



WEIHNACHTSGESCHÄFT

Der Einzelhandel macht ein Fünftel seines Jahresumsatzes im November und Dezember. In einigen Branchen ist der Anteil noch höher (Angaben in Prozent).

Schöne Bescherung!

Morgen, Kinder, wird's was geben. Aber wollen wir diese Weihnachtsgeschenke auch wirklich haben?

VON TOBIAS BECKER
ILLUSTRATIONEN: HALBAUTOMATEN /
MICHAEL SCHOLZ UND HEIKE BEIL



18% \geq

EIGENE EINKÄUFE

Selbstgekaufte Dinge erzeugen im Schnitt 18 Prozent mehr Zufriedenheit als erhaltene Geschenke.

EMPFÄNGERZUFRIEDENHEIT

Je besser man den Beschenkten kennt, desto gelungener die Geschenke. Großeltern erreichen eine Zufriedenheit von nur 75 bis 80 Cent pro ausgegebenem Euro, Freunde von 91 Cent, Geschwister von 99 Cent und Lebenspartner von 102 Cent.



Auch das noch! Nicht nur Banken sind bankrott, nicht nur Staaten gehen pleite, sogar der Weihnachtsmann kann nicht wirtschaften, selbst das Christkind schmeißt die Kohle zum Fenster raus. Das jedenfalls behauptet Joel Waldfogel, 49. Der US-amerikanische Wirtschaftswissenschaftler kritisiert, dass Weihnachten „eine globale Orgie der Wertvernichtung“ sei. Nun gut, man kann sich fragen, ob man im Jahr vier der Wirtschaftskrise nicht guten Gewissens eher ans Christkind glauben sollte als an einen Ökonomen. Doch Waldfogel vermisst uns das Christfest mit Argumenten, die teuflisch gut sind. Viele Geschenke, schreibt er, würden wir uns nicht selbst kaufen, weil wir sie nicht wirklich haben wollen. Nicht den Satz Socken, nicht den Rasierapparat, nicht den Präsentkorb. Nicht den Bildband, nicht den Badezusatz, nicht die Best-of-Bee-Gees-CD. Falls doch, würden wir weniger Geld dafür bezahlen wollen, als der Schenker ausgeben musste. Hat Waldfogel recht, können wir uns die meisten Geschenke schenken. Im Sinne von: Wir können darauf verzichten, sie zu verschenken. Denn letztlich enden sie wie das Aftershave, das unterm Baum steht. Sie stinken uns. Weihnachten ist ein Wirtschaftsmotor, ein Katalysator für den Konsum. Der Einzelhandel macht im November und Dezember ein Fünftel seines Jahresumsatzes; in Spielwarenläden ist der Anteil noch deutlich höher. Durchschnittlich 449 Euro wollen die Deutschen laut der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Deloitte 2011 für die Feiertage ausgeben, davon 286 Euro für Geschenke. Das sind fast fünf Prozent mehr als vergangenes Jahr. Doch die erhöhte

Kauffreudigkeit hat laut Waldfogel nur ein geringes Potential, die richtigen Waren an die richtigen Leute zu bringen: „Wenn andere für uns einkaufen gehen, werden sie höchstwahrscheinlich keine so gute Wahl treffen, wie wir selbst es getan hätten.“

Zwar hat Deloitte auch ermittelt, dass 76 Prozent der Deutschen dieses Jahr viel Wert darauf legen, nützliche Dinge zu verschenken, was für die Beschenkten nützlich sein könnte, ist schwierig. Waldfogel hat die Höhe der Zufriedenheit, die man mit Geschenken erzielt, mit der Höhe der Zufriedenheit verglichen, die man mit selbstgekauften Waren erreicht. Für ein Geschenk, das 100 Euro kostet, würden die meisten Beschenkten nicht mehr als 70 bis 90 Euro zahlen; im Schnitt erzeugen eigene Einkäufe 18 Prozent mehr Zufriedenheit als erhaltene Geschenke. Durch Weihnachten wird also das Glückspotential vergeudet, das im vorhandenen Geld liegt. Ein gigantischer volkswirtschaftlicher Verlust.

