

KONSUM UND SOZIALVERHALTEN

Geiz ist geil?

Der Gedanke mutet abstrakt an, aber wenn das Verhalten der Menschen in die Kategorien "sozial" und "unsozial" einteilbar ist, dann wird auch ihr Verhalten als Kunden so zu betrachten sein. Man muß dazu allerdings ein wenig unter die Oberfläche schauen. Im direkten Umgang der Menschen miteinander kann man sich auf das beschränken, was man sehen und hören kann. Wenn etwa jemand einen anderen verletzt, liegt der Verdacht nahe, daß solches Verhalten unsozial ist. Ganz sicher ist dem so, wenn es absichtlich geschieht. Wie aber verhält es sich, wenn so etwas unbeabsichtigt passiert? Wenn ich jemandem auf den Fuß trete, gilt das nicht gleich als unsozial. Trete ich aber permanent aus Unachtsamkeit jemandem auf die Füße, kann das sehr wohl unsozial sein, da ich es nämlich an Rücksicht vermissen lasse. Ich hätte vorsichtiger zu sein, anstatt gleichgültig weiter zu trampeln.

Rücksicht oder freies Getrampel

Man kann das Beispiel noch erweitern; Wenn ich mich in der Nähe einer Person aufhalte, deren Fuß bereits verletzt ist, wie wäre ein versehentliches Drauftreten dann zu beurteilen? Man kann durchaus sagen: Wenn ich von der Verletzung weiß und keine Rücksicht darauf nehme, ist meine Haltung unsozial. Man stelle sich nun vor, auf einer Unfallstation im Krankenhaus plädierte jemand für das Recht auf völlige Bewegungsfreiheit, weil er es für angesagt hält, dort mit Rollschuhen herumzulaufen und es nicht einsieht, daß er auf die Kranken Rücksicht zu nehmen hat!

In der Wirtschaft wird aber genau das betrieben, und zwar auf Seiten der



Anbieter wie auf Seiten der Kunden. Auf Seiten der Produzenten spricht man vom "Kostendruck" und biedert sich ausgerechnet den Kunden an, die solchen Kostendruck erzeugen: "Geiz ist geil"? Billig ist gut? Und ist diese kurzsichtige Haltung wirklich gesellschaftsfähig?

Man sehe sich einmal an, was häufig dahinter steht, wenn Produkte extrem billig zu haben sind: Einer der größten Posten in der Kalkulation sind die Personalkosten. Dabei geht es um die Löhne, die die Menschen bekommen, die an der Produktion beteiligt sind und um deren Arbeitsbedingungen. Es sollte jedem Käufer bekannt sein, daß er diese Kosten durch seinen Kauf decken muß. Dennoch ist es ihnen in der Regel völlig gleichgültig, wer sich für die Diskonterpreise kaputt-schufftet. Wie durch den gedankenlosen Kauf billigster Produkte Kostendruck erzeugt wird und was das in der Folge bedeutet, will ich kurz skizzieren: Beispiel Agrarprodukte, also Obst, Gemüse, Getreide, Kaffee etc.: Die "Rohstoffpreise" für Kaffee zum Beispiel werden über "Angebot und Nachfrage" börslich geregelt. Die Kaffee-großhändler kaufen also zu Preisen

ein, die ihnen Gewinne versprechen und verkaufen zu Preisen, die diesen Gewinn einbringen. Die Zwischenhändler tun es ihnen gleich. Wenn die Situation an den Handelsplätzen dazu führt, daß die Kaffeebauern zu den Preisen, zu denen sie verkaufen müssen, ihre Familien nicht mehr ernähren können, müssen sie eben hungern. Ähnlich verhält es sich mit anderen Agrarprodukten auch. In den südlichen Ländern regelt sich derart der Markt biologisch, da sich die Erzeuger nicht mehr selbst ernähren können. Bei Produkten, die in Europa auch hergestellt werden, regelt sich das so: Der Abbau wird subventioniert, so daß der Kostendruck für die Länder der dritten Welt noch größer wird. Der Kunde, der sich hier nach den billigsten Produkten orientiert, sorgt also dafür, daß in der "dritten Welt" nur noch Drogen angebaut werden, weil sich nichts anderes lohnt und zahlt mit seinen Steuern noch die Subventio-

Mir doch egal, wer dran verdient!

nen für die heimischen Bauern.

Alternativen wie "Transfair" oder Produkte aus dem Bioladen, die den Produzenten das Überleben sichern, sind den meisten Kunden zu teuer.

Bin ich jetzt in der Öko-Müsli-Ecke gelandet? Nicht alles, was einen Hauch von "Grün" trägt, ist übertriebenes Gutmenschen-tum! Man kann das auch ganz wirtschaftlich betrachten: Daß zum Beispiel eine Handelskette wie "Schlecker" ihre Mitarbeiter unerträglich belastet, um die Kosten so gering wie möglich zu halten, ist seit langem bekannt. Nach dem wirtschaftlichen Erfolg von "Schlecker" zu urteilen, gehen offenbar viele Menschen dort einkaufen, weil es so schön billig ist und belohnen derart diese "Firmenphilosophie". In der weiteren Folge bedeutet das, daß Konkurrenten, die ihre Mitarbeiter anständig behandeln und höhere Kosten für Personal und Arbeitsbedingungen aufwenden, am Markt schlechtere Chancen haben. Ähnlich verhält es sich mit anderen

Firmen, die Arbeitsplätze ins Ausland verlagern. Die Personalkosten sind dort oft auch deshalb so gering, weil die Arbeitsbedingungen entsprechend miserabel sind. Es zeichnet sich die Tendenz ab, daß nur noch überlebt, wer so vorgeht.

Was ist die Alternative? Teuer einkaufen?

Im Prinzip ja. Zunächst muß man auch hier wachsam sein, denn es gibt auch Firmen, wie etwa bestimmte Sportartikelhersteller, die sehr hohe Preise fordern und trotzdem unmenschliche Produktionsbedingungen bieten. Es macht Sinn, sich zu informieren. Man muß und kann nicht alles wissen, aber ein wenig bewußter einzukaufen, wäre schon einmal ein Anfang. Wir können nicht immer mehr haben und immer weniger dafür bezahlen. Das führt am Ende zu Zuständen, die niemand wollen kann. Es soll ja schon Kriege um billige Rohstoffe gegeben haben! Ein Weg, der erfolgreich sein könnte, ist die Orientierung hin zur Qualität anstatt zum niedrigen Preis. Mitarbeiter,



die schlecht bezahlt und behandelt werden, sind der Qualität ebenso abträglich wie billiges Material. Und wenn das nächste Mal ihr "Schnäppchen" vorzeitig den Geist aufgibt, ärgern Sie sich nicht! Falls dann auch noch die Firma pleite ist, von der sie es erworben haben, lernen Sie die Grenzen der gesetzlichen Produkthaftung

kennen und lächeln Sie weise! Handeln Sie fortan sozial und schauen Sie sich die Produkte genau an, die Sie kaufen! Wenn sie wissen, daß zufriedene, qualifizierte Menschen an der Produktion beteiligt waren, können Sie davon ausgehen, daß Sie ein gutes Produkt erwerben, das sein Geld wert ist.

Eines ist jedenfalls sicher, und das gilt im Zusammenleben wie beim Einkauf: Geiz ist asozial.

Duke Erdmann

