

# »KUNDEN, GANZ NORMALE KUNDEN«. ZUR WIRKLICHKEIT ZWISCHEN GEBENDEN UND NEHMENDEN IM KARITATIVEN HANDLUNGS-ZUSAMMENHANG

Marcus Richter

## *In den Hinterhöfen der Moderne*

Mit Blick auf jene alltäglichen Aktivitäten, Ereignisse und Umstände, welche in den Beschreibungen spätmoderner Gesellschaften, die nach dem Reduktionismus der Moderne verfahren, nur als marginale und kompensatorische Momente wahrgenommen und sogar als defizitär beurteilt werden, haben Orvar Löfgren und Billy Ehn in ihrer »Kulturanalyse des Ereignislosen und Flüchtigen« von »den Hinterhöfen der Moderne« gesprochen.<sup>1</sup> Als Hinterhöfe der Moderne in dem Sinne, dass diese nur als Räume des Mangels und des Mangelhaften und somit des gleichsam Unwirklichen angesehen werden, lassen sich auch Sozialkaufhäuser und wohltätige Initiativen zur Unterstützung mit Lebensmitteln (z.B. Tafel e.V.) begreifen. Denn Mangel ist nicht nur das, was solche Unternehmungen erforderlich macht und Menschen, die auf die ›Grundsicherung‹ angewiesen sind, dazu bewegt, diese Angebote gelegentlich oder regelmäßig zu nutzen. Mangel ist auch das, was die Sozialität zwischen Gebenden und Nehmenden in karitativen Situationen auf eine solche Art durchgängig markiert, dass »echte Vergemeinschaftung«<sup>2</sup> dabei nicht zustande kommen kann.

Diesen Schluss legen zumindest ›kritische‹ Analysen zur professionalisierten Hilfe wie bei den ›Tafeln‹ nahe: etwa dann, wenn aufgrund des Umstandes, dass die »Bedürftigen«<sup>3</sup> materiell nichts in die Beziehung einbringen und sie »Lebensmittel gegen gar nichts« erhalten, ein asymmetrisches Verhältnis zwischen Gebenden und Nehmenden konstatiert und daraus das Argument mangelhafter Sozialbeziehungen abgeleitet wird.<sup>4</sup> Aber auch in dem Moment, da über die Beziehungsarbeit der Tafel-Vereine geurteilt wird, dass diese lediglich zu einer »Simulation«, also zu einer mangelhaften Wirklich-

---

1 Orvar Löfgren/Billy Ehn: Nichtstun. Eine Kulturanalyse des Ereignislosen und Flüchtigen. Hamburg 2012, hier S. 261 f.

2 Stefan Selke: Kritik der Tafeln in Deutschland. Ein systematischer Blick auf ein umstrittenes gesellschaftliches Phänomen. In: ders. (Hg.): Kritik der Tafeln in Deutschland. Standortbestimmungen zu einem ambivalenten sozialen Phänomen. Wiesbaden 2010, S. 11–53, hier S. 30.

3 Von »Bedürftigen« ist im gesamten Text in Referenz sowohl zum Feld als auch zur ›kritischen‹ Literatur die Rede.

4 Thomas Gurr: Lebensmittel gegen gar nichts. Gedanken zum Helfen und Schenken, zu Reziprozität und Wohltätigkeit. In: Selke, wie Anm. 2, S. 199–218.

keit all dessen führe, was für Marktsituationen typisch sei.<sup>5</sup> Bemerkenswert an diesem Urteil erscheint mir die Verbindung, die eine gesellschaftskritische Problematisierung darin mit einer marktwirtschaftlichen Perspektive eingeht. Denn die so formulierte Kritik an der karitativen Situation geht damit einher, das marktwirtschaftliche Wirklichkeitsprofil zu überhöhen – also jenes, das sie in letzter Konsequenz, ob seiner Dominanz, für den Aufschwung professionalisierter Hilfe verantwortlich macht. So gesehen bricht sich in einem solchen Urteil eine analytische Ungerechtigkeit asymmetrisch operierender, ›kritischer‹ Sozial- und Kulturforschung Bahn. Übertragen auf die ›Simulationsthese‹, auf die ich im Weiteren noch genauer eingehen werde, stellt sich diese Ungerechtigkeit der ›kritischen‹ Analyse folgendermaßen dar: Während in (kommerziellen) Marktsituationen die Wirklichkeit des Verhältnisses zwischen den beteiligten Akteur\_innen mit der Ansprache und Behandlung als »Kundin« oder »Kunde« (zutreffend) ausgedrückt wird, wird sie bei Tafel-Vereinen und Sozialkaufhäusern, wenn dort auf gleiche Weise verfahren wird, (unzutreffend) simuliert.<sup>6</sup>

In meinem Beitrag, der Teile meiner Masterforschung zu Konsum unter der Bedingung nicht nur knapper, sondern auf die ›Existenzsicherung‹ beschränkter finanzieller Mittel aufnimmt<sup>7</sup>, übersetze ich die Frage nach dem »Oben\_Unten« in jene nach der Wirklichkeit zwischen Gebenden und Nehmenden im karitativen Handlungszusammenhang. Dazu greife ich die Praxis auf, diejenigen, welche ›niedrigschwellige, existenzunterstützende Angebote‹<sup>8</sup> in Anspruch nehmen, in Wort und Tat auch als »Kunden«<sup>9</sup> zu behandeln, auf die ich im Rahmen meiner Forschung in den Jahren 2009/2010 in einem Sozialkaufhaus und zudem bei einem Tafel-Verein aufmerksam geworden bin. In Auseinandersetzung mit jenen ›kritischen‹ Zugängen zum Tafel-Engagement, die diese Praxis zu einer »Simulation« oder ähnlichen Unwirklichkeiten disqualifizieren, werde ich zunächst einen Grund darlegen, auf dem sie als ›Tat-Sache‹ anerkannt und verfolgt werden kann. Mit-

5 *Stephan Lorenz*: Sind Tafelnutzende »Kunden« – und sollten sie deshalb bei der Tafel zahlen? In: ders. (Hg.): *TafelGesellschaft. Zum neuen Umgang mit Überfluss und Ausgrenzung*. Bielefeld 2010, S. 91–102.

6 Vgl. *Bruno Latour*: *Wir sind nie modern gewesen. Versuch einer symmetrischen Anthropologie*. Berlin 1995, hier bes. S. 133.

7 *Marcus Richter*: *Prekärer Konsum. Eine Ethnographie am Rande der Konsumgesellschaft*. Unveröffentlichte Masterarbeit im Fach Europäische Ethnologie an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg, vorgelegt im Wintersemester 2011.

8 Vgl. *Caritas in NRW (Hg.)*: *Zwischen Sozialstaat und Barmherzigkeit. Positionen und Perspektiven der Caritas in NRW zu niedrigschwelligen, existenzunterstützenden Angeboten*. Düsseldorf 2008. Auch unter URL: [http://www.skf-dachstiftung.de/Positionspapier\\_Existenzunterstuetzende\\_Angabote\\_beschl\\_22\\_09\\_08.pdf](http://www.skf-dachstiftung.de/Positionspapier_Existenzunterstuetzende_Angabote_beschl_22_09_08.pdf) (Stand: 4.7.2017).

