

Die Discountisierung der Gesellschaft

Was es bedeutet, sich bei Schlecker für gerechte und solidarische Arbeitsbedingungen einzusetzen, haben wir eben gehört.

Aber Schlecker ist ja kein Einzelfall, sondern eher Spezialfall einer viel breiteren Entwicklung. Die Sozialwissenschaftler sprechen gar von einer Discountisierung unserer gesamten Gesellschaft, und meinen damit jene Entwicklung, die die Kostenreduzierung, also den billigen Preis zur Ziel- und Orientierungsmarke aller wirtschaftlichen Bemühungen macht. Und auch noch weit über den rein wirtschaftlichen Bereich hinaus. D.h. Discount (also: Preisnachlass, Rabatt) als Prinzip bestimmt auch unseren gesellschaftlichen Umgang miteinander.

Der Soziologe David Bosshart prognostiziert: „Wir können davon ausgehen, dass der Preis in den kommenden Jahren noch eine dominantere Rolle spielen wird – beim Einkaufen, in der Politik, in der Moral, in der Familie, in der Ausbildung, in der Freizeit,... Discount wird also zum wichtigsten und maßgebenden Lebensstil... Was einst als Untugend galt, prägt heute ungeniert unseren Lebensstil. Wir entwickeln uns zu einer billigen Gesellschaft.“

„Geiz ist geil!“ Unter diesem Werbespruch wurde uns dieser Trend über Jahre hinweg nahe gebracht und dieser Slogan ist geradezu zu einem geflügelten Wort geworden.

Niedrige Preise bei Nahrungsmitteln, in der Bekleidungsindustrie, in der Unterhaltungsbranche, beim Reisen und nicht zuletzt auch beim Wissen via Internet – sind das nicht aber echte Errungenschaften, von denen man vor 20 Jahren nur hat träumen können? Sind das nicht wirkliche soziale Fortschritte, weil sich nun auch die Unterschicht ehemals Teures

und Exklusives leisten kann? Den Wildlachs gibt's jetzt auch bei Aldi und Designerbrillen bei Lidl - und alles zu erschwinglichen Preisen! Ist damit nicht das Zeitalter der Verbraucherdemokratie eingeläutet, einer Demokratie, die für alle ganz einfach funktioniert: Gesellschaftliche Teilhabe über den Billigpreis?

Betrachtet man nur die Verbraucherseite, mag das Konzept den einen oder anderen faszinieren. Aber das neue Verbraucherparadies wird teuer bezahlt mit vielen neuen Höllenschlunden, die sich auf der Produktionsseite auftun.

1. Die niedrigen Preise werden wesentlich finanziert durch niedrige Löhne. Und zwar nicht nur bei den Beschäftigten der Discounter, sondern weit darüber hinaus. Discountpreise üben einen stetigen Druck auf die Kostenseite der Zulieferer und Produzenten aus – in unserer Gesellschaft und weltweit, wodurch auch dort die Löhne nach unten gesenkt werden.

Die Spaltung in Gewinner und Verlierer beschleunigt und verfestigt sich dadurch. „Wer ganz unten ist in der Lohnhierarchie, kann noch so schnell laufen, er wird nie auf ein respektables Auskommen kommen. Im Gegenteil: Er braucht die tiefen Preise, weil sein Lohn sinkt. Wer Wal-Mart begreift, begreift heute einen großen Teil der sich globalisierenden Wirtschaft.“

Discounting steht für eine Abwärtsspirale, die die Reichen und die Armen in unserer Gesellschaft und weltweit immer stärker auseinanderdriften lässt.

Die Unterschicht, die ihre Existenz nicht mehr über ihre Löhne sichern kann, ist auf öffentliche Hilfe angewiesen. Über billige Preise und

billige Löhne wird die Verantwortung für die Menschen an den Sozialstaat abgeschoben. In der sog. Dritten Welt potenziert sich das Leid. Meistens findet sich dort kein ausgleichender Sozialstaat und die Menschen landen in Hunger und Elend.

2. Die Discountisierung hat auch für die Umwelt katastrophale Folgen. Billige Preise bedeuten nicht nur billige Löhne, sondern auch billigste Umweltstandards. Filteranlagen, pestizidfreie Landwirtschaft, Entwicklung von ungefährlichen Ersatzprodukten beispielsweise kosten eben Geld, was sich in Preiserhöhungen niederschlagen müsste. Also verzichtet man darauf.

