

# Und was kommt nach dem Rausch?

## Formen des psychischen Konsumekels

Tobias Weilandt

Schlagwörter: Einkaufsverhalten, Emotion, Konsum, Konsumentenverhalten, Moral, Phänomenologie, Soziale Norm (STW) | Affektivität, Ausdruckspsychologie, Emotionalität, Gefühl, Konsum, Konsumforschung, Konsumverhalten, moralisches Urteil, Psychologie, Rausch, Selbstwertgefühl, Stimmung (TheSoz)

### *Abstract*

*Die Emotion des Ekels findet selten Einzug in Arbeiten der Konsum- und Verbraucherforschung. Der vorliegende Beitrag versucht, diese Lücke zumindest im Ansatz zu schließen, indem drei Arten des psychischen Ekels in Verbindung mit Konsumprozessen skizziert werden. Der erste Begriff umfasst die moralische Verurteilung der eigenen Konsumerfahrung. Der zweite Typ speist sich aus der Beobachtung von Konsumverhalten anderer Personen und die dritte Form richtet sich gegen das eigene unzulängliche Selbst.*

---

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz: Namensnennung 4.0 International | CC BY 4.0

Kurzform | <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Lizenztext | <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

# 1 Einführung

Der Begriff des Ekels wurde bisher im weiten Feld der Konsum- und Verbrauchereforschung eher selten behandelt. Über die Gründe lässt sich nur spekulieren: Ist das Phänomen des Ekels, in all seinen kontextrelevanten Spielarten, eine bisher kaum wahrgenommene Empfindung in der Konsum- und Verbrauchereforschung, weil es ein zu selten auftretendes Phänomen ist, um überhaupt relevant zu sein? Ist der Begriff des Konsumekels, wie er mittlerweile zumindest vielfach in feuilletonistischen Artikeln verwendet wird, noch zu vage und gar zu unwissenschaftlich, um Thema akademischer Beschäftigung sein zu können?

Mutmaßlich liegt es daran, dass das Gefühl des Ekels die Negation des Konsums oder besser des Konsumierens darstellt. Konsum wird vor allem mit positiven Gefühlen assoziiert, wie Sympathie, Gefallen und Lust.

Laut dem Philosophen Immanuel Kant macht Ekel satt (vgl. Kant 1907, 473) und beendet damit jedwede Nahrungsaufnahme und Konsumtion, insofern diese keine pathologischen Züge besitzt. Liegen solcherlei Züge nicht vor, ist Ekel ein Distanzgefühl, das direkt zur Abstandnahme von der Ekelquelle motiviert. Durch dieses Abwehrverhalten gegenüber dem Degoutanten ist Ekel geradezu das *Gegenteil von Konsumtion*.

Dass ausgelöster Ekel, beispielsweise in einem experimentellen Umfeld durch Zeigen moralisch verwerflicher Filmszenen den Willen zum Konsum möglicherweise beeinflussen könnte, zeigte unter anderem eine Studie der Forschungsgruppe Chan, Van Boven, Andrade und Ariely: Beobachtetes moralisches Fehlverhalten, wie Inzest, Diebstahl und Betrug, hemmte bei den Proband:innen die Konsumtion bereitgestellter Getränke signifikant. Erfahrenes moralisches Fehlverhalten und der damit einsetzende moralische Ekel vor der beobachteten Tat wirken demnach ähnlich wie ein physischer Ekel – nämlich suppressiv (vgl. Chan et al. 2014).

Welcher tatsächliche Grund oder welche Gründe für die stiefmütterliche Behandlung von Ekelgefühlen im Konsum- und Verbraucherkontext auch vorliegen mögen, im Folgenden werde ich den Versuch unternehmen, eine erste Typologie psychischer Ekelphänomene, wie sie vor allem in Nachkonsumphasen

auftreten können, zu skizzieren, und dabei untersuchen, inwiefern sich diese Gefühle des Ekels gegenüber Konsumtionsprozessen verhalten und auf diese wirken können.

Der Begriff des Konsumekels ist mittlerweile ein recht prominenter Ausdruck geworden, wenngleich er definitorisch bisher eher intuitiv und vage geblieben ist. In einem Interview prognostizierte die CRM-Forscherin Marta Kwiatkowski Schenk anlässlich eines bevorstehenden Black Friday das vermehrte Eintreten von „Konsumekel“: Es würden oft Dinge gekauft,

„die man in der Regel nicht zwingend braucht und die bei der Herstellung punkto Menschenrechte und Nachhaltigkeit hinterherhinken. Man weiss aber auch, dass sich Konsumenten nicht unbedingt ihren Werten entsprechend verhalten. Das zeigt das Phänomen Flugscham, das der Zunahme an Flugreisen bisher keinen Abbruch tut. Der Verzicht fällt uns schwer. Wir wollen alle mehr konsumieren, aber als Individuum nichts mit dem Massenkonsum zu tun haben. Nach der Flugscham könnte nun der Konsumekel eintreten.“ (Jordan 2019)

Auffällig sind allein schon die Bezeichnungen der Empfindungen, die Kwiatkowski Schenk verwendet, die mit bestimmten Handlungen und Annahmen von Angeboten motiviert würden, wie der Antritt einer Flugreise. Sie spricht einerseits von Flugscham, andererseits von Konsumekel.

Scham induziert sich gemeinhin aus dem Gefühl heraus, einer oder mehrerer Normen nicht gerecht geworden zu sein, gleichwohl die beschämte Person diese Normen anerkennt (vgl. Demmerling und Landweer 2007, 219–220). Diese Normen können moralischer, juristischer oder sozialer Natur sein. Zu diesen Normen gehören mithin nicht nur allgemeine Verhaltensregeln, sondern auch individuelle Normen, die ein Bild der eigenen Person ergeben im Sinne von Persönlichkeits- und Handlungsvorstellungen von sich selbst.<sup>1</sup> So sind beispielsweise Schamgefühle bei erhaltenem Lob dadurch zu erklären, dass die sich schämende Person annimmt, Normen der Angemessenheit, der Zurückhaltung und Bescheidenheit seien verletzt worden. Der Psychologe Carrol Izard klärt hierzu auf, dass durch Lob verursachte Schamgefühle darauf zurückzu-

---

1 Gemeint ist hier keine Idealvorstellung (wie ich sein möchte), sondern eine aktuelle Einschätzung der eigenen Person (wie ich bin) und der beobachteten (möglichen) Diskrepanz zwischen Seins- und Sollenzustand.

führen sein könnten, dass die beschämte Person ihrer Meinung nach „zu stark ins Rampenlicht gerückt oder in einem Sinne beschrieben“ (Izard 1999, 443) worden sei, dem sie in ihrer Auffassung von sich selbst nicht gerecht werden könne. Die Aufmerksamkeit fokussiert sich also laut der Einschätzung der beschämten Person zu Unrecht auf sie selbst. Das Lob und die resultierende Aufmerksamkeit sind unverdient und verletzen somit das normative Selbstkonzept der beschämten Person.

