

CASPAR DOHMEN



orell füssli

Vom Sinn und Unsinn
engagierten Konsumierens

Caspar Dohmen

Otto Moralverbraucher

Vom Sinn und Unsinn engagierten Konsumierens

orell füssli Verlag

Inhalt

Einleitung	7
Prolog	11
Von der Entdeckung der Verbrauchermacht	19
Busse boykottieren: Bürgerrechte erlaufen	30
Steile Karriere: Der Käuferstreik	36
Die Marke: Achillesferse mächtiger Konzerne	51
FCKWs-Verbot: Ozonloch stopfen – eine Gemeinschaftsaufgabe	63
Immun gegen den Boykott: Firmen unter sich	68
Kult macht blind: Apple	73
Krötenwanderung: Geldanlagen boykottieren	79
Boykott: Eine Bilanz	92
Vom Instrument zum Politikersatz	97
Der Ausbau der Konsumentenmacht	107
Buykott: Korrektes Einkaufen im Wilden Westen	107
Nicaragua: Der faire Handel lernt laufen	118
Weltläden: Lernen beim Einkauf in Europa	122
Schizophren: Europas Verbraucher	131

Fairer Handel: Stachel im Wirtschaftsgefüge	145
Grenzen der Einkaufsmacht: Fehlende Angebote	165
Neue Aufgaben und Hindernisse für Verbraucher	173
Kauf-Nix-Tag: In den Fußspuren der Hippies	195
Die Rückkehr in die politische Arena	207

Einleitung

»Macht entsteht, wann immer Menschen sich zusammenschließen und gemeinsam handeln«

Hannah Arendt

Können Konsumenten mit korrektem Einkaufen die Welt retten? Davon ist viel die Rede. Verbraucher ordern grünen Strom, kaufen Äpfel aus der Region, fair gehandelte Bananen aus Costa Rica, verschmähen Fast Food und essen vegetarisch oder vegan. Sie steigen in ein Fahrzeug mit Hybridantrieb, wechseln zu einer ethischen Bank oder boykottieren Konzerne, die genmanipulierte Lebensmittel herstellen oder Gewinne in Steueroasen verschieben. Längst ist von einer »Moralisierung der Märkte« die Rede und Umfragen zeigen: Der ethische Konsum findet immer mehr Anhänger. In nur zwei Jahren stieg laut der Otto-Trendstudie die Zahl derer, die zufolge eigenen Angaben häufig nach ethischen Maßstäben einkaufen, um fast ein Drittel. Jeder siebte Konsument achtet laut einer Umfrage des Alvensbacher Meinungsforschungsinstituts beim Einkauf darauf, dass die Produkte aus fairem Handel stammen, jeder Fünfte legt Wert auf den ökologischen Anbau der Produkte.

Wir sind Zeugen eines in seiner Bedeutung nicht zu unterschätzenden Wandels. Manche Menschen lassen bereit-

willing ihre demokratischen Mitspracherechte verkümmern und setzen lieber auf ihr Votum als Verbraucher, weil sie sich davon mehr Einfluss versprechen. Gehen wir nicht täglich einkaufen, während wir nur alle vier Jahre wählen? Gezielter Konsum ist für einige Zeitgenossen also eine ernsthafte Alternative zu politischem Handeln, ganz nach dem Motto: Das Private ist politisch. Den Aktivisten, die Verbrauchermacht im 19. Jahrhundert als ein Instrument entdeckten, ging es um etwas anderes: Sie setzten ihre Hoffnung auf die Politik und wollten mit ihrem Konsumverhalten die politischen Regeln in ihren Gesellschaften ändern. Für sie war das individuelle Einkaufsverhalten eine weitere Möglichkeit, um politischen Druck auf ihre Regierungen auszuüben. Dem Aufruf zum Boykott von Zucker der Abolitionisten, den Verfechtern der Abschaffung der Sklaverei, folgten schon damals hunderttausende Konsumenten in England. Aus demselben Grund gründeten Aktivisten zur gleichen Zeit in den Vereinigten Staaten Läden, in denen Verbraucher von freien Arbeitern hergestellte Produkte einkaufen konnten, gewissermaßen die Vorläufer unserer heutigen Weltläden und Biosupermärkte.

