

Ausstieg aus dem Brauchen und Konsumieren

Sehn-Sucht nach mehr

Christian Zehenter

Von klein auf lernen wir: Für unser Glück müssen wir etwas haben, das uns glücklich macht – ob Konsumgüter, Eigenheime, Reisen, Traumjobs, Fitness, die ultimative Glücksphilosophie oder den perfekten Partner. Doch wieso verlieren diese Dinge so schnell ihren Charme und machen so selten glücklich?

Die Einschränkungen im Rahmen der Coronakrise haben viele Menschen nachdenklich gemacht: Was brauche ich eigentlich und was nicht? Was ist wichtig und was eher belastend? Dazu ein Blick auf die Konsumzahlen: Im Jahr 1970 gab eine Privatperson in der BRD im Durchschnitt 3.200 € aus, ob für Wohnen, Mobilität oder Nahrungsmittel. 2019 entspricht dies einem Betrag von etwa 11.000 €. Dennoch lagen laut Statistischem Bundesamt 2019 die jährlichen Privatausgaben bei mehr als dem Doppelten: gut 24.000 €. Heute besitzt jeder Deutsche außerdem rund 10.000 Dinge. Gleichermäßen erhöhte sich die Zufriedenheit: Rund 34 % der Bevölkerung waren 2019 sehr zufrieden mit ihrem Leben und sogar 66 % fühlten sich momentan glücklich. Somit scheint die Sache eindeutig: Wohlstand macht also glücklich. Wäre da nicht eine Ungereimtheit: Es gibt nur drei Kriterien, die mehr als 25 % der Befragten zu ihren Top Ten für ein glückliches Leben zählten: Gesundheit, eine gute Partnerschaft und eine intakte Familie. Diese haben etwas gemeinsam: Man kann sie nicht kaufen. Auch die in dieser Zeit von 70,1 auf 80,4 Jahre gestiegene Lebenserwartung beruht nicht auf den 390 Mrd. Euro die heute für das deutsche Gesundheitswesen jährlich ausgegeben werden (laut allseitigen Forderungen sollen die Ausgaben weiter steigen), sondern vor allem auf gesünderer Lebensweise, Prävention und bestimmten modernen Therapien.

Warum sind Menschen in Costa Rica glücklicher als in Deutschland?

So liegt Deutschland zwar im World Happiness Report der glücklichsten Länder auf Platz 16 von 155, aber z. B. deutlich hinter Costa Rica (Platz 12), das mit rund 10.000 € nur ein Viertel des deutschen Pro-Kopf-Einkommens erwirtschaftet. Die Bewohner des zentralamerikanischen Landes nannten vor allem die Unterstützung in der Familie und bei Freunden sowie die Freiheit, eigene Entscheidungen zu treffen als Gründe für das außergewöhnliche Ergebnis.

Somit tragen erwerbbar Dinge und Dienstleistungen – ob Fahrzeuge, Reisen, Möbel, Kurse, Häuser, Delikatessen oder Kleidung – nur wenig zum Lebensglück bei. Dies zeigte sich auch während der jüngsten Lockdown-Maßnahmen. Den Menschen fehlte kaum ihr Betrieb, das Möbelhaus oder die pausenlose Aktivität, sondern vor allem Begegnung und Miteinander (einschließlich der Angebote für Kinder und Jugendliche).

Bedürfnisbefriedigung ist hingegen von äußeren Bedingungen abhängig, vergänglich und sorgt nur für ein kurzfristiges Glücksgefühl. Bereits mit dem Erwerb verliert das Objekt der Begierde rasant an Attraktivität. Überdies muss man fortan um dessen Verlust fürchten. Viele Paare, die im Erwerb eines Eigenheims den Einstieg ins (Familien-)Glück sahen, gingen getrennt und enttäuscht daraus hervor. Statt der erwarteten Freiheit, Souveränität und Lebendigkeit kamen Geldsorgen, nicht endende handwerkliche Arbeiten, Burnout, Konflikte und Beziehungskrisen auf sie zu.

