

Luxusartikel Zeit

Der Tempowahn macht die Langsamkeit begehrenswert. Viele Menschen haben es satt, miteinander um die Wette zu leben und zu konsumieren

VON Heike Leitschuh-Fecht |

Die Großen fressen die Kleinen, die Schnellen die Langsamen. So lautet das Gesetz der Ökonomie. Zeitgewinn, der Konkurrenz immer eine Nasenlänge voraus, Tempo, Tempo... Geschwindigkeit und Beschleunigung werden als wichtiger, oft alles entscheidender Wettbewerbsfaktor angesehen.

In keiner anderen Branche ist das so gut zu beobachten wie in der Mikroelektronikindustrie. Dort wird eine Produktgeneration besonders schnell "von der neuen kannibalisiert", schreibt der Direktor des Betriebswirtschaftlichen Instituts für Anlagen und Systemtechnologien an der Uni Münster, Klaus Backhaus, in dem von ihm mitherausgegebenen Buch *Die Beschleunigungsfalle oder der Triumph der Schildkröte*. Die Fortschritte auf technologischem Gebiet vollziehen sich hier mit einer solchen Geschwindigkeit, wie sie bisher noch nie zu beobachten war. "Die Folge davon ist, daß sich nicht nur die Halbwertszeit des Wissens in Forschung und Entwicklung stark verkürzt hat, sondern auch, daß permanent eine Flut neuer Produkte die Märkte überschwemmt und so die vorherige Generation immer schneller ablöst." Der Tempowahn der Mikroelektronik strahlt auch auf andere Märkte aus und lässt heute kaum eine Branche unberührt.

Seit 1985 haben sich die Umsätze im Devisen- und internationalen Wertpapierhandel mehr als verzehnfacht; täglich wechseln Währungsbestände von rund 1,5 Billionen Dollar die Besitzer. Doch nur noch zwei bis drei Prozent dieser Aktivitäten dienen dazu, Industrie und Handel, also reale Wirtschaftstätigkeit abzusichern; der Rest ist ein Spiel nach dem Motto "Wetten, dass..?". Ein gefährliches Spiel.

Selbst innerhalb der Finanzwelt regt sich ob dieser Entwicklungen Unbehagen: John Reed, Chef der City Corporation, der größten Bank der USA, formulierte schon vor ein paar Jahren: "Die globalen Märkte und die große Kapitalkonzentration verkürzen unseren Zeithorizont. Die wirtschaftliche Entwicklung wird immer schnelllebiger.

Die Rettung der Regenwälder am Amazonas ist ein Luxus, den man sich unter diesem Geldsystem nicht leisten kann." Das Zinssystem tut ein Übriges: "In der Bundesrepublik gibt es 82 Milliardäre mit einem Gesamtvermögen von 195 Milliarden Mark. Bei 6 Prozent Verzinsung bezieht jeder von ihnen täglich ein leistungsloses Einkommen von 390 000 Mark. 1,3 Millionen Arbeitnehmer könnten täglich 3 Stunden früher von der Arbeit nach Hause gehen, wenn sie diese 82 Milliardäre nicht mehr zu versorgen bräuchten." Dies zitiert Fritz Reheis in seinem Werk *Die Kreativität der Langsamkeit* aus dem Magazin *!Forbes* (Nr. 7/89).

Wo sich das Finanzkarussell immer schneller dreht, da wird oft produziert um des Produzierens willen, da bleiben nicht nur Qualität und Kundenorientierung auf der Strecke: 1997 musste die deutsche Automobilindustrie mehrere hunderttausend Autos zurückrufen, um sie nachzubessern. Auch dem Unilever-Konzern wurde seine eigene Schnelligkeit zum Verhängnis: Sein neuer "revolutionärer Fleckentferner" rückte nicht nur dem Schmutz, sondern auch dem Stoff zu Leibe. Wenn die Unternehmen etwas vom (Ab-)Warten verstünden, meint der Münchner Zeitforscher Karlheinz A. Geißler, ließe sich oft viel Zeit und Geld sparen.

Wird die Umschlaggeschwindigkeit der Produkte erhöht, dann hat das auch Auswirkungen auf die Konsumenten. Deren "Konsumproduktivität", so Lucia Reisch, Konsumforscherin an der Uni Hohenheim, muss der der Produktion angepasst werden, und das geht nur, wenn sie entweder mehr Güter im gleichen Zeitraum nachfragen oder die Waren kürzer nutzen. "Dagegen müssen dann diejenigen anlaufen, die sich für nachhaltige, zukunftsfähige Konsummuster stark machen."

