

Heft 50  
Oktober 2017  
25. Jahrgang

# FORUM

*Supervision*

## Konsum – Gesellschaft – Arbeit

Annemarie Bauer  
Sarah Baumann  
Volker Dieringer  
Hans-Peter Griewatz  
Kai-Uwe Hellmann  
Tina Heitmann  
Manuela Roth-Vormann  
Wolfgang Schmidbauer  
Volker Jörn Walpuski

Onlinezeitschrift für Beratungswissenschaft und Supervision: „FoRuM Supervision“  
*Konsum – Gesellschaft – Arbeit*  
(Heft 50)  
25. Jahrgang

**Herausgegeben von**

Prof. Dr. Frank Austermann  
Prof. Dr. Katharina Gröning  
Angelica Lehmenkühler-Leuschner

**Redaktion**

Petra Beielstein  
Heike Friesel-Wark  
Hans-Peter Griewatz  
Angelo Schmidt

**Kontakt**

Zentrum für wissenschaftliche Weiterbildung an der Universität Bielefeld e. V. (ZWW)  
Weiterbildender Masterstudiengang "Supervision und Beratung"  
z. Hd. Frau Prof. Dr. Katharina Gröning  
Postfach 100131  
33501 Bielefeld  
E-Mail: [onlinezeitschrift.supervision@uni-bielefeld.de](mailto:onlinezeitschrift.supervision@uni-bielefeld.de)  
Homepage: <http://www.beratungundsupervision.de>

ISSN 2199-6334



Oktober 2017, Universität Bielefeld

## Konsumistische Kolonialisierung und Supervision

### Zusammenfassung

In Anlehnung an den Vortrag anlässlich der Theoriereihe Reflexive Supervision „Der Konsum der Gesellschaft? – Grundzüge der zeitgenössischen Konsumsoziologie“ befasst sich dieser Artikel mit der Frage, ob sich zukünftig, vor dem Hintergrund von Kommerzialisierung und Ökonomisierung und aus einer zunehmenden Ideologie und Praxis des Konsumismus heraus, der Stellenwert von Arbeit dahingehend verändert, dass sich in Supervisionsprozessen sehr viel stärker die Frage einer Auseinandersetzung zwischen Arbeit und Konsum stellen wird.

### 1 Ökonomischer Imperialismus – weltgesellschaftlich & wissenschaftlich betrachtet

Die Wortkomposition ‚Ökonomischer Imperialismus‘ (aus dem Englischen ‚Economic Imperialism‘) umfasst zwei Bedeutungen (Rothschild 2008). Ursprünglich war damit die Globalisierung des Kapitalismus gemeint, die für viele, vor allem nicht-westliche Volkswirtschaften eine Art Kolonialisierung bewirkte (Boulding 1972). Insbesondere Immanuel Wallerstein (1974/1989) hat diesem Prozess der weltweiten Verbreitung und Durchsetzung des Kapitalismus mehrere Studien gewidmet. Die Konsequenz war durchweg, dass autochthone, historisch gewachsene, oftmals Jahrhunderte alte Wirtschaftsformen unterjocht und systematisch vernichtet wurden. Allenfalls Rudimente oder Hybridformen konnten sich erhalten, dann häufig durch Korruption erheblich kontaminiert und mit verheerenden Folgen für den Fortbestand primordialer Gesellschaftsstrukturen. Im Laufe der Jahrzehnte bedeutete dies jedenfalls ein unaufhaltsames ‚Artensterben‘ ökonomischer Natur.

