

Du musst dein Leben steigern!

Autor(en): **Sloterdijk, Peter**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Monat : die Autorenzeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur**

Band (Jahr): **91 (2011)**

Heft 991

PDF erstellt am: **16.05.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-735316>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Du musst dein Leben steigern!

Die Wachstumsrhetorik ist ein grosses Missverständnis. Europa ist seit der frühen Neuzeit auf mehr als Wachstum angelegt: auf Lebenssteigerung. Stichworte zu einer Neufassung der europäisch-unternehmerischen Idee vom reichen Leben.

von Peter Sloterdijk

Wer heute eine affirmative Wachstumsdoktrin vortragen möchte, befindet sich in einer wenig beneidenswerten Position: er muss sich zur Verteidigung seiner These auf einen Begriff stützen, der schon heute stark kompromittiert ist und der künftig wohl gänzlich unbrauchbar werden wird. «Produktivitätswachstum» – das geht wohl noch an; aber schon der Drohbegriff «Bevölkerungswachstum» macht den positiven Eindruck zunichte, um vom «Wachstum» der Krebszellen nicht zu reden, und von dem vielerorts angeklagten «Wachstumswahnsinn» erst recht nicht. Es scheint, als hätten die Sprecher und Theoretiker der modernen Wirtschaft es versäumt, rechtzeitig an die semantische

Der Begriff des Wachstums ist heute stark kompromittiert und wird künftig wohl gänzlich unbrauchbar werden.

Wurzel ihrer Existenz zu gehen und eine adäquate Sprache für das grosse profitwirtschaftliche Gewinnspiel der Neuzeit zu entwickeln. Man hat zu lange auf die suggestive Gemächlichkeit einer letztlich noch immer agrarromantisch codierten Terminologie gesetzt und steckt jetzt semantisch in einer Falle, aus der es kein Entrinnen gibt. Der einzige Ausweg besteht darin, sich auf die Quellen des grossen europäischen Bereicherungsspiels zu besinnen und von dort her eine neue Sprache für das zu entwickeln, was mit der unmöglich gewordenen Rede vom Wachstum wirklich gemeint war.

Ich denke, man muss mindestens bis ins 14. Jahrhundert zurückgehen, um sich vor Augen zu bringen, was die Kultur- und Wirtschaftsrevolution der Europäer bedeutet und was diese in der Folge von anderen Kulturen unterscheidet. Egon Friedell hat meines Erachtens recht daran getan, seine grossartige Kulturgeschichte der Neuzeit mit der Schwarzen Pest von 1348 beginnen zu lassen. Diese schwerste Epidemie der Menschheitsgeschichte löschte innerhalb weniger Jahre ein Drittel der Bevölkerung Europas aus und veranlasste die Zeitgenossen zu der Meinung, es sei leichter, die Übriggebliebenen zu zählen als die Toten. Wer so verreckt, für

Peter Sloterdijk

Peter Sloterdijk ist Rektor der Staatlichen Hochschule für Gestaltung in Karlsruhe und daselbst Professor für Philosophie und Ästhetik. Er ist Autor u.a. von «Stress und Freiheit» (2011), «Du musst dein Leben ändern» (2010) und «Im Weltinnenraum des Kapitals» (2006). Sein Werk erscheint im Suhrkamp-Verlag.

den steht kaum der Himmel offen. Europäische Pestüberlebende können darum nicht mehr anders, als sich mit einer typischen und neuen Betonung an das Leben vor dem Tode zu klammern.

Das klassische Dokument dieser neueuropäischen Orientierung auf die diesseitige Existenz ist Giovanni Boccaccios berühmtes und berühmtes Hundertgeschichtenbuch: «Il Decamerone». Es bezeugt unmissverständlich den Neuen Bund der Nach-Pest-Europäer mit dem irdischen Leben. Man soll sich davor hüten, in diesem überragenden Buch nur die erotische Geschichtensammlung zu sehen, die es natürlich auch darstellt. Der Sache nach ist es gerade kein Männermagazin des 14. Jahrhunderts, sondern ein Aufhebungsbuch für Überlebende und für Frauen, von deren guter Laune – das weiss Boccaccio – der Zauber des geselligen Lebens abhängt. Der «Decamerone» ist die Magna Charta der europäischen Selbstermunterung, er enthält nicht weniger als den Versuch, die Lebensgründe für europäische Stadtmenschen neu zu buchstabieren und ihrer Liebe zum Leben einen neuen Anhalt in der Welt zu bieten. Der «Decamerone» erzählt von hundert Gründen, trotz allem das Leben vor dem Tod zu lieben; er verkündet ein pluralistisches Evangelium der Heiterkeit, der Neugier, der Schlagfertigkeit. Wenn die grosse Pest tatsächlich das Realsymbol für das Ende des christlichen Mittelalters war, so steht der «Decamerone» für die beginnende Renaissancekultur und die Umstellung alteuropäischer Lebensstimmungen von Todesüberwindung auf Diesseitsbewältigung.

Liest man die Dokumente der frühen Neuzeit unter dieser Optik, so wird deutlich, dass die typischen Nach-Pest-Europäer, sofern sie dem städtischen Geist nahestehen, schon eher an die Fortuna als an Christus geglaubt haben. Als Göttin der Gewinne und Verluste steht Fortuna, die wechselhafte *femme fatale*, am Eingang zur europäischen Neuzeit. Sie repräsentiert das Abenteuer der Bereicherung

gen und der Lebenssteigerungen, ohne die sich der Typus des neuzeitlichen Besitz- und Bildungsbürgers eine «menschliche» Existenz schlechterdings nicht mehr vorstellen kann. Aus diesem Geist wurde Europa für ein halbes Jahrtausend zur Mitte der Welt, Ausgangspunkt einer ungeheuren Expansion und Taktgeber in einem umfassenden Prozess, den wir heute die Globalisierung nennen. Die Jahre 1492 bis 1945 stehen weltgeschichtlich ganz im Zeichen Europas, sie demonstrieren die europäische Akkumulation von Unternehmens- und Angriffskraft. Im Rückblick auf diese Zeit wird freilich auch deutlich, dass dieses Kontinuum heute zerbrochen ist und dass die Europäer aus ihrem welthistorischen Schub herausgefallen sind; sie müssen sich – wie nach einer erneuten grossen Pest – von neuem fragen, aus welchen Motiven sie künftig leben wollen.