Die schlechtesten Schenker sind entfernte Bekannte und Verwandte. Sie erreichen nur eine Zufriedenheit von 75 bis 80 Cent pro ausgegebenem Euro, weil sie den Geschmack des Beschenkten schlecht einschätzen. Ihnen rät Waldfogel, im Zweifelsfall auf Bargeld oder Gutscheine auszuweichen. Wobei beides einen Haken hat: Bargeld ist als Geschenk stigmatisiert, weshalb 100 geschenkte Euro im Schnitt nur so viel Freude machen wie 80 gefundene Euro. „Besonders unpassend ist ein Geldgeschenk eines jungen an einen älteren Menschen“, schreibt der Ökonom. „Gesellschaftlich akzeptiert ist Geld von Eltern oder Großeltern an Kinder.“

«HINREISSEND BESETZT UND SEHR, SEHR LUSTIG!»

KulturSPIEGEL

JODIE
FOSTER
KATE
WINSLET
CHRISTOPH
WALTZ
JOHN C.
REILLY



DER GOTT DES GEMETZELS



NACH DEM
WELTBERÜHMTEN THEATERSTÜCK
VON
YASMINA REZA

EIN FILM VON
ROMAN POLANSKI

PRÄDIKAT:
BESONDERS WERTVOLL

AB 24.11.11 IM KINO



NÜTZLICHKEIT

76 Prozent der Deutschen wollen dieses Jahr nützliche Geschenke kaufen und sogar 79 Prozent der Europäer.

Gutscheine sind weniger stigmatisiert, haben aber den Nachteil, dass im Schnitt etwa ein Zehntel ihres Wertes verfällt, etwa weil die Beschenkten den Gutschein zu spät einlösen wollen.

Wer den zu Beschenkenden gut kennt, sollte daher den Ehrgeiz haben, auf Bargeld und Gutscheine zu verzichten. Freunde erreichen pro ausgegebenem Euro immerhin eine Zufriedenheit von 91 Cent, Eltern von 97 Cent, Geschwister von 99 Cent und Lebenspartner von 102 Cent. Beherzigen sie die Tipps von Waldfoegel, sollten sich diese Werte steigern lassen und Verluste völlig verhindern. Ja mehr noch: Es sollte möglich sein, Geschenke zu machen, die besser sind als das, was die Beschenkten sich selbst hätten kaufen können.

Waldfoegel schickt seine Leser durch eine Schule des Schenkens und skizziert fünf Möglichkeiten. Erstens: ein Geschenk der Erlaubnis. Zum Beispiel seinem Ehemann das iPad kaufen, mit dem er schon länger liebäugelt, das er sich aber nie gönnen würde. Zweitens: ein Geschenk des guten Gewissens. Zum Beispiel ein Gutschein, der nur für einen wohltätigen Zweck ausgegeben werden darf. Drittens: ein Geschenk der Bevormundung. Zum Beispiel einem Jugendlichen statt Bargeld, das er sofort ausgeben würde, eine Geldanlage schenken. Viertens: ein Geschenk der Suche. Zum Beispiel das Musikalbum, nach dem Ihre Freundin schon ewig Ausschau hält und das Sie nun aufstöbern. Fünftens: ein Geschenk der Erfahrung. Zum Beispiel Bücher. Sie gehören zu den Gütern, deren Qualität man erst beurteilen kann, nachdem man sie genutzt hat. „Das schafft für Schenkende die Möglichkeit, bessere

Entscheidungen zu treffen, als wir selbst es könnten“, schreibt Waldfoegel. „Die, die uns beschenken, wissen häufig viel über Sachen, die wir nicht kennen – sie haben sich schon damit beschäftigt. Und wenn sie uns gut kennen, dann kann es durchaus sein, dass sie etwas auswählen, das wir selbst nicht gekauft hätten, das uns aber sehr gut gefällt.“

