

zu extra günstigen Preisen!  
Abgabe nur in Haushaltsmengen,  
zu Schottenpreisen!

**Machen Sie Ihr Schnäppchen!**

99  
98  
99  
98  
99  
98

**Achtung!**

**Da heißt es zugreifen!**

**5.95**

**Supertiefpreise**  
**SUPERANGEBOT!**  
**SUPER-SCHNÄPPCHEN!**

**Sparen und gewinnen**

**Fast  
geschenkt!**

**Kommen Sie  
An diesen Angeboten  
führt kein Weg  
vorbei**

**KNÜLLER**

**Großes Sonder-  
angebot in Massen-  
billiger**

**Nur noch  
3 Tage!**

*Ausgefückste  
kaufen im...*

**Sonderangebot**

**LEUTE: BEUTE!**

**Kaum zu  
glauben:  
Reduziert  
bis zu**

**50%**  
**Sparen Sie  
wie nie!**

**40%**

**Wer jetzt nicht  
zupackt,  
kann Weihnachten nicht  
auspacken!**

**alle Sorten  
X 2.48**

**2.68**



**Vollhefter**

**333.-**

**WAS INHIER GEBOTEN WIRD  
IST BINDEND**

**198.-**



**Er ist mehr  
wert, als er kostet.  
meiner sensationeller Hauspreis:**

**Große Marken,  
kleine Preise.**

**Preissenkung auf Dauer!**

**einen  
Riesen  
runter!**

**PREISENSÄULE**  
**Kommen sie jetzt!**

2.99  
3.99  
4.59  
8.99  
1.78  
2.28

---

Wolfram Domke

## Kaufen im Sonderangebot

Ein ‚billiges‘ Kunststückchen seelisch-ökonomischer Versiertheit

### Allerweltstätigkeit Kaufen

Ausgangspunkt für die Beschäftigung mit dem Thema war die Erfahrung, mit welcher unbemerkter Ubiquität das Kaufen an der Gestaltung des Alltagslebens beteiligt ist. Jeder tut es, jeder kann es – doch kann man meistens nur schwer angeben, *wie* man es tut. Würde man es bei spontan abgegebenen Erklärungen von Befragten belassen, könnte man den Eindruck gewinnen, der Sinn des Kaufens bestehe einzig in der ‚Befriedigung materieller Bedürfnisse‘, die Kunst des Kaufens erschöpfe sich in der Beachtung von Preis-Qualitäts-Relationen.

Es gibt eine Fülle einschlägiger Literatur über die psychologischen Motive für den Kauf bestimmter Gegenstände wie Möbel, Autos u.a.m. Gegenstand der hier referierten Untersuchung sollte aber das Kaufen selbst sein – und zwar das, was in dieser Tätigkeit ungeachtet konkreter Warenangebote und Warenwünsche gewissermaßen ‚von allein‘ motivierend ist. Aus verschiedenen Gründen erwies es sich als notwendig, das weite Feld des Kaufens auf einen bestimmten Bereich zu begrenzen. Der gewählte Ausschnitt sollte die Fülle der Phänomene auf ein überschaubares Maß reduzieren und gleichzeitig in gewisser Weise repräsentativ für das Allgemeine sein. Die Untersuchung des Komplexes ‚Kaufen im Sonderangebot‘ versprach, dies leisten zu können.

In 10 vorsondierenden und 16 spezifisch zentrierten Tiefeninterviews zeigte sich ganz all-

gemein: Sonderangebote sind etwas, das Käufer selten kalt läßt; sie werden als etwas Günstiges hochgeschätzt und zugleich als etwas ‚Billiges‘ abqualifiziert und geringgeachtet. Das Kaufen im Sonderangebot vollzieht sich häufig in einem spannungsvollen Hin und Her mit sehr gemischten Gefühlen. Diese Bewegtheit wird nach dem hier angewandten psychologischen Konzept weder an der ‚Objektivität‘ von Preissenkungen festgemacht noch auf persönlichkeitsbedingte Einstellungen etwa zum Sparen zurückgeführt. Vielmehr läßt sie sich aus jener in sich bewegten Grundstruktur ableiten, welche die Morphologie für die Entwicklung des seelischen Geschehens in Wirkungseinheiten als ‚motivierend‘ beschreibt.<sup>1</sup>

Ob man zufrieden oder unglücklich aus dem Kaufen herauskommt, hat demnach viel mit der noch darzustellenden seelischen Versiertheit zu tun, sich im kommerziellen Austauschgetriebe mehr oder weniger ökonomisch bewegen zu können. Und es hat weniger zu tun mit gesparten oder überbezahlten Pfennigsbeträgen (deren symbolische Wirkung auf das Ganze der seelischen Haushaltsführung man umgekehrt aber nicht unterschätzen sollte).

### Psychologisierte Fragestellung

Welche Erleichterungen und Belastungen ergeben sich für die Ökonomie der Austauschbewegung beim Kaufen im Sonderangebot? Zu dieser psychologisierten Fragestellung sind einige Erläuterungen notwendig:

Zum einen ist es sinnfälliger, im Zusammenhang mit dem Kaufen von Austauschbewegung zu sprechen. Man gibt Geld und nimmt dafür Waren; eine Form, etwas zu haben wird getauscht gegen eine andere Form, etwas zu haben. Dieser anschauliche Wechsel von Besitzverhältnissen reizt aus psychologischer Sicht zu der Frage, wie sich dabei auch seelische Verhältnisse ändern. NIETZSCHE hat auf die grundlegende strukturelle Verwandtschaft der scheinbar „äußeren“ Tätigkeit des Kaufens und Verkaufens und des mutmaßlich „inneren“ Vorgangs des Denkens hingewiesen, indem er davon spricht, Tauschen sei „in einem gewissen Sinne *das Denken*“.<sup>2</sup> Folgt man dieser Auffassung, dann verbietet es sich, Austausch als bloßen Seitenwechsel zu betrachten. Indem man Austausch als einen komplizierten seelisch materialen Vermittlungsprozeß versteht, hat man darin bereits eine angemessene psychologische Recheneinheit.

