Weihnachten: Konsumrausch oder kurzer Einblick in eine bessere Gesellschaft?

Von Leonie Schmidt auf Basis eines Artikels von Simon Hardy, Workers Power, aus dem Jahr 2011

Die Adventszeit neigt sich dem Ende zu, heute ist Heiligabend, der Tag im Jahr, auf den besonders Kinder sehnsüchtig warten. Aber welche Bedeutung hat der ganze Weihnachtstrubel wirklich im Kapitalismus? Jedes Jahr scheint Weihnachten früher zu beginnen. Kaum sind die Halloween-Kostüme aus den Schaufenstern verschwunden, werden sie durch Weihnachtsbäume, Adventskalender, Lebkuchen, Glühwein und Schokoweihnachtsmänner ersetzt. Während Weihnachten eigentlich eine gemütliche, verzauberte Zeit sein sollte, ist es für viele einfach nur unglaublicher Stress, indem man plötzlich zwanghaft seine ganze Familie lieb haben muss, für alle Geschenke auftreiben soll und auf jeder Weihnachtsfeier antanzen muss.

Frauenunterdrückung

Vor allem für Frauen ist der Druck in dieser Zeit besonders hoch. Diese haben sich um die Familie, die Küche und die Gäste zu kümmern, besonders Ende Dezember. Widergespiegelt wird diese Rollenzuschreibung auch in den weihnachtlichen Werbungen, in den Weihnachtsklassikern im Fernsehen und im Traditionssinn der Familie. Wenn Mama und Oma schon immer die Gans gemacht haben, dann soll es auch dieses Jahr so sein. Die Rolle der Frau, die Reproduktionsarbeit zu übernehmen, wird also auch an Weihnachten nicht aufgehoben, sondern sogar verstärkt. Auch – oder besser besonders – in der Weihnachtszeit rückt so die bürgerliche Familie, mit all ihren reaktionären und unterdrückerischen Elementen der bürgerlichen Gesellschaft in den Vordergrund, wenn auch in „romantischer Form“.

Außerdem nehmen Fälle der häuslichen Gewalt gegen Frauen im Rahmen

der Weihnachtsfeiertage rasant zu, die Frauenhäuser sind nie so voll wie um die Feiertage. Klar, denn während der Feierlichkeiten gibt es wenig Rückzugsorte vor aggressiven Tyrannen, die Erwartungshaltung, dass man mit der Familie Zeit verbringt ist auch dann da, wenn man gar keine Lust hat und es sogar gefährlich wäre. Der allgemeine Stress spitzt die Lage noch einmal zu.

Vom gemeinschaftlichen Dorffest zu Profit und Kommerzialisierung

Das jährliche Weihnachts-Ritual ist wichtig für den Kapitalismus: es bringt normalerweise viel Profit ein. Die Leute geben viel aus, meist mehr als sie sich eigentlich leisten können, nicht nur für Geschenke, sondern auch für das Festessen und die Reisekosten zu ihrer Familie. Im Weihnachtsgeschäft wird der größte Umsatz im gesamten Jahr gemacht (rund 20% des Jahresumsatzes, je nach Branche auch bis zu 30%). Viele der gekauften Produkte sind jedoch nur auf die Weihnachtszeit ausgelegt, von kurzer Haltbarkeit und geringer Qualität.

Als Kommunist_Innen betrachten wir die Kommerzialisierung dieser Feiertage kritisch. So wurde beispielweise der Weihnachtsmann erst im 16. Jahrhundert zum Leben erweckt und wurde anschließend mit einem anderen Volksmärchen verbunden. Nämlich dem des Sankt Nikolaus, der ein griechischer Bischof war, welcher angeblich Nonnen aussendete, um den Armen Geschenke zu bringen, welche sie ihren Familien geben konnten.

