

GegenStandpunkt & *Diskussion*

„Fair Trade“ -

Der kapitalistische Weltmarkt als Herausforderung an die Moral der Konsumenten

Do., 24.1.2013, 20.00 Uhr - Weißer Saal des K4/ Künstlerhaus; Königstraße 93, Nürnberg

Regelmäßig wird der Konsument darüber informiert, welche Schweinereien in seinen Konsumprodukten stecken: afrikanische Kindersklaven in der Schokolade; total verarmte Bergleute aus Bolivien oder dem Kongo in Handys und Festplatten; mies bezahlte, überarbeitete, schließlich bei Brandkatastrophen sterbende Näherinnen aus Pakistan oder Bangladesch in den Klamotten; zum Selbstmord getriebene chinesische Arbeiter in iPhones und iPads; ...

Weiter wird mitgeteilt, dass von fehlenden Arbeitsschutzbestimmungen, von nicht endenden Arbeitstagen und Dumping-Löhnen vor allem im Westen beheimatete multinationale Konzerne profitieren, die mit diesen Methoden ihre Kosten senken und ihre Gewinne machen. So sieht also unsere freie Marktwirtschaft in den Entwicklungs- und Schwellenländern aus: Sie geht buchstäblich über Leichen.

Was sagt uns das? Beweisen Kinderarbeit, Arbeitssklaven, Hungerlöhne und regelmäßige Arbeitsunfälle nun, wie viel schlechter der Kapitalismus im Süden doch ist, oder beweisen die abstoßenden Zustände, dass dort dieselbe Rechnungsweise herrscht und die Menschen dieselbe Rolle als Kostenfaktor des Kapitalreichtums spielen wie im Norden – nur eben auf Basis geringerer Produktivität und Konkurrenzfähigkeit?

Und was soll praktisch aus solchen Berichten und der fälligen Empörung folgen? Soll man zum Feind dieser Wirtschaftsweise werden oder zu ihrem Gewissenswurm? Soll man von unseren global agierenden Multis Besserung verlangen, etwa dass sie ihre Profitmacherei im Süden so wunderbar menschenwürdig gestalten wie im Norden?

Dass moralische Appelle nichts nützen, weiß jeder; aber auch damit ist noch lange nicht der Stab gebrochen über die kapitalistische Wirtschaft und ihre Träger: Freiwillig, so viel ist klar, ändern die Kapitalisten gar nichts, man muss sie zwingen. Aber gewissenhafte Konsumenten – so die rettende Idee können sie ja auch zum Besseren zwingen: Die Käufer übernehmen Verantwortung an Stelle der wirtschaftlich Verantwortlichen und verbessern die Welt, indem sie die Macht des kleinen Geldes benutzen, um die Manager des großen Geldes zu erziehen: Beim Einkauf lassen sie Waren, die mit üblen Ausbeutungspraktiken hergestellt werden, links liegen und verhelfen den ethisch sauberen Profitmachern zu ihren Profiten.

So viel Einbildung über die eigene Macht, die Welt mit gewissenhafter Auswahl aus dem bunten Warenangebot und ein paar Euro höheren Preisen für moralisch einwandfreie Turnschuhe, Handys et. korrigieren zu können, so viel billiger guter Wille lässt sich auch nicht davon irritieren, dass die global produzierenden Multis inzwischen auch diese Produktqualität als Mittel ihrer Konkurrenz entdeckt haben und den Käufer mit „social responsibility-Zertifikaten“ umgarnen. Das hält man offenbar nicht für einen Hohn auf das ursprüngliche kritische Anliegen, sondern für seinen Erfolg.

Über Identität und Unterschied des Kapitalismus in seinen Zentren und in seiner Peripherie; über Macht und Ohnmacht des Konsumenten, über kritische Verantwortung für den Globus und brave Mitmacherei daheim – gibt es einiges zu erläutern.

Veranstalter: Redaktion der Politischen Vierteljahresschrift GegenStandpunkt

Infos unter: www.gegenstandpunkt.com

V.i.S.d.P.: Gegenstandpunkt VerlagsGmbH, B. Schumacher, Kirchenstr. 88, 81675 München; E.i.S.