Dieses schlechte Image wollen die Discounter ablegen und so gibt man sich grün. Bioprodukte sind inzwischen in jedem Discounter zu haben, wer einen Kasten Bier kauft, rettet ein Stück Regenwald und wer Fischstäbchen konsumiert, schützt damit die Weltmeere.

Ethisch veredelte Produkte (man spricht auch von „Greenwashing“) können aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass die billige Massenproduktion tiefe und zum Großteil unheilbare Wunden in das Ökosystem Erde geschlagen hat und weiter schlägt. Mit dem Discounterprinzip sind wir gerade dabei, die Schöpfung an die Wand zu fahren.

3. Die Discountisierung erfasst darüber hinaus unseren gesamten Lebensstil. Die Hemmschwellen, sich zu verschulden oder sich zu bereichern, sinken. Unsere Lebensvollzüge werden in die Maßeinheit des Geldes umgerechnet und so wird monetarisiert, was eigentlich nicht monetarisiert werden dürfte.

Es ist in dieser Denklinie nur konsequent, wenn auch menschliche Arbeit im Discount angeboten wird.

Ein Beispiel: Gestaffelte Preise für Gewerbliche Helfer in der Industrie:

1 – 10 Mitarbeiter (11,99 €), 11 – 50 Mitarbeiter (11,79 €), über 50 Mitarbeiter (11,59 €). Für Sonntagszuschläge werden nur 40 % berechnet, Fahrzeiten überhaupt nicht und Zitat: „Sind Sie einmal nicht zufrieden, zahlen Sie die ersten 4 Stunden gar nichts“. So nachzulesen auf der Internetseite: www.discount-zeitarbeit.de

Unter den Vorzeichen des Discounts ist Arbeit endgültig zur Ware verkommen. Es zählt nicht mehr die ihr innewohnende Würde, sondern eben nur noch ihr Preis. Und das ist nicht irgendwie weit weg von uns. Gar nicht so weit weg von Bamberg findet sich ein Betrieb mit Leiharbeitern, die von ihrer Verleiherfirma sage und schreibe 3 € brutto erhalten.

„Heutzutage kennen die Leute von allem den Preis und von nichts den Wert“, so formuliert der englische Schriftsteller Oscar Wilde vor gut hundert Jahren quasi in die heutige Situation hinein.

Wenn alles nur noch ausgepreist wird, kommen die Würde des Menschen und die sozialen Werte schnell unter die Räder. Die Kirche und die Gewerkschaften stellen sich dazu quer. Sie halten sich an Kant und seinen berühmten Ausspruch: „Die Würde hat keinen Preis“. Die Würde des Menschen ist somit unantastbar und sie darf nicht der Logik des Geldes überlassen werden. Der Mensch hat sozusagen eine discountfreie Zone zu bleiben.

Seit jeher stellt die katholische Soziallehre Schutzbestimmungen dazu auf.

- Sie fordert, dass Arbeit Vorrang hat vor dem Kapital. Kapital ist nur unbelebte Stofflichkeit, Arbeit hingegen wird von Menschen

geleistet und ist damit Ausdruck der menschlichen Würde, die uns von Gott unterschiedslos zukommt.

- Sie fordert einen gerechten Lohn, der ein würdiges Leben ermöglicht. Ein gesetzlicher Mindestlohn, wie er seit Jahren von den Gewerkschaften und auch der KAB gefordert wird, wäre auf dem Weg dorthin ein wichtiger Meilenstein, wenn auch noch nicht das Ziel.
- Sie fordert einen nachhaltigen Umgang mit den Ressourcen der Schöpfung. Wir können die Regenerationskraft der Natur nicht ungestraft überfordern. Das Thema der Klimaveränderung führt uns diese Einsicht unabweisbar vor Augen.
- Und noch einen letzten konkreten Aspekt. Er entstammt der jüngsten Sozialenzyklika Caritas in Veritate von 2009. Dort heißt es: „Es ist gut, dass sich die Menschen bewusst werden, dass das kaufen nicht nur ein wirtschaftlicher Akt, sondern immer auch eine moralische Handlung ist. Die Konsumenten haben daher eine klare soziale Verantwortung...“ (66)

Das kann man als eine Antwort auf die Herausforderung der Discountisierung sehen: Bewusst und kritisch sein auch beim konsumieren und Schluss machen mit der verbreiteten Schnäppchenmentalität.