

Simon Schaupp

Vom ökologischen zum antiökologischen Demonstrativkonsum

Zur affektpolitischen Semantik des Genießens der (Nicht-)Nachhaltigkeit

In Tschechien feiert im Winter 2025 die Partei Motoristé sobě (Motoristen für sich selbst) ihren zweiten Überraschungserfolg: Nachdem sie zuvor direkt nach ihrer Gründung bei der Europawahl auf über 10 Prozent der Stimmen gekommen war, gelang ihr nun der Einzug ins tschechische Parlament. Als Juniorpartner in der Regierung des rechtspopulistischen Milliardärs Andrej Babiš wurden ihr gleich vier Ministerien zugesprochen: neben dem Außenministerium auch das Kulturministerium, das Umweltministerium und das Ministerium für Sport, Prävention und Gesundheit. Die Partei versteht sich als Vertretung der Interessen von Autobesitzern. Ihr Fokus liegt auf dem Widerstand gegen die Abschaffung von Verbrennungsmotoren und der allgemeinen Gegnerschaft zum Umweltschutz (Honigmann 2025). Das Gesicht der Partei ist der ehemalige Rennfahrer Filip Turek. Bereits vor seinem Einstieg in der Politik hatte er auf YouTube und Instagram als Influencer gewirkt. Dort führte er seine Flotte aus mehreren britischen Oldtimern und hochpreisigen Sportwagen vor und wetterte gegen den Klimaschutz. Schlagzeilen machte er immer wieder mit verschiedenen Transgressionen. In einem Video filmt er sich etwa, wie er mit deutlich über 200 km/h über eine tschechische Autobahn rast, auf der eine Geschwindigkeitsbegrenzung von 130 gilt. Bei anderer Gelegenheit sorgte er mit einem Helm für Aufsehen, auf dem das Symbol eines Jagdgeschwaders der deutschen Wehrmacht zu sehen war, samt Aufschrift „Luftwaffe“. Ein anderer seiner Helme soll das Symbol der verbotenen rechtsextremen griechischen Partei Goldene Morgenröte gezeigt haben (Schuster 2025).

Aber nicht nur das Auto, sondern auch das Fleisch scheint sich besonders zum Symbol rechtspopulistischer Politik zu eignen. Berühmt geworden ist mittlerweile der Slogan von AFD-Chefin Alice Weidel: „Ich lasse mir mein Schnitzel nicht wegnehmen!“ Aber auch näher am politischen Mainstream ist die Inszenierung von Fleischkonsum ein beliebtes Mittel geworden, prominent etwa bei CSU-Chef Markus Söder und seiner Social-Media-Kampagne #söderisst, die er explizit

politisch verstanden haben möchte. So stellte er Bundeslandwirtschaftsminister Alois Reiner in Kontrast zu seinem „grün-veganen“ Vorgänger als „schwarzen Metzger“ vor und versprach „Leberkäs statt Tofu-Tümelei“.

Dem Automobil und dem Fleisch zu huldigen stellt eine Form der Symbolpolitik dar, die mit dem weltweiten Aufstieg des Rechtspopulismus an Bedeutung gewinnt: der antiökologische Demonstrativkonsum. Dieses Phänomen soll hier in seinen verschiedenen Facetten und politischen Implikationen beleuchtet werden. Als antiökologisch wird diese Form des Konsums deshalb bezeichnet, weil er die mit ihr einhergehenden ökologischen Schäden nicht nur billigend in Kauf nimmt, sondern explizit ins Zentrum seiner Inszenierung stellt. Es geht hier jedoch weniger um den Inhalt und die Verbreitung antiökologischer Einstellungen (z. B. Niederhauser 2025), sondern um Praktiken, genauer gesagt Konsumpraktiken. Der Begriff des Demonstrativkonsums verweist dabei auf die symbolisch-relationale Dimension des Konsums. Vor dem Hintergrund der ökologischen Krise kam es in den letzten Dekaden zu einer zunehmenden Politisierung der Materialität des Konsums, die sich insbesondere im nachhaltigen Lebensstil artikulierte (Lamla 2013). Mit dieser Politisierung geht auch eine starke affektive Aufladung des Konsums einher (grundlegend zur affektiv-emotionalen Perspektive auf Konsum: Illouz 2009). Im Folgenden zeige ich, wie der nachhaltige Konsum nicht nur ein Gefühl der moralischen Überlegenheit, sondern auch eine spezifische asketische Form des Genießens ermöglicht. Antiökologischer Demonstrativkonsum erlangt seine Bedeutung durch die affektpolitische Abgrenzung vom nachhaltigen Lebensstil. Für den Rechtspopulismus ist er vor allem deshalb attraktiv, weil er besonders kompatibel mit der Provokation als dessen zentraler politischer Semantik ist. Insbesondere ermöglicht er durch die Zurschaustellung der Transgression gegen angeblich dominante Nachhaltigkeitsnormen die Mobilisierung von Ressentiments. Diese Transgression stellt sich jedoch als eine im Kern konformistische heraus. Sie richtet sich entgegen ihrem Anschein keineswegs gegen die Grundprinzipien der symbolischen Ordnung, sondern *affirmiert* diese vielmehr. Das gilt nicht nur für die Bekräftigung patriarchaler Herrschaft, die immer wieder als wichtiges Element des Zelebrierens von Fleisch und Autos identifiziert wurde (Adams 1994; Balkmar 2020; Daggett 2023; Rozin et al. 2012). Vor allem – so wird dieser Beitrag zeigen – affirmiert der antiökologische Demonstrativkonsum das Leistungsprinzip als zentrale Verdichtung der symbolischen Ordnung. Mit dieser Analyse soll eine holistische Perspektive entwickelt werden, die den Konsum – auch in symbolischer Hinsicht – relational zur Produktion in den Blick nimmt.

Was ist Demonstrativkonsum?

Der Konsumakt erscheint im spätmodernen Kapitalismus als zentrale Manifestation der Individualität. Was das Subjekt kauft – oder zumindest begehrt –, macht den Kern seiner Identität aus. Bereits aus einer psychologischen Perspektive stellt sich jedoch bereits die Konstitution dieses Begehrens als relational dar. Insbesondere die Psychoanalyse Jacques Lacans hat zu dem Verständnis beigetragen: Wir begehren das, was wir für das Begehren des Anderen halten, weil der Andere es begehrt und weil wir das Begehren des Anderen auf uns lenken wollen. In diesem doppelten Sinne sind unsere Begehren immer Begehren des Anderen (Lacan 2016). In Bezug auf Konsumententscheidungen bedeutet das, dass sich das Subjekt ständig fragt, welches Objekt in den Augen des Anderen das begehrtestenwerteste ist. Es kauft eine Ware in der Hoffnung, genau das richtige Modell zu finden, die den Wünschen anderer Subjekte entsprechen. Bei Lacan ist damit, anders als in der triebtheoretischen Psychoanalyse, nicht gemeint, dass das Subjekt ein ursprüngliches Begehren zugunsten einer Anpassung an die symbolische Ordnung aufgibt (so etwa bei Marcuses [1977] Kritik der Konsumkultur). Vielmehr leitet sich das eigene Begehren des Subjekts immer aus seiner Interpretation des Verlangens des Anderen ab: Während das Subjekt das Begehren des Anderen interpretiert, um sein eigenes Begehren zu entdecken, interpretiert der Andere gleichzeitig ein anderes Begehren, um sein Begehren zu entdecken. Das Begehren entsteht also aus einer Kette von Interpretationen, die keinen Endpunkt hat (McGowan 2016, 35 ff.).

