



## „Der Mensch ist kein Ding“ Kritische Anmerkungen zur Ökonomisierung des Sozialen

Rainer Funk

”‘Der Mensch ist kein Ding.’ Kritische Anmerkungen zur Ökonomisierung des Sozialen,” in: *Fromm Forum* (deutsche Ausgabe), Tübingen (Selbstverlag), Nr. 3 (1999), S. 6-11.

Copyright © 1998 and 2011 by Dr. Rainer Funk, Ursrainer Ring 24, 72076 Tübingen, E-Mail: funk[at-symbol]fromm-online.com.

### 1. Ökonomisierung des Sozialen?

Warum wird heute die Ökonomisierung zur Regulierung auf den Menschen bezogener Tätigkeiten favorisiert und als Allheilmittel gepriesen? Das allgegenwärtige Argument, dass der Kostendruck und die knappen Mittel zu einem wirtschaftlicheren Handeln zwingen, klingt zwar plausibel, trifft aber nicht das Problem. Natürlich kann man sparen, wirtschaftlicher haushalten, unwirksame soziale Leistungen streichen und auch im Umgang mit Menschen produktiver und qualifizierter arbeiten.

Der entscheidende Punkt ist ein anderer: Wenn Sozialwissenschaftler und Sozialmanager von Ökonomisierung im Bereich des Sozialen sprechen, dann übertragen sie im allgemeinen die im Bereich der Güterproduktion und des Handels erfolgreich erprobte Ökonomisierung auf den Menschen, so als ob es auch im Umgang des Menschen mit Menschen in erster Linie um Dinge ginge. Tatsächlich ist die Ökonomisierung im Bereich der Güterproduktion, des Handels und auf weiten Strecken auch im technischen und handwerklichen Dienstleistungsbereich gerade deshalb erfolgreich, weil es dabei vor allem um berechenbare Dinge geht und nicht um Menschen. Der Mensch, weil kein Ding und nicht berechenbar wie ein Ding, ist (neben der Natur) der einzige Faktor, der der Ökonomisierung Grenzen setzt. Darum gilt in diesem Bereich immer die Logik: Je weniger der Mensch am Produkt und an der Produktion Anteil hat, desto erfolgreicher ist die Ökonomisierung. Wo immer es möglich ist, müssen deshalb Arbeitsplätze wegrationalisiert und abgebaut werden und an

ihre Stelle berechenbare Computer und Roboter gesetzt werden.

Ökonomisierung macht Sinn, wo etwas berechenbar ist, das heißt, wo es um Dinge geht. Ihre Anwendung auf Bereiche, wo es um den Menschen und um Dienstleistungen am Menschen geht, funktioniert nicht, weil das, was eigentlich mit der sozialen, ärztlichen, pflegerischen, therapeutischen oder beratenden Arbeit erreicht werden soll, keine Dinge sind und diese sich auch nicht berechnen lassen. Sobald Arbeit am und mit dem Menschen spezifisch menschliche Qualitäten der Kommunikationsfähigkeit, des Vertrauens, der Zuspache, der menschlichen Nähe, des Teilens und Mitteilens von Leid, der Einfühlung, der Klärung von Zerwürfnissen, der Annahme von Gefühlen, der Bewusstmachung und Aufarbeitung von Konflikten voraussetzt, taugt eine auf Berechenbarkeit setzende Ökonomisierung nicht.

Versucht man es trotzdem, dann führt dies unweigerlich dazu, dass jene spezifisch menschlichen Qualitäten, von denen eben einige genannt wurden, unberücksichtigt bleiben müssen, weil sie nicht berechenbar sind. Man rechnet, aber man kann natürlich nur das Berechenbare berechnen, alles andere bleibt, weil nicht berechenbar, außen vor. Einbezogen wird die Qualifikation des Beraters, Therapeuten usw., nicht aber seine menschlichen Qualitäten, die freilich das A und O jeder Tätigkeit am und mit dem Menschen sind. Einbezogen wird die high-tech-medizinische Versorgung des Sterbenden, nicht aber eine mitmenschliche Sterbebegleitung. Einbezogen wird die Beseitigung der lähmenden Angstsymptomatik, nicht aber die menschlich-



fachliche Begleitung bei der Auflösung einer solchen irrationalen Angst.