Mit dem Siegeszug der Wirtschaftswissenschaften im Laufe des 20. Jahrhunderts gesellte sich eine zweite Variante des ökonomischen Imperialismus hinzu, die mit einem zum Teil recht selbstgefälligen Hegemoniegebaren und Suprematieanspruch der Neoklassik gegenüber anderen sozialwissenschaftlichen Fächern innerhalb des hiesigen Wissenschaftssystems verbunden war (Lazear 2000). Insbesondere Gary Becker hatte hieran großen Anteil. In der deutschen Ausgabe von ‚The Economic Approach to Human Behavior‘ heißt es dazu etwa: „Alles menschliche Verhalten kann ... so betrachtet werden, als habe man es mit Akteuren zu tun, die ihren Nutzen, bezogen auf ein stabiles Präferenzsystem, maximieren und sich in verschiedenen Märkten eine optimale Ausstattung an Informationen und anderen Faktoren verschaffen.“ (Becker

1982: 15) Becker war sogar fest davon überzeugt, dass „der ökonomische Ansatz einen wertvollen, einheitlichen Bezugsrahmen für das Verständnis allen menschlichen Verhaltens“ (ebd.) biete, also wahrlich nicht nur auf wirtschaftliche Vorgänge beschränkt sei, sondern Gesellschaft insgesamt mit einbeziehen könne, universal. Getragen wurde diese Überzeugung nicht zuletzt von der Annahme, allein der ökonomische Ansatz erfülle (natur)wissenschaftliche Standards in ausreichendem Maße, während dies vielen anderen Fächern oft unverblümt bestritten wird (Lazear 2000).

Inzwischen wird sogar für die Ursprungsregionen des Kapitalismus eine zunehmende Kommerzialisierung und Ökonomisierung der innergesellschaftlichen ‚Artenvielfalt‘ festgestellt (Kettner/Koslowski 2011; Brand/Wissen 2017). Hinsichtlich der innerwissenschaftlichen Diffusion des ökonomischen Imperialismus halten sich die Penetrationserfolge allerdings in Grenzen; diesbezüglich ist eine deutliche Ernüchterung längst eingeleitet.

Nichtsdestotrotz ist das Phänomen des ökonomischen Imperialismus weiter ernstzunehmen. So konnte wiederholt nachgewiesen werden, dass sich der ökonomische Ansatz gerade bei der Sozialisation von Studenten und Studentinnen der Wirtschaftswissenschaften im Vergleich mit anderen Fächern signifikant stärker bemerkbar macht, was sich etwa in tendenziell egoistischeren, unfairem, unmoralischeren Verhaltensweisen äußerte (mitinitiiert: Frank et al. 1993, 1996). Zugespielt formuliert: Wer Wirtschaft studiert, entscheidet sich eher zum eigenen Vorteil und damit zum Nachteil der Gemeinschaft. Mandevilles Devise ‚Private Vices, Public Virtues‘ vermag darüber kaum hinwegzuträumen. Denn je mehr Einfluss Wirtschaft gesellschaftlich gewinnt und damit auch Menschen, die Wirtschaft studiert haben, desto mehr leidet das Gemeinwesen darunter, so die Befürchtung.

## **2 Konsumistische Kolonialisierung – innergesellschaftlich & wissenschaftlich betrachtet**

Wie real dieses Szenario tatsächlich auch sein mag: Es gibt eine themenverwandte Parallele. In der akademischen, vor allem angelsächsischen Verbraucherbeforschung (‚consumer research‘) wird seit längerem schon davon ausgegangen, dass Konsum nicht nur ökonomische, sondern auch kulturelle Hegemonie beanspruchen könne, weil sich die Lebensführung vieler Menschen mehr und mehr danach ausrichte. Zygmunt Bauman (2009) vertritt hierzu eine sehr prägnante Position, Benjamin Barber (2007) wiederum eine sehr polemische – beide stellvertretend für viele Kollegen und Kolleginnen im Fach, die teilweise sogar einem globalen Konsumismus das Wort reden (Belk 2010). Dabei wurde schon Jahrzehnte früher, durch Jean Baudrillard, die Beobachtung geäußert, dass die westliche Hemisphäre längst zu einer

Konsumgesellschaft geworden sei, in der alles und jeder konsumiert werden könne (Baudrillard 2014).

