

Zeitschrift: FRAZ : Frauenzeitung
Band: - (1997-1998)
Heft: 2

Artikel: "Hier muss ihr Geld arbeiten"
Autor: Schmuckli, Lisa
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1053655>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 12.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

«Hier muss

Die Strichmännchen-Werbung der Zürcher Kantonalbank (ZKB) fordert dazu heraus, sich Gedanken zur Funktion und Macht des Geldes zu machen. Geld ist vom Tauschobjekt zum Nullmedium geworden und hat die Macht, jegliche Werte ausser Kraft zu setzen.

Von Lisa Schmuckli*

Sonntag abend geniesse ich es, nach einem friedlichen Essen und einem guten Glas Rotwein rumzupflügen und die Woche mit dem schon beinahe zur Tradition gewordenen Krimi zu beschliessen.

Der Sonntagskrimi beginnt jedoch selten direkt mit dem Sendungssignet, sondern meist mit jener Geldinstitut-Werbung, die mich aus der Rotwein- und Sonntagsruhe hinaus- und in den kapitalistischen Alltag hineinkatapultiert: Mann oder Frau sieht auf dem Bildschirm ein Strichmännchen mit einem aus Taler gestapelten Oberkörper hin- und herrennen, oft im Dunkeln, sichtbar erst durch den voyeuristischen Lichtspot der Werbung. Das Geldmännchen eilt nonstop hin und her, ist sichtlich erschöpft, darf aber nicht aufgeben, da es einen Tempomacher im Nacken hat, nämlich die permanente Kontrolle einer weiblichen Off-Stimme. Manchmal wird die Werbung auf Zeitlupe gestellt, damit die ZuschauerInnen tatsächlich sehen können, wer was arbeitet. Die Zeitlupe macht nicht nur das Tempo, die Beschleunigung deutlich, sondern auch die Unsichtbarkeit der arbeitenden Figur im alltäglichen Zeitrhythmus. Zärtlich-einschleichend flüstert dann die weibliche Off-Stimme in ekliger Solidarität mit dem (wohl männlichen) Zuschauer: «Wir wollen ihn nicht länger aufhalten.» Das Geldmännchen darf, nein: muss weiterarbeiten und noch mehr verdienen (auch, damit es diese Frau, die sich hinter der sinnlichen Stimme verbirgt, bei Laune halten kann), während die Frau weiter kontrollieren, kommentieren und Geld ausgeben darf.

Er krampft, sie verführt

Die alte Leier also: Er krampft, sie verführt; er hat Lohn, sie ist Lohn seiner Arbeit. Dies erinnert an die Analyse der französischen Philosophin Luce Irigaray. Sie zeigt darin auf, dass in der ursprünglichen vorkapitalistischen Tauschwirtschaft Frauen Tauschobjekte waren. Man tauschte die Frauen, weil sie als Besitz der Männer in der Sippe knappes Gut geworden waren und weil in den Augen der Männer begehrenswerte Frauen immer Mangelware oder eine Minderheit darstellen. Die Frau muss in diesem Tausch unter Männern den Wert des Mannes, der eine Frau tauscht, erhöhen und zugleich für ihn einen Wert verkörpern.

Reicht nun dieser Mehrwert des weiblichen Tauschobjektes nicht mehr länger aus, greift man auf die männliche Potenz zurück, auf die finanzielle, soziale und/oder körperliche Potenz, nämlich auf den éalon. Éalon bedeutet, so Irigaray, zum einen «Währung», also ein territorial dominierendes Geldmass; zum andern bezeichnet éalon aber auch den «Deckhengst». Mass und Stärke der Währung wird also durch die männliche Potenz bestimmt.

Nun denkt frau bei diesem Strichmännchen wohl kaum an Potenz. Deutlich wird aber mit der schummrigen und raffiniert tönenen Off-Stimme, dass sie sich als Objekt zur Verfügung stellt, geradezu anbietet, und zwar als Phantasiefrau des sich abrackernden Männchens. Frau bleibt Phantasieobjekt des arbeitenden Männchens. Als reale Frau darf sie weder eigenes Geld noch Zugriff zur Arbeit und kaum ein Konto auf dieser Bank haben.

