

Albrecht von Lucke

Die Wende zum Weniger: Corona und das Konsumdilemma

Seit Beginn der Pandemie wird nach dem Kollateralnutzen der Krise gefragt, ja diese sogar als eine Chance beschworen. Doch worin diese Chance konkret besteht und ob es tatsächlich zu einem nachhaltigen Wertewandel kommen wird, ist bisher völlig offen.

In einer ersten Zwischenbilanz kann man eines jedoch feststellen: Ohne den Virus wäre eine der größten Schweinereien der industriellen Moderne immer noch ungestört im Gange, nämlich die Ausbeutung von Mensch und Tier in den gigantischen Fleischfabriken. Was „normale Zeiten“ nicht geschafft haben, erledigte der Virus in wenigen Wochen: Erst als die Fleischindustrie zum Superspreader wurde, richtete sich der Fokus endlich auf die unhaltbaren Zustände bei Tönnies und Co. 12-Stundenschichten zu Dumpinglöhnen, dazu horrende Wuchermieten von Subunternehmen: Faktisch herrschen in den Fabriken leibeigenerschaftsähnliche Verhältnisse. Jahrelang hatte Deutschlands größter Fleischproduzent Besserung versprochen und sich doch nie daran gehalten. Daran änderte auch nichts seine Selbstverpflichtung gegenüber dem damaligen Wirtschaftsminister Sigmar Gabriel, der sich auf dem Höhepunkt der Coronakrise prompt selbst von Tönnies verpflichten ließ, natürlich zu lukrativen Konditionen.

Wie sehr sich der Wind durch Corona gedreht hat, zeigt sich nicht nur am Ausmaß der Empörung, sondern auch daran, dass noch zu Beginn des Jahres die mediale Lage eine völlig andere war. Damals wurde eine erhitzte Debatte über die Unabdingbarkeit täglichen

Fleischkonsums geführt. Gegen die von Grünen und Umweltverbänden angestoßene Debatte machte die „Bild“-Zeitung gewohnt populistisch mobil: „Lasst die Nackensteak-Esser in Ruhe!“, so die Anklage gegen die angeblich ökodiktatorischen Grünen.¹ Dabei hatte es sich der noch immer mit dem Veggie-Day-Trauma geschlagene Grünen-Chef Robert Habeck nur erlaubt, einen „Tierschutzcent“ auf tierische Produkte zu fordern. Unionsfraktionschef Ralph Brinkhaus erklärte daraufhin „Nackensteak-Esser“ zum „Rückgrat unserer Gesellschaft“.² Unser täglich Schnitzel gib' uns heute, lautete das christdemokratische Leitmotiv.

Doch im Zeichen von Corona fordert selbst die keineswegs agrarindustriekritische Julia Klöckner harte Einschnitte. Fleisch dürfe keine Ramschware sein, so die Bundeslandwirtschaftsministerin, deshalb wolle sie gegen Dumpingpreise vorgehen – mit einer Tierwohlabgabe von immerhin 40 Cent pro Kilo Fleisch. Hätten die Grünen vor Corona derartiges zu fordern gewagt, ein Sturm der Entrüstung wäre über sie hereingebrochen.

Ob sich eine bloße Tierwohlabgabe dazu eignet, den erforderlichen Systemwechsel in der Fleischindustrie zu bewirken, ist allerdings höchst zweifelhaft. Die eigentliche Chance durch Corona ist dagegen weit grundsätzlicherer Natur. Im Kern stellt die Seuche unser gesamtes Konsum- und Lebensmodell in Frage. Oder genauer gesagt: unser Leben als Konsummodell.

1 Ralf Schuler, in: „Bild“, 26.1.2020.

2 „Bild am Sonntag“, 25.1.2020.

Ich konsumiere – und zwar möglichst viel und billig –, also bin ich, lautet das Leitmotiv des modernen *homo consumens*. Doch Corona hat das Primat des Konsums faktisch ausgehebelt – mit erheblichen Folgen: Zum ersten Mal sind die deutschen Emissionen nicht mehr doppelt so hoch wie zulässig, entspricht unser ökologischer Fußabdruck den vom Pariser Klimaabkommen im Jahr 2015 festgelegten Anforderungen. Auf diese Weise könnte die globale Erwärmung doch noch auf unter zwei Grad stabilisiert werden. Insoweit bedeuten die zurückliegenden Monate – bei aller Tragik angesichts der vielen Toten – tatsächlich den Ausbruch aus der fatalen alten „Normalität“.