Im Falle der Flugscham speist sich das Schamgefühl durch das Urteil, die Nutzung eines Flugzeugs für einen nicht absolut notwendigen Zweck, beispielsweise ein Flug in den Urlaub oder ein Kurzstreckenflug von Hamburg nach München, sei mit einem nachhaltigen und klimaschonenden Lebensstil unvereinbar, da die dabei ausgestoßenen CO<sub>2</sub>-Emissionen durchaus vermeidbar oder zumindest durch eine Zugreise zu verringern wären.

Für die Empfindung der Flugscham heißt dies dementsprechend, dass keine Scham vorläge, wenn eine Person Themen wie Klimaschutz ignorierte oder die Zeitersparnis bei einem Kurzstreckenflug gegenüber einer Zugfahrt als den vergleichsweise viel höheren Wert evaluierte als die Valenz einer klimaschonenden Lebensweise. Und selbst wenn diese ökologischen „Tugenden“ als solche anerkannt würden, werden sie zum Zeitpunkt der Entscheidung offenbar suspendiert. Für die Frage, ob eine Flug- oder eine Zugreise gewählt werden solle oder ob überhaupt eine Reise angetreten wird, sind diese Überzeugungen nicht mehr handlungsentscheidend.

Flugscham, und so hält es Kwiatkowski Schenk fest, ist das Fliegen trotz besserer Einsicht und unter Priorisierung von individuellem Lustempfinden und Zeitersparnis gegenüber allgemeinen Zielen, wie Emissionseinsparung und Nachhaltigkeit. Die Flugscham induziert sich also aus einem Zuwiderhandeln gegen die eigenen moralischen Überzeugungen.

Im Falle des Konsumekels liegt der Fall ähnlich. Es wird geshoppt trotz der vorliegenden Einsicht, dass die Herstellung zahlloser Produkte allzu häufig unter inhumanen Bedingungen passiert und mit dem Konsum dieser Produkte die Verletzung von Menschenrechten unterstützt wird. Hinzu kommen lange und eigentlich unnötige Transportwege, die der Norm des nachhaltigen Konsums

entgegenstehen und Güter, wie tropische Früchte und Kleidung, umfassen können. Auch hier wird wider besseres Wissen gehandelt.

Kwiatkowski Schenk spricht davon, dass „Konsumenten sich nicht unbedingt ihren Werten entsprechend verhalten“ (Jordan 2019). Was die Ursachen dieses Missverhaltens sind, ob hier eine Form der Akrasia zu diagnostizieren ist, ob bestimmte Verhaltensnormen und Werte nur episodisch begrenzt anerkannt werden oder ob eine Priorisierung zwischen Shopperlebnis und verantwortungsvollem Handeln vorliegt, soll hier nicht geklärt werden. Die Frage, die sich hier stellt, lautet: Warum liegt laut Kwiatkowski Schenk angeblich eine Form des Ekels, nicht aber von Scham vor? Immerhin lässt sich doch auch beim angeblichen Konsumekel das Handeln gegen die eigenen Wertvorstellungen als Ausgangspunkt beobachten.

Der Begriff des Konsumekels lässt meines Erachtens drei Interpretationen zu, von der eine die mutmaßliche Definition Kwiatkowski Schenks ist. Allen drei Typen ist gemeinsam, dass sie retrospektiv sich einstellende psychische Abwehrverhalten sind. Sie sind Distanzgefühle in der Nachkonsumphase aufgrund von moralischen Urteilen.

Der erste Kandidat ist eine moralische Verurteilung der eigenen Konsumier*erfahrung*. Der zweite bewertet ein Konsumier*verhalten*, wobei die urteilende Person aus einer Dritte-Person-Perspektive (3PP), also aus der Sicht eine:r Beobachter:in, auf das Geschehen blickt. Der dritte Begriff richtet sich gegen das eigene unzulängliche Selbst und dessen Konsum*verhalten* und umfasst das Phänomen, das Kwiatkowski Schenk in ihrem Interview als Konsumekel bezeichnet.

Um den Begriff des Konsumekels und seine verschiedenen Ausformungen richtig fassen zu können, bedarf es zuallererst der Begriffsdefinitionen des Konsums oder besser: des Konsumierens und der phänomenologischen Unterscheidung von physischem und psychischem Ekel.

## 2 Was heißt konsumieren?

„Konsum“, so beginnt der Soziologe und Konsumforscher Kai-Uwe Hellmann seine Überlegungen in „Der Konsum der Gesellschaft“, „scheint allgegenwärtig zu sein“ (Hellmann 2019, 1) und umfasse nichts weniger als sämtliche Tätigkeiten, die vor, während und nach dem Erwerb einer Dienst- oder Sachleistung durchgeführt werden.

Je nach herangezogener Literatur wird Konsum nicht nur mit dem Kauf und vor allem dem Verbrauch einer Sache oder einer Leistung definiert, sondern umfasst gleichermaßen das Suchen, Auswählen, Gebrauchen, Einlagern, Entsorgen und gar Präsentieren, Mitteilen, Boykottieren, Angeben, Neiden und so weiter. Letztlich, so scheint es, lässt sich alles, was wir irgendwie tun, im Kontext von Konsum oder gar als Konsum selbst verstehen. Und tatsächlich mehrten sich die Stimmen, die den Konsum als Zeitdiagnose stellen. Blümelhuber spricht von einer „Ausweitung der Konsumzone“ (Blümelhuber 2011). Zygmunt Baumann behauptet in seiner Schrift „Leben als Konsum“ gar, dass wir uns in einer Konsumgesellschaft befinden, deren wichtigster Platz der Markt sei, auf dem alles, ja gar wir selbst, zur Auswahl und zum Angebot stünden (vgl. Baumann 2009, 13–14). Und sogar soziale Beziehungen würden als bloße Ware der Bedürfnisbefriedigung bewertet und vor diesem Hintergrund unter ein Nützlichkeitsparadigma gestellt werden. Baumann notiert hierzu:

„Das existenzielle Umfeld, das man ‚Konsumgesellschaft‘ nennt, zeichnet sich dadurch aus, dass es alle zwischenmenschlichen Beziehungen nach dem Muster und Vorbild der Beziehungen zwischen Konsumenten und ihren Konsumobjekten umgestaltet.“ (Baumann 2009, 19)

Wenn demnach alle konsumierenden Tätigkeiten als Konsum von etwas bezeichnet werden können, und alles nur als Ware begriffen wird, ist letztlich alles Konsum und damit bekanntermaßen nichts mehr Konsum zu nennen.