„Pass auf Deine Wünsche auf, sie könnten in Erfüllung gehen“

Sogar ein Lotteriegewinn als Inbegriff des modernen Glücks verliert bereits im Angesicht der Verwirklichung sein Glücksmoment. So enden die Schicksale von Millionengewinnern häufig nicht in karibischer Glückseligkeit, sondern tragisch: 1990 gewann der 37-jährige Bostoner Koch und Familienvater William Curry 3,6 Millionen Dollar. Nach zwei Wochen Belagerung durch Finanzberater und falsche Freunde starb er an einem Herzinfarkt. Nicht viel besser erging es dem berühmtesten deutschen Lottogewinner „Lotto-Lothar“: 1994 gewann der Arbeitslose 3,9 Millionen Mark. Große

Teile des Geldes investierte er umgehend in einen Rennwagen, Partys, Urlaube, Begleitdamen und ein neues Haus für sich und seine Familie. Vier Jahre nach dem freudigen Ereignis endete seine Ehe, ein Jahr später sein Leben mit 53 Jahren – durch eine alkoholbedingte Leberzirrhose. Seine Exfrau lebte danach in Armut. Dutzende weitere schnelle Millionäre sahen sich wenige Monate bis Jahre nach ihrem Gewinn von Trennung, Krankheit, Depression, Enttäuschung, Armut und Tod heimgesucht. Was war geschehen? Sie hatten Glück mit einem Projektionsobjekt für Glück verwechselt. Ähnlich ergeht es vielen Menschen, deren Träume in Erfüllung gehen, ob es sich um Traumjobs, Traumpartner, Beliebtheit, Reichtum, Traumfigur oder Auswandern handelt. Viele von ihnen raten später: „Pass auf Deine Wünsche auf, sie könnten in Erfüllung gehen.“

Konsum ohne Bremse gefährdet Umwelt und inneren Frieden

Dennoch stecken die Ziele hoch: 2019 traten Menschen in Deutschland 124,4 Millionen Flugreisen an und setzten damit 22 Millionen Tonnen CO₂ frei. Im Jahr geben sie u. a. 35 Mrd. € für Möbel und über 70 Milliarden € für Urlaubsreisen aus. Allein ein Flug von Deutschland auf die Malediven und zurück produziert pro Person fünf Tonnen CO₂. Doch die Ferne lockt. Weil „Konsum“ heute nicht mehr hoch im Kurs steht, werden die Reisen häufig damit beworben und begründet, andere Kulturen, Natur und Menschen kennenzulernen oder eine Ausbildung, Tour oder Trainingseinheit zu absolvieren. Die Coronakrise hat diese und andere Konsumformen jäh unterbrochen, wird diese Trends aber laut Experten langfristig nicht ändern.

Gar nicht grün: Konsumsteigerung im grünen Mantel

Allgemein wird heute dem Kaufen und Verbrauchen von Produkten gerne der Mantel des Intellektuellen, Sozialen und Ökologischen angelegt. So können Flugreisende Kompensationszertifikate erwerben, die angeblich ihren CO₂-Ausstoß ausgleichen. Abgesehen von der physikalischen Unmöglichkeit dieses Vorhabens fließen die Mittel überwiegend in beliebige Umweltprojekte wie das Zählen von Amphibien oder die Aufzeichnung von Walgesängen. Auch CO₂-Zertifikate für die Energieerzeugung haben den Markt geflutet, die aus Kohlestrom über Nacht vorgeblich grüne Energie machen. Neben solchen modernen Ablasszahlungen packt man unzählige weitere Konsumformen in ein grünes Gewand. Klimaschädliche Luxuswaren wie Elektro-SUVs, E-Bikes, E-Scooter, und Niedrigenergie-Eigenheime erscheinen plötzlich als Beitrag zu einem gesunden Lebensraum und Miteinander, ebenso wie Biolebensmittel, die (bei allen Vorteilen des geringeren Schadstoffeinsatzes und artgerechter Tierhaltung) häufig mehr Fläche und Wasser verbrauchen als konventionell hergestellte Nahrung. Das Label Fair vermittelt, dass wir mit dem Kauf einer Ware nicht etwa eigene Bedürftigkeit befriedigen, sondern die Gemeinschaft stärken. Auch Kurse, Events, Arzneimittel (rund 50 Mrd. € jährliche Ausgaben in Deutschland), Zusatzausbildungen, Restaurantbesuche, Digitale Ausrüstung, Apps und Kommunikation sind auf einmal keine einfache Bedürfnisbefriedigung mehr. Sie scheinen im Gegenteil im Dienst einer guten Sache zu stehen, ebenso wie Windkraftwerke oder Bahnreisen.