Aber eine neue Normalität wurde durch diesen globalen Ausnahmezustand noch lange nicht geschaffen. Die Grundfrage lautet daher: Kann ein derart kurzfristig durch Corona geändertes Konsumverhalten auf Dauer gestellt werden – und wenn ja, wie?

Spätestens an diesem Punkt werden die Dilemmata des global integrierten Weltmarkts deutlich. Denn zugleich erleben wir dank Corona in aller Dramatik, in welcher fatalen Pfadabhängigkeiten sich die gesamte Weltwirtschaft bewegt. Wenn der reiche Norden nicht billige Kleidung im Überfluss konsumiert, leiden als erstes die (zumeist weiblichen) Produzenten in den südlichen Billiglohnländern, denen ihre gesamte Existenzgrundlage abhandenkommt. Und wenn die deutschen Reise-weltmeister nicht die schönsten Strände der Welt heimsuchen, erhalten die in der Tourismusindustrie beschäftigten Einheimischen nicht die erforderlichen Löhne, um anschließend auch deutsche Industrieprodukte erwerben zu können. Auch deshalb werden uns spätestens im Herbst die gewaltigen ökonomischen Folgeschäden von Corona einholen, wenn nämlich zahlreiche deutsche Betriebe Konkurs anmelden müssen. Zugleich müssen wir jedoch zur Kenntnis nehmen, dass die globale Um-

welt schon lange „Konkurs“ zu machen droht. Der große Unterschied: Wenn die klimatischen Kippunkte erreicht sind, sind die Folgen – anders als in der Ökonomie – irreversibel; dann wird die drohende Heißzeit nicht mehr erfolgreich zu bekämpfen sein. Daran kann auch ein reichlich durchwachsender Sommer bei uns nichts ändern, wenn zugleich in Sibirien der Permafrostboden immer schneller auftaut.

Hier zeigt sich, dass die über Jahrhunderte praktizierte Logik der Externalisierung der industriellen Folgeschäden endgültig an ihre ökologischen Grenzen gekommen ist. Corona verdeutlicht damit die doppelte Krise des globalkapitalistischen Produktions- und Konsummodells. Das gilt erstens für dessen Funktionskrise, dass nämlich alle Beteiligten als Konsumenten und Produzenten aufs Engste voneinander abhängen und der Ausfall eines jeden das gesamte System in Frage stellt. Heute, so die perverse Logik, arbeiten wir nicht primär, um zu konsumieren, sondern wir konsumieren, um weiter arbeiten zu dürfen – um nämlich durch unseren Konsum den globalisierten Kapitalismus am Laufen zu halten und damit auch unseren eigenen Arbeitsplatz zu garantieren.

Daran hängt zweitens die Krise unseres eigenen Selbstverständnisses. Wer sind wir und wer wollen wir sein, jenseits der bloßen Konsumentenexistenz? Und was wäre vor diesem Hintergrund die richtige, nachhaltige Antwort auf die Krise?

Die Antwort der Bundesregierung ist jedenfalls klar: Sie erklärt das Shoppen faktisch zur ersten Bürgerpflicht. „Jetzt wird wieder in die Hände gespuckt, wir steigern das Bruttosozialprodukt“, zitiert Bundesfinanzminister Olaf Scholz den bald vierzig Jahre alten Hit der Neue-Deutsche-Welle-Band „Geier Sturzflug“. Die Botschaft ist eindeutig: Wir müssen die Wirtschaft aus der Krise herauskonsumieren. Indem wir mit Hilfe milliardenschwerer Investitionen den natio-

nalen und europäischen Konsummotor anwerfen, soll auch die deutsche Wirtschaft wieder in Schwung kommen. Mit dem Konsumargument wird inzwischen sogar die Maskenpflicht in Frage gestellt – weil nämlich die Maske die Kauflaune der Menschen dämpfe und als „Gierbremse“ wirke, so der Marktforscher Stephan Grünewald.³