Daß Kaufen etwas mit Ökonomie zu tun hat, wird allgemein als selbstverständliche Zuordnung betrachtet und geläufiger Weise in Mark und Pfennig ausgedrückt. Bei einer psychologischen Analyse dieses naheliegenden Zusammenhanges steht aber mehr die Frage im Vordergrund, in welcher gewissermaßen seelischen Münze die Ökonomieprobleme beim Kaufen im Sonderangebot ausgehandelt werden. Auch wenn man um die Notwendigkeit dieses „Währungswechsels“ weiß, bleibt es dennoch frappierend, wie wenig entäussernd mit der Sprache des Wirtschaftslebens seelische Zusammenhänge beschrieben werden können.

Die Polarität von Erleichterung und Belastung dient im methodischen Sinne als Raster zur Erfassung der Bewegungsmöglichkeiten verschiedener Wirkungseinheiten. Dies ist hier deshalb zu berücksichtigen, da die untersuchte Wirkungseinheit Kaufen im Sonderangebot eine Formalisierung darstellt. Sie ist mehr vom psychologischen Denken konstruiert, als von alltäglichen Zusammenhängen her gegeben. Selbstverständlich kauft niemand nur im Sonderangebot, sondern vieles oder gar das meiste zu ganz „normalen“ Preisen. Die Begrenzung auf das Besondere und Ausnahmehafte erlaubt es aber, die mitbestimmende Regel des Kaufens als umfassendere Wirkungseinheit aus einer dezentrierten Perspektive behandeln zu können.

## Seelisches Händereiben

Bedeutsame Akzentuierungen des untersuchten Komplexes lassen sich bereits erkennen in jenen immer wiederkehrenden Geschichten, die verschiedene Erfahrungen im Umgang mit Sonderangeboten auf einen bestimmten Nenner bringen. Eine erste durchgängige Form der Vereinheitlichung dreht sich um das „seelische Händereiben“ beim Schnäppchen-Machen.

So werden „Erfolgsereignisse“ beim Kaufen im Sonderangebot geschildert, in denen es darum geht, wie man einmal zu einem „wahnsinnig günstigen Preis“ genau das fand und erstand, was man sich vorher nie hatte leisten können. Man erlebte das damals so freudig, als hätte man „unerwartet“ ein Geschenk bekommen oder „zufällig“ einen „Schatz“ entdeckt. Da einem solche „Glücksgriffe“ in letzter Zeit nicht mehr so recht gelingen wollen, bleibt oft nur noch die wehmütige Erinnerung an irgendetwas „Märchenhaftes“ bei jenem „sagenhaften Schnäppchen“ von einst.

Eine andere Ausdrucksform des seelischen Händereibens stellen die – von Käufern selbst so genannten – „Hamstergeschichten“ dar. Sie handeln von der Veranstaltung „spontaner“ Massenkäufe bei der Konfrontation mit Sonderangeboten von Waren, die man ständig in Gebrauch hat, oder von denen man meint, sie „immer mal“ gebrauchen zu können. Im Gefühl, „ganz viel haben zu wollen“, erst steht man beispielsweise 50 Dosen Brechbohnen oder 10 Säcke mit Toilettenpapier, 4 kg Erdbeeren oder 10 Tafeln Schokolade – „auf Vorrat“, wie es immer heißt. Genüßlich rechnet man sich jeweils aus, wieviel Geld man durch dieses beherzte Zugreifen „auf einen Schlag“ gespart habe. Grandiose Verdienstspannen vor Augen, müsse man aufpassen, nicht in eine Art „Kaufrausch“ hineinzugeraten, wo man dann Gefahr laufe, nur noch „halbrationale“ bis hin zu „total unvernünftige“ Entscheidungen zu treffen.

## Ökonomischer Katzenjammer

Wenn Käufer ihren Umgang mit Sonderangeboten beschreiben, werden nicht nur angenehme Erinnerungen wach. Es kommt auch



zu einer Belebung alter Enttäuschungsgeschichten, deren Grundmuster immer die mißliebige Verwandlung stolz gemachter Schnäppchen in ärgerliche „Fehlkäufe“ ist.

Beim Kauf „stimmte noch alles“, doch schon bald danach machte man „traurige Entdeckungen“: Die günstige Hose saß zu Hause nicht mehr richtig, der preiswerte Schaukelstuhl harmonisierte nicht mit der übrigen Einrichtung, die billigen Schuhe hörten nicht auf zu drücken. Andere Enttäuschungen beziehen sich auf die „einmalig günstige Chance“, die man in Sonderangeboten zu nutzen meinte. Man hatte, sich unter Zeit- und Konkurrentendruck wähnend, eine herabgesetzte Ware gekauft und wurde dann „langsam unglücklich“, als man feststellte, wie das Sonderangebot nicht nur lange bestehen blieb, sondern nach weiteren Preissenkungen „immer besonderer“ wurde. Oder man fand das mutmaßliche Schnäppchen in anderen Geschäften zu „regulären“ Preisen noch billiger. Solch unangenehme Relativierungen erhoffter Erleichterungen erlebte man als „Reinfall“, der für beträchtlichen „Katzenjammer“ sorgte.

So stellt man sich in den Enttäuschungsgeschichten gern als „gebranntes Kind“ dar, das naiv glaubte, was Sonderangebote versprochen, dann aber schmerzlich eines Besseren belehrt wurde. Mitunter generalisiert man derartige Erfahrungen so weit, daß man Sonderangebote „schon fast als Grund, nicht zu kaufen“ hinstellt: Es lohne sich nicht, der Nutzen sei „gleich Null“, man habe „im Endeffekt“ nichts davon.

