

**„Brauchen wir das alles wirklich?“**

**Ein neuer Treiber der Wirtschaftskrise** 2

**Die Wirtschaft im Förderdschungel und in einer Schuldenfalle** 4

**Die Krise soll geduldig bis zum Jahresende warten** 6

**Die Mehrwertsteuer vernichtet den EU-Binnenmarkt** 8

**Die Waffen-Lobby hat die Welt fest im Griff** 10

**Eier – der Viren liebste Speise** 12

**Abo-Service:**  
vvg@inode.at

**Jahresabonnement:**  
**Österreich: € 52,50**  
**inkl. MwSt.,**  
**außerhalb**  
**Österreichs: € 60,00.**

Medieninhaber und Medienunternehmen: Volkswirtschaftliche Verlagsges.m.b.H.

Herausgeber und Chefredakteur: Ronald Barazon  
Geschäftsführung, Anzeigenleitung, Vertrieb, Redaktion: alle 1070 Wien, Schottenfeldgasse 93/6  
Tel.: 00 43 1 523 74 56  
Druck: Robitschek, 1050 Wien.  
e-mail: vvg@inode.at

Die grundlegende Richtung wird von der Menschenrechtskonvention, den Prinzipien der freien Marktwirtschaft und der Ablehnung jeder Diktatur sowie jeder Verletzung der demokratischen Freiheiten bestimmt.



# „Brauchen wir das alles wirklich?“ Ein neuer Treiber der Wirtschaftskrise

Von Ronald Barazon

**D**er im Zuge der Corona-Krise verhängte Lock-Down hat die Menschen an die Wohnungen gebunden und vermeintlich gezeigt, dass man doch auf Vieles verzichten und trotzdem ein gutes Leben führen könne. Die von Moralisten der verschiedensten politischen, philosophischen und religiösen Richtungen gerne betrieben Kritik an der Konsumgesellschaft hat jetzt viele neue Anhänger. Dieses Phänomen spielt nun eine wichtige Rolle beim Kaufverhalten, wird also zu einem bestimmenden Wirtschaftsfaktor.

## „Braucht“ man nur das zum Überleben Notwendige?

Wirtschaft wird immer stark von der psychischen Verfassung der Menschen bestimmt. Käme jetzt eine Aufbruchsstimmung zustande, würde man allgemein die Zukunft positiv beurteilen, wären die Verluste weniger bedeutsam. Da aber derzeit die Überzeugung vorherrscht, dass man einer länger anhaltenden Krise entgegengehe, zeichnet sich generell eine Konsumverweigerung ab, die die Probleme vergrößert. Für eine zusätzliche Verschärfung sorgt die immer öfter gehörte Frage „Brauchen wir das alles wirklich? Brauche ich das alles wirklich?“

## Der Wohlstand steht auf dem Prüfstand

Der Wohlstand, der seit vielen Jahren das Leben eines Großteils – bei weitem nicht aller – Menschen in den entwickelten Ländern bestimmt, steht auf dem Prüfstand. Die Antwort auf die Frage „Brauche ich denn das alles?“ ist sehr einfach: Nein. Man braucht nur

Nahrungsmittel, die ausreichen um den Hunger zu stillen, eine wie immer geartete Unterkunft, im Winter genügt eine Heizstelle, an der sich mehrere Personen aufwärmen können und so fort.

Ist die Beschränkung auf das Notwendige, auf Dinge, die nur die Not abwenden moralisch? Ist die Erklärung „so ärmlich möchte ich nicht leben“ verworfen? Wohl kaum.

## Man „braucht“ ein menschenwürdiges Leben

Der Anspruch auf ein „menschenwürdiges“ Leben ist legitim. Askese und Verzicht sind keine für alle gültigen, menschengerechten Alternativen, vor allem bilden sie keinen Wert an sich. Somit stellt sich die Frage, was denn ein „menschenwürdiges, menschengerechtes“ Leben sei.

Dabei geht es nicht um das „Brauchen des Notwendigen“, sondern um das Umfeld, das man als angemessen, als angenehm empfindet. Zur Debatte stehen die Größe der Wohnung, die Mahlzeiten, das Auto,

der Fernseher, das Internet, die Theaterbesuche, die Reisen, kurzum, die Gestaltung des Lebens, in einem Wort um die Kultur, in der man sich bewegt.

## Der Kaufrasch kippt leicht in die Askese

Die tatsächliche Problematik der viel kritisierten Konsum- oder Überfluss- oder Wegwerfgesellschaft besteht nicht im Konsum an sich, sondern in dem Umstand, dass Viele nicht definieren wie ihr Umfeld gestaltet sein soll und unüberlegt nach dem Besitz einzelner Güter streben.

Die Beispiele sind Legion vom protzigen Auto über das teuerste Handy bis hin zur großen Wohnung oder den Fernsehapparat in Kinogröße. Unüberlegter Eifer, der einem Rausch gleicht, kippt unschwer plötzlich in einen depressiven Zustand, in dem die Askese an Reiz gewinnt.

Keine Institution vermittelt die entscheidende Botschaft und betont die Richtigkeit eines Lebens auf hohem Niveau. Die Moralisten predigen den Verzicht und kritisieren die Werbewirtschaft, weil diese Dinge anpreist, die „niemand braucht“. Dieser Zugang führt ins Leere. Die Werbewirtschaft macht ihre genuine Arbeit, sie präsentiert den Konsumenten die Angebote der Unternehmen. Es ist Sache der Konsumenten zu entscheiden, was sie kaufen.