Die Logik, die bei der Ökonomisierung des Sozialen zur Anwendung kommt, ist ganz einfach: Weil sich nur Dingliches berechnen lässt, muss alles, was sich nicht berechnen lässt, unberücksichtigt bleiben. Man wird nicht dem Menschen und den spezifisch menschlichen Erfordernissen sozialen Handelns gerecht, sondern unterwirft sich dem Diktat der Ökonomisierung und der Berechenbarkeit. Das Argument: „Ja, aber, wie soll man denn Einfühlungsvermögen, Mitgefühl, Konfliktfähigkeit messen können?“, ist bereits Ausdruck des Ökonomisierungswahns, bei dem nur ist und zählt, was sich berechnen lässt. Meines Erachtens sind dann Qualitätssicherungsmaßnahmen, die sozusagen als Feuerwehr gegen die schlimmsten Entmenschlichungen und Verdinglichungen des Ökonomisierungsprozesses zum Einsatz kommen, so lange weitgehend wirkungslos, wie das Soziale und das Menschliche verdinglicht werden.

Die Frage stellt sich: Warum setzen dennoch Sozialmanager und Politiker, Betriebswirte und Organisationspsychologen auf die Ökonomisierung? Doch sollten wir uns selbst nicht ausklammern: Es sind nicht nur die äußeren Zwänge und Strukturen, die uns keinen anderen Ausweg lassen, als aufs Quantifizieren zu setzen. Wir selbst sind ja auch nicht frei davon, alle unsere Lebensbezüge in den Griff bekommen zu wollen, indem wir den Computer bemühen und rechnen und zählen, statt uns auf den anderen einzulassen, mitzutruuern, ein klares Wort zu sagen... Auch wenn wir ein deutliches Gespür dafür haben, dass mit der Ökonomisierung des Sozialen das Menschliche, das Mitfühlen und das solidarische Handeln immer weniger werden, so partizipieren wir doch am „Zeitgeist“, alles verdinglichen und berechenbar machen zu wollen. In jedem von uns gibt es ein mehr oder weniger starkes psychisches Streben, sich selbst, seine Arbeit und seine Beziehungen verdinglichen zu wollen. Ansonsten wäre für mich nicht erklärbar, warum die Ökonomisierung des Sozialen bisher ohne größere öffentliche Diskussion und Widerstände vor sich gehen konnte.

In einem zweiten Abschnitt sollen einige Hintergründe benannt werden, die erklären können, warum wir gegenwärtig das Dingliche

immer attraktiver finden als das Lebendige und Menschliche. Erich Fromm hat zur Frage der Attraktivität des Dinglichen wesentliche Einsichten beigesteuert und das Problem mit der schlichten Aussage: „Der Mensch ist kein Ding“ auf den Nenner gebracht.

## 2. Gründe für die Attraktivität der Ökonomisierung

Nach Fromm sind es vor allem zwei Grundstrebungen im Menschen, die zu seiner Verdinglichung beitragen: zum einen die heute bei uns das gesamte öffentliche und private Leben beherrschende sogenannte „Marketing-Orientierung“; zum anderen das, was Fromm „Nekrophilie“ genannt hat, also die Grundstrebung, alles, was leblos und tot ist, attraktiver zu finden als das, was lebendig ist. („Nekrós“ heißt „Leichnam“, „Lebloses“; deshalb lässt sich „Nekrophilie“ am besten als „Liebe zum Leblosen“ übersetzen.) Um beim Letztgenannten zu beginnen: die Attraktivität des Dinglichen hat damit zu tun, dass wir uns mehr vom Leblosen, Dinghaften, Toten und Berechenbaren angezogen fühlen als vom Lebendigen, während wir den Kontakt mit allem Lebendigen, Menschlichen und Allzu-Menschlichen bei uns selbst wie bei anderen meiden.