Neben dem Zweifel daran, ob man Sonderangebote für „bare Münze“ nehmen könne, stellt man auch durchgängig immer wieder die Frage, ob man das im Sonderangebot Gekaufte auch „wirklich“ brauchen könne. Diese Frage wird in Gestalt von Verführungs- und Verausgabungsklagen beantwortet.

In ihnen werden Sonderangebote als Speerspitzen einer „Macht“ dargestellt, gegen die man wegen „mangelnder Willenstärke“ nicht ankommt. Man fühlt sich in Geschäfte gelockt, die man sonst nicht betreten hätte, und zu Käufen verleitet, die nicht nö-

tig seien. Es störe einen, wie man durch Sonderangebote ständig etwas aufgedrängt bekomme, was im Grunde „überflüssig“ sei. An der Kasse, zu Hause beim Auspacken oder bei späterem Gebrauch kommt es dann manchmal zu Szenen der Befremdung, in denen man mit seltsam plötzlichem Erstaunen und dann zunehmend mit Ärger wahrnimmt, welche „unmögliche“ Sachen man da gekauft habe. So als sei man beim Kauf nicht dabeigewesen, wundert man sich distanziert, wie der Einkaufswagen „so voll“ und die Brieftasche „so leer“ habe werden können. Nähme man alle Sonderangebote wahr, dann könne das schnell an die „Substanz“, an die „Existenz“ gehen. Durch Vorratskäufe fehle das Geld für anderes, was „wirklich wichtig“ sei. Mehrkäufe seien ohnehin Verschwendung, da man die Mengen oft gar nicht verbrauchen könne.

### Haushälterische Cleverness

Es gibt eine Sorte von eher unscheinbaren Geschichten, für die man als Untersuchender erst einen Blick gewinnen muß, obwohl in ihnen die aktuellste und am breitesten praktizierte Form des Kaufens im Sonderangebot beschrieben wird. Es sind dies mehr nüchterne und abgeklärte Schilderungen einer gewissen cleveren Alltäglichkeit des preisgünstigen Kaufens.

Als ‚kritischer Verbraucher‘ wisse man heute längst, daß beim Kaufen im Sonderangebot „größte Vorsicht“ geboten sei. Bei allem „Reiz“ rechne man stets damit, daß man mit „Lockvogelangeboten“, „Mogelpackungen“ und ähnlichen Unlauterkeiten „übers Ohr gehauen“ werden solle. Da man die „Gefahr“ aber kenne, wappne man sich dementsprechend. „Direktes Zuschlagen“ komme nicht mehr in Frage. Kaufentscheidungen – gerade bei Sonderangeboten – seien etwas, das „reiflich überlegt“ sein wolle, damit man nicht naiv auf das „erstbeste“ hereinfalle. Transparenz in dieser oft undurchsichtigen Frage könne man sich nur durch eine strenge „Erziehung zur Rationalität“ verschaffen. Dazu gehöre, möglichst viele Informationen über alle „relevanten“ Punkte (Mengen, Preise, Qualitäten, Garantien, Waschanleitungen, Haltbarkeitsgrenzen, Umtauschrechte, Fahrtkosten . . .) zu sammeln und diese Daten zueinander „ins Verhältnis“ zu setzen.

Triumphierend legt man sich das „gelernte“ Durchschauen und Abweisen gewisser „dubioser“ Sonderangebote als Zeichen von „Aufgeklärtheit“ und „Selbstbehauptung“ aus. Als „Zeichen von Cleverness“ sieht es der auf Vernunft setzende Käufer jedoch genauso gut an, Sonderangebote „geschickt“ ausnutzen zu können. Dazu sei natürlich „Mühe und Anstrengung“ erforderlich, denn man wolle es nicht dem Zufall überlassen, wo und wann sich günstige Kaufmöglichkeiten ergäben.

Hat sich einmal eine gewisse routinierte Handhabung des Kaufens im Sonderangebot „eingespielt“, dann weiß man, wo man „im Schnitt“ besser wegkommt und wo nicht. Die regelmäßige Nutzung von Sonderangeboten in bestimmten vertrauten Bereichen ist aber je nachdem so „selbstverständlich“ geworden, daß man sich darüber weder besonders freuen noch ärgern kann. Das ganze wird irgendwie „langweilig“.

### **Beschwingtes Flüssigmachen**

In einer ersten Typisierung lassen sich eine Reihe von Zügen aufweisen, die damit zusammenhängen, daß sich im Umgang mit Sonderangeboten eine ausnahmsweise Verflüssigung des Austauschprozesses beim Kaufen zeigt.

Sonderangebote werden als Repräsentanten einer attraktiven Gegenläufigkeit erlebt: Sie senken das geforderte Aufwandsniveau, während man gemeinhin mit einer Steigerung desselben rechnet. Sie erfreuen sich einer generellen Wertschätzung bei Käufern, die sich in erster Linie konkret finanzielle Aufwandserparnis erhoffen. Formulierungen aber wie „Versprechen auf Erleichterung“ verweisen auf allgemeinere Entlastungsmöglichkeiten, die das Kaufen im Sonderangebot der seelischen Austauschökonomie eröffnen kann. So scheint es, daß eine Ersparnis an Prägnanz- und Relativierungsarbeit ermöglicht wird, indem das „nahezu von alleine“ Vordergrund wird, was sonst aus einer unübersichtlichen Flut von Offerten mühsam vergleichend herausgearbeitet werden muß. Das Auffälligwer-

den geht einher mit der erlebten Deplaziertheit und Unzeitgemäßheit von Sonderangeboten. Beides erleichtert zufällige Konfrontationen, die in freudigen Überraschungs- und Entdeckungserlebnissen ihren Ausdruck finden.

Spontane finanzielle Umdispositionen sowie räumlich anschauliche Anhaltspunkte (Stehenbleiben) und Kurswechsel („Nichts-wiehin!“) belegen, wie eine Art willkommener Ruck in die normal geregelte Kaufverfassung kommen kann.

