer Verbundenheit. Unsere Kultur bietet uns kaum noch Rituale zum Erleben solcher Gefühle, sondern leitet uns nur zu weiterem Konsum an. Das Vakuum in der Seele wird mit materiellen Gütern gestopft oder mit großen, fast religiös zelebrierten Events (wie beispielsweise spektakulär inszenierten Schiffstufen), die unsere Sinnsuche für ein rein kommerzielles Ereignis ausbeuten.

Statt jedem Trend hinterher zu hecheln, brauchen wir wieder ein Gefühl für unser eigenes Maß der Dinge, sonst verlieren wir die innere Balance und Souveränität. Wenn wir unsere Mitte nicht bewußt kultivieren, wird sie von anderen kolonisiert.

Aufmerksamkeit ist eine begrenzte Ressource und zugleich das größte Geschenk, das wir uns selbst oder anderen machen können. Nicht umsonst buhlt die Werbeindustrie mit immer raffinierteren Methoden um sie. Denn da, wo unsere Aufmerksamkeit ist, ist auch unsere Energie! Wir sollten sie uns nicht einfach nehmen lassen, sondern genau überlegen, wem wir sie schenken.