Doch es ist nicht nur die Geschwindigkeit schlechthin, die zunehmend Probleme bereitet, sondern auch die Tatsache, dass auf vielen Ebenen der Gesellschaft natürliche Rhythmen missachtet werden - zum Schaden von Mensch und Natur. Die Enquete-Kommission des 12. und 13. Deutschen Bundestages, Schutz des Menschen und der Umwelt, berücksichtigte in ihren Managementregeln für die ökologische Nachhaltigkeit auch die Diskussionen und Ergebnisse des Tutzingen Projektes Ökologie der Zeit, indem sie formulierte: "Bei Eingriffen in die Natur müssen die menschlichen Zeitmaßstäbe mit denen der Natur in Einklang gebracht werden. Zum Beispiel gilt es zu beachten, wie lange Abbauprozesse von Abfällen dauern oder wie lange ein Ökosystem braucht, um sich zu regenerieren."

Indem die negativen Seiten der Beschleunigung zunehmend sichtbar werden, wächst auch das Verlangen nach neuen Zeitmustern: "Wo ruhelose Mobilität regiert, dort keimt eher der Geschmack für Gemächlichkeit und Gelassenheit, wo die

Fernverbindungen dominieren, dort wächst eher die Aufmerksamkeit für Nähe und den eigenen Ort. Weil neue Wünsche sich zunehmend im Kontrast zur rasenden Gesellschaft artikulieren, wird es historisch möglich, öffentlich von Entschleunigung und Entflechtung zu sprechen", heißt es in der Studie *Zukunftsfähiges Deutschland* des Wuppertal- Instituts für Klima, Umwelt und Energie.

Regionale Bauernmärkte in den Großstädten sind wieder beliebt

In der Tat hat das B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut in Hamburg ermittelt, dass sich fast 50 Prozent der deutschen Bevölkerung von der Beschleunigung des Lebens bedroht fühlen, insbesondere von der Flut an Informationen und Reizen durch Fernsehen, Video, Internet. Während die modernen Kommunikationstechniken zum immer schnelleren Arbeiten anstacheln, entdecken viele Menschen, wie es der Hamburger Trendforscher Matthias Horx festgestellt haben will, den "Luxus der Langsamkeit". Zum Beispiel erlebe das sorgfältige Briefeschreiben von Hand ausgerechnet in der E-Mail-Zeit eine Renaissance. Und während die schöne, neue virtuelle Welt manchmal nicht mehr unterscheiden lässt, was Realität und was Fiktion ist, wächst das Bedürfnis nach "echten", "ehrlichen" Produkten.

So gibt es wieder einen Sinn für regionale Lebensmittel, die einen Bezug zu den Herstellern zulassen, und so erfreuen sich die regionalen Bauernmärkte in den Großstädten wachsender Beliebtheit. Gerade junge Kunden bevorzugen Produkte "glaubwürdiger Firmen" wie zum Beispiel von Body Shop, einer Kosmetikfirma, die auf Tierversuche verzichtet, sich für den Umweltschutz einsetzt und einen fairen Umgang mit Beschäftigten, Lieferanten und Kunden pflegt. Auch Unternehmen wie Wilkhahn, ein Hersteller teurer, aber langlebiger Büromöbel, profitieren von diesem Trend, von der Suche nach den richtigen, echten Werten. Es war auch der Wunsch, mehr im Einklang mit den natürlichen Rhythmen und Zeiten zu produzieren, weshalb der Unternehmer Karl Ludwig von Schweisfurth seine Herta-Wurstwaren-Fabrik verkaufte und in der Nähe von München mit den Hermannsdorfer Landwerkstätten ein Vorzeige- gut schuf, wo Brot, Bier und Tiere gemäß ihren jeweiligen Eigen- und Reifezeiten hergestellt oder gezüchtet werden. Das Ergebnis lässt sich schmecken.

Selbstgemachtes wird besser gepflegt und länger genutzt

Viele Menschen haben es satt, um die Wette zu leben und zu konsumieren. Die Haltung "Weniger und dafür besser" beginnt an Einfluss zu gewinnen, denn das moderne Individuum, so Horx, könne sich seine Genussfähigkeit nur bewahren,

wenn es gleichzeitig Verzicht und Disziplin übt. Ein Beleg dafür ist der von Jahr zu Jahr dickere Katalog des Versandunternehmens Manufaktur in Waltrop. Das Unternehmen hat sich auf die Suche nach den schönen und guten Dingen gemacht: Dort findet man den emaillierten Brottopf, das gusseiserne Waffeleisen, die Maßschuhe und sogar den Flachbildmonitor aus Edelstahl. "Patina statt Neuheit" sei gefragt, sagt auch Lucia Reisch, Dinge mit Geschichte, denn das Neue, die Massenware, könne man ja sowieso überall haben.

