



Rückblick: Erich Fromms 100. Geburtstag - Die einen sehen in ihm einen begnadeten Analytiker der Gesellschaft - Kritiker bezeichnen ihn als „Frömmler“

Die anonyme Autorität des modernen Marktes

VDI nachrichten, Düsseldorf, 31. 3. 00 -

Ein Begriff ist in aller Munde: Marketing. Der Psychoanalytiker Erich Fromm entwickelte bereits in den 40er Jahren sein kritisches Konzept der Marketing-Orientierung. Vielen ist er als Autor des einstigen Kultbuches „Die Kunst des Liebens“ in Erinnerung.

Bereits in den 40er Jahren - und somit wohl noch vor der Einführung des Begriffs in die Betriebswirtschaft - sprach Fromm, der in diesem Monat 100 Jahre alt geworden wäre, von der „Marketing-Orientierung“. In seinem Alterswerk „Haben oder Sein“ schließlich fasste der Psychoanalytiker 1976 seine Beobachtungen zusammen und schilderte die sich mit den veränderten Wirtschaftsbedingungen und Produktionsweisen ergebenden Veränderungen in der psychischen Struktur der Gesellschaft. Fromm vertrat die Ansicht, das Individuum neige unter bestimmten Umständen dazu, sich selbst zu unterdrücken, zur Flucht vor der Freiheit, weil diese Risiken und Einsamkeit berge. Diese „selbstentfremdeten Personen“ richten sich nach anderen aus - sie sind moderne Massenmenschen, die sich und andere manipulieren.

Der mit dem Strukturprinzip des Marke-

tings einhergehende Mangel an (Selbst) Sein werde kompensiert durch die Orientierung am „Haben“ - durch Statussymbole repräsentiert. Die fehlenden immateriellen Werte würden durch materielle ersetzt.

Nach Fromms Auffassung wird dieses „Haben statt Sein“ zum Motor der wirtschaftlichen Entwicklung. Diese „kranke Gesellschaft“ steuere in die Katastrophe. Fromm entwickelte ein Gegenmodell: „Unsere einzige Hoffnung ist die Energie spendende Kraft, die von einer neuen Vision ausgeht. ... Die neue Gesellschaft und der neue Mensch werden nur Wirklichkeit werden, wenn die alten Motivationen - Profit und Macht - durch neue ersetzt werden: Sein, Teilen, Verstehen; wenn der Marktcharakter durch den produktiven, liebesfähigen Charakter abgelöst wird und an die Stelle der kybernetischen Religion ein neuer, radikal-humanistischer Geist tritt.“

20 Jahre nach seinem Tod spüren die Mitglieder der Erich-Fromm-Gesellschaft in Tübingen der Aktualität Fromms nach. Rainer Funk, Nachlassverwalter Fromms, überträgt den Marketing-Gedanken des Sozialpsychologen auf die Gegenwart: Während bis in die 60er Jahre eine „fassbare Autorität“ - ein symbiotisches Aufeinander angewiesensein von Herrschenden und Unterworfenen, von Arbeitgebern und Arbeitnehmern, und klare Strukturen vorhanden gewesen seien, stehe heute die „permanent sich verändernde Autorität des Marktes“. Funk meint: „Vom Marketing-Orientierten werden gerade keine symbiotischer Unterwerfungs- und Bindungsfähigkeiten erwartet, sondern die Fähigkeit, sich von sich und seinem Eigensein zu distanzieren ... Im Dienste dieser Marketing-Orientierung stehen Charakterzüge wie Anpassungsfähigkeit, Offenheit, Flexibilität, Mobilität, Ungebundenheit, Durchsetzungsvermögen, Selbstbewusstsein usw.“ Alle säßen in einem Boot: Unternehmer, Kapitaleigner, Aktionäre, Manager, Arbeiter und Angestellte - verschweift in einer Firmenidentität. Konflikte und Ausfälle dürfe es nicht geben.

Das hat nach Ansicht Funks fatale Konsequenzen: Manager blenden im marketing-



Erich Fromm emigrierte 1933 in die Vereinigten Staaten. Foto: ap

orientierten Denken Probleme aus. „Viele Firmenpleiten und Fehler im Management rühren heute aber daher, daß die Betreffenden mit dem marketing-orientierten Gut-Akommen-Müssen derart identifiziert sind, daß sie die Schiefelage, die offensichtlichen Fehler und Konflikte nicht mehr wahrnehmen dürfen, sie also verleugnen müssen, bis die Realität sie schließlich einholt. Meistens ist es dann schon zu spät.“

Fromms Gedankenwelt ist eng verknüpft mit biographischen Erfahrungen. Fromm, Kind orthodox-jüdischer Eltern, kam nach seinem Studium der Medizin, der Philosophie und der Psychologie an Max Horkheimers berühmtes Institut für Sozialforschung in Frankfurt, das 1933 von den Nationalsozialisten verboten wurde und in die USA emigrieren musste. Fromm bildete mit Horkheimer, Theodor W. Adorno und anderen das Zentrum einer Gruppe von Wissenschaftlern, die die „Kritische Theorie“ begründete. Sie beschäftigte sich zunächst mit

der Frage, wie aus verdinglichten, entfremdeten Menschen „freie Subjekte“ werden - ökonomisch, psychisch und kulturell. Die Frankfurter Schule verstand sich als Fortsetzung der Marxschen Lehre - allerdings unter veränderten Bedingungen. Fromm verknüpfte die Psychoanalyse Sigmund Freuds mit den Erkenntnissen der neuen Soziologie. Er entwickelte das Konzept des „Gesellschafts-Charakters“: Dieser umfasst den „wesentlichen Kern der Charakterstruktur der meisten Mitglieder einer Gruppe“, während der individuelle Charakter „Variationen des Kerns darstellt“.

Fromms Einfluss auf die „Kritische Theorie“ ist unbestreitbar, auch wenn Kritiker bereits zu seinen Lebzeiten die sozialphilosophischen Gesellschaftsbeschreibungen als unzureichend erachten. Fromm - der Frömmeler - auch das ist eine Facette, die im Spottvers des Religionswissenschaftlers und Freundes von Walter Benjamin, Gersholm Sholem, Ausdruck findet: „Mach mich wie den Erich Fromm, dass ich in den Himmel komm.“ CLAUDIA HANTROP

Weitere Infos: Erich Fromm: Haben und Sein, Stuttgart 1977,

<http://www.erich-fromm.de>

Funk, Rainer, Johach, Helmut, Meyer Gerd: Erich Fromm heute. Zur Aktualität seines Denkens. dtv, München 2000. 252 Seiten