

Ludger Heidbrink

Ambivalenzen des Luxuskonsums

Fazit und Ausblick

In der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (FAZ) erschien im Oktober 2024 ein Artikel mit dem Titel „Die Luxusbranche büßt ihre Magie ein“ (Kaiser, 2024). Darin wurde unter anderem die LVMH-Aktie erwähnt, die über 20 % an Wert verloren hatte. Der Artikel ließ den Eindruck entstehen, dass der Konsum von Luxusgütern seinen Zenit überschritten habe und sich weltweit auf dem Abstieg befindet. Zur gleichen Zeit deuteten andere Ereignisse jedoch darauf hin, dass es sich lediglich um eine vorübergehende Delle handeln könnte. Ein Hinweis darauf war die zeitgleiche Meldung, dass die NASA-Astronauten, die 2026 zum Mond fliegen, mit Anzügen von Prada ausgestattet werden sollten (ZDF, 2024). Der Luxuskonsum scheint also weiterhin Relevanz zu besitzen, möglicherweise weil es höchst vielfältig ist und entsprechend konträr wahrgenommen wird.

Die Jahrestagung 2024, die in diesem Schlussbeitrag zusammengefasst werden soll, hatte es sich zur Aufgabe gemacht, die Ambivalenzen des Luxuskonsums zwischen Faszination, Dekadenz und Nachhaltigkeit zu erkunden. Dabei zeigte sich, dass der Konsum von Luxusgütern und -diensten auf der einen Seite als Ursache multipler Krisenphänomene gesehen werden kann – etwa im Sinne eines exzessiven Überkonsums, der zu planetaren Belastungsgrenzen geführt hat (Hastings, 2022). Auf der anderen Seite wurde aber auch das transformative Potenzial des Luxus sichtbar, das darin besteht, existierende Konsumparadigmen zu hinterfragen und neu zu definieren. In dem Spannungsverhältnis zwischen ressourcenintensiven Konsumpraktiken einerseits und nachhaltigen, sozialen und ökologischen Formen eines *New Luxury* andererseits bewegte sich die Veranstaltung. Dabei rückten auch Vorstellungen des „öffentlichen Luxus“ (Communia & Bundjugend, 2023) in den Fokus. Hierbei geht es um mehr gesellschaftliche Teilhabe, eine Umgestaltung öffentlicher Infrastrukturen im Sinne des guten Lebens sowie Suffizienzstrategien, die auf Langlebigkeit von Gütern und reduzierten materiellen Verbrauch setzen.

Der Vortrag von Mike Featherstone widmete sich der kulturellen Relevanz des Luxus und machte deutlich, dass sich ein Trend zu einem zunehmend elitären Konsum beobachten lässt. Dieser Trend ist eng verknüpft mit einem impliziten Aufstiegsversprechen für die Mittelklasse, bei dem Luxusgüter entwe-

der als Belohnung in Aussicht gestellt oder als normatives Ziel kommuniziert werden. Gleichzeitig trägt diese Dynamik aber auch zur weiteren Intensivierung konsumbezogener Prozesse bei. Damit tritt erneut das Problem der planetaren Grenzen des Luxuskonsums in den Vordergrund, das in der gesamten Debatte eine zentrale Rolle einnimmt.

Mike Featherstone schlug deshalb mit Blick auf die durch den globalen Massenkonsumenten, insbesondere aber durch den konventionellen Luxuskonsum verursachten ökologischen Belastungen vor, eine neue Konsumentenethik zu entwickeln. Als exemplarische Figur nannte er den Dandy, der durch seine Vorliebe für hochwertige und langlebige Luxusgüter ein Gegenmodell zum industriellen Massenkonsumenten verkörpert. Man könnte den Lebensstil des Dandys, wie er etwa in dem Roman *A Rebours* von Joris Huysmans durch den Protagonisten Jean Floressas Des Esseintes verkörpert wird, der beschließt, auf eine geplante Reise zu verzichten, um sie allein in der Phantasie zu vollziehen, als nachhaltigen Ballast-abwurf interpretieren: der wahre Luxus wird durch den bewussten Verzicht auf unnötigen Luxus erreicht.

Auf der anderen Seite zeigten die Vorträge, dass realer Luxus nach wie vor eine hohe Attraktivität besitzt, und zwar auf eine scheinbar widersprüchliche Weise. Peter Seele wies auf eine Tendenz zu klandestinem Luxus hin, bei dem Luxusprodukte – etwa hochpreisige Armbanduhren – oft verborgen oder versteckt werden, aus der Befürchtung heraus, in der Öffentlichkeit als anstößig wahrgenommen zu werden. Nach Seele liegt hier eine Art Doppelmoral vor, in der die Demonstration von Luxus mit dem Bedürfnis nach Unsichtbarkeit einhergeht. Dieses Spannungsfeld von demonstrativem Luxus und seiner Invisibilisierung, die auch im Greenwashing von Luxusgütern zum Tragen kommt, müsse berücksichtigt werden, wenn es darum geht, die problematischen Konsequenzen des Luxuskonsums effektiv zu adressieren.