Dabei wird Weihnachten im Sinne der Geburt Jesu schon seit 381 n. Chr. gefeiert. Es wird davon ausgegangen, dass die Austragung in den Wintermonaten von der Kirche geschickt mit dem Fest der Wintersonnenwende (ein heidnisches Fest) kombiniert wurde, damit mehr Leute für das Fest zu gewinnen waren. Aber Weihnachten wie wir es heute kennen wurde natürlich nicht die ganze Zeit schon mit den uns vertrauten Traditionen begangen. Vor der Industrialisierung lag der Fokus eher auf der Dorfgemeinschaft, der Tannenbaum stand im Hof, vor der Kirche gab es (je nach Ort) Buden, also eine Art Weihnachtsmarkt. Man ging zur Andacht und

zog dann durch die Straßen und klingelte an Türen, beglückwünschte sich und erhielt im Gegenzug Geschenke, meist kleine Speisen und Schnaps, die dann auch gleich zusammen verzehrt wurden.

Mit der Industrialisierung zog es die Arbeiter_Innen in die Stadt und die Dorfgemeinschaft wurde auseinandergerissen. Weihnachten wurde zum Fest der Familie. Natürlich je nach Klasse in einem anderen Ausmaß. Besonders das Kleinbürger_Innentum wollte sich von der Arbeiter_Innenklasse abgrenzen und so wurden ihre Weihnachtsfeste immer ausgefallener, während die Arbeiter_Innenklasse in Armut leiden musste. Einen interessanten Einblick in diesen Gegensatz finden wir im Märchen „Das kleine Mädchen mit den Schwefelhölzern“ von Hans Christian Andersen. So konnte das Klein – sowie Großbürger_Innentum durch die stilvolle familiäre Weihnachtsfeier sein Klassenbewusstsein festigen, denn die Mehrheit der Bevölkerung hatte im 19. Jahrhundert nicht die Mittel für eine derartige Feier und ihre Requisiten. Somit wurde erst im Biedermeier Weihnachten zu einem einseitigen Geschenkfest für Kinder, in Kombination mit der Markteinführung von neuem, teuren Spielzeug. Natürlich nicht für Kinder der Arbeiter_Innenklasse, die bekamen eher selbstgebasteltes Spielzeug und selbstgenähte Kleidung. Die pompösen, aber friedvollen Weihnachtsfeiern im Kreis der engen Familie wurden auch von Autoren bekannt gemacht, die diese besonders ausschmückten sowie bspw. Charles Dickens. Seine Weihnachtsgeschichte zeigt auch (mal abgesehen von den antisemitischen Tendenzen) klar auf, dass es sich um die Befriedung der Arbeiter_Innenklasse handeln soll: der Kapitalist hat am Ende doch noch ein warmes Herz, er kann also gut werden und anderen helfen. Auch wenn das natürlich völlig seinem Klasseninteresse als Kapitalist widerspricht. Auch wurde das Weihnachtsfest immer wieder für politische Propaganda genutzt, so geschehen im 1. Weltkrieg und der NS-Diktatur.

Heute ist der Weihnachtsmann das Maskottchen der Spielzeugindustrie, der Inbegriff für das Konsumdenken, gekleidet mit der Fühl-dich-gut-Sentimentalität, tief eingebettet in die kulturelle Tradition von Milliarden von Menschen. Wir sollten auch darüber nachdenken warum, wenn der Weihnachtsmann nur Geschenke an die braven Kinder verteilt, die Reichen

immer so viele und so tolle Geschenke bekommen.

Kaufen, kaufen, kaufen!

Viele Leute aus der Linken denken kritisch über das, was sie als Konsumkultur bezeichnen. Die Idee, dass wir durch die Massenmedien oder unseren achtlosen Konsum Teil des kapitalistischen Systems geworden sind, ist weit verbreitet. Sie kam bspw. auf durch Daniel Bell und Theodor Adorno in den 1950er und 60er Jahren, die dafür argumentierten, dass das wirtschaftliche Wachstum eine „post-politische" Gesellschaft hervorbringe, in der Klassengegensätze und -kämpfe abnehmen würden. Es war die Periode von noch nie dagewesenem Wachstum und der Beginn der Idee, jede Generation würde es besser haben als die vorherige.

