

# Das Schenken neu bedenken

Vortrag von Dr. Friedrich Rost, gehalten am 6. November 2018, beim 25. Sozialpolitischen Treff der  
Diakonie Hochfranken in Hof<sup>1</sup>

**Abstract:** Geschenkt wird immer. In der Familie, in der Geschäftswelt, an die Bedürftigen. Schenken betrifft uns ganz privat, aber auch als Organisation, wie zum Beispiel in der Diakonie, wo zahlreiche Spenden abgegeben werden.

Doch: Wann haben Sie sich das letzte Mal über ein Geschenk so richtig gefreut? Wer braucht eigentlich noch Geschenke in unserer Wohlstandsgesellschaft, in der man sich Schönes wie Nützliches selbst leisten kann? Ökonomen errechneten einen immensen volkswirtschaftlichen Schaden; vieles wird vom Empfänger gar nicht entsprechend wertgeschätzt. Da taucht die Frage nach der Nachhaltigkeit und den Ressourcen auf. Wie der gebenden Person oder Gruppe gegenüber reagieren, wenn ein Geschenk nicht gefällt? Wie viel Verstellung gebietet die Höflichkeit? Was tun mit enttäuschenden Gaben? Warum halten wir dennoch am Brauch des Schenkens fest? Weshalb ufert es immer weiter aus? Welches ist der tiefere Sinn des Schenkens jenseits der Pflicht- und Anstandsschenkung? Welche Alternativen sollten wir bedenken?



## Einleitung

Ich nehme an, Sie kennen das auch: Zu Ihrem Geburtstag oder zu Weihnachten erhalten Sie zwar etliche Geschenke, aber selten bzw. nicht jedes Geschenk entspricht Ihrem Geschmack oder Ihren wirklichen Wünschen. Dennoch heißt es, Anstand und Fassung zu bewahren und sich zu bedanken, alles andere würde die Geberin oder den Geber kränken.

Dass nicht jedes Geschenk passend ist, wissen erwachsene Schenkende, die aus diesem Grund oftmals mehrere Gaben überreichen, in der Hoffnung, dass mindestens eine gut ankommt und erfreut. Darüber freuen sich erst einmal die Geschenkehersteller und der Handel, die über Marketing, Werbung und veröffentlichte Umfragen insbesondere vor Weihnachten den Kauf von Geschenken anheizen, obwohl dem Schenken in Zeiten der allgemeinen Prosperität schon immer eine *Tendenz zur Übertreibung* innewohnt. Nicht nur in Bezug auf Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung ist manches Geschenk somit kritisch zu hinterfragen, sondern auch in dieser Tendenz zur Übertreibung.

Das kann man sehr schön an den Pro-Kopf-Ausgaben in Deutschland für Weihnachtsgeschenke nachvollziehen, die z. B. über die Jahre von 2011 mit 338 € bis 2017 auf 465 € ge-

---

<sup>1</sup> Ich danke der Diakonie Hochfranken herzlich für die Vortragseinladung und insbesondere Eva Döhla, der Initiatorin der Sozialpolitischen Treffs, für den Titelvorschlag des Vortrags.

stiegen sind bei einem Gesamtvolumen von ca. 18,4 Mrd. Euro.<sup>2</sup> Die Tendenz zur Großzügigkeit unterscheidet das Schenken vom Feilschen und Unterbieten beim Kauf, solches hat schon 1968 der Wirtschaftshistoriker Bernhard Laum publiziert.<sup>3</sup>

Darüber hinaus finanzieren lt. FAZ vom 11. Dezember 2017 zwölf Millionen Deutsche ihre Weihnachtseinkäufe mit einem Kredit, weitere elf Millionen fürchten, dass sie bis Ende Dezember noch ihr Konto überziehen werden.<sup>4</sup>

