

Luxese – Luxus und Askese, die neue Bedeutung von Luxus

In der heutigen Zeit von Globalisierung, Zeit- und Ressourcenknappheit hat der Begriff Luxus eine neue Bedeutung erhalten. Der kontinuierlich wachsende Wohlstand, der technologische Fortschritt und die Pluralisierung der Lebensstile haben Luxus in ein vielseitiges und höchst heterogenes Phänomen umgewandelt.

Was ist Luxus? Luxus ist ein wandelbarer Begriff. Die Waschmaschine ist längst zum unpfindbaren Gebrauchsgegenstand geworden. Champagnercüpli und Bratpoulet haben Karrierenglanz und Festtag zum Alltag gemacht. Mancher, der einst vom tollen Job und vom teuren Auto träumte, träumt jetzt vom einfachen Leben: Der Wohlstand verliert seine Verführungskraft, wenn man ihn hat, und seinen Glanz, wenn alle ihn haben. Während in armen Ländern die Menschen sich regelmässige Mahlzeiten nicht einmal vorstellen können, jagen sich bei uns die Gastronomen gegenseitig den Spitzenrang beim Trend «neue Bescheidenheit» ab.

Demokratisierung des Luxus

Vor allem die anhaltende Demokratisierung des Luxus prägt die heutige Wahrnehmung. Waren früher Luxusartikel nur der Oberschicht zugänglich, erwirtschaften heute Menschen bis hin zur unteren Mittelschicht ein Plus an finanziellen Mitteln, um sich ab und zu etwas Besonderes leisten zu können. Die Anbieter von Luxusartikeln passen sich an und öffnen sich dieser Käuferschicht – meist mit einer preislich nach unten erweiterten Angebotspalette.

In Schwellenländern wie China oder Indien boomt der «Aufsteiger-Luxus». Treiber ist der wirtschaftliche Aufstieg, den es auf individueller Ebene durch den Kauf von Luxusartikeln zu kommunizieren

auch das Teuerste? Wären das heute der Maserati Gran Turismo in der Garage, die Golduhr am Handgelenk oder die Massanzüge im Kleiderschrank? Sicher ist: Luxus ist etwas Relatives und Individuelles.

Da sind einerseits die klassischen Luxusgüter; die sich über ihren hohen Preis definieren. Andererseits bekommt die Luxusfrage heute – wie bereits erwähnt – eine ganz neue Dimension: In einer Zeit, in der die natürlichen Ressourcen immer knapper werden und der Mensch über immer weniger Zeit verfügt, weil die ständige Erreichbarkeit und die mediale Dauerberieselung sein Zeitbudget besetzen, wird Luxus immer mehr zu einem abstrakten Begriff. Hans Magnus Enzensberger hat in seinem visionären Essay «Luxus – woher, und wohin damit?», der 1995 erschienen ist, geschrieben: *«Der Luxus der Zukunft verabschiedet sich vom Überflüssigen und strebt nach dem Notwendigen, von dem zu befürchten ist, dass es nur noch den wenigsten zu Gebote stehen wird»*. Die Quintessenz: Luxus bedeutet nicht Vermehrung, sondern Verminderung, nicht Anhäufung, sondern Vermeidung.

Im Folgenden gehen wir auf einzelne Aspekte des Luxus ein, so wie wir heute dessen Bezug und Einfluss verstehen.

«Freie Zeit» haben ist Luxus

Wenn Luxus per definitionem also das ist, was man nicht hat, aber gerne haben



Der kontinuierlich wachsende Wohlstand hat Luxus in ein höchst heterogenes Phänomen umgewandelt

Stille immer wichtiger wird. Wo finden wir Stille, wo Ruhe? Im Grossraumbüro jedenfalls genauso wenig wie beim Spaziergang durch die Natur. Überall gibt es Verkehrslärm, Fluglärm, Geklingel, Geplapper, lästige Geräusche. Selbst an der frischen Luft trifft man garantiert auf einen Hobbygärtner, der mit seinem Rasenmäher oder seinem ohrenbetäubenden Laubbläser seine Umgebung tyrannisiert. Wer sich diesen Immissionen entziehen kann, geniesst Luxus. Und weil die Stille immer rarer wird, hat sie ihren Preis: An ruhiger Wohnlage zu leben, ist teuer. In Restaurants mit gedämpfter Geräuschkulisse zu dinieren, bleibt ein Privileg der Bessergestellten. Auch die Hotellerie hat diese Luxus-Nische erkannt und bietet entsprechende Angebote an.

«Authentisches» ist wieder gefragt

Doch nicht nur abstrakte Werte stehen für Luxus. Das gute alte Handwerk, das Selbst- und Hausgemachte ist wieder gefragt, – weil es keiner mehr beherrscht. Denn Handgefertigtes vermittelt ein kleines Stück Heimat. Persönliche Produkte dienen der Identifikation. Tradition und Authentizität werden wieder geschätzt.

Ebenfalls ein Garant für das Gefühl von Luxus sind Gegenstände wie Antiquitäten, Uhren oder Schmuckstücke, die sich

Mails erreichbar.