Angesichts dieser Sachlage scheint es mir vernünftig, einen Gegenvorschlag zu machen: es wäre wichtig, einen adäquaten Ausdruck zu lancieren, in dem das wirkliche Motiv des *European way*

Man muss endlich die agrarromantische Maske fallen lassen und das Wachstumsgerede aufgeben.

of life – samt seiner amerikanischen Abzweigung – ausdrücklich ausgesprochen wird. Man muss endlich die agrarromantische Maske fallen lassen und das Wachstumsgerede aufgeben. Denn Wachstum ist eine Idee der bäuerlichen Welt. Was die Euro-

päer seit dem 14. Jahrhundert wirklich wollten, war gerade der Übergang von der bäuerlichen einfachen Reproduktion des Lebens zur modernen unternehmerischen Lebenssteigerung. Dieser Übergang erscheint uns heute selbstverständlich, aber er verdient es, noch einmal ausdrücklich auf den Begriff gebracht zu werden.

Ich habe angedeutet, dass die Europäer seit der grossen Pest anfangen, aus der christlichen Kultur der Jenseitsorientierung und der Todesüberwindung herauszuwachsen. Sie finden seither mehr und mehr zurück zu einer Lebenshaltung, die uns durch die griechische und römische, teils auch durch die altjüdische Kultur überliefert ist – nämlich zu der Grundhaltung der metaphysischen Resignation, für die feststeht, dass wir die Sterblichen sind, für die es letztlich keine Rettung gibt. Epikur hatte dies ausgedrückt, wenn er sagte, die Menschen könnten sich gegen das meiste sichern, nur in bezug auf den Tod lebten sie allesamt in einer Stadt ohne Mauern. Aus der metaphysischen Resignation folgt, dass nachchristliche Menschen ihr grösstes Begehren, den überschwenglichen Wahn ihrer Seele, nicht mehr an ein himmlisches Objekt, an Gott oder ein ewiges Leben, heften können. Sie brauchen von da an ein innerweltliches Ersatzobjekt für ihr Begehren, und dies zeigt sich in dem Doppelmotiv von Lebenssteigerung und materieller Bereicherung. Man erkennt hier im übrigen, warum es nötig ist, von metaphysischen und religiösen Wunschsystemen zu reden, wenn man die ökonomischen verstehen will. Kein Christ mehr zu sein, ist schwieriger, als man gemeinhin glaubt. Ein Christentum hinter sich zu

haben, ist keine Kleinigkeit. Natürlich ist auch das Christsein selbst etwas Ausserordentliches; aber das Christentum hinter sich zurückzulassen, das ist vielleicht noch merkwürdiger und folgenreicher, denn es bedeutet in jedem Fall, aus einer Kultur hervorzugehen, die ein hohes Mass an metaphysischer Präention aufgestachelt hat: ein Verlangen nach Ewigkeit für das eigene Leben und einen Ausgriff auf das absolute Objekt, Gott.

Selbst wenn wir in einer überwiegend säkularen Kultur wie der heutigen keine offizielle Hoffnung auf Todesüberwindung und Rückkehr in Gott mehr ausdrücken, so haben wir in uns doch eine Wunschproduktion zurückbehalten, die uns so anspruchsvoll macht, als wollten wir nach wie vor das Äusserste. Nachchristliche Europäer wissen mehrheitlich in der Tat nichts mehr von Transzendenz, sie leben fern von positiven Doktrinen der Unsterblichkeit und der Todesüberwindung, aber sie haben in der Schule des Christentums das Wünschen gelernt – und sie verlangen viel. Für europäische Menschen, wenn sie auf der Höhe der psychodynamischen Überlieferungen sind, gilt die Regel: es ist unmöglich, sich je wieder klein zu machen. Man kann die Europäer unmöglich wieder zurück in den engen Flaschenhals pressen, durch den sie sich in jahrhundertelangen soziokulturellen Geburtskämpfen ins Freie gebracht haben. Die europäischen Wünsche sind entfesselt und in die Welt ausgeströmt wie der Dämon aus der Flasche. Nichts bringt sie wieder in das enge Gefäss zurück. Die Wunschtätigkeiten sind losgelassen, und die Agenten dieser Entfesselung haben sich allesamt bewusst und unbewusst einem Projekt verschrieben, das in expliziter Fassung lautet: von der einfachen Lebenserhaltung zur unaufhaltsamen Lebenssteigerung.

Man kann diese Wandlungen erläutern an der seltsamen Gestalt des Christoph Kolumbus, den man gemeinhin als Seefahrer bezeichnet, von dem man aber mehr begreift, wenn man in ihm einen Unternehmer sieht. Kolumbus ist seiner Seinsweise nach ein paradigmatischer neuzeitlicher Verrückter, wer aber nicht ein wenig vom kolumbianischen Wahn in sich hat, ist nicht zur Teilnahme an dem grossen Aufbruch der neuzeitlichen Europäer qualifiziert und weiss nicht wirklich, in welcher Epoche wir leben und worum es in ihr geht. Am Ende des 15. Jahrhunderts hat ein ganzer Kontinent seinen explosiven Wahntraum gleichsam in einer einzigen Person exemplarisch niedergelegt. Das Kolumbus-Unternehmen sollte eine Art von Pilotfunktion für den gesamten neueuropäischen Aufbruch haben. Die Ironie des Vorgangs ist bekannt: man bricht nach Indien auf und landet auf einem geographischen X, das später Amerika heissen wird. Fast unbekannt hingegen ist die technische Dimension des Kolumbus-Unternehmens. Seit dem frühen 15. Jahrhundert hatten die Portugiesen damit begonnen, das Windsystem über dem Nordatlantik zu erforschen. Was sie dabei entdeckten, hat etwas Atemberaubendes, und ihre Entdeckung liefert bis heute eine Idee von dem, was in der frühen Neuzeit das Unternehmer- und Entdeckertum einmal gewesen ist.