Eine soziologische Analyse kann diesem relationalen Ansatz entscheidende Elemente hinzufügen, indem sie die Strukturprinzipien der symbolischen Ordnung offenlegt, insbesondere die Funktionsweisen gesellschaftlicher Hierarchien. Einen Meilenstein einer solchen Analyse liefert Thorstein Veblen, der den Begriff des Demonstrativkonsums (*conspicuous consumption*) entwickelt (Veblen 1899, 68 ff.). Kernargument ist dabei, dass der Erwerb von Gütern nicht nur durch deren Funktionalität zu erklären sei, sondern wesentlich als Demonstration von Status. Dabei greift er zunächst auf die Arbeit Gabriel Tardes (2003 [1890]) zurück, der Gesellschaft als ein Geflecht aus Imitationsströmen begreift, in denen kulturelle Formen über Prestige-Hierarchien hinweg diffundieren. Die zentrale Dynamik besteht darin, dass soziale Innovationen von höheren zu niedrigeren Klassen wandern, während Eliten ihre Unterscheidungsmerkmale fortlaufend erneuern, sobald ihre kulturellen Formen massenhaft imitiert werden. Im Kern handelt es sich um einen zyklischen Prozess sozialer Konkurrenz: Die oberen Klassen etablieren symbolische Praktiken, die unteren Klassen ahmen sie nach,

wodurch die oberen Klassen wiederum gezwungen werden, neue Distinktionsformen zu produzieren. Tarde verortet die Triebkraft dieser Prozesse in der „Prestige-Imitation“, einer sozialen Psychologie der Autorität, nach der die Handlungen hoher sozialer Positionen einen normativen und ästhetischen Sog entfalten. Veblen (1899) ergänzt diesen Ansatz um eine Analyse symbolisch-ökonomischer Institutionen. So erfülle der Demonstrativkonsum in der modernen Gesellschaft die Funktion der Trophäe – allerdings mit einem entscheidenden Unterschied zur Stammesgesellschaft: In dieser demonstrierte die Trophäe mit dem Jagderfolg die gesellschaftliche Nützlichkeit ihres Besitzers. In der frühen bürgerlichen Gesellschaft unterstreiche der Demonstrativkonsum demgegenüber gerade die Nutzlosigkeit. Muße und die sichtbare Verschwendung werden zu Symbolen ökonomischer Leistungsfähigkeit, wobei gerade die Abwesenheit produktiver Tätigkeit die höchste Prestigestufe markiert. Für den Demonstrativkonsum bedeutet dies: Je weniger funktional und je kostspieliger ein Gut ist, desto stärker artikuliert es ökonomische Überlegenheit. Der Mechanismus der „pecuniary emulation“ (Veblen 1899, 22 ff.) – die nach unten wandernde Nachahmung des elitären Konsums – entspricht bei Veblen beinahe wörtlich Tardes Vorstellung der Prestige-Imitation. So richten sich bei Veblen die unteren Klassen an ihrer Wahrnehmung und Bewertung der oberen aus. Die Eliten sind Träger eines spezifischen kulturellen Codes, der an Güter gebunden ist, die gleichsam kostspielig und unpraktisch sind.

Für Georges Bataille (1985) steht die Nutzlosigkeit des Demonstrativkonsums für eine tieferliegende Bedeutung: das Opfer. Nach seiner Lesart ist der Wert der Güter proportional zu dem Opfer, das für sie gebracht werden muss. Die eigentliche Bedeutung des Diamantenkolliers liegt in der Opferung des Vermögens, das es gekostet hat. In diesem Sinne „bleibt der ostentative Verlust überall mit dem Reichtum verbunden als seine eigentliche Funktion“ (Bataille 1985, 21). Damit stelle der Demonstrativkonsum eine Säkularisierung des Opferritus dar. Beide erfüllten die Funktion, Gegenständen metaphysischen Wert zu verleihen und Gruppenzugehörigkeit zu erzeugen.

Das Element der Gruppenzugehörigkeit wird in Pierre Bourdieus (1987) Theorie der Distinktion noch einmal ausgebaut. Er verdankt Veblens Theorie des Demonstrativkonsums wichtige Einsichten zum sozialen Status. Bei Bourdieu ist Konsum allerdings kein imitatives Verhalten, sondern Ausdruck einer durch Sozialisation inkorporierten Disposition: des Habitus. Dieser fungiert als generatives Schema, das bestimmt, wie Individuen ihre Umwelt klassifizieren, welche ästhetischen Vorlieben sie entwickeln und welche Praktiken sie als selbstverständlich betrachten. Der soziale Geschmack ist somit ein Produkt der Position im so-

zialen Raum. Konsum wird zu einem Medium der symbolischen Grenzziehung, das die Klassenlage nicht nur ausdrückt, sondern aktiv reproduziert. Während Veblen den Wert eines Gutes primär an seiner ökonomischen Kostspieligkeit festmacht, interessiert Bourdieu insbesondere dessen kulturelle Kodierung. Güter besitzen nicht aufgrund ihres Preises, sondern aufgrund ihrer Passformigkeit zum Habitus Wert – etwa durch Zuschreibungen wie „natürlich“, „raffiniert“, „authentisch“ oder „gebildet“. Aus dieser Perspektive erscheint Konsum als symbolische Praxis, die nicht einfach auf die Imitation höherer Klassen zielt, sondern auf die habitualisierte Reproduktion sozialer Unterschiede. Die Theorie Bourdieus erlaubt es daher, Distinktion nicht als episodische Statusinnovation, sondern als strukturell eingebettete, dauerhafte und klassenreproduktive Logik zu begreifen.

Insgesamt zeigt sich, dass Demonstrativkonsum gerade nicht nur den Luxuskonsum der Reichen, sondern ein allgemeines Phänomen bezeichnet: Konsum hat aus dieser theoretischen Perspektive immer eine relational-symbolische Dimension, die untrennbar mit der Reproduktion gesellschaftlicher Hierarchien verbunden ist. In diese Dynamik ist auch der nachhaltige Konsum eingelassen.

Ökologische Distinktion

Nachhaltiger Konsum umfasst heute eine breite Palette von Praktiken – von Bio-Lebensmitteln und „slow fashion“ über E-Mobilität und urbane Sharing-Kulturen bis hin zu minimalistischen Lebensstilen. In den letzten Jahrzehnten avancierten ökologische und ethische Konsumformen zunehmend zu kulturellen Evaluationsmustern, die nicht nur moralische Verantwortung signalisieren, sondern auch feine Unterschiede sozialer Positionierung fungieren. Zahlreiche Studien zeigen, dass besonders höher gebildete, urbane Mittelschichten und Oberschichten überdurchschnittlich häufig auf nachhaltige Angebote zugreifen (Dauvergne 2016; Eversberg et al. 2024; Neckel 2020). Die ökologische Semantik fungiert hier als kultureller Code, der Werte wie Informationskompetenz, Verantwortlichkeit, Zukunftsbewusstsein und Modernität ausdrückt. Nachhaltige Praktiken übernehmen somit Funktionen, die bei Veblen kostspielige und unpraktische Güter hatten – sie werden zu Trägern symbolischen Prestiges, allerdings mit moralischer Aufladung. Aus bourdieuscher Perspektive lässt sich diese Entwicklung als eine Art „Öko-Habitus“ (Carfagna et al. 2014; Kennedy & Givens 2019) deuten, der Natürlichkeit, Regionalität, Authentizität und Reduktion betont.

Neckel (2018) betont, dass die ökologische Distinktion aus zwei Gründen bei der Mittelklasse und insbesondere dem Bildungsbürgertum beliebt sei. Erstens

ermögliche sie sowohl eine Abgrenzung gegenüber dem gleichsam als ungesund wie unnachhaltig abgewerteten Lebensstil der Unterklassen als auch gegenüber dem als dekadent kritisierten Lebensstil der Oberklassen. Zweitens biete die Nachhaltigkeit mit ihrer Ausrichtung auf die Zukunft eine Strukturanalogie zur investiven Statusarbeit, die den Lebensstil der Mittelklassen im Kern auszeichne: Eine ethische Lebensführung ist diejenige, die den Genuss von heute dem Wohlstand der Zukunft opfert.

Der symbolische Mehrwert des ökologischen Demonstrativkonsums besteht also nicht in seiner ökologischen Wirksamkeit, sondern in der Verknüpfung von moralischem Anspruch und kultureller Kompetenz. Damit verschmelzen bourdieusche und veblenianische Mechanismen: Der Preis vieler nachhaltiger Produkte bleibt hoch, während die ästhetische Semantik zugleich einen exklusiven Habitus ausdrückt. In diesem Sinne kann von neuen Formen klassenkodierter Ökologisierung gesprochen werden, die auch als „ökologischer Klassismus“ bezeichnet werden kann (Bell 2020; Soper 2004). Damit wird unterstrichen, dass ökologische Konsumoptionen oft ungleich verteilt sind und moralische Distinktionswirkungen entfalten. Diese ökologische Distinktion bildet einen wichtigen Hintergrund für ein Verständnis der politischen Bedeutung des antiökologischen Demonstrativkonsums.

