

Harald Lemke

Konsumethik zwischen politischer Ökonomie und Commonismus

Ethische Kaufentscheidungen setzen wirtschaftliche Prozesse in Gang, die die Bewegungsgesetze der politischen Ökonomie grundlegend verändern. So lässt sich anhand des Konsums von guten Lebensmitteln ermesen, wie nahe – und wie fern – wir einer Gesellschaft sind, die Konsumgüter als Gemeingüter (Commons) behandelt.

Schlüsselwörter: Konsumismus, Lebensmittel, Konsumguerrilla, partizipative Demokratie.

1 Es gibt keinen ethisch perfekten Konsum

Es gibt keinen ethisch perfekten Konsum. Selbst die ethisch beste oder effizienteste Art und Weise zu konsumieren wird immer beinhalten, dass wir dafür „anderes töten“ – anderes für irgendwelche Bedürfnisse, Wünsche, Zwecke unseres eigenen Lebens „verbrauchen“. Laut Umfragen wissen die meisten, dass sie mit ihrem Konsumverhalten „Teil des Problems“ sind; sie wollen aber auch Teil der Lösung sein. Nur sehen sich viele nicht in der Lage, ihr Konsumverhalten wirklich zu ändern. Einer der Gründe für diese Haltung ist die Abneigung, auf Konsum zu verzichten. Insofern ist es meines Erachtens hilfreich, mit der Feststellung zu beginnen, dass eine Ethik des Konsums keine Moral des Konsumverzichts ist. Schon allein deshalb, um sich nicht von vornherein mit asketischen Tugenden bei ihren Adressaten – den Konsumenten und Konsumentinnen – unbeliebt zu machen. Über diesen ethischen Pragmatismus hinaus ist jede moralische Forderung, dass nur der Konsumverzicht richtig ist, sachlich unbrauchbar.

Egal in welcher Gesellschaft, ob nun in der gegenwärtig-kapitalistischen oder einer zukünftig-kommunistischen – der „commonistischen“ – Gesellschaft: Menschen werden immer Güter konsumieren; sie können nicht frei darüber entscheiden, gar nichts von der Welt zu (ver-) brauchen. Wir können uns folglich auch nicht mithilfe der Idee einer prinzipiellen Konsumaskese an der ethischen Frage nach dem politischen richtigen Konsum vorbei schleichen. Aber schon tendenziell „weniger Konsum“ ist sicher für alle gut und eine zentrale Maxime der politischen Ethik der Zukunft, die sich mit dem Allgemeinwohl der Menschheit der Utopie eines planetaren Überlebens und eines für alle guten Lebens verpflichtet fühlt.

Die zentrale Aufgabe einer philosophischen Konsumethik ist folglich die normative Bestimmung eines besseren oder schlechteren Konsumlebens und nicht der prin-

zipielle Verzicht, der immer noch von Verteidigern der traditionellen Konsumkritik verfochten wird. Dies klingt in der Vorstellung durch,

„dass man dem Prinzip der Ware nicht mit alternativen Waren entgegentreten kann. Man muss auf der Ebene des Prinzips oder eben gegen es agieren, [denn] die besser oder fairer hergestellte bzw. fairer gehandelte Ware ist nicht die Lösung des Problems“ (Diederichsen, 2008).

Dieser traditionellen Konsumkritik werde ich entgegen halten: Die Lösung des Problems kann in nichts anderem als in dem möglichst minimalen Konsum von ethisch möglichst gut hergestellten und fair gehandelten Gütern bestehen. Um sowohl die theoretische Möglichkeit als auch die gesellschaftliche Praxis eines ethischen Konsumlebens philosophisch zu reflektieren, bietet es sich an, einen paradigmatischen Handlungsbereich herauszugreifen: das Essen. In kaum einem anderen Bereich der täglichen Lebenspraxis sind die gesellschaftlichen Wirkungen unseres Konsums umfassender als in der Ernährung. Inzwischen besteht für das Konsumfeld Ernährung ausreichende (wenn auch weiterhin politisch umkämpfte) Übereinstimmung darüber, was annäherungsweise „ethischer Konsum“ ist bzw. was – auch in politischer Hinsicht – „gute Lebensmittel“ sind und was jeder zu tun hätte, um ein „guter Konsument“ zu sein. Die philosophische Brisanz der Konsumethik (als Teildisziplin der Gastrosophie eines ethisch und politisch guten Essens) scheint mir insofern weniger in der moraltheoretischen Schwierigkeit zu liegen, deren zugrunde liegende Normativität zu begründen¹.

2 Zur historischen Entstehung der ethischen Ökonomie

Weit bedenkenswerter sind deren wirtschaftstheoretischen Implikationen und deren Folgen für die politische Ökonomie insgesamt. Diesbezüglich haben wir uns vor Augen zu führen, dass die kulturelle Evolution der Lebensmittelkonsumethik sich vor dem Hintergrund grundlegender Veränderungen des globalen Wirtschaftsgeschehens vollzieht. Diese Veränderungen konfrontieren die Philosophie mit der Notwendigkeit, ein entsprechend grundsätzlich neues Verständnis des Zusammenspiels von Wirtschaft und Gesellschaft zu entwickeln. Der wirtschaftstheoretische Diskurs steckt noch in den Anfängen einer solchen philosophischen Reflexion und Grundlegung der Konsumethik. Die größte Herausforderung ist zweifelsohne die selbstkritische Revision der herkömmlichen Philosophien der politischen Ökonomie.

