

Du musst dein Leben steigern! : kommentiert von René Scheu

Autor(en): **Sloterdijk, Peter / Scheu, René**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **101 (2021)**

Heft 1085

PDF erstellt am: **16.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-958188>

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.

Peter Sloterdijk

Du musst dein Leben steigern!

Erschienen in Heft 991, Band 91, 2011.

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 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 Europäer 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.

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 antiagrarisches 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 neuzzeitlichen 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.

Wären die Herren der modernen Wirtschaft jemals an Wachstum im ernsten 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.

Man hat die mobilisierende Kraft des Renditedenkens 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 neuzzeitliche 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.



Peter Sloterdijk. Bild: Fronteiras do Pensamento, Greg Salibian.

kommentiert von René Scheu

Im Herzen ein Abenteurer

Eros und Thymos: Peter Sloterdijk hat eine fruchtbare Anthropologie entwickelt, die den Menschen als Wesen mit Doppelantrieb begreift.

Als sein Lebensmittelpunkt noch in Karlsruhe lag, lebte Peter Sloterdijk in der schönsten Bücher-Höhle der Stadt. Alle Wände seiner Wohnung waren mit Bücherregalen verkleidet, mit Ausnahme von Badezimmer und Küche. Und in dieser Bibliothek konnte, wer lange suchte, auch ein paar Bände des Sozialphilosophen, Hayek-Schülers und «Schweizer-Monatshefte»-Autors Roland Baader finden. Ich weiss es, weil ich einmal zufällig darauf stiess. Und in einem von Baaders Büchern hat Sloterdijk eine Formulierung von Hayeks Lehrer Ludwig von Mises entdeckt, die er sich zu eigen machte. Von Mises sprach von «Halbsozialismus», Sloterdijk prägte den Ausdruck von «steuerstaatlich zugreifendem Semisozialismus auf eigentumswirtschaftlicher Grundlage», um die real existierenden fiskalischen Verhältnisse in Mitteleuropa zu beschreiben. Dieser Ausdruck hat unter Liberalen längst Kultstatus erlangt.

Aber so viel Sloterdijk von den Austriern hält, so sehr legt er den Finger in die Wunde ihrer theoretischen Defizite, spricht einer belastbaren Geldtheorie und einer überzeugenden Anthropologie unternehmerischen Handelns. Denn der unternehmerische Mensch spart nicht wie ein Geizkragen, um ein wenig Kapital zu bilden, das er dann investiert, wie die meisten Austriern glauben. Wäre es so, würden wir, wie Joseph Schumpeter einmal treffend schrieb, immer noch in der «Steinzeit» leben. Vielmehr verschuldet sich der Unternehmer massiv, womit er seine gesamte Existenz aufs Spiel setzt, und reitet – so wiederum Schumpeter, den Sloterdijk

extensiv zitiert – «auf seinen Schulden» zum Erfolg. Der Unternehmertypus ist im Herzen ein Abenteurer – und hat also mit dem Philosophen mehr gemein, als es auf den ersten Blick scheint.

Der erfolgreiche Unternehmer ist mithin kein geiziger, sondern ein grosszügiger Mensch. Er hat verinnerlicht: Wer sät, der erntet. Wer gibt, dem wird noch mehr gegeben. Oder moderner: Er weiss, dass eine nach oben offene Upside nur durch eine furchterregende Downside zu haben ist. Was den Unternehmer antreibt – Schumpeter spricht vom Energiker, den er dem Hedoniker gegenüberstellt –, ist der Thymos, nicht der Eros. Und damit wären wir bei Sloterdijks äusserst fruchtbaren Anthropologie angelangt, die den Menschen als Wesen mit Doppelantrieb begreift.

Eros ist frei nach Platon das Begehren nach dem, was dem Menschen fehlt. Und weil ihm stets etwas mangelt – Geld, Energie, Ideen, Emotionen, Sex –, hält er nach dem Ausschau, was er nicht hat. Das Menschenwesen kompensiert ständig, es sublimiert, es ist tendenziell unglücklich, denn das Loch, das in ihm klafft, lässt sich nicht stopfen. Die ganze Erotik beruht auf dieser Idee: Ich will haben, was ich noch nicht habe. Eros meint also: Habenwollen, es meint Akkumulation, es meint Kalkulation, es meint – im Extremfall – Gier.

Thymos bezeichnet hingegen das Stolzzentrum der Seele und ist das Gegenstück zum Eros: nicht Habenwollen, sondern Gebenwollen. Der Mensch ist in dieser Sicht das luxurierende Wesen, das stets im Überfluss lebt. Es hat von allem zu viel: zu viele Ideen, zu viel

Kraft, zu viel Können, zu viel Aktivität, zu viel Würde. Der thymotisch Angetriebene sucht Gelegenheiten, um seinen Überfluss auszuleben. Es geht ihm weniger um materiellen Besitz als um die mentale Bestätigung des eigenen Könnens. Thymos meint Lebensfreude, es meint Erfolg, Verausgabung und Aufopferung. Für dieses thymotische Wesen gilt mein Lieblings-Sloterdijk-Satz: Da-Sein heisst In-Form-Sein.

Die Theorien der Moderne – von einem verkürzten Liberalismus bis hin zur Psychoanalyse – sehen den Menschen primär als erotisches Wesen. Stichworte hier lauten: Eigeninteresse, Materialismus, Homo oeconomicus, Freiheit als Wahlfreiheit. Diese Theorien vergessen den Thymos, an den uns eben Peter Sloterdijk erinnert. Stichworte hier lauten: Selbstbehauptung statt Eigeninteresse, Würde statt Materialismus, Abenteurer statt Homo oeconomicus, Grosszügigkeit statt Wahlfreiheit.

Dieser Typus entstand in der Renaissance, und daran erinnert Sloterdijk in dieser wunderbaren Passage. Die Unternehmer sind die Helden der Moderne. Dabei sind sie keine besseren Bauern. Nein, sie sind Existenzialisten, die aufs Ganze gehen. ◀

René Scheu

war von 2007 bis 2015 Herausgeber und Chefredaktor des «Schweizer Monats».