Antiökologische Distinktion

Seine Distinktionswirkung erzielt der Konsum dadurch, dass Waren zu Symbolen werden, die sich auf andere Symbole beziehen, oft durch Abgrenzung. Vor diesem Hintergrund ist es angesichts des Wachstums nachhaltigen Konsums wenig verwunderlich, dass sich Konsumformen entwickeln, die sich vom nachhaltigen Konsum abgrenzen. Dabei handelt es sich nicht einfach um nichtnachhaltigen Konsum, sondern um einen explizit antiökologischen Demonstrativkonsum. Im eingangs zitierten Beispiel von Motoristé sobě wird die wachsende Stellung eines solchen Demonstrativkonsums für den Rechtspopulismus sehr deutlich: Die Partei verbindet das Zelebrieren des Autos mit einer Elitenkritik, indem sie das Auto als Symbol für individuelle Freiheit und Alltagsinteressen „des Volkes“ darstellt. Umweltschutzmaßnahmen werden demgegenüber als Ausdruck einer abgehobenen, urbanen und grünen Elite kritisiert. Diese Rhetorik schafft eine klare „Wir gegen die“-Erzählung, die emotional mobilisiert, gerade indem sie die Erfahrung der ökologischen Distinktion aufgreift und ihr eine *antiökologische Distinktion* gegenüberstellt.

In verhältnismäßig harmloser Form zeigt sich diese antiökologische Distinktion in der Zurschaustellung von Fleischkonsum als Akt des Widerstands gegen die Norm der Nachhaltigkeit, die zum inszenatorischen Standardrepertoire etwa von Alice Weidel (AfD) oder Markus Söder (CSU) geworden ist. Hier wird deutlich, dass es, ähnlich wie beim nachhaltigen Konsum, auch beim antiökologischen Demonstrativkonsum um eine Politisierung der Materialität des Konsums in ihren ökologischen Konsequenzen geht. Erst vor dem Hintergrund der nachhaltigen Lebensführung und des Bewusstseins um die ökologische Krise erschließt sich der symbolische Gehalt dieser Praxis.

Zentral für die Attraktivität der antiökologischen Distinktion ist ihre gemeinschaftsstiftende Funktion. Aus einer bourdieuschen Perspektive wird deutlich, dass der Konsum durch seine Distinktionsfunktion zur Gruppenkohäsion beiträgt. Es ist gerade die Abgrenzung von einem anderen Geschmack (hier dem des nachhaltigen Lebensstils), die die Herausbildung eines gemeinsamen Habitus ermöglicht, über den sich Gruppenmitglieder miteinander identifizieren können. So zeigen etwa Loy und Wetts (2026), dass sich die Rhetorik konservativer und rechter Medien zum Thema Vegetarismus vor allem eines klassenbasierten Ressentiments bedient: Anstatt sich auf die Verbreitung von Fehlinformationen oder die Förderung wissenschaftlicher Gegenargumente zu stützen, diskreditierten sie mit ihren Kommentaren Vorschläge zur pflanzenbasierten Ernährung, indem sie sie mit einer abgelehnten Gruppe (den „Eliten“) in Verbindung bringen und mit moralischer und emotionaler Sprache Wut, Ressentiments, aber auch Spott schüren.

Mit ihrem Fokus auf die Alltäglichkeit der sozialen Distinktion kann die Habitus-theorie die starke affektpolitische Aufladung des antiökologischen Demonstrativkonsums jedoch nicht ausreichend erklären. Wichtig ist hierfür zunächst, dass die Praxis eingebettet ist in rechtspopulistische Strategien der *Provokation*. So ist etwa der demonstrative Fleischkonsum keine Idiosynkrasie von Söder oder Weidel, sondern vielmehr eine international verbreitete Strategie des „Gastropopulismus“ (Starita 2022). Diese schließt an eine umfassendere Mobilisierungsstrategie an, die vor allem auf Provokation setzt. Das beginnt mit dem Brechen bürgerlicher ästhetischer Konventionen, etwa wenn Trump darauf besteht, sein Steak nur „well done“ und mit Ketchup zu essen. Vor allem aber geht es um die gezielte Provokation moralischer Normen, unter anderem im Bereich der Nachhaltigkeit. Hier erweisen sich die Rechtspopulisten als veritable Soziologen: Sie wissen um die zentrale Stellung, die Moral und Anstand in der Subjektivierung der liberalen Mittelschichten einnehmen, und provozieren diese gezielt – etwa mit Slogans wie „Drill Baby, Drill!“, der Forderung nach mehr Dieselwagen auf deutschen Straßen

oder der Behauptung, sich fast ausschließlich von Fleisch zu ernähren. Alsdann hoffen sie auf eine möglichst lautstarke Artikulation der liberalen Empörung, erlaubt diese es ihnen doch, an proletarische Abwertungserfahrungen durch die ökologische Distinktion anzuknüpfen. Suggestieren wollen die Gallionsfiguren des Rechtspopulismus, dass sie vom „Establishment“ ebenso herablassend behandelt werden wie die unteren Klassen, die für ihre „prolligen“ Mopeds oder ihr ungesundes Fast Food verachtet werden. So wird eine proletarische Identifikation mit Millionären wie Filip Turek, Donald Trump oder Andrej Babiš ermöglicht, deren Politik keinerlei Angebote zur tatsächlichen Verbesserung der Lage der unteren Klassen macht. Ähnliche Inszenierungsstrategien hatte bereits Adorno (1951) als Merkmal der klassischen faschistischen Propaganda identifiziert: Der faschistische Führer müsse nicht nur Größe, sondern auch die Transgressionen des Wahnsinns darstellen, um als „great little man“ zur Projektionsfläche zu dienen. Damit offenbart die populistische Lebensführung gerade in ihrer scheinbar irrationalen Exzentrizität ihr strategisches Moment. Um aber zu verstehen, warum diese Strategie tatsächlich massenhafte Mobilisierungswirkung entfalten kann, ist es erforderlich, noch einmal genauer der affektiven Dimension des Demonstrativkonsums nachzugehen.

Genießen der Nichtnachhaltigkeit

Jacques Lacans Konzept der *jouissance* bietet eine theoretisch präzise Linse, um die affektive Dimension demonstrativ antiökologischen Konsums verstehbar zu machen. Lacans Unterscheidung zwischen *plaisir* (Lust) und *jouissance* (im Folgenden Genießen) bildet den theoretischen Ausgangspunkt. Während sich *plaisir* am Freud'schen Lustprinzip orientiert – an der Reduktion von Spannung und der Erhaltung psychischer Homöostase –, bezeichnet *jouissance* eine Form des Genusses, die dieses Prinzip überschreitet und in Bereiche vorstößt, in denen der Körper, das Soziale oder das Gesetz verletzt werden. Denn: „Was genießt man, wenn nicht, dass sich eine Spannung produziert? Das ist das eigentliche Prinzip von allem, was den Namen Genießen hat“ (Lacan 2013, 28). Das Lacan'sche Genießen ist demnach eine exzessive Befriedigung, die mit Unlust, Schmerz oder Gefährdung verbunden sein kann. Zugleich ist *jouissance* immer sozial vermittelt: Sie entsteht nicht isoliert, sondern in Relation zu dem, was Lacan (2016) als „Begehren des Anderen“ fasst. Der Genuss ist somit nicht rein subjektiv, sondern an symbolische Ordnungen, Normen und an das adressierte Gegenüber

gebunden. Nachhaltigkeit fungiert in diesem Sinne als Teil einer symbolischen Ordnung, die zutiefst moralisiert ist.

Ökologischer Konsum ist mit Vorstellungen von Verantwortung, Zukunftssicherung, Rationalität und universaler Geltung verbunden (Shove 2010). Er bildet ein zentrales Element dessen, was eine Gouvernementalitätsforschung im Sinne Foucaults als Technologie der Selbstführung analysiert: Das Subjekt wird adressiert als jemand, der sich selbst und seinen Konsum moralisch regulieren soll (Lorey 2011). Das nachhaltige Subjekt soll reflektiert, verantwortungsbewusst und zukunftsorientiert handeln (Spaargaren 2011). Der antiökologische Demonstrativkonsum bietet die Möglichkeit des Genusses durch das Verstoßen gegen diese Imperative. Die Übertretung ist also nicht Nebeneffekt, sondern konstitutiver Bestandteil: Genuss entsteht dort, wo Verbote, Normen oder moralische Appelle verletzt werden. Anders als Freud, der in der Übertretung primär eine Störung sieht, analysiert Lacan sie als produktiv: Die Grenze erzeugt den Genuss, und ihre Überschreitung lässt das Subjekt ein Moment radikaler Selbstbehauptung erfahren. Damit ist der antiökologische Demonstrativkonsum nicht einfach ein Ausdruck von enthemmtem Hedonismus oder überbordender Technikfaszination, sondern eine Form negativer Performativität: ein bewusst gesetztes Zeichen der Transgression. „So kommen wir zu der Formel, dass, um zu diesem Genuss zu gelangen, eine Übertretung notwendig ist und dass das Gesetz genau dazu dient. [...] Die Übertretung auf den Genuss hin geschieht allein, indem sie sich auf das entgegengesetzte Prinzip stützt, auf die Formen des Gesetzes“ (Lacan 2016, 215).

