

Zygmunt
Bauman

edition suhrkamp

Wir
Lebens
künstler

edition suhrkamp 2594

Wie sollen wir leben? Worin besteht das Glück? In der flüchtigen Moderne wollen wir mit solchen Fragen am liebsten gar nicht behelligt werden. Wir wissen schließlich genau, worauf es ankommt: Mehr Geld heißt mehr Glück, und jeder einzelne ist für seinen Erfolg und sein Scheitern selbst verantwortlich. Zugleich stürzt uns die Frage in bodenlose Ratlosigkeit, denn worin wir morgen unser Glück erblicken werden, scheint völlig unvorhersehbar. Daß eine Orientierung trotzdem möglich ist, zeigt der große Essayist Zygmunt Bauman, indem er Klassiker der Philosophie auf ihre Botschaften für die unmittelbare Gegenwart hin abklopft. Wenn wir Heutigen, so sein Fazit, schon gezwungen sind, unser Leben als Kunstwerk zu betrachten, uns permanent zu verändern und neu zu definieren, dann können wir die Anleitungen der Moral und Ethik zwar ausschlagen, den Konsequenzen unseres Handelns aber trotz allem nicht entkommen.

Zygmunt Bauman, geboren 1925 in Posen, lehrte Soziologie an der University of Leeds. 1998 wurde er mit dem Theodor-W.-Adorno-Preis ausgezeichnet. In der edition suhrkamp erschienen von ihm *Gemeinschaften. Auf der Suche nach Sicherheit in einer bedrohlichen Welt* (es 2565), *Leben in der flüchtigen Moderne* (es 2477), *Flüchtige Moderne* (es 2447) und *Vom Nutzen der Soziologie* (es 1984).

Zygmunt Bauman
Wir Lebenskünstler

Aus dem Englischen von
Frank Jakubzik

Suhrkamp

Die Originalausgabe erschien im Jahr 2008 unter dem Titel
The Art of Life bei Polity Press, Cambridge, in Zusammenarbeit
mit Blackwell Publishers Ltd., Oxford.

edition suhrkamp 2594

Erste Auflage 2010

© Zygmunt Bauman 2008

© der deutschen Ausgabe Suhrkamp Verlag

Berlin 2010

Deutsche Erstausgabe

Alle Rechte vorbehalten, insbesondere das
des öffentlichen Vortrags sowie der Übertragung
durch Rundfunk und Fernsehen,
auch einzelner Teile.

Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form
(durch Fotografie, Mikrofilm oder andere Verfahren)
ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert
oder unter Verwendung elektronischer Systeme
verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Satz: TypoForum GmbH, Seelbach

Druck: Druckhaus Nomos, Sinzheim

Umschlag gestaltet nach einem Konzept

von Willy Fleckhaus: Rolf Staudt

Printed in Germany

ISBN 978-3-518-12594-6

I 2 3 4 5 6 – 15 14 13 12 11 10

Inhalt

Einführung:

Was gibt es auszusetzen am Glück? 9

1. Die Mühen des Glücklichseins 41

2. Wir Lebenskünstler 85

3. Zwei Möglichkeiten 149

Nachwort:

Wie unser Leben organisiert wird 195

»Du bist keine isolierte Monade, sondern ein einzigartiger, unersetzlicher Teil des Universums. Vergiß das nicht. Du bist ein unverzichtbares Stück im Puzzle der Menschheit.«

Epiktet zugeschrieben von Sharon Lebell

»Alle Menschen möchten zwar ein glückliches Leben führen [...], aber sie tapen alsbald im dunkeln, wenn es sich um die klare Erkenntnis der Grundlagen eines solchen Glückes handelt. Es ist denn auch keine so einfache Sache, ein Leben wahrhaft glücklich zu gestalten. Schlägt man einmal den falschen Weg zum Lebensglück ein, so entfernt man sich in Wirklichkeit nur desto weiter von jenem Ziel, je hastiger man es zu erreichen strebt [...].«

Seneca, Vom glücklichen Leben

Einführung: Was gibt es auszusetzen am Glück?