9 Dem Anspruch, Ausdrücken des Feldes und der Literatur nicht weniger gerecht werden zu wollen als einer gendersensiblen Ausdrucksweise, ist es geschuldet, dass im Weiteren – zum Teil unmittelbar – »Kunden« des behandelten Sozialkaufhauses und Tafel-Vereins, »KundInnen« der herangezogenen Literatur (darin teilweise auch »Kunden«) und »Kund\_innen« des Autors aufeinandertreffen.

tels eines feldanalytischen Zugangs, der sich an Pierre Bourdieus Theorie des sozialen Raums anlehnt,<sup>10</sup> wird es mir anschließend darum gehen, diese Praxis im karitativen Handlungszusammenhang zwischen Gebenden und Nehmenden nachzuvollziehen. Im Sinne einer Europäischen Ethnologie, die als »Beziehungswissenschaft«<sup>11</sup> daran interessiert ist, was Menschen in »echte« und »unechte« oder hierarchisch zu unterteilen, werde ich im Ergebnis argumentieren, dass es in diesem Handlungszusammenhang weder an Reziprozität noch an Sozialität und auch nicht an Wirklichkeit mangelt. Ein Mangel ist darin stattdessen gerade das, was all dieses – das von Kritiker\_innen Verneinte – bedingt und ermöglicht.

### *Vorfahrt für die »libido sciendi«*

Das Feld karitativer Initiativen, auf das ich mich begeben, ist ein inzwischen ebenso vielfach wissenschaftlich bearbeitetes wie umstrittenes. Seitdem mit den »Agenda-2010-Reformen« ein an der »Existenzsicherung« orientiertes Sozialleistungssystem etabliert wurde, hat nicht nur der Umfang »niedrigschwelliger, existenzunterstützender Angebote« zugenommen, wie allein die Verdopplung der Tafel-Vereine in den Jahren 2004–2009 auf die Zahl 861 zeigt.<sup>12</sup> Zugenommen hat auch der Diskurs um die Ausbreitung und Wirkung karitativer Initiativen, den Wandel des Sozialstaates und die Frage, wie das eine mit dem anderen zusammenhängt. Folgt man dem Soziologen Stefan Selke, dann ziehen sich durch die Menge der dabei geleisteten Annäherungen an das Phänomen »Tafel« eine »Wahrnehmungs- und Beurteilungsdichotomie«.<sup>13</sup> Während deren eine Seite von kritischen Perspektiven bestimmt sei, die etwa den Beitrag bürgerschaftlichen Einsatzes zur sukzessiven Erosion sozialstaatlicher Verantwortung und die Verstetigung von Bedürftigkeit durch Wohltätigkeit problematisierten, versammelten sich auf der anderen Seite affirmative Zugänge zum Engagement der Tafeln, die dieses zum Beispiel als Ergänzung zu sozialstaatlichen Unterstützungen und als Möglichkeit situativer Hilfe thematisierten.

Neben diesen zwei entgegengesetzten Positionen im Diskurs um die Tafeln sei hier auf jene hingewiesen, die in der Konfrontation wohltätiger und sozialwissenschaftlicher Praxis zutage treten, wenn dabei wechselseitig der Vorwurf falscher Vorstellungen laut wird. So schreibt Stefan Selke, ein Protagonist der sozialwissenschaftlichen Tafel-Kritik, im Hinblick auf den so-

---

10 *Pierre Bourdieu*: Sozialer Raum und »Klassen«. Frankfurt am Main 1985.

11 *Jens Wietschorke*: Beziehungswissenschaft. Ein Versuch zur volkswissenschaftlich-kulturwissenschaftlichen Epistemologie. In: Österreichische Zeitschrift für Volkskunde 115 (2012), S. 325–359.

12 Vgl. die Darstellung »Die Entwicklung der Tafeln in Zahlen« auf der Homepage des Dachverbandes der deutschen Tafel-Vereine. URL: <http://www.tafel.de/die-tafeln/zahlen-fakten.html> (Stand: 30.1.2016). Im Jahr 2014, dem aktuell letzten dort ausgeführten Jahr, existierten demnach in Deutschland 919 Tafel-Vereine.

13 *Selke*, wie Anm. 2, S. 48 f.

zialen Raum, den Tafel-Vereine schaffen, dass es sich bei diesem um »beschilderter Herrschaftete Schein- oder Parallelwelten« handele,<sup>14</sup> um an anderer Stelle von der Gegenreaktion einiger wohlthätiger Praktiker\_innen auf diese und ähnliche Thesen zu berichten: von der Verweigerung des Austausches, solange die Wissenschaft, insbesondere Selke selbst, daran festhalte, »trotz besserem Wissen [...] die Tafel-Arbeit falsch [zu] beurteilen«.<sup>15</sup> Wichtig ist mir der Hinweis auf diese Konfrontation hier vor allem wegen der dabei zum Ausdruck kommenden sozial- und kulturwissenschaftlichen Haltung gegenüber den praktischen Wirklichkeiten. Diese Haltung nämlich reflektiert, wie die »politische Agenda« der Forschenden »die Kontrolle über ihre *libido sciendi* übernommen [hat]«, wie Bruno Latour konstatiert: »Sie dachten, ihre wahre Pflicht bestünde weniger darin, aktive Existenzformen in der Welt zu inventarisieren, als unter den vielen Kräften aufzuräumen, die in ihren Augen die Welt verunstalten und die Menschen in einem Zustand der Entfremdung halten [...]«.<sup>16</sup>

Um Missverständnissen entgegenzuwirken: Sofern die ›soziale Frage‹ als Frage nach dem guten Zusammenleben und dem, was gesellschaftlich dafür getan werden sollte, gestellt wird, spricht nichts dagegen, den Zustand des Sozialstaates vor dem Hintergrund zu problematisieren, dass die Unterstützung bedürftiger Menschen immer weniger durch sozialstaatliche Leistungen getragen, umso mehr jedoch von wohlthätigen Organisationen übernommen wird.<sup>17</sup> Gleiches gilt für Fragen wie jene nach den Möglichkeiten der Teilhabe an einer Gesellschaft, in der Lebensentwürfe um Konsumentscheidungen gebaut werden<sup>18</sup>, wenn Menschen nur finanzielle Mittel zur ›Existenzsicherung‹ zur Verfügung stehen, um nicht zu sagen, dass sie arm sind.<sup>19</sup> Europäisch-ethnologisch indessen spricht mehr dafür, die ›soziale Frage‹ im Sinne des disziplinären Interesses für die Assoziationen, in denen sich Leben entfaltet, zu stellen und die Lebenszusammenhänge, die sich als ›beschädigt‹<sup>20</sup> erweisen, wenn sie entsprechend der auf das gute Zusammenle-

---

14 Ebd., S. 30.

15 *Stefan Selke*: Eröffnungsvortrag zum Tafelsymposium 2012, 29./30. März 2012, Hochschule Esslingen, Audiomitschnitt, online unter URL: <http://www.tafelforum.de/tafeldialog/symposium-2012.html> (Stand: 30.1.2016). Selke zitiert hierbei aus einer an ihn adressierten Mitteilung der Kieler Tafel, ab Min. 24:09.

16 *Bruno Latour*: Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft. Einführung in die Akteur-Netzwerk-Theorie. Frankfurt am Main 2007, hier S. 86, Hervorhebung im Original.

17 Siehe z.B. *Christoph Butterwegge*: Gerechtigkeit auf dem Rückzug. Vom bismarckschen Sozialstaat zum postmodernen Suppenküchenstaat. In: Selke, wie Anm. 2, S. 73–89.

18 *Zygmunt Bauman*: Work, Consumerism and the New Poor. New York 2005, hier S. 1.

19 Siehe z.B. *Ramona Fülfe/Lucia Wendel*: Geiz ist ungeil! Der prekäre Konsum. In: Johanna Bäumer/Dennis Gebhard/Sina Hann (Hg.): Prekariat (= Perspektiven der Wirtschaftskommunikation, 8). Norderstedt 2009, S. 208–217. *Wolfgang Fritz Haug*: Kritik der Warenästhetik. Gefolgt von Warenästhetik im High-Tech-Kapitalismus. Berlin 2009, bes. S. 278–282.