Stimuliert durch greifbare Aneignungsgewinne („mehr für weniger“), vollzieht sich eine interessierte Öffnung für Dinge, an denen man sonst achtlos vorübergeht. Die Erlebensperspektive wird beim Kaufen im Sonderangebot zentriert und gleichzeitig schweifend gemacht: „alles mögliche“ kommt in den festen Blick; der Umsatzprozeß wird beweglich, er erfährt eine Ausbreitung und zugleich eine Beschleunigung. Es zeigt sich eine Abschlußnähe im Hier und Jetzt, die Entscheidungsprozesse verkürzen helfen kann.

*Leichter, schneller, kürzer, einfacher* – mit solchen Stichworten im Sinne seelischer Ökonomie läßt sich umreißen, was die Austauschbewegung beim Kaufen im Sonderangebot flüssig machen kann. Sieht man das vor der mehr beschwerlich wirkenden Realität des normalen Kaufens, dann wird nachvollziehbar, warum hier etwas „Märchenhaftes“ anklingen kann. Glücklicher Zufall, Auf-Anhieb-Passendes, Regelabweichung in Richtung des Wünschbaren, Motiv der ‚einmaligen Chance‘ – all dies spielt in entsprechenden Märchen wie auch beim Kaufen im Sonderangebot eine Rolle, wenn ein Versprechen auf Erleichterung realisierbar erscheinen soll.



### Argwöhnische Bremsmanöver

In den Verführungs- und Verausgabungsklagen zeigt sich eine allgemeine Umwertung dessen, was im Sinne der Entlastung beim Kaufen im Sonderangebot von Wert sein kann. Zusammen mit den in den Enttäuschungsgeschichten zum Ausdruck gebrachten Verkehrungserfahrungen entwickelt sich folgende typische Gegenbewegung: Das hochgeschätzt Billige wird als „Schund“ und „Ramsch“ verächtlich gemacht, Vorteilhaftigkeit als „Nulleffizienz“ hingestellt. Gutgläubigkeit wandelt sich zu Argwohn, das Auf-Anhieb-Passende zu dem Im-nachhinein-Unpassenden. Das Vordergrundwerden und Sich-Aufdrängen des Günstigen erlebt man nun als betrügerische Vordergründigkeit und marktschreierische Aufdringlichkeit. Der willkommene Ruck bekommt den Charakter einer mißliebigen Störung, das Zulassen von mehr und anderem erscheint als ruinöse Verausgabung, schnelle Entschiedenheit gerät zur bereuten Kurzschlüssigkeit. Was in der Verflüssigung des Austauschprozesses eine freudige Erleichterung war, erlebt man nun als ärgerliche Belastung durch Überflüssig-Werden.

Es zeigt sich ein reiches Arsenal betont rationaler Strategien, die einer kritischen Realitätsprüfung wie auch einer rigiden Disziplinierung des Austauschprozesses dienen. Insgesamt geht es viel darum, etwas „abzubauen“, „zurückzuschrauben“, zu „unterbinden“ – lauter restriktive Tätigkeiten, die die grundsätzlich andere Qualität der hier ablaufenden Bewegung kennzeichnen. Als Bremsvorgang hat sie reaktiven Charakter: Gegen die potentielle Ausbreitung des Austauschprozesses wird hier Begrenzung und Reduzierung gesetzt, der möglichen Beschleunigung begegnet man mit Beruhigung und Verlangsamung; was beschwingt flüssig sein kann, wird hier argwöhnisch zäh gemacht.

Die dazu notwendige „Wachheit“ und „Beherrschung“ ist natürlich nicht unaufwendig, aber für Käufer auch keine neue Belastung: Sie ist ihnen vom ‚normalen‘ Kaufen her wohlvertraut. Beim Kaufen im Sonderangebot hingegen gehört ein gewisses Sich-schwer-Tun zum Beweismuster dafür, daß man sich auch hier nichts ersparen kann, daß man es sich trotz Verlockung nicht ungebührlich leichtmacht. *Weniger, umweghafter, sicherer* – auch dies scheinen also Stichworte im Sinne seelischer Austauschökonomie zu sein.

### Befriedigende Normalisierung

Die dritte typische Form der Austauschbewegung ist gekennzeichnet durch eine eigentümliche Kombination von Flüssigmachen und Bremsen. Unter dem Druck, sich weder ein generelles Wahrnehmen noch Ausschlagen von Sonderangeboten leisten zu können, entwickelt sich so etwas wie eine verrechnende Normalisierung. Diese zeigt sich allgemein in dem Bemühen, eine relativ konstante Verfügbarkeit des Günstigen herzustellen. Indem man Anzeigen und Prospekte gezielt durcharbeitet, schnäppchenverdächtige Einkaufsstellen auf ausgetüftelten Routen „abgrast“ und „abklappert“, wird eine nicht unaufwendige, aber doch lukrative Systematisierung des Kaufens im Sonderangebot betrieben. Durch eigenes Herbeiführen soll das passend gemacht werden, was in überraschenden Begegnungen nur im Zufall verfügbar ist. Man will integrieren, was ‚unbemerkt‘ und unberechenbar einwirkte und es damit gleichzeitig kontrollieren.

Mit zunehmender Erfahrung bei der organisierten Suche werden bestimmte wiederkehrende Gesetzmäßigkeiten und Zwangsläufigkeiten im Erscheinen von Sonderangeboten durchsichtig. Daß man dies mit Cleverness und Ausdauer auszunutzen versteht, wird deutlich, indem es in gewissen Teilbereichen zu einer Absenkung des zugebilligten Aufwandniveaus kommt. Man weist als „zu teuer“ ab, was auf nor-

malem Preisniveau liegt und kauft z.B. Schallplatten fast nur noch im Sonderangebot. In anderen Bereichen kann es hingegen zu einer partiellen Anhebung des zugebilligten Aufwandniveaus kommen: „Aus Schaden klug geworden“ geht man Sonderangeboten z.B. bei Schuhen nun immer aus dem Wege und kauft sich für mehr Geld „lieber etwas Ordentliches“.