Mit Adam Smith, John Stuart Mill und Karl Marx hat die moderne Philosophie bislang nur drei namhafte „Ökonomen“ – oder genauer: drei in komplexen Fragen der Ökonomie wildernde Moralphilosophen – hervorgebracht. Diese Autodidakten und Autoren des 18. und 19. Jahrhunderts teilten den gemeinsamen Hintergrund der frühen Industrialisierungsprozesse und der beginnenden Formierung eines weltweiten kapitalistischen Wirtschaftssystems. Tatsächlich verfasste Smith mit seiner Untersuchung der Natur und der Ursachen des Wohlstandes der Nationen aus dem Jahre

Konsumethik

1776 die bis heute einflussreichste Theorie der Wirtschaft. Ihre Doktrin eines „globalen Freihandels“ – sprich: einer moralfreien Wirtschaft, ist in der neoliberalen Globalisierungspolitik der Gegenwart sogar aktueller denn je.

Selbst Karl Marx, der gründlichste Kritiker dieser Theorie, blieb in einem (für unsere Thematik entscheidenden) Punkt dem liberalistischen Verständnis der politischen Ökonomie verhaftet. Wie schon Adam Smith interessierte auch Marx sich ausschließlich für den Produktionsprozess – und damit nur für eine Seite des kapitalistischen Wirtschaftssystems. Diese einseitige Sichtweise brachte es mit sich, dass die andere Seite, der Konsumtionsprozess, keine systematische Berücksichtigung in der philosophischen Reflexion des Wirtschaftsgeschehens fand. Dadurch aber geriet der gesellschaftliche Gesamtprozess der modernen Marktwirtschaft nicht in den Blick. Marx war sich zwar durchaus bewusst, dass erst das „Geld ausgeben“ Kapital hervorbringt, indem der Kaufakt den Zirkulationsprozess zwischen Angebot und Nachfrage, Produktion und Konsumtion in Gang setzt und den Konsumenten (und nicht etwa den Arbeiter) zum „einfachen Zentrum der Zirkulation“ (Marx) macht.

Nur gewann die Konsumtionssphäre nicht ansatzweise den gleichen Stellenwert in seiner Analyse des Kapitalismus wie alles, was sich in der Produktionssphäre abspielte. Rückblickend ist ersichtlich, dass Marx' Philosophie mit ihrem eindimensionalen Fokus auf die Produktionsverhältnisse ein Kind ihrer Zeit – ganz im Sinne einer materialistischen Dialektik – geblieben ist und deshalb lediglich die Anfangsphase des industriellen Kapitalismus widerspiegelt, wo das Kapital noch ganz von der Produktivkraftentwicklung und der Ausbeutung der lohnabhängig gemachten Arbeitermassen lebt und noch nicht auf verwöhnte und unbedürftige (übersättigte) Käufermassen mit einer wählerischen Kaufkraft und einer geschmäckerlichen Kauflust reagieren muss wie in unserer Zeit.²

Erst die historisch noch junge Metamorphose der Arbeiterklasse und der Arbeitskräfte zur Klasse der massenhaften Konsumenten und Kaufkräfte hat zur gesamtgesellschaftlichen Verlagerung der ökonomischen Kräfteverhältnisse geführt. Dieser Vorgang ist seinerseits verbunden mit Überschussproduktion und Warenvielfalt sowie mit einem fortgeschrittenen Verdrängungswettbewerb und einer Übersättigung der Märkte, genauer genommen: einer Übersättigung der Konsumenten und Konsumentinnen. Dazu kommen langfristige demografische Veränderungen (weniger Kinder, mehr Frauen im Erwerbsprozess, mehr Wohlhabende) und schließlich der Zuwachs an Kompetenzen und Informationen, an Bildung und Selbstorganisation: Daraus erwächst ein ganz anderes Problembewusstsein und auch zunehmende Kritik an offenkundigen Fehlentwicklungen einer kapitalistisch geprägten Konsumgesellschaft. Darüber hinaus kennt der globalisierte Konsum keine nationalen Grenzen: Die Konsumgesellschaft ist die real existierende Weltgesellschaft mit dem Konsumenten/der Konsumentin als politische/n Weltbürger/in.

Die Herausbildung der Konsumenten und Konsumentinnen als neue ökonomische Weltmacht ist das notwendige Resultat der spezifischen „Bewegungsgesetze“ und „Errungenschaften der kapitalistischen Ära“ (Marx) im Übergang von der Herr-

schaft des Kapitals und der Arbeitsgesellschaft zur Ethik und zur Gesellschaft des Konsums. Diesen Evolutionsprozess der politischen Ökonomie als eine Moralisierung der Märkte zu beschreiben, wie dies neuerdings viele Theoretiker und Journalisten tun, führt insofern leicht zu Missverständnissen. Jedenfalls werden nicht moralische Werte irgendwie von außen und rein ideell an die ökonomischen Realitäten und Systemlogiken herangetragen: Es ist das Wesen der kapitalistischen Wirtschaft selbst, das sich einerseits mithilfe seiner eigenen konsumgesellschaftlichen Errungenschaften und andererseits wegen der destruktiven Folgen der eigenen Bewegungsgesetze seiner politischen Ökonomie aus sich heraus transformiert – hin zu einer ethischen Ökonomie (genauer: einer politischen Ethik der Ökonomie).

