

Zeitschrift: Rote Revue : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur
Herausgeber: Sozialdemokratische Partei der Schweiz
Band: 73 (1995)
Heft: 3

Artikel: Der Körper als "neue Heimat"
Autor: Oester, Kathrin
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-341169>

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: 11.01.2026

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

Der Körper als «neue Heimat»¹

Sozialversicherungen und Konsumismus verkörpern ursprünglich zwei gegenläufige Tendenzen: wirken erstere sozial ausgleichend, ist der Konsumismus dem Wettbewerb verpflichtet. In Bezug auf die

Kathrin Oester

Krankenversicherung ist heute eine Entwicklung zu beobachten, die dahin tendiert, das Solidaritätsprinzip aufzuweichen und auch das Gesundheitswesen Konsum und Wettbewerbsprinzip anzugleichen. In der Folge werden medizinisch, ästhetisch-kosmetisch, versicherungstechnisch und juristisch einzelne Organe, Körperteile, -funktionen und Heilungsverfahren mit Preisen beziffert. «Heilung» wird tendenziell zur Dienstleistung, die sich die Einzelnen in Abhängigkeit ihres Einkommens in unterschiedlicher Qualität leisten können – oder eben nicht. Begleitend begünstigen Staat und Gesellschaft eine Politik, die unter dem Begriff «Volks Gesundheit» den einzelnen verstärkt für seine Gesundheit verantwortlich macht. Eine an Werbung und Konsum gebundene moderne Gesundheitsideologie übernimmt dabei die Funktion der individuellen Schuldzuschreibung. In welchem Masse diese neue Entwicklung eine Uminterpretierung des Körpers verlangt, soll Gegenstand der folgenden Erörterungen sein.

¹ Die in einem Gespräch geäußerte Idee vom Körper als «neuer Heimat» geht auf die Literatur- und Kulturwissenschaftlerin Sigrid Weigel, Professorin an der Universität Zürich, zurück.

Der Körper – ein Skandal

Unser Körper kann uns unmittelbarste Lust bereiten und mit derselben Intensität und Unausweichlichkeit Schmerzen verursachen. Halb sind wir dieser Körper, halb bewohnen wir ihn nur (vorübergehend). Auch ohne religiöses Glaubensbekenntnis, das uns den Körper als «bleibende Stätte» abspricht, können wir uns oft nur schwerlich damit identifizieren: Er ist uns zu dick oder zu dünn, zu eckig oder zu rund, zu fleckig oder zu weiss, für manche Dinge zu alt, für andere zu jung. Um im Hochleistungssport erfolgreich zu sein, ist er fast immer schon zu alt, um ernsthaft krank zu sein, ist er in unserem Empfinden indessen stets zu jung. Diesem Gefühl der Diskrepanz, des Zwei-Seins von Körper/Emotionalität und Geist/Intellekt muss die Idee entsprungen sein, den Körper in Abhebung zum Intellekt mit Natur gleichzusetzen. Als solche wird er in der Freikörperkultur gefeiert, oder aber – wie in manchen religiösen Praktiken – als Quelle der «Fleischeslust» gezeißelt.

Geist und Intellekt ist in diesem trennenden Denken ein ähnlich zwiespältiges Schicksal beschieden: Wird der Intellekt in einer rationalistischen Weltsicht als Quelle des Fortschritts und einer zunehmenden Naturbeherrschung gefeiert, brandmarkt ihn heute die Bauch-gegen-Kopf-Ideologie als Ursache allen Übels. (Dass Frauen und Wilde im Denken der Aufklärung lange Zeit mit Natur gleichgesetzt wurden, der Mann dagegen mit Geist und Kultur, ist

nur eine der Folgen dieser trennenden Weltsicht.)