Um letztlich einen adäquaten Arbeitsbegriff für meine folgenden Überlegungen zu erhalten, werde ich die Etymologie des Worts Konsum oder korrekter des Begriffs ‚Konsumieren‘ heranziehen, um einen begrifflich fundierten Ausgangspunkt zu erhalten:

Konsumieren selbst stammt vom lateinischen Wort *consumere*, das mit ‚verbrauchen‘, ‚gebrauchen‘, ‚verzehren‘ übersetzt werden kann. Konsumieren bezeichnet also sämtliche Handlungen, bei denen ein Ding (Dienst- oder Sachleistung) verbraucht, gebraucht oder verzehrt wird. Ist ein Ding gebraucht, verbraucht oder verzehrt worden, ist ein Konsumierprozess abgeschlossen. Würde Baumanns These gelten, wonach wir in einer Konsumgesellschaft leben und Leben Konsumieren bedeute (vgl. Baumann 2009, 19), könnte nach jedem Konsumierprozess ein neuer beginnen, wobei vor, nach und während des Konsumierens Formen des Konsumekels auftreten können.

### 3 Was ist Ekel?

Das Gefühl des Ekels gilt gemeinhin als Abwehrreaktion und Distanzgefühl (vgl. unter anderem Menninghaus 2002, 8). Je nach Art der Ausformung und der Ursachen dieses Gefühls zeigen sich unterschiedliche körperliche, mentale und mimische Verhaltensweisen, wie Würgen, Erbrechen, Abwenden und eine verzerrte Mimik.

Zu einer ersten Orientierung soll hier zwischen physischem und psychischen Ekel unterschieden werden. Physischer Ekel ist aus evolutionsbiologischer Perspektive ein Warnsystem, das uns vor Kontamination mit ekelerregenden Objekten und sogar vor dem „Tod bewahren“ (Menninghaus 2002, 30) soll. Seine Ursachen sind stets organisch, wie Blut, Fäkalien, Schimmel und Stoffe, die extrem abstoßende Sinneswahrnehmungen in uns auslösen. Hierzu gehören stechende und beißende Gerüche, formlose, weiche Strukturen oder unangenehme Geschmäcker. Dinge können taktil oder haptisch, olfaktorisch oder gustatorisch Ekel bei uns auslösen. Das reaktive Verhaltensspektrum reicht dabei vom bloßen Naserümpfen bis hin zum starken Erbrechen. Visuelle und akustische Wahrnehmungsinhalte sind zumeist keine Auslöser von physischem Ekel – wenige Ausnahmen sind hier mimetische Darstellungen ekelerregender Objekte respektive lautes Schmatzen und Rülpsen.

Tritt der physische Ekel plötzlich und unvorbereitet auf und ist demnach wortwörtlich eine (Körper-)Reaktion, stellt sich der psychische Ekel nicht so überwältigend ein, weil er Ergebnis einer Abwägung und Urteilsschließung ist. Somit entbehrt der psychische Ekel nicht nur des überraschenden Moments, er ist auch zumeist moralisch imprägniert, regt er sich doch vor allem aufgrund beobachteten Fehlverhaltens. Der Philosoph Aurel Kolnai unterschied in seiner bis heute maßgeblichen Schrift „*Ekel, Hochmut, Hass*“ verschiedene Formen des psychischen Ekels, die aber nicht alle relevant für unseren Konsumkontext sind. Prominent ist vor allem der psychische Ekel als eine Form der gesteigerten Langeweile und des Nicht-mehr-Ertragen-Könnens aufgrund „lästige[r] Gleichförmigkeit“ (Kolnai 2007, 39) oder eines unerträglichen Zuviels – von Kolnai als „Überdrußekel“ [sic!] (Kolnai 2007, 39) bezeichnet.

## 4 Die vier grundlegenden Probleme des psychischen Ekels

Ist, wie im Folgenden, die Rede von psychischem und damit moralischem Ekel, stellen sich meines Erachtens vier Schwierigkeiten ein:

Erstens: Psychischer Ekel ist individuell und unterscheidet sich auch damit von ubiquitären Ursachen seines physischen Pendanten. Laut dem Psychologen Paul Rozin sind es vor allem Nahrungsmittel, die bei uns Menschen bereits im Kleinkindalter physische Ekelreaktionen auslösen (vgl. Rozin 1987, 34). Moralisch motivierte Ekelreaktionen können von Mensch zu Mensch hingegen unterschiedlich ausgeprägt sein, gleichwohl mutmaßlich jede Kulturgemeinschaft über ein Fundament an Quellen des psychischen Ekels verfügt. Mord, Vergewaltigung, Inzest und so weiter lösen wohl in jeder Kulturgemeinschaft Distanzreaktionen bis hin zum Ekel aus.

Eine zweite Herausforderung besteht darin, dass die Quellen des moralischen Ekels oftmals nicht statisch sind. So können Verhaltensweisen, die bisher moralisch neutral waren, durch einen Moralisierungprozess plötzlich negativ

konnotiert werden, weshalb diese, unter bestimmten Umständen, zu Ekelquellen werden können. Denken wir beispielsweise an die Selbstdarstellung von Influencer:innen, Rauchen in der Öffentlichkeit oder das sogenannte *littering*. Dieses unachtsame Wegwerfen oder gar Fallenlassen von Müll (*littering*) kann eine Person bisher gleichgültig gelassen haben. Landet der Müll fremder Personen allerdings im eigenen Garten, wird schnell ein Moralisierungsprozess in Gang gesetzt, der sich in Ausrufen Bahn brechen kann, wie: „Ich habe es satt, dass irgendwelche Leute ihren Müll in meinen Garten werfen!“. Und nicht umsonst bedienen sich typische Ekelverbalisierungen, wie „Ich habe es satt“ oder „Es kotzt mich an“ am semantischen Büfett des Gustatorischen.<sup>2</sup>