Waldfoegel argumentiert als Ökonom, aber im Ergebnis ist er gar nicht so weit entfernt von der Diagnose, die der Sozialphilosoph Theodor W. Adorno schon in den vierziger Jahren in der „Minima Moralia“ stellte: Die Menschen hätten das Schenken verlernt, schrieb er. „Wirkliches Schenken hatte sein Glück in der Imagination des Glücks des Beschenkten.“ Heute hingegen schenken die Menschen sich günstigenfalls, „was sie sich selber wünschen, nur ein paar Nuancen schlechter“. Der Verfall spiegle sich „in der peinlichen Erfindung der Geschenkartikel, die bereits darauf angelegt sind, dass man nicht weiß, was man schenken soll, weil man es eigentlich gar nicht will. Diese Waren sind beziehungslos wie ihre Käufer“. Das würde Waldfoegel wohl unterschreiben. Kritisch sah Adorno jedoch auch den „Vorbehalt des Umtauschs, der dem Beschenkten bedeutet: Hier hast du deinen Kram, fang damit an, was du willst, wenn dir's nicht passt, ist es mir einerlei, nimm dir etwas anderes dafür“. Schwer vorstellbar, dass er dem aktuellen Gutscheintrend, den Waldfoegel zum Teil begrüßt, etwas Positives hätte abgewinnen können. Nun wird es einige geben, die das Hauptproblem gar nicht darin sehen, dass das Falsche verschenkt wird, sondern darin, dass zu viel verschenkt wird. Strenge Ökos, lustfeindliche Protestan-

ten, asketische Alt-68er. Gute alte Konsumkritiker. Ihre Gewissheit lässt sich erschüttern. Zum einen sind es nicht Wirtschaftssupermächte wie die USA oder Deutschland, in denen besonders großzügig geschenkt wird, sondern eher ärmere Nationen mit besonders christlicher Bevölkerung. Gemessen am Bruttoinlandsprodukt (BIP) sind die Weihnachtsausgaben am höchsten in Portugal, Italien, Südafrika und Mexiko. Zum anderen ist es nicht so, dass es bei Weihnachten ausschließlich um das Zusammensein der Familie ging, bis der kapitalistische Konsumismus dem Fest die Seele raubte. Im Gegenteil: Die Umsatzspitze, die der Einzelhandel im Dezember verzeichnet, lässt sich in den USA bis 1935 zurückverfolgen. Ja es ist sogar so, dass die Weihnachtsausgaben in den USA 1935 bei ungefähr zehn Dollar pro Million des BIP lagen, im Jahr 2000 aber nur noch bei fünf Dollar.

Der britische Ethnologe Daniel Miller, 57, sieht das Geschenkfest Weihnachten, wie wir es kennen, als Erfindung des 19. Jahrhunderts. Auf dem Höhepunkt der industriellen Revolution, im aufblühenden Kapitalismus, sei es zu einem Mittel geworden, mit dem die Menschen die Vorzüge ihres neuen Wohlstands genießen und zugleich an dem Glauben festhalten konnten, dass sie das Geld „noch immer in goldig-herzliche weihnachtliche Geselligkeit zurückverwandeln konnten“. Mit anderen Worten: Weihnachten war nicht nur Ausdruck des neuen Materialismus, sondern wurde gleichzeitig „zum ersten Fest des Antimaterialismus“, zum „Bollwerk gegen die Kommerzialisierung“. Eine steile These, aber eine charmante.

Weihnachten ist für Miller kein asozialer Konsumterror, sondern die Möglichkeit, den Konsum zu zähmen. „Wir sind uns heute bewusst, dass das Weihnachtsfest zunehmend in den Sog von Kommerz und Materialismus gerät, versuchen aber unsere Hinwendung zum Geld umzukehren und es mit Hilfe von Geschenken in ein Mittel zur Stärkung der Gemeinschaft umzuwandeln.“ Geld auszugeben für die Familie und für Freunde, das ist für ihn sozial.