Portugiesische Seefahrer haben die miraculöse Abstraktionsleistung vollbracht, in Theorie und Praxis zu begreifen, dass man



Peter Sloterdijk, photographiert von Peter Rigaud (laif).

sich – um den Atlantik befahrbar zu machen – zunächst in die von Europa konstant wegwehenden Winde so fallen lassen muss, als wolle man nie wieder zurückkehren; dann aber, hoffnungslos weit draussen auf hoher See, kann man weiter nördlich die starken Nordwestwindströme erreichen, mit denen eine Rückkehr europawärts möglich ist. Diese Operation hat einen religiösen Zug: nur wer sich ganz verlorenegeben hat, dem kann – jenseits des *point of no return* – eine andere Energie zu Hilfe kommen, die den Rückweg eröffnet. Diese Technik wurde später von den Spaniern, Niederländern und Briten so perfektioniert, dass Atlantiküberquerungen in beiden Richtungen vom frühen 16. Jahrhundert an zur Routine wurden, auch wenn sie in der Zeit der Segelschiffe ihre Schrecken nie ganz verloren. Für unseren Kontext ist es wichtig zu verstehen, dass die massstäbesetzenden Europäer der frühen

Am europäischen Unternehmen «Amerika» lässt sich ablesen, was die Wunschproduktion der frühen Neuzeit vermochte.

Neuzeit, die Seefahrer und Amerikasucher, einen nautischen *salto mortale* auf dem Ozean riskierten, um etwas zu verwirklichen, was ihren innersten Wunsch antrieben entsprach. Man könnte so weit gehen zu sagen, diese überkühne Geste stellte den Prototypus für die europäische Unternehmensintelligenz im ganzen dar. In ihr drückt sich eine fast verrückte Parteinahme für das Schwierige, Indirekte und doch eben Mögliche und Gewinnbringende aus. An dem europäischen Unternehmen «Amerika» lässt sich ablesen, was die reale Traumkraft und Wunschproduktion der frühen Neuzeit vermochte.

Kolumbus wurde zu seinen Entdeckungen vor allem durch die Erwartung angetrieben, die märchenhaften Reichtümer Indiens für die christlichen Könige Spaniens zu erschliessen. Kurioserweise war seine Gier nach dem Gold im fernsten Westen noch nicht durch neuzeitliche Bereicherungsmotive bestimmt, und Kolumbus war kein Shylock. Ihm war der Begriff des Kapitals noch nicht aufgegangen – wie es überhaupt Jahrhunderte dauern wird, bis die Europäer allgemein den Unterschied zwischen der Schatzform des Reichtums und der Kapitalform begriffen haben werden. Das Gold, das Kolumbus sucht, soll sich noch nicht als Kapital verwerten, sondern dazu dienen, einen Kreuzzug zur Befreiung Jerusalems von den Türken zu finanzieren – hierin denkt Kolumbus noch ganz mittelalterlich, in die Wunschhorizonte der feudalen Seele eingefügt. Hingegen ist seine nautische Tat radikal modern, und so sind auch seine europäischen und transatlantischen Konsequenzen. Der Ausdruck «prä-kolumbianische Kultur» sollte nicht nur für die Mittel- und Südamerikaner vor der Ankunft der Spanier benutzt werden, sondern vor allem auch für die Europäer vor 1492. Wer nach diesem Datum lebt, muss stets in der einen oder anderen Weise zur Kenntnis nehmen, dass es aus der neuen, postkolumbianischen, das heisst atlantischen und globalen Situation kein Entrinnen mehr gibt. Man lebt nach Kolumbus fast, wie man nach Christus lebt – und die Weltge-

schichte seit 1492 ist tatsächlich bis heute eine immer weiter gehende Explikation der transatlantischen Wirklichkeit (die inzwischen auch und mehr noch eine transpazifische ist).

Seit die andere Küste des Atlantiks vor europäischen Seefahrern aufgetaucht ist, haben sich die extremen Wunschenergien der Europäer gleichsam von einer himmlischen auf eine transatlantische Transzendenz umgepolt. Es schien, als solle das Paradies ein geographischer Begriff werden. Wer nun noch den unbändigen Wunsch nach dem ganz Anderen in sich verspürte, wer vom verklärten Leben am anderen Ufer träumte, der musste nicht mehr nur nach der Auferstehung verlangen und von einem Dasein jenseits der postmortalen Barriere träumen. Jetzt gibt es Amerika, jetzt sind wir durch ein wirkliches anderes Ufer fasziniert, jetzt blickt uns eine transatlantische Küste an, ein diesseitiges Jenseits. Mag es auch einen aberwitzigen nautischen Versuch kosten – und Lebensgefahr bei der Überfahrt bedeuten: es ist doch erreichbar. Und das Gerücht von der Erreichbarkeit dieser anderen Küste, das Geflüster von der neuen, der transatlantischen Transzendenz reisst die europäischen Phantasien im 16. Jahrhundert auf. Das eröffnet die Achsenzeit des europäischen Kapitalismus, hier findet die ursprüngliche Akkumulation der Wünsche statt. Wer Europäer ist, lernt von dieser Zeit an, den Blick auf den Atlantik hinaus zu richten und von Gewinnen zu träumen, die aus der Offenheit der Ozeane auf uns zuschwimmen.