Auf diese Weise betreiben wir die Rückkehr zu einer Normalität, die faktisch keine ist. Stattdessen gehört das Konsumieren als Lebensform auf den Prüfstand. Durch Corona wird der *homo consumens* und damit unser aller Selbstverständnis radikal in Frage gestellt: Auf was mussten wir in den vergangenen Monaten wirklich verzichten, indem wir weniger konsumiert haben? Was hat uns tatsächlich gefehlt? Damit ist die alte, zeitweilig unter Totalitarismusverdacht stehende Frage zurück auf der Agenda: Was sind wahre menschliche Bedürfnisse – und was bloß warenförmige, falsche bzw. künstlich erzeugte?⁴

Der globalen Umwelt verpflichtet

Hinter diese, durch Corona aufgeworfenen Fragen dürfen wir auf keinen Fall zurückfallen, wenn wir die Krise als Chance begreifen wollen. Der „Konsumbürger“ – eigentlich ein Widerspruch in sich – ist der Inbegriff einer egoistischen Individualisierung. Dagegen gilt es unsere Sozialpflichtigkeit neu zu entdecken. Und zwar nicht, wie derzeit massiv forciert, als Konsumpatriotismus gegenüber dem eigenen Land („Reisen Sie in Deutschland!“, „Kaufen Sie deutsch!“), sondern in erster Linie gegenüber einer globalen Umwelt, die durch das westliche Konsummodell radikal gefährdet wird. Hier aber zeigt sich das sozial-psycho-

logische Dilemma: In Umfragen erklären die Menschen regelmäßig ihre Bereitschaft, ökologisch zu handeln. Zugleich sind noch immer die wenigsten bereit, ihr eigenes Konsumverhalten tatsächlich nachhaltig zu ändern. Vor allem deshalb liegt der Anteil an ökologisch erzeugtem Schweinefleisch nach wie vor bei bloß einem Prozent.⁵

Zu Beginn der Coronakrise wurde, getreu den Anforderungen der Epidemiologen, Prävention zur ersten Bürgerpflicht erklärt – in der Klimakrise muss das gleiche gelten. Im Grundgesetz heißt es bekanntlich, Eigentum verpflichtet. Das betrifft aber nicht nur unser *privates*, sondern auch unser *kollektives* „Eigentum“, die globale Umwelt. Ihr gegenüber sind wir primär verpflichtet, da wir alle auf ihren Erhalt angewiesen sind. Dafür müssen wir raus aus den alten Pfadabhängigkeiten und völlig neue Wege beschreiten. In der Aufwertung der Fürsorge und des Care-Gedankens, in stärkerer Regionalisierung und der Entdeckung des Nahbereichs liegen die Chancen der Coronakrise. Was aber folgt langfristig daraus, wenn wir angesichts der enormen Zunahme von Home Office nicht mehr alle gleichzeitig ins Büro müssen? Erkennen wir den Gewinn an Zeit und Raum in den von Autos befreiten Innenstädten, die damit wieder zu Orten des sozialen Lebens statt des reinen Arbeitens werden könnten? Für viele ist jedenfalls das Zweitauto, mit dem der eine Teil der Familie zur Arbeit fuhr, derzeit überflüssig geworden. Stellt sich gar am Ende die Frage, ob wir den Individualverkehr überhaupt noch brauchen? Oder erleben wir den gegenteiligen Effekt: Werden die Innenstädte noch voller werden, weil der Individualverkehr einen neuen Boom erfährt – aus Angst vor Corona in den öffentlichen Verkehrsmitteln?

Corona könnte also in der Tat eine Zeitenwende bedeuten. Die Krise hat

3 Johannes Pennekamp und Julia Löhr, Darf es ein bisschen weniger Konsum sein?, in: „Frankfurter Allgemeine Zeitung“, 8.7.2020.