Im Unterschied zu Sprache und Kultur hat sich der menschliche Körper seit der Entstehung des homo sapiens sapiens vor ungefähr 100 000 Jahren kaum weiterentwickelt. Grundsätzlich verändert hat sich indessen die Wahrnehmung des Körpers, die Art und Weise, wie wir den Körper vom Intellekt trennen, ihn bewerten, verehren, verachten. Gerade auch unsere intimsten körperlichen Empfindungen, die wir als unser Eigenstes und Eigentlichstes erleben, haben in diesem Sinne nichts Einzigartiges an sich, sondern werden mehr als uns lieb ist durch kulturelle Muster, durch Macht und Politik bestimmt. Niemand ist sich dessen so bewusst wie die WerberInnen, die an öffentlichen Plakatwänden gezielt, wenn auch mit unsicheren Erfolgschancen, die intimsten Gefühle in uns anzusprechen suchen.

Der imaginäre Körper der Werbung

Die heftigste öffentlich-politische Debatte, die in letzter Zeit um Körper und Krankheit entbrannte, ist im Zusammenhang mit AIDS und der AIDS-Kampagne zu beobachten: Bezeichneten vor allem religiös-fundamentalistische Kreise AIDS als eine Strafe Gottes, versuchten aufgeklärte Kreise das Problem der Ansteckungsgefahr mit (sozial-)medizinischen Informationen einzudämmen. Viele der im Zusammenhang mit AIDS erschienenen kulturhistorischen Bücher stimmen in der Aussage überein, AIDS sei wie die Pest oder die Syphilis eine jener Epidemien, welche die Menschheit immer schon periodisch dezimierten. Ob in beruhigendem Tonfall oder mit hintergründiger Lust an der Angst der LeserInnen geäußert, ist jenen Büchern die Reduktion des Neuen – des HI-Virus – auf Altbekanntes gemein. AIDS ist indessen kein «Phänomen wie ein anderes»: Entgegen dem biologischen Körper ist der

soziale und kulturelle Körper, in dem sich das Virus breit macht, ein anderer als jener zur Zeit der Pestepidemien oder der Syphilis. Das HI-Virus tritt im Unterschied zu den mittelalterlichen Pestepidemien in einer Konsumgesellschaft auf, die ein «individualistisches» und «narzisstisches» Verhalten ihrer Mitglieder fördert. Sowohl Individualismus wie Narzissmus verstehe ich hier sehr verkürzt als Folge sozialer Veränderungen im Rahmen einer Entwicklung, welche die sozialen Kompetenzen des einzelnen reduziert (Individualismus) und Individuen erzeugt, die sich weitgehend selbst genügen sollen (Narzissmus). Eben diese Eigenschaften ermöglichen die Einbeziehung von immer mehr Lebensbereichen ins Konsumsystem und bilden sozialpsychologisch gesehen dessen Fundament. Dass aber Narzissmus und der Verlust sozialer Kompetenzen keine Basis für das Fortbestehen einer Gemeinschaft sind, ist ein wesentliches Dilemma des Kapitalismus: die konsumistische Gesellschaft gefährdet ihr Fortbestehen gerade durch das, was sie zusammenhält.

Wie dieses Dilemma zwischen Wettbewerb und sozialer Verantwortung vom Konsumsystem «gelöst» wird, hat insbesondere die Diskussion um AIDS und Sexualität auf anschauliche Weise gezeigt. Als Teil der konsumistischen Logik müssen die körperlichen Vorzüge jedes einzelnen wie das Geld dauernd in Umlauf gebracht, investiert werden. Dazu gehört auch der sexuelle Körper. Sexualität und die Konsumgüterindustrie sind im kapitalistischen System über eine stark erotisierte Werbung kurzgeschlossen. Um erfolgreich und effizient zu sein, konnte beispielsweise die Plakatwerbung der AIDS-Kampagne, entgegen anderweitigem Druck, weder auf Erotik in ihren Darstellungen verzichten, noch konnte sie ausschliesslich Enthaltsamkeit oder treue Partnerschaften fordern. Der dominanten Konsumlogik entsprechend, welche die Umwandlung von