Fernando Fastoso befasste sich mit der Frage, warum der Bedarf nach Luxus zunehmend auch in jüngeren Bevölkerungsgruppen wächst, die sich Luxus eigentlich nicht leisten können. Insbesondere durch Plattformen wie Instagram und die dort präsentierten *role models* entstehen Bedürfnisse nach sogenanntem *Neo-Luxury*. Der wirtschaftliche Beitrag dieses Trends ist erheblich, jedoch müssen auch die damit verbundenen nicht-nachhaltigen Konsequenzen berücksichtigt werden, die in der gesellschaftlichen Ausweitung des Luxuskonsums bestehen, für die dringend ressourcenverträgliche und soziale Lösungen gefunden werden müssen.

Klaus-Peter Wiedmann ging auf den Umstand ein, dass Luxus ein subjektives Phänomen darstellt, dessen Motivstrukturen genauer untersucht werden müssen.

Luxus lässt sich als individuelle Bedürfnisbefriedigung verstehen, dies jedoch in einer sehr komplexen Form. Eine Typologisierung der Luxus-Konsumentinnen und -Konsumenten kann dabei helfen, den Luxus in die gewünschte Richtung zu lenken, indem gezielt jene Konsumtypen angesprochen werden, deren Konsumverhalten verändert, modifiziert oder transformiert werden soll.

Sylvia von Wallpach, deren Vortrag nicht in den Band aufgenommen werden konnte, da er an einem anderen Ort publiziert worden ist, hob die neue Dynamik hin zu einem liquiden, immateriellen Konsum hervor. Bei dieser Art von Konsum steht das Sammeln von Glücksmomenten im Vordergrund – besondere Augenblicke, die durch hohe Erlebnisintensität und Seltenheitsmerkmale gekennzeichnet sind. Luxus stellt hier eine Art Auszeit vom Alltag dar. Dies führt zu der zentralen Frage der Substituierbarkeit des konventionellen Luxuskonsums: Lassen sich traditionelle Luxusgüter wie Sportwagen oder Superyachten (Salle, 2022) durch immaterielle Formen des Konsums ersetzen, der ähnliche Erlebnisse vermittelt wie konventioneller Luxuskonsum, ohne jedoch zu dessen Ressourcenverbrauch, Umweltbelastung und Unterschreitung von Arbeits- und Sozialstandards zu führen? Es blieb offen, ob eine solche Entwicklung langfristig realisierbar ist, insbesondere in einer globalen Konsumgesellschaft, die weiterhin stark auf materiellen Luxus ausgerichtet ist.

Die letzten beiden Vorträge setzten sich mit der Frage auseinander, inwiefern der Luxuskonsum zur Fortsetzung nicht-nachhaltiger Lebensstile führt. Tanja Busse zeigte, dass der Luxus der Reichen in Gestalt von Sport Utility Vehicle(s) (SUV)s oder Kreuzfahrten als Vorbild für die Mittelklasse fungiert – mit der Folge, dass in der Mittelklasse nicht-nachhaltige Lebensstile der Reichen vermehrt nachgeahmt werden. Damit entsteht nicht nur ein ökologisches Problem, sondern ein Problem der sozialen Gerechtigkeit: Soll der Mittelklasse verboten werden, was der vermögenden Klasse erlaubt ist? Sollte nicht vielmehr umgekehrt der Konsum der Reichen und Superreichen, der je nach Berechnungsgrundlage bis zu zwei Dritteln zum globalen Ausstoß von Treibhausgasen beiträgt (Chancel, 2022; Oxfam, 2023), begrenzt werden? Busse machte hierzu den Vorschlag einer Budgetierung von Emissionsrechten, durch die jeder Verbraucherin ein begrenztes Kontingent des Ausstoßes von Treibhausgasen zur Verfügung gestellt wird – eine möglicherweise faire, aber politisch sicherlich nur schwer umsetzbare Lösung der *Carbon Inequality*, die durch den Luxuskonsum entsteht.

Philipp Lepenies setzte sich in seinem Vortrag, der nicht in diesen Band aufgenommen wurde, mit der Problematik einer Politik des Verbots und des Verzichts auseinander. Eine offene politische Frage ist, auf welche Reaktionen eine konsumorientierte Verbotspolitik in der breiten Bevölkerung stoßen wird. Lässt

sich durch Verzichtsmaßnahmen oder Verbotsstrategien eine Veränderung von Konsumpraktiken erreichen? Zweifellos muss hierbei zwischen einem freiwilligen Verzicht auf schädigende Konsumpraktiken und einem erzwungenen Verbot unterschieden werden. Beiden Wegen gemeinsam ist jedoch die Abkehr von bislang eingeschlagenen Konsumpfaden, die für die Verbraucherpolitik eine besondere Herausforderung darstellt, da diese Abkehr in Zukunft mit einer verstärkten Sorge um Wohlstandseinbußen und den Verlust an Lebensqualität einhergehen könnte (Lamla et al., 2024).

