

Kick by Kick



oder: Mensch, was machst du eigentlich ohne die Möglichkeit einzukaufen?

von Joscha Falck

Schließen Sie für einen Moment die Augen. Atmen Sie ruhig. Es tut nicht weh. Und dennoch wird es Sie beunruhigen. Stellen Sie sich vor, ab jetzt nicht mehr einkaufen zu können. Heute nicht, morgen nicht. Nichts mehr!

Dieses apokalyptische Szenario ereignet sich jeden Samstag aufs Neue. Manchmal auch vor Feiertagen. Und es bringt Menschen zum Schwitzen. Wieder und wieder und wieder. Es ist zum Mäuse melken. Gegen Kopfschmerzen gibt es Aspirin, gegen Stress Baldrian-Tabletten und Beruhigungstee. Selbst für die Raucherentwöhnung gibt es Pflaster und Kaugummis. Und dann setzen wir uns Woche für Woche einem kalten Entzug aus. Kein Shopping-Bummel, kein Supermarkt, keine Gewissheit, dass man könnte, wenn man müsste.

Für viele von uns bedeutet das tatsächlich Stress. Schließlich könnte etwas ausgehen oder man könnte etwas dringend brauchen, was dann nicht umgehend zu beschaffen ist. Die Möglichkeit, mit einer Situation konfrontiert zu sein, in der die sofortige Bedürfniserfüllung nicht zur Verfügung steht, ist Bedrohung pur. Das schafft Sorgenfalten auf der Stirn. Schweißperlen, angestregtes Überlegen – sogar der Puls geht in die Höhe. Sicher gibt es Tankstellen und Gasthäuser. Verhungern müsse man nicht. Aber trotzdem.

Wie ich auf solche Gedanken komme? Das kann ich Ihnen erzählen. Als ich wieder einmal nichts zu tun hatte, verbrachte ich einen Samstag in der Fußgänger-

Zone einer größeren bayerischen Stadt. Die Erlebnisse dieses Tages brachten mich ins Grübeln. Ich nahm an, dass viele Menschen den Tag nutzen wollten, bevor am

Sonntag alle Läden schließen. Und ich ahnte gleichzeitig, dass die meisten von ihnen die vielen Dinge, die sie kauften nicht brauchen. Dennoch sah ich in enthusiastische Gesichter, die engagiert von Geschäft zu Geschäft wetzten. Ähnlich wie ich vor einigen Wochen mitansehen konnte, wieviele Bürgerinnen und Bürger zum verkaufsoffenen Sonntag strömten oder am Midnight-Shopping teilnahmen. Haben diese Leute eigentlich sonst nichts zu tun? Oder ist Einkaufen zu einem Event verkommen, das man nicht verpassen sollte. Ich wusste es nicht.

*...ich sah in enthusiastische
Gesichter, die engagiert von
Geschäft zu Geschäft wetzten*

Grund genug, mir Gedanken zu machen. Ich versuchte, analytisch vorzugehen und nachzuspüren, was meine Mitmenschen bewegt, wenn sie sich aufmachen, um das zu tun, was sich die Marktwirtschaft von ihnen wünscht. Zu konsumieren.



©Foto: Stephanie Hofschlaeger / www.pixelio.de

Einzukaufen heißt Zeit zu verbringen, war mein erster Gedanke. Und Geld auszugeben verschafft Glücksgefühle. Wieder und wieder und wieder. Shoppen zu gehen ist Freizeitsport gegen Langeweile, gegen Sehnsucht und gegen Seelenfrust. Es macht uns Menschen glücklich. Mit der Möglichkeit, permanent und überall einkaufen zu können, ist uns Menschen etwas Geniales gelungen. Et-

was gegen Geld konsumieren zu können generiert Glück. Der schnelle Kick versetzt uns in Entzückung. Er aktiviert unser Belohnungszentrum und lässt uns strahlen. Allerdings nur kurzfristig. Und schon finden wir uns in einer Spirale der Bedürfnisbefriedigung.

Ich hielt das gedanklich fest: Meine Mitmenschen suchten etwas - angezogen von Reklame und Werbespots. Es schien, dass viele von ihnen auf dem Weg waren, um etwas abzuholen. Aber ob sie fündig geworden sind?



©Foto: Jakob Ehrhardt / www.pixelio.de

Mein zweiter Gedanke war, dass sich das eigentlich Geniale erst auf den zweiten Blick offenbart. Hinter der Möglichkeit, stets einkaufen zu können, verbirgt sich ein weiterer Mechanismus. Vor jedem Kick steht eine Überlegung. Diese, meist zwischen zwei oder mehreren Kaufoptionen zu treffende Entscheidung zwingt uns dazu, sich mit der Sache auseinander zu setzen. Und schon hat man die Berechtigung, jetzt und hier Angebote zu vergleichen, Kaufargumente abzuwägen oder sich weiter zu informieren. Kurzum: Das Dasein ist auf eine Kaufhandlung hin ausgerichtet. Der moderne Mensch hat das zu nutzen gelernt. Kommt er kurz- oder mittelfristig in Situationen gegenwärtigen Unwohlseins, verschafft er sich durch einen Akt des Konsums Sinn. Beim Kauf einer Banane, einer DVD oder eines Autos. Das Prinzip ist identisch, nur die Höhe des Sinn-Ertrages variiert. Konsum als Sinn-Generierungs-Mechanismus. Mit der Rechtfertigung eines Sachzwangs. Genial.