### **Wertverlust durch das Schenken und Bargeldstigma**

Seit 1998 errechnete Joel Waldfogel, ein us-amerikanischer Ökonom<sup>5</sup>, einen immensen volkswirtschaftlichen Schaden, weil viele Geschenke vom jeweiligen Empfänger nicht genügend wertgeschätzt werden. Er publiziert weiterhin zu dem Thema und hat in seinem 2011 auch auf Deutsch vorliegendem Buch „Warum Sie diesmal wirklich keine Weihnachtsgeschenke kaufen sollten“<sup>6</sup> errechnet, dass im Jahr 2007 der Wertverlust<sup>7</sup> in den USA durch Weihnachten bei ca. zwölf Milliarden US-Dollar lag. Für 2006 errechnete Waldfogel einen *weltweiten* Wertverlust aufgrund von nicht genügend wertgeschätzten Weihnachtsgeschenken von 25 Milliarden US-Dollar. Seine Empfehlung lautet insbesondere zum Weihnachtsfest, wo so viele Angehörige und Freunde zu beschenken sind, Bargeld oder Gutscheinkarten zu verschenken. Nach seinen Recherchen waren 2002 in den USA schon acht Prozent der Gaben Bargeld oder Gutscheine (zu gleichen Teilen).<sup>8</sup> War in Europa das Geldverschenken an Verwandte und Freunde lange Zeit verpönt und nur gegenüber Hauspersonal und externen Dienstleistern geringeren Standes gestattet, so konstatiert auch Waldfogel für die USA ein „Bargeldstigma“,<sup>9</sup> das Geldgeschenke nur von Alt nach Jung bzw. von entfernteren Tanten

---

<sup>2</sup> <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/208623/umfrage/durchschnittliche-ausgaben-fuer-weihnachtsgeschenke-in-deutschland/> Zugriff am 14.10.2018.

<sup>3</sup> Bernhard Laum: *Schenkende Wirtschaft*. Frankfurt a.M. 1968.

<sup>4</sup> Christoph Scherbaum: Einkauf auf Pump. Millionen Deutsche riskieren wegen Geschenken Dauerverschuldung. – *FAZ online* vom 11.12.2017.

<sup>5</sup> Ab 1997 Wharton School, University of Pennsylvania; ab 2010 Carlson School of Management, University of Minnesota.

<sup>6</sup> Joel Waldfogel: *Warum Sie diesmal wirklich keine Weihnachtsgeschenke kaufen sollten*. München 2011, S. 83. [engl. Erstausgabe: 2009].

<sup>7</sup> Waldfogel verwendet im Original die Benennung „dead weight loss“, was ins Deutsche mit „Wohlfahrtsverlust“ m.E. missverständlich übersetzt wurde.

<sup>8</sup> Waldfogel, a.a.O., S. 60.

<sup>9</sup> Waldfogel, a.a.O., S. 60 f.

und Onkeln an jüngere Verwandte erlaubt. Dieses Bargeldstigma löst sich in manchen Verwandtschaftssystemen allmählich auf. Mittlerweile werden neben Geldsummen im Familienkreis besonders gerne auch Gutscheine verschenkt und das nicht nur, weil *nach* Weihnachten die Waren online oder im Handel deutlich günstiger zu haben sind. Nach einer repräsentativen Marktstudie der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) von 2011 verschenkt schon jeder zweite Befragte in Deutschland irgendwem Bargeld.<sup>10</sup> 2013 hatten Gutscheinkarten zu Weihnachten in Deutschland schon einen Umsatzanteil von 2 Mrd. Euro. Über den Vermittler Retailo gibt es mittlerweile in vielen Geschäften eine Auswahl von 30 Geschenkkarten, die an der Supermarktkasse mit dem gewünschten Betrag aufgeladen werden.

Geld und Gutscheine ermöglichen im Rahmen ihres Geldwertes eine *Wahlfreiheit*, was einer triebfreundlichen Wunscherfüllung beim Beschenkten entgegen kommt. Dieses Vorgehen scheint zumindest ökonomisch sinnvoller als die xte-Porzellanvase oder Nippesfigur. Während der Wertverlust bei Geschenken auf zirka 13 Prozent geschätzt wird,<sup>11</sup> liegt er bei Gutscheinen immer noch bei etwa 10 Prozent, weil viele Gutscheinkarten nicht oder nicht in voller Höhe eingelöst werden. Weil Unternehmen dies wissen, gibt es teilweise sogar Rabatte auf Gutscheinkarten: Man zahlt z. B. 90 € für einen 100-Euro-Gutschein. Und dann gibt es noch den Fall, dass das Guthaben des Gutscheins nicht ausreichend hoch ist, sodass der Beschenkte noch eigenes Geld zuschießen muss, was den Handel wiederum freut. Zudem werden die meisten Guthaben im Januar eingelöst, sodass der Konsum im neuen Jahr weitergeht. Waldfoegel schlägt im Übrigen vor, dass Restguthaben oder nicht eingelöste Gutscheine wohltätig gespendet werden.<sup>12</sup>