Drittens: Wer von psychischem und damit moralischem Ekel spricht, läuft Gefahr, in den Dunstkreis eines Kulturkonservatismus zu gelangen. Prominente Autoren wie der bereits zitierte Phänomenologe Aurel Kolnai oder der Rechts-Hegelianer Karl Rosenkranz sprechen wiederholt von „Maß“ und „Übermaß“, wenn sie über Formen moralischen Ekels spekulieren. Assoziiert werden beide Begriffe (Maß und Übermaß) bei Kolnai und Rosenkranz mit dem Männlichen, das eben das Maß aller Dinge sei, demgegenüber das Übermaß stünde, das gleichzusetzen ist mit dem moralisch Verweichtlichten (siehe hierzu unter anderem Kolnai 2007, 39–47; Rosenkranz 1990, 252–260). Ein so verwendeter Begriff von psychischem Ekel sagt viel über die politischen und kulturellen Ansichten und Überzeugungen der Autoren aus, entbehrt aber der wissenschaftlich erforderlichen Intersubjektivität. Um dieser Gefahr aus dem Weg zu gehen, werde ich, wenn notwendig vom Maß oder Übermaß die Rede ist, beide Begriffe unbestimmt lassen, da jede Festsetzung eines Maßes nur ein persönliches Urteil, nicht aber eine irgendwie geartete allgemeingültige Richtschnur sein kann.

Und viertens: Die Reaktionen moralischen Ekels sind weitaus vager als die Reaktionen, die sich beim Eintreten physischen Ekels beobachten lassen. Die Anzeichen für psychischen Ekel äußern sich zumeist in verbalen Ausdrücken, wie „Das ist ekelhaft!“ oder „Dieses Verhalten ekelt mich an!“ und typischen

---

2 Die erste Quelle des Ekels ist ontogenetisch die Abwehrreaktion vor bitteren und verfaulten Nahrungsmitteln. Diese Reaktion wurde unter anderem von Paul Rozin bereits bei Kleinkindern beobachtet und gilt demnach als Primat des Degoutanten (vgl. Rozin 1987, 34).

Gesichtsausdrücken. Zu Letzterem gehören laut Charles Darwin vornehmlich Stirnrunzeln, ein leicht geöffneter, heruntergezogener Mund und eine zurückgeschobene Oberlippe (vgl. Darwin 1989, 201).

## 5 Formen des Konsumekels in der Nachkonsumphase

Die Formen der Ekelempfindungen, die in der Nachkonsumphase auftreten können, sind vielfältig und lassen sich anhand ihrer Ursachen und Gründe, ihrer Gerichtetheit<sup>3</sup> (Intentionalität) und ihrer Kombination mit anderen Emotionen unterscheiden.

### 5.1 Überdrussekel als Konsumekel

Der forschungsliterarisch wohl prominenteste psychische Ekel ist der „Überdrußekel“ [sic!] (Kolnai 2007, 39) als eine Form der übersteigerten Langeweile, des Nicht-Mehr-Ertragen-Könnens aufgrund „lästige[r] Gleichförmigkeit“ (Kolnai 2007, 39). Überdrussekel, so meint Aurel Kolnai, lässt sich nur gegenüber Erlebnissen und Erfahrungen mit Entitäten empfinden, wenn die gleichen Konsumerlebnisse und Erfahrungen mit diesen Entitäten einst „lustbetont“ (Kolnai 2007, 39) waren. Hierzu können unter anderem der wiederholte Verzehr einer bestimmten Speise oder das redundante Hören eines einzelnen Musikstücks gehören.

---

3 Der Begriff der Intentionalität bezeichnet ein Charakteristikum vieler mentaler Zustände, wie beispielsweise Gefühle. Die meisten Gefühle, wie Ekel, Hass und Trauer haben einen intentionalen Gehalt, weil sie sich auf Objekte und Sachverhalte in der Welt beziehen. Das Attribut der Intentionalität gibt also an, dass mentale Zustände einen Weltbezug haben, der sich darüber hinaus in einem propositionalen Satz aussagen lässt.

Das Objekt als Medium, vor allem aber die ehemals empfundene Lust werden zum Objektbereich des Ekels und gleichermaßen dessen Ausgangspunkt. Der Überdrussekel bewahrt, ganz im Sinne der charakterisierten Abwehrreaktion, vor „übermäßigem“ oder wiederholtem Genuss einer Sache. Dieser Genuss schlägt in Ekel um und wird laut Kolnai „schal, wüst, gerät in einen irgendwie fühlbaren Gegensatz zum Lebenswillen“ (Kolnai 2007, 39).

Überdrussekel kann sich demnach einstellen, wenn ein Überangebot eines einstmals lustbetonten Objektbereichs vorliegt und zum Konsum bereitsteht. Aus der Gier wird dann der Ekel.

Um psychischen Ekel von Empfindungen wie Widerwillen zu unterscheiden, schlägt der Ernährungsphysiologe Wolfgang Kübler eine Definition vor, nach der sich Ekel gegenüber anderen artverwandten Emotionen sehr viel stärker ausprägen, sei er doch „eine nicht mehr steigerungsfähige Notfallreaktion“ (Kübler 2003, 17).

Der Überdrussekel wird laut Kübler durch eine „exzessive Übersättigung“ (Kübler 2003, 18) vor allem durch „Mengenexzesse“ (Kübler 2003, 19) von Lebensmitteln und Gewürzen motiviert, die regelrecht zu Übelkeitsgefühlen führen könnten.

Kübler ist in diesem Punkt durchaus Recht zu geben. Empfundener Ekel besitzt potenziell ein breiteres und stärker ausgeprägtes Verhaltensspektrum. Ausgedrückter Widerwille, so lässt sich mutmaßen, ist episodisch und damit zeitlich begrenzt und tritt nur im Augenblick einer Situation auf, die diesen evoziert. Psychischer Ekel kann aufgrund seines Urteilscharakters länger anhalten, da Urteile Ausgangspunkt von Überzeugungen sein können. Empfindet eine Person beispielsweise Ekel gegenüber übervollen Supermarktregalen, wird diese Person zukünftig solcherlei Orte eher meiden, um sich vor Ekelempfindungen zu schützen. Eine so geartete Überzeugung ist hochgradig entscheidungs- und damit handlungsrelevant und handlungsmotivierend.