Die historische Entstehung der ethischen Ökonomie führt zu einer allmählichen Rückbettung der Wirtschaft in die Gesellschaft, in der wirtschaftliches Handeln dem Gemeinwohl und dem guten Leben aller dient. Zu den Geburtshelfern dieser neuerlichen „Großen Transformation“ (Karl Polanyi) der Wirtschaft, die uns vielleicht – was ich hier nicht erörtern werde, dem endgültigen Ende ihrer kapitalistischen Ära näher bringen wird, gehörten zweifelsohne gerade ihre Gegner und Widersacher. Weder gewieften Unternehmen noch irgendeiner gewissenhaften Partei haben wir die allmähliche Ökonomisierung der Konsumethik zu verdanken: Den Anfang haben wenige Konsumrebellinnen und -rebellinnen gemacht, die mit alternativen Formen der Produktion von Lebensmitteln und anderen Konsumgütern zu wirtschaften begannen. Innerhalb von nur wenigen Jahrzehnten entstand aus dieser Gegenkultur der ersten Bio-Bauern und der weltweiten Öko-Konsumbewegung der Nährboden für jene globale Ethik des nachhaltigen Konsums, die inzwischen der Leitfaden sowohl der internationalen Politik als auch der Philosophie von Wirtschaftsunternehmen ist.

Politik und Ökonomie haben Ökologie und Verantwortung, Nachhaltigkeit und Ethik längst auf ihre Agenda gesetzt. Wirtschaft und Regierungen spüren den Druck und immer mehr Konzerne (und Parteien) starten doppelseitige Werbekampagnen, mit denen sie ihr schlechtes Image zu verschönern versuchen. PR-Profis nennen diese Oberflächenethik lieber Greenwashing. Doch viele Unternehmen und insbesondere solche mit einem ausschließlich gemeinwohlwirtschaftlichen Geschäftsmodell (und sogar solche wie der GLS-Bank, die nur mit Kapital arbeiten) haben längst erkannt, dass sie auch mit ethischer Ökonomie Geld verdienen können. Sie erzielen nicht nur Gewinne, sondern bilanzieren auch die ökologischen Folgekosten ihres Handelns und sorgen für die Durchsetzung von Menschenrechten, garantieren faire Arbeits- und Handelsbedingungen oder beachten auch die Normen des Tierschutzes.

Hier muss, wie gesagt, nicht der Frage nachgegangen werden, ob es „dem Kapitalismus“ auch in Zukunft gelingen wird, den ethischen Sprengstoff zu entschärfen und ihn sich in einer verdaulichen Portion einzuverleiben oder ob er letztlich doch daran zugrunde geht. Entscheidend ist, dass zeitgleich zur historischen Herausbildung der Konsumgesellschaft die globale Marktwirtschaft mit dem realen Angebot von alternativen Konsumgütern und guten Lebensmitteln die ökonomischen Bedingungen für einen ethischen Konsum schafft.

3 Machtzuwachs der Konsumentinnen und Konsumenten

Der politische Machtzuwachs seitens der Konsumentinnen und Konsumenten, in einem ständig zunehmenden Maße zwischen ethischen und unethischen Produkten wählen zu können, hat nicht nur zur Folge, dass der gesamte Zirkulationsprozess der kapitalistischen Wirtschaftsweise unter einem permanenten Legitimationszwang steht. Die krisenhafte Ungewissheit, ob die bei Kauflaune zu haltende Masse der verwöhnten Konsumenten und Konsumentinnen erneut zur angebotenen Ware greift oder nicht, entscheidet über das Schicksal jedes Produktes und noch des größten transnationalen Konzerns. Darüber hinaus kann sich eine Philosophie ausbilden, die erkennt, warum auf diese Weise der politisch-ökonomische Gesamtprozess mit einer Geld ausgebenden Konsumentenmasse ihren „eigenen Totengräber“ (Marx) nährt, dessen Heranwachsen die ungeduldigen Autoren des Kommunistischen Manifests bereits – nur etwas verfrüht – erahnt hatten. Doch wie sich nun herausstellt, stecken diese revolutionären Kräfte nicht im Proletariat, wie Marx und Engels denken mussten, sondern im Konsumariat – in der kritischen Masse politisch-ethischer Konsumenten als sich ihrer Macht bewusster Menschen.

Der existenzielle Beweggrund ihrer Rebellion entsteht nicht aus der eigenen Verelendung, sondern im Gegenteil aus dem eigenen Wohlstand, dessen Konsumismus freilich überall auf der Welt zunehmendes Elend verursacht. Niemand anderes als die Masse der klassenlosen Konsumenten und Konsumentinnen entscheidet über die (politische und ethische) Ausrichtung des gesamten Wirtschafts- und Produktionsgeschehens. Jeder einzelne Konsument vermag nur wenig, nur seinen Anteil zu bewirken; auch jeder einzelne Kapitalist und jede einzelne Kapitalistin bleibt ein kleines, austauschbares Rädchen im Getriebe. Letztlich aber ist es die Summe der einzelnen Konsumakte, die die Produktion unserer Lebens-Mittel veranlasst.