Da nun von der europäischen Wunschökonomie in der frühen Neuzeit die Rede ist, muss – neben den atlantischen Motiven – von einer zweiten Quelle europäischer Träume vom besseren irdischen Leben gesprochen werden. Denn bevor der Atlantik für Europäer zum schicksalhaften Gewässer wurde, war für sie das Mittelmeer die Gegend, aus der die massgeblichen Ideen und Waren kamen; vor dem fernen Westen war es der nahe und mittlere Osten, durch den sie das Wünschen und Träumen lernten. Bekanntlich wurde ein Grossteil der alteuropäischen Luxuswirtschaft über die Kaufleute von Venedig getätigt, und der venezianische Gewürzmarkt spielte eine herausragende Rolle bei der Entwicklung des europäischen Geschmacks an neuen Genüssen.

Hierzu muss man wissen, dass das alteuropäische Grundlebensmittel das Gemüse war. Der Name verheisst nichts Gutes, wenn man sich die Mühe macht, über ihn nachzudenken. Da man im Deutschen mit der Vorsilbe «ge-» die berüchtigten ge-Kollektiva bildet, erfährt man durch das Wort selbst, worum es geht: Gemüse ist alles, was Mus ist oder genauer: was zu Mus gekocht werden kann. Darin steckt eine schreckliche Nachricht über die Küche unserer Vorfahren – das Wort verrät, wovon die Europäer vor der Revolution des Geschmacks durch die Gewürze hauptsächlich lebten (und vor dem Zeitalter der künstlichen Gebisse). Da sie, nur von den Früchten der Jahreszeit bereichert, einen immerwährenden Eintopf zu sich nahmen, waren sie empfänglich für die Angebote des Handels, die den Einheitsgeschmack zu durchbrechen versprachen. Die Idee eines anderen Lebens war schon im Hochmittelalter sinnlich liiert mit der Hoffnung auf einen anderen Geschmack.

Dank der Venezianer wurde aus Hoffnung Erfahrung. Die Pilotware des neuzeitlichen Kapitalismus war der Pfeffer. Dies darf man keinen Augenblick ausser Betracht lassen: mit dem Pfeffer fängt unsere *life-style*-Geschichte an, vom Pfeffer werden Europäer auf den Geschmack an den Differenzen gebracht – durch ihn wurden sie, wie Amerikaner sagen würden, *spicy people*. Und warum? Weil Pfeffer die erste Idee vom Anderen am Gaumen brachte. Salz ist ein alteuropäisches Produkt, die Römer, die Kelten, die Germanen kannten es, allesamt Salzgemüseesser. Aber Pfeffer: das ist die Sprache Indiens, das ist der Orient auf der Zunge, das ist der Geist der Utopie am Gaumen. Zusammen mit dem Pfeffer kommt bald der Zimt, kommen die Nelken und tausend andere Wunderaromata aus dem Osten. Ein Blick in spätmittelalterliche Kochbücher macht den Sachverhalt klar. Man hat es da mit einer barocken Gewürzeküche zu tun, mit einem Taumel der Zutaten, die allesamt das aromatische Andere, das Höhere und Intensivere mitbringen. Man könnte aus diesen Beobachtungen ohne Mühe das Grundgesetz europäischer Waren-Entwicklungen abstrahieren: die europäischen Käufer interessieren sich für Güter vor allem dann, wenn diese Güter Besserungen sind. Die klassische Ware ist diejenige, die besser ist als die vorherige; und typisch europäischer Warenkonsum ist die Steigerung des Lebens durch die Einverleibung der neuen Ware. Kurzum, im Zug zum Warenkonsum, das zeigen die orientalischen Gewürze als Protowaren ganz klar, liegt immer schon ein Verlangen nach Lebenssteigerung. Die Lebensmittel der Neuzeit sind *eo ipso* immer schon auch Lebenssteigerungsmittel.

Im Begriff der Ware, so wie die Europäer mindestens seit dem 14. Jahrhundert ihn verstehen, materialisiert sich die Idee, dass sie einen stofflichen Beitrag zum grössten aller Feldzüge leistet: zu dem Feldzug der Lebenssteigerungen, in denen die Menschen der Nach-Pest-Epoche sich ihres Daseins vergewissern. Neben der ursprünglichen Akkumulation der Kapitale in den frühen Bankhäusern und Manufakturen vollzieht sich oft noch unter mittelalterlichen und religiösen Masken eine analoge Akkumulation der Wünsche. Es lohnt sich, unter solchen Aspekten die grossen Autoren der frühen Neuzeit neu zu lesen, insbesondere Shakespeare, dessen Genie die Sprache des europäischen Willens zum gesteigerten Geniessen auf einen ersten Gipfel geführt hat. Er hat sich in die Seele der Abenteuer-Unternehmer hineingedacht und den Sorgen der Eigentümer von schwimmendem Kapital, von Schiffen und Waren, eine blühende Sprache geliehen. Die tiefste Formulierung für die neueuropäische Wunsch-Ökonomie findet sich in Shakespeares Spätwerk «Der Sturm». Der Dichter legt sie Ariel in den Mund, dem Luftgeist, der dem Zauberer Prospero bei der Inszenierung des künstlichen Zauber-Sturms zur Hand geht. Auf die Frage des Meisters, wo sich denn jetzt das in dem Schein-Sturm scheinbar gesunkene Schiff befinde, antwortet Ariel, es liege unversehrt in einer Bucht, nämlich an eben der Stelle der Insel, von der aus Ariel einst ausgeflogen sei, um seinem Meister eine begehrte Zaubersubstanz zu besorgen, jenen «Tau von den stürmischen Bermudas», den Prospero für gewisse Manipulationen anforderte.

...allwo

Du einst um Mitternacht mich aufriefst, Tau

Zu holen von den stürmischen Bermudas...

