

Sharing Economy – Haben ist seliger als Teilen!

Die Mode lautet „Sharing Economy“: Die Leute wollen alles teilen und pfeifen auf Besitz, sagt man uns. Doch setzt Teilen nicht Besitz voraus? Ein genauer Blick auf den „Megatrend“.

Wir, die Autoren dieses Textes, trieben uns schon zu Schulzeiten vor einigen Jahrzehnten gerne in Antiquariaten herum und kauften alte Bücher. Und fürs Sommerfest im Garten liehen wir uns eine Bierischgarnitur. Heute erfahren wir: Wer Bierbänke und gebrauchte Bücher mag, ist ein „sozialinnovativer Ko-Konsument“ und im Jahr 2013 ziemlich Avantgarde.

23,5 Prozent der Deutschen zählen zur Gattung der Ko-Konsumenten. So steht es in einer vielzitierten Studie der Universität Lüneburg mit dem Titel „Sharing Economy. Auf dem Weg in eine neue Konsumkultur“, verfasst vom Nachhaltigkeitsprofessor Harald Heinrichs. Der Ko-Konsument erweitert seinen „eigentumsorientierten Individualkonsum“, es ist ihm egal, dass sein Buch auch schon von anderen gelesen wurde, schließlich ist er ein zutiefst postmaterialistischer Typ, der auf den Besitz pfeift, weil ihm Teilen viel wichtiger ist als Haben.

„Sharing Economy“ nennt sich der neue „Megatrend“ (drunter tun die Trendsetter es nicht). Ko-Konsumenten teilen nicht nur Bücher, sie teilen auch ihre Betten, leihen einander ihre Autos und tummeln sich im Internet auf einer gemeinsamen Cloud. Zu sagen, das habe es alles immer schon gegeben und sei gar nicht neu, gilt als uncool. Als ob Mode Rücksicht darauf nähme, dass sie im Grunde ein alter Hut ist. Re-

volutionen müssen immer so tun, als werde die Welt neu geschaffen.

Teilen ist klasse

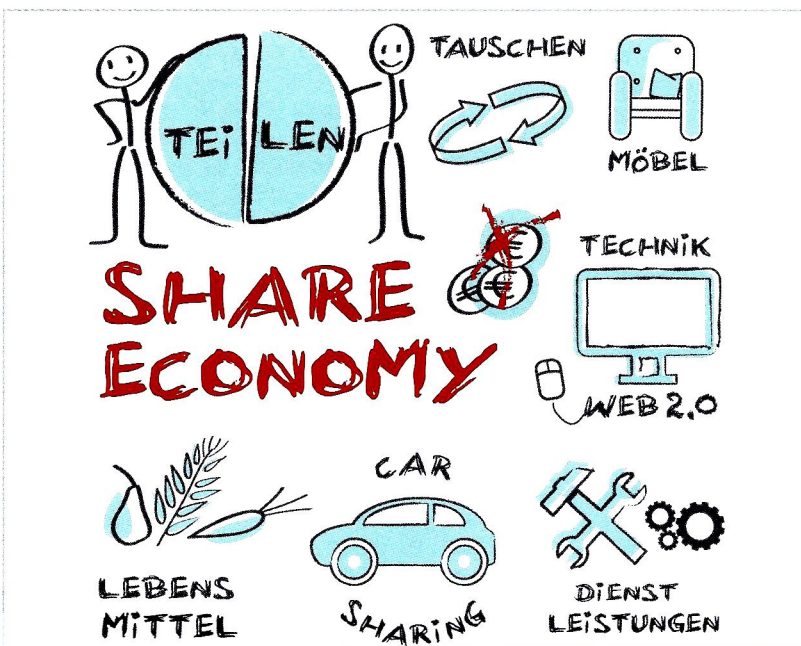
„Wohnung, Auto, Abendkleid: Wie Teilen und Tauschen unser Verhältnis zum Besitz revolutioniert“ titeln die populären Magazine. „Vom Hyper-Konsum zum Gemeinschaftskonsum“ verheißt ein großer Sharing-Kongress Anfang Mai in Berlin. Und der Professor aus Lüneburg liefert den Überbau, allerdings in hoher Verdünnung und ganz zufällig auf Bestellung von „Airbnb“, einer privaten Übernachtungsbetten-Verleihfirma.