Bei einem derart digital verdichteten Leben liegt es auf der Hand, dass die Sehnsucht nach digitaler Entschleunigung wächst. Sich die totale Online-Abstinenz aufzuerlegen, ganz nach dem analogen Motto «Ab auf die Alp», haben schon viele versucht. Meistens blieb es beim Fluchtversuch. Das verwundert nicht weiter, ist doch digitaler Totalentzug letztlich weltfremd. Ausserst reizvoll kann indes sein, sich des Öftern den Offline-Luxus wie eine Fastenkur zu gönnen. Heilsam entschleunigend wirken etwa ein Wanderausflug – ohne Handy – in ein «stilles» Bergtal, der Besuch einer Ausstellung zusammen mit dem Partner oder die Lektüre eines schon lang erwünschten Buches.

Sich aus der Masse herausheben ist ein Luxus!

Zeit, Stille und Authentizität sind wahre Luxusgüter geworden in einer Welt, die fortwährend zeit-, raum- und ruhefressende Dinge produziert. Auch dieser neue Luxus erfüllt vieles von dem, was den Luxus lexikalisch definiert: Er ist vielfach teuer und nicht direkt lebensnotwendig. Und sein Genuss ist durchaus auch jenes bisschen ausschweifend, das ihn Puritanern und Ökonomen verdächtig macht!



ren gilt. In diesem Markt ist besonders der Bekanntheitsgrad einer Marke von entscheidender Bedeutung.

Beflügelt durch die Pluralisierung der Lebensstile entsteht im Westen dagegen ein «Nischen-Luxus». Dieser Trend widerspiegelt sich in der feinen Ausdifferenzierung des entsprechenden Luxus-Angebots.

Ein weiterer westlicher Luxustrend ist die gesteigerte Wertschätzung von immateriellem Luxus. Das heisst, Werte wie Zeit oder Lebensqualität gewinnen an Bedeutung.

Was ist Luxus?

Doch bevor wir uns Gedanken über die Hintergründe machen, müssen wir zunächst die Frage klären: Was ist Luxus? Von Oscar Wilde stammt das Bonmot: «Ich bin ein bescheidener Mensch. Ich will immer nur das Beste.» Ist das Beste

möchte, so steht wohl für viele Zeitgenossen die Zeit an erster Stelle. Wir sind an Strukturen und Regeln gebunden, die unsere Zeitsouveränität auf ein Minimum beschränken. Wer hat Zeit und Musse, sich hinzusetzen, um einen handgeschriebenen Brief zu verfassen? Wer hat noch genügend Zeit für seine Freunde? Wir sind abhängig von Laden- oder Büroöffnungszeiten, verschwinden unser Leben damit, zur Rushhour im Stau zu stehen oder uns in überfüllte S-Bahnen zu quetschen. Frei nach Enzensberger lässt sich sagen, dass diejenigen luxuriös leben, die immer Zeit haben, aber nur für das, womit sie sich beschäftigen wollen, und selbst darüber entscheiden können, was mit ihrer Zeit zu tun sei, wie viel sie wovon tun möchten und wo sie es tun wollen.

«Stille» – ein neuer Luxus

Marktforschungsstudien zeigen, dass die

durch meisterhaftes Handwerk und Tradition des Herstellers auszeichnen. Was hier zählt, ist das kennerhafte Wissen um das Produkt und dessen Geschichte und die damit verbundenen emotionalen und authentischen Aspekte. Daher sind vor allem Wertbeständigkeit und Tradition die Leitmotive eines Connaisseur-Luxus.

Noch ein Luxus – die «digitale Entschleunigung»

Keine Frage: Unsere Abhängigkeit von digitaler Kommunikation in Beruf und Freizeit ist enorm, und sie hat in weiten Teilen der Bevölkerung Suchtcharakter erreicht. Das zeigt nur schon ein Blick auf ÖV-Haltestellen, Zugabteile und Warteschlangen für unterschiedlichste Veranstaltungen: Stets auf Sendung, stets erreichbar – so lautet die Devise. Die Mehrheit der Berufstätigen ist auch nach Arbeitsschluss und in den Ferien dank Handy und E-

Luxese – Luxus in Askese

Natürlich wollen wir Luxus, und wir schätzen ihn. Die einen tun dies mehr, die anderen weniger. Wir halten es mit dem Dichter-Institute (Motivforschung/Zürich), welches schon vor Jahren den Begriff «Luxus» neu interpretierte:

Weg mit dem Schnickschnack, den Anhängseln. Nichts Unechtes, Unnatürliches darf dem Luxuriösen anhaften. Ein Produkt darf ruhig etwas teurer sein, – Hauptsache, es ist unverwechselbar. Luxus muss mehr denn je authentisch sein – ohne jede falsche Zutat. Der neue Luxus heisst Luxese – es ist der Luxus in Askese. ▶

Auf unserer Website www.kappler-management.ch haben wir einen **Blog** (Rubrik: Tourismus) geöffnet. Wir würden uns sehr freuen, auch Ihre Meinung zum Thema «Luxese» zu erfahren.