Besonders deutlich tritt dies bei der vor allem in den USA verbreiteten Praxis des „Rolling Coal“ hervor. Dabei werden die Motoren insbesondere von Diesel-Trucks so umgebaut, dass sie mehr Kraftstoff verbrauchen und die Partikelfilter ausgeschaltet werden können, damit besonders große Rußwolken entstehen. Die Praxis erlangte vor allem deshalb Bekanntheit, weil ihre Akteure sie in Form von Videos online mit ihren „Communitys“ teilen. Im Netz finden sich Hunderttausende entsprechender Videos. Das Rolling Coal bezieht sich nicht nur symbolisch, sondern auch materiell direkt auf den nachhaltigen Konsum. So wird die bewusst zur Schau gestellte Umweltverschmutzung als eine Art Waffe gegen Radfahrerinnen oder Menschen in Hybrid-Fahrzeugen eingesetzt (das Toyota-Modell Prius ist ein besonders verhasstes Symbol), die auf Knopfdruck eingeräuchert werden (Daggett 2023).

Seine provokative Funktion erfüllt das Rolling Coal nur vor dem Hintergrund des Bewusstseins über den Klimawandel. Der Genuss entsteht dabei durch das adressierte Gegenpublikum: Die Praxis richtet sich symbolisch an jene Grup-

pen, die als „Andere“ konstruiert werden – urbane Mittelschichten, ökologische Bewegungen, akademische Eliten. Die Rußwolke ist ein affektiver Kommunikationsakt: eine performative „Zurückweisung“ dieses Anderen, aus der das Subjekt eine spezifische Form von Souveränität bezieht. Mit Lacans Begrifflichkeiten lässt sich zeigen, dass solche Praktiken nicht nur Deklassierungs- oder Protestphänomene sind, sondern Orte einer affektiven Selbstkonstitution, in denen Subjekte eine Form des Genusses am Anderssein finden. Der Konsummarkt bietet nicht nur Differenzierung, sondern eine unmittelbare, körperlich-affektive Erfahrung von Souveränität.

Das Genießen wird hier zu einem politisierten Affekt: der konsumtive Akt als ein Genießen der Verweigerung (Pohl & Swyngedouw 2023). Forschung zu affektiver Politik hat herausgearbeitet, dass viele rechtspopulistische Bewegungen nicht primär durch kohärente Ideologien, sondern durch Formen geteilter Affekte – Wut, Trotz, Ressentiment, „Genuss am Nein“ – zusammengehalten werden (Ahmed 2014; Jasper 2018). Auch hier lässt sich also eine Verbindung zur politischen Strategie des Rechtspopulismus aufzeigen. Das zeigt sich etwa in Trumps Unterstützung für die Rolling-Coal-Community: Obwohl einige US-Bundesstaaten das Rolling Coal mittlerweile explizit verboten haben, werden die dafür notwendigen Geräte weiterhin in hoher Zahl verkauft – und Trump wies die US-Umweltbehörde an, die Strafe für Verstöße von bis zu 3.750 Dollar auf 90 Cent zu reduzieren (Schaupp 2024, 346 f.). Dabei kommt wieder die Strategie des „great little man“ zum Tragen: Trump macht sich die Transgression zu eigen und bietet sich damit, ebenso wie mit seinen sexuellen Übergriffen, als Träger des Genusses an, auch und gerade für jene, die sich selbst nicht diesen Transgressionen hingeben (Göring 2020). Anders als bei Adorno erscheint aus einer Lacan'schen Perspektive die Transgression jedoch nicht als Pathologie, sondern als eine grundlegende affektive Semantik des Genießens, die sich auch auf den *nachhaltigen* Konsum anwenden lässt.

Genießen der Nachhaltigkeit

Da nachhaltige Produkte gewöhnlich teurer sind, gelten sie in gewissem Maße als luxuriös. Genau genommen verschmelzen im nachhaltigen Konsum Luxus und Verzicht. Mit Bataille (1985) gesprochen besteht der Luxus gerade in einem doppelten Opfer: Nicht nur sind nachhaltige Produkte teurer, sondern sie zeichnen sich oft gerade durch die Abwesenheit von Bequemlichkeit aus, die nun wiederum dem niederen Massenkonsum zugeschrieben wird. Man denke an

unverarbeitete Lebensmittel, handwerklich gefertigte Gegenstände, die sich von ihren industriell gefertigten Pendants gerade durch ihre augenscheinlichen „Fehler“ unterscheiden, minimalistische Einrichtungsstile oder „Tiny Houses“. Diese Trends lassen Batailles Betonung der Bedeutung des Opfers für den Demonstrativkonsum in neuem Licht erscheinen. Aber auch auf einer tieferliegenden affektiven Ebene scheint nicht zuletzt das Opfer den nachhaltigen Konsum attraktiv zu machen.

Wie wir oben gesehen haben, wird nachhaltiger Konsum häufig mit Moralisierung, Verantwortung, Selbstbegrenzung und Rationalität in Verbindung gebracht. Nachhaltigkeit wird dabei als Ausdruck ethisierter Subjektivierung verstanden, in der Akteure versuchen, die ökologischen Folgen ihres Handelns zu minimieren und ihr Verhalten am Gemeinwohl zu orientieren (Pritz 2018). In dieser Perspektive erscheint Nachhaltigkeit als eine Form des „guten“ Konsums, der gerade durch Askese, Selbstbeherrschung und die Abwesenheit von Exzess gekennzeichnet ist – also scheinbar das Gegenteil des Genießens. Mit Lacan lassen sich aber auch im nachhaltigen Konsum Dynamiken des exzessiven Genusses erkennen, die über das Lustprinzip hinausgehen, in der Übertretung einer Ordnung entstehen und durch die Relation zum Anderen strukturiert sind. Lacans Verständnis impliziert, dass Genuss im paradoxen Kern der Subjektconstitution entsteht: als Überschuss, der sich aus dem Verhältnis des Subjekts zum Gesetz ergibt. Die symbolische Ordnung erzeugt Struktur, Grenzen und Verbote; Genuss entsteht, wenn das Subjekt sich in ein besonders intensives Verhältnis zu diesem Gesetz setzt, sei es durch Überschreitung oder durch hyperbolische Befolgung. In diesem Sinne fungiert Nachhaltigkeit im spätmodernen Kontext zunehmend als ein Signifikant des „richtigen Handelns“, des verantwortlichen Subjekts und des moralisch kodierten Konsums (Welch & Warde 2015). Damit bildet Nachhaltigkeit ein normatives System, das Grenzen und Erwartungen setzt: Das Subjekt soll seinen Konsum reflektieren, reduzieren, rationalisieren und auf ein als ethisch definiertes Maß begrenzen. Lacan zufolge entsteht jedoch gerade in solchen hochnormativen Kontexten ein potenzielles Feld des Genießens. Denn je stärker ein moralisches Gebot internalisiert wird, desto größer ist das Potenzial, dass Subjekte eine exzessive Bindung zu diesem Gebot entwickeln. Der Genuss entsteht dabei nicht nur in der Befolgung, sondern in der Intensivierung: im Übertreffen des Geforderten, im Streben nach moralischer Reinheit oder im Erleben der eigenen Strenge als besondere Form des Selbstwerts. Nachhaltigkeit bietet sich für diese Form des Genießens besonders an, denn das Subjekt kann immer noch nachhaltiger, noch konsequenter, noch reiner handeln. Nachhaltigkeit wird damit zur unendlichen, strukturell unerfüllbaren Aufgabe, die aber gerade aus

ihrer Unerfüllbarkeit einen affektiven Überschuss gewinnt. *Jouissance* entsteht als exzessive Anstrengung, immer mehr zu opfern.