Die Möglichkeiten, immaterielle Bedürfnisse mit materiellem Wohlstand zu befriedigen, seien begrenzt, weiß Professor Heinrichs. Das Glücksversprechen der individualisierten Konsumgesellschaft gemäß dem Motto „Mein Haus, mein Boot, mein Auto“ habe getrogen. Jetzt also leben wir in einem neuen urchristlichen, fast-sozialistischen Paradies, wo alle alles nutzen und keiner mehr etwas haben will gemäß dem Grundsatz: Jeder nach seinen Bedürfnissen, jeder nach seinen Fähigkeiten. „What’s Mine is Yours“ heißt das Motto der Share Economy. Teilen ist klasse.

Das „Haben“ hatte immer schon einen schlechten Ruf, wie der Linguist Harald Weinrich in seinem schönen Essay „Über das Haben“ (2012) nachweist. Schon auf der Kategorientafel des Aristoteles (4. Jahrhundert vor Christus) brachte es das Haben lediglich auf Platz acht von zehn. Ganz oben steht dort allerdings nicht das Teilen, sondern – ganz wichtig – das Sein. Daraus hat der Psychoanalytiker Erich Fromm (1900 bis 1980) im Jahr 1976 sein ungemein populäres Buch über das „To have or to be“ (Haben oder Sein) gemacht.

Der Gemeinschaftspathos der sechziger Jahre

Es war die Zeit der Endsechziger, wo sich einige Gruppen junger Leute zusammantaten, um, enttäuscht vom Reichtum, Luxus und Überfluss ihrer Elterngeneration, ein möglichst „Haben“-freies Leben einzuüben. Nicht nur im Umgang mit materiellen Gütern, sondern auch, so Fromm, beim Lernen, Erinnern, Reden, Lesen, Wissen, Glauben - und natürlich beim Sex. Sanft, weniger revolutionär als im Marxismus, verbirgt sich dahinter die Rebellion gegen das private Eigentum: „Das Wesen des Haben-Modus der Exis-



tenz ergibt sich aus dem Wesen des Privateigentums“, sagt Fromm: Wer das Haben überwinden will, muss auch das Privateigentum abschaffen.

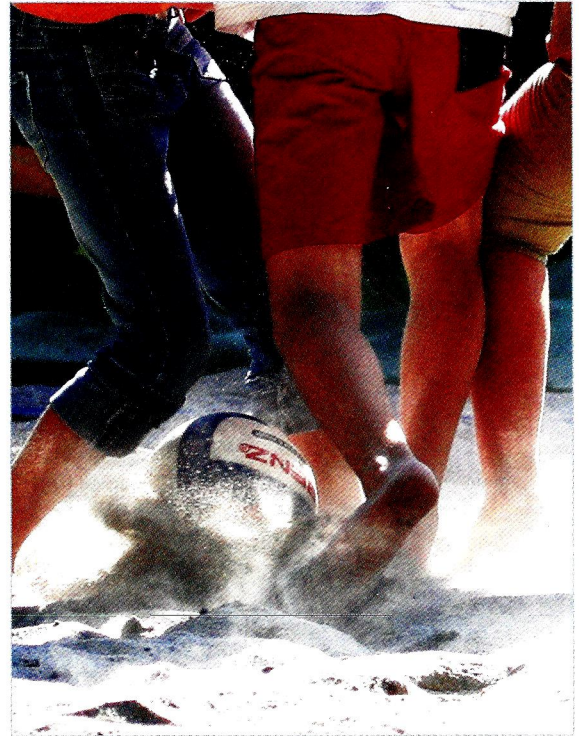
Ganz leise erklingt heute wieder dieses Gemeinschaftspathos der sechziger Jahre in der neuen, abermals von Amerika ausgehenden Bewegung der Share Economy mit. Die Zeit ist reif, gilt doch die egoistische Hab-Gier als kapitalistisches Grundübel, die uns die Finanz- und Bankenkrise eingebrockt hat.

