

Die Freude des Nicht-Eigentums

Wir alle kennen die Freude, etwas zu besitzen oder geschenkt zu bekommen. Doch fast jeder Besitz hat auch Schattenseiten. Das Haus will abbezahlt werden, die schöne, aber empfindliche Bluse muss regelmäßig in die Reinigung und der Hund braucht Auslauf und muss zum Tierarzt. Ein umfangreiches Erbe kann uns sehr beschäftigen und belasten.

Rumi, der berühmte Sufi-Meister, ging eines Tages über den Wochenmarkt seiner Heimatstadt. Er lächelte von einem Ohr zum anderen. Ein Freund sprach ihn an, warum er denn so gute Laune hätte. Er entgegnete mit einem Lachen: „Ich freue mich an all den schönen Sachen, die ich nicht brauche!“

Vor zwanzig Jahren kaufte ich mir einen schwarzen VW-Käfer. Er war ein echter Missgriff. Außen wunderschön, aber innen verrottet – eine technische Katastrophe. Regelmäßig musste ich meinen Vater – der mich gewarnt hatte – damit belästigen, mich abzuschleppen. Ein Großteil meines selbstverdienten Geldes war in den Wagen und seinen Unterhalt geflossen. Ich war froh, als ich ihn verkaufen konnte. Seither habe ich kein Auto mehr, und viele Tätigkeiten und Probleme, die Autobesitzer beschäftigen, haben sich aus meinem Leben verabschiedet. Ich zahle keine KFZ-Steuern, führe keine Fahrtenbücher, erhalte keine Strafzettel, verursache keine Autounfälle, mache mir keine großen Gedanken um die Entwicklung des Benzinpreises, habe keine Angst vor Vandalismus, muss keine Parkplätze suchen, stehe nicht im Stau, bezahle keine Inspektionen und fürchte keinen TÜV und vieles mehr. Gleichzeitig muss unsere Familie auf die Vorteile eines Autos verzichten. Spontane Ausflüge, anderen durch Transporte helfen können, komfortable Einkäufe, schnellere Beförderung meines Sohnes zum Kindergarten, trockener Transport statt durchnässte Fahrradfahrten und vieles mehr. Jedes Eigentum hat Vor- und Nachteile. Jedes Nicht-Eigentum hat Vor- und Nachteile. Häufig erkennt man die wahre Natur eines Besitztums erst, wenn man es hat oder nicht mehr hat. Oder wenn sich etwas im eigenen Leben ändert. Zöge ich aufs Land, würde sich meine Beziehung zum Auto neu ordnen. Wichtig scheint mir, die Vor- und Nachteile jedes Besitztums klar zu sehen und nicht in Ideen wie „Ohne X geht es nicht.“ gefangen zu sein.

Unsere wahre Konsummotivation erkennen

Was treibt unseren Konsum an? Was erwarten wir uns vom Konsum? Wir sollten genau hinschauen und verstehen, was unseren Konsum auslöst und beschleunigt. Wir sollten die Einflüsse kennen, die unsere Konsummenge maßgeblich beeinflussen:

- Ist es reine Gewohnheit („Habe ich immer so gemacht!“)?
- Ist es eine gesellschaftliche Normalität, der wir folgen („Das machen doch alle!“)?
- Ist es die Mode, der wir folgen und die uns immer wieder etwas Neues anbietet („Da muss ich mitziehen, sonst bin ich out!“)?
- Ist es der Kontakt mit Nachbarn, Freunden oder Experten, der uns stimuliert („Eigentlich eine gute Idee, das könnte ich auch gut gebrauchen/machen!“)?
- Sind es Ideen vom Glück („Das wird mich glücklich machen!“)?
- Sind es Träume („Das wollte ich schon immer haben!“)?
- Sind es Gelegenheiten, die sich auftun („Da wäre ich ja blöd, wenn ich nicht zugreife!“)?
- Ist es ein unwiderstehlicher Drang oder eine Sucht („Ich kann nicht anders, das muss ich haben!“)?
- Ist es der Vergleich mit anderen, die mehr haben („Wenn der das hat, brauch’ ich das auch!“)?
- Kaufen wir etwas, um uns zu belohnen („Das gönn’ ich mir jetzt!“)?
- Werden wir beim Kauf genötigt, geschmeichelt, werden wir überredet oder überzeugt („Das brauchen Sie!“)?
- Sind es Ansprüche, die wir geltend machen („Das steht mir zu!“)?
- Will ich damit anderen gefallen („Da werden die staunen!“)?
- Identifiziere ich mich mit dem Objekt meines Kaufes („Das bin ganz ich!“)?