Die Normalisierung der Austauschbewegung hat also auch damit zu tun, daß klar getrennt wird, wo sie erfahrungsgemäß lohnend und wo sie weniger lohnend erscheint. Das Kaufen im Sonderangebot grenzt sich ein auf Vertrautes und Bewährtes und grenzt anderes als „exotisch“ und „unwirtschaftlich“ davon aus. Bei solchen Grenzziehungen zeigt sich aber eine gewisse Flexibilität. Sonderangebote werden gern als Ausweichmöglichkeit genutzt, wenn Geplantes oder Übliches nicht realisierbar ist. Das hilft, Stockungen zu überbrücken und die Austauschbewegung im Fluß zu halten. „Mut zum Ausprobieren“ entwickelt sich allerdings mehr innerhalb abgesteckter Regionen.

Bemerkenswert ist die aufschiebende und vorwegnehmende Abstimmung von Marktsituationen und eigener ‚Bedürfnislage‘. Man sieht seine Bedürfnisse nicht als etwas, das „von heute auf morgen kommt“, sondern verfolgt bereits frühzeitig, wie sich Offenheiten entwickeln. So hat man immer etwas „Luft“ und kann auf vorzeitige Abschlüsse zugunsten späterer Aufwandsersparnis verzichten. Für die verschiedensten Dinge hält man nun ständig die Augen offen. Wenn die geduldig erwarteten Sonderangebote erscheinen, kann man wiederum sehr kurzentschlossen zugreifen und mit dem Kauf gesteigerter Mengen für spätere „Durststrecken“ vorsorgen. Auch so gewinnt man „Spiel“ im Austauschgetriebe.

Die erstaunliche Konzessionsbereitschaft, Mängel, Fehlendes und Verdorbenheiten in Kauf zu nehmen, hängt damit zusammen, daß man von vorneherein davon ausgeht, in Sonderangeboten nichts geschenkt zu bekommen. Preisnachlässe müssen einen Grund haben und Qualitätsminderungen ma-

chen ihn anschaulich und abschätzbar. Man sieht darüber hinweg in der Berechnung, dennoch im Vorteil zu sein, und gibt sich wohlweislich selbst die „Schuld“, sollte diese Spekulation im nachhinein nicht aufgehen.

Das kleinlaute, aber berechnende In-Kauf-Nehmen ist eine Ausdrucksform der allgemeineren Tendenz zur Mäßigung beim Kaufen im Sonderangebot. Es werden Abstriche von früher erhofften grandiosen Verdienstspannen gemacht, aber auch Gefahren wie etwa der Verführung und Verausgabung nicht mehr „so kraß“ gesehen. Mit Blick auf das Ganze des Kaufens, das „im Griff“ behalten werden soll, ist man mit der zu kleineren Gewinnen und Verlusten gemilderten Bilanz im Umgang mit Sonderangeboten „einigermaßen zufrieden“. Ökonomieaspekte sind hier also die *Relativierung* und das *Pragmatisch-Werden* der Austauschbewegung.

### Konstruktiver Zwischenhandel

Als weiterentwickelte Tauschform stellt das Kaufen einen Vermittlungsprozeß dar: Immer müssen Synthesen zwischen Eigenem und Fremden, Haben und Anders-Haben, Erhalten und Aufgeben gefunden werden. Austausch ist somit eine Art ‚Zwischenhandel‘, in dem enge und lockere, feste und flüssige Verhältnisse ausgehandelt werden. Demgemäß geht es bei der Konstruktionsbeschreibung des Kaufens im Sonderangebot darum, die eigenartige Regulation dieser besonderen Austauschform zu zeigen. Dabei geben die Faktoren der Gestaltung und Umgestaltung (morphologische Erklärungsletzttheiten) als grundlegende ‚Haushaltsposten‘ den allgemeinen Verrechnungsrahmen vor. Die Frage, wie sich Aneignungsgewinne und -verluste im Ganzen regulieren, verweist auf Probleme eines ‚inneren Maßes‘. Diese lassen sich für die untersuchte Wirkungseinheit mit den Zügen der Ermäßigung und des Übermaßes, des Maßhaltens und der Verregelmäßigung umschreiben.

### Ermäßigen und Übermäßig-Werden

Wenn ein geglückter Ladendiebstahl „schöner als das beste Sonderangebot“ bewertet und als

„Krönung“ eingestuft wird, verweist dies auf die eigentümliche Logik von Aneignungstendenzen, in irgendeiner Weise doch darauf zu bestehen, daß das, was man braucht, einem auch zusteht. Bekommt man es wie beim Kaufen nicht umsonst, so scheint es zumindest in latenter Beanspruchung ‚recht und billig‘, es sich ‚umsonst‘ zu beschaffen. Nicht zuletzt eine Verdichtung wie „Klaufen“ (Versprecher einer Befragten) macht deutlich, wie das Kaufen im Sonderangebot als *eine legalen Normen entsprechende, sich aber zugleich räuberisch verstehende Aneignungsform* betrieben werden kann.

Für ein solches auf billige Bemächtigung drängendes Aneignungsverständnis stellen die stark betonten Einwirkungszüge beim Kaufen im Sonderangebot eine Erweiterung dar. Wenn es zutrifft, daß Gelegenheit Diebe macht, dann wird sinnfällig, warum im Umgang mit Sonderangeboten die Konfrontation mit dem Zufall eine solch wichtige Rolle spielt: Was gelegen kommt, was zufällt, ‚macht‘ auch „diebisch“ erfreute Käufer von Sonderangeboten. In der Typisierung wurde beschrieben, wie hier Aneignungstendenzen leichter als sonst „ansprechbar“ sind und schneller als sonst in Setzungen übergehen können. (Sachbedingt ergibt sich hier eine undurchsichtige Übergangsstelle von Wirkungs- und Handlungseinheit, deren strenge Abgrenzung voneinander aus methodischen Gründen jedoch unerlässlich ist.) Die psychologische Ermäßigungsofferte des Sonderangebotes besteht in einer *zum Greifen nahegelegten ökonomischen Abkürzung des Austauschprozesses*.