Die Frage, mit der diese Einleitung überschrieben ist, wird vielen Lesern seltsam vorkommen. Das soll sie auch: Sie soll verwirren, zum Innehalten und Nachdenken zwingen. Zum Nachdenken worüber? Über die Tatsache, daß die Suche nach dem Glück unser Denken derart bestimmt und alles andere aus unserem Alltag verdrängt, daß wir – von ein paar kurzen, stets allzu flüchtigen Augenblicken abgesehen – kaum noch zum Luftschnappen, geschweige denn zu etwas anderem kommen.

Und was macht die Frage so verwirrend? Die Tatsache, daß sie nach Mängeln des Glücks fragt, was so ähnlich klingt, als würde man nach der Hitze von Eis oder dem Gestank von Rosen fragen. Da Eis Hitze ausschließt und wir bei einer Rose an alles mögliche, nur nicht an Gestank denken, kommen uns solche Fragen unsinnig vor: Sie *widersprechen sich selbst* (was heiß ist, kann nicht gefroren sein und umgekehrt). Was soll denn am *Glück*, um Himmels willen, *auszusetzen* sein? Bedeutet *Glück* nicht gerade, daß man *nichts* auszusetzen hat? Daß es *keinen* Mangel mehr gibt? Daß *alles*, aber auch wirklich *alles* stimmt?

Dennoch stellte der Soziologe Michael Rustin in einem Zeitschriftenartikel genau diese Frage,¹ und er war weder der erste noch wird er vermutlich der letzte gewesen sein, dem sie Kopfzerbrechen bereitete. Er nennt auch den Grund dafür: Zweifellos würden, schreibt er, die westlichen Gesellschaften, deren Mitglieder unablässig auf Glückssuche sind, immer reicher, doch lasse sich nicht feststellen, daß sie dabei auch glücklicher würden. Es habe vielmehr den Anschein,

als könne das Streben nach immer mehr Glück gerade das Gegenteil bewirken. Alle verfügbaren Untersuchungen deuteten darauf hin, daß es einen Zusammenhang zwischen wachsendem Wohlstand – also der vermeintlich wichtigsten Voraussetzung des Glücklichseins – und der Zufriedenheit von Menschen in den wohlhabenden Gesellschaften *nicht* gebe.

Dabei gilt genau dieser Kausalzusammenhang doch als ausgemacht, als die nachgerade grundlegendste aller Wahrheiten. Unsere Spitzenpolitiker werden nicht müde, ihn uns einzuschärfen – und wir, die wir ihren Versprechungen allzugerne glauben, nicken dazu eifrig mit dem Kopf. Wie sie halten wir es für eine Tatsache, daß mehr Wohlstand auch mehr Zufriedenheit bedeutet. Deshalb wollen wir ja auch, daß sie mehr für uns tun, daß ihre Maßnahmen Erfolg haben, denn wir hoffen, daß sie zu einer Mehrung des verfügbaren Einkommens, unserer Liquidität und unseres Besitzes führen, daß sie dadurch unsere Lebensqualität steigern und dafür sorgen, daß wir glücklicher sind als zuvor.

Praktisch alle Untersuchungen, die sich Rustin angesehen hat, kommen jedoch zu dem Ergebnis, daß »die Steigerung des Lebensstandards in Ländern wie den USA oder England nicht nur nicht mit einer Steigerung, sondern sogar mit einer leichten Verschlechterung der subjektiven Zufriedenheit einhergeht«. Auch der amerikanische Politikwissenschaftler Robert E. Lane stellte fest, daß die Zufriedenheit der Amerikaner trotz der beispiellosen Einkommenszuwächse seit dem Zweiten Weltkrieg abgenommen hat.² Und der englische Wirtschaftswissenschaftler Richard Layard zeigt anhand einer landesweiten Umfrage, daß die subjektive Lebenszufriedenheit zwar zunächst im Gleichschritt mit dem Bruttosozialprodukt steigt, dann jedoch, sobald Armut und