(«Der Sturm», I,2, Übersetzung nach Schlegel/Tieck)

Niemand weiss wirklich, was man mit Tau von den Bermudas anfangen kann, aber die Tatsache, dass Prospero, jenes englisch-italienische Gegenstück zum deutschen Doktor Faustus, sich dieser Substanz bemächtigen wollte, gibt Raum für weitreichende Vermutungen. Ich neige zu der Ansicht, dass Shakespeares Wort über den Tau von den Bermudas die dunkle Formel für das neueuropäische Objekt des Begehrens darstellt – es nennt etwas, das in transatlantischen Zonen vom Himmel auf die Erde sinkt, etwas, was mehr wert sein muss als Kapital, Gewürze, Schiffe und Gold.

Die neueuropäische Wirtschaft gründet nicht in der Idee des Wachstums, sondern im Verlangen nach Sondergewinn.

Was unterscheidet Tau von den Bermudas von dem Tau aus Prato oder Oxford? Worin besteht sein überlegener Zauber? Ich glaube, mit dem Bermuda-Tau gelangt die riskante transatlantische Energie, das Leben zu verklären, in europäische Hände, und um nichts

anderes geht es bei der grossen neueuropäischen Kampagne zur Schaffung von Reichtümern.

Es kann kein Zufall sein, dass dieser Tau aus einer ozeanischen Region stammen muss, die schon damals als die gefährlichste des Globus galt. Bermuda-Tau ist die Quintessenz der neueuropäischen Risiko-Wirtschaft. Vielleicht liegt in ihm der utopische Sinn aller amerikanischen und europäischen Revolutionen. Wer Tau von den Bermudas holt, ist der wahre Revolutionär. Tatsächlich, Revolutionär im tieferen Sinn des Wortes ist, wer dem Leben durch Arbeit und Magie eine Dimension hinzufügen möchte, die bisher nur Königen und Zauberern zugesprochen wurde, nämlich die Macht, Wünsche in Erfüllung gehen zu lassen. Der Tau von den Bermudas ist dieses neueuropäische Wunsch-Elixier, das grosse Verwandlungsmittel, um aus armem Leben reiches Leben zu machen. Und damit haben wir unser Thema wieder erreicht und können endlich genauer sagen, warum die Idee des Wachstums nicht länger geeignet ist, das Eigentümliche des ursprünglichen europäischen Traums auszudrücken.

Die neueuropäische Wirtschaft gründet nicht in der Idee des Wachstums, sondern im Verlangen nach dem Sondergewinn. Es ist ihre Leidenschaft, mit dem mühseligen Prinzip des Wachstums aus der Natur zu brechen, um eine andere Erfahrung von Vermehrung an seine Stelle zu setzen. Ihre erste Regung ist die Absage an die bäuerliche Geduld und an die Ergebung in die immergleichen Zyklen der natürlichen Jahre. Das Geschäftsjahr gehört zu einer anderen, zu einer hektischen und nichtzyklischen Ordnung. Bis ins 15. Jahrhundert konnte man unter Wachstum kaum etwas anderes

verstehen als die Eigentätigkeit der Natur. Was wächst, kann nur kraft des Zutuns der Natur selbst wachsen. Aber eben von diesem selbstwüchsigen Wachstum aus dem Boden wollen Europäer, die von der Idee der grossen Bereicherung und Verklärung angesteckt sind, nie mehr etwas hören. Sie träumen von etwas, was viel schneller arbeitet als Natur und was viel höhere Gewinne abwirft als ein Feld. Die neue Gewinnstrebigkeit vollzieht in der Sache wie in der Gesinnung eine antiagrarische Revolution. Ihre Parole könnte lauten: nie wieder blosses Wachstum. Aber weil viele Revolutionäre in alten Kostümen herumlaufen und die Sprache der Vergangenheit als Sprache der Revolution benutzen müssen, reden die neuzeitlichen Antibauern und Wunschrevolutionäre eben doch weiter vom Wachstum; aber sie bebauen nur noch metaphorische Felder und bringen, wo sie Gewinne machen, nur noch rhetorische Ernten ein.

In Wahrheit sind die neueuropäischen Gewinnsucher Personalunionen aus Magiern, Offizieren und Spielern. Inwiefern die neuen

Wir sind durch Gewöhnung phantasielos geworden und haben es verlernt, von den Pfefferländern zu träumen.

Gewinnsucher mit Magiern verwandt sind, geht aus den bisherigen Überlegungen klar hervor; ohne einen gewissen Zusatz von dunklen Tricks kann die moderne Verwandlung von Arbeit in glänzendes Gold nicht gelingen. Die Analogie der Unternehmerfunktion zur Offiziersfunktion ergibt sich aus zwei Faktoren, zum einen daraus, dass das moderne Wirtschaftsleben sich seit längerem als ein Krieg der Volkswirtschaften vollzogen hat und immer noch vollzieht, zum anderen daraus, dass die Weltwirtschaft, über die nationalen Mobilisierungen hinaus, wie ein umfassender Feldzug der reichumsorientierten Fraktionen der Menschheit vorangetragen wird.

Aber noch weiter als die Verwandtschaft des neuzeitlichen Wirtschaftsmenschen mit dem Magier und dem Offizier reicht jene mit dem Spieler. Bei ihm nämlich lässt sich am ehesten mit Händen greifen, warum es jetzt nirgendwo mehr um blosses Wachstum geht. Spieler verlangen nach Gewinnen, die jenseits aller in der Natur möglichen Wachstumsspannen liegen. Wären die Herren der modernen Wirtschaft jemals an Wachstum im ernstesten Sinn des Wortes interessiert gewesen, so gäbe es eben keine moderne Wirtschaft. Ihre Existenz selbst verkörpert das Verlangen nach den Sondergewinnen, nach dem explosiven Mehr, durch das zwischen dem Einsatz und dem Gewinn ein wunderbar weiter Graben aufklafft. Der kapitalistische Spieler träumt vom Sprung über diesen Graben, und je grösser die Gewinnspanne, desto beflügelter die Sprungkraft beim Unternehmer. Das Kapital will nicht in der Stille wachsen, sondern munter galoppieren.

