

Stichwort: Konsumentenverantwortung

Als Verbraucher die Welt in Ordnung bringen?

Ob Klimawandel, Kinderarbeit in Entwicklungsländern oder Gammelfleisch: Als Verursacher aller Misereen der modernen Welt gilt gemeinhin der Mensch mit seiner „Geiz-ist-geil-Mentalität“. Dabei sollte und könnte in der Konsumgesellschaft von heute eigentlich jeder seinen Beitrag zur Verbesserung der Welt leisten: Wenn sich alle Verbraucher für Waren entscheiden würden, die unter ökologisch und ethisch einwandfreien Umständen hergestellt wurden, wären die Unternehmen im eigenen Interesse gezwungen, nach diesen Maßstäben zu wirtschaften. Heißt es.

Nehmen wir uns diesen sagenhaften Konsumenten und seine fantastischen Möglichkeiten doch einmal genauer unter die Lupe.

Eine fertige funktionierende Marktwirtschaft ...

Nicht unbedeutend ist erst einmal, womit es der Verbraucher zu tun kriegt, wenn er die Bühne des Geschehens betritt. Es ist nämlich eine ganze fertige Welt des Produzierens, Verkaufens und Gewinnmachens, auf die er trifft, wenn er mit seinen Wünschen, Kaufentscheidungen und seinem „Konsum“ anfängt. In der setzen kapitalistische Unternehmen jedes Mittel ein, das ihre Kosten senkt und ihren Gewinn steigert – für diesen Zweck produzieren sie bekanntlich, und nicht, um der Menschheit einen flotten Konsum zu ermöglichen; inzwischen können sie das ohne große Probleme weltweit und mobilisieren so jeden Fitzel an billiger Arbeitskraft, interessanten Naturressourcen und möglichen Absatzmärkten, um sich den größtmöglichen Anteil an der global vorhandenen Kaufkraft zu sichern. In dieser Welt und ihren Rechnungen lohnt es sich beispielsweise, Waren mit einem immensen Energieaufwand und Schadstoffausstoß um den halben Globus zu schicken, um die billigsten Löhne auszunutzen oder die letzte Zahlungsfähigkeit abzugrasen. Nordseekrabben zum Pülen nach Marokko zu verfrachten und zum Verzehr wieder zurück; deutsche Kartoffeln zum Waschen nach Polen zu fahren oder Schweine aus Nordrhein-Westfalen in Italien zu Parma-Schinken zu verarbeiten und nach erneuter Alpenüberquerung in Deutschland ins Kühlregal zu bringen. Aktionen dieser Art rufen vielleicht bei manchem, der davon hört, ein Kopfschütteln hervor, sind tatsächlich aber an der Tagesordnung, weil *ökonomisch* unter den herrschenden Bedingungen total *sinnvoll*, sprich: gewinnträchtig. Und die Staaten, die diese marktwirtschaftliche Produktionsweise einrichten und beaufsichtigen, verhindern diesen logistischen Wahnsinn, den man jeder Planwirtschaft als Totalversagen vorgehalten hätte. nicht nur nicht. Ganz im Gegenteil: Als Betreiber ihres Standorts, der unbedingt konkurrenzfähig sein soll, helfen sie den Rechnungen ihrer quirligen Unternehmer praktisch erst auf die Welt, indem sie die nötigen Autobahnen und Flughäfen bauen; noch dazu setzen sie einen „flexiblen Arbeitsmarkt“ durch, der Millionen Arbeitskräfte mobil macht, die zusätzlich zu den Warentransportern die Umwelt durch Abgase verpesten etc.

...systemimmanent von ihrer Irrationalität befreien

Diese ganz und gar nach den Gesetzen der kapitalistischen Rationalität eingerichtete Produktionsweise soll nun unser Verbraucher durch seine „bewussten“ Kaufentscheidungen so ins Lot bringen, dass die hässlichen Wirkungen dieser Rechnungsweise auf die Natur verhindert werden – allerdings gefälligst, ohne das kapitalistische Gewinninteresse selbst anzutasten. Denn das wäre ja verboten. Oder Sozialismus. Geht also jedenfalls nicht. Den Geschäftemachern in ihr ökonomisches Handwerk hineinzupfuschen, welches die beklagten Schäden überhaupt erst verursacht, ist von vornherein komplett ausgeschlossen, wenn man als Ver-

braucher die Welt retten soll. Statt dessen sollen die beklagten Missstände sozusagen systemimmanent beseitigt werden: Dadurch, dass die Masse der Verbraucher mit ihren Kaufentscheidungen Einfluss auf die Produktion nimmt, soll ganz elegant und ohne, dass überhaupt ein richtiger Gegensatz zu den bis dato herrschenden Kalkulationen aufgemacht werden muss, alle auf den richtigen Pfad gelenkt werden.