## Die Verpackung

Wie gesagt: Viele Menschen mokieren sich über das Verschenken von Geld und Gutscheinen. Dabei gibt es schon lange zahlreiche Ratgeberbücher,<sup>13</sup> wie man solche Gaben kreativ und liebevoll verpacken kann, was wiederum passende Materialien, Geschick und Zeit erfor-

---

<sup>10</sup> Gesellschaft für Konsumforschung (GfK): *So schenkt Deutschland*. Frankfurt a. M., 2011, S. 14.

<https://creativeworld.messefrankfurt.com/content/dam/messefrankfurt-redaktion/ambiente/general/managementreports/2017/manrep-schenken-deutschland.pdf>. Zugriff: 24.9.2018.

<sup>11</sup> Waldfoegel, a.a.O., S. 41.

<sup>12</sup> Waldfoegel, a.a.O., S. 163.

<sup>13</sup> Z.B. Monika Gänsler et al.: *Schöner Schenken. Kreative Geschenke und Verpackungen*. Stuttgart 2002 oder Heidi Grund-Thorpe/Susanne Knapp: *Geldgeschenke und Gutscheine*. München 2005.

dert. Überhaupt gibt es auch beim Verpacken von Geschenken mittlerweile einen Aufwand, der nicht nur kostenmäßig zu Buche schlägt, sondern auch unter Umweltgesichtspunkten bedenklich und kritikwürdig ist.

*Aber:* Erst durch die Verpackung wird die gekaufte Ware zu einem Geschenk. Jenseits der Signalwirkung der Verpackung als Anzeichen für ein Geschenk verbirgt sie den Inhalt und erhöht die Attraktivität der Gabe sowie die Spannung bis zum Vorgang des Auswickelns und einem möglichen Überraschungseffekt beim Beschenken. Nebenbei: Das Verpackungsmaterial hat uns im Jahr 2000 schon 2,3 Mrd. Euro gekostet.<sup>14</sup> Laut „Handwörterbuch des deutschen Aberglaubens“ war es ab dem 13. Jahrhundert üblich, Gaben einzuwickeln, um die Empfänger vor bösen Geistern zu schützen.<sup>15</sup> Sie sehen, welch magische Vorstellungen selbst noch in solch einem Detail stecken.

### **Wer braucht eigentlich noch Geschenke?**

*Wer, so frage ich, braucht eigentlich noch Geschenke in unserer Wohlstandsgesellschaft, in der man sich die meisten Präsente selbst leisten kann?* – Zwar schwanken die Ausgaben je nach Einkommens- oder Vermögenslage sowie nach Nähe zu der zu beschenkenden Person, aber meist bewegt sich der Aufwand für ein Geschenk zwischen 5 und 150 €, sodass allein sehr arme Erwachsene sowie einkommenslose Kinder und Jugendliche auf Geschenke angewiesen sind. Arme brauchen insbesondere Lebensnotwendiges, Praktisches, wie Geld, Nahrung und Kleidung, für alle anderen soll es etwas Luxurierendes sein. Auf Letzteres werde ich später eingehen.

### **Schenk-Anlässe**

*Warum halten wir dennoch an dem Brauch fest, zu bestimmten Anlässen Geschenke zu geben?* – Einerseits gibt es kalendarisch bestimmte Geschenkfeste wie Weihnachten und Ostern und andererseits Feste wie Pfingsten, wo dies unüblich ist. Aber die Feste mit Geschen-

---

<sup>14</sup> Gabriele Donder-Langer: Einwickeln und Auspacken. In: *Geschenkt! Zur Kulturgeschichte des Schenkens*. Heide 2001, S. 47.

