

Macht Idealismus krank?

Thomas Marti

Die Lebensumstände in der modernen Gesellschaft und ihre Ideale punkto Bereitschaft zu Verantwortung, Arbeitsleistung, Mobilität, Information und Kommunikation stellen eine immense Herausforderung dar für die seelisch-geistige Gesundheit des einzelnen Menschen. Diese Ideale und die Macht, die von ihnen ausgeht, führen leicht zu einer Überforderung und damit zu einem Raubbau an den Kräften des Menschen. Ein Zusammenbruch und der Verlust der vitalen Lebensfähigkeit muss die Folge sein. Der Idealismus der modernen Gesellschaft ist zu einer der größten Herausforderungen für die Gesundheit geworden. Er erfordert ein neues Gleichgewicht zu den seelisch-geistigen Ressourcen des Individuums.

In anthroposophischen Kreisen ist gern und häufig vom »Geistesleben« die Rede. Der Mensch sei nicht nur z.B. ein biologisch oder sozial bestimmtes Wesen, sondern auch ein geistiges, dessen Domäne eben das »Geistesleben« sei. Dabei herrscht zumeist der stille Konsens, dass mit »Geistesleben« zugleich auch die Freiheit zur Selbstbestimmung gemeint ist. Aber beileibe nicht alles, was »geistig« ist, ist deshalb auch schon frei. Und das Geistesleben ist nicht selbstverständlich immer auch ein »freies« Geistesleben – auch dasjenige nicht, was explizit so genannt wird. Es gibt auch ein Geistesleben, das knechten und unterjochen kann und unfrei macht. Die Geschichte ist übervoll von Beispielen, wo Menschen nicht an Hunger und Seuchen, an sozialen Missständen oder unter kriegerischen Ereignissen litten, sondern am jeweils herrschenden und vor allem gewalttätigen Geistesleben. Das Geistesleben kann auch krank machen oder töten.

Nicht nur Ideologien und totalitäre Parteiprogramme vermögen uns unter Denk- und Handlungszwang zu setzen. Auch was wir den Zeitgeist oder den Mainstream nennen, vermag über den Mehrheitsgeschmack unser Tun und Lassen, unsere Einstellungen und Meinungen, Urteilshaltungen und Denkweisen zu beeinflussen, zu erziehen oder gar zu beherrschen. Ob dies offensichtlich oder verdeckt geschieht, absichtlich oder beiläufig, einengend oder großzügig, willkommen oder unerwünscht, ist vorerst nebensächlich. Der Geist weht eben wo er will, und manchmal weht er überhaupt nicht spürbar – wirkt aber trotzdem. Am trügerischsten ist vielleicht die Meinung, wir lebten in einer materialistischen und damit geistlosen Epoche. Dieses vermeintliche Geistvakuum des Materialismus ist ein fataler Anlass, sich durch ein Übermaß an aufgewendetem »geistvollem« Idealismus zu verbrennen. »Man muss dem Materialismus doch etwas Kräftiges und besonders Spirituelles entgegensetzen!« Ich vermute, dass ein solcher Man-muss-Idealismus einer der Hauptgründe ist, weshalb sich auch in Waldorfschulkollegien so viel müder Pragmatismus breit machen kann. Es ist nicht ausgeschlossen, dass die Meinung, der Materialismus (was immer das auch sei) wäre etwas Ungeistiges, besonders anfällig macht für seine Auswirkungen.

Vegetables Geistesleben

Vorerst aber eine Begriffsklärung. Als Geistiges bezeichne ich jegliche gestalterisch wirksame Regsamkeit. Diese Regsamkeit bringt Ordnungen hervor und schmilzt diese nach einer Phase der Chaotisierung wieder in neue Ordnungen um. Durch ein derartig gestaltendes und umgestaltendes Ordnungschaffen kommt das Einzelne in einen dynamischen Bezug zum übergeordneten Ganzen. Das Gesetz, wonach dieser Bezug vom Teil zum Ganzen gestaltet wird, kann man das »Wesen« einer Sache nennen. Das Wesen ist der Konsens (oder die »Stimmigkeit«) der Teile untereinander und zum übergeordneten Ganzen. Wenn wir also etwas als »wesentlich« bezeichnen, dann drücken wir damit aus, dass wir den Bezug zum übergeordneten Ganzen erfasst und dieses Ganze im »typischen« Einzelnen wieder gefunden und erkannt haben.