unmittelbare Bedürftigkeit verschwinden und das essentiell »Lebensnotwendige« zur Verfügung steht, zu stagnieren beginnt oder zumindest deutlich hinter den Anstieg des Wohlstands zurückfällt.³ Insgesamt weisen Länder, in denen das durchschnittliche Pro-Kopf-Jahreseinkommen zwischen 20.000 und 35.000 Dollar beträgt, nur geringfügig höhere Werte an Glück und Zufriedenheit auf als jene, in denen es unterhalb der Schwelle von 10.000 Dollar liegt. Die Strategie, das Glück der Menschen durch Einkommenssteigerungen zu mehren, geht offenbar nicht auf. Zugleich gibt es sehr wohl einen sozialen Index, der auf spektakuläre Weise mit dem Wohlstandsniveau Schritt hält, ja sogar so stark steigt, wie man das vom subjektiven Glücksempfinden erwartet und versprochen hat, nämlich die Kriminalitätsquote: Wohnungseinbrüche und Autodiebstähle, Drogenhandel, Bestechung und Korruption. Unvermeidlich greift damit auch das quälende, dem Glück eher abträgliche Gefühl der Unsicherheit um sich, einer diffusen, »atmosphärischen« Ungewißheit, der wir überall begegnen, die sich anscheinend an nichts festmachen läßt, die unspezifisch bleibt und aus diesem Grund um so beunruhigender und beängstigender, unangenehmer und belastender ist ...

Die oben zitierten Untersuchungen sind nicht zuletzt deshalb so erschütternd, weil unsere Regierungen in den zurückliegenden Jahrzehnten dafür zu sorgen versprochen, durch Wirtschaftswachstum und steigende Einkommen so vielen Menschen wie möglich zu größtmöglichem Glück zu verhelfen, und weil auch wir, ihre Untertanen, unsere persönliche »Lebenspolitik« am »größten Glück der größten Zahl« ausgerichtet haben. Glück beziehungsweise Zufriedenheit ist bis heute der wichtigste Maßstab zur Beurteilung aller politischen und privaten Bestrebungen. Man

kann ohne Übertreibung sagen, daß die Verkündung des allgemeinen Menschenrechts auf individuelles Glück der eigentliche Startschuß der Moderne war, die versprach, ihre Überlegenheit über die von ihr verdrängten traditionellen Lebensweisen nachzuweisen, indem sie uns den Weg zum individuellen Glück eröffnete. Insofern drängt sich natürlich die Frage auf, ob die Mittel ihrer Beweisführung (vor allem ständiges Wirtschaftswachstum, d. h. unablässig steigende Bruttosozialprodukte) tatsächlich die geeigneten sind. Und was, falls nicht, an der Auswahl dieser Mittel auszusetzen ist.

Bei der Berechnung des »Bruttosozialprodukts« werden alle sonstigen Unterschiede zwischen den Produkten unserer Arbeit außer acht gelassen, es bemißt sich allein an ihrem Marktpreis, um anhand der Geldmenge, die beim An- und Verkauf den Besitzer wechselt, zu bestimmen, welchen »Wert« die Dinge für uns haben. Doch ganz gleich, wie exakt die auf diese Weise erhobenen Zahlen auch sein mögen: Es bleibt die Frage, ob wir in ihnen noch immer Indizien für wachsende oder sinkende Zufriedenheit sehen können. Bei ihrer Messung wird unterstellt, daß steigende Ausgaben für Konsumgüter auf die wachsende Zufriedenheit der Konsumenten hindeuten. Dieser Zusammenhang ist jedoch alles andere als zwingend. Wenn beispielsweise die unablässige Suche nach dem Glück, bekanntlich eine mühsame, kraftraubende, riskante und nervenzehrende Angelegenheit, zu einem vermehrten Aufkommen klinischer Depressionen führt, wird der Absatz von Antidepressiva steigen. Wenn sich dank wachsender Zulassungszahlen mehr Autounfälle mit mehr Verletzten ereignen, steigen die Aufwendungen für Reparaturen und Rehabilitationsmaßnahmen. Wenn sich die Qualität des Leitungswassers verschlechtert, müssen wir