### Die Faszination des Berechenbaren<sup>1</sup>

Es gab schon immer einzelne Menschen, die das Leblose und Berechenbare attraktiver fanden als

<sup>1</sup> Die „Nekrophilie“ als eigenständige Grundorientierung des Charakters hat Fromm erst in den sechziger Jahren entdeckt und erstmals in dem Buch *Die Seele des Menschen. Ihre Fähigkeit zum Guten und zum Bösen* (1964a, GA II, S. 179-198) beschrieben. Vgl. auch Fromms Beitrag - 1967e: „Die Faszination der Gewalt und die Liebe zum Leben“ (1967e). Als „Destruktivität um der Destruktivität willen“ hat Fromm dann das Phänomen der Nekrophilie in dem Buch *Anatomie der menschlichen Destruktivität* (1973a, GA VII, S. 295-393) noch expliziert und anderen Formen der Aggression gegenübergestellt. - Bedeutung hat das Konzept der Nekrophilie vor allem in der charakterologischen Erscheinungsform als Angezogenensein vom Leblosen, Dinghaften, Mechanischen und Maschinellen.



das Lebendige. Heute allerdings wird diese Attraktivität immer mehr Allgemeingut; sie kennzeichnet den „Zeitgeist“, wird als „vernünftig“ angesehen, ist ein Ausdruck des „gesunden Menschenverstands“ und - um mit Fromm zu sprechen - eine dominant werdende Gesellschafts-Charakterorientierung. Nun ist das Berechnen und Quantifizieren der Schlüssel zu den atemberaubenden Errungenschaften der Natur- und technischen Wissenschaften der Neuzeit überhaupt. Dies führte dazu, dass Wissenschaftlichkeit überhaupt, auch im Bereich der Humanwissenschaften, heute weitgehend gleichbedeutend ist mit Quantifizierbarkeit. Was nicht gemessen und von einem unabhängigen Dritten nachgemessen werden kann, ist nicht wissenschaftlich und meist auch nichts wert. Heerscharen von Psychologen und Soziologen sind dabei, Methoden der Quantifizierung zu entwickeln, um dann zu messen und zu rechnen und zu sog. „objektiven“ Erkenntnissen zu kommen. Natürlich geht dies nur, wenn der Mensch dabei wie ein Ding, ein Objekt betrachtet wird.

Ein zweiter Grund ist die Faszination des Maschinellen. Der Mensch hat mit seinen eigenen Möglichkeiten und Kräften in dem Maße an Attraktivität verloren, in dem Maschinen und Automaten an Attraktivität gewonnen haben. Wir nehmen auf Schritt und Tritt wahr, dass Maschinen nahezu alles besser als die Menschen machen. Sie arbeiten exakter, zuverlässiger, sauberer, ohne Ermüdung, ohne Widerwillen, ohne dass sie seelisch oder körperlich krank werden, ohne Lob und Streicheleinheiten zu brauchen. Maschinen benötigen nur einen Bruchteil der Pflege („Wartung“), die der Mensch braucht. Und wenn tatsächlich einmal etwas kaputt geht, dann lässt sich das defekte Teil auswechseln. Funktioniert der Mensch nicht mehr, dann müssen für ihn Abfindungen, Renten und Krankentagegeld gezahlt werden und fühlen sich die ausrangierten Menschen wertlos und werden depressiv. Die Maschine braucht weder eine Interessenvertretung, noch eine Krankenversicherung oder Erholungspause.