20 *Theodor W. Adorno*: Minima Moralia. Reflexionen aus dem beschädigten Leben. Berlin/Frankfurt am Main 1951.

ben abzielenden ›sozialen Frage‹ (wissenschaftlich) behandelt werden, mit derselben Konsequenz für wahr zu nehmen und eben nicht zu »Scheinwelten« zu degradieren, wie vermeintlich ›unbeschädigte‹. Auch dazu kann die mit dem Programm der »Symmetrischen Anthropologie« bekräftigte Forderung, das Fremde wie das Eigene, das Missglückte wie das Gelungene zu erforschen, ermutigen.<sup>21</sup>

Aus diesem Grund habe ich meine Forschung zu prekärem Konsum weder mit der Absicht aufgenommen, mich über »Das ganz alltägliche Elend«<sup>22</sup> zu empören, noch wollte ich Kritik an der »TafelGesellschaft«<sup>23</sup> üben. Forschungslitend hingegen war für mich im Feld der ›niedrigschwelligen, existenzunterstützenden Angebote‹ die Frage, »what the hell is going on here«<sup>24</sup> zwischen Gebenden und Nehmenden? Bei dem Ort, an dem sich mir diese Frage eingangs stellte, handelt es sich um die *S.C.H.A.T.Z.-Insel*, ein vom Caritas-Verband betriebenes Sozialkaufhaus in der Innenstadt von Gera.<sup>25</sup> Die »Berührungsmomente«<sup>26</sup>, die sich dort und darüber hinaus beim Tafel e.V. der Stadt in (teilnehmender) Beobachtung sowie im Gespräch mit der Kaufhausleiterin und der Vorsitzenden des Tafel-Vereins zwischen mir und der Wirklichkeit des karitativen Handlungszusammenhangs ergaben, bilden die empirische Referenz meiner Magisterarbeit wie auch der folgenden Ausführungen. Damit, dass ich von »Berührungsmomenten« als empirischer Referenz spreche, verbinde ich ein ausdrückliches Bekenntnis zur Beiläufigkeit und Kleinteiligkeit der Empirie, aus der die Europäische Ethnologie

---

21 Vgl. *Latour*, wie Anm. 6, S. 139.

22 *Elisabeth Katschnig-Fasch (Hg.): Das ganz alltägliche Elend. Begegnungen im Schatten des Neoliberalismus.* Wien 2003.

23 *Lorenz*, wie Anm. 5.

24 *Gary A. Olson: The Social Scientist as Author. Clifford Geertz on Ethnography and Social Construction [Interview].* In: *Journal of Advanced Composition* 11 (1991), S. 245–268, hier S. 248.

25 Das Apronym ›S.C.H.A.T.Z.‹ steht für Service-, Catering-, Handels-, Arbeits- und Teilhabe-Zentrum. Im Herbst 2010 war das Sozialkaufhaus nur eines von insgesamt drei *S.C.H.A.T.Z.*-Projekten des Caritas-Verbandes Ostthüringen, die alle der Ermöglichung von »Arbeit & Teilhabe« verpflichtet waren. Neben der *S.C.H.A.T.Z.-Insel* unterhielt die Caritas das *S.C.H.A.T.Z.-Stübchen*, ein »Sozial-Restaurant mit gemütlicher Atmosphäre, das zu Austausch und Begegnung anregt oder der Erholung nach dem Einkaufsbummel dienen kann«. Während das Stübchen 2014, als die Förderung durch das Jobcenter auslief, geschlossen werden musste und das Sozialkaufhaus seit 2012 von einer durch die Caritas gegründeten Betreiberfirma geführt wird, besteht das *S.C.H.A.T.Z.-Werk*, das dritte *S.C.H.A.T.Z.-Projekt*, bis heute (2016) unter direkter Caritas-Trägerschaft fort. Es handelt sich dabei um eine Werkstatt für »Menschen, die aufgrund der hohen regionalen Arbeitsplatznachfrage und ihres eingeschränkten Leistungsvermögens wenig Perspektiven auf eine unmittelbare Reintegration in Erwerbsarbeit haben.« Die Zitate stammen aus Projektbeschreibungen von der inzwischen gemäß dem aktuellen Angebot überarbeiteten Website des Caritas-Verbandes. <http://www.caritas-ostthuringen.de/index.php?id=arbeit-und-teilhabe> (Stand: Oktober 2010).

26 *Ina-Maria Greverus: Über die Poesie und die Prosa der Räume. Gedanken zu einer Anthropologie des Raums (TRANS anthropologische texte, 10).* Münster 2009, hier S. 165.

schöpft. Anstatt davon auszugehen, dass erst Interviews und mittels dieser erlangte Einblicke in Selbstwahrnehmungen und Motivlagen von »Personen im Fokus«<sup>27</sup> die europäisch-ethnologische Wissensgenerierung hinreichend begründen,<sup>28</sup> baue ich darauf, dass diese »Berührungsmomente« bereits reichlich ernst zu nehmende empirische Gründe für die »Beziehungswissenschaft«<sup>29</sup> Europäische Ethnologie bieten. Das wiederum bedeutet keinesfalls, dass ich es für »absurd« halte, das auf diese Art gewonnene empirische Material in Beziehung zum wissenschaftlichen Diskurs zu entwickeln.<sup>30</sup> Denn auf diese Art wäre von einer »epistemozentrischen« Forschungshaltung<sup>31</sup> nur in eine gleichsam selbstvergessene verfallen, die vernachlässigt, dass sich nachvollziehende (europäisch-)ethnologische Wissensgenerierung niemals allein aus verschiedentlich hergestellter Nähe, sondern immer schon aus deren Kreuzung mit (Distanz bedingenden) (trans-)disziplinären Wissensbeständen ergibt.

### »Kunden, ganz normale Kunden«

Als ich am Vormittag des 24. Dezembers 2010 an der *S.C.H.A.T.Z.-Insel* vorbeikam, präsentierte sich das unweit einer Einkaufspassage in der Ladenzeile eines Wohnblocks angemietete Sozialkaufhaus<sup>32</sup> weihnachtlich geschmückt. Auch einige der im Schaufenster arrangierten Artikel deuteten darauf hin, dass sich das Sozialkaufhaus, das »alles außer Lebensmitteln, von Spielwaren, Textilien, Elektrogeräten, und alles an Möbeln« führt,<sup>33</sup> während der vorangehenden Wochen sein Angebot an der winterlichen beziehungs-

27 *Manfred Seifert*: Personen im Fokus. Zur Subjektorientierung in der Europäischen Ethnologie. In: Zeitschrift für Volkskunde 111 (2015), S. 5–30.

28 Dass in der Europäischen Ethnologie, infolge der Modernisierung der Disziplin durch Annäherungen an die Soziologie, mitunter eine »eingeschränkte Empirievorstellung« nachwirke und diese sich insbesondere in einer Fixierung auf Interviews als Mittel der Gewinnung empirischen Materials zeige – diese These stammt von *Konrad Köstlin*: Der Tod der Neugier, oder auch: Erbe – Last und Chance. In: Zeitschrift für Volkskunde 91 (1995), S. 47–64, hier S. 53.

29 *Wietschorke*, wie Anm. 11.

30 Davon, dass es »absurd« sei, »einfach umzuschalten auf wissenschaftlichen Diskurs, nachdem man davor mit den Menschen quasi gelebt hat, ihr Leben geteilt hat«, hat *Jochen Bonz* auf *radio ethnoskop* im Zusammenhang von Überlegungen zum Forschungsprogramm der Ethnopsychoanalyse gesprochen. Ein Mitschnitt der Sendung vom 24. 4. 2014 ist abrufbar unter URL: <https://ethnoskopradio.wordpress.com/2014/04/> (Stand: 30. 1. 2016).