Diese Idee beinhaltet allerdings zunächst einmal, dass man sich das Funktionieren der Marktwirtschaft ein wenig umdeutet. Weil das Gewinninteresse der Unternehmen davon abhängt, dass sie Waren verschern, wird den Käufern rückwärts die Verantwortung für „Fehlentwicklungen“ in die Schuhe geschoben – so als hätten sie beim Warensortiment und der Einrichtung der ebenso lohndrückerischen wie umweltschädlichen Produktion mitgeredet, die Handelswege ausgesucht, usw. usf. Und wenn unser Konsument dann die Euros im Portemonnaie mal wieder umdreht, wie es so seine Art ist, will man an ihm partout nicht bemerken, dass er als Lohnempfänger mit seiner ganzen Geiz-ist-geil-Mentalität selbst ja auch bloß Bestandteil und Produkt dieser Rechnungen ist. Statt dessen kriegt er gleich den nächsten Vorwurf zu hören: Dass es nur an seinem Verlangen nach „billiger Ware“ liegt, dass nicht nur die Waren- sondern überhaupt die ganze Welt so aussieht, wie sie aussieht. Kartoffeln vom Nil, Kirschen aus der Türkei, Äpfel aus China, – all das gibt es schließlich nur „wegen ihm“, Beweis: Man muss nur registrieren, wo der ganze Mist letztendlich landet. Weil er kauft, was ihm angeboten wird und dabei nach guter marktwirtschaftlicher Manier auf den Preis achtet, ist er nicht nur schuld daran, dass die deutschen Bauern keine Streuobstwiesen mehr pflanzen, sondern trägt auch Verantwortung für die Zunahme von Kinderarbeit oder dafür, wie die christliche Seefahrt heute den weltweiten Handel mit ihren Containerschiffen managt – ganz nach dem Motto: Wer den Schaden hat, braucht für den Spott nicht zu sorgen. Diese „Macht“, die man sich so konstruiert hat, soll unser Verbraucher nun dazu gebrauchen, die Unternehmer zur Produktion weniger schädlicher Waren zu zwingen. Tatsächlich ist es auch hier eher umgekehrt. Denn er ist ja abhängig davon, in jeder Lebenslage mit dem kapitalistischen Warenangebot zurechtzukommen zu müssen, auf das er als Resultat der verschiedenen Gewinnkalkulationen trifft. Aus dieser Abhängigkeit wird nun aber in der Vorstellung eine Erpressungsmöglichkeit, die er angeblich gegen die Eigentümer dieser Waren hat. Zwar hat er keineswegs die Freiheit, aufs Einkaufen zu verzichten – das wissen auch diejenigen, die gar nicht genug von seiner Verantwortung reden können. Aber immerhin kann er „bewusst“ kaufen: Sich informieren, umweltschonende Produkte herausfinden und aufreiben, eine missratene Firma abstrafen usw. usf. Das ist zwar ein ziemlich tagesfüllender Job, bei dem er zudem ewig den lustigen Einfällen der Unternehmen, wie die ihren Profit mit ein paar neuen Hormonen, Pestiziden, giftigen Ersatzstoffen usw. noch ein bisschen steigern können, hinterherhinken wird. Und dem er auch generell nur dadurch nachkommen kann, dass er die Kassen eines anderen, natürlich ebenso auf Gewinn ausgerichteten Unternehmens füllt, der „irgendwie nicht ganz so schlimm, zumindest tut der so, sieht gesund aus, hat doch sogar ein biosiegel...“ daherkommt. Diese Logik des Vergleichs – umweltschonendere, etwas weniger schädliches Zeug wird es schon irgendwo geben – gewährleistet natürlich nicht, dass überhaupt Produkte auf dem Markt sind, die „seinen“ Maßstäben auch nur annähernd gerecht werden. Und natürlich ist auch noch dieser Treppenwitz der Geschichte klasse: Nach dieser Idee verhalten sich notwendigerweise die Besitzer der größeren Geldeinkommen „vernünftiger“, schlicht weil sie mehr Freiheit haben, die höchste Energieeffizienzklasse zu nutzen, mal eben auf ein Hybrid-Auto umzusteigen oder eine neue Heizung mit alternativer Energie auszuprobieren.

Fazit: Die Idee von der Macht des Verbrauchers ist wirklich schön – zwar nicht als irgendwie praktisch gemeintes Mittel, mit dem man die an allen Ecken und Enden festgestellten Schäden, die die Marktwirtschaft „so mit sich bringt“, in den Griff kriegt. Aber sie taugt doch

wunderbar dazu, die Verantwortung für immer wieder aufkommende Vorwürfe gegen diese Produktionsweise „uns allen“ anzulasten – denn kaufen und auf diese Art und Weise von ihr leben, das tut eben jeder. Kein Wunder, dass Jahr für Jahr Lehrer und Schüler (und nicht nur sie) den Gedanken durchexerzieren, was der Verbraucher doch alles könnte, wenn er denn nur wollte... und ein bisschen konsequenter ...

<http://www.msz1974-80.net/VonMarxlernen/MarxLernen.html>