uns in Flaschen abgefülltes Mineralwasser kaufen und es stets in unseren Rucksäcken und Reisetaschen mit uns führen – bis man uns am Flughafen auffordert, die Flasche auszuleeren, worauf wir uns jenseits des Kontrollbereichs eine neue kaufen.

In all diesen und zahllosen ähnlichen Fällen steigt der Umsatz und damit auch das Bruttosozialprodukt. Daran gibt es keinen Zweifel. Doch daß die vormals nicht Depressiven, nicht Verunfallten und nicht zur Skepsis gegenüber öffentlichen Wasserspendern Gezwungenen und die vielen durch die zunehmende Unsicherheit der Verhältnisse verunsicherten Menschen zufriedener seien als zuvor, wird man nicht mit gleicher Festigkeit behaupten können.

Übrigens ist diese Erkenntnis keineswegs neu. So zitiert der Philosoph Jean-Claude Michéa in seiner Studie der Geschichte des »Projekts der Moderne« Robert Kennedy, der am 18. März 1968,⁴ mitten im Präsidentschaftswahlkampf, einen vernichtenden Angriff auf die Lüge vom ursächlichen Zusammenhang zwischen Bruttosozialprodukt und Lebensglück unternahm:

»Das Bruttosozialprodukt berücksichtigt die Luftverschmutzung, die Zigarettenwerbung und die Krankenwagen, die auf unseren Straßen Verletzte bergen. Es enthält die Kosten für die Alarmanlagen, mit denen wir unsere Häuser schützen, und für die Gefängnisse, in die wir jene einsperren, die dennoch in sie eingebrochen sind. Es steigt infolge der Zerstörung unserer Urwälder, an deren Stelle Städte wuchern. Es erfaßt die Produktion von Napalm, Atomwaffen und Panzerfahrzeugen, mit denen die Polizei Unruhen in unseren Städten bekämpft. Es steigt auch durch [...] gewaltverherrlichende Fernsehsendungen, mit deren Hilfe man Kindern Spielzeug verkaufen will. Was es hingegen nicht berücksichtigt, ist der Gesundheitszustand unserer Kinder, die Qualität von Schule und Ausbildung oder

die Fröhlichkeit unserer Spiele. Es mißt weder die Schönheit unserer Lyrik noch die Haltbarkeit unserer Ehen. Es schert sich nicht um die Qualität unserer politischen Debatten und um die Integrität unserer Abgeordneten. Es mißt weder unseren Mut noch den Grad unserer Reife oder Kultiviertheit. Es sagt nichts über unser Mitgefühl mit anderen oder unser Engagement für unser Land. Mit einem Wort: Das Bruttosozialprodukt verzeichnet alles bis auf das, was das Leben lebenswert macht.«

Ein paar Wochen nach dieser vehementen Anklage und der ebenso vehementen Beteuerung, er wolle dem wieder Bedeutung geben, was das Leben lebenswert mache, wurde Kennedy ermordet; wir werden also niemals erfahren, ob er seinen Worten als Präsident der Vereinigten Staaten hätte Taten folgen lassen. Dafür wissen wir aber, daß so gut wie nichts dafür spricht, daß seine Botschaft in den seither vergangenen vierzig Jahren gehört, verstanden, aufgegriffen und beherzigt worden wäre – und daß ebensowenig auf die geringste Neigung unserer parlamentarischen Repräsentanten hindeutet, die Illusion zu entlarven, daß Konsum der Königsweg zu einem sinnvollen und zufriedenen Leben sei, oder auf die geringste Neigung unsererseits, unsere Lebensstrategien entsprechend zu ändern.

