

Zeitschrift: Neue Wege : Beiträge zu Religion und Sozialismus
Herausgeber: Vereinigung Freundinnen und Freunde der Neuen Wege
Band: 91 (1997)
Heft: 3

Rubrik: Kolumne : hier muss Ihr Geld arbeiten

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: 22.02.2026

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

Hier muss Ihr Geld arbeiten

Am Sonntagabend geniesse ich es, nach einem friedlichen Essen und einem guten Glas Rotwein das Wochenende mit dem schon beinahe zur Tradition gewordenen Fernseh-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: Auf dem Bildschirm rennt ein Strichmännchen mit einem aus Taler gestapelten Oberkörper hin und her, oft im Dunkeln, sichtbar erst durch den voyeuristischen Lichtspot der Werbung. Das Geldmännchen 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 und Zuschauer tatsächlich sehen können, wer was arbeitet. Die Zeitlupe macht nicht nur das Tempo deutlich, sondern auch die Unsichtbarkeit der arbeitenden Figur im alltäglichen Zeitrhythmus. Zärtlich einschmeichelnd flüstert dann die Off-Stimme in ekkliger Solidarität mit dem Zuschauer: «Wir wollen ihn nicht länger aufhalten.» Das Geldmännchen darf, nein, muss weiterarbeiten und noch mehr verdienen, während die Frau weiter kontrollieren, kommentieren und Geld ausgeben darf. Die alte Leier also: Er krampft, sie verführt... Beide Marionetten des Geldes?

Die Werbung wird noch zynischer, wenn man bedenkt, dass sie von den *Kantonalbanken* stammt, von jenen Banken also, die letztendlich von den Steuerzahlenden finanziell garantiert werden. Hier bringen es die Manager und Politiker zustande, die sogenannte kapitalistische Wahrheit «Wer zahlt, befiehlt» auszuhebeln: Die Steuerzahlenden dürfen höchstens Politiker ab-

wählen, kaum jedoch die Bankgeschäfte mitbestimmen.

Bankenmoral wie im Mythos von König Midas

Nach dem Spot wird die Bankenmoral in Form eines Schlusssatzes eingeblendet: «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. 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 und Lernen, 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 nicht mehr an die persönliche Arbeitskraft, an individuelle Leistung gebunden, 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, Arbeitende, Mann-Frau) reibungslos spielen und damit das Teile- und-Herrsche unangetastet bleibt. Teile zwischen Portemonnaie und Rucksack (Heidi Witzig), zwischen Kopf- und Handarbeit, damit Solidarität nicht aufkommen kann, und herrsche, damit klar ist und bleibt, wer das Sagen hat und wer die Ziele, die Strategien und den aufgepfropften Sinn der Arbeit vorgibt.

Von dieser ungezügelten und gesellschaftlich geförderten *Gier nach Geld* erzählt man sich bereits im Mythos vom König Midas: König Midas hatte aus eigenem Verdienst bei Bacchus, dem 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 erstarrte 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 gescheiterten Geschichte wächst Gold oder 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 länger Tauschobjekt und ein nützliches Mittel, um sich das Leben zu sichern, den Alltag angenehm zu gestalten und auch mal Freundinnen und Freunde 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 versprechen. Geld hat die Macht, jegliche Werte ausser Kraft zu setzen, und wird so zu einem Zauberer, der die Käuferinnen und Käufer verführt. Der Zauberer dirigiert nun den kapitalistischen Markt: Der alltägliche Tausch ist nicht mehr Waren- oder Dienstleistungstausch, sondern eine perfekte Inszenierung, bei der Medium Geld auf Medium Geld trifft, vermittelt durch die Konsumierenden. Konsequenterweise sind denn auf dem Arbeitsmarkt auch nicht mehr länger arbeitende Menschen gefragt, sondern Shareholder Values!

Geldlogik gegen Menschenwürde

Shareholder Values versinnlichen die Funktionalisierung des Systems Kapitalis-

mus: 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 werden die Arbeitenden vollständig instrumentalisiert: dem Output zudienend und soweit unsichtbar gemacht, dass sie sich in den Ablauf der kapitalistischen Ereignisse eingepasst haben. Folglich werden Übergriffe der Geldlogik alltäglich. Die Würde des Menschen ist in einer Weise antastbar geworden, die aufschreckt.

Die Folgen der Zauberei des Geldes zeigt die soeben erschienene *gesamtschweizerische Armutsstudie*. Sie hat ein Zahlenverhältnis ausgespuckt, das mich besonders beschäftigt hat: 3 Prozent haben etwa gleich viel Vermögen wie die «anderen» 97 Prozent zusammen. (Mich beschäftigt nicht nur das Zahlenverhältnis, 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 die übrigen Fr. 50.– zu teilen haben, also je nur Fr. 0.52 besitzen. Wenn der eine über Fr. 16.65 und die andere nur gerade über 52 Rappen verfügt, 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 sogenannt vernünftigen Geldwirtschaft!

Nach all diesen Gedanken ist der Krimi meist schon soweit fortgeschritten, dass die Leiche im Salon eines 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 irrationalen Geldmännchen noch schneller anzutreiben? Auch dieser Krimi zeigt, wie antastbar die menschliche Würde geworden ist. Geschützt zwar durch die Verfassung, zerstört aber durch einen Kapitalismus im Dienste des Shareholder Value. *Lisa Schmuckli*