Der gezielte Einkauf oder die bewusste Kaufverweigerung sind zentrale Bestandteile der Kampagnen von Bürgerrechtlern, Umweltschützern oder Menschenrechtlern für eine gerechtere oder grünere Welt. Adressaten des Protests sind neben Regierungen zunehmend Konzerne geworden. Ständig finden weltweit viele unterschiedliche Aktionen parallel statt. Denn dank des Internets können Konsumenten sich einfach, effizient und schnell organisieren.

Die Macht der Konsumenten wurde im Laufe der Zeit immer wieder gefeiert oder totgesagt. Derzeit überwiegt in der Öffentlichkeit die Euphorie: »Die Konsumenten werden in fünf bis zehn Jahren die Macht in ihren Händen halten«, sagte Unilever-Chef Paul Polman 2011 dem *Guardian* mit Blick auf die *Occupy*-Bewegung. Wer sich als Unternehmen unsozial und unökologisch verhalte, werde »aussortiert«. Auch Politiker appellieren an die Verantwortung der Konsumenten. Nach der gescheiterten Klimakonferenz von Kopenhagen sagte die Grünen-Politikerin Renate Künast: »Jeder Einzelne macht jetzt bei sich zu Hause Kopenhagen.« Auch nach Katastrophen in asiatischen Fabriken, wo heute ein Großteil der Waren gefertigt wird, kommt regelmäßig der Hinweis auf die Verantwortung der Konsumenten. Auf den ersten Blick sind die Verbraucher stark, angesichts eines Einkaufsvolumens von 500 Millionen Euro, das alleine in Deutschland täglich über die Theke wandert. Aber, stimmt die These von der steigenden Macht der Konsumenten? Ich versuche in diesem Buch drei Jahrhunderte Konsumentenboykotte und -buykotte zu bilanzieren, aus Sicht der Aktivisten, der Wissenschaftler und der Gesellschaft. Ich zeige auf, wann Verbraucher erreichten, was sie wollten, wann und weshalb sie scheiterten, und ich frage nach dem Potenzial und den Grenzen von gezieltem Konsum als Mittel gesellschaftlicher Gestaltung. Das vorliegende Buch habe ich für diejenigen unter uns geschrieben, die sich um unsere Welt sorgen und die etwas verändern wollen und sich nun fragen: Kann ich beim Einkauf bessere Arbeitsbedingungen für die Beschäftigten in den Fabriken der Entwicklungsländer erreichen? Können Konsumenten Kleinbauern wirksam unterstüt-

zen? Ändern Konzerne auf Druck von Konsumenten ihr Verhalten? Kann jeder Einzelne sich im Supermarkt als Klimaretter betätigen?

Einen unveränderlichen Status quo unserer gesellschaftlichen Verhältnisse kann es nicht geben: Dafür sorgen schon alleine die schwindenden Ressourcen, der Anstieg der Weltbevölkerung, die Alterung der Menschen, neue Bedürfnisse, der steigende Wettbewerb auf den Weltmärkten, die fortschreitende Zerstörung der Umwelt und die Konzentration des Einkommens in der Hand weniger Menschen. Unsere Art zu leben und zu wirtschaften steht deshalb über kurz oder lang vor einer großen Transformation, vergleichbar derjenigen vor zwei Jahrhunderten von der Agrar- zur Industriegesellschaft. Offen ist nur die Richtung dieser Transformation. Die entscheidende Frage ist: Wie können wir einen verantwortlichen Kapitalismus entwickeln und unsere Lebensgewohnheiten mit den vorhandenen Ressourcen auf eine nachhaltige Art und Weise in Übereinstimmung bringen – und können wir dies eher als bewusst agierender Konsument oder als politisch handelnder Bürger?