Die Ästhetik im Umgang mit den Waren wird auch deutlich in der zunehmenden Vorliebe für Selbstgemachtes. Die Marke Eigenbau ist zwar längst nicht so effizient wie die Fabrikproduktion - auch nicht in ökologischer Hinsicht -, doch die Produkte haben einen größeren persönlichen Wert. Deshalb wird ihnen mehr Respekt gezollt, werden sie besser gepflegt und länger genutzt.

Die Verlängerung der Produktlebensdauer ist das Thema von Walter R. Stahel vom Institut für Produktdauerforschung in Genf. Er nennt das Beispiel des japanischen Unternehmens Minolta, das statt immer neuer Einzelprodukte solche im Baukastensystem auf den Markt bringen will, womit sich die bestehenden Produkte im Komponentenaustausch verbessern lassen. Oder Autohersteller Toyota, der seinen Schweizer Kunden bestimmte Automodelle mit einer Dreijahresgarantie und 100000 Kilometern inklusive aller Wartungs- und Serviceleistungen verkauft - Maßnahmen der Entschleunigung.

Gezwungenermaßen langsamer geht es auf deutschen Straßen zu. Der Stau ist zur alltäglichen Erfahrung geworden und muss eingeplant werden. Die Autohersteller beginnen sich darauf einzustellen: So arbeitet BMW an einem Auto, das seinem Fahrer die Möglichkeit gibt, den Stau produktiv zu nutzen. Ausgestattet mit Fax und anderem technischen Gerät, wird es zu einem kleinen Büro.

Selbst Führungskräfte, vor allem die jüngeren, unterwerfen sich nicht mehr bedingungslos dem Takt der Ökonomie. Immer öfter finden sich solche, die sich mal eine Auszeit nehmen, und der Wunsch nach Teilzeitarbeit wird auch in dieser Gruppe größer, um Beruf, Familie und andere persönliche Interessen besser in Einklang zu bringen. Neuerdings findet man gestresste Manager sogar in Klöstern. "Die Mönche sind selig: Endlich sind die Zellen wieder belegt - mit reumütigen Hochgeschwindigkeitsmanagern, die artig Besserung geloben. Beim Radieschenzupfen im Klostergarten vertraut der Workaholic mit dem 800 000-Mark-Job dem Bruder Emeran sein Glück an: Stellen Sie sich vor, heute habe ich mich seit Jahren zum ersten Mal gelangweilt", erzählt Joseph von Westphalen im

manager magazin.

Der Zeitforscher Karlheinz A. Geißler wirbt dafür, den Effizienzgedanken kritisch zu hinterfragen. Nicht immer sei das Schnelle effizient, sondern auch das, "was die Menschen und Natur schont, das, was entlastet und den sozialen Zusammenhang fördert". Effizient in diesem Sinne können auch die Slobbies sein, die Slower But Better Working People. Überhaupt plädiert Geißler dafür, beim Arbeiten etwas kürzer zu treten: "Laßt die Über-Stunden, denn das sind jene Stunden, die zu weit gehen. Wer nichts tut, schafft Arbeitsplätze!"

Das japanische Handelsministerium Miti hat seine Chipproduzenten aufgefordert, die Produktlebenszyklen zu verlängern. "Im Grunde müßten sich also die in der Beschleunigungsfalle Gefangenen absprechen, gemeinsam das Tempo zu drosseln", meint Klaus Backhaus. So ein "Verlangsamungskartell" sollte genehmigt werden. Schnelligkeit als Wettbewerbsfaktor sei weitgehend ausgereizt, sagt Geißler. Es gehe jedoch nicht vorrangig darum, Beschleunigung durch Verlangsamung zu ersetzen, sondern vielmehr darum, die "Vielfalt der Zeitformen zu erhalten, zu kultivieren und produktiv zu machen. Agrarische Monokulturen und wirtschaftliche Monopole sind genausowenig volkswirtschaftlich attraktiv, wie dies eine zeitliche Monokultur der Beschleunigung ist". Schnell, so Geißler, müsse ein Unternehmen sein, um die Konkurrenz gegenüber identischen Produkten zu bestehen. Will es hohe Qualität erreichen, müsse es sich dagegen Zeit lassen, und es müsse warten können, um den richtigen Zeitpunkt der Markteinführung abzapassen.

Das Märchen vom Hasen und Igel lehre, so Geißler, dass "jene rasch zu Tode kommen, die hochmobil zwischen den Zielen hin und her rasen, und es denen gutgeht, die zu zweit sind und die sitzen bleiben können".

COPYRIGHT: (c) DIE ZEIT 1999

ADRESSE: <http://www.zeit.de/1999/52/199952.millennium-entsch.xml>

Lesen Sie [hier mehr aus dem Ressort Wirtschaft.](#)