Die Werbung wird noch zynischer, wenn man bedenkt, dass sie von den Kantonalbanken stammt, von jenen Banken also, die letztendlich von den SteuerzahlerInnen finanziell garantiert werden. Hier bringen es die Manager und Politiker zustande, die sogenannt kapitalistische Wahrheit «Wer zahlt, befiehlt» auszuhebeln: Die SteuerzahlerInnen dürfen höchstens Politiker abwählen, kaum jedoch die Bankengeschäfte mitgestalten.

Geld ist der moderne Arbeiter

Nach dem Spott wird die Banken-Moral in Form eines Schlussatzes eingebendet: «Hier muss Ihr Geld (auch nachts) noch arbeiten.» Man suggeriert mit dieser Bildsprache, dass das Geld arbeitet – und nicht die Person, die das Geld verdient, indem sie – ob Mann oder Frau – arbeitet. Das Geldmännchen macht unmissverständlich die Brutalität des Kapitalismus deutlich: ausschliesslich Geld steht in seinem Mittelpunkt. Nicht mehr der arbeitende Mensch ist jener, der sich Lohn verdient, sondern das Geld ist der moderne Arbeiter. Die Arbeit besteht also nicht mehr im Handwerk, in der Dienstleistung, im Lehren, in der konkreten alltäglichen Hausarbeit, in der Kindererziehung, in der Landwirtschaft oder im Kulturschaffen. Als Arbeit gilt, was das Geld auf dem Konto «tut». Geld verselbständigt sich – ganz im Sinne des Kapitalismus. Geld ist also nicht mehr an die personelle Arbeitskraft, an individuelle Leistung zurückgebunden, sondern wird zum Selbstzweck – präziser: zum Selbstläufer.

Strukturell bringt damit die Werbung die Funktionalität des Kapitalismus zum Ausdruck: Das System Kapitalismus funktioniert nur, wenn die vielfachen Arbeitsteilungen (Manager-ArbeitnehmerInnen, Mann-Frau) reibungslos spielen und damit das Teile-und-Herrsche unangetastet bleibt. Teile zwischen Portemonnaie und Rucksack (Heidi Witzig), zwischen Kopf- und Handarbeiten, damit Solidarität nicht aufkommen kann, und herrsche, damit klar ist und bleibt, wer das Sagen hat und wer die Ziele, die Strategien und der aufgepropfte Sinn der Arbeit vorgibt.

Mythos vom König Midas

Diese ungezügelte und gesellschaftlich geförderte Gier nach Geld erzählt man sich bereits im Mythos vom König Midas: König Midas hatte aus eigenem Verdienst bei Bacchus, Gott des Weines, einen Wunsch offen. Midas erbat sich von Bacchus, dass alles, was er berühre, zu Gold sich verwandle. Bacchus erfüllte ihm diesen Wunsch. Und alles, was Midas in der Folge berührte, nämlich den Zweig einer Eiche, den Stein, den Apfel, den er essen, und den Wein, den er trinken wollte, und ebenso seine Frau, die er umarmte und zu lieben hoffte – alles erstarnte und erkaltete sofort zu Gold. Reich und elend, unberührbar und hungernd, am Erfolg gescheitert und hassend, was er sich in Grössenphantasien erwünscht hatte, siechte er dahin.

In dieser gescheiten Geschichte wächst Gold/Geld über sich hinaus und kann letztlich nichts mehr vergolden als sich selbst: Geld vergoldet Geld. Das bedeutet auch: Geld hat nichts mehr zu vermitteln als sich selbst. Es ist nicht mehr länger Tauschobjekt und ein nützliches Mittel, um sich das Leben zu sichern, den Alltag angenehm gestalten zu können und auch mal FreundInnen zu verwöhnen. Geld wird folglich zu einem Nullmedium. Nullmedium meint, dass Geld keine Bedeutung mehr kennt, sondern wie ein Chamäleon alle angebotenen Bedeutungen aufnimmt und nur jene widerspiegelt, die ihm am meisten Gewinn verspricht. Geld hat die Macht, jegliche Werte ausser Kraft zu setzen, und wird so zu einem Zauberer, der die KäuferInnen verführt. Der Zauberer Geld dirigiert nun den kapitalistischen Markt: Der alltägliche Tausch ist nicht mehr länger konkreter Waren- oder Dienstleistungstausch, sondern eine perfekte Inszenierung, bei dem Medium Geld auf Medium Geld trifft, vermittelt durch die KonsumentInnen. Konsequenterweise sind denn auf dem

Ihr Geld arbeiten»



Geld wird zum Selbstläufer

Arbeitsmarkt auch nicht mehr länger ArbeitnehmerInnen gefragt, sondern Shareholder Values!