Ausnahmsweise Ermäßigen ist etwas, was prinzipiell in Richtung des Wünschbaren für den normal als ständig belastet erlebten seelischen Haushalt geht. So hat das Märchenhafte beim Kaufen im Sonderangebot damit zu tun, daß sich unerwartet gewisse leidige Bewe-

gungsbegrenzungen des Zu-Teuren erweitern und sich damit neue Entwicklungsspielräume eröffnen. Dies wird auch durch eine bedingte Auflösung bestehender Vereindeutigungen des Nützlichen und Brauchbaren gefördert. Die leicht rauschartige Entfaltung einer nicht alltäglichen, zum Übermaß tendierenden Aneignungslogik verdeutlicht sich im Ausschweifen der Interessiertheiten, in der Ausdehnung der Begehrlichkeiten für „alles mögliche“. Und ebenso daran, daß in euphorischer Sparabsicht viel mehr als sonst gekauft werden kann („vor Begeisterung kaum zu halten“).

Nicht zuletzt solche begeistert erlebten ‚Haltlosigkeiten‘ weisen darauf hin, wie das, was man beim Kaufen in der Regel gerne festhält, hier unbeschwerter auf- und ausgegeben wird: Im Umgang mit Sonderangeboten sitzt das Geld ‚lockerer‘, werden Mittel leichter flüssig gemacht als sonst. Das gilt, wie bereits gesagt, für die gesamte Austauschbewegung, die sich stets in der Nähe einer beschleunigten Abrundung durch kurzentschlossene Käufe befindet.

### Maßhalten und Verregelmäßigen

Die Nähe zu leichteren und schnelleren Abschlüssen beim Kaufen im Sonderangebot läßt wichtige Rechnungen offen. Das hängt mit der ambivalenten Logik von Umbildungsprozessen zusammen: Der Übergang zu einem Anders-Haben ist eine beruhigende Lösung und schafft zugleich aufregende Probleme. Man ist beunruhigt über die offenbar werdende Breite ungeschlossener Aneignungstendenzen, fürchtet Anspruchsgeneralisierungen über das Ermäßigt-Ausnahmehafte hinaus, sieht hier bedrohliche Überfremdungs- oder Überflutungsmöglichkeiten (siehe Verführungsklagen).

Das ausgemalte Ruinös-Werden der Austauschbewegung, die Angst vor einem ‚see-



lisch-ökonomischen Ausverkauf<sup>6</sup> (Verausgabungsklagen) macht sichtbar, wie sich im Kaufen übergangsweise eine *Destabilisierung des seelischen Haus-Halts* einstellt: Aneignung von Neuem ist zugleich Enteignung von Altem; neue Haltgewinne müssen mit Substanzverlusten erkaufte werden. So unvermeidlich man in diese Ambivalenzen gerät, so wenig reibungslos findet man sich damit zu recht. Nervenaufreibende Hin-und-her-Gerissenheiten, zermürbende Entscheidungskämpfe machen allgemein auf Umbildungsprobleme in der Austauschbewegung aufmerksam. Übergangsklemmen entstehen, da der Vorgang des Sich-zueigen-Machens nichts ist, was sich in punktuellen Kaufakten schlagartig einstellt. Unverbindliches braucht mehr Zeit, als Sonderangebote lassen wollen und ein anderes Maß als die angegebene Preisreduzierungsspanne, um verbindlich zu werden.

Die Notwendigkeit zu einer gemesseneren Entwicklung hat mit Forderungen seelischer Ausrüstung zu tun. Ausrüstungszüge kommen vor allem in dem zum Ausdruck, was typisierend als Bremsmanöver beschrieben wurde. Disziplinierung, Beruhigung, Verlangsamung sind Konsequenzen, die sich aus einer umfassenden *Verpflichtung zum Maßhalten* im seelisch-ökonomischen Sinne ergeben. Gegen verspürte Irritationen des Halt- und Maßloswerdens kommt es zu hilfreich rigiden Ausrichtungen auf Machbares und Mögliches. Unter dem Zwang zur Stabilisierung zeigt sich ein Zurückschrauben und Abbauen dessen, was sich in gewinnversprechenden Umsatzsteigerungen so verschwenderisch ausbreiten kann. So macht sich die ökonomische Systemzensur bemerkbar in der Betonung überschränkter Austauschverhältnisse (zu viel, zu schnell, zu einfach), in der reduzierenden Rückbesinnung auf „eigentliche“ und „wirkliche“ Bedürfnisse sowie in der Aufstellung strenger Imperative des Aufschubes und Verzichts.

Von hier aus wird verständlich, warum man das Abweisen-Können von Sonderangeboten als „Triumph“ erleben kann. Enthaltensamkeit entspricht in diesem Kontext der restriktiven Logik der Ausrüstung. Das Sich-Versagen selbst ermäßigt realisierbarer Wünsche kann eine wichtige symbolische Bekräftigung für die ‚Moral‘ seelischer Haushaltsführung im ganzen sein. Umgekehrt führt der strenge Ökonomiezwang aber auch zu Leiden. So kann man sich gedemütigt fühlen, wenn man sich etwas nur oder noch nicht einmal als Sonderangebot zu leisten vermag. Das Einhalten-Müssen gewisser drastisch reduzierter Aufwandsnormen kann die Bewegungsfreiheit so sehr auf „Nötigstes“ und „Günstigstes“ einengen, daß es zu verzweifelten Leerläufen kommt. Übervorsichtigkeiten können das Kaufen im Sonderangebot so an Überdrußpunkte herzuführen, daß es sich bei aller Sparabsicht umsonst zu erschöpfen droht, also paradoxerweise unwirtschaftlich zu werden beginnt. Solche Austauschstockungen hängen mit dem reaktiven Charakter der Bremsmanöver zusammen. Sie richten sich mehr gegen etwas, als daß sie korrigierend für etwas wirken würden.