Wir nehmen aber nicht nur auf Schritt und Tritt wahr, dass die Maschinen und Automaten ihre Sache *besser machen* als der Mensch. Sie *können* auch viel *mehr*. Sie erzeugen Bewegung und Kraft und beleben die Wirklichkeit. Energie

in Form von Wasserdampf, Elektrizität, Gas, Kohle, Öl, radioaktive Strahlung vermag tote Dinge - Maschinen, Autos, Flugzeuge, Computer - zum „Leben“ zu bringen. Vergleicht man einfach einmal, was der Mensch mit seinen geistigen, seelischen und körperlichen Eigenkräften zustande bringt, mit dem, was ein Auto oder ein Computer kann, dann ist die Maschine um vieles eindrucksvoller und vermag viel mehr, als die Bündelung aller physischen menschlichen Kräfte je vermag. Eben weil wir dies täglich vor Augen geführt bekommen, ziehen wir jede Problemlösung, die sich technisch realisieren lässt, einer solchen vor, die mit dem Einsatz menschlicher Kräfte und Fähigkeiten arbeitet.

Die Attraktivität des Dinglichen in Form des Technisch-Machbaren durchzieht unser gesamtes persönliches und soziales Leben. Auch und gerade dort, wo es um geistige, seelische, künstlerische, kommunikative, verstehende, liebende Fähigkeiten des Menschen geht, zielt unser Interesse auf die richtige Technik, auf das Know-how. Um ein Beispiel aus dem Bereich der Psychotherapie zu bringen: Viele psychische Erkrankungen lassen sich durch einführendes Verstehen, durch Miterleben dessen, was gefühlsmäßig im anderen vor sich geht, heilen oder lindern. Sie setzen also voraus, dass der Therapeut und die Therapeutin fähig sind, mit den eigenen Gefühlen auf jemand anderen bezogen zu sein. Ohne einen Zugang zu den eigenen Ängsten, Schuldgefühlen, Autonomiewünschen usw. zu haben, kann ein Therapeut oder eine Therapeutin nicht den an diesen Gefühlen oder Wünschen Leidenden emotional nahe sein. Anders formuliert: Ohne eigene psychische Leidensfähigkeit gibt es keinen Zugang zum psychischen Leiden des anderen. So sehr dies alle wissen, die als Ärzte oder Psychotherapeuten mit psychischen Erkrankungen zu tun haben, so gierig nehmen dieselben jedes Fortbildungs- und Kongressangebot wahr, auf dem eine neue psychotherapeutische Technik versprochen wird, und um so mehr schreiben die Versicherungsträger unter dem Deckbegriff „Qualitätssicherung“ vor, welche „psychotherapeutische Technik“ bei welcher „Störung“ zur Anwendung zu kommen hat und wieviel die Anwendung dieser Technik maximal kosten darf. - Das genannte Beispiel soll nur verdeutlichen, dass auch im Umgang mit Menschen die Attraktivität des



Maschinellen und Technischen und damit die Faszination des Berechenbaren mehr und mehr bestimmend wird.

Neben der nekrophilen Orientierung ist ein zweiter wichtiger Hintergrund für die Ökonomisierung des Sozialen die heute alle Lebensbereiche bestimmende Marketing-Orientierung.

### Die Herrschaft des Marketing<sup>2</sup>

Am Beispiel der Werbung im Bereich der Güterproduktion lässt sich vielleicht am einfachsten verdeutlichen, was heute erfolgreiches Marketing auszeichnet. Den Produkten, das heißt, den von Menschen und Maschinen geschaffenen *Dingen* werden Eigenschaften zugesprochen, die im allgemeinen nichts mit dem Produkt zu tun haben. Vielmehr werden den dinglichen Produkten menschliche Eigenschaften und Fähigkeiten zuerkannt, und zwar bevorzugt jene, nach denen sich heute jeder sehnt: Vertrauen, Lebensfreude, Harmonie, Lebendigkeit, Erlebnisfähigkeit, Aktivität usw. Dem Konsumenten wird glauben gemacht, mit dem Deospray Attraktivität und Lebendigkeit zu kaufen, mit der Versicherung Vertrauen, mit dem Knabberzeug Fröhlichkeit, mit dem Schmuckring Liebe, mit dem Weinbrand Zärtlichkeit usw. - In Wirklichkeit sind Frische, Attraktivität, Lebendigkeit, Vertrauen, Fröhlichkeit, Liebe, Zärtlichkeit, ausschließlich Eigenschaften von lebendigen Menschen. Indem