Kenner der Geschichte werden sich daran erinnern, dass frühkapitalistische Gewinnspannen oft ausserordentlich waren – darum konnte man die frühen Bankleute Wucherer nennen und

die frühen Grosshändler *merchant-adventurers*. Man hat die mobilisierende Kraft des Rendite-Denkens seit langem erkannt: Bei ein paar Prozent Gewinn blieb das Kapital meist lethargisch, bei zehn Prozent hob es den Kopf, bei zwanzig fing es an zu traben, bei fünfzig fiel es in den Galopp, und ab hundert war es zu jedem Verbrechen bereit. Dennoch ist der neuzeitliche Spieler-Unternehmer nicht ein Spieler der ordinären Art; sein Spiel läuft über Kalkulationen und vermittelt sich mit Arbeit und Wissenschaft. Darum ist der typologisch nächste Verwandte des Unternehmers, wenn er nicht Seefahrer ist, unmittelbar unter den berühmten Renaissance-Magiern zu finden, unter den Alchemisten, den Goldmachern, deren prominentester kein anderer ist als jener Faustus, den Oswald Spengler in seinen Untersuchungen zur abendländischen Kultur geradewegs als Modell für die «faustische Seele» proklamiert hat. In unserer Sicht bedeutet das faustische Streben nichts anderes als die Metaphysik des Sondergewinns. Tatsächlich sind die Faustianer jene Menschen, die das unruhige Lebensprinzip in sich tragen. Sie müssen weg von der Scholle und spüren unentwegt, dass das Leben etwas zu Kostbares ist, als dass man es mit stillem Warten auf ein Ende in Gott vertrödeln dürfte. Sie sind keine Grundrentner wie die Adligen, keine Pensionäre des Himmels wie der Klerus, sondern Menschen, die einen innerweltlichen Himmel postulieren und gewaltige Remunerationen für ihre irdischen Anstrengungen in Aussicht nehmen.

Man darf sich in dieser Frage von dem kulturkritischen Gerede, das heute den ganzen Westen überflutet, nicht beirren lassen. Die meisten, die heute die modischen Thesen von einem Erlöschen der utopischen Energien wiederholen, wissen nicht, wovon sie sprechen. Aus der Grundstellung linker Enttäuschung heraus ist das euro-amerikanische Abenteuer nicht angemessen zu charakterisieren. Die europäische Protorevolution, das Verlangen danach, im Zeichen des Taus von den Bermudas unser Leben zu steigern, ist nicht an ihr Ende gelangt; aber es hat den Anschein, dass die eigentlichen Kader dieser permanenten Revolution, das innovationsbereite Unternehmertum, heute vor ihrem eigenen Projekt dumpf und sprachlos dastehen und nicht mehr wissen, was sie sagen sollen, wenn man sie fragt, wozu sie angetreten sind. Sie sind der Banalisierung ihres Vorhabens zum Opfer gefallen und sprechen tatsächlich nur noch die armselige Sprache der Bilanzen. Aber wer den Markt beobachtet, wird schnell eines Besseren belehrt. In den Supermärkten der westlichen Welt findet ein tägliches Plebiszit statt zugunsten eines Universums von Lebenssteigerungsmitteln – auch wenn die heutigen Kunden, wenn sie vor den Gewürzregalen stehen, nicht mehr wissen, dass sie ein Kondensat aus fünfhundert Wunsch-Jahren vor sich haben – das ganze Aroma-Spektrum des Paradieses von Anis bis Zimt. Wir sind durch Gewöhnung phantasielos geworden und haben es verlernt, von den Pfefferländern und letzten Grenzen zu träumen.

An dieser Stelle scheint es mir notwendig, ein paar kurze Bemerkungen über den inneren Zusammenhang zwischen dem euro-

päischen und dem amerikanischen Traum einzufügen. Aus dem Bisherigen dürfte sich schon erahnen lassen, was ich im wesentlichen hierzu sagen möchte. Europa hat in der Neuzeit zwei grosse aussereuropäische Traum-Labors eingerichtet, das russisch-sowjetische und das nordamerikanische, und seit der östliche Pfad zum reichen Leben, das sogenannte sozialistische Experiment, gescheitert ist, bleibt für die Europäer nur noch der Blick nach Westen. Die USA sind nach wie vor die massgebliche Traum-Filiale und Intelligenz-Filiale der europäischen Mutter. Diese Feststellung trifft auch dann noch zu, wenn man einräumt, dass die Tochter der Mutter über den Kopf gewachsen und dass zwischen 1945 und 1989 Westeuropa insgesamt zu einem amerikanischen Protektorat herabgesunken ist. Im Augenblick ist nur die These wichtig, dass die USA und Europa, insbesondere Nordwesteuropa, also das atlantische Europa, eine Schicksalsgemeinschaft in bezug auf das kulturelle Grundmotiv des reichen Lebens bilden.

Der zu Unrecht sogenannte amerikanische Traum ist in der Sache natürlich ein europäischer Traum – mit der Nuance vielleicht, dass die Europäer nicht alle ihre Träume selber träumen und ausagieren, sondern dass sie auch träumen lassen und ausagieren lassen. Europa hat Amerika aus sich herausgesetzt und sieht nun zu, wie sich dieses Produkt der eigenen politischen Libido entwickelt. Die Amerikaner leben im Grunde durch ein europäisches Mandat, das Experiment des reichen Lebens in all seinen Implikationen durchzuspielen, und insofern ist es auch berechtigt zu sagen, dass die Europäer ihrerseits in wesentlichen Dingen per Americanos existieren. Was dort scheitert, scheitert auch hier, und was in Europa scheitert, lässt sich auf die Dauer auch in den USA nicht retten. Es gibt tatsächlich viele Indizien für ein allmähliches Zerschlagen des amerikanischen Traums, und nicht erst seit heute. Schon in der Literatur des 19. Jahrhunderts taucht die Figur des Amerikamüden auf, der aus der transatlantischen Wüste nach Europa zurückkehrt. Für die Mehrheit der zeitgenössischen Europäer sind die USA zwar noch eine Reise wert, aber der grosse Sog scheint doch gebrochen und der transatlantische Transzendenz-Effekt ist verbraucht.