Riesen Fußabdruck: 10,6 t CO₂ und 1,1 t Müll pro Kopf und Jahr

Durch die moralische Verbrämung des Konsums konnte dieser somit weiter ausgebaut werden, ohne dass er überhaupt noch als Konsum in Erscheinung tritt. So emittiert jeder Menschen in Deutschland pro Jahr immer noch durchschnittlich 10,6 Tonnen CO₂ – das Fünffache dessen, was Mitmenschen und Umwelt aushalten könnten und fast doppelt so hoch wie der weltweite Durchschnitt. Der jährliche Energieverbrauch pro Kopf (2015) entspricht 3,8 t Rohöl. Der Wasserverbrauch liegt bei etwa 130 l pro Kopf und Tag, die Müllproduktion bei rund 450 kg Haushalts- und 670 kg Gewerbemüll. Besonders der Verpackungsmüll erhielt mit dem Mythos des Recycling einen grünen Anstrich. Tatsächlich wird weit über 80 % davon verbrannt oder ins Ausland exportiert (früher v. a. China, heute andere asiatische Länder wie Vietnam oder Kambodscha).

Auch Haustiere konsumieren im großen Stil

Auch unsere Haustiere scheinen über jeden Konsumverdacht erhaben. Doch geben die Deutschen jährlich jeweils rund 2 Mrd. € für ihre gut 13 Millionen Hauskatzen und knapp neun Millionen Hunde

aus, die zusammen gut eine Million Tonnen Fleisch fressen und pro Tier einen CO₂-Ausstoß von über zwei Tonnen verursachen. Wie die Wirtschaftswoche vorrechnet, ist damit ein Hund oder eine Katze etwa doppelt so klimaschädlich wie ein Toyota Land Cruiser mit 10.000 km Jahresleistung. Pferde liegen noch weit über diesen Werten.

Auch Digitalisierung heizt Energieverbrauch und CO₂-Ausstoß weiter an

Zwar haben sich durch moderne Technologien und veränderte Energiekonzepte die Pro-Kopf-Energie und CO₂-Werte über die letzten Jahre leicht verbessert. Sie liegen aber nach wie vor bei einem Vielfachen jeder realistischen Grenze. Dazu trägt auch die Digitalisierung bei. Denn die Geräte und der Datenverkehr produzieren nicht nur Müllberge und weltweite Ressourcenströme, sondern verbrauchen auch noch jede Menge Strom. Dazu schreibt das Borderstep Institut über seine BUND-Kurzstudie unter dem Titel „Digitalisierung lässt Stromverbrauch explodieren“ 2018: „Sind Haushaltsgeräte rund um die Uhr empfangsbereit, um auf Sprachbefehle oder Signale anderer Geräte zu reagieren, kann das Umwelt und Verbraucher teuer zu stehen kommen. (...) Europaweit kann sich dieser Mehrverbrauch langfristig auf 70 Terawattstunden pro Jahr summieren. Das entspricht dem jährlichen Stromverbrauch aller privaten Haushalte Italiens.“

Mehr ist also immer *mehr* – und nicht weniger. Smarte Technik ist in ihrer Öko- und Ressourcenbilanz somit nicht smart, sondern schlicht ein neues Produkt auf dem Konsummarkt der (un-)begrenzten Möglichkeiten. Wie ungleich dieser weltweit aufgeteilt ist, zeigen die jährlichen Pro-Kopf-Konsumausgaben verschiedener Länder. Sie reichen von rund 40.000 € in den USA über 24.000 € in Deutschland und 17.000 € in Griechenland bis hin zu 8.000 € in Thailand und 629 € in der Demokratischen Republik Kongo (Zahlen von 2016). Letztere liefert im großen Stil seltene Erden für die Digitalisierung der wohlhabenden Länder.

Dopaminreiz Kaufen, Beziehung, Alkohol: Mensch Sucht Glück

Konsum und Sucht sprechen gleichermaßen das Belohnungssystem des Gehirns an. Neben der Angst ist es das der stärkste Richtungsgeber unseres Verhaltens. So trinken wir pro Person und Jahr im Schnitt 164 l Kaffee und 9 l reinen Alkohol (knapp 8 Millionen Menschen sind in Deutschland alkoholsüchtig oder davon bedroht), essen 60 kg Fleisch und werfen 4,7 kg Kleidung, 22 kg Elektronik und 85 kg Lebensmittel weg. Knapp sieben Millionen Menschen sind auf Partnerportalen aktiv. Eine Gesellschaft auf der Suche.

