Der Kassenbon als Wahlzettel - Was bringt der Konsumboykott?

von Jona Everdeen

Wer von Konsumboykott spricht meint in den aller meisten Fällen den bewussten Verzicht einer Masse auf bestimmte Produkte, um damit Missstände in der Produktion zu beheben oder zumindest anzugreifen. Das wohl geläufigste Beispiel für Konsumboykott kommt aus der Tierrechtsbewegung, deren wichtigste Kampfform es ist, Menschen davon zu überzeugen, dass der Konsum von tierischen Produkten moralisch verwerflich ist und man daher, um das Leid in der Massentierhaltung zu bekämpfen, aufhören sollte, Fleisch, Milch und Eier zu essen. Die Logik hinter diesem Aufruf ist relativ simpel: Der eigene Kassenbon sei eine Art Stimmzettel in der „Angebot-Nachfrage“-Ordnung des Marktes, die als Marktdemokratie angesehen wird, in der die Konsument_Innen bestimmen, was produziert wird. Die Idee ist, dass der bewusste Verzicht aller auf tierische Produkte dazu führt, dass keine tierischen Produkte mehr produziert werden und das Tierleid in der Massentierhaltung somit verschwindet. Doch was ist dran an dieser Idee? Taugt sie als Massenkampfmittel und wenn ja, auch für andere Kämpfe, wie zum Beispiel die Klimabewegung, deren Grünen-naher Flügel auf ähnliche Mittel zur Bewältigung der Klimakrise setzt?

Das fehlende Gleichgewicht des Marktes

„Die Nachfrage bestimmt das Angebot!“ ist ein Argument, dass vor allem von Liberalen genutzt wird, wenn sie von der Überlegenheit der Marktwirtschaft schwadronieren und die „Marktdemokratie“ als Gegensatz zur „diktatorischen“ Planwirtschaft darstellen. Es ist somit ein Grundpfeiler der neoliberalen Ideologie. Als Marxist_Innen haben wir eine andere Einschätzung der Rolle von Angebot und Nachfrage. Die Produktion liegt zeitlich wie logisch vor der Konsumtion, denn zuerst wird produziert und dann konsumiert plus um zu konsumieren, muss produziert werden. Was

produziert wird, obliegt der Willkür der kapitalistischen Marktteilnehmer_Innen, welche auf Basis der größtmöglichen Profiterwartung produzieren. Dabei besteht definitiv ein Zusammenhang zur Nachfrage, denn Produkte, die keinen realen Nutzen haben und die somit niemand kaufen würde, werden nicht hergestellt. Jedoch gibt es hier zwei Einschränkungen. Einerseits dass Nachfrage mit diversen Tricks künstlich erzeugt werden kann, sei es durch Werbung, die suggeriert, man würde bestimmte Produkte unbedingt zum Leben benötigen, durch Sonderangebot, indem günstigere Preise die schwindende Nachfrage ausgleichen, oder auch ganz einfach durch staatliche Regulierung. Ein gutes Beispiel für letzteres ist der Beschluss, den die Milchlobby im Europaparlament erst kürzlich durchsetzte und nach dem pflanzliche Milch nun nicht mehr als „Milch“ bezeichnet werden darf. Ziel dieses Manövers dürfte sein, die Nachfrage für Milch weiterhin in erster Linie auf tierische zu lenken und damit die ökologischere, gesündere und auch in ihrer Produktion günstigere pflanzliche Milch aktiv zu sabotieren. Andererseits lässt das Bild, das Liberale darstellen, völlig außer Acht, dass es einen gigantischen Unterschied in der Kaufkraft verschiedener gesellschaftlicher Schichten gibt und die Produktion selbstverständlich nur auf kaufkräftige Nachfrage reagiert. In einer Klassengesellschaft, in der die reichsten 1% eine höhere Kaufkraft haben als die ärmere Hälfte, besteht also das Problem, dass die „Marktdemokratie“, selbst wenn man von einer entscheidenden Bestimmung des Angebots durch die Nachfrage ausgeht, einem massiv ungleichen „Zensuswahlrecht“ unterliegt und ein Multi-Millionär im Vergleich zu einer Arbeiterin tausendmal mehr „Wahlzettel“ besitzt.

Und alle machen mit?

Der Konsumboykott setzt nämlich genau dort an, wo der Einfluss der fortschrittlichen Klasse, des Proletariats, am geringsten ist: am Geldbeutel. Das Proletariat als Klasse kann deswegen nicht das handelnde Subjekt für den Konsumboykott sein, zumindest nicht explizit. Der Logik des Konsumboykotts entsprechend wird nicht zwischen Klassen unterschieden, im Gegenteil, denn alle Menschen konsumieren ja mehr oder weniger und es wird suggeriert, jede_R hätte das gleiche Interesse, unabhängig der

Klassenzugehörigkeit. Alle Menschen hätten eine (moralisches) Interesse am Ende des Tierleids, alle Menschen hätten ein (objektives) Interesse an der Erhaltung des Planeten und alle Menschen hätten ein Interesse an einem Ende der Ausbeutung von Menschen im globalen Süden. Es wird jedoch ausgeblendet, dass eben nicht alle Menschen das gleiche Interesse haben, dass es eine herrschende Klasse gibt, die von der Ausbeutung der Menschen im globalen Süden aktiv profitiert, die unter der Klimakrise deutlich weniger zu leiden haben wird als das Proletariat und nach deren Logik Tiere eben nur eine Ressource, ein Mittel zur Profitmaximierung, sind, wie Baumwolle, Seltene Erden oder menschliche Arbeitskraft auch. Und diese herrschende Klasse, in deren Privatbesitz sich nicht nur die Produktionsmittel befinden, sondern deren Mitglieder auch in der angeblichen „Marktdemokratie“ per Zensuswahlrecht exorbitant viel mehr Stimmen haben als Arbeiter_Innen, wird von Anhänger_Innen des Konsumboykotts genauso als Subjekt betrachtet wie die unterdrückte Klasse.