diese menschlichen Fähigkeiten als Eigenschaften der vom Menschen geschaffenen Produkte ausgegeben werden, wird das vom Menschen geschaffene Produkt attraktiver gemacht als sein Schöpfer.

Der Zweck dieser Wirklichkeitsverdrehung ist folgender: Wenn der Mensch sich Lebensfreude, Aktivität, Vertrauensfähigkeit, Zärtlichkeit über den Kauf des Produkts aneignen kann, dann ist er jeder menschlichen Anstrengung entzogen. Er muss weder seine eigenen Fähigkeiten und Kräfte üben und zur Entfaltung bringen, noch muss er sich mit weniger zufrieden geben und sein Scheitern, seine Schwäche, seine Endlichkeit akzeptieren lernen. Es geht nicht mehr um ihn und um sein Sein, es geht nicht mehr um das Hervorbringen („Produzieren“) und die Entfaltung seiner ihm eigenen menschlichen Fähigkeiten und Möglichkeiten und auch nicht mehr um das Akzeptieren seiner Begrenztheit und Endlichkeit. Es geht statt dessen nur noch um das Haben des mit seinen positiven menschlichen Eigenschaften ausgestatteten Produkts. Der Mensch muss sich nur die von ihm geschaffenen Produkte aneignen und konsumieren, dann ist er ein fröhlicher, aktiver, zärtlicher, liebender Mensch. Diese vom Marketing diktierte Bindung an das Produkt und an das Haben und Kaufen des Produkts ist das angestrebte Ziel und das Ergebnis erfolgreichen Marketings zugleich.

Das Wesen der Marketing-Orientierung besteht also darin, dass der Mensch sich von den „Produkten seiner Hände“, von den mit seinen menschlichen Attributen versehenen Produkten abhängig macht. Fromm erinnert denn auch daran, dass für die Propheten des Alten Testaments „der Götzendiener ein Mensch (ist), der das Werk seiner eigenen Hände anbetet. Er nimmt sich ein Stück Holz; mit *einem* Teil macht er sich ein Feuer, um zum Beispiel einen Kuchen zu backen, mit dem anderen Teil des Holzes schnitzt er eine Figur, um diese Figur anzubeten.“ (E. Fromm, 1992b, S. 27.)

Das Marketing als Prinzip von Wirtschaft, Politik, Kultur und sozialer Organisation führt zu einer „Produktfixierung“, bei der alle Äußerungsweisen des Menschen Warencharakter bekommen. Die Fixierung auf das mit menschlichen Eigenschaften ausgestattete Produkt lässt sich nicht nur im Bereich der Güterproduktion,

<sup>2</sup> Auch beim Aufweis dieser Orientierung steht in erster Linie das Denken Erich Fromms Pate, der den Begriff der „Marketing-Orientierung“ als leidenschaftlicher Grundorientierung des Charakters des gegenwärtigen Menschen bereits 1947 in seinem Buch *Psychoanalyse und Ethik* (1947a, GA II) eingeführt hat. Eine erste Beschreibung des Phänomens findet sich bereits in seinem 1941 erschienenen Buch *Die Furcht vor der Freiheit* (1941a, GA I, S. 325-337) unter dem Titel „Flucht ins Konformistische“. Die Psychodynamik der Marketing-Orientierung in der weiterentwickelten (kapitalistischen) Marktwirtschaft findet sich am besten analysiert in dem 1976 erschienenen Buch *Haben oder Sein. Die seelischen Grundlagen einer neuen Gesellschaft* (1976a, GA II); vgl. auch die posthum veröffentlichten Bände *Vom Haben zum Sein* (1989a) und *Leben zwischen Haben und Sein* (1993b) und die von mir verfasste „Einleitung“ zu dem letztgenannten Band (S. 9-16).