Prolog

Die Katastrophe in der bengalischen Stadt Savar katapultierte die Frage nach der Verantwortung für Produktionsbedingungen auf die globale Tagesordnung. Am 24. April 2013 stürzte binnen neunzig Sekunden der neunstöckige Gebäudekomplex *Rana Plaza* ein. Über 1100 Menschen starben, mehr als 2400 verletzten sich. Das schwerste Fabrikunglück in der Geschichte Bangladeschs war jedoch vorhersehbar gewesen. Der Besitzer hatte Auflagen umgangen, schlechtes Material verwendet und das Gebäude auf sumpfigem Gelände errichtet – die Behörden schauten tatenlos zu. Gerade einmal fünf Jahr hielt der Gebäudekomplex, dann brach er wie ein Kartenhaus in sich zusammen, weil er den Belastungen der tonnenschweren Dieseldieselektrogeneratoren nicht standhalten konnte, die regelmäßig im Gebäude angeworfen wurden, wenn wieder einmal der Strom ausfiel – wie am Unglückstag. Trotzdem hätte niemand sterben müssen. Vor dem Zusammensturz gab es ausreichend Alarmzeichen wie Risse in dem Gebäude, weswegen eine Bank ihre Filiale schloss und die Mitarbeiter nach Hause schickte. Anders reagierten die Verantwortlichen der fünf in dem Komplex untergebrachten Textilfabriken: Sie beorderten Tausende Beschäftigte an die Nähmaschinen. In den Trümmern lagen neben den Leichen auch hunderte Etikette, ob von *Joe Fresh*, *Primark*,

Benetton, Wal-Mart, Mascot, The Children's Place und KiK. Solche großen Modehäuser und Einzelhandelsketten sind die Verbindungsglieder zwischen den Fabriken im Süden und den Konsumenten im Norden. Deren Einkäufer vergeben immer mehr Aufträge nach Bangladesch, aktuell das führende Billiglohnland in Sachen Textilien. Daran hat auch die Katastrophe nichts geändert. In dem Monat nach dem Unglück stieg der Exportumsatz des Landes mit Textilien sogar noch an.

Wer der Geiz-ist-geil-Mentalität vieler Konsumenten und den Rendite-Erwartungen der Investoren gerecht werden will, vergibt gerne Aufträge in das Land mit seinen 160 Millionen Einwohnern. In Kambodscha beträgt der Mindestlohn für Textilarbeiter bereits das Doppelte, in Nicaragua, dem zweitärmsten Land der westlichen Hemisphäre, das Dreifache, und in China sogar bereits das Fünffache. Dagegen bekommen viele Näherinnen in Bangladesch für einen Monat Plackerei nur den Mindestlohn von 37 Dollar ausbezahlt – sie leben trotz Knochenarbeit in absoluter Armut. Deren Grenze zieht die Weltbank nämlich bei einem Einkommen von täglich 1,25 Dollar, was monatlich etwa 37 Dollar entspricht. Wer in absoluter Armut lebt, kann definitionsgemäß lebenswichtige Grundbedürfnisse nicht befriedigen, leidet unter schwerwiegenden Entbehrungen und kämpft permanent um sein Überleben.

Vier Millionen Menschen arbeiten in der Bekleidungsindustrie von Bangladesch, davon vier Fünftel Frauen. Sie nähen in 13- bis 16-Stunden-Schichten. Überstunden, Lohndumping und sexuelle Übergriffe sind an der Tagesordnung. Als Gegenargument gegen deutliche Lohnerhöhungen wird angeführt, dass dann internationale Firmen weniger Aufträge in das Land

vergeben könnten und es den Leuten folglich noch schlechter ginge. Das darf aber nicht als Entschuldigung dafür dienen, die Hände in den Schoß zu legen. Denn wahr ist auch, dass die Frauen meist keine andere Möglichkeit haben, als in solchen Fabriken zu nähen. Das ist jedoch kein Naturgesetz. Gäbe es weltweit strengere Mindeststandards für die Produktion, würden davon selbstverständlich auch die Beschäftigten in Bangladesch profitieren. Und wahr ist auch, dass die Konzerne anders kalkulieren und den Arbeitern mehr bezahlen könnten – sie haben den notwendigen Spielraum. Das zeigt ein Blick in die Bilanzen großer Modekonzerne: *Inditex*, der größte Textilhersteller der Welt, dem Marken wie *Zara*, *Masimo Dutti*, *Stradivarius* gehören, erzielte allein 2012 einen Nettogewinn von 2,4 Milliarden Euro, und bei *H&M*, einem seiner härtesten Rivalen, waren es 1,79 Milliarden Euro. Selbst bei dem Textildiscounter *Primark* beträgt der Gewinnanteil ungefähr ein Zehntel des Umsatzes. Die Modefirmen und der Handel müssten schätzungsweise nur etwa 25 Eurocent je Kleidungsstück mehr an Lohn einkalkulieren, damit eine Näherin in Bangladesch monatlich etwa 120 Dollar erhalten könnte, also den Lohn, den das Gewerkschaftsbündnis *Asia Floor Wage* für notwendig hält. Denn laut der NGO *Kampagne für Saubere Kleidung* betragen die Lohnkosten bei einer in Asien genähten Jeans für hundert Euro Ladenverkaufspreis gerade einmal ein Euro. Auf die Werbung entfallen 25 Euro und satte 50 Euro bekommt der Handel.