<sup>15</sup> Hanns Bächtold-Stäubli zit. n. Donder-Langer, a.a.O., S. 49.

ken werden *nicht nur* von den Kindern als besonders schön empfunden. Neben dem Geburts- bzw. Namenstag sowie rituell begangenen *Übergängen im Lebenslauf* wie

- Taufe und religiöse Initiation,
- Einschulung, bestandene Prüfungen und Schulabschluss,
- Volljährigkeit,
- Verlobung und Hochzeit,
- Einladungen, Einzug in eine neue Wohnung oder ein Haus,
- berufliche Einschnitte wie Beginn der Ausbildung, Beförderung, Arbeitgeberwechsel bzw. Ausstand sowie
- Krankheit und Genesung

versuchen Hersteller und Handel weitere Geschenktermine zu kreieren, wie den Valentinstag, den Mutter- bzw. Vatertag oder den Jahreswechsel. Das Schenken zu solchen Anlässen habe ich *institutionalisiertes Schenken* genannt, Elba Maria Frank nennt es „Schenken aufgrund von Sitten und gesellschaftlichen Konventionen“<sup>16</sup> und es deckt den weitaus größten Teil aller Schenktransaktionen ab. 86 % der Befragten von 2011 machen Geburtstags- und 82 Prozent Weihnachtsgeschenke.<sup>17</sup> Man schenkt somit nicht alltäglich und auch nicht jedem, sondern nur bestimmten Menschen, nämlich Verwandten, Freunden, seltener guten Bekannten, Nachbarn oder Kolleginnen. David Cheal<sup>18</sup> hat mit seiner Winnipeg-Studie aufgezeigt, dass sich über Befragungen *wer wem was* im Laufe eines Jahres geschenkt hat, Netzwerke der nahen sozialen Beziehungen in einer Gemeinde abbilden lassen.<sup>19</sup>

### **Schenken als materielle Kommunikation**

Schenken kann als Kommunikation mit materiellen Mitteln interpretiert werden. Das hat Holger Schwaiger<sup>20</sup> 2011 untersucht, weil der kommunikative Aspekt bisher in der Diskussion zu kurz gekommen war. Allerdings hat mich seine Dissertation nicht völlig überzeugt, weil er sich nur auf die sogenannte *Handschenkung* konzentriert: „Individuum A schenkt Individuum B das Geschenk C“ (S. 117). In die Kommunikationstheorie übertragen bedeutet dieses: „Individuum A kommuniziert an B den Kommunikationsinhalt C“ (ebd.). Die

---

<sup>16</sup> Elba Maria Frank: *Der Gabe auf der Spur*. Frankfurt a. M. 2012, S. 185.

<sup>17</sup> GfK, a.a.O., S. 10.

<sup>18</sup> David Cheal: *The Gift Economy*. London, New York 1988.

<sup>19</sup> Ähnliches hat Gerhard Schmied mit Dorogrammen visualisiert. Gerhard Schmied: *Schenken. Ethik und Sozialwissenschaften*, 9(1998), S. 368 f.

<sup>20</sup> Holger Schwaiger: *Schenken*. Konstanz 2011.

Handschenkung macht zwar nach älteren empirischen Untersuchungen die Mehrzahl der Geschenkübergaben aus, aber das *kollektive Schenken* durch Paare und Gruppen oder das anonyme Gabenüberbringen durch Osterhase, Nikolaus, Weihnachtsmann oder Christkind bzw. das Zuschicken von Geschenken durch Boten werden bei Schwaiger überhaupt nicht thematisiert. Wenn man solche Schenkakte genauer untersucht, zeigen sich Abweichungen im Handlungsskript.

### **Die Wirkmächtigkeit von Geschenken**

Rituell zu absolvierende Übergänge im Lebens- bzw. Jahreslauf und Geschenke erleben wir seit unserer Kindheit und nach meiner Einschätzung werden die kindlichen Glücksgefühle nachhaltig erinnert und auch im Erwachsenenalter reaktiviert, denn *für Kinder sind Geschenke unzweideutige Zeichen für Liebe und Wertschätzung*, was leider auch Kinderschänder zu nutzen wissen, weswegen Kindern eingeschärft wird, von Fremden nichts anzunehmen. Die elterliche Warnung, von Fremden nichts anzunehmen, fruchtet meist erst im Erwachsenenalter. Versuchen Sie einmal auf der Straße wildfremde Personen anzusprechen und ihnen etwas zu schenken ... Das hat GALILEO, die Sendung von ProSieben, mit meiner Expertise am 31. Januar 2006 experimentell getestet.