Wissenschaftlichen Schätzungen zufolge ist etwa die Hälfte dessen, was für unsere Zufriedenheit wesentlich ist, nicht kommerzialisierbar und daher in keinem Laden zu kaufen. Tatsächlich kann unabhängig von seinem Kontostand und Kreditrahmen niemand in einer Shopping Mall Liebe, Freundschaft oder ein glückliches Heim erwerben. Oder die Befriedigung, die man erfährt, wenn man sich um seine Nächsten kümmert oder einem Nachbarn hilft. Oder den Stolz auf etwas Selbstgemachtes, das unser angeborenes Gefühl für Qualitätsarbeit, unseren »Workmanship

Instinct«, befriedigt, oder die Anerkennung und Zuneigung von Arbeitskollegen und anderen, mit denen man etwas gemeinsam tut. Auch bieten uns die Einkaufspassagen anders als das eben Erwähnte keinerlei Schutz gegen Gleichgültigkeit, Verachtung, Beleidigungen und Demütigung. Und überdies raubt uns die Jagd nach dem Geld, das die Dinge in den Geschäften kosten, viel von der Kraft und Zeit, die wir bräuchten, um uns die erwähnten *nicht*kommerziellen, *nicht*marktfähigen Güter zu verschaffen. So ist es nicht selten der Fall, daß die Verluste den Gewinn auffressen, daß die Zufriedenheit, die wachsender Wohlstand und Konsum vermitteln, der Unzufriedenheit weicht, weil uns immer mehr jener Dinge fehlen, die man »für Geld nicht kaufen kann«.

Einkaufen und konsumieren kostet Zeit. Deshalb versuchen die Anbieter von Konsumgütern, die Zeit, die wir mit dem Genuß ihrer Waren verbringen, so knapp wie möglich zu halten und alle dafür nötigen Vorbereitungen, die Zeit kosten, aber keinen zusätzlichen Umsatz bringen, nach Möglichkeit zu eliminieren. So quellen die Warenkataloge und Broschüren über von Versprechungen wie »müheless zu installieren«, »keine Vorkenntnisse erforderlich«, »genießen Sie schon nach wenigen Minuten die Musik (die Fotos, die Gaumenfreuden, die frische Reinheit Ihrer Bluse etc.)« oder »auf Knopfdruck«, was den Eindruck erwecken soll, als ob solche Ersparnis von Zeit und Mühe im beiderseitigen Interesse von Kunden und Verkäufern läge. Tatsächlich steckt in solchen Versprechungen lediglich das mehr oder weniger offene Bekenntnis, daß die Anbieter ihre Kunden nur höchst ungern allzu ausführlich mit ihren Einkäufen beschäftigt sehen – weil sie damit jene Zeit verschwenden, die sie für neue Einkaufstouren nutzen könn-

ten. Dennoch wirken diese Verkaufsargumente offenbar. Anscheinend wollen die potentiellen Kunden tatsächlich schnelle Resultate sehen, ohne sich dafür geistig und körperlich mehr als unbedingt nötig anstrengen zu müssen – vermutlich hoffen sie, auf diese Weise Zeit für attraktivere Tätigkeiten freischaufeln zu können. Wenn einem ein fabelhafter neuer Öffner »sinnlose« Mühen beim Öffnen von Dosen erspart, bleibt mehr Zeit, sich im Fitneßcenter an anderen Geräten »sinnvollen« Strapazen hinzugeben. Worin auch immer der Gewinn bei diesem Tauschgeschäft der Anstrengungen bestehen soll: Offenbar können sie unsere Gesamt-Zufriedenheit nicht erhöhen.