Psychische Formen des Ekels, wie der Überdrussekel, führen nicht zu klassischen Übelkeitsphänomenen wie Erbrechen oder Würgen, sondern zu moralischen Verurteilungen. Beim psychischen Ekel ist der Körper eben gerade nicht direkt betroffen, so wie es der Fall bei einsetzendem Widerwillen ist. Er kann

zudem keine „Notfallreaktion“ (Kübler 2003, 17) sein, wie Kübler formuliert, da er auf einem Urteil beruht und sich eben nicht durch spontane körperliche Reaktionen kundtut. Liegt Überdressekel gegenüber einem vorliegenden Überangebot vor, wird dieses gemieden, bis das moralische Unwohlsein gegebenenfalls nachlässt oder überwunden ist, und die Konsumaffordanz dazu wieder lustassoziiert ist. Nun kann potenziell jeder Gegenstand Ausgangspunkt eines sich entwickelnden Überdressekels sein, denn nicht das Objekt selbst, sondern die bisherige lustvolle Erfahrung, also die Konsumiererfahrung selbst, wird zur Quelle des Ekels. Bereits die Option einer solchen Konsumiererfahrung kann schon ekelierend wirken, wenn diese sich aufdrängt und eine unerwünschte Näheerfahrung beim Subjekt auslöst.

Dieser psychische Ekel speist sich aus einem Urteil, nachdem der wiederholte Konsum ein irgendwie geartetes subjektives „Maß“ überschreitet und das Subjekt sich selbst vor der erneuten Konsumiererfahrung schützen will.

## 5.2 Konsumekel als Vitalitätsekel

Nah verwandt mit dem Überdressekel ist ein Gefühl, das sich ebenfalls aus einem irgendwie gearteten „Übermaß“ herausbildet, mit dem Unterschied, dass nicht die eigene Konsumerfahrung beurteilt wird, sondern das Konsumierverhalten einer anderen Person. Der Konsumekel als „Vitalitätsekel“ wird durch die Bewertung und Verurteilung aus einer 3PP motiviert. Bezieht sich der Überdressekel also auf die eigene Betroffenheit der sich ekelnden Person durch eine wiederkehrende Konsumerfahrung, wird der Vitalitätsekel ausgelöst durch beobachtetes Verhalten oder beurteilte Eigenschaften von anderen – er bildet sich aus einer Beobachterperspektive heraus, indem ein Zuviel bei einer anderen Person als ekelierend erfahren wird. Dieses Zuviel wird nicht am Maßstab der Beurteilung der anderen Person ermessens, sondern beruht auf der Einschätzung der sich ekelnden Person.

Auslöser kann hier beispielsweise das beobachtete kompensatorische Shoppingverhalten von Dritten sein, vielleicht auch die Selbstdarstellung und die unterstellte zugrunde liegende Geltungssucht von Influencer:innen auf Social-Media-Plattformen.

Auch im Falle des Vitalitätsekels zeigt sich der psychische Ekel als ein Distanz- und Distinktionsverhalten, der einmal ausgedrückt und kundgegeben möglicherweise sogar Scham bei der beobachteten Person auslösen und damit handlungskorrigierend und moralisierend wirken kann. So lässt sich der Vitalitätsekkel als eine emotional-moralische Instanz verstehen, die Verhalten und Dinge ablehnt, die innerhalb einer Kulturgemeinschaft die soziale Ordnung gefährden können.

### 5.3 Konsumekel als Selbstekel verursacht durch Scham und Negation des Selbstwertgefühls

Der nunmehr dritte Typ des Konsumekels ist meines Erachtens derjenige, den Kwiatkowski Schenk in ihrem Interview prognostiziert. Ihre Verwendung des Begriffs ‚Konsumekel‘ lässt sich als ein Distanzierungsgefühl gegenüber dem eigenen Ich interpretieren. Diese Ausprägung wird durch Scham und Schuldgefühle aufgrund von Normverletzungen motiviert. Normabweichendes Handeln lässt sich als primäre Quelle dieses Konsumekels herausarbeiten.

Ausgangspunkt hierfür ist das ambivalente Verhalten gegenüber den eigenen moralischen Vorstellungen. Ein:e Konsument:in kann davon überzeugt sein und wissen, dass Herstellung und Transport bestimmter Produkte erhebliche Umweltschäden nach sich ziehen, mithin, dass Menschen in Fabriken unter unwürdigen Bedingungen dieses Produkt hergestellt haben, das darüber hinaus von so minderwertiger Qualität ist, dass alsbald ein neuer Artikel angeschafft werden muss, wobei das Ursprungsprodukt im Hausmüll entsorgt wird.

Die Norm der Anerkennung der Menschenrechte und das daraus resultierende Handeln sowie die Berücksichtigung nachhaltiger Produktions- und Transportbedingungen werden beim Kauf solcherlei Produkte verletzt. Dies kann retrospektiv zu Schuldgefühlen und Scham führen. Vor allem das sogenannte Frustshopen, das als ein Kompensationsverhalten verstanden werden kann<sup>4</sup>

---

4 Einen Überblick über die wichtigsten Studien zur Frage nach Motivation und Persönlichkeitsmerkmalen pathologischen Kaufverhaltens gibt Iver Hand in seinem Beitrag „Pathologisches Kaufen – Kaufzwang, Kaufrausch oder Kaufsucht?“ (Hand 1998, 125–126).

und über die Demütigungen und Schmerzen des Alltags hinweghelfen soll, lässt sich als Ort dieses Konsumekels interpretieren. Kai-Uwe Hellmann spricht bei dieser Art des Erlebnisshoppings gar vom „Balsam für gestresste Seelen“ (Hellmann 2019, 25), der bewirke, dass wir unsere individuelle Belohnung im Sinne des Erwerbs zum Beispiel eines Kleidungsstücks über universelle Güter wie Menschenrechte und Nachhaltigkeit stellen. Der Verhaltenstherapeut Iver Hand mutmaßt, dass Shoppen als Kompensationsverhalten immer stärker zu beobachten sein wird, da Menschen immer weniger in der Lage seien, Emotionen und vor allem negative Gefühle adäquat wahrzunehmen und adaptiv zu verarbeiten (vgl. Hand 1997; 1998).

Das pseudorationalisierte Verhalten des Frustshoppens kann bei Betroffenen in der Nachkonsumphase Schuld und Scham evozieren, denn notwendig sind solcherlei Käufe eben gerade nicht. Frust- und Erlebnisshoppen gelten nicht als ein Verhalten, das basale Bedürfnisse befriedigt, wie das Stillen von Hunger und Durst. Ein solcherlei wiederholtes und regelmäßiges Kompensationsverhalten weist mitunter Zwanghaftigkeit auf, denn Frustkäufe lassen sich durch einen episodischen Verlust der Impulskontrolle definieren. Es wird etwas konsumiert, das nicht notwendig gebraucht wird und dem eine fragwürdige Zweck-Mittel-Relation zugrunde liegt. Eine Angemessenheit ist eben gerade nicht zu erkennen, weshalb jede Form des Erlebnisshoppings retrospektiv Scham- und Schuldgefühle evozieren kann.