31 Vgl. *Pierre Bourdieu*: Narzißtische Reflexivität und wissenschaftliche Reflexivität. In: Eberhard Berg/Martin Fuchs (Hg.): Kultur, soziale Praxis, Text. Die Krise der ethnographischen Repräsentation. Frankfurt am Main 1993, S. 365–374, hier S. 370.

32 Im Zuge der Grundsanierung des Wohnblocks zog das Sozialkaufhaus im Jahr 2011 in andere innerstädtische Räume.

33 Darauf wies mich die Kaufhausleiterin in einem halbstündigen Gespräch am 10. 8. 2010 hin, dem auch alle folgenden Aussagen der Chefin entstammen (Audiomitschnitt liegt beim Autor).

weise weihnachtlichen Jahreszeit orientiert hatte. Im Eingangsbereich, der mit Tannengrün dekoriert war, fand sich neben einem ganzjährig dort angebrachten Hinweis auf die »Einkaufsvoraussetzungen«<sup>34</sup> ein handgeschriebenes Plakat. Der Signatur nach teilte auf diesem »Ihr Kaufhaus-Team« mit, dass »unser Kaufhaus« von Heiligabend bis kurz nach Neujahr geschlossen bleibt, und wünschte »frohe Weihnachten« sowie »einen guten Rutsch ins neue Jahr«. Adressiert waren diese Informationen und Wünsche, so hieß es auf dem Plakat, an die »Liebe[n] Kunden«.<sup>35</sup>

»Konsumenten«, so haben Günter Voß und Kerstin Rieder in ihrer Studie zum »Arbeitenden Kunden« konstatiert, »sind in modernen Gesellschaften meist auch Kunden«.<sup>36</sup> Wie sich bereits in diesem »Berührungsmoment« zeigt und wie ich im Folgenden weiter ausführen werde, kann diese ›Tat-Sache‹ auch für prekäre Konsument\_innen gelten – nicht nur dann, wenn sie zum Beispiel ›normale‹ Supermärkte oder Einkaufszentren aufsuchen, um sich im kommerziellen Modus etwas zu leisten. Vielmehr können prekäre Konsument\_innen auch in all jenen Konsumräumen zu »Kunden« werden, die ausdrücklich und ausschließlich für sie geöffnet sind, um ihnen – dadurch, dass dabei finanzielle Aufwendungen, wie sie auf dem kommerziellen Markt üblich sind, nicht notwendig werden – einen leichteren Zugang zu Dingen des alltäglichen Lebens zu ermöglichen. Die ›Tat-Sache‹, »Kunden« zu sein, kann folglich für alle Personen gelten, die die ›niedrigschwelligen, existenzunterstützenden Angebote‹ von Sozialkaufhäusern und Tafel-Ver-einen nutzen. Nichts anderes legen die Weihnachtsgrüße an die »Liebe[n] Kunden« an der Eingangstür der *S.C.H.A.T.Z. -Insel* nahe.

Bereits während eines meiner ersten Besuche im Sozialkaufhaus hatte ich bemerkt, dass das Personal<sup>37</sup> die mit Konsumbedürfnissen zu ihnen kommenden Menschen in Wort und Tat als »Kunden« behandelte – so vermittelt einer von mir beiläufig aufgeschnappten Unterhaltung zwischen zwei Mitarbeiterinnen: Damit beschäftigt, eine neue Lieferung an Büchern, die dem Sozialkaufhaus überlassen worden waren, auszupacken, dabei die einzelnen Titel sichtend und sich angesichts der Fülle und Vielfalt der Neuzugänge fragend, wo die Leute immer die ganzen Bücher herholten, machten sich

---

34 Siehe dazu Abbildung 3 im weiteren Verlauf.

35 Feldnotiz des Autors, 24. 12. 2010.

36 *G. Günter Voß/Kerstin Rieder: Der arbeitende Kunde. Wenn Konsumenten zu unbezahlten Mitarbeitern werden.* Frankfurt am Main/New York 2005, hier S. 22.

37 Im Jahr 2010 bestand das gesamte Personal der *S.C.H.A.T.Z. -Insel*, das in zwei Schichten den Verkauf, die Beschaffung des Sortiments und u. U. kleinere Reparaturarbeiten an den Warenspenden leisteten, aus 24 Mitarbeiter\_innen, die überwiegend im Rahmen von Ein-Euro-Jobs beschäftigt wurden. So wie auch die Mehrzahl der damals 48 Helfer\_innen des Geraer Tafel e.V. zählten sie also selbst zum Kreis all jener Menschen, an die sich ›niedrigschwellige, existenzunterstützende Angebote‹ wenden. Bedeutsam ist das insofern, als das disqualifizierende Urteil der ›Tafel-Kritik‹ über die Beziehungen in karitativen Situationen auch mit Verweis auf ein sozioökonomisches Gefälle zwischen (direkt aufeinandertreffenden) Gebenden (›Freizeit-Wohltätigen‹) und Nehmenden formuliert wird. Vgl. z.B. *Gurr*, wie Anm. 4.



Abb. 1: Blick auf die S.C.H.A.T.Z.-Insel. Foto: Marcus Richter (11/2010).

die beiden Verkäuferinnen laut darüber Gedanken, wo sie welche Bücher am besten platzieren sollten. Begleitet von eigenen Interessenbekundungen, spekulierten sie ferner darüber, welche der Titel für die »Kunden« von Interesse sein könnten. Dass sie gut nachgefragt werden würden, erwarteten die Verkäuferinnen von den reichlich neu eingegangenen »Indianer-Büchern«. Mit Blick auf ein anderes, offenbar auch immer gut gehendes Genre merkte eine von ihnen an: »Ich kenn' doch meine Rentner!«<sup>38</sup> Auch im weiteren Verlauf der Unterhaltung nahmen die beiden Frauen Bezug auf die von ihnen als »Kunden« behandelten, ins Sozialkaufhaus kommenden Personen: Nachdem die von dem Plausch begleiteten Sortierarbeiten durch ein Telefonat unterbrochen worden waren, in dem die S.C.H.A.T.Z.-Insel von einer Privatperson eine Couch zur Abnahme angeboten bekam und eine Besichtigung des Möbelstücks vereinbart wurde, kamen sie darauf zu sprechen, dass »Kundschaft« am Vortag einen Schlüsselbund hatte liegen lassen.

### *Nur eine Simulation!?*

Wollte ich mich an den Soziologen Stephan Lorenz halten, der über die Ambivalenzen der »TafelGesellschaft« gearbeitet und dabei auch gefragt hat,

---

38 Feldnotiz des Autors zum Besuch der S.C.H.A.T.Z.-Insel am 26.10.2009.



ob Personen, die das Angebot eines Tafel e.V. nutzen, »Kunden« seien, dann läge es nahe, in den genannten Hinweisen auf die Kund\_innenorientierung der *S.C.H.A.T.Z.-Insel* die »Simulation eines ›KundInnen‹-Verhältnisses« zu sehen.<sup>39</sup> Der Aufwand, den das Sozialkaufhauspersonal in der Vorweihnachtszeit mit der Dekoration der Räumlichkeiten wie auch das ganze Jahr hindurch zu verschiedenen Anlässen immer wieder betreibt, und die Sorge um ein möglichst vielfältiges und einwandfreies Angebot, die die Mitarbeiter\_innen bei der Zusammenstellung des über Spenden und Wohnungsaufösungen beigebrachten Sortiments an den Tag legen, um ihren »Kunden« mehr als Notbehelfe zu bieten – denn, so die Kaufhauschefin, »auch die Leute, die jetzt arm sind, sag' ich mal, ... die Sachen sollen ja trotzdem schön sein« –, letztlich diene all das nur dazu, in den karitativen Konsumräumen »Scheinwelten« zu schaffen, von denen insofern eine »Gefahr« ausgehe, als sie den »letzten Gedanken an Widerstand« verflüchtigen.<sup>40</sup>