Ich möchte den Begriff des Geistigen an einem hoffentlich unverfänglichen Beispiel aus der Pflanzenkunde illustrieren: an der Fruchtreife der Walderdbeere (siehe Abbildung unten). Reift eine Erdbeere, dann werden bestimmte Blütenteile in gesetzmäßiger Weise stofflich und morphologisch umgestaltet. Nach der Befruchtung und dem darauf folgenden Verwelken der weiß und gelb strahlenden Blüte verwandelt sich der feste und kompakte, grüne Blütenboden; er wird größer und schwerer und lässt eine saftige, rot leuchtende und süß-würzige Frucht entstehen. Dabei wird die ganze Pflanze von dieser Fruchtreife ergriffen, indem sich z.B. auch die Blätter zu Gelb und Rot verfärben, die Blütenstiele fester und trockener werden und sich ebenfalls röten. Je mehr der Pflanze von außen trockene Wärme zukommt, desto intensiver ist diese Umbildung, desto würziger wird auch der Geschmack der Frucht. Das sind gleichsam die Lebensbedingungen aus dem Umkreis, unter denen sich das Gesetz der Erdbeerpflanze verwirklichen kann und wonach diese für die Erdbeere typischen Reifeprozesse verlaufen. Dieses Gesetz macht den Vorgang unverwechselbar und gehört zum »Wesen« der Erdbeere. Der Reifevorgang ist also nicht nur ein biologischer. Weil er gesetzmäßig verläuft und gedanklich als typisch oder

»wesenhaft« erfasst werden kann, ist der Vorgang auch ein geistiger. So gesehen führt auch eine Pflanze ein Geistesleben, wenn auch kein freies, sondern eines, das ökologisch eingebunden ist. Je intensiver und stimmiger diese Einbindung und damit der Konsens mit den Lebensbedingungen ist, desto typischer kommt das Wesen der Pflanze zur Geltung. Am besonderen Geschmack und der Qualität des Aromas lässt sich quasi auf der Zunge erkennen, unter was für Umkreisbedingungen die Erdbeere gereift ist. Je typischer diese für die



Zeichnung: Thomas Marti

gesamte Pflanze sind, desto typischer ist auch der Geschmack ihrer Früchte. Wenn wir also das Typische der Erdbeere schmecken, dann haben wir über die Zunge gleichsam eine Geisterkenntnis gewonnen.

Obwohl wir Menschen keine Pflanzen sind, sind wir dennoch ökologisch eingebunden, nicht nur in die Natur im eigentlichen Sinne, sondern auch kulturell und gesellschaftlich. Das ist sozusagen unsere zweite Natur. Zu dieser Einbindung gehört, was wir etwa den Zeitgeist, den Zeitgeschmack oder den Mainstream nennen. Auch die kurzlebigen Moden gehören dazu. Wir brauchen diese Einbindung in die Zeiterscheinungen überhaupt nicht moralisch zu beurteilen, es genügt vorerst, sie einfach als Tatsache anzuerkennen. Ähnlich wie bei der Erdbeerpflanze gehören sie zu den Lebensbedingungen, unter denen wir unser »Gesetz« – in diesem Fall: das individuelle Menschsein – verwirklichen.

Aber es gibt auch wesentliche Unterschiede zu Pflanzen, nicht nur hinsichtlich der Art unserer Einbindung. Die Erdbeeren vermögen sich ungünstigen Lebensbedingungen nicht zu widersetzen, es fehlt ihnen die Möglichkeit, ihr Gesetz trotz misslicher Verhältnisse zu verwirklichen. Sie sind voll und ganz von geeigneten Bedingungen abhängig. Bei uns Menschen ist dies mindestens den Möglichkeiten nach anders. Von Friedrich Schiller stammt der programmatische Satz: *»Lebe mit deinem Jahrhundert, aber sei nicht sein Geschöpf; leiste deinen Zeitgenossen, was sie bedürfen, nicht, was sie loben«*. (9. Brief über die ästhetische Erziehung des Menschen). Ich glaube, dieser Satz ist für unser Thema zum Burn-out ein Schlüsselsatz: Lasse Dich auf alles ein, was Dir der Zeitgeist entgegenweht, sei ein Zeitgenosse; aber werde keine Pflanze und folge dennoch dem, der Du und nur Du werden möchtest; bleibe Dir selber treu und verbrenne Dich nicht an etwas, was der Verwirklichung Deines ureigenen Gesetzes zuwiderläuft; widerstehe der Versuchung des Zeitgeistes, Dir selber fremd zu werden!

Ich möchte an einem Beispiel aufzeigen, wie ich selber dem Zeitgeist bzw. einer seiner Facetten auf den Leim gekrochen bin, zwar nicht schwerwiegend – aber immerhin.

In »Freiheit« zum Wettbewerbsvorteil

Im vergangenen Januar trat in der Schweiz eine Interessengemeinschaft junger Leute an die Öffentlichkeit, die sich »Free Internet« nannte und ähnlich wie Greenpeace durch spektakuläre Auftritte auf sich aufmerksam machte. Beispielsweise demonstrierten sie in Bahnhöfen, vor Einkaufszentren oder auf öffentlichen Plätzen für ihre Anliegen und verteilten den erstaunten Passanten ihr Manifest¹ (siehe Abbildung rechts).

