

## ERFOLGREICH & VERGESSEN (Folge 37)

Das eine war, das andere ist der Fall. Gemeint sind jene Bücher, deren staunenswerte Verbreitung große Wirkung versprach und die heute gründlich vergessen sind. Zu Recht oder zu Unrecht? KONKRET führt die Erträge erneuter Lektüre vor Augen.

### DIE WAHRE THEORIE UND DIE SCHÖNHEIT DER WARE

Wolfgang Fritz Haug: *Kritik der Warenästhetik*. Suhrkamp, Frankfurt a. M. 1971; aktualisiert und erweitert ebendort 2009, 350 Seiten, 14 Euro

Es gab eine Zeit, da war der Vorwurf der Theorielosigkeit die heftigste Abfuhr, die man sich in einer Diskussion unter Linken holen konnte. Gemeint war natürlich die Abwesenheit *marxistischer* Theorie. Der Ton, in dem das Verdikt laut wurde, hatte etwas schneidend Schmallippiges, so als gelte es, einen sündhaften Makel abzustrafen.

Es muß auch dieses Timbre gewesen sein, das im englischsprachigen Ausland die spöttische Formel vom »German Ableitungs-Marxism« aufkommen ließ. Gemeint war damit ein Verfahren, Gegenstände und Vorstellungen der Alltagswelt streng auf die gesellschaftlichen Widersprüche zurückzuführen, die der Lösung harften. Die subjektive Erfahrung wurde so immer erneut zum Anlaß, an die große umwälzende Aufgabe der Zukunft zu gemahnen und an die Notwendigkeit der Bündelung aller fortschrittlichen Kräfte.

Gegen dies Verfahren des »Zurückführens auf« ließ sich schon damals einiges einwenden und zwar im engen Schulterschuß mit Marx. Der forderte in seinen Bemerkungen zu den Aufgaben einer materialistischen Religionsgeschichte, den leichteren Weg zu meiden, nämlich »durch Analyse den irdischen Kern der religiösen Nebelbildungen zu finden«; man müsse vielmehr »aus den jedesmaligen wirklichen Lebensverhältnissen ihre verhimmelten Formen« entwickeln. Dies sei die »einzig materialistische und daher wissenschaftliche Methode«.

Das ist *easy said but schwer getan*. Einer, der es vor 40 Jahren mit leichter Hand und souveränem Witz tat, ist Wolfgang Fritz Haug. Seine *Kritik der Warenästhetik* von 1971 erlebte zehn Auflagen und wurde intensiv diskutiert. Statt die enthemmte Schönheit der Warenwelt als Ausfluß des Profitinteresses zu denunzieren und als Trug zu entlarven, entwickelt Haug die Warenästhetik aus der der Tauschwertproduktion eigenen Logik.

Ausgehend von den Voraussetzungen, die für den einfachen Tausch von Waren gegeben sein müssen, gelangt der Philosoph über eine präzise Skizze der Funktion des Geldes als »dritter Ware« zu einer eindrucksvollen Darstellung des Widerspruchs von Tauschwert- und Gebrauchswert-

interesse. Ihm dabei zu folgen ist noch heute ein im Umkreis marxistischer Theoriearbeit seltenes Vergnügen: »Vom Standpunkt des Gebrauchswertbedürfnisses ist der Zweck der Sache erreicht, wenn die gekaufte Sache brauchbar und genießbar ist. Vom Tauschwertstandpunkt ist der Zweck erfüllt, wenn der Tauschwert in Geldform herausspringt.« Aus dieser Sicht fungiere »das Leben des anderen als bloßes Medium und Instrument«. Dem einen gelte »die Ware als Lebensmittel, dem anderen das Leben als Verwertungsmittel. Zwischen beiden Standpunkten ist ein Unterschied wie zwischen Tag und Nacht.«

Im Gebrauchswertversprechen der Ware bleibt dieser Widerspruch virulent. Der der Ware mangelnde Sinn für den Warenkörper wandelt sich zur Sinnlichkeit der Erscheinung. Die kann sich vom Gegenstand lösen und als Glücksverheißung ihre Wirkung tun; die Warenästhetik benutzt so das stets lebendige Gebrauchswertinteresse als Mittel zu einem ihm fremden Zweck. Der vom Gegenstand abgelöste Schein treibt den Sinn fürs Konkrete aus und blendet den Blick, während die Hand zugreift. Der Begriff der Warenästhetik meint mithin mehr als die Gesamtheit der von der Werbebranche produzierten Reize, nämlich »einen aus der Warenform entsprungene(n) Komplex dinglicher Erscheinungen und davon bedingter sinnlicher Subjekt-Objekt-Beziehungen«. Sie zu untersuchen eröffnet den Zugang zur »subjektiven Seite in der politischen Ökonomie des Kapitalismus, soweit das Subjektive zugleich Resultat und Voraussetzung ihres Funktionierens darstellt«.

Haug's *Kritik der Warenästhetik* ist 2009 in überarbeiteter Form neu erschienen, ergänzt um ein umfangreiches »zweites Buch« mit dem Titel »Warenästhetik im High-Tech-Kapitalismus«. In welchem Ausmaß »das Subjektive« Resultat und Prämisse des Fortbestehens der herrschenden Gesellschaftsform ist, zeigt die einem im Ausland arbeitenden kubanischen Arzt zugeschriebene Äußerung: »Als ich zum ersten Mal eine Flasche Coca Cola sah, kamen mir die Tränen.«

– Martin Jürgens –