Zugleich ist diese Form des Genusses notwendig relational. Nachhaltiger Konsum ist oft ein kommunikatives Projekt: Er richtet sich an „die Anderen“, die das eigene Verhalten beobachten, bewerten oder davon adressiert sind. Das Subjekt erfährt *jouissance* nicht isoliert, sondern in der symbolischen Anerkennung durch andere Akteure der Nachhaltigkeit oder in der Distanzierung zu jenen Gruppen, die als „unnachhaltig“ oder „ignorant“ markiert werden. Auch hier wirkt das Genießen daher als affektive Bindung an ein Gegenüber – an das idealisierte Publikum, das die eigene Reinheit anerkennt, oder an das stigmatisierte Publikum, von dem man sich moralisch absetzt. So identifizieren etwa Büttner und Klaever (2025) in ihrer empirischen Studie zu Affekten von Käuferinnen von Elektroautos eine „Erzählung des Stolzes auf die eigene Fortschrittlichkeit, die moralische Integrität und den eigenen Mut“ (ebd., 129) oder ein „Gefühl der moralischen Rechtschaffenheit“, auf dessen Grundlage man sich „nahezu überlegen“ fühle (ebd., 132).

Wie beim antiökologischen Demonstrativkonsum erlaubt auch diese Form der Distinktion eine kollektive *jouissance*. Nachhaltige Praktiken sind oftmals in subkulturelle Szenen eingebettet, die durch eine starke affektive Kollektivität geprägt sind. Zero-Waste-Communitys, vegane Bewegungen, ökologische Wohnprojekte oder Degrowth-Netzwerke schaffen soziale Räume, in denen Nachhaltigkeit nicht nur normativ, sondern auch affektiv attraktiv wird. Innerhalb dieser Felder zirkulieren Narrative der Selbstoptimierung, der ethischen Reinheit, des gemeinsamen Leidens an der ökologischen Krise und des gemeinsamen Über-sich-Hinausgehens. Hier gilt: Je strenger die Regeln, desto größer die symbolische Belohnung – und desto stärker der affektive Überschuss der Zugehörigkeit. Hier klingt an, was Michel Foucault (1989) für die Tradition religiöser Askese beschrieben hat, in der das Leiden, das Verzichten und das Sich-Absondern zur Quelle spiritueller Intensität wird. Eine ähnliche Struktur findet sich in säkularisierten Varianten der Askese wie dem ökologischen Verzicht: Auch hier geht es nicht nur um Effizienz oder moralische Korrektheit, sondern um die affektive Intensität einer Lebensführung, die sich selbst bewusst beschränkt. Das bedeutet jedoch keineswegs, dass das Genießen von Nachhaltigkeit und das Genießen von Nicht-nachhaltigkeit affektpolitisch gleich zu bewerten sind. Denn während ersteres sich der Transformation verschreibt, lässt sich letzteres im Kern als konformistische Transgression verstehen.

Genießen der Leistung als konformistische Transgression

Eine zur politischen Initiative avancierte Form des antiökologischen Demonstrativkonsums stellt in Deutschland die Kampagne „Fridays for Hubraum“ dar. Dabei handelt es sich um einen Zusammenschluss von Autofans gegen das Erstarken der Klimabewegung 2019. Innerhalb weniger Tage erreichte ihre Facebookgruppe über eine halbe Million Mitglieder, die dort ihre getunten Autos priesen und sexualisierten Gewaltfantasien gegenüber Klimaaktivistinnen freien Lauf ließen. Auch hier geht es keineswegs um ein Leugnen des Klimawandels, sondern um ein Genießen der Destruktivität, das gerade aus dem Wissen um die Katastrophe sein Provokationspotenzial bezieht (Schaupp 2025). Der Titel eines wohlwollenden Berichts über die Gruppe betont, es handle sich um „mehr als leistungshungrige Autospinner“ (CIO 2019). Gerade dieser „Leistungshunger“ ist jedoch ein Schlüssel zum Verständnis des Protests gegen den Klimaschutz.

Produktivität und Leistung sind in modernen Gesellschaften zu den zentralen Maßstäben der Anerkennung geworden. So haben sich die Sozialpolitik und die ihr zugrunde liegende Sozialstatistik seit ihren Anfängen im 19. Jahrhundert damit beschäftigt, zwischen denjenigen Bevölkerungsgruppen zu unterscheiden, die potenziell nutzbar gemacht werden können, und jenen, die als prinzipiell Nutzlose ausgeschlossen werden sollten. Ab dem 20. Jahrhundert reicht es jedoch immer weniger aus, Arbeitsplatzbesitzer zu sein. Stattdessen entwickelte sich Leistung zum zentralen Maßstab individuellen Werts (Castel 2008). So argumentierte Marcuse (1977, 40), dass nach dem Zweiten Weltkrieg das „Leistungsprinzip“ zur „vorherrschende[n] historische[n] Form des Realitätsprinzips“ geworden sei. In der psychoanalytischen Terminologie bezeichnet das Realitätsprinzip die Triebunterdrückung zugunsten der Anpassung an gesellschaftliche Normen. Zygmunt Bauman (2006) argumentiert, dass gleichzeitig mit dem Aufstieg der Meritokratie die Dynamiken des Kapitalismus immer größere Surpluspopulationen hervorbringen. Vor diesem Hintergrund werde die Angst, eines Tages zu diesen Überflüssigen zu gehören, zu einer stetig wachsenden Urangst des modernen Menschen. Dieser ist deshalb – auch affektiv – in einem hohen Maße davon abhängig, das Leistungsprinzip zu erfüllen.

Ein zentrales Symbol für diese Erfüllung des Leistungsprinzips ist das Auto. Bereits Veblen (1899) beschrieb Konsumgüter als Zeichen ökonomischer Leistungsfähigkeit, die über ihren Gebrauchswert hinaus soziale Anerkennung stiften. Das Auto ist hierfür ein paradigmatisches Beispiel: Kostspielig und sozial vergleichbar, ist es ein sichtbares Resultat ökonomischer Leistungsfähigkeit. Darüber hinaus steht das Auto für technische Leistungsfähigkeit. Motorstärke, Beschleu-

nigung, Höchstgeschwindigkeit oder Reichweite fungieren als quantifizierbare Leistungsindikatoren. Diese technischen Parameter sind symbolisch aufgeladen und werden kulturell mit Effizienz, Kontrolle und Überlegenheit assoziiert. In diesem Sinne verkörpert das Auto eine moderne Fortschrittsidee, in der Leistung als Steigerung von Geschwindigkeit, Reichweite und Beherrschung von Raum verstanden wird (Urry 2004). Das Fahrzeug wird zum Medium, durch das individuelle Leistungsfähigkeit mit industrieller und technologischer Leistungsfähigkeit verschränkt erscheint.

Diese symbolische Besetzung hat durchaus eine materielle Grundlage: Die Bedingung für die Realisierung der Ideale von Leistung und Produktivität ist seit der Industrialisierung die Verausgabung fossiler Energie. Erst die fossile Energie ermöglichte die Produktivitätssprünge, die zum Kern der kapitalistischen Entwicklung wurden. Die Thermodynamik, die Wissenschaft hinter den Dampfmaschinen, sorgte dafür, dass fossile Energie und Leistung auch linguistisch und kulturell verschmolzen: „Leistung“ wurde definiert als die in einer Zeitspanne umgesetzte Energie, und „Arbeit“ wurde zur physikalischen Maßeinheit für Energie. So wurde menschliche Produktivität nach der industriellen Revolution zunehmend in Begriffen von Energie beschrieben (Daggett 2019). Damit ist die fossile Energie zum Symbol für Produktivität und Leistung geworden.

Eine Ursache der affektiven Bindung an die fossile Energie scheint demnach in jener symbolischen, in der Explosion der Verbrennung materialisierten Dimension der Erfüllung des Leistungsprinzips zu liegen. Entsprechend geht die Begeisterung für die Verbrennungsmotoren weit über ihren praktischen Nutzen hinaus. Insbesondere Sport- und Geländewagen repräsentieren auch in ihrem Design vor allem die „reine Leistung“. Affektiv scheinen Autos hier eine ähnliche Funktion zu erfüllen wie das „Dosengelächter“ in Fernsehshows. Dieses Lachen ist keineswegs nur dazu da, auch bei schlechten Witzen einen Unterhaltungswert zu suggerieren. Vielmehr erfüllt es *für* die Zuschauerin die befreiende Funktion des Lachens, sodass diese sich nach einem anstrengenden Arbeitstag emotional entspannen kann, obwohl sie nur reglos auf einen Bildschirm starrt. Slavoj Žižek (2008, 36) spricht in diesem Zusammenhang im Anschluss an Lacan von „Interpassivität“. Getunte Kraftmaschinen ermöglichen in diesem Sinne eine *interpassive Befriedigung des Leistungshungers*: Dem meritokratisch orientierten Subjekt verschaffen sie eine emotionale Gratifikation, weil sie für es geleistet haben.