Der von Soziologen angezeigte sogenannte postmaterialistische Wertewandel in der westlichen Hemisphäre verrät etwas vom allmählichen Abflauen des euro-amerikanischen Wunsch-Projekts. Wenn man sich die US-amerikanischen Kultur-Industrie-Importe anschaut, so drängt sich tatsächlich der Eindruck auf, dass von dem grossen Aufbruch ins freie und reiche Leben nicht mehr viel übriggeblieben ist; wo einst die Verklärung in Reichtum und Freiheit gesucht wurde, drängt sich heute ein beispielloser Gewaltkult in den Vordergrund, und die Religion der Bereicherung scheint ersetzt durch eine Religion der Explosion und des Losschlagens.

Angesichts dieser Entwicklungen scheint es plausibel, die Intelligenzen des euro-amerikanischen Komplexes zu einem neuen Fundamentaldialog über den Geist der Neuzeit und das Projekt des Westens zusammenzurufen. Was nötig ist, wäre eine Art von Gipfelkonferenz der Zivilisationen, auf der rekonstruiert wird, was der Sinn der Neuzeit wirklich war. Was haben die Europäer einst ge-

meint, als sie anfangen, vom reichen Leben zu reden? Was meinten sie, als sie von Reichtum und Auserwählung sprachen? Und was waren die Implikationen der linken Forderungen nach Teilung des Reichtums? Wohin wollten wir uns wirklich steigern? Welchen Ozean haben wir eigentlich überquert, als Amerika entdeckt werden sollte? Welche Wünsche haben wir in die damaligen Kolonien hineingeträumt, und was träumten diese weiter, als sie ihre sogenannte Unabhängigkeit erklärten? Und was haben die europäischen Kolonien hervorgebracht, um in den Mutterländern den Geschmack an Lebenssteigerungen weiter aufzustacheln?

Es wäre verführerisch, hier einen Exkurs über die Geschichte der europäischen Waren und der Kolonialwaren einzufügen. Es würde sich dabei herausstellen, dass alle Leitprodukte des Welt Handels zwischen dem 17. und 20. Jahrhundert einen direkten Bezug zu den europäischen Wunsch-Expansionen aufweisen. Der Hunger nach Lebenssteigerungsmitteln ist es, der die Weltmärkte

aufreisst. Er ruft einen weltweiten Boom aus Geschäft und Verbrechen hervor und konstituiert ganze Länder – Silberländer, Tee- und Kaffeeländer, Bananenländer, Gewürzländer, Tabakländer, Kakaoländer, Zuckerländer. Dieses letztere

Der zu Unrecht sogenannte amerikanische Traum ist in der Sache natürlich ein europäischer Traum.

Beispiel ist besonders instruktiv. Seit dem 17. Jahrhundert können zunehmende Zahlen von Menschen in Europa ohne das süsse Gift der Kolonien nicht mehr sein. Die Implikationen dieses Verlangens nach den Lebensversüssungs- und -verklärungsmitteln aus der Karibik sind ungeheuerlich; an ihm hängt zu grossen Teilen das System der Sklavenwirtschaft, das vom 16. bis ins 18. Jahrhundert den euro-amerikanischen Verkehr vorantreibt. Ökonomie, Sucht und Verbrechen sind darin zu einer unauflöslichen Einheit verbunden; ich erinnere an den berühmten Dreieckshandel zwischen England, Afrika und Amerika, in dem stets vollbeladene Schiffe mit Zucker und Kolonialwaren von der Karibik nach Manchester unterwegs waren, dann von England mit Nippes, Schnaps und Sklavenfängern beladen nach Afrika und zuletzt von Afrika mit Gefangenen nach Amerika. In unserem 20. Jahrhundert, das sich einbildet, das schrecklichste der Geschichte gewesen zu sein, wusste kaum noch jemand etwas über diesen dreihundertjährigen wohlorganisierten Terror, hinter dem alles in allem ein Produkt und ein Verlangen stehen, jenes heroische Produkt namens Zucker, ohne das bei zahllosen Europäern seither nicht einmal mehr der Stoffwechsel funktioniert.

Die ganze europäische Galanterie ist auf dem Zucker aufgebaut, das Wiener System mit den süssen Mädeln und den Süssspeisen, das Pariser System mit den Mätressen und den Desserts. Über Jahrhunderte hinweg haben sich da neue Geschmacks- und Appetitformen eingespielt, die in heftigen Wellen durch die euro-

päischen Körper rollen. Als diese grosse neuzeitliche Begehrenslawine in Bewegung kam, wurden die Körper der Europäer auf höhere Amplituden von Aufputzungs- und Spannungsmitteln eingestellt. Hierfür sind Kaffee, Tee und Tabak die Leitprodukte, alle drei typische Exponenten der neuen Stimulantien- und Leistungsdrogenkultur. Die typischen Kolonialwaren sind eben jene, die über diese Schiene laufen – Anregungswaren im Sinne der neueuropäischen Lebenssteigerungsbedürfnisse.