Vermutlich waren es meinerseits anfänglich auch ganz ähnliche, vom »kritischen Verstand«<sup>41</sup> in Gang gesetzte Assoziationen, die meine Aufmerksamkeit auf die Verwendung des Begriffs »Kunde« wie auch auf ein an Vorlieben und Nachfragen von »Kunden« orientiertes Handeln in der *S.C.H.A.T.Z.-Insel* und auch beim örtlichen Tafel e.V. lenkten. Zumindest war mir die Selbstverständlichkeit, mit der die zwei Caritas-Mitarbeiterinnen untereinander von der »Kundschaft« sprachen, keineswegs selbstverständlich, sodass ich aufhorchte und ihr nachging. In dem Maße jedoch, wie mir diese Selbstverständlichkeit auch in anderen Situationen begegnete und ich ihr als ›Tat-Sache‹ zwischen Gebenden und Nehmenden im karitativen Handlungszusammenhang mein Nachdenken gewidmet habe, wurde mir nicht nur das in den Titel meines Beitrags aufgenommene Eintreten der Kaufhauschefin dafür, dass es sich bei den »Besuchern des Kaufhauses« um »Kunden, ganz normale Kunden« handle, selbstverständlich und nachvollziehbar. Auch verstärkte sich bei mir zunehmend der Eindruck, dass die These von der »Simulation des ›KundInnen‹-Verhältnisses« zu kurz greift.

Was genau aber veranlasst Lorenz zu seinem Urteil, dass der »Kunden-Status« bei den Tafeln nur eine Simulation sei, noch dazu keine erfolgreiche? Seine Ausgangslage ist meiner zunächst nicht unähnlich, wenn er sich an der Praxis der Tafel-Macher stößt, ihre »NutzerInnen« – bedürftige Menschen – als »Kunden« zu verstehen und auch so zu bezeichnen. Angesichts des Umstandes, dass »Tafeln keine Produktions- und Handelsunternehmen« seien, wie Lorenz schreibt, und die Nehmenden »höchstens« einen symbolischen Obolus leisteten, sei es ihm »nicht sofort einleuchtend, warum und was das genau bedeutet«.<sup>42</sup> Licht versucht er ins Dunkel zu bringen, indem er argu-

---

39 Lorenz, wie Anm. 5, hier S. 92.

40 Selke, wie Anm. 2, S. 30, der hier mit Blick auf die Arbeit von Tafel-Vereinen spricht.

41 Bruno Latour: Die Hoffnung der Pandora. Untersuchungen zur Wirklichkeit der Wissenschaft. Frankfurt am Main 2000, S. 345.

42 Lorenz, wie Anm. 5, S. 91; auch die folgenden Ausführungen und Zitate im aktuellen Absatz beziehen sich auf beziehungsweise entstammen diesem Text, hier S. 91–99.



Abb. 2: Damit die »Scheinwelt« komplett ist? Eine Warnung vor Ladendiebstahl im Sozialkaufhaus. Foto: Marcus Richter (8/2010).

mentiert, dass die der Mittellosigkeit geschuldete Unmöglichkeit eines auf »Marktintegration« basierenden Konsums, welcher »der gesellschaftlichen Normalität entspricht«, eine »Ausgrenzungserfahrung in Form des Verlusts des Kunden-Status« zur Folge habe. Und diese »Erfahrung«, so Lorenz, versuchten die Tafeln in der demonstrativen Rede von »Kunden« zu kompensieren. Weil aber die vermeintlichen »KundInnen« nichts beziehungsweise nur einen kleinen Pauschalbetrag für Lebensmittel zahlen müssten, und damit nur vorgegeben, eben simuliert werde, dass sie »Marktteilnehmende auf Augenhöhe« seien, könne der von den Tafel-Vereinen zum »Anerkennungs- und Protestbegriff« gewendete »Kunden«-Begriff nicht wirken. Ja, er wirke sogar gegenteilig als weitere »Demütigung«. Denn wenn das Angebot der Tafeln den »NutzerInnen« auch weniger zur Überwindung eines »Hungerproblems« als vielmehr zur Schaffung von Optionen diene, wären sie in dieser Situation eben doch »nur Empfangende und BittstellerInnen«, denen jedoch das Tafel-Personal weismache, dass sie »Kunden« seien. Potenzial gesteht Lorenz den Tafeln nur insofern zu, als sie ihren »NutzerInnen« dadurch, dass diese dank des Angebots ihre Haushaltskassen schonen könnten, die Teilhabe an der Normalität des marktvermittelten Konsums und damit am »wirklichen« »Kunden-Status« erleichterten. Damit wesentlich verbunden ist

nach Lorenz die Fähigkeit, »einfach« und »schnell«, »eigenständig« und »anonym« einkaufen zu können.<sup>43</sup>

An diesem Verständnis wird zwar deutlich, dass Lorenz sich nicht darauf einlässt, den »Kunden«-Begriff« auf die »Realisierungsmöglichkeit einer konsumistischen Haltung«<sup>44</sup> festzulegen. Doch auch den »Kunden-Status« ausschließlich an einen (zum Prinzip erhobenen) Handlungsmodus zu binden, der von Einfachheit, Schnelligkeit, Eigenständigkeit und Anonymität charakterisiert ist, ist ein Kurzschluss. So gesehen, ließe er sich nämlich nicht nur bei »niedrigschwiligen, existenzunterstützenden Angeboten« als Simulation verstehen. Auch wären demnach oft genug Zweifel an seiner Realität in seinem »natürlichen« Umfeld angebracht – und sie sind es zum Beispiel auch dann, wenn es Konsument\_innen an der Kasse eines Supermarkts nicht schnell genug geht. Damit soll das »kritische« Urteil von Lorenz nicht auf den Kopf gestellt und erklärt werden, dass auch der »Kunden-Status« auf dem Markt nur eine Simulation sei, sondern lediglich, dass dieser Status – wann immer er in Wort und Tat behauptet wird, ob unter kommerziellen, behördlichen oder wohlthätigen Umständen – stets eine umstrittene »Tat-Sache« zwischen Gebenden und Nehmenden ist, die sich praktisch beweisen muss.

Neben diesem Zugang, der in Richtung einer performativen Begründung der »Tat-Sache« weist, dass prekäre Konsument\_innen auch in karitativen Situationen »Kunden« werden können, lohnt es sich, einen feldanalytischen Zugang zu unternehmen. Denn ein solcher im Sinne der bourdieuschen Theorie des sozialen Raums dürfte auch »kritischen« Beobachter\_innen einen Grund bieten, dem »Kunden-Status« bei »niedrigschwiligen, existenzunterstützenden Angeboten« in seiner Wirklichkeit zu folgen – zumal jenen, die sich dem Verhältnis zwischen Gebenden und Nehmenden in Anlehnung an »gaben-, tausch- und Anerkennungstheoretische Konzepte« widmen.<sup>45</sup> Dadurch, dass sie sich aber nicht offen zeigen, dieser Wirklichkeit zu folgen, indem sie ihr im Ausweis von Simulation, Täuschung, Schein und Mangelhaftigkeit Unwirklichkeit nachweisen, stellen sie jedoch unter Beweis, dass es ihnen nicht darum geht, nachzuvollziehen, was (auch) wirklich ist. Mittels der »Tatsachen«, die sie – zulasten all dessen, das sie der Unwirklichkeit überführen – überhaupt erst feststellen, sind sie vielmehr darauf aus, zu sagen, was sein sollte. Dabei bauen sie darauf, woran zu zweifeln angesichts der unzähligen Auseinandersetzungen im Namen der einen oder anderen

---

43 Diese Attribute des »wirklichen« »Kunden-Status« ziehen sich durch Lorenz' Auseinandersetzung. Lorenz, wie Anm. 5. Auf das Argument der Selbstbestimmung von »Kunden« hebt auch Selke, wie Anm. 2, S. 28, ab, wenn er von Tafel-Nutzenden, weil diese »fremd-bestimmt versorgt werden, anstatt eine selbstbestimmte Bürger- und Konsumentenrolle einnehmen zu können«, als »Unkunden« spricht.