Aber die Konsumkultur, in der wir heute leben, ist vielmehr ein Produkt der steigenden Löhne nach dem 2. Weltkrieg und den billigen Krediten, die die Bosse in dem Prozess der Globalisierung ausnutzten, um ihrem System einen massiven Aufschwung zu geben. Fallende Preise und billige Kredite ermutigten die Konsument_Innen, Geld auszugeben und erlaubten es Millionen, sich in das System „einzukaufen" und zu spüren, dass auch sie am Kapitalismus teilhaben können. Heute fallen die Löhne und die Kredite sind uns ein Klotz am Bein. In diesem Sinne ist es falsch, dass fehlende Politisierung ein Resultat von Konsumdenken ist, auch wenn es stimmt, dass die Leute weniger aktiv an sozialistischer Politik beteiligt sind. Die Leute sind nicht weniger politisch aktiv, weil sie mehr konsumiert haben, sondern weil sie nicht daran glauben, dass es eine wirkliche Alternative zum Kapitalismus gibt und ihnen das richtige Klassenbewusstsein fehlt.

Aber der steigende Verbrauch ist nur ein Nebenprodukt dessen, nicht der Grund. Es war der deutsche Marxist Walter Benjamin, der die Rolle des Konsumverhaltens prüfte, und wie die herrschenden Eliten versuchen, unsere Aussichten des Lebens zu formen und zu beeinflussen. Überflutet zu werden mit Konsumgütern stellt ebenfalls ein Problem für die Herrschenden dar, da es uns eine Erfüllung unserer Bedürfnisse verspricht, die wir kaum erreichen können. Somit entsteht die Begierde nach teuren Schuhen oder Plasma-Fernsehern, während Gehälter gekürzt, Arbeiter_Innen entlassen und

Sparpakte geschnürt werden.

Diese Enttäuschung, die Lücke zwischen dem, was versprochen wurde und dem, was tatsächlich möglich ist für die Mehrheit, öffnet einen Raum, in welchem die Arbeiter_Innen radikalisiert werden können, wenn er verbunden ist mit einer antikapitalistischen Kritik, anstelle eines Gefühls der Teilnahmslosigkeit an politisch-inhaltlicher Aktion.

Weihnachten nach dem Kapitalismus

Macht man einen Schnitt durch die vom Konsumwahnsinn verfremdete Gesellschaft und dem künstlichen „guten Willen“ in der Weihnachtszeit, stößt man auf das Gefühl, in einer Welt zu leben, in der die alltäglichen Probleme auf der Arbeit oder zwischen den Menschen verflogen sind, wo man getrost Freude und eine tolle Zeit zusammen genießen kann. Es ist nicht nur die christliche Botschaft, die lügt, zunehmend verschleiert und verpackt in Disney-Kitsch, die in uns das Mitgefühl wecken soll. Wir überhäufen uns mit Geschenken und jede_r denkt sich, warum nicht jeden Tag Weihnachten sein kann. Aber warum sollte es denn nicht so sein?

Die Idee von Wohlwollen und Frieden auf der ganzen Erde, die Wohlfühl-Filme, die im Fernsehen laufen, die klassische Weihnachtsgeschichte von Dickens und der Wandlung eines widerwärtigen Kapitalisten hin zu einem netten Kerl sind alle Teil einer ideologischen Botschaft über die menschliche Gesellschaft von Vergebung und Toleranz. Normalerweise würde man obdachlose Leute ignorieren, aber im Dezember ist das ein wenig anders. Vielleicht kann man auf der Arbeit ein bisschen früher gehen, um mehr Zeit mit seiner Familie zu verbringen. Man freut sich darüber und nimmt stillschweigend hin, dass man den Rest des Jahres schrecklich behandelt wird, dass man Opfer eines zunehmend stressigen Arbeitslebens ist, das einen aufreibt. Man sollte sich fragen, warum wir ausgerechnet zu Weihnachten auf einmal nett zueinander sein sollen.