**«Heilung» wird
tendenziell zur
Dienstleistung,
die sich die Ein-
zelnen in Abhän-
gigkeit ihres
Einkommens in
unterschiedlicher
Qualität leisten
können – oder
eben nicht.**

| | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Der gesunde Normkörper der Werbung und die Verweigerung von medizinischen Leistungen für einen kranken Körper spielen auf komplexe Weise zusammen.</p> | <p>traditionellen Produkten in Lite-, oder Light-Produkte vorantreibt und dadurch neue Konsumanreize schafft, erhielt im Zeichen von AIDS die Sexualität ein neues Design: ungeschützter Sex verwandelte sich in geschützten «Sex lite». Damit war eine Entwicklung vollzogen, die schon lange, spätestens aber seit den 60er-Jahren, vorgezeichnet war. Mit der Forderung nach «Sex ohne Risiko» machte die AIDS-Kampagne denn auch auf öffentlichen Plakatwänden sichtbar, was lange schon von den meisten akzeptiert war. Sexualität sollte von Risiken, sowohl physischen wie psychischen, abgekoppelt werden, ähnlich wie es in der Lite-Ideologie den Genuss süßer oder fetter Nahrungsmittel mit Hilfe von Ersatzstoffen von gesundheitlichen Risiken zu entkoppeln galt.</p> <p>Harte Strafen für die Verweigerung leichter Nahrungsmittel</p> <p>Dass viele sich dem leichten Regime in der Ernährung wie in der Sexualität nicht unterwerfen, gehört heute zu den hilflosesten und zugleich herausforderndsten Verweigerungsstrategien gegenüber dem Konsumsystem. In diesem Sinne kann das häufig den unteren Einkommensschichten zugeschriebene «fehlende Bewusstsein» für die Prävention aber auch als Folge eines fehlenden Glaubens an die Belohnungen des Systems interpretiert werden. Eine Herausforderung, auf die politisch immer dezidiierter reagiert wird. Für die Unterlassung leichter Schutzmassnahmen sollen wir persönlich in Zukunft immer härter bestraft werden. Nicht nur, wenn wir es vermeiden, uns gegen Viren beim Geschlechtsverkehr zu schützen, auch wenn wir es unterlassen, uns gegen Fettleibigkeit oder Krebs zu schützen, können wir morgen dafür zur Verantwortung gezogen werden. Nicht bloss mit Krankheit und Prestigeverlust, wie bisher, sondern mit eingeschränkten medizinischen Leistungen. Der Neuabschluss einer er-</p> | <p>schwinglichen Krankenversicherung wird Risikopatienten heute schon verweigert. (Daran ändert die weit verbreitete Erkenntnis, dass viele Krankheiten auf Umweltbelastungen zurückgehen, wenig.)</p> <p>Die über die Werbung eingeübte Verantwortung für die Wettbewerbsfähigkeit und das Styling des eigenen Körpers – Voraussetzung des beruflichen wie des persönlichen Erfolgs – wird nun auf Bereiche ausgedehnt, die bisher der kollektiven Solidarität unterstanden: Die Veränderung des öffentlichen Bewusstseins bewirkt, dass wir zunehmend auch für unsere Krankheiten verantwortlich gemacht werden können. Der gesunde Normkörper der Werbung und die Verweigerung von medizinischen Leistungen für einen kranken Körper spielen auf komplexe Weise zusammen. So gehört es zur normativen Kraft der Werbung, unsere Wahrnehmung einem bestimmten Regime zu unterwerfen. Dieser Vorgang wird weitgehend über das Sehen, den Blick gesteuert. Die Werbung für Kosmetik, Mode und Sport zerrt einen makellosen jugendlichen Körper und seine intimsten Teile an die Öffentlichkeit, und wir lernen dadurch, bestimmte Konsumgüter mit Schönheit und Intimität in Verbindung zu bringen. Gleichzeitig wird der kranke oder unmodische Körper in der medialen Öffentlichkeit den Blicken entzogen. (Es sei denn, es handle sich um jene Bilder von Kranken oder Kriegsopfern, die u.a. am TV unsere Sensationslust befriedigen.)</p> <p>Über das Sichtbarmachen des Normkörpers und das Verschwindenlassen des «unansehnlichen» Körpers konstruieren Medien und Werbung ein ganz spezifisches Verhältnis von Privatheit und Öffentlichkeit, das den zum Tabu gemachten kranken Körper in die Privatheit abdrängt. Doch auch wer nicht dem Schönheitsideal der Werbung entspricht, kann dazugehören. Mit der Gleichung «in» sein = schön sein ist ein für den Konsumismus zentrales</p> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Versprechen verbunden: Prestige ist eng an den Erwerb von Konsumgütern gebunden und deshalb grundsätzlich käuflich. Im Unterschied zu stärker statusgebundenen Gesellschaften haben wir alle die Freiheit uns einzubilden, jederzeit dazugehören zu können, ohne Ansehen unserer Herkunft, unserer geschlechtlichen oder ethnischen Zugehörigkeit (wie uns etwa die Benetton-Werbung glauben machen will). Das ist die «demokratische», liberale Seite des Konsumismus, die ihn attraktiv macht und die kaum jemand ernstlich missen möchte.

