

## **AGENDA-21-Kino am 21. Oktober 2014: CONSUMED – IN DEN FÄNGEN DER BESTIE**

(Martin Hirte)

Der Film *Consumed* stammt von dem englischen Regisseur und Kameramann Richard Heap, Gründungsmitglied der Filmemacher-Gruppe Slackjaw. Diese Gruppe hat zahlreiche preisgekrönte Bergfilmefilme gedreht, zuletzt mehr und mehr vor dem Hintergrund des zunehmenden Klimawandels.

Erst im September 2014 haben wir den Klimagipfel in New York hinter uns gebracht - wie Sie wissen glänzte die deutsche Kanzlerin durch Abwesenheit. Konkrete Ergebnisse gab es nicht. Konkrete Vorgaben gab es dagegen beim Treffen der Finanzminister der G-20 zwei Tage zuvor im australischen Cairns zu hören. Bis Ende 2018 sollen die Volkswirtschaften um zusätzlich zwei Prozent wachsen. „*Investitionen sind ein lebenswichtiger Bestandteil, um die Nachfrage anzukurbeln und das Wachstum zu fördern*“, hieß es in der Abschlusserklärung. Ein diesbezügliches Bonmot des US-Ökonomen Kenneth Boulding lautet: „*Wer in einer begrenzten Welt an unbegrenztes Wachstums glaubt, ist entweder ein Idiot oder ein Ökonom*“. Oder eben ein Politiker.

Es dürfte allgemein bekannt sein, dass Wirtschaftswachstum die Ursache und nicht die Lösung für unsere ökologischen Probleme ist. Weiter auf Wachstum und steigende Nachfrage zu setzen ist angesichts des beängstigenden Anstiegs der Klimagase und des „*Peak Everything*“, der zu Ende gehenden Ressourcen, nicht nur naiv, sondern gefährlich.

Kritische Volkswirtschaftler wie Niko Paech, der erst Anfang Oktober 2014 hier in Herrsching war, fordern einen radikalen Paradigmenwandel, weg vom Wirtschaftswachstum zu einer Postwachstumsökonomie. Die Erde als Lebensraum kann nicht erhalten bleiben ohne die Einschränkung von industrieller Massenproduktion, Verkehr, Flächenversiegelung und vor allem vom Konsum. Dadurch würden nicht nur ökologische Ressourcen geschont, sondern es würde auch Lebensqualität gewonnen, denn wir hätten wieder mehr Zeit für das wirkliche Leben, hätte mehr Zeit-Wohlstand, mehr Beziehungs-Wohlstand.

Niko Paech stellt fest, dass wir Konsumenten zum allergrößten Teil Dinge kaufen und verbrauchen, die wir selbst niemals herstellen könnten oder wollten. Wir machen uns die von anderen Menschen an anderen Orten geleistete, meist schlecht bezahlt Arbeit zunutze, und die an anderen Orten vorhandenen Ressourcen und Flächen. Und wir verschmutzen dort auch noch die Umwelt. Konsumgüter bestehen nach Aussage Paechs aus „*einer Beute, die aus ökologischer Sicht gar nicht erst hätte entstehen dürfen und die ... alles andere als ‚verdient‘ oder ‚erarbeitet‘ wurde*“. Die enorme Steigerung des materiellen Wohlstands in den letzten Jahrzehnten „*beruht allein auf einer ökologischen Plünderung*“.

Der Konsum der privaten Haushalte ist für mehr als ein Viertel aller Treibhausgasemissionen in Deutschland verantwortlich. Die Emissionen, die bei der Produktion der Konsumgüter entstehen, sind in diese Berechnung noch gar nicht einbezogen.

Die Konsumkultur, wie wir sie heute kennen, hat ihren Ursprung in den Vereinigten Staaten der 1920er und 1930er Jahre. Die rasante Technikentwicklung und das wachsende Angebot von Konsumartikeln ließ die Verbraucher nach immer mehr und immer neueren Waren streben. Nach dem Zweiten Weltkrieg bildete sich auch in Europa das neue Konsummuster heraus. Seither definieren sich die Menschen zunehmend durch die Ansammlung und den Konsum von Produkten. Das Image eines Produkts ist dabei oft wichtiger als der tatsächliche Gebrauchswert. Wer schon einmal die Schlange vor einem Apple Shop gesehen hat, die sich am Tag des Erscheinens eines neuen iPhones bildet, weiß wovon die Rede ist.