Weihnachten ist die Zeit der gemischten Gefühle, es kann berauschend und frustrierend sein, ein Hoch- oder ein Tiefpunkt im Jahr. Als Teil des Kampfes für die menschliche Befreiung müssen wir kritisch gegenüber dieser

kapitalistisch manipulierten Auszeit sein, da sie von den Kapitalisten genutzt wird, um uns zu beschwichtigen, zum Konsum anzuregen und einen bestimmten Lebensstil festzulegen.

Es gibt keine Kristallkugel, in die wir blicken können, um ein Bild vom Leben nach dem Kapitalismus zu erspähen. Aber eine Gesellschaft, die den Kapitalismus ersetzt, wird notwendigerweise eine sein, die sich auf die Abschaffung der Ausbeutung gründet. Eine Gesellschaft, in der es kein Privateigentum gibt, in der die Profitlogik nicht mehr existiert, wodurch die Armut und die Entfremdung am Arbeitsplatz endlich aufhören würden. Es wäre eine Gesellschaft, in der die Produktivkräfte dafür verwendet werden würden, Probleme wie Wohnungsmangel, Bildung und Unterdrückung für Alle zu bekämpfen, nicht um massiven Wohlstand für einzelne Individuen zu fördern. Die Welt wäre gelenkt von Solidarität, Mitgefühl und kollektiver Aktion anstatt von Selbstsüchtigkeit, Individualismus und Gier. Besser als alle Weihnachtsfeste zusammen!

Grundlagen des Marxismus: Was ist eigentlich der Unterschied zwischen Wert und Preis?

Durch die Inflation steigen momentan die Preise für viele Gebrauchsgegenstände des alltäglichen Lebens, vor allem aber für Heizkosten und Sprit. Wir möchten in diesem Artikel die Grundlagen der Marx'schen Werttheorie erklären, und damit aufdecken, wo der Wert einer Ware herkommt und wie Wert und Preis zusammenhängen. Dazu fangen wir damit an zu klären, was eine Ware überhaupt ist.

Eine Ware entsteht nicht einfach aus dem Nichts. Zuerst muss ein Produkt durch Arbeit gefertigt werden. Aber ein Produkt ist nicht automatisch eine

Ware, denn dafür muss es zwei Voraussetzungen erfüllen: Es muss einen Gebrauchswert für andere haben, das heißt, seine Funktion muss die Bedürfnisse eines anderen Menschen erfüllen und einen Nutzen haben. Der Gebrauchswert hängt stark von den physischen Eigenschaften des Produkts ab. So ist der Gebrauchswert eines Stuhles beispielsweise, dass man sich daraufsetzen kann, oder die eines Tisches, dass man darauf Dinge abstellen kann. Der Gebrauchswert kann jedoch von Individuum zu Individuum unterschiedlich sein. So hat beispielsweise eine Zigarette einen Gebrauchswert für Raucher:innen, für Nicht-Raucher:innen hingegen keinen. Die zweite Voraussetzung, die ein Produkt erfüllen muss, um als Ware zu gelten ist, dass das es anderen im Austausch übertragen werden muss. Damit ein Gebrauchswert eine Ware werden kann, muss er Gebrauchswert für einen anderen sein. Dafür muss ein Markt existieren, auf dem das Produkt im Austausch gegen andere Güter gehandelt wird.

Tausch von Produkten oder Wissen erfolgte zwar schon sehr früh in der Geschichte der Menschheit, aber lange nur zufällig, und ohne in die Arbeitsteilung der Gemeinschaft einzugehen. Erst als diese begann, mehr zu produzieren, als sie selbst verbrauchte, wurde die Produktion von Waren wichtiger, auch wenn sie noch lange einen untergeordneten Aspekt darstellte. Doch nur so konnte sich überhaupt erst der Tausch entwickeln, in dem das Mehrprodukt als Waren gehandelt werden konnte.