Gegenüber der spezifischen Kaufverweigerung (dem Boycott) oder dem selektiven Kauf gewisser, etwa ethisch guter, Produkte (Buycott) ist das allmächtige Kapital machtlos. Das kapitalistische Wirtschaftsgeschehen, welches sich von der Produktionsseite aus betrachtet als die existenzielle Lohnabhängigkeit jedes Menschen (dessen Reduktion zu einer lohnabhängigen Arbeitskraft) und zugleich als die unangreifbare Dominanz des Kapitalisten (des Arbeitgebers und Lohn-Auszahlenden) darstellt – der gleiche Prozess erweist sich von der Konsumtionsseite gesehen als die absolute Käufer- und Geldabhängigkeit des Kapitalisten und zugleich als die jederzeit einsetzbare Souveränität des einfachen Volkes, dessen Kaufkraft das einfache Zentrum der Weltwirtschaft ist. Das Geld der Käuferinnen und Käufer beschert Konzernen und Geschäftsleuten Gewinne (oder Verluste) und finanziert (oder suspendiert) deren Macht. Die Tatsache, dass Konsumenten nicht als lohnabhängigen Arbeiter, sondern als vom Kapitalisten unabhängige Geldgeber auftreten, „macht ihre bislang kaum entfaltete Gegenmacht für die Macht des Kapitals so gefährlich“ (Beck, 2002).

Keine Frage, unsere Zeit könnte einen Marx des Konsums gebrauchen, einen klugen Kopf, der über Jahrzehnte hinweg mit einer ähnlichen Akribie den Konsum erforscht als wäre es das Kapital. Die Philosophie steht jedenfalls vor der epochalen Aufgabe, noch einmal das allgemeine Verständnis der politischen Ökonomie zu erneuern und das Verhältnis von Kapital und Produktion als dem Kopf der Wirtschaft wieder auf die Füße des täglichen Konsums zu stellen. Dies gelingt, sobald wir den Wohltaten des „freien Marktes“ – eines von moralischen Werten freien Marktes – nicht länger unseren Glauben schenken. Wenn aber „das Kapital“ uns braucht – unsere Werte, unsere Wertschöpfung und unseren Konsum – und nicht etwa umgekehrt, dann können wir erst recht zu der Erkenntnis vordringen, dass unser Geld auch Gutes bewirken kann – wie faire Preise, gerechte Löhne und die Produktion von guten Lebensmitteln: Die „Konsumethik“ bringt diese Macht unseres Geldes und unsere Möglichkeit, durch ethische Einkäufe gezielt Gutes zu tun, lediglich auf den Begriff.

Das Problem ist nur: Wir sind denkbar schlecht vorbereitet, diese Mächtigkeit zu erkennen und zu nutzen. Ein Grund für diese Misere hängt mit der traditionellen Kritik an der Konsumgesellschaft zusammen. Sie kritisiert, sicherlich zu Recht, die Totalisierung der ökonomischen Ausbeutung über die Produktionssphäre hinaus bis in die Privatsphäre. Denn mit der Herausbildung des modernen Konsumkapitalismus entsteht der gesellschaftliche Zwang, auch in der verbleibenden freien Lebenszeit noch weiter „arbeiten“ zu müssen – in Form des Kaufs von allen möglichen Konsumgütern. Zusätzlich zur Arbeitskraft wird auch die Kaufkraft der Massen für die Profitmaximierung ausgebeutet. Herbert Marcuse brachte diese kulturelle Mutation des industriellen Kapitalismus in einen unersättlichen Konsumismus in seiner Studie zum eindimensionalen Menschen treffend auf den Punkt: „Die sozialen Kontrollen der fortgeschrittenen Industriegesellschaft erzwingen das überwältigende Bedürfnis nach Produktion und Konsumtion von unnützen Dingen.“

4 Zur theoretischen Schwäche der Konsumkritik

Freilich erliegt diese traditionelle Konsumkritik einer theoretischen Schwäche. Sie reklamiert für alle, zu wissen, welche schönen Dinge unnützlich sind und welche nicht. Die Konsumkritiker manövrieren sich in die ungünstige Lage, wie Moralapostel und Planwirtschaftler irgendwie festlegen zu müssen, ob der Konsum von bestimmten Dingen, etwa eines elektrischen Schaumrührers, gut ist oder nicht und ob es in einer vernünftigen Gesellschaft Schokolade-Trüffel zu kaufen geben sollte oder bloß einfache Blockschokolade oder womöglich überhaupt keine.

Diese theoretische Schwäche der bisherigen Konsumkritik kann eine Konsumethik hinter sich lassen, indem sie die Paradoxie des kapitalistischen Konsumdispositivs in ihrer Dialektik wahrnimmt: Zwar ist jeder dem gesellschaftlichen Zwang und Konformismus, zu konsumieren, ausgesetzt. Doch viele „genießen“ ein

Konsumethik

ethisch ungutes Konsumleben zugleich als ein Stück „Glück“ und „gutes Leben“. Erst die Bereitschaft, den Konsum von Dingen – ob man sie nun für unnützlich oder nützlich hält – zum eigenen Lebensinhalt zu machen und sich freiwillig damit zufriedener zu geben, alles zu kaufen, was das kapitalistische Schlaraffenland bietet, erst diese individuelle und massenhafte Bereitschaft ermöglicht und finanziert die entsprechende Produktion und ständige Innovation von weiteren Konsumgütern. Ein angepasstes, konformistisches Konsumleben fesselt die Macht unseres Geldes an das konsumkapitalistische Diktat und untergräbt das kollektive Vermögen, durch ethische Einkäufe gezielt Gutes zu tun und den Konsum als ein wirkungsvolles Medium der Gesellschaftsveränderung zu nutzen.