- Habe ich die Kontrolle verloren („Ich war nicht mehr bei mir und dann ist es passiert!“)?
- Ist es eine vernünftige und abgewogene Entscheidung („Nach Prüfung aller Alternativen und in meiner aktuellen Lebenssituation ist ein Auto das Sinnvollste.“)?

Häufig sind mehrere dieser Dimensionen betroffen, wenn wir eine Konsumententscheidung fällen. Verdeutlichen wir uns dies anhand eines Autokaufs:

- Ist es reine Gewohnheit („Ich hatte schon immer ein Auto!“)?
- Ist es eine gesellschaftliche Normalität, der wir folgen („Alle haben ein Auto, ich natürlich auch!“)?
- Ist es die Mode, der wir folgen und die uns immer wieder etwas Neues anbietet („Der neue Mini, den musste ich haben!“)?
- Ist es der Kontakt mit Nachbarn, Freunden oder Experten, der uns stimuliert („Als Familienvater braucht man einfach ein Auto, da haben die recht!“)?
- Sind es Ideen vom Glück („Dieses Auto wird mein Leben deutlich verbessern!“)?
- Sind es Träume („Endlich ist der Augenblick gekommen, ich wollte schon immer solch ein Auto haben!“)?
- Sind es Gelegenheiten, die sich auftun („Abwrackprämie und Sondernachlass, da musste ich zugreifen!“)?
- Ist es ein unwiderstehlicher Drang oder eine Sucht („Als ich das Foto gesehen habe und mir der Sofortkredit angeboten wurde, konnte ich nicht anders, da habe ich unterschrieben!“)?
- Ist es der Vergleich mit anderen, die mehr haben („Wenn der Müller den hat, muss ich den auch haben!“)?
- Kaufen wir etwas, um uns zu belohnen („Das war ein hartes Jahr, den hab' ich mir verdient!“)?

- Werden wir beim Kauf genötigt, geschmeichelt, werden wir überredet oder überzeugt („Den brauch’ ich wirklich, der passt zu mir, sagen ja auch alle!“)?
- Sind es Ansprüche, die wir geltend machen („Das Auto steht mir zu!“)?
- Will ich damit anderen gefallen („Ich freu mich schon, in der Firma vorzufahren!“)?
- Identifiziere ich mich mit dem Objekt meines Kaufes („Der passt zu mir, so will ich sein!“)?
- Habe ich die Kontrolle verloren („Da ist mir wohl die Kreditkarte ausgerutscht ...!“)?
- Ist es eine vernünftige und abgewogene Entscheidung? („Bahn und Bus sind leider zur Zeit keine Alternative!“)?

Unser Konsum ist in den seltensten Fällen bewusst, rational, smart oder frei. Wir haben gesehen, dass viele unserer Konsumententscheidungen in hohem Maße emotional und unbewusst ablaufen. Die Motivation unserer Konsumententscheidungen ist für uns nicht immer leicht ersichtlich.

Wieso gefallen uns die Schuhe, die vor zwei Jahren noch perfekt für uns waren, nicht mehr? Wieso haben wir das Gefühl, unsere Wohnung wäre zu klein und wir bräuchten unbedingt eine größere? Was treibt uns wirklich an?

Trinken wir das Bier, weil wir durstig sind? Greifen wir zur Zeitung, weil wir uns über die Ereignisse des Tages informieren wollen? Treffen wir unsere Entscheidungen wirklich so klar und bewusst? Je länger wir Achtsamkeit praktizieren, desto klarer wird uns, dass unsere scheinbar freien und bewussten Entscheidungen gar nicht so frei und bewusst sind. Sie geschehen einfach. Oder besser: Wir lassen sie geschehen. Manche Geisteszustände wie Unzufriedenheit oder Neid wirken wie Konsumturbo. Abbildung 31 zeigt die Vielfalt bewusster und unbewusster Konsumbeschleuniger in unserem Leben.



Abbildung: Innere und äußere Konsumbeschleuniger

Auf einer tieferen Ebene machen uns all diese Konsumbeschleuniger ein Versprechen. Folge mir und es wird angenehm. Folge mir nicht und es wird unangenehm. Wie Winde umwehen uns diese Versprechen und Drohungen im Alltag.



Zitiert aus: „Wir sind die Wirtschaft: Achtsam Leben – Sinnvoll Handeln“ von Kai Romhardt, J.Kamphausen Verlag, 2011.