44 Lorenz, wie Anm. 5, S. 100.

45 Gurr, wie Anm. 4, hier S. 199.

Wirklichkeit die meisten Gründe bestehen: eine »direkte Beziehung zwischen wirklich zu sein und unbestreitbar zu sein.«<sup>46</sup>

### *Bedürftigkeit als Kapital*

Um nun den feldanalytischen Zugang zu skizzieren, ist es zu nächst notwendig, die Frage nach dem »Kunden-Status« anders zu stellen. Denn dieser umfasst mehr als den von Lorenz (als Prinzip) veranschlagten Handlungsmodus, »einfach« und »schnell«, »eigenständig« und »anonym« einzukaufen.<sup>47</sup> Zu ihm gehört auch, als Konsument\_in mit einem Bedürfnis in Kontakt mit einer ›Vertriebsagentur‹ (Händler\_in) zu treten, von der erwartet werden kann, im Tausch eines verfügbaren Kapitals gegen eine Leistung (Produkt) das eigene Konsumbedürfnis befriedigen zu können. Wenn man durch diesen Handlungszusammenhang weiterhin ein soziales Feld der auf Austausch basierenden Bedürfnisbefriedigung umrissen sieht und als Kapital schließlich all jene Mittel oder Merkmale fasst, die im Rahmen dieses Feldes wirksam sind,<sup>48</sup> und zwar dergestalt, dass sie auf etwas hoffen lassen, dann können damit im »Kunden-Status« in kommerziellen und karitativen Situationen handlungsstrukturelle Ähnlichkeiten entdeckt werden – freilich unter der Voraussetzung unterschiedlicher Kapitalien (Einsätze), die, so wie sie »als Konstruktionsprinzipien des sozialen Raums«<sup>49</sup> wirken, unterschiedliche soziale Felder bedingen.

Konkret möchte ich ›niedrigschwellige, existenzunterstützende Angebote« wie Sozialkaufhäuser und Tafel-Vereine in dem Sinne als den Warenanbietenden des ökonomischen Feldes nicht unähnliche Vertriebsagenturen betrachten, dass sie Menschen, mit denen sie ein spezifisches soziales Feld konstituieren, Möglichkeiten zur Beschaffung von Dingen – von Lebensmitteln, Kleidung, Unterhaltungsmedien, Einrichtungs- und Haushaltsgegenständen et cetera – bieten, die zur Befriedigung von Konsumbedürfnissen dienen. Die Voraussetzung dafür, dass Menschen auf all diese Dinge zugreifen können, ist jedoch, dass sie über jenes im karitativ ausdifferenzierten Feld im Kurs stehende, durch Sozialkaufhäuser und Tafel-Vereine nachgefragte soziale Kapital verfügen. Nur so können sie zu jenen »Liebe[n] Kunden« werden, an die sich das Sozialkaufhausteam Weihnachten 2010 wandte und die auch die zwei Mitarbeiterinnen im Sinn hatten, während sie die Bücherspenden auspackten. So wie beispielsweise jede Person in einem kommerziellen Modegeschäft, um sich eine Hose anzueignen, monetäre Mittel, die dort dem feldspezifischen (ökonomischen) Kapital entsprechen, einbringen muss, weil wiederum die Vertriebsagentur nur unter Einsatz dieses Kapitals als Gegenleistung zum übereignenden Tausch bereit ist, müssen all jene, die sich auf das karitative Feld zwecks Schaffung von Konsummöglichkeiten

---

46 Latour, wie Anm. 16, S. 194.

47 Lorenz, wie Anm. 5.

48 Vgl. Bourdieu, wie Anm. 10, S. 10.

49 Ebd.



Abb. 3: An der Eingangstür der S.C.H.A.T.Z.-Insel: die »Einkaufsvoraussetzungen«. Foto: Marcus Richter (8/2010).

einlassen, über das dort gehandelte Kapital verfügen und es einsetzen. Bei diesem gleichzeitig die Handlungen innerhalb des Feldes motivierenden wie auch als Mittel des Austauschs fungierenden Kapital handelt es sich nicht etwa um die Geldzahlung, die der Tafel e.V. in Gera von den 1 300 Personen, die das Angebot im Jahr 2010 wöchentlich im Schnitt nutzten, für jede Portion an Lebensmitteln in Höhe von zwei Euro beziehungsweise 50 Cent verlangte, oder die in der S.C.H.A.T.Z.-Insel je nach Preis des Gegenstands von Interesse entrichtet werden musste.<sup>50</sup> Bei diesem feldspezifischen Kapital handelte es sich vielmehr um die Bedürftigkeit, die – mit einer »Sozialcard«, einem ALG-II-Bescheid oder ähnlichem Dokument der ökonomischen Schwäche nachgewiesen – bei jenen Personengruppen bestand, welche die

50 50 Cent berechnet der Tafel e.V. für die Abgabe an Lebensmitteln, die für eine\_n Minderjährige\_n zusammengestellt werden, und zwei Euro für eine erwachsene Person. Die Notwendigkeit, zusätzlich zum Nachweis der Bedürftigkeit für etwas bezahlen zu müssen, um es sich in der S.C.H.A.T.Z.-Insel anzueignen, und die ihr vorausgehende Re-Monetarisierung der Warenspenden, die das Sozialkaufhaus zum Zeitpunkt meiner Forschung in Anlehnung an Vorgaben des Sozialamtes vollzog, kann als ein Mittel zur Regulierung des Zugriffs auf knappe Ressourcen verstanden werden, denn »Preise halten vom Kaufen ab«, so Niklas Luhmann: Das sind Preise. Ein soziologisch-systemtheoretischer Klärungsversuch. In: Soziale Welt 34 (1983), S. 153–170, hier S. 157.

»Einkaufsvoraussetzungen« an der Eingangstür des Sozialkaufhauses indirekt benannten.

Noch zynischer als die bei karitativen Initiativen beobachtbare Praxis, »Bedürftige« in Wort und Tat auch als »Kunden« zu behandeln, erscheint es vermutlich, die Bedürftigkeit von Menschen, also ihr finanzielles Unvermögen, als ihr handlungswirksames Vermögen zu verstehen – als ein Vermögen, das sie einsetzen, indem sie es wohlthätigen Initiativen der Unterstützung mit Lebensmitteln und Sozialkaufhäusern, die es beide nicht nur ab-, sondern auch nachfragen, gleichsam anbieten. So gesehen mag auch der Schluss naheliegen, dass mit diesem Verständnis die ›Ökonomisierung‹ der Wohltätigkeit, auf die schon die Rede von »Kunden« hindeutet, auf die Spitze getrieben und wissenschaftlich bekräftigt wird.<sup>51</sup> Dieser Schluss ist allerdings insofern ein Kurzschluss, als er der mit dem feldanalytischen Zugang grundlegend verbundenen Pluralisierung sowohl des Kapitalbegriffs als auch der Logiken des Handelns im sozialen Raum nicht folgt, sondern von einem exklusiv ökonomischen Verständnis von Kapital ausgeht und dann auf etwas schließt, was mit der These, dass Bedürftigkeit das handlungswirksame Kapital zwischen Gebenden und Nehmenden im Sozialkaufhaus und Tafel-Verein ist, ausdrücklich nicht gemeint ist: der Einzug ökonomischer Marktförmigkeit in die professionalisierte Hilfe.