Die US-Forscher James Olds und Peter Milner vom California Institute of Technology machten dazu in den 1950er-Jahren eine überraschende Entdeckung. Sie gaben Versuchsratten die Möglichkeit, über einen Hebel per Stromschlag ihr Belohnungssystem im Gehirn zu stimulieren. Fortan hatten die Tiere kaum noch ein anderes Ziel, ignorierten auch das angebotene Futter und betätigten den Hebel im Schnitt alle 5 Sekunden bis zur totalen Erschöpfung. In weiteren Untersuchungen entdeckten die Forscher, dass solche Belohnungsreize v. a. vom Nervenbotenstoff und „Glückshormon“ Dopamin vermittelt werden. Dieser wird beim Menschen in Erwartung eines angenehmen Reizes ausgeschüttet: je nach Vorliebe z. B. beim Anblick eines Stücks Schokolade, attraktiven Menschen, Schuhladens oder Sportwagens.

Schon der Gedanke an eine bevorstehende Belohnung aktiviert das Sucht- und Glückssystem des Gehirns: Das Handy summt, bald gibt es Essen, in Kürze werde ich wieder als Berufstätiger, Eltern oder Ehrenamtlicher gebraucht, eine Nachricht poppt auf, ich bräuchte ein neues Auto, ein Geschenk, werde bald die Kinder abholen, heute Abend Rotwein trinken, sexuell aktiv sein, müsste wieder Grillgut kaufen, etwas im Internet bestellen, eine Zusatzausbildung machen oder den nächsten Urlaub buchen. All diese Vorstellungen und noch Tausende mehr bringen uns buchstäblich um den Verstand. Sie können sich individuell und geschlechtsspezifisch unterscheiden, sprechen aber (vollkommen berechnete) urchtümliche Grundbedürfnisse an und folgen dem Schema: Ist das Bedürfnis erfüllt – die im Internet bestellte Ware ist eingetroffen, wir sitzen im Urlaub am Strand, haben unser Wunschhaus gekauft, die Schokolade gegessen, oder den Rotwein getrunken –, fällt das

kurze Glücksgefühl rasant ab und geht rasch wieder in Verlangen über. So leben wir in der ständigen Illusion eines Mangels mit bevorstehender Erlösung: Irgendwann, bald, werden wir mit unserem Traumpartner, -haus, -job, -körper oder der perfekten Glücksstrategie glücklich sein. Doch dies lenkt uns lediglich ständig von der Gegenwart ab – als einzigem Raum, in dem wir Leben erleben und gestalten können – und richtet den Blick auf eine glückliche Zukunft, die allerdings niemals eintritt.

Auch Glücksrezepte und Selbsterfahrung können Konsumobjekte sein

Auch Glücksstrategien und Selbsterfahrung sind zu einem eigenen Markt der Belohnungen geworden. So erfahren Kurse mit neuen psychotherapeutischen Verfahren, fernöstlicher Lebensweisheit und -praxis oder Spiritualität einen nie gekannten Zulauf: Wenn wir nur die richtige Philosophie, Lebensweise, Kommunikation, Ausbildung, Übungspraxis, Weisheit und Gruppe für uns erschließen, werden wir glücklich sein und unsere Ängste, Leere, Einsamkeit und Minderwertigkeitsgefühle überwinden. Doch zu glücklich sein zu wollen, kann sehr unglücklich machen. Denn Verlangen und Abwehren, Hoffnung und Angst, Anhaftung und Abneigung sind die zwei großen Störgefühle, die uns in diesem Bestreben im Kreis vor sich hertreiben. Sie kommen aus einer Zeit, als wir vor 50.000 Jahren mit identischen Genen als Wildbeuter in kleinen Gruppen durch die Savanne zogen.

Die Grundmotivationen, sich zu nähren, zu verbinden, zu behaupten und zu vermehren, machen Leben aus, von der Amöbe (die vom süßen Milieu magisch angezogen und vom bitteren vertrieben wird) bis zu den Primaten einschließlich dem Menschen. Das Prinzip des Brauchens ist für sich wichtig und sinnvoll. Denn wir benötigen bestimmte Voraussetzungen, um unsere Grundbedürfnisse zu erfüllen und versuchen von Natur aus, diese zu verwirklichen.

Doch ein Überangebot an Produkten, Möglichkeiten und die digitale Imitation aller erdenklichen Befriedigungen bringen uns allzu leicht dazu, wie die beschriebenen Laborratten den Hebel der Belohnung bis zur Erschöpfung zu betätigen und uns im Karussell des Verlangens zu verlieren. Dies gilt auch für Smartphones und andere digitale Unterhaltung: Gekleidet in den Mantel moderner Digitalisierung sprechen sie unentwegt grundlegende Bedürfnisse an. Jedes Summen signalisiert Zugehörigkeit, Verbindung und die eigene Bedeutung in der Peergroup. Online-Einkäufe, Selbsttracking, Spiele, soziale Medien, schreiben, reden, filmen und fotografieren verleihen dem Kreisen ums Ich und seine Bedürfnisse eine riesige Bühne. Sie ist allerdings eine Illusion.