Weitere Unglücksfälle sind vorprogrammiert. Rund 240 000 industriell genutzte Gebäude gibt es allein rund um die bengalische Hauptstadt Dhaka. Jeder dritte Bau gilt als be-

sonders gefährdet und müsste eigentlich geschlossen werden. Dazu wird es jedoch nicht kommen, weil das bitterarme Land von der Textilindustrie abhängig ist. Bangladesch ist kein Einzelfall: Zu schweren Zwischenfällen kommt es regelmäßig auch an anderen Werkbänken des Südens. Dagegen gibt es in den Fabriken im Norden meist hohe Sicherheitsstandards, die zudem gewöhnlich penibel überwacht werden.

Die bengalischen Beschäftigten kämpften immer wieder für bessere Arbeitsbedingungen: Sie legten bei Streiks mehrfach hunderte Fabriken lahm, um einen besseren Schutz und einen höheren Mindestlohn durchzusetzen. Die Polizei ging regelmäßig mit Tränengas und Gewalt gegen protestierende Arbeiter vor. Auf dem Papier besteht zwar Gewerkschaftsfreiheit, in der Praxis gibt es aber große Hürden. Wer sich für die Rechte der Arbeiter einsetzt, werde von Behörden »schikaniert und eingeschüchtert«, heißt es bei der Menschenrechtsorganisation *Amnesty International*. Gewerkschafter riskieren sogar ihr Leben. So wie der ehemalige Textilarbeiter Aminul Islam, der schon einmal vom Geheimdienst wegen gewerkschaftlicher Aktivitäten verhört worden war, bevor er im April 2012 ermordet aufgefunden wurde, mit Folterspuren.

42 Prozent der Parlamentsabgeordneten besitzen eine Textilfabrik. Auch die Unglücksfabrik in Savar gehörte einem Politiker, der sich gute Chancen ausrechnete, bald einen Sitz im Parlament zu erlangen. Diese eng verwobene wirtschaftliche und politische Elite hat bislang fast jeden Fortschritt für die Beschäftigten abgeblockt. Die Lieferanten werden aber auch selbst von den Auftraggebern unter Druck gesetzt, beispielsweise indem bei der Abnahme Mängel reklamiert werden. Es

ist eine Abwärtsspirale. In diesem Umfeld können die Fabrikanten kaum höhere Preise durchsetzen. Schließlich ist die Karawane der Textilhersteller in den vergangenen Jahrzehnten schon oft weitergezogen, bald könnte ein Sprung nach Afrika anstehen.

Bangladesch ist nicht einmal die unterste Stufe der weltweiten Arbeitsteilung in der Textilindustrie. So vergab der ostwestfälische Modemacher *Gerry Weber* 2008 Aufträge nach Nordkorea, also in jene Bastion des Steinzeit-Kommunismus, wo Bürger regelmäßig bei geringsten Unbotmäßigkeiten in Arbeits- und Erziehungslager eingesperrt werden. Die Menschenrechtsorganisation *Amnesty International* spricht von »hunderttausenden mutmaßlichen Oppositionellen und Dissidenten«, die interniert sind. Noch 2011 verteidigte Vorstandschef Gerhard Weber die Entscheidung für die Produktion in Nordkorea in der Zeitschrift *Börse Online*: »Wenn in Nordkorea niemand mehr produzieren lassen würde, ginge es den Menschen dort noch schlechter.« Mittlerweile hat das Unternehmen einen Rückzieher gemacht und vergibt keine Aufträge mehr nach Nordkorea. Aus den nordkoreanischen Sonderwirtschaftszonen und abgeschotteten Arbeitslagern dringen – anders als aus Bangladesch – kaum Nachrichten bis zum westlichen Verbraucher.