Der Stil, mit dem die Interessengemeinschaft auftrat, hatte etwas kämpferisch Revolutionäres und wurde mit dem berühmt gewordenen Konterfei von Che Guevara unterstrichen. Eine Bewegung der Zivilgesellschaft, die sich für die freie Verbindung der Menschen auf der ganzen Welt stark macht und dazu die Mittel einsetzt, die sie hat: öf-



fentliche Aktionen und spontane Straßenfeste, selbstverständlich mit viel Musik und jugendlicher Unbekümmertheit. Warum eigentlich nicht? Manchmal braucht es vielleicht den provokativen und übermütigen Stil, um uns aus unserer selbstgenügsamen und satten Konsumhaltung zu bringen. Die totalitären Regime wissen ja recht genau, was sie vom Internet zu befürchten haben, und versuchen deshalb, den freien Verkehr der Menschen gewaltsam zu unterdrücken. Obwohl ich die Aktionen nur über die Medien verfolgte: sie weckten Erinnerungen an meine eigene Studentenzeit und gewannen meine Sympathie als basisdemokratisch eingestelltem Zeitgenossen. Natürlich wurde von verschiedenster Seite darüber spekuliert, wer hinter dieser Bewegung stecken könnte, denn viele konnten nicht so wirklich daran glauben, dass das Internet im gegenwärtigen Kampf der Anbieter um die größten Marktanteile je gratis sein könnte. Warum aber sollte eine Bürgerbewegung nicht trotzdem erfolgreich sein, das Undenkbare schaffen und allen wirtschaftlichen Erwägungen zum Trotz etwas erreichen können?

Im Februar sprang dann die Katze durch eine Indiskretion aus dem Sack: Hinter der Interessengemeinschaft »Free Internet« steckte Sunrise, einer der mächtigsten internationalen Telekommunikationskonzerne der Schweiz. Von Kampf für die Freiheit keine Spur, keine neue Subkultur des Aufbruchs, sondern eine ausgefuchste Methode, Kunden zu binden und sich Marktvorteile zu erschleichen. Das Ziel der Aktion: wer mit Sunrise sowohl übers Festnetz wie auch per Handy telefoniert, der soll in seinem All-Inclusive-Paket auch einen ADSL-Anschluss zu einer Gesamtpauschale von 105 Franken plus Auslandsgespräche erhalten. Revolutionär? Angeblich sollen bisher bereits über 60.000 neue Kunden von »Free Internet« profitieren und dem Lockruf einer freien Verständigung der Menschen gefolgt sein. Die Sehnsucht vieler Menschen nach weltweiter freier Verständigung ist für Sunrise zu einem Erfolg geworden. Ein wahrer Sonnenaufgang.

Die Geschmacklosigkeit dieser Aktion ist offensichtlich: Sie nimmt die freiheitliche Gesinnung (und wahrscheinlich auch die Geiz-ist-geil-Mentalität) in Beschlag, um mit ihr die eigene Macht zu kapitalisieren. Kein Einzelfall! Schaut man auf die Werbung überhaupt, dann kann einem auffallen, dass zwar Produkte angepriesen werden, aber dass in erster Linie mit dem Lifestyle geworben wird. Als Lifestyle bezeichnet man die Lebenseinstellung, die sich aus der Orientierung an bestimmten Werten ergibt. Der Lifestyle ist auch Ausdruck für die Sehnsucht nach Orientierung und einer Sinnerfüllung im eigenen Leben: Wohlbefinden und Gesundheit, Lebensfreude und Aktivität, Freiheit und Selbstbestimmung, Anerkennung und Wertschätzung, Sicherheit und Vertrauen, Flexibilität und Unabhängigkeit, Weltoffenheit und eine Verbindung mit der gesamten Welt, Bildung, Entwicklung, Zukunft, Transparenz, Qualität usw. usf. Das sind alles Werte, durch die sich der gegenwärtige Zeitgeist artikuliert und dessen Milieu gekonnt beworben wird. Autos, Krankenversicherungen, Zigaretten, Telekommunikation, Medikamente und Kosmetik, politische Programme, Computer, Urlaubsreisen, Bankkredite, Wohneinrichtungen, Kleider, Kaffeemaschinen, Jobvermittlung, Ausbildungsgänge ... alles geeignet, die eigene Identität zu finden, sich mit dem Zeitgeist zu identifizieren und Konsens mit sich selber und der Welt zu schaffen. Will die Anthroposophie etwas anderes? Reines Geistesleben – aber macht es auch frei?