***Konsum als
Sinn-Generierungs-
Mechanismus***

Jetzt leuchtet mir auch ein, warum das Online-Shopping eine derart rasant wachsende Branche ist. Es lindert den kalten Entzug und holt die Kaufhandlung an den Schreibtisch, aufs Sofa oder ins Bett. Immer und zu jeder Zeit. Wieder und wieder und wieder. Das war mein dritter Gedanke. Es droht Suchtgefahr. Mit dem Netz wird die Kaufhandlung einfacher, die Hemmschwellen kleiner, das Angebot reichlicher und der Preis meist billiger. Einerseits. Andererseits ist der Kick flüchtiger, das generierte Glück schnell wieder verflogen. Gefolgt von der Frustration, dass zwar unmittelbar gekauft, aber mittelbar gewartet werden muss. Ein Teufelskreis.

Ich überlegte: Ist es das, was meine Mitmenschen antreibt? Sind sie auf der Suche nach einem Endorphingemisch voller Glück, Sinn und Zufriedenheit? Sehen sie sich nach einer Richtung in ihrem Leben? Einer Spur für ihre Träume und Ziele? Nun merke ich selbst, wie ich ins Schwitzen gerate. Spätestens jetzt kommt die Frage, was zuerst da war: Die Werbung oder das Bedürfnis. Ich vermute, Letzteres. Und genau dieses Bedürfnis nach Sinn und Zufriedenheit macht uns Menschen auch schwach gegenüber einem auf Konsum und Bedürfniserfüllung ausgerichteten Leben.



©Foto: Rike / www.pixelio.de

Ob diese Gedanken die Nöte der Menschen treffen? Ich weiß es nicht. Aber ich kann es mit meinen Erfahrungen untermauern. Hinter der Logik des Konsums steht ein perfide ausgearbeitetes System von Marketing, Management und Konsumforschung. Versteht ein Marktstrategie meine Mitmenschen letztlich besser als ich sie verstehen kann? Oder ist es nur seine Aufgabe, die innere Not der Menschen auszu-beuten? Oder stelle ich die falschen Fragen?

Es gibt in der Gesellschaft Tendenzen, die daraufhin weisen, dass trotz allem eine Sehnsucht nach Ursprünglichkeit vorhanden ist. Dass sich Zeit für die Familie gewünscht wird. Dass Men-

schen ihre Nahrungsmittel wieder selbst anbauen möchten. Dass Sofas und Autos geteilt werden. Und dass Gemeinschaft wieder kultiviert wird. Wieder spüren zu lernen wird zu einer wesentlichen Herausforderung unserer Zeit. Was wichtig ist und uns zufrieden macht. Dauerhaft.

An guten Tagen kann ich das sehen. An schlechten sehe ich die Herausforderung verloren, da meine flexibilisierten Kollegen der Empathie-Etage schon etwas parat haben: Lifestyle-Produkte im Vintage-Design und ein Smartphone, um die Erfüllung ungeahnter Wünsche auch dann zu befriedigen, wenn wir mit unseren Lieben einen Ausflug machen. Wieder und wieder und wieder sind sie mir einen Sprung voraus. Gibt es ein Entrinnen?

***Wieder spüren zu lernen
wird zu einer wesentlichen
Herausforderung unserer Zeit***

Kick by Kick

Schnell verfangen
und doch vergangen
ist der Moment
kurz und hohl

die Seele brennt, die Seele brennt.

Ich löse mich vom Alltagsleben
kribbelig spüre ich das Shopping-Streben

Kaum vorbei bleibt´s einerlei
Mach weiter

krächzt der Seelenschrei.

Ungehört und anonym
in der Konsumwelt als Pseudonym

Ich will das nicht Ich will das nicht
erledige ich

meine Pflicht.

In Rechnung stellt ihr meine Sorgen
leere Ängste bleiben verborgen.

Ach könnt ich doch. Ihr lasst mich nicht.
Ich kick mich weg.

Es ist kein Ende in Sicht.



Über den Autor

Joscha Falck ist Vorstandsmitglied der GEW Ansbach und Mitglied der Auswege-Redaktion.

Kontakt

JoschaFalck@gmx.de

AUSWEGE – Perspektiven für den Erziehungsalltag

Online-Magazin für Bildung, Beratung, Erziehung und Unterricht

www.magazin-auswege.de

auswege@gmail.com