Bislang gibt es meistens nur Placebo-Vereinbarungen in der Textilindustrie, in denen Auftraggeber ihre Order an Mindeststandards bei den Zulieferern knüpfen. Dass diese in der Praxis von den Subunternehmen nicht eingehalten werden und teilweise auch gar nicht eingehalten werden können, kümmert sie oft wenig. Als weitgehend wirkungslos dürfte

sich auch das von der Branche gefeierte neue Abkommen für Brandschutz und Gebäudetechnik entpuppen, welches nach dem Einsturz des *Rana Plaza* fast alle europäischen Modemarken und Textilhändler unterschrieben. Ein vernichtendes Urteil fällt die *Wirtschaftswoche*: »Vorläufig ist das Abkommen nicht mehr als ein breit angelegtes PR-Manöver: Dem temporär schockierten Verbraucher soll suggeriert werden, dass sich die Modelabel um die Sicherheit der Arbeiter kümmern.«

Die Verbraucher selbst reagierten kaum auf das Unglück, jedenfalls nicht messbar. Dabei haben Politiker, Kommentatoren und Aktivisten an Recht auf die Verantwortung der Konsumenten in den westlichen Abnehmerländern verwiesen, die 90 Prozent der Textilproduktion aus dem Land kaufen. Denn wer sich als Konsument umschaute, findet durchaus Kleidung, die er mit gutem Gewissen tragen kann. Allerdings gibt es diese Waren häufig nur in kleinen Boutiquen oder bei speziellen Onlineanbietern wie *Zündstoff* aus Freiburg oder dem *Bekleidungs syndikat* aus Hannover. Beide importieren auch direkt Waren von einer ungewöhnlichen Fabrik in Nicaragua. Am Rande der Hauptstadt Managua steht ein Gegenentwurf zu den Textilfabriken mit ihren Abermillionen Beschäftigten im Süden.

Dreißig Frauen und Männer arbeiten Hand in Hand: Eine schneidet mit Schablonen T-Shirt-Hälften aus einer blauen Baumwollbahn aus, eine andere näht mit einer Maschine die Vorder- und Rückseiten zusammen, eine dritte säumt die Nähte, ein weiterer Mitarbeiter näht die Etiketten ein. Sie scherzen, in einem Radio läuft Latino-Pop. Auf einem Ständer hängen T-Shirts mit Schriftzügen in diversen Sprachen: »Arm

trotz Arbeit«, »Amor, Amistad, Compañerismo« oder »Nicaragua«. In der Mittagspause sitzen einige Näherinnen im Schatten eines Baumes an einem Holztisch und plaudern. Die Fabrik gehört den Beschäftigten selbst. Sie haben ihr Logo auf die Mauer gepinselt, die Silhouette einer Frau, die eine Nähmaschine wie eine Trophäe über ihrem Kopf trägt.

1998 schlug der Hurrikan Mitch eine Schneise der Verwüstung in das mittelamerikanische Land. 4000 Menschen starben, einige Tausend wurden vermisst. Auch Teile der Textilindustrie wurden zerstört, viele Leute verloren ihre Jobs. Mit Hilfe des *Center for Development in Central America* bauten die Arbeiterinnen die Kooperative in einer Freihandelszone auf. Solche Areale richten Regierungen in vielen Entwicklungsländern eigentlich ein, um ausländische Konzerne mit Zoll- und Steuerprivilegien anzulocken. Neu war die Idee, dass von diesen Privilegien eine einheimische Genossenschaft profitieren sollte. Nach drei Jahren stand die Fabrik der Näherinnen-Kooperative *Nueva Vida*. Die ersten Waren nahm *Maggie's Organics* ab, eine amerikanische Firma, die seit ihrer Gründung 1992 auf faire und ökologische Produktion achtet.

»Wir haben alles selbst gemauert«, sagt die Mitgründerin Sulema Mena Garay. Und dann erzählt die 44-Jährige, während sie an einem Tisch mit einer Stoffschere Fadenreste von T-Shirts schneidet, wie sie heute im Plenum der Genossenschaft selbst über ihre Arbeitsbedingungen und ihren Lohn bestimmen: Sie zahlen sich monatlich umgerechnet 215 Dollar aus, knapp ein Drittel mehr als den gesetzlichen Mindestlohn, den Arbeiter hier in gewöhnlichen Fabriken erhalten. Auf 48 Stunden haben sie ihre wöchentliche Arbeitszeit festgesetzt,

Überstunden vergüten sie doppelt. Jeder hier in der Halle hat eine Krankenversicherung, bekommt Urlaubs- und Weihnachtsgeld. »Hier könnten mehr Leute arbeiten«, sagt Garay, während ihr Blick durch die Fabrikhalle schweift – sie ist halbleer.