sondern auch in jenen Dienstleistungsbereichen beobachten, bei denen Menschen auf die Hilfe anderer Menschen angewiesen sind. Deshalb ist es sicher kein Zufall, dass die Tätigkeiten, die früher (etwa auf Rechnungen) „Hilfeleistung“ oder „Leistung“ genannt wurden, in den neuen Steuerungsmodellen „Produkt“ genannt werden.

Um die Fixierung auf das Produkt wenigstens an einem Beispiel anschaulich zu machen: In der Qualitätssicherung der Altenpflege etwa hat man eben nicht die Beziehung, die Interaktion zwischen den alten Menschen und ihren Pflegerinnen und Pflegern im Blick, sondern das „Produkt Altenpflege“ mit seinen 1000-fach gegliederten Teilleistungen bzw. Teilprodukten - von der Anleitung zum Zähneputzen über die nächtliche Überwachung bis zur Spritze, die verabreicht wird. Jede Tätigkeit wird erfasst und hat wie bei einem Produkt ihren Preis; sie lässt sich als bezahlbare Leistung in DM und Pfennig ausdrücken. Das, was zwischenmenschlich geschieht, der eigentliche pflegerische Prozess der Interaktion, fällt weitgehend bei der Produktfixierung unter den Tisch.

Was hier für den Bereich der Altenpflege angedeutet wurde, gilt generell: *Je stärker die Fixierung auf das Produkt, desto schwieriger wird es, sich noch am menschlichen Prozess der Dienstleistung zu orientieren und diesen auch zu gratifizieren. So kommt es bei den Pflegern, Ärzten, Pädagogen, Psychotherapeuten, Sozialarbeitern zu einer Neuorientierung, bei der man nicht mehr den Patienten, Klienten, Ratsuchenden und die Beziehung zu ihm im Blick hat, sondern die abrechenbare Leistung, die man für ihn als Kunden erbringt.*

Die Aufmerksamkeit für und das Einfühlungsvermögen in die Beziehung, die Bedürfnisse, die Gefühle, die Lebenssituationen der Betroffenen lassen sich aber ebenso schlecht als Produkte und Leistungen erfassen wie der Ausdruck von Mitgefühl und das seelische Nahesein bei einem Sterbenden.

Dass es zu solchen Verschiebungen bei der Definition der helfenden Berufe kommen konnte und immer noch mehr kommt, hat in besonderer Weise mit der Ökonomisierung zu tun. Solange die Ökonomisierung den Bereich der sozialen Dienstleistungen bestimmt, werden in Wirklichkeit die nekrophile Faszination des Bere-

chenbaren und die Herrschaft des Marketing das Sagen haben. Beide Orientierungen aber fördern die Verdinglichung des Menschen und des Sozialen. Nicht mehr der betroffene, engagierte, kritische, verantwortungsbewusste, helfende, zupackende, an die Grenzen seiner Kräfte kommende, frustrierte, sich mühende, mitfühlende, mitstreitende, konfliktlösende Berater, Therapeut, Pfleger und Sozialarbeiter ist gefragt, sondern der rechnende und sein Produkt verkaufende, der sich, weil er sich erfolgreich verkaufen muss, von nichts unterkriegen lässt und immer gut drauf ist.

Die Ökonomisierung des Sozialen macht alle, die mit und am Menschen arbeiten, in Wirklichkeit zu Dingen, zu Maschinen, zu Produkt-erbringern. Da gibt es kein Erbarmen mehr und keinen Samariter, den der unter die Räuber Gefallenen „jammert“. - Aber der Mensch ist kein Ding! Und wir sollten uns dagegen wehren, uns aus Ökonomisierungsgründen zu Dingen machen zu lassen. Was können wir tun?