Dass das nicht gemeint ist, bedeutet allerdings keinesfalls, dass im karitativen Handlungszusammenhang nicht auch abwägend gehandelt wird. Beispielsweise entscheiden prekäre Konsument\_innen mitunter schon im Hinblick auf das Angebot und/oder die Art, wie sie vom Personal eines Tafel-Vereins oder eines Sozialkaufhauses behandelt werden, ob es sich dafür lohnt, auf ihre Bedürftigkeit als eines der ihnen zur Verfügung stehenden »Instrumente zur Aneignung der gegenständlichen Produkte gesellschaftlicher Arbeit«<sup>52</sup> zu setzen. Dafür sprechen auch Erzählungen der Vereinsvorsitzenden der Geraer Tafel, aus denen ich erfahren konnte, dass infolge von Veruntreuung und Missmanagement des vor ihrer Zeit aktiven Vereinsvorstandes, welche sich auch im Angebot an Lebensmitteln und im zwischenmenschlichen Umgang mit den »Bedürftigen« niederschlugen, viele von diesen weggeblieben wären und stattdessen ein ähnliches Angebot der örtlichen Arbeitsloseninitiative vorgezogen hätten.<sup>53</sup> In gleicher Weise lässt sich ferner das Verhalten all jener »Kunden« der Tafel nachvollziehen, über die mir berichtet wurde, dass sie – nachdem sich der Verein einen neuen Vorstand gegeben und seine Arbeit überdacht habe – extra aus dem Umland in die Stadt kämen, um hier

---

51 Zum Vorwurf, dass mit seiner »allgemeinen Theorie der Ökonomie der Praktiken« der Ökonomisierung Vorschub geleistet werde, siehe *Pierre Bourdieu: Die Ökonomie der symbolischen Güter*. In: ders.: *Praktische Vernunft. Zur Theorie des Handelns*. Frankfurt am Main 1998, S. 161–200, hier S. 162.

52 *Bourdieu*, wie Anm. 10, S. 11.

53 Dreiviertelstündiges Gespräch im Anschluss an einen Rundgang durch das Vereinsgebäude am 7.9.2010 (Audiomitschnitt liegt beim Autor.).

das Angebot zu nutzen, obwohl es auch in ihren Wohnorten ähnliche Initiativen gäbe, jedoch mit geringerem bzw. weniger vielfältigem Angebot.

*Den Handlungszusammenhang nachvollziehen, anstatt ihn zu verneinen*

Dadurch, dass er auf einem differenzierten Verständnis des sozialen Raums gründet, qualifiziert sich der feldanalytische Zugang dafür, den Handlungszusammenhang zwischen Gebenden und Nehmenden in karitativen Situationen auch dann noch nachzuvollziehen, wenn ›kritische‹ Zugänge zu ›niedrigschwelligen, existenzunterstützenden Angeboten‹ angesichts des Ausbleibens von so etwas wie »sozial-emotionaler Nähe«<sup>54</sup> und einer Geldzahlung, die mehr als einen symbolischen Wert hat, nur einen »Mangel an Reziprozität«<sup>55</sup> und insofern eine mangelhafte Sozialität zwischen Gebenden und Nehmenden feststellen können.<sup>56</sup> Feldanalytisch begriffen ist das, was »Kunden« professionalisierter Hilfe von jenen des Marktes trennt, weder die Grenze zwischen Haben und Nichthaben noch jene vom »kritischen Verstand«<sup>57</sup> patrouillierte zwischen Wirklichkeit und Unwirklichkeit. Der Unterschied zwischen ihnen liegt vielmehr in dem begründet, was einerseits im ökonomischen, andererseits im karitativen Feld im Kurs steht und die Beziehung zwischen den Akteur\_innen jeweils bedingt. Deshalb schließlich ist dieser Zugang auch alles andere als zynisch, denn unter alleiniger Beachtung der »Unterscheidungs- und Verteilungsprinzipien«<sup>58</sup> des zum Maß ›wirklicher‹ Verhältnisse erhobenen ökonomischen Feldes würde sich ein solcher – ähnlich wie der auf die These von der »Simulation eines ›KundInnen-Verhältnisses« hinauslaufende von Lorenz – darauf zurückziehen, den karitativen Handlungszusammenhang in all seinen ›Tat-Sachen‹ zu negieren.

Nur weil beim Geben und Nehmen im Rahmen von Tafeln Materielles nicht auch materiell beglichen wird, genauer – das gilt besonders für Sozialkaufhäuser – nicht hinreichend gemäß den Äquivalenzsetzungen des ökonomischen Feldes, heißt das nicht, dass dabei, wie Thomas Gurr in seinen der Tafel-Arbeit gewidmeten »Gedanken zum Helfen und Schenken, zu Reziprozität und Wohltätigkeit« behauptet, die »Wechselseitigkeit zwischen Spender/Helfer und Kunden weitgehend aufgehoben ist«.<sup>59</sup> Denn die Wahrnehmungs- und Anerkennungsstrukturen des karitativen Feldes (aller an ihm Teilhabenden) sind ausdrücklich darauf angelegt, dass das ökonomische

---

54 Gurr, wie Anm. 4, hier S. 212.

55 Ebd., S. 199.

56 Die Feststellung mangelhafter Sozialität findet Ausdruck in Form von Unwirklichkeitsdiagnosen (»Simulation«, »Scheinwelten«), im Hinweis darauf, dass enge soziale Beziehungen nicht gestiftet würden (vgl. ebd., S. 200), oder darin, dass das Zusammenkommen von Menschen bei Tafeln keine »soziale Gemeinschaft« hervorbringe, sondern einem »sozialen Aggregat« gleiche, so Selke, wie Anm. 2, S. 30.

57 Latour, wie Anm. 41.

58 Vgl. Bourdieu, wie Anm. 10, S. 9.

59 Gurr, wie Anm. 4, S. 200.

mische Nichts hier *nicht* nichts, sondern – ganz im Gegenteil – etwas wert ist und dass »Bedürftige«, indem sie ihr ökonomisches Unvermögen unter Vorlage entsprechender Nachweise vorbringen, sehr wohl etwas einbringen: das, worum sich dort alles dreht. Mangel (an ökonomischem Kapital als Maß für Marktoptionen) ist demnach nicht nur der Grund dafür, dass es wohlthätiger Hilfe bedarf; er ist auch der Grund, der Menschen hier verbindet und Austauschbeziehungen aufnehmen lässt, die auf die Schaffung von Konsummöglichkeiten angelegt und dabei keinesfalls weniger sozial sind als jene Beziehungen, welche die Kritiker\_innen gegen sie in Stellung bringen.