In einem wörtlicheren Sinne wird die Befriedigung des Leistungshungers durch den Fleischkonsum ermöglicht. Historisch hat Laura-Elena Keck (2023) gezeigt, wie in Deutschland zwischen 1850 und 1914 parallel mit der Durchsetzung der Fabrikarbeit Fleischkonsum zum wichtigen Bestandteil der Herstellung

eines gesunden und fitten Leistungskörpers geworden ist. Von der bürgerlichen Küche ausgehend, setzte auch in Arbeiterinnenhaushalten zunehmend eine „Aus-einandersetzung mit dem menschlichen Körper, dessen Funktionsweise und gewünschten Eigenschaften ein und trug dadurch dazu bei, die entstehende Verbindung zwischen menschlicher Leistungsfähigkeit und Ernährung zu festigen, im Alltag zu verankern und ihr eine neue Selbstverständlichkeit zu verleihen“ (ebd., 222). Auch in gegenwartsbezogenen empirischen Studien wird Fleischkonsum mit (männlicher) Leistung und der Fähigkeit, schwere körperliche Arbeit zu verrichten, in Verbindung gebracht (Adams 1994; Lockie & Collie 1999).

Der Rechtspopulismus knüpft an diese kulturellen Repertoires an, indem er Fleischkonsum mit „echter Arbeit“, Produktivität und Belastbarkeit verknüpft. Die Figur des hart arbeitenden „kleinen Mannes“ erscheint als jemand, der Fleisch „braucht“ und „verdient“, um leistungsfähig zu bleiben. Das wohl prominenteste Beispiel hierfür ist die Kampagne „Make America Healthy Again“ von Trumps Gesundheitsministerium unter Robert Kennedy jr. Unter dem Slogan „Building a healthier, stronger America“ empfiehlt es eine fleischzentrierte Diät (Department of Health 2026). Diese Art des Gastropopulismus mobilisiert Leistung als moralische Kategorie: Fleisch macht stark, und wer arbeitet, darf – oder soll – Fleisch essen. Fleischkonsum wird so gleichzeitig zur Bedingung und zur Belohnung für Leistung. Einschränkungen des Fleischkonsums (etwa aus ökologischen oder gesundheitlichen Gründen) erscheinen in dieser Logik als illegitime Zumutung gegenüber den Leistungswilligen. Populistische Akteure stellen sich damit schützend vor eine vermeintlich bedrohte Alltagsleistung der „normalen Leute“. Die Kopplung von Fleisch und Leistung gewinnt ihre politische Schärfe durch die Abgrenzung gegenüber urbanen, akademischen oder kulturellen Eliten. Vegetarische oder vegane Ernährungsweisen werden als Ausdruck von Luxus, moralischem Dünkel oder Leistungsverweigerung dargestellt. Fleischkonsum wird demgegenüber als bodenständig, realitätsnah und leistungsorientiert inszeniert. Leistung fungiert hier zum Gegenbegriff des kulturellen Kapitals (Bourdieu 1984): Wer „wirklich arbeitet“, hat keine Zeit oder keinen Bedarf für „ideologische“ Ernährung. Schließlich wird Fleisch im Gastropopulismus häufig nationalisiert. Regionale Fleischgerichte, Grillkultur oder „unsere Küche“ werden als Ausdruck kollektiver Leistungsfähigkeit und Produktivität gedeutet: als Ergebnis landwirtschaftlicher Arbeit, handwerklicher Tradition und nationaler Wertschöpfung. Kritik am Fleischkonsum wird so als Angriff auf die Leistung der eigenen Nation oder ihrer arbeitenden Bevölkerung umgedeutet (DeSoucey 2010).

Der Aufstieg der Meritokratie zum zentralen Legitimationsnarrativ moderner Gesellschaften bedeutet auch, dass die Aussicht, aus der Leistungsmatrix zu fallen,

nicht nur dem Entzug individueller Anerkennung gleichkommt, sondern auch dem weitreichenden Ausschluss von gesellschaftlicher Teilhabe (Markovits 2019). Je weiter diese Angst verbreitet ist, desto stärker scheint der Hunger nach der Symbolisierung von Leistung anzuwachsen. Mehr als andere Güter erlauben Autos und Fleisch vor dem Hintergrund ihrer kulturell-symbolischen Besetzungen die interpassive Befriedigung des Leistungshungers.

Damit stellt sich jedoch die zentrale Bedeutung der Transgression im anti-ökologischen Demonstrativkonsum nochmals in einem neuen Licht dar: Diese Form der Transgression richtet sich keineswegs gegen die Grundprinzipien der symbolischen Ordnung, sondern *affirmiert* diese vielmehr. Das gilt nicht nur für die Bekräftigung patriarchaler Herrschaft, die immer wieder als wichtiges Element des Zelebrierens von Fleisch und Autos identifiziert wurde (Adams 1994; Balkmar 2020; Daggett 2023; Rozin et al. 2012). Vor allem affirmiert der antiökologische Demonstrativkonsum, wie wir eben gesehen haben, das Leistungsprinzip als zentralen Pfeiler der symbolischen Ordnung. Er ist deshalb nicht als Akt des Widerstands zu verstehen, sondern als eine Form der „konformistischen Rebellion“ (Adorno 1972, 168) – oder des konformistischen Genießens. Konformistisch ist dieses Genießen vor allem, weil es Zugehörigkeit über die Affirmation der bestehenden Ordnung verspricht. Diese Zugehörigkeit ist allerdings auf die Ausgrenzung eines Anderen angewiesen (McGowan 2022): Die Zugehörigkeit zur Leistungsgemeinschaft beweist sich durch die Abgrenzung gegenüber „intellektuellen Eliten“ ebenso wie durch die Zurückweisung von „faulen Flüchtlingen“ und „leistungsverweigernden Sozialhilfeempfängern“ (Amlinger & Nachtwey 2025). Die für den Lacan'schen Begriff des Genießens zentrale Dimension der Selbstzerstörung ist hier auf zweifache Weise präsent: Indem das Leistungsprinzip als Grundbedingung der Zugehörigkeit affirmiert wird, wird die Angst vor dem Herausfallen aus der Leistungsgemeinschaft nicht überwunden, sondern vertieft. Darüber hinaus manifestiert sich die Realisierung des Leistungsprinzips gerade im klaglosen Aushalten von Schmerz: Leistungsträger ist demnach, wer Opfer gebracht hat, wer Stress, Burnout und Bandscheibenvorfall erträgt und seine Empörung stattdessen gegen alles richtet, was er für die Negation des Leistungsprinzips hält: Dekarbonisierung, Geflüchtete, Sozialhilfeempfängerinnen.

Ausblick

Der affektive Kern des antiökologischen Demonstrativkonsums ist ein transgressiver Genuss, der aus der Übertretung ökologischer, moralischer und symboli-

scher Ordnungsansprüche entsteht und dadurch eine spezifische Form politisch-affektiver Subjektivierung hervorbringt. Damit wird diese Praxis nur als Abgrenzung vom nachhaltigen Lebensstil verständlich. Während man mit Bourdieu (1984) solche Praktiken als Distinktion einer spezifischen sozialen Lage interpretieren könnte – etwa als Abgrenzung von Gruppen mit hohem kulturellem Kapital –, erklärt die Lacan'sche Subjekttheorie, warum diese Distinktion so affektiv überladen und destruktiv sein kann. Die Distinktion liegt nicht nur im kulturellen Geschmack, sondern im exzessiven Genuss der Grenzüberschreitung selbst.