### 3. Aber der Mensch ist kein Ding!

Wir sollten, *erstens*, laut und vernehmlich sagen: „Aber der Mensch ist kein Ding!“ Eben weil die Ökonomisierung des Sozialen weitgehend ohne öffentliche Diskussion von Verwaltungsmanagern und Sozialtechnokraten als Steuerungsmechanismus des Sozialen eingeführt wurde und blindlings eine Verdinglichung des Menschen von ungeahntem Ausmaß betrieben wird, bedarf es einer breiten Bewusstmachung und Diskussion, ob wir uns dies wirklich „gefallen“ lassen wollen. Freilich ist es mit der Bewusstmachung der Verdinglichung und dem Dagegen-Sein allein nicht getan.

Deshalb sollten wir, *zweitens*, das Potential in uns selbst aktivieren und ausschöpfen, das unseren Widerstand gegen die Ökonomisierung des Sozialen speist, nämlich unser Gespür für das Lebendige und Menschliche. Die Tatsache, dass sich etwas in uns gegen die Verdinglichung wehrt, spricht dafür, dass es in uns noch ein besseres Wissen um die Eigengesetzlichkeit menschlichen Lebens gibt, nämlich dass nicht das Berechnen den Menschen fördert und wachsen lässt, sondern die Aktivierung seiner körperli-



chen, psychischen und geistigen Eigenkräfte.

Wir dürfen nicht zulassen, dass wir zu gefühllosen und leidensfreien, dafür aber gut funktionierenden Maschinen gemacht werden. Vielmehr müssen wir das Gespür für das in uns fördern, das uns belebt, wach und interessiert macht, was uns fühlen und bewegt sein lässt und ein authentisches Selbsterleben ermöglicht.

*Wir müssen an uns selbst beobachten lernen, dass das erfolgreiche Verkaufen unserer Dienstleistungen zwar Geld bringt, uns aber gleichzeitig herz- und leblos macht und zu innerer Leere und Langeweile führt.*

In Wirklichkeit haben wir nichts zu „verkaufen“ und unsere Klienten oder Patienten sind keine „Kunden“. Wir können Hilfe zur Selbsthilfe sein und Menschen, die sich aus eigener Kraft nicht mehr helfen können, beim Vollzug eines menschenwürdigen Lebens nahe sein. Dies ist alles, was wir können. Um dieses Können in die Tat umzusetzen, müssen wir uns selbst als lebendig und leidensfähig erleben können.

Wir müssen, *drittens*, für unsere andere Sicht und Erfahrung kämpfen. Um ein paar Beispiele zu nennen:

- Es gilt, den Managern und Technikern des Sozialen mit ihren outputorientierten Steuerungsmodellen ein besseres Wissen um den Menschen und seine Eigengesetzlichkeit und bessere Modelle sozialen Handelns plausibel zu machen.
- Es gilt zu zeigen, dass jede Handlung im sozialen Bereich durch eine Beziehungsaufnahme gekennzeichnet ist, die sich nicht in Punktwerten messen lässt, sondern, wenn überhaupt, höchstens in Zeitwerten.
- Es gilt zu zeigen, dass jede Kommunikation mit zugelassenen oder abgewehrten Gefühlen und Berührungen verbunden ist und mit Sympathie und Antipathie, mit menschlicher Wärme oder Kälte zu tun hat und dass deshalb die Gefühlsmöglichkeit des „Leistungserbringers“ - ohne in Punktwerte gefasst werden zu können - in vielen Fällen wichtiger ist als die sichtbar erbrachte „Dienstleistung“.
- Es gilt zu zeigen, dass die Qualität einer sozialen „Dienstleistung“ letztlich von der menschlichen Qualität des Erbringers abhängt.
- Es gilt zu zeigen, dass nicht nur wegen der Würde der Hilfesuchenden, sondern auch

wegen der besonderen Art fachlicher Hilfe die erbrachten Leistungen nicht in outputorientierten Produkten abgerechnet werden können. Statt Teilleistungen zu vergüten, gilt es Behandlungs- bzw. Beratungszeiträume zur Verfügung zu stellen.