Die Journalistin Laura Potter hat für eine Reportage eine Vielzahl von Wartezimmern aufgesucht. Sie rechnete damit, dort auf »ruheloze, ungeduldige Leute« zu treffen, die »mit geröteten Gesichtern jede verstreichende Sekunde verfluchen« und sich maßlos darüber ärgern, daß sie warten müssen, um die wie auch immer geartete »wichtige Sache« zu erledigen, derentwegen sie gekommen waren.⁵ Potter mutmaßte, daß viele Zeitgenossen aufgrund des grassierenden »Kults der unverzüglichen Gratifikation [...] die Fähigkeit zu warten verloren« hätten:

»Wir leben in einer Zeit, in der ›Warten‹ ein Schimpfwort geworden ist. Wir haben nach und nach alles (wenigstens soweit wie möglich) abgeschafft, was Warten nötig macht. Das Lieblingswort der Stunde ist ›sofort‹. Da wir uns selbst die mageren 12 Minuten, die es dauert, Reis zu kochen, sparen wollen, haben wir den mikrowellentauglichen 2-Minuten-Reis erfunden. Da wir weder die Zeit noch den Nerv haben, auf den richtigen Partner zu warten, gehen wir zum Speeddating [...]. Der Brite des 21. Jahrhunderts lebt offenbar unter solchem Zeitdruck, daß er unter keinen Umständen mehr auf irgend etwas warten kann.«

Zu Miss Potters großer Verblüffung (und den meisten von uns wird es ähnlich gehen) entsprach die Wirklichkeit jedoch ganz und gar nicht ihren Erwartungen. In welchen Warteraum sie auch kam, stets traf sie auf dieselbe Erscheinung: »[D]as Warten erschien als etwas Angenehmes [...]. Offenbar ist es zu einem Luxus geworden, zu einem Freiraum in unserem durchgeplanten Alltag. Inmitten der ›Jetzt-Kultur‹ der Blackberrys, Laptops und Mobiltelefone scheint der Warteraum den Wartenden so etwas wie ein Ort der Zuflucht zu sein.« Vielleicht erinnere uns das Wartezimmer, so Potters Resümee, an die genußreiche, aber leider vergessene Kunst des Müßiggangs ...

Das Vergnügen der Muße und Entspannung ist nicht das einzige, das wir auf dem Altar der Beschleunigung zum Zweck der Zeitersparnis geopfert haben, um in noch kürzerer Zeit noch mehr Dingen nachjagen zu können. Denn wenn wir Dinge, die wir einst mit mühsam erlernter Kunstfertigkeit und Hingabe verrichtet haben, an Geräte »outsourcen«, die uns lediglich einen Schubs am Kreditkartenschlitten oder einen Knopfdruck abverlangen, geht noch etwas verloren, das früher viele Menschen beglückte und womöglich auch heute noch für unser Glück unverzichtbar wäre: der Stolz auf eine gut gemachte Arbeit, auf unsere Klugheit und Gewandtheit, auf die Bewältigung einer Aufgabe, die Überwindung eines scheinbar unüberwindlichen Hindernisses. Langfristig verlieren wir mit dem Verschwinden dieser Fertigkeiten auch die Fähigkeit, Neues zu erlernen und neue Aufgaben zu meistern – und berauben uns damit der Freude am eigenen Werk, dem Gefühl, etwas gut gemacht zu haben, ohne das wir weder Selbstvertrauen gewinnen noch das Glück genießen können, mit unserer Leistung und mithin mit uns selbst zufrieden zu sein.