Doch auch der nachhaltige Konsum und der Verzicht stehen nicht außerhalb der Logik von *jouissance*, sondern stellen eine alternative Form ihrer Realisierung dar: Während Anti-Nachhaltigkeitspraktiken Genuss in der Übertretung ökologischer Normen suchen, entsteht in der nachhaltigen Askese ein exzessiver Genuss an der moralischen, ästhetischen oder existenziellen Selbststeigerung durch Verzicht. Nachhaltigkeit ist damit kein Gegensatz zum Genuss, sondern einer seiner möglichen Schauplätze. Die nachhaltige Konsumentin ist nicht nur moralisch handelndes Subjekt, sondern auch Trägerin eines spezifischen affektiven Verhältnisses zu Gesetz, Begehren und sozialer Anerkennung. Das Konzept der *jouissance* hilft zu verstehen, warum nachhaltige Praktiken so intensiv, so verbindlich und so politisch wirkmächtig werden können – gerade dort, wo sie scheinbar nur Verzicht bedeuten. So betont etwa Jörn Lamla (2021, 291): „[D]as asketische Verhaltensmuster teilt viele Merkmale mit dem modernen Produktivismus und kann als Nebenfolge der Ressourcenakkumulation zu weiteren Rebound-Effekten führen.“

Das bedeutet allerdings keineswegs, dass nachhaltiger und antinachhaltiger Genuss gleich zu bewerten sind: Eine alternative Form der Transgression ergibt sich aus dem Verhältnis der Konsumverweigerung zur kontinuierlichen Begehrenssteigerung durch Werbung, Produktzyklen, Mode und technologische Innovationen. *Jouissance* kann auch darin bestehen, sich gegen das dominierende Begehren zu stellen und damit eine Form exzessiver Subjektivität zu erzeugen. Wenn die symbolische Ordnung fordert: konsumiere, erweitere deinen Besitz, aktualisiere deine Identität ständig über neue Dinge, wird Suffizienz zu einer Grenzüberschreitung – zu einer Verweigerung des Gesetzes des Konsums. Im Anschluss an Lacan argumentiert McGowan (2016), dass der „work-spend-cycle“, in dem das kapitalistische Subjekt gefangen sei, gerade durch das Versprechen der endgültigen Befriedigung und damit des Endes des Konsums aufrechterhalten werde. Sowohl subjektive Befreiung als auch Nachhaltigkeit sei deshalb gerade in

der Einsicht zu finden, dass die Unverfügbarkeit selbst die eigentliche Quelle des Genusses sei – und nicht der Konsum der ersehnten Ware.

Die hier unternommene Analyse hat jedoch gezeigt, dass der Konsum nicht nur durch die Abhängigkeit von der Lohnarbeit an die Produktionssphäre gekoppelt ist, sondern auch in symbolischer Hinsicht auf diese zurückverweist. Insbesondere das hier im Fokus stehende Paar von Auto und Fleisch ist symbolisch aufs Engste mit dem Leistungsprinzip verbunden. Damit ermöglicht es die für die *jouissance* charakteristische Verquickung von Lust und Schmerz: Das Genießen der Leistung ist untrennbar verbunden mit Stress und Erschöpfung, aber auch mit der Angst vor der Nutzlosigkeit (Neckel & Wagner 2013). Damit eröffnet sich jedoch auch ein normativer Horizont für ein transformatives Genießen, dessen Transgressionen sich nicht gegen die eigenen körperlichen und psychischen Grenzen, sondern gegen die Zumutungen der Leistungsgesellschaft selbst richten. Kate Soper (2020) konkretisiert eine solche Variante des Genießens in ihrem Konzept des *alternativen Hedonismus*. Ausgangspunkt ist die Kritik an der verbreiteten Annahme, nachhaltiger Konsum bedeute primär Verzicht, Askese oder moralische Selbstdisziplin. Ökologische Nachhaltigkeit kann vielmehr, so argumentiert Soper, mit einer qualitativ anderen Form von Genuss und Bedürfnisbefriedigung verbunden sein, die langfristig sogar höhere Lebensqualität ermöglicht. Zentral ist dabei die Unterscheidung zwischen quantitativem, ressourcenintensivem Konsum und qualitativem Wohlbefinden. Die gegenwärtige Konsumordnung sei nur scheinbar hedonistisch: Sie sei auf materielle Akkumulation, Geschwindigkeit, Bequemlichkeit und statusförmige Distinktion ausgerichtet, reproduziere dabei jedoch häufig Stress, Zeitknappheit, Umweltzerstörung und Entfremdung. Ein alternativer Hedonismus müsse demgegenüber alltägliche Erfahrungen wie Zeitwohlstand, körperliche Gesundheit, soziale Beziehungen, sinnliche Wahrnehmung oder die Qualität von Umwelten (Luft, Ruhe, Raum, Natur) als genuin lustvoll und begehrenswert revaluieren. Politisch impliziert dies eine Kritik an wachstumsorientierten Wohlstandsindikatoren und eine Unterstützung von Infrastrukturen, die nachhaltige Lebensweisen erleichtern und genussvoll machen (z. B. öffentlicher Verkehr, kurze Arbeitszeiten, urbane Grünräume, lokale Versorgung).

Soper versteht ihr Konzept damit ausdrücklich nicht als individualistische Konsumethik, sondern als Beitrag zu einer kulturellen und institutionellen Transformation von Wohlstandsmodellen. Wichtig bleibt dennoch die affektive Dimension: Um der transgressiven Geste des antiökologischen Demonstrativkonsums etwas entgegenzusetzen, müssen politische Strategien der Nachhaltigkeit

stärker an Begehren, Lust und Genuss ansetzen, statt über Risiken, Moral oder zukünftige Katastrophen zu argumentieren.

Literatur

- Adams, C. J. (1994). *The Sexual Politics of Meat*. London: Routledge.
- Adorno, T. W. (1951). Freudian theory and the pattern of fascist propaganda. In: *Psychoanalysis and the social sciences*, Bd. III (S. 279–300). Oxford: International Universities Press.
- Adorno, T. W. (1972). Anmerkungen zum sozialen Konflikt heute. In: ders.: *Gesammelte Schriften. Bd. 8: Soziologische Schriften 1* (S. 177–195). Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Ahmed, S. (2014). *The Cultural Politics of Emotion*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Amlinger, C., & Nachtwey, O. (2025). *Zerstörungslust. Elemente des demokratischen Faschismus*. Berlin: Suhrkamp.
- Balkmar, D. (2020). Men on the move: Masculinities, (auto)mobility and car cultures. In: Lucas Gottzén, Ulf Mellström & Tamara Shefer (Hrsg.): *Routledge International Handbook of Masculinity Studies* (S. 351–359). London: Routledge.
- Bataille, G. (1985). *Die Aufhebung der Ökonomie. Der Begriff der Verausgabung – Der verfeimte Teil – Kommunismus und Stalinismus – Die Ökonomie im Rahmen des Universums*. Berlin: Matthes & Seitz.
- Bauman, Z. (2006). *Verworfenes Leben. Die Ausgegrenzten der Moderne*. Hamburg: Hamburger Edition.
- Bell, K. (2020). *Working-Class Environmentalism. An Agenda for a Just and Fair Transition to Sustainability*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Bourdieu, P. (1987). *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Büttner, M., & Klaever, A. (2025). Emotionen in Fahrt: Zur Rolle von Gefühlen in der Transformation der Mobilität. In: Graduiertenkolleg Krise und sozial-ökologische Transformation (Hrsg.): *Kämpfe um Transformation. Kritische Analysen und Interventionen zur sozial-ökologischen Krise* (S. 121–138). Bielefeld: transcript.
- Carfagna, L. B., Dubois, E. A., Fitzmaurice, C., Ouimette, M. Y., Schor, J. B., Willis, M., & Laidley, T. (2014). An emerging eco-habitus: The reconfiguration of high cultural capital practices among ethical consumers. *Journal of Consumer Culture*, 14 (2), 158–178. <https://doi.org/10.1177/1469540514526227>.
- Castel, R. (2008). *Die Metamorphosen der sozialen Frage. Eine Chronik der Lohnarbeit* (2. Aufl., Sonderausgabe). Konstanz: UVK.
- CIO (2019): Fridays For Hubraum: Mehr als leistungshungrige Autospinner. In: CIO, 26.09.2026, <https://www.cio.de/a/mehr-als-leistungshungrige-autospinner,3607135> (aufgerufen am 13.04.2026).
- Daggett, C. N. (2019). *The Birth of Energy. Fossil fuels, thermodynamics and the politics of work*. Durham: Duke University Press. <https://doi.org/10.1215/9781478090007>.