Dahinter verbirgt sich ein Kerngedanke der Geschenktheorie, den der Ökonom Waldfoegel und die Konsumkritiker alter

Schule verkennen: Schenken ist mehr als die Übereignung eines Gutes. „Vielmehr werden beim Schenken eine Vielzahl von Botschaften und Werten mittransportiert“, schreibt der deutsche Soziologe Holger Schwaiger, 42. Ganz im Sinne feststehender Wendungen: Aufmerksamkeit schenken, Glauben schenken, Liebe schenken.

Schwaiger sieht das Geschenk als „Gradmesser einer Beziehung“. Gelingt ein Geschenk, erfüllt es also die Erwartungen, dann festigt es eine Beziehung. Es signalisiert dem Beschenkten nicht nur, dass man an ihn gedacht hat, dass man Zeit investiert hat und natürlich Geld, sondern auch, dass man ihn in seinen Vorlieben richtig einschätzt, vielleicht sogar in seiner Lebenseinstellung. Er fühlt sich verstanden. Misslingt das Geschenk, signalisiert ihm das, dass man ihm nicht so nahesteht, wie er gehofft hatte. Ein falsches Buch, ein falsches Aftershave, ja selbst eine Socke in der falschen Farbe können also viel kaputtmachen. Im schlimmsten Fall werden an Weihnachten nicht nur volkswirtschaftliche Werte zerstört, wie Waldfoegel fürchtet, sondern Beziehungen.

Bei aller berechtigten Kritik also am kapitalistischen Konsumismus – an überfüllten Kaufhäusern kommen wir in diesen Wochen kaum vorbei: „Letztlich ist das die Arbeit“, schreibt Schwaiger, „die uns abverlangt wird: unter den vielen angebotenen Gegenständen einen herauszufinden und in ein Geschenk zu verwandeln, das zeigt, dass wir den besonderen Geschmack und die Persönlichkeit des zu Beschenkenden berücksichtigt haben.“

Ja, man hat es nicht einfach als Schenkender. Es wird einem, gewissermaßen, nichts geschenkt im Advent.

Joel Waldfoegel: „Warum Sie diesmal wirklich keine Weihnachtsgeschenke kaufen sollten“. Aus d. Amerik. von Ulrike Becker. Kunstmann; 192 S.; 9,90 Euro.
Holger Schwaiger: „Schenken. Entwurf einer sozialen Morphologie aus Perspektive der Kommunikationstheorie“. UVK; 162 S.; 24 Euro.

Daniel Miller: „Weihnachten. Das globale Fest“. Aus d. Engl. von Frank Jakubzik. Suhrkamp; 64 S.; 5,99 Euro. Ab 12.12.

Top CD-Neuheiten bei amazon.de



LANG LANG Liszt now!

Das großartige und spektakulär inszenierte Londoner Solokonzert von Lang Lang gibt es jetzt erstmals auf DVD und Blu-ray. Mit einem Portrait des Starpianisten.



SCHÖNERHERZ & FLEER

Best of Rilke Projekt

Die schönsten Rilke Gedichte verschmelzen mit der Musik von Schönerherz und Fleer zu einem einzigartigen Klangerlebnis. Mit Hardy Krüger, Xavier Naidoo, Nina Hagen, Peter Maffay, Hannelore Elsner, Udo Lindenberg, Iris Berben, Laith Al-Deen u.v.a.



VITTORIO GRIGOLO

Festliches Adventskonzert aus der Dresdner Frauenkirche Stimmungsvoller geht es kaum: Die Dresdner Frauenkirche bot den festlichen Rahmen für das hochkarätige Adventskonzert mit Vittorio Grigolo, Carolina Ullrich, der Staatskapelle Dresden und den Chören von Staatsoper Dresden und Frauenkirche. Der Mitschnitt ist auch als DVD und Blu-ray erhältlich.

amazon.de amazonMP3

Alle CDs jetzt bestellen unter www.amazon.de