Ohnehin setzt unsere Gesellschaft der Konsumethik überall Grenzen. Die kapitalistischen Konsumtionsverhältnisse sorgen durch das vorgegebene Warenangebot für strukturell eingeschränkte Handlungsmöglichkeiten. Sie machen es den Verbraucherinnen und Verbrauchern leicht und bequem, Unethisches zu kaufen, und schwer, ethische Lebensmittel zu konsumieren. Es herrscht die strukturelle Nötigung zu einem angepassten Konsumismus, die es ermöglicht, dass wir an unserem konformistischen Konsumverhalten nur begrenzt schuld sind, obwohl niemand anderes als wir selbst die Täter und für dieses Tun und Lassen verantwortlich sind.

Ein Grund für das übliche Konsum-Mitmachen ist, dass wir für die reguläre Beschaffung (dem Einkauf) von unethischen Lebensmitteln selbst keine unethische Handlung vollbringen müssen: Wenn wir einkaufen gehen, gelangen wir auf äußerst bequeme Weise und ganz legale Weise in jedem üblichen Supermarkt an alle gewohnten und gemochten Konsumgüter. Dabei wählen viele Konsumenten Dinge, ohne etwas über deren Herstellung zu wissen. Allerdings hilft Marx' Einsicht in den Fetischcharakter der Waren dieses konsumistische Unwissen nicht zu erklären.³ Denn die Tatsache, dass die allermeisten Konsumentinnen und Konsumenten wenig über die Herkunft ihrer Lebensmittel wissen, hängt weniger mit ihrem Warencharakter zusammen als mit der marktwirtschaftlichen Trennung von Produktion und Konsumtion (Endnutzung).

Darüber hinaus sind die Herkünfte und Herstellungsprozesse der meisten Produkte für die Konsumenten nicht sichtbar, weil diese durch eine aufwändige Werbemaschinerie und Bilderproduktion bewusst verschleiert werden. Die schöne Welt der Hochglanzanzeigen und TV-Spots schiebt sich zwischen uns und unsere Lebensmittel. Mit riesigen Milliardenbeträgen wird die Aufmerksamkeit der Konsumenten auf das gelenkt, was die Industrie ihnen verkaufen möchten: dass Tütensuppen familienstiftend, Pizzaabende romantisch und schnelle Autos Garanten fortwährender Freiheit sind.

Doch ist auch dieser Schleier und Zirkus des Unwissens längst durchschaut wie sie das Glück eines angepassten Konsumlebens durch Lebensmittelskandale und andere Entzauberungen zunehmend eintrübt. Was die Marx'sche Philosophie für die Entschleierung der Produktionsverhältnisse getan hat, wird in der jüngsten Vergangenheit von Hunderten von Umwelt- und Verbraucherorganisationen vorangetrieben:

Sie arbeiten an der Aufklärung der notwendig falsch einkaufenden Konsumentinnen und Konsumenten und darüber hinaus erleichtert das Internet der Weltöffentlichkeit den Zugang zu jenem Wissen, das wir brauchen, um beurteilen zu können, wie unethisch oder ethisch unsere Lebensmittel produziert werden. Zahlreiche Webseiten bereiten dieses Wissen auf, Bücher zum Thema „Politischer Konsum“ zählen zu den Bestsellern.

Tatsache ist, dass die Konsumethik vom Anliegen einer engagierten Randgruppe allmählich in den gesellschaftlichen Mainstream gelangt. Und die konsumethische Aufklärung der Massen nimmt Tag für Tag zu. Langsam, aber spürbar. Gewiss, der durchschnittliche Konsument und die Konsumentin sind weder souverän noch umfassend informiert, aber er ist auch nicht mehr das bemitleidenswerte, naive und hilflose Opfer von Warenästhetik und Marketing-Manipulation. Immer mehr Angebote eines ethischen Konsums bieten immer mehr individuelle Handlungsoptionen und objektive Gelegenheiten für gute Kaufentscheidungen. In diesen konsumethischen Angeboten sehe ich das Faktum einer gastrosophischen Vernunft, die unsere Ernährungsverhältnisse und viele damit verbundenen gesellschaftlichen Realitäten in Zukunft grundlegend verändern könnte.

5 Zu den Grenzen eines ethischen Konsumlebens

Diese Faktizität, also die reale Tatsache, dass ethischer Konsum praktisch möglich ist, sagt indessen nichts über dessen Ausmaß aus. Gemessen am allgemeinen Konsumverhalten sieht man sich eher mit dem gesellschaftlichen Elend dieser gastrosophischen Vernunft konfrontiert: Noch nutzt nur eine Minderheit die Möglichkeit, sich wo es geht und so gut es geht, etwa im Bereich des Lebensmittelkonsums, für ethisch Gutes zu entscheiden. Die überwiegende Mehrheit widersetzt sich weiterhin nicht der strukturellen Nötigung zu unethischem Konsum. Stattdessen ernähren sich die Meisten ungut, obwohl sie – wenigstens annäherungsweise – von besserem Essen leben könnten.