In der Professionalisierung dieses Unterscheidungs- und Verteilungsprinzips in Tafel-Vereinen und Sozialkaufhäusern<sup>60</sup> wie auch in dessen letzthin gewachsenem Stellenwert einen Beleg zu sehen, dass »Gerechtigkeit auf dem Rückzug«<sup>61</sup> ist – dafür gibt es überzeugende Gründe. Das sollte aber kein Anlass sein, es in dem Moment auch analytisch an Gerechtigkeit mangeln zu lassen, da es darum geht, die Wirklichkeit zwischen Gebenden und Nehmenden im karitativen Feld nachzuvollziehen. Doch ist genau das der Fall, wenn sozialwissenschaftliche Kritiker\_innen mit sozialromantischen Anklängen konstatieren, dass von »echte[r] Vergemeinschaftung« im Zuge des Zusammentreffens von »Bedürftigen« und Hilfe anbietenden keine Rede sein könne,<sup>62</sup> dass es dabei an »sozial-emotionaler Nähe« fehle und die Beziehungen nur »flüchtig« blieben.<sup>63</sup> Und es mangelt auch dann noch an analytischer Gerechtigkeit, wenn, wiewohl nüchterner, ein Problem darin gesehen wird, dass im Kontext wohlthätigen Engagements die »einzige zurechenbare Leistung« der »Kunden« darin besteht, »Bedürftigkeit nachzuweisen«,<sup>64</sup> und außerdem die »wechselseitige Rückversicherung« zwischen allen beteiligten Akteur\_innen verneint wird<sup>65</sup> – so als ob nur die »Bedürftigen« versichert bekämen, dass sie bedürftig sind, Sozialkaufhäuser und Tafel-Vereine aber nicht von die sie nutzenden »Bedürftigen«, dass sie wohlthätige Agenturen und gefragt sind. Denn damit wird der Handlungszusammenhang nicht innerhalb der Wahrnehmungs- und Anerkennungsstrukturen des karitativen Feldes nachvollzogen. Konfrontiert wird er stattdessen mit einem »Skript im Kopf«<sup>66</sup>, das auf das Handeln in anderen sozialen Bezügen, gemäß anderen

---

60 Seit 2012 steht das Angebot der *S.C.H.A.T.Z.-Insel* nicht mehr nur Personen offen, welche die »Einkaufsvoraussetzungen« nachweislich erfüllen; »Bedürftigkeit« wird nicht mehr abgefragt. Im Zuge dieser Öffnung ist zwar auch das Preislevel angehoben worden, allerdings nicht in einem Maße, dass damit der Anspruch, »sozial Schwachen« zu helfen (Gespräch mit der Kaufhauschefin, 2010, Material liegt beim Autor), infrage gestellt wäre.

61 *Butterwegge*, wie Anm. 17.

62 *Selke*, wie Anm. 2, S. 30.

63 *Gurr*, wie Anm. 4, S. 202, 212.

64 *Ebd.*, S. 213.

65 *Ebd.*, S. 202.

66 *Elisabeth Timm*: Eine missachtete Bedeutung oder: Das Skript im Kopf der Forscherin. In: Katharina Eisch/Marion Hamm (Hg.): *Die Poesie des Feldes. Beiträge zur ethnographischen Kulturanalyse. Für Utz Jeggle zum 60. Geburtstag (= Untersuchungen des Ludwig-Uhland-Instituts der Universität Tübingen, 93)*. Tübingen 2001, S. 112–123.





Abb. 4: Vor der »Gemüseausgabe« der Geraer Tafel.  
Foto: Marcus Richter (9/2010).

feldspezifischen Einsätzen und Logiken, referiert. Dass dieses Skript – ob es nun ökonomisch und/oder sozialkritisch verfasst ist – sich besser dafür eignet, an der Beziehung zwischen Gebenden und Nehmenden vorbeizuziehen, als diese nachzuvollziehen und Missverständnisse in dem Maße zu fördern, dass eine Verständigung zwischen professionalisierter Hilfe und Sozialwissenschaften nicht mehr möglich ist,<sup>67</sup> ist nicht überraschend. Genauso wenig überraschend ist der Eindruck der Unwirklichkeit, der sich von der wohlthätigen Praxis einstellt, sofern das Skript nicht als flexibel einzusetzendes Mittel der Orientierung in einem ›befremdlichen‹ Handlungszusammenhang, sondern dieser zur Bestätigung des Skripts (und der Wirklichkeit, auf das es referiert) gebraucht wird.

Es zeugt wohl kaum vom »Nichtstun«<sup>68</sup>, wenn von der Tafel erhaltene Lebensmittel, die zwei große Tragetaschen füllen, in der heimischen Küche ausgebreitet, nach Geschmacksvorlieben (aus-)sortiert, (nochmals) auf ihren Zustand hin geprüft und infolgedessen mitunter auch entsorgt werden und dabei ferner darauf geachtet wird, welche von ihnen zeitnah zu verbrauchen sind. Vor allem deutet dieses ›Nachspiel‹ eines Tafel-Besuchs, durch das ich bei Freunden, die sich einen Teil ihres wöchentlichen Bedarfs an Lebensmitteln regelmäßig beim Tafel e.V. besorgen, erstmals teilhabend-beobachtend mit dem Angebot wohlthätiger Initiativen zur Unterstützung mit Lebensmitteln in Berührung gekommen bin, nicht darauf hin, dass

---

67 *Erinnert sei hier an die von Selke vorgetragenen Reaktionen einiger Tafel-Vertreter\_innen auf die ›kritische‹ Beurteilung ihres Engagements, Selke, wie Anm. 15.*

68 *Löfgren/Ehn, wie Anm. 1.*

Menschen, die auf Tafel-Vereine oder ähnliche Projekte zurückgreifen, nur »Vertrauen in die Qualität der Dienstleistung haben« könnten. So jedoch argumentiert Gurr, um einmal mehr die These von der »Verletzung des Reziprozitätsprinzips« zu belegen: Während die »Kunden« darauf beschränkt seien, zu vertrauen, würde ihnen vonseiten der Tafeln »Vertrauen nicht in gleichem Maße entgegengebracht«, denn Bedürftigkeit als Voraussetzung dafür, dass sie Lebensmittel zur Verfügung stellen, würden sie nur amtlich belegt anerkennen.<sup>69</sup>

Auch aufgrund anderer »Berührungsmomente« kann ich mich diesem Argument nicht anschließen – zumal es exemplifiziert, wie im Namen der Kritik an der Kürzung sozialstaatlicher Gerechtigkeitsstandards der Beziehung zwischen Gebenden und Nehmenden im karitativen Feld Unrecht getan und analytisch jener »Modus der Passivität« reproduziert wird, auf welchen den Kritiker\_innen zufolge die Nehmenden durch die Gebenden »reduziert« würden.<sup>70</sup> Zum einen nämlich war es bei der Geraer Tafel so, dass schon vor Ort Möglichkeiten zur Auswahl und Überprüfung der Lebensmittel durch die Nehmenden geschaffen wurden. Zwar war es aus verschiedenen Gründen nicht machbar, die Lebensmittelausgabe ladenförmig zu organisieren, wie mir die Vereinsvorsitzenden erklärte. Doch wurde nicht mehr einfach ausgegeben, das heißt, eine pro Kopf zusammengestellte Einheitsportion in mitgebrachte Tüten gepackt. Stattdessen war das Team der Tafel mittels mündlicher Nachfrage darum bemüht, persönliche Vorlieben für beziehungsweise Abneigungen gegen einzelne Lebensmittel im Rahmen des Machbaren zu berücksichtigen. Bei Gemüse, so zeigte sich mir durch eigene Anschauung, konnten die »Kund\_innen« zudem händisch auswählen, was sie aus dem verfügbaren Angebot mitnehmen wollten. Sie konnten sich also praktisch von der Qualität überzeugen. Zum anderen spricht auch der Umstand, der den Anstoß zur Einrichtung dieses »Handlungsraums« gab, alles andere als dafür, dass sich die Beziehung der Nehmenden zu den Gebenden im Vertrauen erschöpft. Denn von der Vereinsvorsitzenden erfuhr ich, dass damit auf die Erfahrung reagiert wurde, dass sich einige der »Kunden« des ihnen zugeteilten Gemüses wieder entledigten, kaum dass sie das Gelände der Tafel verlassen hatten.



Marcus Richter M.A.  
Institut für Europäische Ethnologie/Kulturwissenschaft  
Philipps-Universität Marburg  
Deutschhausstraße 3  
35032 Marburg  
marcus.richter@staff.uni-marburg.de

---

69 Gurr, wie Anm. 4, S. 213.

70 Selke, wie Anm. 2, S. 30.