*Das Schenken selbst macht seliger als das Nehmen.*<sup>21</sup> Dazu ein Zitat:

„Interessanterweise macht es Menschen sogar glücklicher, Geld für andere auszugeben anstatt für sich selbst. So wurde in einer Studie von Dunn et al. (2008) den Versuchspersonen 5 oder 20 US-Dollar gegeben, die sie entweder für sich selbst oder für andere nutzen sollten. Die Gruppe, die etwas für andere Menschen kaufte, war im Nachhinein glücklicher. Die Höhe des Geldes hatte keinen Effekt auf das Glücksempfinden, obwohl andere Versuchspersonen glaubten, dass die 20 US-Dollar generell glücklicher machen. Der Zusammenhang wurde in 120 von 136 Ländern gefunden. Sogar ärmere Versuchspersonen aus Südafrika, die teilweise für sich selber nicht genügend zum Essen hatten, waren glücklicher, wenn sie eine Tüte mit Essen an ein krankes Kind spendeten, anstatt diese zu behalten (Aknin et al., 2013).“<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Siehe auch Stefan Klein: *Der Sinn des Gebens*. Frankfurt a. M. 2010, S 278 ff.

<sup>22</sup> Elena Aßmann: *Schenken*. In: *Psychologie der Rituale und Bräuche*. Berlin 2018, S. 228.

## Wünsche kommen ins Spiel

Während man früher *etwas von sich verschenkte*, was man selbst hergestellt, lange in Besitz hatte und erübrigen konnte, fing der Adel mit dem Aufkommen von Manufakturen damit an, Geschenke anfertigen zu lassen und dabei Geschmack und Vorlieben der zu beschenkenden Personen zu berücksichtigen. Dieses ahmen wir heute nach, wobei wir die Wünsche der zu Beschenkenden meist nicht ausreichend kennen.

*Wie dieses Problem lösen?* – Kinder reicherer Familien durften etwa ab 1850 Wunschzettel schreiben und in Adelskreisen wurden Wünsche über Verwandtschaftsverbindungen und Hofschranzen diplomatisch übermittelt. Heute kann man z.B. bei Amazon seine Wunschliste öffentlich machen; vor Hochzeiten oder Jubiläen wird in Einladungskarten dezent auf Geschenktische mit möglichen Präsenten in Geschäften hingewiesen. In vielen Familien werden entweder direkt oder über Dritte auch Wünsche erfragt.

## Gemeinsame Erlebnisse

Wenn viele Dinge in den Haushalten schon vorhanden sind, folgt man dem relativ neuen *Trend zum Erlebnisgeschenk*. Dazu ein Zitat aus einem Beitrag von Thomas Klemm:

„Vor allem verschenken Frauen häufig Erlebnisse, die man zu zweit erleben kann. Beispielsweise ein Krimi-Dinner oder einen Sushi-Kochkurs“, sagt Christian Bücherl, Chef des Portals Erlebnisgeschenke.de. Selbst wenn die Frauen eine Flugstunde im Simulator verschenken, sind sie oft dabei und schauen zu, wie der werte Gatte Steuerknüppel und Knöpfe betätigt.“<sup>23</sup>

Rund 75 Prozent sind Kundinnen, die ihren Lebenspartner mit einem Erlebnisgutschein zwischen 40 und 300 € beglücken, im Schnitt für 130 €, wobei Frauen wiederum großzügiger schenken als Männer.<sup>24</sup> Insbesondere gemeinsame Erlebnisse wie das „Dinner in the Dark“ fördern die soziale Beziehung und bleiben gemeinsam nachhaltig in Erinnerung.

---

<sup>23</sup> Thomas Klemm: Was ist so toll an Gutscheinen? – *FAZ online* vom 11.12.2017.

<sup>24</sup> Marie Rövekamp: Erlebnisgeschenke liegen im Trend. – *Der Tagesspiegel*, Nr. 22609 vom 13.12.2015, S. 8.