Wieso handelt die Mehrheit nicht ethisch, obwohl sie es könnte? Diese schlichte (meta-ethische) Frage deckt ein Skandalon der Moral auf. Der moralische Skandal besteht darin, dass keineswegs alle „Konsumierenden“ in der Lage sind, ethisch handeln zu können. Nicht wenigen fehlen dafür schlechterdings nicht nur die erforderlichen Lebensmittel, sondern auch die finanziellen Zahlungsmittel. Damit deckt die Konsumethik ein Dilemma der traditionellen Moralphilosophie auf: die Käuflichkeit von Moral. Ethisches Verhalten ist zumindest im Bereich von Konsumhandlungen nicht alleine von einem moralisch guten Willen abhängig, sondern auch von etwas ganz anderem: nämlich vom finanziellen Vermögen und der Kaufkraft, über genügend Geld zu verfügen. Diese käufliche Moral ist allemal skandalös, weil Geld nicht wie ein eigener Willen jedem gleichermaßen gegeben ist. Ist Geld – und mithin das

Konsumethik

Moralvermögen – ungleich verteilt, können folglich nicht alle, selbst wenn sie es wollten, gleichermaßen ethisch handeln.

Eine Moral aber, die selbst von denen ein ethisches Handeln fordert, die nicht so handeln können, weil sie nicht die Mittel (das Geld, das Wissen, die Gelegenheit) dafür haben, totalisiert sich zu einem unbrauchbaren Moralismus. Angesichts einer käuflichen Moral und der strukturellen Nötigung zu unethischen Handlungen scheint es mir allerdings eine moralisierende „Überforderung“ zu sein, zu fordern, dass sich jeder bei sämtlichen Konsumhandlungen ethisch verhalten müsse. Wenn alles Tun und Lassen ohne Ausnahme und ohne Erwägung einer situativen Verhältnismäßigkeit unterschiedslos moralisiert wird und so – wie im Falle des Konsums ohne Berücksichtigung des häufig ungleichen finanziellen Moralvermögens oder ohne Berücksichtigung der häufig einschränkenden realen Umstände — alles Handeln unter das Gebot, moralisch zu handeln, fällt, dann wird sich die Konsumethik unter ihren Adressaten unbeliebt machen. (Es war eingangs schon die Rede davon, dass schon aus prinzipiellen Gründen keinen ethisch perfekten Konsum geben kann.)

Die hier angesprochenen kritischen Grenzen eines ethischen Konsumlebens werden besonders deutlich, sobald wir über die Ernährung hinaus auch in anderen Konsumfeldern – wie Wohnung, Kleidung, Reisen, Verkehr – ethisch zu handeln versuchen. Man wird feststellen müssen, dass den Meisten eine durchweg konsequent gelebte Ethik praktisch unmöglich ist, weil sie nicht über das dafür erforderliche Geld verfügen. Oft führen auch andere Ursachen oder fehlende Mittel zum Gegensatz von Einstellung und Verhalten und zu Widersprüchen zwischen den verschiedenen Konsumfeldern.⁴ Gleichwohl sprechen eventuelle Einschränkungen in der täglichen Praxis, Gutes zu leben, keineswegs gegen eine Konsumethik. Vielmehr ergibt sich aus diesem Umstand die politische Forderung, dass jeder in der Lage sein bzw. versetzt werden sollte, über genügend Kaufkraft und alle nötigen Mittel zu verfügen, bei möglichst jeder Gelegenheit das ethisch Gute tun (konsumieren) zu können.

Selbstverständlich sind an dieses Erfordernis – nennen wir es das Gemeinwohlerfordernis – weitreichende Korrekturen an der gesamtgesellschaftlichen Situation geknüpft. Dazu könnten unter anderem die Durchsetzung von wirklich kostendeckenden (Antidumping-) Preisen von Lebensmitteln und eine steuerfinanzierte Förderung bestimmter Konsumgüter gehören sowie die Einführung einer neuartigen Konsumsteuer in Verbindung mit einem bedingungslosen Grundeinkommen (Lemke, 2012; Götz, 2007). Doch würde eine angemessene Erörterung der Gemeinwohlerfordernisse trotz ihrer zentralen Relevanz für die Utopie eines guten Lebens den vorliegenden Rahmen sprengen. Beschränkt auf die gastrosophische Konsumethik (als einer Teildisziplin der alltäglichen Praxis, das ethisch Gute zu leben) bleibt festzuhalten:

Obwohl nicht wenige Konsumenten selbst in den reichen Ländern mit Armut zu kämpfen haben, ist ebenfalls Fakt, dass die Meisten, die sich zumindest ethische Lebensmittel leisten könnten, dennoch nicht das angebotene Gute kaufen. Obwohl der durchschnittliche Konsument noch nie so wenig Geld für Lebensmittel ausgege-

ben hat wie gegenwärtig, ist die überwiegende Mehrheit nicht bereit, ihr Geld für den Kauf von guten Lebensmitteln zu nutzen. Stattdessen wird das durch den Kauf von möglichst billigen Lebensmitteln eingesparte Geld lieber für andere Konsumgüter und Erlebnisse ausgegeben.