Ich und das fremde »Ich«

Was auf den Werbeflächen erscheint, ist quasi nur das sichtbare Gesicht des Zeitgeistes und seines Idealismus. Um einiges subtiler wirkt, was sich in der Philosophie am Arbeitsplatz kundtut. »Im Mittelpunkt steht bei uns der Mensch. Wir zählen auf Ihr Engagement, auf Ihre Kreativität und Ihre Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen. Unsere Erfolgsphilosophie ist die Begeisterung. Denn nur wer selber begeistert ist, wird auch seine Mitarbeiter und Kunden begeistern. Wir legen großen Wert auf Förderung und pflegen deshalb auch die Kompetenz unserer Mitarbeiter. Ständige Weiterbildung ist uns wichtig.«² – Hand aufs Herz: Wer wollte da schon »nein« sagen? Wer möchte nicht als Mensch im Mittelpunkt stehen, sich nicht engagieren und kreativ sein, Verantwortung übernehmen und mit Begeisterung andere Menschen begeistern? Wer möchte nicht gefördert werden und seine Fähigkeiten wachsen lassen? – Diese Philosophie hat allerdings einen nicht ganz harmlosen Haken: der Erfolgswang des Unternehmens im Wettbewerb gegen die Konkurrenz. Wenn ich nämlich nicht gut genug bin und mit meinem Engagement, meiner Kreativität und Begeisterungsfähigkeit nicht wesentlich zum Erfolg der Firma beitrage, werde ich durch einen Besseren ersetzt. Also muss ich mich anstrengen, die Erfolgsphilosophie der Firma zu meiner eigenen machen, mich mit der Firma identifizieren und alles, was eigentlich mein ganz Persönliches und Individuelles ist, gegen die Konkurrenz des Unternehmens aufwenden. Ich *darf* nicht mehr fröhlich, kreativ, herzlich engagiert und begeistert sein – ich *muss*. Der Erfolg in meinem Leben wird sich daran zeigen, wie groß der Erfolg »meiner« Firma sein wird. Die Firma wird zu meinem eigentlichen »Ich«. TELE2 hat es in ihrer Osterkampagne für neue Festnetz- und Handykunden auf den Punkt gebracht: »Du bekommst unbegrenzte Macht. Ich bekomme deine Seele.«



*Kampagne für neue Festnetz- und Handykunden von TELE2:
»Du bekommst unbegrenzte Macht. Ich bekomme deine Seele.«*

Frei oder Knecht?

Ich glaube nicht, dass es in der Geschichte schon jemals eine Epoche gegeben hat, in der die äußeren Erwartungen und Forderungen an den Einzelmenschen derart intim an das Individuelle heranreichen wie in unserer Gegenwart. Vor diesem Hintergrund ist der Satz, den Schiller vor mehr als 200 Jahren geprägt hat, geradezu prophetisch:

»Lebe mit deinem Jahrhundert, aber sei nicht sein Geschöpf; leiste deinen Zeitgenossen, was sie bedürfen, nicht, was sie loben«.

Für die Entwicklung eines Burn-outs gibt es eine Reihe von riskanten Voraussetzungen:

1. Eine hohe Leistungsbereitschaft und das Brennen für eine Aufgabe
2. Hohe Anforderungen von außen
3. Die Unfähigkeit, »Nein« sagen zu können.

Die dritte Voraussetzung ist gleichbedeutend mit dem Fehlen ureigener Motive und Ideale zur Gestaltung des eigenen Lebens. Die Frage, was ich mit meinem Leben eigentlich und wirklich will, orientiert sich dann am Zeitgeist und dem, was die *»Zeitgenossen loben«*. Das ist nichts anderes als ein Übermaß an Fremdbestimmung bei gleichzeitigem Mangel an Selbstbestimmung und kann zu nichts anderem führen als zu einem Ausbrennen meiner Individualkräfte. Im Grunde berühren wir damit das, was Steiner mit der *»Philosophie der Freiheit«* (1894) intendierte: eine freie Selbstbestimmung des Menschen durch ein Handeln aus Erkenntnis und nicht aus Pflicht. Deshalb endet die *»Philosophie der Freiheit«* mit einem Satz, der in seinem inneren Bezug zur Burn-out-Problematik von höchster Aktualität ist: *»Man muss sich der Idee erlebend gegenüberstellen, sonst gerät man unter ihre Knechtschaft.«*

Zum Autor: Thomas Marti, Jahrgang 1949, Biologe und Pädagoge, Dozent an der Freien Hochschule Mannheim, wissenschaftliche Forschung mit medizinisch-pädagogischer Fragestellung zu Schule und Gesundheit. Lebt in Bern.

Anmerkungen:

- 1 Videos sind zu finden unter: www.youtube.com/freeint3rnet
- 2 sinngemäß nach www.feldpausch.ch

