

„Wir kaufen uns eine bessere Welt“

Prof. Dr. Stephan Hessler, Politikwissenschaftler Uni Gießen

Donnerstag, 11. November 2010, Weltladen Bornheim

Der Referent überrascht seine Zuhörer zunächst mit der Feststellung, dass der Konsument souverän ist, er ist im Laden der bestimmende Souverän so wie es der Wahlbürger an der Urne ist. Und als solcher besitzt er Macht, insbesondere, wenn er sich mit anderen zusammenschließt. Wichtiges Merkmal der Konsumentensouveränität ist das Kollektiv. Mit anderen zusammen kann man eher verändern.

Jeder bewegt sich normalerweise als Individuum im Markt, denn Einkaufen ist für die meisten Verbraucher gleichsam ein „heiliges Alltagsritual“, bei dem man nicht spricht, so wie man es in der Kirche beim heiligen Kult auch nicht tut. So läge es nahe, doch mal mit anderen diskutierend durch einen Markt zu gehen und so die Angebote auf ihren wirklichen Gehalt zu prüfen. Ist das versprochene Schnäppchen auch wirklich eins? Unter welchen Bedingungen ist das einzelne Produkt hergestellt worden? Können wir ein kritisches Produkt erkennbar machen?

Aus dem Gesagten ergibt sich ein Widerspruch: der Käufer könnte als Souverän unterwegs sein und wird dennoch oft überrumpelt im Supermarkt. Denn jeder Supermarkt hält eine Reihe von Einkaufsfallen parat. Am Ende ist mehr im Wagen als man eigentlich kaufen wollte und braucht.

Denn der Käufer verhält sich häufig als Jäger und Sammler, der das Erjagte dann zuhause abstellt (Staubfänger und „Herumsteherchen“) und seine Wohnung zu einer „Ausstellungsfläche“ macht. Er wird zum Opfer des Angebots.

Daraus folgt: Der Konsument entsouveränisiert sich selber. Aus der Konsumentensouveränität wird die „Konsumsouveränität“. Der Konsum bekommt die Macht.

Was steckt hinter all dem? Sicherlich eine Moral. Aber welche Moral gilt?

Wie steht es um den homo oeconomicus, den ökonomisch handelnden Menschen? Jeder mit einem geregelten Arbeitseinkommen könnte ökologisch, fair und ethisch einkaufen, da trotz der höheren Kosten die Ausgaben für Ernährung nur etwa 10% des Einkommens ausmachen. Ökonomisch gedacht ist es daher sinnlos bei der Ernährung zu sparen. Vielmehr ist es ökonomisch das nachhaltig produzierte und fair gehandelte Lebensmittel zu kaufen, und damit den fernen Produzenten und seine Lebenswelt zu stärken. Hier kommt der Konsumentensouverän zum Zuge. Ein Bewusstsein für ethischen und ökologischen Konsum muss geschaffen sein. Man könnte auch einfach mal weniger konsumieren oder so konsumieren, wie es der eigene (gefüllte) Geldbeutel erlaubt und so der Billig-Mentalität ein Schnippchen schlagen. Der „Billig-Kult“ endet, wo die Konsumentensouveränität Platz greift. Bewusster und kreativer Konsum ist wegweisend. Das wäre doch eine Konsumentenmoral.

Ein paar Anregungen an gewohntem Verhalten vorbei:

- ✓Der Kühlschrank könnte fast ein halbes Jahr ausgeschaltet bleiben und empfindliche Lebensmittel auf dem Balkon oder vor dem Fenster gelagert werden.
- ✓Langlebige, teurere Produkte sind am Ende oft günstiger, weil sie nicht sooft ersetzt werden müssen.
- ✓Ein Verhalten der kleinen Schritte kann bei mir selber anfangen, will ich aber nachhaltige Wirkungen braucht es Verbündete. Kampagnen anstrengen und öffentlich machen, wenn und warum ich eine Marke/eine Firma boykottiere.
- ✓Einen Flashmob über das Internet zum gemeinsamen Einkauf verabreden.
- ✓Überlegen, wo ich einkaufe. Nicht den nächsten und billigsten Laden zum Kriterium für meinen Einkauf machen, sondern dorthin gehen, wo ich ökologisch produzierte, fair gehandelte oder ethisch unbedenkliche Produkte bekomme. Es gibt meistens Alternativen.
- ✓450 Labels erklärt mit den jeweils geltenden ökologischen, fairen, nachhaltigen und sozialen Kriterien die Website www.label-online.de. Jedes Label erhält dort eine Gesamtbewertung. Weiterführende Links sind eingestellt. Betreiberin ist die Verbraucher-Initiative e.V.
- ✓Informationen beschaffen geht auch beim Internetportal für strategischen, nachhaltigen Konsum www.utopia.de. Menschen, die ihre Kaufentscheidungen verantwortlich treffen und Orientierung für den ökologischen und fairen Einkauf suchen, treffen sich hier.
- ✓www.epo.de, informiert über Entwicklungspolitik allgemein und gibt viele Verhaltensanregungen für eine aktive Entwicklungspolitik im Kleinen.
- ✓Produktionsbedingungen in (zumeist) asiatischen Textilfabriken zeigen eine Reihe von Videos bei YouTube. Mögliche Suchbegriffe: nike sweatshop, chinese factory, sewing factory.
- ✓Korruption, Ausbeutung, Kinderarbeit, Umweltzerstörung. “Das neue Schwarzbuch Markenfirmen“ von K.Werner und H.Weiss deckt die Machenschaften großer Konzerne auf und zeigt die Macht der Konsumenten. Website: www.markenfirmen.com
- ✓M.Hahn/F.Herrmann, Fair einkaufen – aber wie? ist ein Ratgeber zum fairen Einkauf mit vielen Informationen, Argumenten und Adressen.

Mit diesen Informationen steht dem nachhaltigen Einkauf eigentlich nichts und niemand mehr im Wege...

Harald Hütter, Vorsitzender