Für den Tausch braucht die Ware einen Maßstab, damit eine Person weiß, in welchem Verhältnis die Waren zueinander getauscht werden können. Paradoxerweise hängt dieser Tauschwert nicht quantitativ von dem Gebrauchswert ab. So hat zum Beispiel Brot einen hohen Gebrauchswert, jedoch häufig einen niedrigen Tauschwert, während beispielsweise ein Diamant nicht sehr nützlich ist, aber oft einen hohen Tauschwert besitzt. Marx vertritt die Arbeitswerttheorie, laut derer der Tauschwert einer Ware die Erscheinungsform ihres Werts ist. Letzterer entsteht durch die in sie investierte Arbeitszeit: Je mehr Arbeit die Herstellung einer Ware braucht, desto höher ist ihr Wert. Dabei muss aber der gesamtgesellschaftliche Durchschnitt beachtet werden, nicht die Herstellungszeit individueller Personen. Wenn Person A einen Stuhl derselben Qualität und aus dem

gleichen Material in einer Stunde herstellt, Person B jedoch 3 Stunden dafür benötigt, bedeutet das nicht, dass der Stuhl von Person B wertvoller ist, nur weil sie länger gebraucht hat, um dasselbe Ergebnis zu erzielen.

Der Wert einer Ware wird also durch die zur ihrer Herstellung notwendige Menge an gesellschaftlich durchschnittlicher Arbeit bestimmt. Dies schließt auch die für die Arbeit nötigen Materialien und Werkzeuge ein. Die Werkzeuge wurden ja vorher selbst durch Arbeit geschaffen, auch wenn nicht zwingend durch dieselbe arbeitende Person. Genauso wurden die für die Produktion der Ware notwendigen Rohmaterialien vorher durch Menschen gefördert, vorverarbeitet und transportiert. Das bedeutet, dass in den Werkzeugen und Materialien schon Arbeit vergegenständlicht ist, sie also schon einen Wert besitzen müssen. Dieser Wert geht im Produktionsprozess anteilig auf die neue Ware über.

Wenn wir heutzutage eine Ware erwerben möchten, tun wir dies aber meistens nicht durch den Austausch mit anderen Waren, sondern nutzen dafür Geld. Wenn der Tauschwert einer Ware in Geld ausgedrückt wird, so stellt das den Preis da.

Jedoch sind Wert und Preis nicht dasselbe. Letzterer kann durch verschiedene Faktoren beeinflusst werden. So ist er auch abhängig von Angebot und Nachfrage. Das ist das Problem, das wir momentan mit den Energiepreisen haben. Durch den Krieg und ausbleibende Gaslieferung erhöht sich der Preis, da weniger Gas zur Verfügung steht, aber die Nachfrage in etwa gleichbleibend. Das treibt den Preis in die Höhe. Da jede Produktion dadurch höhere Kosten hat, erhöht sich der Kostpreis der Kapitalist:innen, die dadurch niedrigere Profite einfahren. Deswegen steigern Sie den Preis, den wir letzten Endes im Laden bezahlen. Viele Kapitalist:innen nutzen diesen Vorwand aber auch aus, indem sie die Preise nicht nur um die Differenz zu Ihrem neuen Kostpreis erhöhen, sondern um ein Vielfaches dessen, um zusätzlichen Profit zu machen („Übergewinn“). Der Wert der Waren ist aber, solange es sich bei den veränderten Weltmarktpreisen nur um vorübergehende Schwankungen handelt, die ganze Zeit gleich geblieben, da die Arbeiter:Innen, die die Waren produziert haben, ja immer noch genau so lange brauchen wie vorher. Würden jedoch wichtige

Rohstoffe für die Energieerzeugung dauerhaft teurer werden, würde sich letztlich auch der Wert der Waren erhöhen, weil Erdgas zum Beispiel sehr aufwändig aus Katar oder den USA nach Europa geschifft wird, anstatt durch die Pipeline aus Russland zu kommen.

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 Vereinzelung 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 Haltungsbedingungen 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.