Nur wenn wir die Eigengesetzlichkeit des Menschen respektieren und das Gelingen des Menschen (und nicht seine Berechenbarkeit und seinen Erfolg) zum Ziel sozialen Handelns machen, hat die Erkenntnis „Der Mensch ist kein Ding“ eine Chance, etwas verändern zu können. Darum gilt es, die *menschlichen* Kräfte zu sammeln: in sich selbst wie auch politisch und berufspolitisch.

#### Literaturnachweise

Die Zitate von Erich Fromm sind entnommen der 10bändigen *Erich Fromm Gesamtausgabe* (GA), Stuttgart 1980/81 (DVA); München 1989 (Deutscher Taschenbuch Verlag), sowie den acht Bänden *Schriften aus dem Nachlass*, Weinheim und Basel 1989-1992 (Beltz Verlag), München (Heyne Verlag) 1996:

- 1941a: *Die Furcht vor der Freiheit*, GA I, S. 215-392.
- 1947a: *Psychoanalyse und Ethik. Bausteine zu einer humanistischen Charakterologie*, GA II, S. 1-157.
- 1955a: *Wege aus einer kranken Gesellschaft*, GA IV, S. 1-254.
- 1956a: *Die Kunst des Liebens*, in: GA IX, S. 437-518.
- 1964a: *Die Seele des Menschen. Ihre Fähigkeit zum Guten und zum Bösen*, GA II, S. 159-268.
- 1967e: „Die Faszination der Gewalt und die Liebe zum Leben“, in: (1994a), S. 211-224.
- 1968a: *Die Revolution der Hoffnung. Für eine Humanisierung der Technik*, GA IV, S. 255-377.
- 1973a: *Anatomie der menschlichen Destruktivität*, GA VII.
- 1976a: *Haben oder Sein. Die seelischen Grundlagen einer neuen Gesellschaft*, GA II.
- 1989a: *Vom Haben zum Sein. Wege und Irrwege der Selbsterfahrung* (Schriften aus dem Nachlass, Band 1), Weinheim und Basel (Beltz Verlag) 1989.
- 1990a: *Die Entdeckung des gesellschaftlichen Unbewussten. Zur Neubestimmung der Psychoanalyse* (Schriften aus dem Nachlass, Band 3), Weinheim und Basel (Beltz Verlag) 1990.
- 1991b: *Die Pathologie der Normalität. Zur Wissenschaft vom Menschen* (Schriften aus dem Nach-



- 
- lass, Band 6), Weinheim und Basel (Beltz Verlag) 1991.
- 1991e: „Die Pathologie der Normalität des heutigen Menschen. Vier Vorlesungen aus dem Jahr 1953“, in: (1991b), Weinheim/Basel (Beltz Verlag) 1991, München (Heyne Taschenbuch) 1996, S. 15-105.
  - 1991h: „Ist der Mensch von Natur aus faul? (1974), in: (1991b), Weinheim/Basel (Beltz Verlag) 1991, München (Heyne Taschenbuch) 1996, S. 145-197.
  - 1992b: *Humanismus als reale Utopie. Der Glaube an den Menschen* (Schriften aus dem Nachlass, Band 8), Weinheim und Basel (Beltz Verlag) September 1992.
  - 1993b: *Leben zwischen Haben und Sein*, herausgegeben von Rainer Funk, Freiburg (Herder Verlag, Herder Spektrum 4208) 1993.
  - 1994a: *Liebe, Sexualität, Matriarchat. Beiträge zur Geschlechterfrage*, herausgegeben von Rainer Funk, München (Deutscher Taschenbuch Verlag; Dialog und Praxis 35071) 1994.