Krankenkassen als Dienstleistungsbetriebe

Die Logik, die den kranken Körper ins Abseits drängt, ist indessen keine religiös-moralische wie früher, sondern eine konsumistisch-moralistische. Es geht nicht darum, den von Gott mit Krankheit geschlagenen Körper und damit den Schuldspruch vor den Augen der Mitmenschen zu verbergen. Unsere Lust und unsere Verantwortung ist es vielmehr, den Körper aufwendig gemäss den konsumistisch definierten Normen als schöne neue «Heimat» mit privaten Mitteln zu pflegen. Das macht uns zu prestigeträchtigen Mitgliedern der Gesellschaft. Dass sich die Krankenkassen in diesem Sinne in modern organisierte Dienstleistungsbetriebe verwandeln, die individuelle Bedürfnisse unterschiedlich zahlungskräftiger KundInnen befriedigen, entspricht dieser Logik. Das Angebot der Krankenkassen wird denn auch nach dem Modell der auf unterschiedliche KundInnengruppen abgestimmten Konsummuster immer vielfältiger. Als Teil derselben Logik hat sich auch das Paradigma der Schulmedizin als alleinseigmachender Doktrin aufgelöst.

Auf diesem Hintergrund ist zu verstehen, dass immer mehr Krankenkassen im Wettbewerb um Kundschaft Angebote für Jung-

alternative entwerfen, die auch paramedizinische Leistungen und Prävention vergüten. Aber auch Mediziner wissen sich dieser Logik gewinnbringend zu bedienen: Chirurgische Verfahren lassen sich etwa in den Vereinigten Staaten inzwischen patentieren. Über eine schöne Naht am Körper oder den richtigen Schnitt am Herzen dürfte in Zukunft der Geldbeutel auf viel direktere und unverblümtere Weise als heute entscheiden. (vgl. New York Times, 8. Juni 1995)

Nicht anders als in religiösen Weltanschauungen wird auch in unserer Zeit Krankheit – sei es auf einem pseudowissenschaftlichen oder esoterischen Hintergrund – als Folge einer nicht den Normen entsprechenden Lebensweise bewertet. Dass in einer säkularisierten Gesellschaft Sünde anders definiert wird und heute etwa eine «falsche Ernährung» an die Stelle der gegeisselten «Fleischeslust» getreten ist, ändert nichts am Schuldspruch der Gesellschaft über den einzelnen Sünder. (Ironie der Geschichte: die Sündenregister vieler ErnährungsspezialistInnen setzen heute an die Stelle der «Fleischeslust» den Fleischgenuss.)

Dass Krankheit und Gesundheit tatsächlich mit der richtigen Lebensweise zusammenhängen können, ist eine Tatsache, die heute eine fruchtbare Diskussion über Solidarität und politische Verantwortlichkeiten Kranken gegenüber eher erschwert. In einer Gesellschaft ohne Sozial- und Krankenversicherungen ist jedes Gesellschaftsmitglied gleichermassen auf die Solidarität der Gruppe angewiesen. Jene konkreten Bindungen aus vorkapitalistischen Zeiten sollten in unserem Jahrhundert durch das Solidaritätsprinzip und die Sozialversicherungen ersetzt werden. Ungewollt droht der Solidaritätsgedanke dabei aber pervertiert zu werden: Wo Sozialversicherungen nicht mehr unwidersprochen alle einbeziehen, sondern immer stärker vom Einkommen abhängig sind, vergrössern

**Nicht anders als
in religiösen Welt-
anschauungen
wird auch in
unserer Zeit
Krankheit als
Folge einer nicht
den Normen
entsprechenden
Lebensweise
bewertet.**

sie die sozialen Spannungen, anstatt sie, wie beabsichtigt, zu verringern.