Die Märkte geben sich natürlich alle Mühe, den dadurch entstandenen Schaden zu kaschieren – mit Hilfe vorgefertigter »Erlebnisse«, die uns für den vom Mangel an Zeit und Energie bedingten Verlust an eigenen Erfahrungen entschädigen sollen. Wer sich solcher (kostenpflichtiger und gewinnmaximierender) Dienstleistungen bedienen will, kann seinen Lebensgefährten in ein Restaurant einladen, seine Kinder bei McDonald's verwöhnen und sich selbst was »auf die Hand« kaufen, anstatt die Mahlzeiten in der heimischen Küche gemeinsam zuzubereiten und einzunehmen. Er besorgt teure Geschenke für seine Angehörigen, um sie dafür zu entschädigen, daß er keine Zeit für gemeinsame Unternehmungen, ausführliche Gespräche und überzeugendere Formen persönlicher Zuwendung wie Aufmerksamkeit und Mitgefühl hat. Doch weder Feinschmecker-Menüs noch exklusive und prestigeträchtige Geschenke können uns ähnliche Zufriedenheitswerte verschaffen wie die Dinge, deren Mangel oder Seltenheit sie kompensieren sollen: die gemeinsame Mahlzeit, bei der verzehrt wird, was man zuvor gemeinsam zubereitet hat, oder das Gespräch mit einem geschätzten und aufmerksamen Zuhörer über die Gedanken und Gefühle, Hoffnungen, Ansichten und Erfahrungen, die einen bewegen, und was ähnliche Beweise liebevoller Anteilnahme und mitfühlender Zuwendung mehr sind. Weil sich diese für die »subjektive Zufriedenheit« unverzichtbaren Güter, da sie eben nicht käuflich sind, kaum auf einen gemeinsamen Nenner bringen lassen, ist es unmöglich, sie zu bilanzieren. Und so kann auch keines dieser Güter den Mangel eines anderen, in Herkunft und Art andersartigen, kompensieren.

Jede Form von Zuwendung setzt ein gewisses Opfer auf Seiten dessen voraus, der sie einem anderen schenkt. Doch

gerade das Bewußtsein, etwas freiwillig herzugeben, macht die Zufriedenheit des Gebers aus. Geschenke, die weder Zuwendung noch Mühe, noch gar ein Opfer und daher auch keinerlei Verzicht verlangen, sind in dieser Hinsicht wertlos. Das glatte Gegenteil sind Erlebnisse wie das, von dem mir der Psychologe Abraham Maslow erzählte. Seine Frau stellte ihm und seinem Sohn, der ebensogern Erdbeeren isst wie er, zuweilen eine Schale mit diesen Früchten auf den Frühstückstisch. »Mein Sohn«, so Maslow, »war wie die meisten Kinder zu ungeduldig und impulsiv, um sein Vergnügen auszukosten und den Genuß zu verlängern. So schnell er konnte, aß er seine Schüssel leer und schaute dann sehnsüchtig zu meiner hinüber, die noch fast voll war. Jedemal, wenn er das tat, schenkte ich ihm meine Erdbeeren. – Soweit ich mich erinnere, schmeckten sie mir viel besser, wenn er sie aß, als wenn ich es selbst getan hätte ...«

Der Wirtschaft ist keineswegs entgangen, daß sich aus dem Impuls zur Selbstaufopferung, ohne den Liebe und Freundschaft nicht denkbar sind, Profit ziehen läßt. Deshalb hat sie auch die Bereitschaft zum Verzicht kommerzialisiert, wie die meisten anderen Wünsche und Bedürfnisse, von deren Erfüllung wir unser Glück erwarten (eine Cassandra des 21. Jahrhunderts würde uns vielleicht mit warnender Stimme raten, die Märkte zu fürchten, auch wenn sie Geschenke bringen ...).⁶ Sich für seine Lieben zu opfern heißt inzwischen zumeist und vorzugsweise ausschließlich, möglichst viel und immer noch mehr Geld heranzuschaffen: ein Verhalten, das vorzüglich zur gewünschten Steigerung des Bruttosozialprodukts beiträgt.

Kurz gesagt: Die Annahme, das Glück der Menschen lasse sich mehren, indem man alle Aufmerksamkeit auf einen einzigen Meßwert, das Bruttosozialprodukt, konzentriert,