## **Anstand und Etikette**

Wie schon im Eingangsstatement erwähnt, handelt es sich um eine heikle Aufgabe, ein Geschenk stilvoll zu überreichen und entgegenzunehmen. Die rituelle Übergabe, die *meist vor anderen anwesenden Personen* erfolgt, sollte mit Blickkontakt geschehen und begleitenden freundlichen Worten, die das Präsent weder überschwänglich loben noch als „klitzekleine Aufmerksamkeit“ schmälern. Die annehmende Person wird das Geschenk nicht nur entgegennehmen, sondern sich mit freundlichem Blick und ebensolchen Worten bedanken. Handelt es sich nicht um eine sehr große Anzahl von Gästen, so ist es in unserer Kultur üblich, die Geschenke baldmöglichst im Beisein der Geber auszuwickeln und der Freude über das erhaltene Geschenk Ausdruck zu verleihen. – So weit die Empfehlungen der Etikette-Ratgeber in Bezug auf die erwarteten Umgangsformen.<sup>25</sup>

*Wie aber der gebenden Person oder Gruppe gegenüber reagieren, wenn ein Geschenk überhaupt nicht gefällt? Wie viel Verstellung gebietet die Höflichkeit? –* Nach allen Ratgeberbüchern, die ich kenne, sollte die gute Absicht des Schenkenden im Vordergrund stehen und gewürdigt werden. Ihn insbesondere vor anderen in Verlegenheit zu bringen oder gar zu kränken, gehört sich nicht. Fragen nach dem Kassenzettel sollten nicht auf dem Fest gestellt werden. Nahestehende Personen, die des Öfteren Geschenke mitbringen, die nicht dem eigenen Geschmack entsprechen, kann man rechtzeitig vor dem nächsten Fest dezent auf Dinge hinweisen, die einem gut gefallen würden.

*Wohin mit Gaben, die überhaupt nicht gefallen? –* Da weiß ich selbst nicht weiter ... Manche Gegenstände werden beim nächsten Besuch der Verwandten wieder hervorgeholt und sichtbar aufgestellt, aber ein solches Signal könnte von den damals Gebenden für weitere Geschenkanlässe falsch gedeutet werden. Ein Weiterverschenken oder gar Weiterverkaufen von Geschenken über Ebay kann die Gebenden kränken, wenn sie davon erfahren. Ob das Spenden des Geschenks z.B. an Oxfam weniger schmerzt, bezweifele ich.

Eine Schlussfolgerung scheint aber für ratlose Schenker angebracht: Wenn man sich im Hinblick auf den Geschmack der zu beschenkenden Person nicht sicher ist, sollte man zu Gaben greifen, wie Blumen, Ess- oder Trinkbares, die später nicht mehr herumstehen; schließlich

---

<sup>25</sup> Z. B.: Inge Wolff: *Umgangsformen. Ein moderner Knigge*. München 2004.



kommt das Wort „schenken“ vom „einschenken“ und das Eingeschenkte ist sichtbar weg, wenn der Becher geleert ist.

## Rechtliche Aspekte

Bisher habe ich Schenken noch gar nicht definiert. Es ist eine die eine Seite bereichernde Eigentumsübertragung, die *unentgeltlich* erfolgt, also *eigentlich* keine Gegengabe und nicht einmal Dank erfordert. So steht es mit Rechtskraft seit dem 1.1.1900 unverändert in unserem Bürgerlichen Gesetzbuch in den §§ 516 bis 534 BGB. Für die sog. *Pflicht- und Anstandsschenkung* – und das sind die meisten Schenktransaktionen – gilt der bekannte Grundsatz: „Geschenkt ist geschenkt.“ Für andere Fälle der Schenkung größerer Vermögenswerte gibt es Möglichkeiten der Rückforderung, z. B. bei Verarmung, und des Widerrufs wegen groben Undanks.

Wie gesagt: Dank ist juristisch nicht erforderlich, aber wir alle wissen, welches Wort die Eltern schon in Kinderzeiten eingefordert haben, wenn wir von anderen etwas bekommen haben: „Was sagt man da???“ Auch hierzu ein kurzes Zitat vom Philosophen Hans-Georg Gadamer:

„Sicherlich ist das Wort ‚Danke‘ eines der vielleicht unverständlichsten Frühworte, die ein Kleinkind lernt [...] Ein Geschenk geben ist gar nicht ganz einfach. Es gibt so etwas wie ein Genie, schenken zu können und es gehört auch eine gar nicht selbstverständliche Menschlichkeit dazu, sich etwas schenken lassen zu können. [...] Der Austausch von Geschenken scheint mir ebenso eine Verkürzung des eigentlichen Wesens des Geschenks wie mir auch der Dank dort verkürzt scheint, wo er sich durch eine solche Gegenleistung ausdrücken muss.“<sup>26</sup>

Wie Michael Glüer<sup>27</sup> in seinen Untersuchungen beobachten konnte, zeigen sich geliebte Kinder schon in frühem Alter von zwei bis drei, spätestens mit fünf Jahren als freiwillig Gebende, als gerecht Verteilende, weil Geben ein Zeichen von Großzügigkeit und Stärke darstellt. Durch die Liebe und Hingabe der Eltern entsteht eine Rückgabebereitschaft als Keim für das sich im Kind entwickelnde Gefühl der Dankbarkeit.