4 So die Unterscheidung bei Erich Fromm, unter Rückgriff auf den frühen Marx.

5 Silvia Liebrich, Jan Schmidbauer und Josef Wirnshofer, Guten Appetit, in: „Süddeutsche Zeitung“, 11./12.7.2020.

gezeigt: Die Wende zum Weniger ist möglich. Der praktizierte Konsumverzicht bleibt die bisher wichtigste Erfahrung. Und eine weitere Entmaterialisierung ist denkbar: Denn dass zugleich die Erwerbsarbeit ihre Rolle als Lebensmittelpunkt eingebüßt hat und die Trennung von Familie und Beruf aufgehoben wurde, war für viele ein enormer Gewinn an Lebensqualität, trotz aller Komplikationen und Anstrengungen (insbesondere für Eltern durch die Schließung der Schulen).

Dieser experimentell erprobte neue Lebensstil gibt jedoch allein noch keine hinreichende Antwort auf die Systemfrage: Wie kann eine Wirtschaft ohne permanentes Wachstum funktionieren? Hier muss die Antwort auf Corona wie auf die Klimakrise darin bestehen, endlich zu gerechteren Handelsbeziehungen zu kommen und für die Waren des Südens faire Preise zu zahlen, die zugleich die ökologische Wahrheit sagen. Auch dafür müssen wir von unserem alten Konsummodell Abstand nehmen. Übrigens auch im ureigenen Interesse: Solange unser Konsumverhalten das globale Maß aller Dinge bleibt, werden wir die Klimakrise nie in den Griff bekommen.

Seit der Kolonialzeit profitiert der globale Norden von den ungleichen internationalen Handelsbeziehungen, den *terms of trade*: Der Süden liefert billige Rohstoffe und kauft teure Industrieprodukte aus dem Norden. Neuerdings hinzugekommen – so die besonders bittere Ironie der Geschichte – ist der Export von Billigfleisch aus dem Norden in den Süden, wodurch ganze lokale Handelsmärkte zerstört werden. Dem globalen Süden durch faire Preise und Handelsbeziehungen endlich Gerechtigkeit widerfahren zu lassen, ist daher das eigentliche Gebot einer überzeugenden Dekolonialisierung.

In seinem jüngsten Buch „Ist heute schon morgen?“ stellt der bulgarische Politologe Ivan Krastev die These auf, dass die Pandemie – ob ihrer Ereignislosigkeit – kaum eine Erinnerung

im kollektiven Gedächtnis hinterlassen werde. Seine Referenz dafür ist die Spanische Grippe, die bis zu fünfmal mehr Menschen das Leben gekostet hat als der Erste Weltkrieg und die dennoch verhältnismäßig wenig bekannt ist. Dabei verkennt Krastev allerdings den fundamentalen Unterschied zur heutigen Lage: Während die Spanische Grippe direkt auf den Weltkrieg als den Inbegriff des Ausnahmezustandes und eines millionenfachen Mordens folgte und deshalb als fast „normales“ Sterben wirken musste, erleben wir – zumindest im reichen Westeuropa – Corona nach der Erfahrung von 75 Jahren Frieden als den ersten radikalen Einschnitt in die westliche Konsum- und Wachstumsgeschichte.

Die entscheidende Frage lautet daher, inwieweit eine derartige Zäsur – als eine Zeit des Stillstands – Mentalitäten nachhaltig prägen kann. Die einschneidenden Ereignisse des 20. Jahrhunderts waren solche der radikalen Beschleunigung, von den großen Kriegen bis zu den ideologischen Kulturkämpfen, von den 1930er Jahren bis zu 1968. Im 21. Jahrhundert müsste dagegen die mentale wie ökonomische Entschleunigung das Ziel sein, eine neue Form des Wirtschaftens als nachhaltige *Steady-state Economy*. Sozialpflichtigkeit erweist sich heute im Zuhausebleiben und nicht in der Welteroberung, ob militärisch oder massentouristisch. Anders ausgedrückt: Was wir heute brauchen, sind eher Boring Twenties statt Roaring Twenties.

Die Coronakrise könnte der Anfang einer besseren Normalität werden. Doch dafür darf die geschenkte Zeit nicht zur verschenkten Zeit werden. Dafür müssen wir den Mechanismen der Verdrängung und dem starken Sog zurück in die alte „Normalität“ eine andere, neue Leitidee von Leben und Konsumieren entgensetzen. Doch welche Antwort wir darauf geben, ist derzeit noch offen. Fest steht nur eins: Eine solche Gelegenheit werden wir so bald nicht wieder erhalten.