Zwar ist das Ziel des Konsumboykotts meist im Interesse der unterdrückten Klasse, aber die unterdrückte Klasse hat, was finanzielle Mittel angeht, meist keinen Spielraum, nach ihrem Gewissen ethisch zu konsumieren, sondern ist darauf angewiesen, das zu nehmen, was der Geldbeutel eben hergibt. Wenn das dann Fleisch aus Massentierhaltung ist oder T-Shirts, die von anderen, noch ärmeren, Arbeiter_Innen in Bangladesch oder Indien hergestellt wurden, finden das die meisten Arbeiter_Innen vermutlich moralisch falsch, haben aber keine andere Wahl als diese Produkte zu konsumieren, wenn sie nicht hungern und frieren wollen, weil sie nicht das nötige Geld haben Biofleisch, vegane Ersatzprodukte oder Fairtrade-T-Shirts zu kaufen. Dabei erweckt der moralistische Aufruf zum Verzicht auf die wenigen Annehmlichkeiten, die man sich gerade so leisten kann, eher ein Gefühl von Ohnmacht: „Ich kann nicht und selbst, wenn ich könnte, bringt es mir unmittelbar nichts“. Das Proletariat vereinzelt sich in einzelne kleine Konsument_Innen und auch der Befreiungskampf selbst vereinzelt sich, denn es kann keinen Konsumboykott gegen den Kapitalismus geben, sondern nur gegen dieses oder jenes besonders problematische Produkt.

Kampf um Kontrolle

Dementsprechend kann der Konsumboykott selbst nur eine Randerscheinung bleiben und ist nicht dazu in der Lage, eine gesellschaftliche Bewegung zu entzünden. Ein Charakteristikum von wirkungsvollen gesellschaftlichen Bewegungen ist immer, dass sie das selbstbewusste Interesse einer kämpfenden Masse artikulieren und diese darin bemächtigen. Die Vereinzelnung und der Moralismus des Konsumboykotts sind genau dessen Gegenteil. Selbstverständlich kann der Konsumboykott am Rande einer Bewegung eine gewisse Rolle spielen und ist absolut gesehen auch nicht nutzlos, denn indirekt kann sich ja die Nachfrage auch auf die Produktion auswirken. Man sollte den Opferwillen ehren und auch die allermeisten aus unseren Reihen betreiben in irgendeine Richtung Konsumboykott, meist der Verzicht auf (bestimmte) Tierprodukte. Es ist aber eine vor allem private Angelegenheit und auf keinen Fall Grundvoraussetzung für ein fortschrittliches Bewusstsein. Die legitimen Interessen des Konsumboykotts sollten stattdessen in Form von politischen Forderungen artikuliert und durch eine Bewegung in Schulen, Unis, Betrieben und auf der Straße durchgesetzt werden. Eine Bewegung mit dem Ziel, dass tierisches Fleisch in naher Zukunft vollständig durch Alternativen ersetzt werden, die günstiger, ökologischer und frei von Tierleid sind, in Höchstgeschwindigkeit erneuerbare Energien, der ÖPNV und CO2-neutrale Industrie ausgebaut werden und faire und gute Löhne für alle Arbeiter_Innen gezahlt werden. Letzten Endes haben Arbeiter_Innen nämlich statt dem Geldbeutel ein viel effektiveres Mittel, Veränderungen zu erzwingen, nämlich ihre Arbeitskraft. Wenn die Arbeiter_Innen in der Fleischindustrie diese niederlegen und bessere Bedingungen in den Fabriken fordern (und gehören bessere Arbeitsbedingungen zwangsläufig dazu), werden Tönnies und Co. irgendwann einlenken müssen. Wenn die Verkäufer_Innen in Kleidungsgeschäften sich mit ihren Kolleg_Innen in Bangladesch und Indien international zusammenschließen und gemeinsam die Arbeit niederlegen, werden H&M und Co. keine Wahl haben, als bessere Arbeitsbedingungen überall einzuführen. Und wenn schließlich das Proletariat die Schnauze voll hat von Ausbeutung, Unterdrückung und voranschreitender Verelendung und den Kapitalismus hinfort fegt, wird eine neu entstandene sozialistische Planwirtschaft in der Lage sein, all unsere legitimen Interessen in der Produktion nicht durch die scheindemokratische und machtlose Konsumtion

abzubilden, sondern durch eine wahrhaft demokratische Wirtschaft unter direkter Kontrolle der Räte, bei der alle Menschen gleichberechtigt und direkt mitentscheiden können.