Weltgesellschaftlich scheinen Ideologie und Praxis des Konsumismus somit ebenfalls auf dem Vormarsch, völlig ungebremst, und aus der Binnenperspektive der akademischen, primär angelsächsischen Verbraucherforschung wird vielstimmig geraunt, die Ideologie und Praxis des Konsumismus („consumerism“) setze sich in immer stärkerem Maße gesellschaftlich durch, sodass man geradezu von einer konsumistischen Kolonialisierung der Gesellschaft sprechen könnte, die vor nichts mehr Halt macht (Hellmann 2013: 195 ff.). Und ähnlich wie es für die Sozialisation von Studenten und Studentinnen der Wirtschaftswissenschaften beobachtet wurde, wird immer öfters festgestellt, dass die von Kindesbein an erfolgende Sozialisation vieler Konsumenten und Konsumentinnen auf bald alle Gebiete der Gesellschaft einwirke, ob Bildung, Erziehung, Massenmedien, Medizin, Politik, Recht, Religion, Sport oder Wissenschaft (Hellmann 2011: 211 ff.). Überall greife die Haltung um sich, egal wo, Konsum habe Priorität und alles sei ihm unterzuordnen. Die Eigenlogiken der jeweiligen, zumeist sehr konsumaversen Wertsphären erodieren im Zuge dieses Kolonialisierungsprozesses mehr und mehr und machen dem Platz, was Menschen heutzutage als allgemeinen Standard unterstellen: Alles nur Konsum (Hellmann 2004; Ullrich 2013). Man prüfe nur einmal, wie sehr die Semantiken „Consumer“, „Customer“ und „Client“ sich in den entsprechenden, auch akademisch geführten Diskursen mit Bezug auf Bürger, Gläubige, Patienten, Schüler, Studenten oder Wähler schon durchgesetzt haben und dabei lediglich das reale Verhalten der entsprechenden Publika reflektieren.

Allerdings ist die konsumistische Kolonialisierung (noch) nicht wie beim ökonomischen Imperialismus schon so weit gediehen, dass man fachintern etwa den Anspruch erhoben hätte, der konsumistische Ansatz biete einen wertvollen, einheitlichen Bezugsrahmen für das Verständnis allen menschlichen Verhaltens. Diese Hybris fehlt glücklicherweise noch. Es bleibt abzuwarten – und zu hoffen.

### **3 Konsum ist die neue Arbeit!**

Schwenkt man vor diesem Hintergrund zum Feld der Supervision über, ohne damit den Anschein erwecken zu wollen, für dieses Feld über ausgewiesene Expertise zu verfügen, soll doch kurz noch überlegt werden, welche Folgerungen sich aus dieser Entwicklung für die Supervision ergeben könnten. Ausgangspunkt dafür stellt eine Äußerung Claus Offes 1983 dar, in der er den Zweifel zum Vortrag brachte, ob Arbeit unvermindert noch das zentrale, die gesamte Lebensführung prägende Organisationsprinzip sei, wie es für das 19. und teilweise auch das 20. Jahrhundert weithin so wahrgenommen wurde (Hellmann 2011: 237 ff.; 2013: 97 ff.). Denn wie schon Helmut Schelsky Ende der 1960er Jahre festgestellt hatte (was Jahrzehnte später dann von der akademischen, primär

angelsächsischen Verbraucherforschung größtenteils bestätigt werden sollte), scheint Arbeit diesen besonderen Stellenwert schrittweise zu verlieren und wird funktional, je nach Einschätzung, mehr und mehr durch Konsum ersetzt. Ein gewisser Ansehensverlust von Arbeit für den sozialen Status ist zumindest unbestreitbar.