Eine mehr produktive Seite des Haushalten-Könnens, ein sich besser auszählender Aspekt der anstrengenden Disziplinierung und Rationalisierung kommt zum Tragen, indem sich das Kaufen im Sonderangebot ökonomisch verregelmäßigt. Durch übergreifende Gewinn- und Verlustrechnungen, durch feste, aber auch reversible Trennungen relativ profitabler und defizitärer Gegenstandsbereiche („flexibles System“) wird eine pragmatische Durchgängigkeit der Austauschbewegung ermöglicht, die frustrierende Stockungen und bedrohliche Verflüssigungen vermeidet. Mit Blick auf das Ganze, das es gilt, „auf möglichst niedrigem Niveau auszubalancieren“, entwickelt sich eine Art von jeweiligem *Regelmaß*, in dem eigentümliche Kosten-Nutzen-Analysen stecken. Dieses individuelle Regelmaß wacht generalisierend darüber, wo die jeweilige „Verhältnismäßigkeit“ und „Effektivität“ der eingesetzten Mittel beim Kaufen gegeben ist und wo nicht. Das aufwendige Hin

und Her von Einzelfallentscheidungen erübrigt sich damit weitgehend.

### Schleusenregulation

Man wird sich bei der Untersuchung der Wirkungseinheit Kaufen im Sonderangebot ‚verrechnen‘, wenn man sie letztlich für sich abrechnen will und nicht das Angewiesenheitsverhältnis zur umfassenderen Wirkungseinheit des normalen Kaufens mitberücksichtigt. Zwischen beiden besteht ein Gefälle, das allgemein mit der verschiedenen Höhe des jeweils geforderten Aufwandsniveaus zusammenhängt. Niemand aber kauft nur zu normalen oder ausschließlich zu Sonderpreisen, in der Regel kombiniert man beides. Als Kombinationsprinzip wird eine Art von *Schleusenmechanismus* deutlich, mit dem das Gefälle nivelliert wird. In der Verregelmäßigung des Kaufens im Sonderangebot vollzieht sich durch übergreifende Relativierung eine kompensierende An- und Ausgleichung normaler und ausnahmsweise ermäßigter Austauschbedingungen. Man erreicht damit einen zufriedenstellenden „Dauerzustand des Günstigen“, fühlt sich aber auf langweilige Weise unbewegt, also ‚unmotiviert‘, wenn man so will.

Indem die Vermittlungsleistung nach dem Schleusenprinzip beim Kaufen im Sonderangebot darin besteht, daß der *Übergang in Richtung Normalität des Kaufens und nicht in Richtung der Ausnahme* bewerkstelligt wird, ergibt sich ein paradoxes Problem: Sonderangebote wirken grundsätzlich dadurch, daß sich hier etwas als extraordinäre Erleichterungsmöglichkeit vor dem Grund normaler Belastungserfahrungen beim Kaufen abheben kann. Wird es im Zuge der Verregelmäßigung wieder in diesen Grund zurückgearbeitet, dann mag dies aus übergeordneten ökonomischen Gründen eine sehr versierte Lösung darstellen, verkehrt aber zugleich die hoffnungsvolle Ausgangslage.

Indem man mit Sonderangeboten so umzugehen lernt, daß man sich gewohnheitsmäßig etwas sparen kann, hat man zugleich immer weniger das Gefühl, noch etwas zu gewinnen; indem man Sonderangebote immer „optimaler“, also zunehmend verhältnismäßiger zu nutzen versteht, wird etwas anderes zunehmend unverhältnismäßiger. Gemessen an dem, was „unterm Strich“ dabei herauskommt, wenn es gelingt, die ermäßigte Austauschbewegung „effektiv“ zu machen, erleben es Käufer als „sinnlos“, welchen „Riesenaufwand“ sie dafür zu leisten haben. Alle Verrechnungskünste erscheinen zuweilen „absurd“, wenn normale Haushaltsbelastungen jede ausnahmsweise Entlastung relativierend und kompensierend verschlingen. *Das „Versprechen auf Erleichterung“ läßt sich scheinbar nur so realisieren, daß es letztlich nicht spürbar ist.* Mit solchen Paradoxien hat es u.a. zu tun, daß Käufer sich hier etwas „Unmögliches“ betreiben sehen.

### Austauschschräge

So kann man – gerade im Umgang mit Sonderangeboten – darauf aufmerksam werden, daß so etwas wie eine prinzipielle Schräge der Austauschverhältnisse beim Kaufen besteht. Diese hängt mit der stets gestellten Forderung nach gerechtem Tausch, nach Äquivalenz von Geben und Nehmen, also mit dem strukturellen Anspruch auf möglichst ausgewogene, aufgehende Vermittlung zusammen. Die Verhältnisse beim Kaufen sind aber anscheinend nicht so, daß sie gerecht, symmetrisch und ausgewogen vermittelt werden können. Generell erlebt man, wie im Austausch irgendetwas mehr oder weniger unverwandelt bleibt.

Darauf verweist auch eine eigentümliche Tendenz zum Feilschen beim Kaufen im Sonderangebot. Wo sich etwas allein schon entgegenkommend zeigt (Preissenkung), da keimt bei Käufern zuweilen die Hoffnung, es lasse sich durch eigene Aktivität (Herunterhandeln) vielleicht noch mehr an Entgegenkommen herausholen. Die Nachgiebigkeit der Gegenseite wirkt also einladend, die sonst weitgehend



„verinnerlichte“ und vereinseitigte Vermittlungstätigkeit anschaulich zu agieren, was aber meist nicht gelingt. Dabei werden Ressentiments und drastische Begehrlichkeiten offenbar, die darauf hindeuten, daß das stille Aushandeln „in sich“ eine nur sehr bedingte Äquivalenz der Tauschverhältnisse herstellen kann. Hier bleiben anscheinend Reste, mit denen man sich in der Regel kleinlaut abfindet, die immanent irgendwie verrechnet werden, für deren Entstehen man aber im Grunde „äußere“ ökonomische Bedingungen und Mächte verantwortlich macht.

