

Weniger ist mehr – zurück zum eigenen Maß

Presse-Information

Die apokalyptisch anmutende Katastrophe in Japan führt uns eindrücklich vor Augen, dass wir längst in die Situation des Zauberlehrlings geraten sind: Nicht wir beherrschen Natur und Technik, sondern sie uns!

Naheliegenderweise wird nun der Ausstieg aus der Atomenergie diskutiert, doch der Energiebedarf moderner Gesellschaften wird dadurch ja nicht automatisch geringer. Daher stellt sich zwangsläufig die Frage, wie wir von unserer Wachstumsideologie und unserem suchtartigen Verlangen nach immer mehr auf allen Ebenen herunterkommen, obwohl wir längst schon viel zu viel haben: zu viele Dinge, die unsere Wohnungen verstopfen, zu viele Informationen, die Chaos im Kopf verursachen, zu viele Erlebnisse, die unsere Gefühlskapazitäten überfordern. Ein Überfluß, den wir kaum noch verarbeiten können – Burnout und Depressionen grassieren.

Wen wundert's? Veranstalten wir doch gerade ein in der Geschichte der Menschheit einzigartiges Experiment zur Intensitätssteigerung: Wie können wir noch mehr beschleunigen, verdichten, wie noch mehr Multitasking in unser Leben bringen und unser Nervensystem überbeanspruchen? Wie viele Tragödien der Welt können wir noch im Fernsehen live miterleben, ohne verrückt oder völlig abgestumpft zu werden? Dieses Experiment tun wir uns an.

Mit hochprofessionellen, aus der Psychoanalyse stammenden Methoden wird täglich unsere Aufmerksamkeit zersplittert, werden wir ständig auf neue käufliche Außenreize (zunehmend sind dies auch Informationen) konditioniert. Edward Bernays, ein Neffe Freuds und der Erfinder der modernen PR machte in den 20er Jahren tiefenpsychologische Methoden für amerikanische Unternehmen nutzbar, als diese verzweifelt nach neuen Absatzmöglichkeiten ihrer Massengüter für eine bereits gesättigte Gesellschaft suchten.

Gleichzeitig löste er damit ein Grundproblem konservativer Politiker, die sich den Kopf darüber zerbrachen, wie sie die Emotionen der Menschen in Massengesellschaften in ihrem Sinne lenken konnten. Ständiger Konsum und das unentwegte Bombardement mit Werbung war hierfür ein geradezu perfektes Mittel! Auf diese Weise werden Menschen davon abgelenkt, sich für ihre eigenen Bedürfnisse (politisch) zu engagieren. In den USA ist dieses Ziel nahezu verwirklicht. Aus mündigen Bürgern sind weitestgehend unpolitische Konsumenten geworden, die nicht mehr wählen.

Bei uns läuft es etwas vergeistigter ab, für uns ist Wirtschaft quasi zur Religion geworden, der wir alles unterordnen – als Arbeitnehmer ebenso wie als Konsumenten. In der Arbeitswelt reagieren wir auf die Überforderungen mit Burnout sowie innerer Kündigung epidemischen Ausmaßes. In der übrigen Zeit werden wir darauf konditioniert, einen Großteil unserer Zeit und Aufmerksamkeit eigentlich unwichtigen und banalen Dingen zuzuwenden – Zeit, die wir besser der sinnvollen Gestaltung des eigenen Lebens widmen könnten oder, je nach Gemütslage, der Verbesserung der Lebensbedingungen anderer – egal wo auf dem Globus.

Dabei geht es auch um globale Gerechtigkeit: Während wir in einer dekadent gewordenen Esskultur darüber nachdenken, welche neuen Kitzel wir unseren Gaumen noch verschaffen können, müssen die Menschen in anderen Teilen der Welt inzwischen Lehmkekse essen. Für die Ärmsten der Armen ist selbst Brot inzwischen Luxus - weil die Lebensmittelpreise explodieren. Weil auf Grundnahrungsmittel wie Weizen inzwischen spekuliert wird – und weil wir Lebensmittel inzwischen zu Biokraftstoffen verarbeiten, damit wie an unserem Energieverbrauch nichts ändern müssen, indem wir ihm sozusagen eine grüne Note geben.

Wenn wir die grassierende Gier beklagen, müssen wir aufhören, unsere Wünsche und Bedürfnisse manipulieren zu lassen und von selbstverliebten Ichlingen und narkotisierten Konsumsklaven wieder zu wachen, aufmerksamen (Mit)Menschen werden, die bereit sind, die Sinnfrage an ein aus den Fugen geratenes Wirtschaftssystem zu stellen – und ebenso an sich selbst! Wie sagte schon Gandhi: Die Welt ist groß genug für die Bedürfnisse aller, aber zu klein für die Gier einzelner!

Catharina Aanderud

Weniger ist mehr

Zurück zum eigenen Maß

CLASSICUS Verlag

240 Seiten, € 14,90