Shareholder Values versinnlichen die Funktionalisierung des Systems Kapitalismus: Es ist völlig unerheblich, welche Person welche Aufgabe wie erfüllt, entscheidend ist der Output, und damit der Wert der Aktie. Grundlegend ist die Ersetzbarkeit eines jeden Arbeiters und einer jeden Arbeiterin. In dieser Ersetzbarkeit wird jeder Arbeiter/jede Arbeiterin vollständig instrumentalisiert: dem Output zudenend und soweit unsichtbar gemacht, dass er/sie sich in den Ablauf der kapitalistischen Ereignisse eingepasst hat. Folglich werden Übergriffe der Geldlogik alltäglich. Die Würde des/der einzelnen ist in einer Weise antastbar geworden, die aufschreckt. (Ich denke, dass im Sinne dieser Funktionalisierung die sich massiv häufenden Morde in Familien-, Schul- und Arbeitskreisen zu interpretieren sind.)

Irrationalität der Geldwirtschaft

Die Folgen der Zauberei des Geldes zeigt die soeben erschienene gesamtschweizerische Armutsstudie. Sie hat ein Zahlenverhältnis herausgespuckt, das mich besonders beschäftigt hat: 3% aller Schweizer haben mehr Vermögen als 97% der «anderen» SchweizerInnen. (Mich beschäftigt nicht nur das Zah-

lenverhältnis, sondern auch die Tatsache, dass dieses Faktum so neu ja nicht ist!) Umgerechnet besagen diese Zahlen beispielsweise, dass 3 Personen sich Fr. 50.– teilen können, also je über Fr. 16.65 verfügen, während 97 Personen sich Fr. 50.– zu teilen haben, also je nur Fr. 0.52 besitzen. Wenn der eine Fr. 16.65 und der andere nur gerade 52 Rappen hat, hat dann das Geldmännchen des Reichen 32mal mehr gearbeitet als jenes des Armen? Und was müsste der Arme tun, um sein Geld anzutreiben? Hier zeigt sich doch die totale Irrationalität der sogenannten vernünftigen Geldwirtschaft!

Nach all diesen Gedanken ist der Krimi meist schon so fortgeschritten, dass die Leiche im Salon eines König Midas liegt und der Kommissar seinen ersten Überlegungen nachgeht: Wer zieht unmittelbar Profit aus dem Mord? Wer hat ein Interesse an diesem blutigen Diebstahl an Leib und Leben? Wer braucht den realen Tod, um sein irrationales Geldmännchen noch schneller anzutreiben? Auch dieser Krimi zeigt, wie leicht die Würde des/der einzelnen antastbar geworden ist. Geschützt zwar durch die Verfassung, zerstört durch einen Kapitalismus, der im Dienste des Shareholder Values steht und damit das Recht auf Arbeit verleugnen muss.

*Lisa Schmuckli ist freischaffende Philosophin und Publizistin.

Zürcher Kantonalbank
Inserat

Geld gilt.
Bei der
FRAZ
FRAUENZEITUNG

Fr. 8.– (+P) für eine Einzelnummer
 Fr. 32.– für ein Jahres-/ Geschenkabo
 Fr. 44.– / 50.– für Europa-/ Überseeabo.
AbsenderIn: _____
FRAZ • Postfach • CH-8031 Zürich
Tel: 01/272 73 71 • Fax: 01/272 81 61

die
LESBENZEITSCHRIFT

FRAZ ?
oder die ?

FRAZ und die !

erscheint regelmässig viermal jährlich
Einzelnummer 8.– / Abo 28.– plus Porto
Redaktion die, Mattengasse 27, 8005 Zürich