Angestachelt durch eine gigantische Werbeindustrie jagen wir wie Kinder den Seifenblasen des Shopping-Glücks hinterher. Aus der Glücksforschung ist jedoch bekannt, dass zuneh-

mender Wohlstand nach dem Erreichen eines bestimmten Niveaus keinen weiteren Zuwachs an Glück stiftet. Das liegt wohl daran, dass Konsum und Besitz nur zu-friedenstellen, solange sie ein Alleinstellungsmerkmal sind, oder eine bestimmte Stellung in der sozialen Hierarchie ausdrücken. Wenn auch alle anderen Besitz anhäufen, muss der Konsum permanent gesteigert werden - eine Art Rüstungsspirale ohne Zuwachs an Zufriedenheit. Der amerikanische Ökonom Fred Hirsch drückt das so aus: "*Wenn sich alle auf die Zehenspitzen stellen, kann keiner besser sehen.*"

Der Psychoanalytiker Erich Fromm bezeichnet es als Charakterzug des modernen Menschen, dass er seine innere Leere, Langeweile und chronische Depressivität durch den Akt des Kaufens oder Konsumierens kompensiert. Er spüre sich erst, wenn er konsumiert: *„Ich konsumiere, also bin ich“*.

Der Vorrang des Habens lässt, wie Fromm anmerkt, die Elemente des Liebens – also die sozialen Beziehungen - und des Seins – also die Selbstverwirklichung - zu kurz kommen.

Fromm schreibt: *„Die Welt ist nur noch da zur Befriedigung unseres Appetits, sie ist ein riesiger Apfel, eine riesige Flasche, eine riesige Brust, und wir sind die Säuglinge, die ewig auf etwas warten, ewig auf etwas hoffen und ewig enttäuscht werden.“* Spotify oder Netflix als nie versiegende Mutterbrust, durch die jedes Musikstück und jeder Film jederzeit zur Verfügung stehen.

Auch mit der von Kalifornien ausgehenden Sharing Economy nähern wir uns der Totalkommerzialisierung der Gesellschaft. Jeder kauft und verkauft alles: man verkauft freie Plätze im Auto über einen privaten Taxidienst, oder ein freies Zimmer über AirBnB - quasi eine ökonomisierte Gast-freundschaft. Ebay war erst der Anfang.

Der Film *Consumed* legt besonderes Augenmerk auf die möglichen evolutionären Ursachen unseres Konsumstrebens. Hauptprotagonist ist der 1966 geborene amerikanische Psychologe und Evolutionsbiologe Geoffrey Miller. Er hält die hohe Intelligenz, die kreativen Fähigkeiten und das Konsumverhalten des Menschen für eine Folge der sexuellen Selektion: Mehr von allem bedeutet einen höheren sozialen Status, und das schafft Vorteile bei der Partnerwahl.

*Consumed* ist Teil des bundesweiten Medienprojekts *„Ressourcen im Blick“* das seit Mai 2014 in deutschen Kinos läuft. Es wurde initiiert von ECOMOVE, einer international tätigen Non-Profit-Organisation, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, audio-visuelle Medien zu Umwelt und Nachhaltigkeit zu verbreiten und zugänglich zu machen. Die Aktion wird unterstützt vom Bundesumweltamt und dem Bundesumweltministerium.

Anschließend an den Film laden wir ein zur Diskussion mit Prof. Dr. Karl-Werner Brand. Er ist Politologe und habilitierter Soziologe und beschäftigt sich seit vielen Jahren mit nachhaltigem Konsum und nachhaltigen Lebensstilen. Brand war Professor mit Schwerpunkt Umweltsoziologie an der TU München und arbeitet derzeit als freiberuflicher Berater im Bereich Nachhaltigkeitsforschung.

Aktuelle Termine AGENDA-21-Kino und AK Lebensstile/Eine Welt bei

<http://neu.indienhilfe-herrsching.de/termine>

**Adresse:** c/o Indienhilfe e.V. (Kontakt: Elisabeth Kreuz), Luitpoldstr. 20, 82211 Herrsching, 08152-1231

email@indienhilfe-herrsching.de, www.indienhilfe-herrsching.de