Teilen, das bringen die Eltern früh schon den Kindern bei, ist gut, weil altruistisch. Mit sechs Jahren teilen Kinder ziemlich fair, sprich sie geben ihrem Freund bis zur Hälfte der Gummibärchen. Aber vor dem Teilen kommt logisch und entwicklungspsychologisch das Haben: Nur wer hat, der kann auch anderen etwas geben. Ohne Privateigentum würden die Umverteiler in die Röhre gucken. Kein Wunder, dass entwicklungspsychologisch die Unterscheidung von Mein und Dein, die Sorge um das Eigene und der Respekt vor dem Eigentum des anderen allen Verteilspielen vorausgeht.

Schon kleine Kinder nehmen Besitz ernst, und viele der frühen Konflikte mit anderen kleinen Kindern drehen sich um den Besitz eines Objektes. Experimente zeigen, dass Zweijährige ihr eigenes Spielzeug oder Kleidungsstück lautstark verteidigen, wenn es jemand wegnehmen will. Dreijährige verteidigen nicht nur den eigenen Besitz, sie wenden sich auch gegen die Eigentumsverletzungen, die anderen Kindern zugefügt werden. Sie garantieren die Rechtsordnung, wenn es sein muss, mit der Faust.

Eigentum ist eine ziemlich fundamentale Angelegenheit. Simon Dach hat das in seinem von Friedrich Silcher vertonten Gedicht „Ännchen von Tharau“ wunderschön ausgedrückt: Das „Ännchen“ wollen wir um nichts in der Welt mit jemandem teilen, es ist uns in der Ausschließlichkeit der Beziehung (meine Seele, mein Fleisch) wichtiger noch als die Beziehung zum sächlichen Besitz (mein Gut, mein Geld).

Bläst man die Luft („Eigentum ist Diebstahl“) aus der Share Economy hinaus, kommt etwas ganz anderes heraus: Nicht „Teilen statt Haben“ ist der springende Punkt, sondern ganz im Gegenteil ein Zugewinn des eigenem Habens, das einen sich vom anderen unterscheiden lässt. „Conspicuous Consumption“ (demonstrativ Individualität zeigen) domi-



niert die vermeintliche „Collaborative Consumption“ (Gemeinschaftskonsum).

Schallplattenläden haben plötzlich wieder eine Zukunft

Plattformen wie Airbnb machen es einfacher, als Alternative zum Hotel ein Privatzimmer zu buchen. Das kommt den persönlichen Präferenzen entgegen (Privatzimmer sind nicht so uniform wie Hotelzimmer, solange einen der schlechte Geschmack anderer Leute nicht stört). Und billiger ist es auch.

Wer früher Musikstücke seiner Wahl hören wollte, musste Schallplatten oder CDs besitzen. Heute spielen Anbieter wie Internetplattformen Pandora, Spotify und Rhapsody die Wunschtitel ab, man braucht die Stücke nicht mehr physisch besitzen. Aber man „hat“ sie doch wenigstens im Ohr. Mehr noch: Die Sehnsucht nach dem physischen Besitz bleibt offenbar unverwundlich: Schallplattenläden haben plötzlich wieder eine Zukunft.

Von „nicht haben wollen“ kann keine Rede sein. Nirgends. Das Internet gibt vielmehr die Möglichkeit, sich mit gleichen Mitteln mehr Wünsche und individuellere Wünsche zu erfüllen. Jeder kann seine eigene Vase designen und bekommt sie von Shapeways, dem New Yorker 3D-Print-Dienstleister, produziert und zugeschickt. Das eigene T-Shirt, das eigene Müsli, das eigene Snowboard: Dank des Internets wird der Kunde zum Designer seines persönlichen Unikats; ureigener Besitz, den er mit niemandem teilen will. Individueller geht Haben kaum.