Schuld und Scham treten bei einer Person auf, wenn diese Person unter anderem gegen eine moralische, juristische, religiöse oder soziale Norm verstoßen hat. Ergänzt werden muss diese Liste durch Ideale und Standards, die vor allem Ursachen von Körperscham sein können. Zu solchen Standards und Idealen gehören beispielsweise, dünn und jung zu sein.

Schuld und Scham unterscheiden sich laut Izard durch ihren Motivationsbereich. Schuld unterscheidet sich von Scham dahingehend, dass Schuldgefühle auftreten, gleichwohl von niemandem Dritten dieser begangene Regelverstoß beobachtet oder registriert worden sein muss. Scham hingegen ist ein Gefühl, das sich durch Befangenheit verstärkt, wenngleich die beobachtende (angeblich urteilende) Person das beobachtete Fehlverhalten gar nicht als solches werten muss (vgl. Izard 1999, 471–472). Eine Person kann sich demnach wegen des Verzehrs von Fleisch schämen, weil, so mutmaßt Izard, die norm-

verletzende Person glaubt, die beobachtende Person urteile ebenso über den Fleischverzehr wie sie selbst (vgl. Izard 1999, 471–472).

Im Falle von Scham wird die Perspektive des anderen simulativ eingenommen und einer anderen Person eine Normen-Überzeugung unterstellt.

Allein schon die (inkorrekte, weil imaginierte) Annahme und die Vorstellung von Missbilligung und Verhöhnung kann Scham auslösen. So kann sich eine Person am FKK-Strand ihres Körpers schämen, gleichwohl die Bezugsgruppe (andere Strandbesucher:innen) Nacktheit im öffentlichen Raum nicht verurteilen, sondern qua Konvention sogar einfordern. Wer sich schämt, spürt regelrecht die Blicke der anderen auf sich gerichtet, ganz gleich ob dies real oder imaginiert ist. Scham, und darin unterscheidet sie sich wiederum von Schuld, ist somit gebunden an externe Urteile und Sanktionen (zum Beispiel Missbilligung durch Blicke oder verbale Äußerungen), ganz gleich ob diese imaginiert sind oder real vorliegen.

Scham ist ein episodisches Gefühl und unterscheidet sich damit grundlegend von den oftmals synonym verwendeten Begriffen der Schüchternheit (als ein Charakterzug) und der Schuld (nicht im juristischen, sondern im psychologischen Sinne), die jahrelang, gar lebenslang anhalten können, beispielsweise bei einem begangenen Mord. Scham kann zwar durch Erinnerungen an die beschämende Situation aktualisiert werden, bleibt aber auch nur dann kurzzeitig bestehen, wie der Phänomenologe Hermann Schmitz herausarbeitete (vgl. Schmitz 2006, 100–104). Wiederholte Schamgefühle, die die gleichen Ursachen haben, wie beispielsweise das beschriebene normverletzende Konsumverhalten (Normen: Achtung der Menschenrechte und nachhaltiger Konsum), können sich in andere Gefühle transformieren.

Die Philosoph:innen Demmerling und Landweer sprechen in diesem Zusammenhang von „Angst vor möglicher Beschämung“ und „Gefühls- und Verhaltensdispositionen wie Minderwertigkeitsgefühle, Scheu und Schüchternheit“ (Demmerling und Landweer 2007, 220). Minderwertigkeitsgefühle und daraus entstehende Scheu und Schüchternheit resultieren aus dem Gefühl herabgesetzten Selbstwerts aufgrund einer an sich selbst beobachteten (gefühlten) Unzulänglichkeit.

Das Phänomen des Selbstwerts lässt sich mit den Worten der Philosophin Ingrid Vendrell-Ferran beschreiben als eine „besondere Dimension des Sich-Erlebens, mithilfe derer wir Schwankungen in unserem eigenen Wert spüren“ (Vendrell-Ferran 2021, 410). Die Psychoanalytikerin Else Voigtländer bezeichnet es als „ein gefühlsmäßiges Weltbewußtsein seiner selbst, das jeder mit sich herumträgt und das Schwankungen unterliegt“ (Voigtländer 1910, 11). Dieses Selbstwertgefühl ist jedoch keine eigene Wertzuschreibung, sondern eine „affektive Wertauffassung der eigenen Person“ (Vendrell-Ferran 2021, 410).

Das Selbstwertgefühl kann durch unterschiedliche Ursachen und Gründe erschüttert und negiert werden. In unserem Falle ist der Ausgangspunkt des sinkenden Selbstwertgefühls das Gefühl der Scham als eine Einsicht des Nichtgenügen-Könnens oder eines Versagt-Habens aufgrund von Kontrollverlust und der retrospektiven Einsicht in ein normverletzendes Verhalten, beispielsweise durch Kompensationsshopping.

Der Psychologe Silvan Tomkins beschreibt das sinkende Selbstwertgefühl als ein Sich-selbst-Verhöhnern (vgl. Tomkins 1963, 185). Izard zufolge, ausgehend von den Überlegungen der Psychologin Helen Lewis, wird bei

„Scham [...] das Selbst als Gegenstand von Geringschätzung und Verachtung erlebt. Der beschämte Mensch fühlt sich [...] klein. Empfindungen der Hilflosigkeit, Unzulänglichkeit und sogar der Gelähmtheit überschwemmen das Bewußtsein.“ (Izard 1999, 436)

Es tritt der Verlust von Selbstachtung ein, der sich durch ein Absenken des Blicks ausdrückt. Wer sich schämt, kann die Anwesenheit der anderen nicht ertragen, denn durch sie erfährt die sich schämende Person zumeist die eigene Herabsetzung. Hinzu kommt der Wunsch, regelrecht verschwinden zu können, was die Wendung „vor Scham im Boden versinken wollen“ anschaulich beschreibt.

Sinkt das Selbstwertgefühl durch wiederholte Scham- und Schuldgefühle und die eigene Verurteilung zur Unzulänglichkeit, kann sich eine Form des Selbstekels entwickeln, der ähnlich wie bei depressiven Erkrankungen pathologische Züge aufweisen kann (siehe hierzu Black und Grant 2014, 108–109).

Nur durch Zorn und Wut können beispielsweise Demütigungen und der damit einhergehende Verlust des Selbstwerts rehabilitiert werden (vgl. Vendrell-Ferran 2021, 412). Können die gefühlte Abminderung des Selbstwerts und der damit einhergehende Verlust der Selbstachtung nicht durch Zorn gegenüber einer Situation oder Wut gegenüber der eigenen Person kompensiert werden, steht schlussendlich die Gefahr im Raum, dass das eigene Selbstwertgefühl stetig negiert wird und sich Ekel gegenüber dem eigenen, nunmehr als minderwertig und wertlos empfundenen Selbst entwickelt.