Angst, Schmerz und Kontrolle gehören zum Brauchen

Bedürftigkeiten hängen eng mit Angst und Depression zusammen. Denn wer sich nach etwas sehnt und es schließlich bekommt, hat Angst, es wieder zu verlieren. Wenn er es verliert – das geschieht fast immer früher oder später – folgt Enttäuschung, Wut, Bitterkeit, Trauer, Liebeskummer, Hilflosigkeit oder Depression – und der Wunsch nach Ersatz. Verlustangst und Verlustfolgen übersteigen dabei die Freude an den vermeintlich glückbringenden Umständen meist um ein Vielfaches und fachen die Sehnsucht nach immer mehr Sicherheit an (die der Freiheit diametral gegenübersteht). Das betrifft nicht nur Dinge, sondern auch Gewohnheiten, Sichten, Menschen, Gesundheit, Attraktivität, Fitness und das Leben an sich. Dies spielt auch in der Coronakrise eine entscheidende Rolle: Wer Leben, Gesundheit und Menschen für immer festhalten will, muss entweder in Verdrängung, Angst oder Kontrollimagination leben.

Ablenkungen wie Konsum- und Suchtverhalten, Erlebnis oder Gebrauchtwerten eignen sich für die Verdrängung, müssen aber ständig fortgeführt werden, damit man nicht „spürt“. Angst sucht sich rasch Projektionsflächen: Statt vor der Vergänglichkeit aller Dinge und Wesen fürchten wir uns somit vor Gewalt, Krankheit, Umweltzerstörung, globaler Erwärmung, Kündigung, Verlassenwerden, sozialen oder politischen Veränderungen – ausnahmslos ernste Themen, aber nicht Gegenstand der Angst. Man erkennt dies daran, dass eine projizierte Angst auch dann bleibt, wenn die Projektionsfläche verschwindet, also z. B. der Partner seine Treue geschworen oder der Chef einen unbefristeten Vertrag unterschrieben hat.

Die Kontrollimagination schafft schließlich auf Ersatzschauplätzen die Illusion, nicht kontrollierbare Dinge kontrollieren zu können, namentlich Krankheit und Tod. Sie sollen aus dem Bewusstsein verschwinden oder zumindest rechtlich geregelt werden. Waren einst 10.000 jährliche Verkehrstote der Grund für Einschränkungen im Straßenverkehr, so begründen heute 3.000 Opfer (bei viel dichterem Verkehr) noch viel striktere Maßnahmen – statt einer allgemeinen Lockerung. Ähnliches gilt für das Coronavirus SARS-CoV-2: Einer der führenden deutschen Virologen, Prof. Dr. Hendrik Streeck, stellte in zwei Durchläufen der Heinsberg-Studie eine Sterblichkeit der Infizierten von 0,37 % fest. Diese liegt im Bereich anderer, bereits bekannter Viren, wie dem Influenzavirus von 2017/2018, das innerhalb weniger Wochen über 25.000 Menschen in Deutschland das Leben kostete (coronapozitive Verstorbene bis zum 10.05.2020: 7.560; Altersschnitt: ca. 81 Jahre). Dennoch versucht man nun offenbar, auf dem Boden der Pandemie die Bedrohung durch Krankheit und Tod per se zu besiegen. Doch sind auch bislang alle Aktivitäten und Zustände mit einer ihnen eigenen Sterblichkeit verbunden, ob Rauchen, Ausdauersport, Fernsehen, Spaziergehen - oder soziale Nähe. So liegt die Sterberate beim Motorradfahren etwa bei 1,4 %, bei schwerer Depression bei 15 %, bei extremem Arbeiten, Essen oder Trinken bei etwa 20 % und beim Rauchen sogar bei 25 %. Auch der Straßenverkehr wird trotz der Verkehrstoten nicht verboten. Denn Freiheit bringt immer Unsicherheit und Sicherheit immer Unfreiheit mit sich. Je weiter sich eine Gesellschaft aus dieser Balance dem Pol der Sicherheit, also des Brauchens, Festhaltens und der Zugehörigkeit, nähert, desto totalitärer wird sie. Der Wissenschaftler und Schriftsteller Benjamin Franklin (1706-1790) sagte dazu: „Wer die Freiheit aufgibt, um Sicherheit zu gewinnen, der wird am Ende beides verlieren.“