So gesehen, lässt sich im Konsumfeld Ernährung sogar das Skandalon der menschlichen – und allzu menschlichen – Grenzen des Ethischen aufdecken: Nicht nur „die Anderen“ – die vorherrschenden Strukturen, das fehlende Geld oder Wissen – sind Schuld; auch der „eigene Unwille“, sich für bessere Lebensmittel zu entscheiden, verursacht einen menschlichen – und unmenschlichen – Nihilismus, der ethisches Handeln für nichts hält. Die immer häufigeren Angebote eines ethischen Konsums zu ignorieren, obwohl man sie wahrnehmen könnte, ist der fatale Ausverkauf der moralischen Menschheit in der eigenen Person und des menschlichen – und humanen – Vermögens, das Gute zu wollen und es zu tun, wenn man dazu praktisch in der Lage ist. Angesichts der internationalen Bekenntnisse und völkerrechtlichen Selbstverpflichtungen zur notwendigen Umstellung des vorherrschenden unethischen Konsums hin zu einer nachhaltigeren Lebens- und Ernährungsweise stellt sich die Frage, wie sich der gesellschaftlich vorherrschende Nihilismus eines Weiter-so verteidigen lässt?

Eine verbreitete Taktik der Selbstverteidigung besteht darin, zu behaupten: „Es ist egal, ob ich ethischen Konsum praktiziere oder nicht, weil mein Handeln als einzelner Konsument so oder so nichts bewirkt.“ Diese Haltung entbehrt nicht einer gewissen Plausibilität. Denn würde nur ich – ein einzelner Konsument – ethisch handeln, würde dies tatsächlich wenig an den gesellschaftlichen Verhältnissen ändern. Doch sieht diese Rechtfertigung des eigenen unethischen Konsumverhaltens über die Realität hinweg. Denn Fakt ist, dass immer mehr Konsumenten gute Lebensmittel kaufen; und nur dadurch – durch das Handeln vieler Einzelner und einer kritischen Masse – kann überhaupt der globalen Ernährungskrise entgegengewirkt werden.

6 Fazit

Wer den eigenen Konsum nicht ändert, verhält sich vorsätzlich unethisch und trägt aktiv dazu bei, dass sich die Krise weiter verschärft.

Eine weitere Taktik, wie angepasste Konsumenten ihren Nihilismus verteidigen, besteht in der Behauptung: „Es ist egal, welche Lebensmittel die Konsumenten kaufen, weil nur die Politik und die Wirtschaft die Macht haben, die bestehenden Konsumverhältnisse zu ändern.“ Auch diese Haltung rechtfertigt auf den ersten Blick den gesellschaftlich vorherrschenden Konsumismus. Zweifelsohne sind rechtliche Regelungen, Produktionsweisen, Supermarktstrukturen, usw. Resultate von politischen und unternehmerischen Handlungen und nicht etwa von unseren Konsumhandlungen. Gleichwohl entbindet dieser Sachverhalt niemanden von dem moralischen Gebot und der praktischen Möglichkeit, ethisch zu konsumieren. Im Gegenteil sollte

Konsumethik

dies getan werden, damit sich die politischen und die ökonomischen Strukturen weiter verbessern. Denn ohne die Verbesserung unseres Konsums haben Politiker und Konzerne überhaupt keinen Grund, ihrerseits ethisch zu handeln. Es gehört zur Rationalität ihres Geschäfts, nur das zu tun, was die Wähler bzw. die Kunden wollen. Entsprechend gingen die ersten Schritte einer internationalen Verrechtlichung von konsumethischen Normen, wie sie seit einigen Jahren festzustellen ist, nicht von der Politik oder der Wirtschaft aus. Vielmehr ist Moralisierung der Märkte die gesellschaftliche Reaktion auf die allmähliche Ethisierung des Konsumverhaltens.

Obwohl auch in Zukunft die Bedingungen, ethische Lebensmittel zu kaufen, aufgrund der erwähnten (skandalösen) Ursachen strukturell eingeschränkt sein werden, werden die ökonomischen Kräfte und die gesellschaftlichen Gründe, die seit einiger Zeit eine Politisierung des Konsumverhaltens begünstigen, weiter wachsen. Für uns, den einzelnen Konsumenten, ergibt sich dadurch „die Strategie eines richtigen Konsums im falschen“, die den dispositiven Nötigungen des gegenwärtigen Konsumkapitalismus entgegenwirkt. Eine strategische Konsumethik versucht trotz aller Beschränkungen und Widersprüche in möglichst vielen Konsumfeldern so gut es geht ethisch zu konsumieren: Diese Konsumguerrilla bewirkt parallel zum neoliberalen Rückzug der staatlichen Politik die Ausweitung einer demokratischen Politik auf die politische Ökonomie. Über die politische Unmittelbarkeit eines ethischen Konsumhandelns erfahren die Bürger, dass effektiver Einfluss auf die Gesellschaft und das Gemeinwohl möglich ist, auch ohne die zivilgesellschaftliche Vermittlungsleistung professionalisierter Anderer, wie NROs, Gewerkschaften oder politische Parteien.