---

<sup>26</sup> Hans-Georg Gadamer: Danken und Gedenken. In: Danken und Dankbarkeit. Heidelberg 1992, S. 28 f. Auslassungen: F.R.

<sup>27</sup> Michael Glüer: *Geschenkfreude im Kleinkindalter: Eine empirische Studie zur emotionalen Sozialisation von Kleinkindern in einer Geschenksituation*. Hamburg 2013.

## **Gaben an diejenigen, denen es nicht gut geht**

Almosen zu geben, ist in vielen Religionen Pflicht, so auch Christenpflicht, wobei die radikale Forderung Jesu, „verkaufe alles, was du hast und verteile es unter den Armen“ (Mt. 19, 16) schon durch die Kirchenväter Origines, Clemens von Alexandrien und Johannes Chrysostomos relativiert wurde. Nach ihren Schriften hat auch der Reiche eine Chance auf Seelenheil, wenn er denn mit seinem Vermögen so verfähre, dass es ihm auf *Dauer* die Möglichkeit gebe, Gutes zu tun. Der Konnex, besonders zu Weihnachten nicht nur an die eigenen Hausgenossen und Verwandten zu denken, sondern auch an unverschuldet in Armut und Krankheit geratene Menschen zu denken, hat eine lange Tradition, die sich bis heute erhalten hat. Etwa ein Drittel aller Spenden an wohltätige Organisationen werden im Dezember getätigt. Das Spendenaufkommen in Deutschland wird auf 2–7 Mrd. Euro geschätzt, 32 bis 40 Prozent der bundesdeutschen Bevölkerung spendet regelmäßig.<sup>28</sup>

Ging es vormals vor allen Dingen um Armut und soziale Problemlagen vor Ort, so weitete sich seit den 1970er-Jahren die Spenden-Perspektive in Richtung

- Katastrophenhilfe,
- Umweltschutz,
- Hunger, Armut und Bildung in der Dritten Welt
- sowie auf Menschenrechte, insbesondere für Frauen.<sup>29</sup>

In Läden gibt es Spendenboxen nicht nur als Trinkgeldkasse; in Supermärkten kann man aufrunden lassen, Leergut-Bons ebenso spenden wie Lebensmittel für die Tafeln oder Tierbedarf für das Tierheim. In fast jeder Gemeinde gibt es Basare oder Trödelmärkte für gute Zwecke. Neben Altkleidercontainern gibt es Läden, wo Gebrauchtes oder missliebige Geschenke für einen guten Zweck gekauft werden können. In Berlin stehen ausrangierte Telefonzellen, in denen Bücher, die man nicht behalten möchte, auf Leserinnen warten; die Stadtreinigung betreibt einen Hof, wo gebrauchte Möbel kostenlos abgeholt werden können. Neu sind Gabenzäune in Darmstadt, Hamburg und Berlin.<sup>30</sup>

---

<sup>28</sup> Deutsches Zentralinstitut für soziale Arbeit – DZI (Hrsg.): *Spendenmagazin*. München 2015. Priller/Sommerfeld – s. Fn. 29 – gehen von 32 Prozent regelmäßiger Spender aus.

<sup>29</sup> Eckhard Priller & Jana Sommerfeld: Wer spendet in Deutschland? *WZB-Mitteilungen*, H. 108, Juni 2005, S. 7.

<sup>30</sup> Sozialer Zaun in Darmstadt, Gabenzaun am Hamburger Hauptbahnhof e. V., Gabenzaun in Schöneweide.