Diese Emotionsdynamik von Scham und Schuld ist bei substanz- und nicht substanzgebundenen Abhängigkeiten und Verhaltensstörungen mehrfach beobachtet worden. Vor allem bei der *Binge Eating Disorder* (BED) gehört der Selbstekel zur Symptomatik und speist sich aus selbst auferlegten überhöhten Handlungsstandards und Idealen (vgl. unter anderem Heatherton und Baumeister 1991, 89) und einem reduzierten Selbstwertgefühl (vgl. unter anderem O’Guinn und Faber 1989, 150). In dieser Kombination müssen sogenannte *Binges* beinahe zwangsläufig einem schaminduzierten Selbstekel verfallen.

Das *DSM-5 Guidebook* gibt den Selbstekel als charakteristisches Symptom für das BED an. Episoden von *binge eating* umfassen gemäß DSM-5 mindestens drei der folgenden Symptome:

- „1 Eating much more rapidly than normal
  - 2 Eating until feeling uncomfortably full
  - 3 Eating large amounts of food when not feeling physically hungry
  - 4 Eating alone because of feeling *embarrassed* by how much one is eating
  - 5 Feeling disgusted with oneself, depressed, or very guilty *afterward*.“
- (Black und Grant 2014, 228–229; Hervorhebungen T.W.)

Es lässt sich also eine Emotionsdynamik aus Scham und Schuld, eigener Herabsetzung oder zumindest empfundener Negierung oder Senkung des Selbstwertgefühls und einem daraus resultierenden Selbstekel mutmaßen. Wird der eigene Selbstwert negiert, stellen sich eine Abstoßungsreaktion und ein Distanzierungsgefühl gegenüber dem eigenen (fehlbaren) Ich in Form des Selbstekels ein.

Ähnlich liegt diese Dynamik bei nicht substanzgebundenen Abhängigkeiten vor. „Internetbezogene Störungen“ (Geisel et al. 2021, 14) resultieren laut einer psychiatrischen Studie aus einem reduzierten Selbstwert und der Einsicht verringerteter Selbstwirksamkeit (vgl. Geisel et al. 2021, 15). Dies wurde bereits in „Vorform[en]“ (Geisel et al. 2021, 15), also bei nicht vollkommen ausgeprägten pathologischen Störungen beobachtet. Forciert werden kann dieser Verlust des Selbstwerts laut Studie durch externe Faktoren, wie negative interpersonelle Erfahrungen (Mobbing) aufgrund sozialer Isolation und nicht konforme Verhaltensweisen (vgl. Geisel et al. 2021, 15).

Aufgrund dieser Gefühlsdynamik bestehend aus Schuld, aber vor allem Scham, und der daraus folgenden Negation des Selbstwerts ist der Konsumekel, wie ihn Kwiatkowski Schenk skizziert, ein Ekelgefühl gegen das eigene wiederholt fehlbare und unkontrollierbare (inhibitorische Kontrolle) Ich, nicht aber gegen das Konsumieren selbst.

## 6 Fazit

Emotionen, wie Ekel, sind Quellen von Denken und Handeln. Sie leiten unseren Zugang zur Welt und bestimmen Überzeugungen, Urteile und dementsprechend unsere Handlungen. Die erste Form des Konsumekels bezieht sich auf die eigene Konsumtionserfahrung und hält uns davon ab zu konsumieren, was einst als Ziel des eigenen Handelns galt und als lustvoll empfunden wurde. Emotionen begründen aber nicht nur unser eigenes Handeln, sondern bestimmen unsere emotionale Lage gegenüber anderen. So stellt sich die zweite Form des hier skizzierten Konsumekels als ein moralisches Urteil gegenüber dem Verhalten einer oder mehrerer fremder Personen ein. Emotionen können sich mithin auch gegen das eigene Selbst richten, wie im Falle des dritten vorgestellten Typs des Konsumekels.

Diese letzte Interpretation besitzt gegenüber den anderen Formen das Potenzial, sich zu einer pathologischen Störung zu entwickeln, denn er richtet sich, wie beispielsweise bei Depressionen oder der skizzierten konsumbezogenen

Verhaltensstörungen, gegen das eigene Selbst. Seine Ursachen liegen in den Gefühlen der Scham und der Schuld und der damit einhergehenden Negierung des Selbstwertgefühls. Der Konsumekel, so verstanden, ist demnach ein Kombinationsgefühl und wird, trifft die Prognose Kwiatkowski Schenks ein, ein mögliches neues Krankheitsbild für substanzgebundene Verhaltensstörungen bilden, sofern diese Art der emotionalen Selbstreferenz ihren episodischen Charakter ablegt.

Die vorangegangenen Überlegungen sollen nicht nur eine bisherige Lücke innerhalb der thematischen Ausrichtung der Konsumforschung zumindest im Ansatz schließen. Die skizzierten Ausformungen des Konsumekels können zudem marketingrelevant sein, indem mit diesen Emotionen produkt- und werbemäßig umgegangen wird und Konsument:innen interessenorientiert informiert werden. Ekel und vor allem die Ausformungen des Konsumekels besitzen demnach eine vielgestaltige Relevanz für die Konsum- und Verbraucherforschung und womöglich für die Pathopsychologie.<sup>5</sup>

## 7 Handlungsempfehlungen

Die wichtigsten Handlungsempfehlungen aus diesem Beitrag lauten, den Fokus der Konsum- und Verbraucherforschung stärker auf das Verhältnis von (vermeintlich) negativen Gefühlen, wie Ekel, und Konsumprozesse, zu legen, da diese enormen Einfluss auf das Verhalten von Konsument:innen haben können. Wie in der Einleitung angesprochen besteht in der Konsum- und Verbraucherforschung hier dringender Nachholbedarf.

---

5 Dass (leib)phänomenologische Untersuchungen enormes Potenzial besitzen, vor allem abseits human- und sozialwissenschaftlicher Arbeiten, über die Empfindungsqualitäten von pathopsychologischen Symptomen Betroffener aufzuklären, zeigt unter anderem die Arbeit Isabella Marcinskis, die nach dem eigenleiblichen Empfinden an Anorexie leidender Patient:innen fragt (siehe hierzu Marcinski 2014).