Solidarität und Wettbewerbsprinzip haben sich schon immer im Widerspruch befunden. Das im Sozialstaat verwirklichte relative Gleichgewicht scheint sich aber im Zuge einer verstärkten (internationalen) wirtschaftlichen Konkurrenz zuungunsten des Solidaritätsprinzips zu verschieben. Die Wirtschaft fördert optionalistisch-flexible, mobile, wettbewerbsorientierte EinzelkämpferInnen und untergräbt die Bindung an konkrete Menschen. Solidarität, ein moralisch schwer beladener Begriff, ist heute vor allem das Produkt bestimmter Werbestrategien und eines geschickten Marketings. Die unterschiedlichsten Hilfsorganisationen buhlen um die Gunst der SpenderInnen und machen damit deutlich, wie Solidarität – etwa mit AIDS-Kranken, Kriegsopfern oder älteren Menschen – heute selbst dem Wettbewerbsprinzip unterworfen ist.

Wie steht es aber mit der Solidarität im Gesundheitswesen? Geknüpft an den Konsum von Ernährungs-, Freizeit- und Sportangeboten, wird auch die Gesundheit jedes einzelnen – ähnlich wie die berufliche Karriere – mehr und mehr vom Wettbewerbsprinzip bestimmt. Im Bild des gesunden Einzelkämpfers sind Aggressivität, Jugendlichkeit und Erotik lustvoll verknüpft. Und dieses Zusammenspiel von Wettbewerb, lustvoller Aggressivität und Konsum lässt sich nur schwer durch den weit weniger lustvollen Solidaritätsgedanken aufbrechen. Diese Tatsache spielt meines Erachtens in der politischen Diskussion um das Solidaritätsprinzip im Gesundheitswesen eine nicht zu unterschätzende Rolle.

Liess sich in nicht-säkularisierten Gesellschaften am Ursprung jeder Krankheit eine Sünde finden, so lässt sich heute in vielen Fällen eine falsche Ernährung, zu wenig Sex oder Sport als Krankheitsursache finden. Das heisst, sobald wir auf eine uneingeschränkte Solidarität im Gesundheitswesen verzichten, kann tendenziell jede(r) schuldig gesprochen und ausgeschlossen werden. Die einzige «Lösung», die in diesem Falle übrigbleibt, ist der Kauf einer teureren Versicherung, mit der man sich vom Schuldspruch durch Zahlungsleistungen weitmöglichst befreien kann. Was liegt uns schliesslich näher als der eigene Körper?

In diesem modernen Ablasssystem riskiert, wer nicht bezahlen kann, vom «sozialen Körper» abgespalten zu werden. Dass diese drohende Herauslösung des einzelnen kranken Körpers aus der Kollektivverantwortung ein schwer aufzuhaltender Prozess ist, hat viel mit unserer ambivalenten Haltung dem Konsumismus gegenüber zu tun: Wir erleben die Freisetzung des Individuums nicht nur als Bedrohung, sondern vollziehen sie zeitweise und, wenn wir nicht von ihren negativen Folgen betroffen sind, lustvoll mit. Denn das Konsumsystem, das wir alle mittragen – auch wenn wir dagegen sind –, hält seine Gratifikationen bereit: Anstelle des politisch schwer einzulösenden Versprechens einer «Heimat für Viele» tritt der konsumistisch aufgerüstete Körper als prekäre Heimat des einzelnen, die es in Eigenverantwortung zu pflegen gilt.

Kathrin Oester ist Ethnologin. Zur Zeit lebt und forscht sie in Sumatra.