Europäische Stimulantien haben allesamt den Charakter von Weckmitteln und Leistungsdrogen. Sie bilden in ihrem Verbund das mächtigste Drogensystem der Menschheitsgeschichte. Im übrigen spielt sich im 19. Jahrhundert ein triadisches System der drogenvermittelten Hochstimmungen in Europa ein, das in Umrissen bis heute fortbesteht: die Stimulanzdrogen für die bürgerlichen Leistungsschichten; die Alkoholika als Aufheiterungs- und Versöhnungsdrogen für die Proletariate; die Opiate als Lethargiedrogen für die Bohème und die romantischen Oppositionen. Tatsächlich sind die Lethargika die wirklichen Oppositionsgifte, die

In Wahrheit wollen die Wachstums-Rhetoriker den grossen Gewinnzauber, den übernatürlichen Sondergewinn.

den europäischen Konsensus in der Tiefe angreifen, weil sie dem Steigerungsgedanken selbst eine Absage erteilen; die englischen und kontinentalen Opium-Esser seit De Quincey und Baudelaire haben sich tatsächlich selbst sozial ausser Gefecht gesetzt, in der

Meinung, dass man das bürgerliche Hochleistungssystem nur durch die Flucht in müde Ekstasen effektiv kritisieren kann. Erst mit Opium im Leib sitze ich auf einer Dschunke, die in Richtung Orient davonsegelt. Es versteht sich von daher von selbst, warum die Leistungsdrogenkultur den Lethargika den Krieg erklären musste: sie gefährden den Luststandort und Selbststeigerungsstandort Europa.

Aus diesen Überlegungen lassen sich für die Frage nach den Aussichten einer bedingungslos positiven Wachstumsideologie verbindliche Folgerungen gewinnen. Es wird nicht möglich sein, den neuaugelegten amerikanischen Traum einfach nach Europa zu reimportieren, und zwar deswegen, weil die Erfahrung der Europäer mit ihrem eigenen Traum viel zu gebrochen ist, als dass er sich über Nacht erneut aufstacheln liesse. Was die Balance zwischen Wunschproduktion und Skepsis angeht, man könnte auch sagen zwischen Wahn und Enttäuschung, stehen Europäer und Amerikaner nicht an derselben Stelle der Kurve. Europäer haben in vielen Dingen Abklärungen erreicht, von denen die durchschnittliche amerikanische Psyche weit entfernt scheint. Die meisten Europäer haben sich daran gewöhnt, dass in der grossen Lotterie des Lebens höchstens drei Richtige herauskommen, und dieses Drei-Richtige-Gefühl bildet so etwas wie den neuen europäischen Konsensus. Von ihm aus ist der Übergang zu einer Kultur der postmaterialisti-

schen Wertschätzungen und der Selbstbeschränkung vielleicht nicht ganz so weit wie vom amerikanischen *status quo* aus, wo die Ambitions-Motoren noch auf viel höheren Touren laufen. Kurzum, die Europäer sind wohl am besten positioniert, um die ökonomische Welt mit einer neuen Deutung des Projekts vom reichen Leben zu konfrontieren.

Wer «Wachstum» sagt, schmeichelt sich in das Bewusstsein von Menschen aus traditionellen und ländlichen Kulturen ein, die natürlich noch von der Vorstellung durchdrungen sind, dass «Wachstum» und «Leben» synonyme Ausdrücke darstellen. Das Wachstums-Gerede ist daher ein rhetorisches Bauernlegen, ein semantischer Betrug und eine auf die Dauer unerträgliche Ausbeutung unserer romantischen Beziehung zur alten Natur. In Wahrheit wollen die Wachstums-Rhetoriker – das habe ich zu zeigen versucht – das genaue Gegenteil von langsamer und behutsamer naturhafter Vermehrung, sie wollen den grossen Gewinnzauber, den Zuwachsaus, den übernatürlichen Sondergewinn. Und davon müssen wir jetzt weltweit reden, und wir müssen ebenso weltweit die Frage auf die Tagesordnung setzen, wie diese Wunsch-Praktiken auf der Basis der modernen Ökonomie mit dem Überleben der Gattung auf dem Planeten verträglich sind. Wir haben auch sprachlich die Konsequenz zu ziehen aus der Einsicht, dass wir nicht mehr auf dem Planeten der Bauern leben, sondern auf dem Planeten der Spieler, auf dem Planeten der Gewinnjäger. Und hierfür ist nicht eine neue mehr oder weniger hysterische und autohypnotische Wachstums-Offensive *made in USA* vonnöten, sondern eine neue Welt-Jagdordnung, eine neue Welt-Gewinnspiel-Ordnung, eine Welt-Drogen-Ordnung. Es wäre verbrecherisch, beim heutigen Stand der Erkenntnisse unsere unhaltbar gewordene Wachstums-Semantik in die übrige Welt zu exportieren, etwa in das alte Bauernland China, das auf den Betrug der Wachstumsrhetorik natürlich wehrlos hereinfallen muss. Aber in der Schlacht um die chinesischen Märkte sieht man deutlich, wie alle euro-amerikanischen Magnaten bereitstehen, um dem letzten Dummen auf dieser Erde sämtliche Illusionsprodukte zu verkaufen, an die man bei uns selbst schon nicht mehr recht glauben kann.

Der von manchen Diagnostikern angekündigte Zusammenstoss der Weltkulturen hat in dieser Perspektive einen guten Sinn. Er muss sich zu einem definitiven Wettstreit der Lebensformen entwickeln, und sollten die Europäer in ihn eingreifen wollen, wären sie gut beraten, wenn sie nicht länger mit der ungenügenden Leerformel vom unbegrenzten Wirtschaftswachstum werben wollten. Es wäre für alle ein Gewinn, wenn sie sich zurückbesinnen auf ihre frühneuzeitliche Vision vom reichen Leben und auf die immer noch dunkle Shakespearesche Formel vom Tau von den Bermudas. Diese Formel ist reich genug, um viele neue Deutungen zuzulassen. Sie enthüllt und verbirgt zugleich den europäischen Traum vom Dasein in einer wunderbar geweiteten Welt, die unsere ganze Neugier verdient. Etwas Besseres haben Amerikaner und Europäer in dem unausweichlichen Streit der Kulturen um die Deutung der Idee des guten Lebens nicht zu sagen. ◀