

Konsum

Die Facetten des Konsum

- „*Ich kaufe, also bin ich*“ Dieser Satz zeigt: Konsum und Identität sind eng miteinander verknüpft. Entweder wir grenzen uns mit dem Kaufen von einer Gruppe bewusst ab, oder fühlen uns einer anderen zugehörig. Beispiele dafür gibt es genügend: An Kleidung soll jedermann durch Markenembleme oder Verzierungen den hohen Wert erkennen. Apple nährt beispielsweise diese Dynamik besonders, indem sie bei jedem verkauften Gerät zwei Sticker mit ihrem Logo mitgeben, die der glückliche Käufer dann an Gegenständen anbringen kann um zu zeigen, dass er Teil der Gruppe der Apple User ist.
- *Kompensatorischer Konsum*: Ein übersteigertes Konsumbedürfnis ist auch oft ein Versuch dadurch Probleme oder Defizite in einem anderen Feld zu beseitigen. Solche Probleme wären beispielsweise fehlende soziale Anerkennung oder mangelndes Selbstbewusstsein. Man wendet also bewusst „*Ich kaufe, also bin ich*“ an um einen andere, beliebtere soziale Identität anzulegen.

Kaufrausch?

Kaufen macht uns kurzzeitig glücklich! Es kann aber auch süchtig machen!

Wie auch beim Netflix schauen, Instagramm chatten, Alkohol konsumieren oder Videospiele spielen wird auch beim Shoppen das Glückshormon Dopamin ausgeschüttet und das Belohnungszentrum aktiviert, in der Folge fühlen wir und gut. Diese Verbindung von Glücksgefühl und der Aktion Einkaufen kann bald zu einer Konditionierung führen, die bewirkt, dass wir nun nicht mehr des Konsumierens wegen einkaufen gehen, sondern nach dem Glückserlebnis streben. Das kann zur Kaufsucht führen.

Die Historie des Konsums

Durch die steigende Kaufkraft der Unterschicht entwickelte sich unsere heutige Konsumkultur.

Schon in der Evolutionsgeschichte ist das Bedürfnis des Menschen nach eigenem Besitz verankert, denn zu Beginn der Menschheitsgeschichte entschied das über Leben und Tod. Wer Nahrungsvorräte für den Winter sammelte überlebte. Konsum war bis vor der Industriellen Revolution jedoch sehr teuer und die Menschen arm. Erst mit der automatisierten Produktion begann man allmählich auch in der Unterschicht mehr zu kaufen. In den Weltkriegen waren die Einkaufsmöglichkeiten selbstverständlich eingeschränkt und deshalb entwickelte sich erst nach dem Wiederaufbau Deutschlands, vor allem im Wirtschaftswunder der Massenkonsum, den wir heute kennen. Kaufhäuser wurden zum Freizeitziel und die Menschen hatte nun genug Geld für unterschiedliche Kleidung, Autos, Urlaube und Nahrungsmittel. Es entwickelte sich der Begriff des Konsumenten, an den sich der Markt schnell anpasste und es entstanden erfolgreiche Konsum-Tempel wie Müller Galerie, KDW und Co.

Konsum vs. Konsumtion

Verbreitetes Phänomen: Man kauft etwas, aber verwendet das Produkt dann nicht.

Ökonomen unterscheiden beim Konsum zwei verschiedene Begriffe: Konsum beschreibt das Beschaffen von Gütern, während Konsumtion der eigentliche Verbrauch ist. Hat man beispielsweise ein Kleidungsstück gekauft, ist das Konsum. Trägt man es dann, kann man von Konsumtion sprechen. Nun ergibt sich aber mit der Zeit ein folgender Zusammenhang: Wir konsumieren aufgrund unseres Wohlstandes mehr als Früher, haben aber nicht mehr Zeit als früher. Wollen wir nun

Konsumtion üben, also das Gekaufte auch verwenden, dann müssen wir diese fixe Zeit auf mehr Konsumgüter verteilen. Mit anderen Worten: Jedes Konsumgut bekommt weniger Zeit von uns zugewiesen, weil es noch andere Konkurrenten hat. Da wir aber diese Zeit sicherlich nicht gleichmäßig verteilen kommt es dazu, dass die meisten Konsumgüter ungenutzt bleiben. Also kann man folgenden Zusammenhang feststellen:

Je mehr Konsum, desto weniger Konsumtion der Konsumgüter

Ausblick

Weniger Konsum, dafür mehr und längere Konsumtion hilft Mensch und Umwelt.

Angesichts dessen kann man als Moral aus der Geschichte ziehen: Weniger und ausgewählter konsumieren wir nicht die Anzahl der Dinge die wir letztendlich benutzen verringern, jedoch der CO₂ Bilanz und den schlechten Arbeitsverhältnissen in Entwicklungsländern helfen.

Quelle: https://www.youtube.com/watch?v=s-7RZ9GwkTM&feature=emb_logo (Zugriff: 24.11.2020)

The image shows the word "SALE" in large, bold, 3D red letters. The letters have a metallic or glossy finish with highlights and shadows, giving them a three-dimensional appearance. The letters are set against a plain white background.

Bildquelle: <https://pixabay.com/de/illustrations/verkauf-einkaufen-shop-kaufen-706804/>