Solche Produktionsbedingungen sind im Süden die Ausnahme, der Normalfall sieht anders aus: Hunderte Millionen Frauen, Männer und Kinder schufteten unter lebensgefährlichen Bedingungen, ob bei Zulieferern der Computerindustrie in Asien, in Quecksilber verseuchten Bergwerken in Afrika oder als Quasi-Leibeigene auf Plantagen in Lateinamerika. Dabei hat jeder Mensch das Recht auf gerechte und befriedigende Arbeitsbedingungen. So steht es schon in der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte aus dem Jahr 1948. Die weltweite Umsetzung dieser Forderung klingt in den Ohren der meisten Menschen unrealistisch, so wie die Forderung nach einer Abschaffung der Sklaverei im 18. Jahrhundert. Damals entstand jedoch eine Bewegung, die die Sklaverei beenden sollte. Die Aktivisten setzten bei ihrem Kampf erstmals auch die Macht ein, die jeder Einzelne als Konsument hat.

Von der Entdeckung der Verbrauchermacht

Aufrufe zu Konsumentenboykotten gibt es regelmäßig, ob gegen den Internethändler *Amazon* in Großbritannien, der dort trotz Milliardengewinnen kaum Steuern zahlt und seine Gewinne in legale Steueroasen lenkt, gegen den ehemaligen Handyhersteller *Nokia*, als der sein Werk in Bochum schloss, oder den Getränkekonzern *Coca Cola*. Aktivisten werfen dem Unternehmen vor, Menschenrechtsverletzungen gegen Mitarbeiter in Kolumbien zu ignorieren und für Umweltzerstörung in Indien mitverantwortlich zu sein.

Verbraucher in den Industrieländern halten viel von gezielter Kaufverweigerung, auch in Deutschland: 82 Prozent sehen im Boykott laut Umfrage ihr »wichtigstes Einflussmittel« auf das Wirtschaftsgeschehen. Und Konsumenten lassen ihren Worten auch öfter als früher Taten folgen und beteiligen sich an Boykotten. Vorreiter bei dieser Art Käufervotum sind aber immer noch die angelsächsischen Länder Großbritannien und USA, wo der politische Konsum auch Premiere hatte, beim Kampf gegen die Sklaverei. Der erste Verbraucherboykott der Weltgeschichte war zugleich auch der bedeutendste und in seiner Wirkung unübertroffen. In ihm ist alles enthalten, was wir auch heute oft bei Boykotten beobachten: schrullige Gestal-

ten, alternative Protestmilieus und die Mittel, mit denen Käuferstreiks organisiert werden.

Die Sklaverei war im 18. Jahrhundert ein globales Phänomen: Einer von vier Menschen lebte unfrei, ob als schwarzer oder weißer Sklave in der islamischen Welt oder auf den Plantagen jenseits des Atlantiks, als Kriegsgefangener und Schuldknecht in Afrika, als Leibeigener in Osteuropa oder Landarbeiter in Indien.

Die Wirtschaft fußte seit der Antike auf der Zwangsarbeit, die in den Augen der Herrschenden als notwendig und legitim galt. »Die Menschheit ist zweigeteilt: in Herren und Sklaven«, bemerkte der griechische Philosoph Aristoteles im vierten Jahrhundert vor Christus. Mehr als zwei Jahrtausende später, 1763, erklärte der schottische Nationalökonom und Moralphilosoph Adam Smith, ein in vielen Dingen progressiv denkender Kopf, fast schon resignierend: Die Sklaverei »ist seit dem Beginn der Gesellschaft überall anzutreffen, und die Liebe zu Herrschaft und Autorität über andere Menschen wird sie wahrscheinlich unvergänglich machen.« Smith war aus ethischer Überzeugung gegen die Sklaverei, für ihn sprachen aber auch handfeste ökonomische Gründe dafür, sie abzuschaffen: Sklaven seien bei der Arbeit weniger motiviert und erfindetisch als freie Arbeiter, schreibt er in seinem Hauptwerk, *Wohlstand der Nationen*.