Man kriegt diese Reste nicht heraus, sondern sie scheinen irgendwie aus dem anschaulichen Umsatzkreislauf zu verschwinden. Mit dem Erleben solch ständiger, schleicher Substanzverluste (vgl. „Hans im Glück“) hat es wohl u.a. zu tun, daß man sich auch beim Kaufen im Sonderangebot auf mehr grundsätzliche Weise stets „ausgenommen“ und „ausgebeutet“ fühlt, sich bei aller Cleverness letztlich doch „immer als der Dumme“ dastehen sieht. In dieselbe Richtung weist – von ganz anderer Seite her – die etymologische Verwandtschaft von tauschen und täuschen: Beides geht auf einen ursprünglich gemeinsamen Sinn von Betrug und Übervorteilung zurück.

### Ökonomische Taschenspielererei

Gerade das versierte Kaufen im Sonderangebot findet aber zuweilen einen Dreh, sich nicht mehr nur als „Opfer“ dieser *ambivalenten Struktur des Tauschens und Täuschens* zu erleben, sondern in gewissen Grenzen auch als souveränen Ausnutzer derselben: Hin und wieder setzt man Sonderangebote als „Überredungsargument“ und „Vorwand“ ein, „um sich selber etwas besser verkaufen zu können“. Indem sie zum Alibi dafür werden, etwas erkanntermaßen Viel-zu-Teures, etwas eingestandenermaßen Eigentlich-Unnötiges zu kaufen, spart man sich zwar kein Geld, aber dafür andere seelische Kosten wie traurige Versagungsarbeiten oder quälende Ressentiments.

Mit einer Art Taschenspielertrick wird also die ermäßigte Austauschbewegung ab und an

von dem Zwang befreit, sich mit normalen Haushaltsbelastungen und Austauschverhältnismäßigkeiten kompensierend verrechnen zu müssen. In dem, was Sonderangebote so einladend günstig eröffnen, wird durchaus die kostspielige „Hintertür“ gesehen, und doch kann man es im selbstbestimmten Einzelfall bei einer sich unkompliziert zeigenden Vorteilhaftigkeitsfassade belassen. Demnach würde hier in gewisser Hinsicht das „Kulissenhafte“ selbst zum Kaufmotiv.<sup>3</sup> Man läßt sich verführen und betrügen – nicht aus Naivität –, sondern in der augenzwinkernden Berechnung, daß ein „glücklich erleichterndes Es-geht-auch-anders“ beim Kaufen sich paradoxerweise realisieren läßt, wenn man auch einmal „vergißt“, was nicht zu ändern ist. Dieses Vergessen ist ein Kunststück struktureller Selbstüberlistung, mit dem doch so etwas wie ein Freiraum für ökonomische Ausnahmeregelungen gerettet werden kann.

Da sich damit aber wieder nur immanent zu verrechnende Verwirklichungsmöglichkeiten für sonst Unmögliches eröffnen, wird die seelische Austauschökonomie im ganzen an irgendeiner Stelle doch durch diese „Überziehung“ belastet. Daher kann sich selbst der gewitzteste Umgang mit Sonderangeboten nie ganz von dem Beigeschmack befreien, letztlich nicht viel mehr als ein schräges Vermittlungskunststückchen, ein *billiger Trick* zu sein. Dieser Beigeschmack des konstruktiv Billigen leitet schließlich über zu neuen kleinräumerischen Ärgernissen, mit denen der Alltag des Kaufens das erreichte ökonomische Raffinement unvermeidlich immer wieder bricht. ○

### Zusammenfassung

*Im Sinne seelischer Austauschökonomie ist das Kaufen im Sonderangebot eine vielversprechende, aber keineswegs einfach zu ergreifende Erleichterungsmöglichkeit. Die*

*Entwicklung dieser spezifischen Kaufmotivation vollzieht sich in mehreren Versionen, wobei verschiedene strukturelle Züge (Ermäßigen, Übermäßig-Werden, Maßhalten) ganzheitlich vermittelt werden. Mit seiner Verregelmäßigung erreicht das Kaufen im Sonderangebot eine zufriedenstellende Effektivität, bekommt aber eigentümliche Probleme dadurch, daß es ‚zu normal‘ wird.*

#### Anmerkungen und Literatur

<sup>1</sup> Vgl. dazu die grundlegenden Ausführungen von: SALBER, W.: Wirkungseinheiten. Psychologie von Werbung und Erziehung, Wuppertal/Ratingen/Düsseldorf 1969

<sup>2</sup> NIETZSCHE, F.: Zur Genealogie der Moral, in: Werke in 3 Bänden, Band II, München 1955, 811

<sup>3</sup> Vgl. dazu den Lehrsatz der Pataphysik über das Geheimnis: „Wir Pataphysiker wissen genauestens, daß die *Letter* alles ist, daß das *Besondere* das einzig Wirkliche ist, daß die *Ausnahme* das Gesetz ist: kurz, daß der *Schleier* das Geheimnis ist.“ (Hervorhebungen im Original) in: SCHEERER, Th.M.: Kleines Lehrbuch der Pataphysik, Rheinbach-Merzbach 1983, 68

Dipl.-Psych. Wolfram Domke  
Luxemburger Str. 292  
D-5000 Köln 41

## Bücher in Köln

BUCHHANDLUNG  
**GONSKI**



Neumarkt 24, Telefon 02 21/21 05 28

Gonski Technik

Neumarkt

Gertrudenstraße 2–4

Gonski Jura

Gertrudenstraße 7

Gonski Schulbücherladen

Gertrudenstraße 24

Gonski aktuell

Neumarkt 14