Die politische Teilhabe in Form ethischer Konsumakte wird jedoch noch immer zu wenig als demokratische Beteiligungsbereitschaft und Politik von unten verstanden. Dabei ist politischer Konsum nach der Wahlbeteiligung, wenn nicht sogar vor der Wahlbeteiligung, die wohl allgemeinste Form alltäglich gelebter Politik und partizipativer Demokratie. Innerhalb der langen Geschichte des politischen Protests ist die Politik des ethischen Konsums eine neue Macht der konsumkapitalistischen Ära, die das Defizit an formaler Mitbestimmung in der staatlichen Regierungspolitik täglich erfahrbar macht.

In welchem Maße die aktive Beteiligungspolitik eines ethischen Konsumlebens commonistische Kräfte entfalten, lässt sich anhand des Eigenanbaus von Lebensmitteln ermesen. Das Selbermachen der Nahrungsproduktion verwandelt Konsumierende in Prosumierende; findet die Prosumtion in Form der gemeinschaftlichen Bewirtschaftung eines Gemeingutes (Commons), etwa eines Gemeinschaftsgartens statt, verliert der Konsum seinen ebenso passiven wie marktförmigen Charakter, der ihm im bloßen Kaufakt und Geldausgeben stets anhaftet. Das Wirtschaften löst sich von der Markt- und Profitlogik und wird zur alltäglichen Praxis ethisch guter und selbergemachter (gemeinsam selbst produzierter und konsumierter) Güter. Anders als bei Baumarkteinkäufen, Selbstbedienungstheken oder Selbsternteaktionen, wo sich das Selbermachen auf den kommerziellen, über Geld vermittelten Prosum beschränkt, basiert die commonistische Wirtschaftsform nicht auf Geld und den Kauf

von Konsumgütern, sondern auf die gemeinsame Nutzung oder Bewirtschaftung von Gemeingütern (Helferich, 2012; P.M., 2012; Ostrom, 2012). Insofern sind die subsistenzwirtschaftliche Prosumtion und Partizipation an Gemeingütern auch von Formen einer solchen solidarischen Landwirtschaft (Community supported Agriculture) zu unterscheiden, bei der Konsumenten zu Koproduzenten der Bauern werden, indem sie die Produkte deren Arbeit zu einem garantierten Preis abkaufen. Produzieren wir Lebensmittel gemeinschaftlich selber, nutzen wir nicht nur die Ethik des Konsums, um uns das Wissen um die Herkunft, Herstellung und Güte dieser Konsumgüter anzueignen, sondern um uns auch zu Produzenten eines guten Konsumlebens zu machen.

Anmerkungen

¹Auf solche normativen Fragen der philosophischen Grundlegung einer Ethik und Politik des guten Essens bin ich ausführlich bei anderen Gelegenheiten eingegangen

²Freilich funktionierte der Konsum zu Marx' Zeiten und noch bis tief in das 20. Jahrhundert hinein als perfektes Mittel der sozialen Distinktion und als allgemein verständliche Legitimation sozialer Ungleichheit und gesellschaftlicher Herrschaftsansprüche (Bourdieu, 1978).

³Marx hatte den – auf die Produktionssphäre beschränkten – Sachverhalt vor Augen, dass die Arbeiter durch die arbeitsteiligen und nicht selbst bestimmten Produktionsverhältnisse von den hergestellten Produkten entfremdet würden, so dass ihnen schließlich die Produkte ihrer eigenen Arbeit wie ein Fetisch als eine fremde Macht gegenübertreten.

⁴Etwa durch den beruflichen Zwang, viel Autofahren oder fliegen zu müssen, oder mangelnde Alternativen in den betreffenden Lebensbereichen zwingen zu unethischem Konsumverhalten (beispielsweise wegen einer schlecht isolierten Mietwohnung extra viel CO₂ zu verbrauchen). Oftmals ist es auch leichter, Bio-Lebensmittel zu kaufen als Bio-Kleidung, und so weiter.

Literatur

- Beck, U. (2002). *Macht und Gegenmacht im globalen Zeitalter*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bourdieu, P. (1978). *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Diederichsen, D. & Richard, B. (2008). Konsumguerilla. Ein Gespräch In Richard, B. & Ruhl, A. (Hrsg.), *Konsumguerilla. Widerstand gegen Massenkultur* (S. 185-191). Frankfurt am Main/ New York: Campus Verlag.
- Helfrich, S. (2012). *Commons. Für eine neue Politik jenseits von Markt und Staat*. Bielefeldt: transcript.

Konsumethik

- Lemke, H. (2012). *Politik des Essens. Wovon die Welt von morgen lebt*. Bielefeld: transcript.
- Marx, K. (1972). *Ökonomisch-philosophische Manuskripte*. Berlin: Dietz..
- P. M. (2012). *Kartoffeln und Computer. Märkte durch Gemeinschaften ersetzen*. Hamburg: Nautilus.
- Ostrom, E. (2011). *Was mehr wird, wenn wir teilen. Vom gesellschaftlichen Wert der Gemeingüter*. München: Oekom.
- Werner, G. W. (2007). *Einkommen für alle*. Köln: Bastei Lübbe.

Verfasser

PD Dr. habil. Harald Lemke
Leuphana Universität Lüneburg
Institut für Philosophie und Kunstwissenschaft

Scharnhorststr. 1
D-21335 Lüneburg

E-Mail: mail@haraldlemke.de
Internet: www.haraldlemke.de/index.html