Bedürfnisse sind wertvoll, Glückskonzepte riskant

Doch gibt es Auswege aus den Abhängigkeiten, Bedürftigkeiten und den daraus folgenden Ängsten, Kontrollwünschen und Enttäuschungen, die wie ein Uhrwerk zu laufen scheinen? Zunächst sollte man diese Gefühle als richtig und wertvoll wahrnehmen. Wir brauchen Nahrung, Schutz, soziale Bindung und vieles mehr. Belohnungs- und Verlustgefühl sind hierbei zwei Seiten einer Medaille und uns von der Natur mitgegeben. Wir sollten uns nähren, verbinden und behaupten und zugleich vor ungünstigen Bedingungen schützen. Daher wäre das Verlangen nach einem bedürfnislosen Glückskonzept eher eine neue Form des Begehrens. Denn auch der Antikonsum speist sich aus dem Konsum, so wie sich jede Rebellion aus ihrem Objekt speist.

Wege aus dem Brauchen: Motivationen betrachten und verstehen

Doch diese wichtigen Motivationen sind von der Natur für eine maßvolle Umsetzung vorgesehen (in der Evolution gab es keine Onlineshops, Aktien und Partnerportale) und eignen sich keinesfalls als Gegenstand einer Religion des Verlangens oder Festhaltens. Zum anderen sollte man einem Verlangen nicht spontan folgen, sondern es achtsam betrachten: Woher kommt es, und wohin weist es wirklich? Brauche ich die Sache mit Sicherheit und warum? Denn tatsächlich geht es nie um Schokolade, Rotwein, Schuhe, Autos, Partner, Reisen, Häuser oder Traumjobs, sondern um Grundlegenderes. So kann der Wunsch nach Essen oder Trinken auf dem Bedürfnis beruhen, sich zu nähren: Nicht nur Schokolade, gezuckerter Kaffee oder Wein schmecken süß, sondern auch die Muttermilch. Dies weist auf die Frage: Gibt es genug Liebe, Berührung und Verbindung in meinem Leben? Der Weg dorthin beginnt nicht mit einem Onlineeinkauf, sondern mit Selbstliebe und -fürsorge.

In Onlinespielen, Börsengeschäften, Führungspositionen, digitalen Welten, Ehrenämtern, als zahlender Kunde, ständig sorgender Elternteil, Kranker oder Rechthaber sind wir bedeutsam. Steht möglicherweise der Wunsch nach Selbstbehauptung oder Selbstwirksamkeit dahinter? Kann diese auch außerhalb solcher Rollen, in Beziehungen, verwirklicht werden, z. B. durch Verantwortung, natürliche Fürsorge, Sexualität und echte Begegnung? Können sich kindliche Ängste hinter dem Festhalten von Zuständen oder der Partnerfixierung verbergen, weil man möglicherweise früh im Leben auf sichere Bindung, Geborgenheit und Selbstwirksamkeit verzichten oder darum kämpfen

musste? Möchten wir Gefühle der Minderwertigkeit und Einsamkeit mit Projektionsobjekten oder -rollen erfüllen?

Bedürfnisse entspannt und empathisch leben

Bedürfnisse sollten formuliert und gelebt werden, dürfen aber nicht zur Obsession oder zum Selbstläufer werden und kein Kreisen-um-sich-selbst begründen. Daher bietet sich eine Pendelbewegung an, immer wieder hinaus aus der Bedürftigkeit, hin zu entspanntem Gewahrsein, Frieden und Zuversicht – sowie vom Ich zum Du: Welche Bedürfnisse haben andere Menschen und Wesen, vom Partner über Nutztiere bis zu Bewohnern anderer Kontinente?

Wir dürfen erhaltene Dinge und Zustände wieder loslassen oder verschenken. Manchmal muss man dazu das gewohnte Umfeld, das die bisherigen Sehnsüchte und Gewohnheiten triggert und festigt, zumindest für kurze Zeit verlassen, um den Blickwinkel zu wechseln. Nicht nur Gegenstände, sondern auch viele Bedürfnisse sehen aus der Ferne betrachtet winzig aus.

Dabei können wir uns bewusst sein: Wir *sind* nicht das Bedürfnis und schon gar nicht das Objekt seines Begehrens. Damit machen wir eine schöne Erfahrung, nämlich – zumindest für eine gewisse Zeit und immer wieder – nichts zu brauchen.