Als Fazit der Jahreskonferenz lässt sich festhalten, dass es ein grundlegendes menschliches Bedürfnis nach Luxuskonsum gibt, das sich weder durch Regulierungen noch Verzichtsappelle aus der Welt schaffen lässt. Das Bedürfnis nach Luxus scheint etwas zutiefst Menschliches zu sein, das sich als überschießende „Verbrauchskraft“ (Schivelbusch, 2016) nicht vermeiden, sondern allenfalls umlenken und in alternative Kanäle leiten lässt. Der alternative Luxus kann darin bestehen, freie Zeit zu konsumieren, einfache Genüsse zu kultivieren oder sich ein Paar rahmengenäherte Schuhe anzuschaffen, die aufgrund ihrer Lebensdauer nachhaltiger sind als die neuesten Sneaker aus dem Online-Handel.

Die Auseinandersetzung mit dem sozialen, kulturellen und ökonomischen Status von Luxusgütern und -diensten hat gezeigt, dass es aus konsumethischer Sicht nicht darum gehen sollte, Luxus als Überkonsum zu dämonisieren, sondern vielmehr eine Ethik des Luxus zu entwickeln, die auf die Herausforderungen des Luxus durch Umdenken, neue Einstellungen und die Schaffung alternativer Luxusformen reagiert. Die aktuellen Debatten um eine gesellschaftliche und politische Wende zur „Nicht-Nachhaltigkeit“ (Blühdorn et al., 2020) haben deutlich gemacht, dass konsumethische Devisen wie *less is more*, Plädoyers für Suffizienz oder Subsistenz und die Interpretation des Konsumverzichts als Gewinn an Lebensqualität nur begrenzt funktionieren. Luxus stellt ein singuläres Konsumphänomen dar, das sich nicht ohne Weiteres substituieren lässt. Es gibt keinen Ersatz für Luxus – es sei denn, andere Formen des Luxus. Dies führt auch zu der Einsicht, dass im Bedürfnis nach Luxus ein wesentlicher Keim der Resilienz gegenüber der nachhaltigen Transformation von Gesellschaften liegt. Konsumforschung und Verbraucherpolitik im Zeitalter des „Anthropozäns“ müssen sich dieser Einsicht stellen und das Bedürfnis nach Luxus in die zukünftige Forschung und Politik integrieren.

Literatur

- Blühdorn, I. (2020). *Nachhaltige Nicht-Nachhaltigkeit. Warum die ökologische Transformation der Gesellschaft nicht stattfindet* (2. aktualisierte Aufl.). Transcript.
- Chancel, L. et al. (2022). World Inequality Report 2022. *Wir2022.wid.world*. Abgerufen am 6. Juni 2025. <https://wir2022.wid.world/download/>
- Communia/Bundjugend (Hg.) (2023). *Öffentlicher Luxus*. Dietz.
- Hastings, G. (2022). *Hyperconsumption: Corporate Marketing vs. the Planet*. Routledge.
- Kaiser, A. (2024, 12. Oktober). Die Luxusbranche hat ihre Magie eingebüßt. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Abgerufen am 6. Juni 2025. <https://www.faz.net/aktuell/stil/modedesign/warum-die-konsumfreude-in-der-luxusbranche-gedaempft-ist-110041655.html>
- Lamla, J., Heidbrink, L., Hohnsträter, D., Loer, K., Roschka, J. (2024). *Die Zukunft des Konsums. Agenda zur Neuperspektivierung der Verbraucherforschung*. <https://doi.org/10.17170/kobra-202410711087>
- Oxfam Deutschland. (2023). Klima der Ungleichheit. Wie extremer Reichtum weltweit die Klimakrise, Armut und Ungleichheit verschärft. *Oxfam Deutschland.de*. Abgerufen am 5. April 2025. <https://www.oxfam.de/system/files/documents/20231120-oxfam-klima-ungleichheit.pdf>
- Salle, G. (2022). *Superyachten. Luxus und Stille im Kapitalozän*. Suhrkamp.
- Schivelbusch, W. (2016). *Das verzehrende Leben der Dinge. Versuch über Konsumtion*. Fischer.
- ZDF (2024, 16. Oktober). Mond-Astronauten tragen Prada. *ZDF Heute.de*. Abgerufen am 6. Juni 2025. <https://www.zdfheute.de/panorama/weltall-raumfahrt-anzug-prada-axiom-100.html>