Die meisten Zeitgenossen hielten Sklaverei dagegen für unverzichtbar für das Wirtschaftssystem. Ein Sklave war rechtlich betrachtet ein Gegenstand, so wie ein Pflug oder ein Stuhl. Wer einen Sklaven besaß, durfte ihn ausbeuten, verprügeln, verkaufen, vergewaltigen und umbringen – alles ungestraft.

Nur wenige ließen ihre Sklaven frei oder kauften gar welche, um ihnen die Freiheit zu schenken. Wer sich für das Ende der Sklaverei einsetzte, galt als ein Spinner.

Quäker gingen als erste gesellschaftliche Gruppe gegen die Sklaverei vor, also Mitglieder jener Religionsgemeinschaft, die der Handwerker George Fox im 17. Jahrhundert in England gegründet hatte. Sie lehnten aus Gewissensgründen jede Form der Gewalt ab, weswegen sie den Kriegsdienst verweigerten und gegen die Sklaverei votierten. Quäker waren wegen ihres Glaubens selbst oft drangsaliert und eingesperrt worden. Allein Fox wurde acht Mal ins Gefängnis gesteckt. Viele wanderten deswegen in die nordamerikanischen Kolonien aus, wo sie zumindest in einigen Gebieten wie dem Gebiet der heutigen Bundesstaaten Pennsylvania und Delaware ungestört ihren Glauben praktizieren konnten. Aus diesem Milieu stammt ein Großteil der Pioniere des politischen Konsums.

Als John Woolman 1720 geboren wird, gab es einige hunderttausend Sklaven in Amerika. Nachschub holten Sklavenhändler aus Afrika. Woolmann, der Schneider war, wollte auf keinen Fall von der Ungerechtigkeit der Sklaverei profitieren. Er verzichtete deswegen auf den Kauf von Produkten, die teilweise oder ganz von Sklaven hergestellt wurden, ob Silberbesteck, gefärbte Kleidung aus Baumwollstoffen oder Zucker. »Immer wieder musste ich eindrucklich an die Unterdrückung der Sklaven denken, die ich gesehen habe. Angesichts dessen lehne ich es seit einigen Jahren ab, meinen Gaumen mit diesem Zucker zu verwöhnen. Ich will meinen Brüdern bei diesen Dingen keine Vorschriften machen, aber ich bin der Überzeugung, dass der demütige Christ sich ernsthafter mit der Frage

beschäftigen sollte, unter welch beklagenswerten Bedingungen Menschen die Produkte unseres Handels und häufigen Gebrauchs ernten«, schrieb Woolman in dem Journal *New Jersey Friend*. Um andere für sein Anliegen zu gewinnen, unternahm er auch ausgedehnte Vortragsreisen in den Kolonien, seine letzte führte ihn 1772 jedoch ins Mutterland England. Hier gab es eine starke Sklavenlobby und eine Verquickung wirtschaftlicher und politischer Interessen der Mächtigen – ganz wie heute in Bangladesch in der Textilwirtschaft.

Der Londoner Bürgermeister besaß Plantagen mit Sklaven, genauso wie diverse Abgeordnete im Oberhaus oder in den lokalen Parlamenten von Liverpool oder Bristol, den beiden englischen Städten mit den wichtigsten Häfen für den Sklavenhandel. Selbst der *Church of England* gehörten Farmen und Sklaven in Übersee, und deren Mission unterhielt Plantagen auf Barbados. Mit heißen Eisen wurde Sklaven der Schriftzug »Society« in die Brust eingebrannt. Die Sklaverei unterstützten breite Teile der gewöhnlichen Bevölkerung: Schließlich erlebte England dank der Einnahmen aus dem westindischen Zuckeranbau einen Wirtschaftsboom, die Zollabgaben auf Zucker waren einer der wichtigsten Posten im Staatshaushalt und der Lebensunterhalt tausender Händler, Seeleute und Schiffbauer hing ganz oder teilweise vom Sklavenhandel und Zuckeranbau ab. Viele Bürger profitierten vom Status quo und sperrten sich gegen Veränderungen, zumal große Teile der Elite ihnen deutlich vor Augen führten: Ohne Sklavenhandel werde die Wirtschaft des Königreichs kollabieren.

Als gesellschaftliche Außenseiter blitzten die schrulligen Quäker mit ihrer Forderung nach einem Ende der Sklaverei