

perspektiven

KÖPFE Mensch, Deutschland!

Aschermittwoch ist noch nicht, wir feiern weiter Konsumkarneval

Die als ängstlich und geizgeil verschrieenen Deutschen lassen sich ihre Kauflaune von der Krise bisher noch nicht verderben. Dem GfK-Konsumklima-Index vom Februar zufolge liegt die Anschaffungsneigung sogar noch über dem Vorjahr. Haben auch Sie jüngst ein neues Auto, ein kuscheliges Sofa oder einen smarten Flachbildschirm gekauft und Ihren Vorrat an Dosensuppen aufgestockt?

Die wider Erwarten stabile Binnennachfrage entspringt in erster Linie einem Konsum-Karneval mit noch nicht datiertem Aschermittwoch. Die Menschen steigern noch mal ihre Lebensgeister. Sie stürzen sich ins innerstädtische Getümmel nach dem Motto "ich kaufe - also bin ich". Der karnevaleske Tanz auf dem Vulkan weiß zwar um die tote Fasten- und Verzichtszeit. Doch diese ist bisher nur auf dem Kalender angebrochen. Die Deutschen tanzen vorerst weiter. Die Kamelle? Das sind die staatlich verordnete Abwrackprämie und die Pendlerpauschale!

Die Menschen befinden sich in einem eigenartigen Zwischenzustand. Die Krise ist noch nicht im Alltag angekommen, aber sie baut eine unfassbare Drohkulisse auf. Sie erscheint wie ein schwarzes Loch, das alles zu verschlingen sucht: Spareinlagen, Immobilien und ganze Banken. Dadurch wandelt sich die Einstellung der Deutschen zum Geld. Was nützen Ersparnisse oder ein kleines Vermögen, wenn sie sich über Nacht in Luft auflösen können? Materielle Werte, die ich anfassen kann, stehen hoch im Kurs: das Silberbesteck der Oma ebenso wie der smarte Flachbildschirm oder das tiefe Sofa. Besonders beliebt sind auch virtuelle Unterhaltungsangebote - vom Buch über das Computerspiel bis zur DVD, die die schönen Seiten der Welt ins Heim holen, und Dinge, die es mir erlauben, mich von der Außenwelt abzuschotten wie Dosensuppen.

Wie im Karneval vollzieht sich dabei eine Umwandlung nicht nur der materiellen, sondern auch der ideellen Werte. Niemand weiß, ob die Reparatur des Systems gelingt oder ob ein System-Super-Gau bevorsteht. Aber sicher ist, dass die alten Automatismen außer Kraft gesetzt sind, jedes Jahr aufs Neue mehr Umsatz und Rendite erwirtschaften zu müssen. Das beunruhigt, wird aber auch als Befreiung von dem Diktat erlebt, ständig auf Hochtouren funktionieren zu müssen. Wir dürfen jetzt entschleunigen und dem Wahnsinn der besinnungslosen Hamsterrad-Betriebsamkeit entkommen. Der Karneval als Fest der Verwandlung revoltiert gegen die sinn- und lustfeindlichen Routinen und Zwänge.

Insofern bietet die Krise auch die Chance, innezuhalten und seine Lebenswerte und Unternehmensziele neu zu definieren. Sich also die Frage zu stellen, in welche sinnvollen Zukunftsprojekte man sein Geld und seine Zeit wirklich investieren will.

Kolumnist Stephan Grünewald, 48, ist Psychologe und Mitgründer des Rheingold Instituts für qualitative Marktanalysen. Als Buchautor sorgte er für Furore. Sein Erstling "Deutschland auf der Coach" war ein Bestseller.

Gruenewald@rheingold-online.de

Grünewald, Stephan

SE (Seite):p05

DE (Thema):Konsum; Konjunktur; Brauchtum

CN (Land):Bundesrepublik Deutschland C4EUGE