Wenn dem so wäre, mag es aber weniger verwundern, wenn es aus Sicht einzelner Arbeitnehmer oder Arbeitnehmerinnen – hierdurch käme die Supervision ins Spiel – zusehends zu einer reflektierten, ja expliziten Abwägung zwischen Arbeit und Konsum kommen sollte. Was der Verlust des einen bedeutet, wäre dann der Gewinn des anderen, fast ein Nullsummenspiel, möchte man vermuten. Jedenfalls würde verständlicher werden, falls Arbeit nicht bloß an Achtung verloren hätte, sondern Konsum stattdessen immer öfters an deren Stelle träte. Dass Konsum die mit ihm verbundene Erwartungshaltung dabei womöglich gar nicht rechtfertigen kann, könnte man seit dem Klassiker ‚The Joyless Economy‘ von Tibor Scitovsky (1976) wissen. Doch wenn Arbeit wiederum nicht mehr diese Aura aufweist, die ihr über Jahrhunderte diese exzeptionelle Legitimation vermittelt hatte, d. h. für die zentrale Integration in die Gesellschaft zu sorgen, könnte sich für viele die schlichte Frage stellen: Was dann? Angesichts der hohen Anzahl prekärer Beschäftigungsverhältnisse sicher nicht ganz überraschend. Und Konsum – dies wird durch die Verbraucherforschung ja vielstimmig bestätigt – böte sich dann alternativ an: Konsum sozusagen als die neue Arbeit! Ob dem tatsächlich so ist, stellt allerdings eine empirische Frage dar, und zur Klärung dieser Frage braucht es wiederum deutlich mehr Forschung.

## Literatur

- Barber, R. (2007): Consumed! Wie der Markt Kinder verführt, Erwachsene infantilisiert und die Demokratie. München: Beck.
- Baudrillard, J. (2014): Die Konsumgesellschaft. Ihre Mythen, ihre Strukturen. Wiesbaden: VS-Verlag.
- Bauman, Z. (2009): Leben als Konsum. Hamburg: Hamburger Edition.
- Becker, G. (1982): Der ökonomische Ansatz zur Erklärung menschlichen Verhaltens. Tübingen: Mohr.
- Belk, R. W. (2010): Global Consumerism and Consumption. In: Wiley International Encyclopedia of Marketing. DOI: 10.1002/9781444316568.wiem06002.
- Boulding, K. E. (1972) (Hrsg.): Economic Imperialism. A Book of Readings. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Brand, U./Wissen, M. (2017): Imperiale Lebensweise. Zur Ausbeutung von Mensch und Natur im globalen Kapitalismus. München: oekom.
- Frank, R. H./Gilovich, T. D./Regan, D. T. (1993): Does Studying Economics Inhibit Cooperation?, in: Journal of Economic Perspectives, Vol. 7, No. 2, S. 159-171.
- Frank, R. H./Gilovich, T. D./Regan, D. T. (1996): Do Economists Make Bad Citizens?, in: Journal of Economic Perspectives, Vol. 10, No. 1, S. 187-192.
- Hellmann, K.-U. (2004): Alles Konsum, oder was? Der Kulturbegriff von Luhmann und seine Nützlichkeit für die Konsumsoziologie. In: Günter B./Gunter R. (Hrsg.): Luhmann und die Kulturtheorie. Frankfurt/M.: Suhrkamp, S. 136-168.

- Hellmann, K.-U. (2011): Fetische des Konsums. Studien zur Soziologie der Marke. Wiesbaden: VS-Verlag.
- Hellmann, K.-U. (2013): Der Konsum der Gesellschaft. Studien zur Soziologie des Konsums. Wiesbaden: VS-Verlag.
- Kettner, M./Koslowski, P. (2011) (Hrsg.): Ökonomisierung und Kommerzialisierung der Gesellschaft. Wirtschaftsphilosophische Unterscheidungen. München/Paderborn: Fink.
- Lazear, E. P. (2000): Economic Imperialism, in: The Quarterly Journal of Economics, Vol. 115, No. 1, S. 99-146.
- Rothschild, K. W. (2008): Economic Imperialism. In: Analyse & Kritik, Jg. 30, S. 723-733.
- Scitovsky, T. (1976): The Joyless Economy. The Psychology of Human Satisfaction. Revised Edition. New York/Oxford: Oxford University Press.
- Ullrich, W. (2013): Alles nur Konsum. Kritik der warenästhetischen Erziehung. Berlin: Wagenbach.
- Wallenstein, I. (1974/1989): The Modern World-System I-III. 3 Bände. Berkeley/Los Angeles/London: University of California Press.