Karitative und andere NGOs lassen sich mittlerweile einiges einfallen, um Spenden und Vermächtnisse zu akquirieren, so auch Postsendungen mit kleinen Geschenken: Adressaufklebern, Lesezeichen, Schlüsselanhänger, Postkarten, ja sogar Wandkalender. Eine Untersuchung des Forschungsinstituts zur Zukunft der Arbeit (IZA) Bonn kam zu dem Ergebnis, dass sich durch solche Gaben die Spendenbereitschaft und die Spendenhöhe positiv beeinflussen lassen.<sup>31</sup> Bei Postsendungen ohne Geschenk spendeten ca. 12 Prozent der Angeschriebenen, bei Sendungen mit den vier Postkarten 20 Prozent und zwar 10.500 € mehr als bei den Sendungen ohne Geschenk.

Immer wieder verzichten Menschen, insbesondere Jubilare, zu ihrem Festtag auf Geschenke ihrer Gäste und stellen eine Spendenbox für einen spendenwürdigen Zweck auf, was die Journalistin Claudia Seiring als *karitative Selbstdarstellung* der Gastgeber geißelt und als persönliche Nötigung empfindet.<sup>32</sup>

Firmen verzichten auf Anzeigen und postalische Botschaften zum Fest und Jahreswechsel an ihre Kunden und spenden stattdessen für einen guten Zweck. Mittlerweile gibt es zahlreiche Spendenportale im Internet wie HelpDirect.org, Betterplace.de oder Schulengel.de, wo potenzielle Spender\_innen sich passende Projekte, die sie unterstützen wollen, aussuchen können. Unter dem hashtag #GivingTuesday verabreden und beteiligen sich seit 2015 auch Freiwillige, Firmen und Institutionen in Deutschland zu neuen Formen sozialen Engagements.<sup>33</sup>

Ich hoffe, gezeigt zu haben, dass sich gerade beim Schenken zu Weihnachten einiges ändert: Es gibt eine kleine Gruppe von Menschen, die gegenseitig vereinbart, auf das Schenken zu diesem Anlass komplett zu verzichten; meist werden aber Kinder und Jugendliche davon ausgenommen. Sich ganz dem heidnischen Gabentausch zu entziehen, der schon in Rom zum Fest *sol invictus* existierte, gelingt offenbar nicht. Aber bei den Gaben werden zunehmend Geld, Gutscheine sowie Erlebnisgeschenke verschenkt, um Enttäuschung und Umtausch zu vermeiden.

---

<sup>31</sup> Ralf Nestler Wie du mir, so ich dir. – *Der Tagesspiegel*, Nr. 19046 vom 15.12.2005, S. 25.

<sup>32</sup> Claudia Seiring: Wünscht euch was! – *Der Tagesspiegel*, Nr. 23611 vom 6.10.2018, S. MB 4.

<sup>33</sup> Deutsches Zentralinstitut für soziale Fragen – DZI (Hrsg.): *Spendenmagazin*. München 2015, S. 8 f.

## **Ausblick**

Wenn ich überlege, welcher Aufwand mit der Suche nach passenden Geschenken verbunden ist, wie viel Zeit und Geld aufgewendet wird, wobei das Geld ja wiederum zu einem großen Anteil geronnene Arbeitszeit ist, dann frage ich mich, warum wir nicht mal oder nicht öfter Zeit verschenken. Die Einsamkeit vieler Menschen ist bedrückend. Ein nettes Wort, ein freundliches Zuhören, ein Hilfsangebot kann hilfreicher sein als eine materielle Gabe. Manche Kinder beklagen sich zu Weihnachten, dass sie zwar viele Spielsachen bekommen, aber dass die Erwachsenen dann nicht mit ihnen und den neuen Gaben spielen wollen. Das Smartphone und die neuen Medien erfordern zu viel Aufmerksamkeit und Zeit, die wir eigentlich im direkten Kontakt *face-to-face* mit unseren Nächsten verbringen und genießen sollten. Denn der eigentliche Sinn des Schenkens ist die Übermittlung von Zuwendung und Wertschätzung: Ich habe an dich gedacht, du bist mir wichtig.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit und freue mich auf die Diskussion mit Ihnen.

*Autor und Copyrightinhaber:* Dr. Friedrich Rost, Akadem. Rat i. R. der Freien Universität Berlin, privat: Eberbacher Str. 2, 14197 Berlin. [friedrich.rost@fu-berlin.de](mailto:friedrich.rost@fu-berlin.de)