- Daggett, C. N. (2023). *Petromaskulinität. Fossile Energieträger und autoritäres Begehren*. Berlin: Matthes & Seitz.
- Dauvergne, P. (2016). *Environmentalism of the Rich*. Cambridge, Mass.: The MIT Press.
- DeSoucey, M. (2010). Gastronationalism: Food Traditions and Authenticity Politics in the European Union. *American Sociological Review*, 75 (3), 432–455. <https://doi.org/10.1177/0003122410372226>.
- Department of Health (2026). *Make America Healthy Again*. <https://www.hhs.gov/maha/index.html> (aufgerufen am 17.02.2026)
- Eversberg, D., Fritz, M., Faber, L. von, & Schmelzer, M. (2024). *Der neue sozial-ökologische Klassenkonflikt. Mentalitäts- und Interessengegensätze im Streit um Transformation*. Frankfurt/New York: Campus.
- Foucault, M. (1989). *Sexualität und Wahrheit. Zweiter Band: Der Gebrauch der Lüste*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Görling, R. (2020). Affekt, Genuss und das Problem der Mentalisierung. Elemente einer Sozialpsychologie des rechten Populismus. In: L. Koch, T. Nanz & C. Rogers (Hrsg.): *The Great Disruptor. Über Trump, die Medien und die Politik der Herabsetzung* (S. 169–186). Stuttgart: J. B. Metzler. https://doi.org/10.1007/978-3-476-04976-6_9.
- Illouz, E. (2009). Emotions, Imagination and Consumption: A new research agenda. *Journal of Consumer Culture*, 9 (3), 377–413. <https://doi.org/10.1177/1469540509342053>.
- Jasper, J. M. (2018). *The Emotions of Protest*. Chicago: University of Chicago Press.
- Keck, L.-E. (2023). *Fleischkonsum und Leistungskörper in Deutschland 1850–1914*. Göttingen: Wallstein.
- Kennedy, E. H., & Givens, J. E. (2019). Eco-habitus or Eco-powerlessness? Examining Environmental Concern across Social Class. *Sociological Perspectives*, 62 (5), 646–667. <https://doi.org/10.1177/0731121419836966>.
- Lacan, J. (2013). *Ich spreche zu den Wänden. Gespräche aus der Kapelle von Sainte-Anne*. Wien/Berlin: Turia + Kant.
- Lacan, J. (2016). *Die Ethik der Psychoanalyse. Das Seminar, Buch VII*. Wien/Berlin: Turia + Kant.
- Lamla, J. (2013). *Verbraucherdemokratie. Politische Soziologie der Konsumgesellschaft*. Berlin: Suhrkamp.
- Lamla, J. (2021). Die symbolischen Ordnungen des Konsums – und die Fallstricke produktivistischer Soziologie. In: Sarah Lenz & Martina Hasenfratz (Hrsg.): *Capitalism unbound. Ökonomie, Ökologie, Kultur* (S. 283–299). Frankfurt/New York: Campus.
- Lockie, S., & Collie, L. (1999). ‘Feed the man meat’: Gendered food and theories of consumption. In: D. Burch, J. Goss & G. Lawrence (Hrsg.): *Restructuring Global and Regional Agricultures. Transformations in Australasian agri-food economies and spaces* (S. 255–274). London: Routledge.
- Lorey, I. (2011). *Die Regierung der Prekären. Mit einem Vorwort von Judith Butler*. Wien/Berlin: Turia + Kant.
- Loy, L., & Wetts, R. (2026). “Let them eat kale!”: Appeals to class-based resentment in American conservative opposition to climate change solutions. *Social Problems*, spag003. <https://doi.org/10.1093/socpro/spag003>.

- Marcuse, H. (1977). *Triebstruktur und Gesellschaft. Ein philosophischer Beitrag zu Sigmund Freud*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Markovits, D. (2019). *The Meritocracy Trap*. London: Penguin.
- McGowan, T. (2016). *Capitalism and Desire. The Psychic Cost of Free Markets*. New York: Columbia University Press.
- McGowan, T. (2022). *Enjoyment Right & Left*. Portland: Sublation.
- Neckel, S. (2018). Ökologische Distinktion. Soziale Grenzziehung im Zeichen der Nachhaltigkeit. In S. Neckel, N. Besedovsky, M. Boddenberg, M. Hasenfratz, S. M. Pritz, & T. Wiegand (Hrsg.): *Die Gesellschaft der Nachhaltigkeit. Umriss eines Forschungsprogramms* (S. 59–76). Bielefeld: transcript.
- Neckel, S. (2020). Der Streit um die Lebensführung. Nachhaltigkeit als sozialer Konflikt. *Mittelweg* 36, 6/2020, 82–100.
- Neckel, S., & Wagner, G. (2013). *Leistung und Erschöpfung. Burnout in der Wettbewerbsgesellschaft*. Berlin: Suhrkamp.
- Niederhauser, J. (2025). Das Phantom des Antiökologismus: Spurensuche nach den Subjekten aktiver Transformationsverweigerung. In: Graduiertenkolleg Krise und sozial-ökologische Transformation (Hrsg.): *Kämpfe um Transformation. Kritische Analysen und Interventionen zur sozial-ökologischen Krise* (S. 157–170). Bielefeld: transcript.
- Pohl, L., & Swyngedouw, E. (2023). Enjoying climate change: *Jouissance* as a political factor. *Political Geography*, 101, 102820. <https://doi.org/10.1016/j.polgeo.2022.102820>.
- Pritz, S. M. (2018). Subjektivierung von Nachhaltigkeit. In S. Neckel, N. Besedovsky, M. Boddenberg, M. Hasenfratz, S. M. Pritz & T. Wiegand (Hrsg.): *Die Gesellschaft der Nachhaltigkeit. Umriss eines Forschungsprogramms* (S. 77–100). Bielefeld: transcript.
- Honigmann, D. (2025). Regierungsbildung: Aufteilung der Ministerien bekanntgegeben. *Radio Prag*, 11.10.2025, <https://deutsch.radio.cz/regierungsbildung-aufteilung-der-ministerien-bekanntgegeben-8865489> (aufgerufen am 13.04.2026).
- Rozin, P., Hormes, J. M., Faith, M. S., & Wansink, B. (2012). Is meat male? A quantitative multimethod framework to establish metaphoric relationships. *Journal of Consumer Research*, 39 (3), 629–643.
- Schaupp, S. (2024). *Stoffwechelpolitik. Arbeit, Natur und die Zukunft des Planeten*. Berlin: Suhrkamp.
- Schaupp, S. (2025). The fear of uselessness: From the normalization to the enjoyment of ecological destructiveness. *Thesis Eleven*, 07255136241308885. <https://doi.org/10.1177/07255136241308885>.
- Schuster, R. (2025). Klimaleugner bald an der Macht? Autofahrer-Partei will ins Parlament. *MDR*, 25.6.2025, <https://www.mdr.de/nachrichten/welt/osteuropa/politik/tschechien-autofahrer-partei-gegen-woke-gruene-klimawandel-filip-turek-100.html> (aufgerufen am 13.04.2026).
- Shove, E. (2010). Beyond the ABC: Climate Change Policy and Theories of Social Change. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 42 (6), 1273–1285. <https://doi.org/10.1068/a42282>.
- Soper, K. (2004). Rethinking the “good life”: the consumer as citizen. *Capitalism Nature Socialism*, 15 (3), 111–116. <https://doi.org/10.1080/1045575042000247293>.
- Soper, K. (2020). *Post-Growth Living. For an Alternative Hedonism*. London/New York: Verso.

- Spaargaren, G. (2011). Theories of practices: Agency, technology, and culture: Exploring the relevance of practice theories for the governance of sustainable consumption practices in the new world-order. *Global Environmental Change*, 21 (3), 813–822. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2011.03.010>.
- Starita, G. D. (2022). Place Branding in the Gastro-populist Age. Navigating through Giorgia Meloni and Matteo Salvini's Exploitation of the Symbolic Nature of Food: English. *Fuori Luogo Journal of Sociology of Territory, Tourism, Technology*, 13 (3), 89–105. <https://doi.org/10.6093/2723-9608/9261>.
- Tarde, G. (2003). *Die Gesetze der Nachahmung*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Urry, J. (2004). The 'system' of automobility. *Theory, culture & society*, 21 (4–5), 25–39.
- Veblen, T. (1899). *The Theory of the Leisure Class. An Economic Study in the Evolution of Institutions*. New York: Macmillan.
- Welch, D., & Warde, A. (2015). Theories of practice and sustainable consumption. In: L. Reisch & J. Thøgersen (Hrsg.): *Handbook of Research on Sustainable Consumption* (S. 84–100). Cheltenham: Edward Elgar.
- Žižek, S. (2008). *Lacan. Eine Einführung*. Frankfurt a. M.: Fischer.