Darüber hinaus ist dieses Thema gesellschaftlich relevant, gibt doch das vermehrte Aufkommen von Ekel, Angst und Scham im Kontext von Verbraucherverhalten und Konsum Auskunft über soziale Veränderungen und gegebenenfalls klassenspezifische Urteile darüber, was Ekel, Angst, Scham und so weiter bei Konsument:innen auslösen. Dahinter verbergen sich Überzeugungen und Meinungen, aus denen sich Bilder auf die Gesellschaft ableiten lassen.

Mithin haben solcherlei Gefühle mutmaßlich das Potenzial, in Kombinationen zu pathologischen Störungen heranzureifen oder doch zumindest Vorformen des Pathologischen zu evozieren. Nur wenn diese im Blick behalten werden, kann präventiv beispielsweise auch medizinisch agiert werden, um diesen Risiken entgegenzuwirken.

Methodisch bedient sich dieser Beitrag der phänomenologischen Vorgehensweise. Vor allem die Leibphänomenologie erlaubt einen Blick auf das subjektive Empfinden Betroffener zum Beispiel des Konsumekels. Dieser Blick ermöglicht ein besonderes Verständnis leiblicher Erlebnisqualitäten von positiven, aber auch negativen Stimmungen, Gefühlen und anderen propositionalen Zuständen, da er sich vor allem autobiografischer Beschreibungen Betroffener bedient und so die jeweiligen Symptomatiken um wichtige Erkenntnisse zu erweitern vermag.

## Literatur

- Baumann, Zygmunt. 2009. *Leben als Konsum*. Hamburg: Hamburger Edition.
- Black, Donald W. und Jon E. Grant. 2014. *DSM-5 guidebook: The essential companion to the diagnostic and statistical manual of mental disorders*, 5. Auflage. Washington: American Psychiatric Publishing.
- Blümelhuber, Christian. 2011. *Ausweitung der Konsumzone: Wie Marketing unser Leben bestimmt*. Frankfurt am Main: Campus.
- Chan, Cindy, Leaf van Boven, Eduardo B. Andrade und Dan Ariely. 2014. Moral violations reduce oral consumption. *Journal of Consumer Psychology* 24, Nr. 3: 381–386. <https://www.doi.org/10.1016/j.jcps.2013.12.003>.

- Darwin, Charles. 1989. The expressions of the emotions in man and animals. In: *The works of Charles Darwin*, hg. von Paul H. Barrett, Band 23. London: William Pickering.
- Demmerling, Christoph und Hilge Landweer. 2007. *Philosophie der Gefühle: Von Achtung bis Zorn*. Stuttgart: Metzler.
- Geisel, Olga, Anneke Lipinski und Michael Kaess. 2021. Non substance addiction in childhood and adolescence – the internet, computer games and social media. *Deutsches Ärzteblatt International* 118, Nr. 1–2: 14–22. <https://www.doi.org/10.3238/arztebl.m2021.0002>.
- Hand, Iver. 1997. „Zwangs-Spektrum-Störungen“ oder „Nicht-stoffgebundene Abhängigkeiten“. In: *Psychotherapie in der Psychiatrie*, hg. von Christoph Mundt, Michael Linden und Winfried Barnett, 209–219. Wien: Springer.
- . 1998. Pathologisches Kaufen – Kaufzwang, Kaufrausch oder Kaufsucht? In: *Spektrum der Zwangsstörungen*, hg. von Gerhard Lenz, Ulrike Demal und Michael Bach, 123–132. Wien: Springer.
- Heatherton, Todd F. und Roy F. Baumeister. 1991. Binge eating as escape from self-awareness. *Psychological Bulletin* 110, Nr. 1: 86–108. <https://www.doi.org/10.1037/0033-2909.110.1.86>.
- Hellmann, Kai-Uwe. 2019. *Der Konsum der Gesellschaft: Studien zur Soziologie des Konsums*. Wiesbaden: Springer.
- Izard, Carroll E. 1999. *Die Emotionen des Menschen: eine Einführung in die Grundlagen der Emotionspsychologie*. Weinheim: Beltz.
- Jordan, Gabriela. 2019. Der Black Friday steht bevor: „Auf die Flugscham folgt der Konsumekel.“ Interview mit Marta Kwiatkowski Schenk. *Luzerner Zeitung* (28. November). <https://www.luzernerzeitung.ch/wirtschaft/der-black-friday-steht-bevor-auf-die-flugscham-folgt-der-konsumekel-ld.1172539> (Zugriff: 29. Januar 2022).
- Kant, Immanuel. 1907. Reflexionen zur Anthropologie. In: *Kant's gesammelte Schriften*, hg. von der Königlich Preußischen Akademie der Wissenschaften, Band 7. Berlin: Georg Reimer.
- Kolnai, Aurel. 2007. *Ekel, Hochmut, Haß: Zur Phänomenologie feindlicher Gefühle*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Kübler, Werner. 2003. Gedanken über Ekel aus ernährungspsychologischer Sicht. In: *Ekel: Darstellung und Deutung in den Wissenschaften und Künsten*, hg. von Hermes Andreas Kick, 15–25. Schriften zu Psychopathologie, Kunst und Literatur 7. Hürtgenwald: Pressler.

- Marcinski, Isabella. 2014. *Anorexie: Phänomenologische Betrachtungen einer Essstörung*. Neue Phänomenologie 25. Freiburg: Alber.
- Menninghaus, Winfried. 2002. *Ekel: Theorie und Geschichte einer starken Empfindung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- O'Guinn, Thomas C. und Ronald J. Faber. 1989. Compulsive buying: A phenomenological exploration. *Journal of Consumer Research* 16, Nr. 2: 147–157. <https://www.doi.org/10.1086/209204>.
- Rosenkranz, Karl. 1990. *Ästhetik des Hässlichen*. Leipzig: Reclam.
- Rozin, Paul und April E. Fallon. 1987. A perspective on disgust. *Psychological Review* 94, Nr. 1: 23–41.
- Schmitz, Herrmann. 2006. Kann man Scham auf Dauer stellen? *Berliner Debatte Initial* 17, Nr. 1/2: 100–104.
- Tomkins, Silvan S. 1963. *Affect, imagery, consciousness: Volume II: The negative affects*. New York: Springer.
- Vendrell-Ferran, Ingrid. 2021. Herabsetzung, Selbstwertgefühl und Hass. *Deutsche Zeitschrift für Philosophie* 69, Nr. 3: 409–421.
- Voigtländer, Else. 1910. *Vom Selbstgefühl: ein Beitrag zur Förderung psychologischen Denkens*. Leipzig: Voigtländer.

## Über den Autor

**Tobias Weilandt, M.A.;** Doktorand an der Philipps-Universität Marburg.