

# Könige aller Länder...

G. 9.08 RA

Der Kunde ist König. Wie oft habe ich das schon gehört? Aber die Wiederholung macht diese Aussage nicht verkehrt. Also lasse ich mir die Krone aufsetzen und merke: Das stimmt. Ich bin nicht eine geschminkte und geschnürte, dennoch ohnmächtige Königliche Hoheit, von der die bunten Blätter leben, ich habe Macht. Die Unternehmer sind abhängig von mir und von den anderen Kunden, die ja auch Könige sind oder Königinnen. Wenn wir Kunden nicht kaufen, machen die Unternehmer pleite. Unternehmer können ihre Arbeiter entlassen, aber nicht ihre Kunden. Kunden können zur Macht des Kapitals eine Gegenmacht entwickeln. Damit das nicht passiert, werden die Könige durch verlockende Unterhaltung abgelenkt. So hat die Wirtschaft 2006 allein in

Deutschland 29 Milliarden Euro für die Werbung ausgegeben. Soviel sind wir Kunden der Wirtschaft wert, damit wir nicht auf den Gedanken kommen, irgendein Produkt nicht zu kaufen. Nichts fürchten die Unternehmer mehr als den Boykott eines ihrer Produkte.

Dafür zwei Beispiele: Wenn Sie in ihrem Laden fragen, woher die vielen schönen Blumen kommen, sagt man Ihnen „aus Holland“. Das kann stimmen, aber woher kommen sie nach Holland? Denn so viele Blumen, wie sie bei uns angeboten werden, können in Holland nicht wachsen. Die meisten Blumen, die über Holland uns erreichen, kommen aus Kolumbien. Auf riesig großen Blumenfeldern arbeiten dort zigtausende Mädchen und junge Frauen. Schöne

Arbeit, möchte man meinen. Aber damit die Blumen schnell blühen und nicht verkommen, werden die jungen Damen gezwungen, Chemikalien einzusetzen, die ihre Haut und Atemwege in wenigen Jahren ver-

## GEDANKEN ZUM WOCHENENDE

brennen. Vor einiger Zeit war die Gesundheitsgefährdung noch böser. Da drohte die Aktion „Brot für die Welt“, in Deutschland deswegen zu einer Blumenkaufenthaltung aufzurufen. Die Blumenindustrie in Kolumbien hatte verstanden: Wenn in Deutschland nur eine Million Menschen eine Woche keine Blumen kaufen, wird der Blumenmarkt zum Friedhof. Also hat man auf die gefährlichsten Pestizide zunächst verzichtet. Ein Teilerfolg! Die Unesco

machte bekannt, dass im vergangenen Jahr 246 Millionen Kinder für ihren Lebensunterhalt oder den ihrer Eltern arbeiten mussten. Viele dieser Kinder arbeiteten für Hungerlöhne in der Teppichindustrie Indiens oder Pakistans.

Die Aktion „Brot für die Welt“ hat es geschafft, dass auf deutschen Märkten Teppiche, die ohne Kinderarbeit geknüpft werden, ein erkennbares Siegel tragen. Die Kinderarbeit in Indien und Pakistan ging spürbar zurück. „Brot für die Welt“ hat bisher nur gedroht, noch nie zu einem Boykott aufgerufen, aber man weiß dort: Die Kaufkraft ist eine Kraft, die etwas verändern kann. Kunden hört die Signale! In Deutschland gibt es zurzeit 16 000 Biobauernhöfe, auf denen etwa 30 000 Menschen ar-

beiten. Im nächsten Jahr wird die Zahl größer sein, denn immer mehr Kunden kaufen Bio-Produkte. Diese Produkte sind zwar nicht „saubillig“ aber gesünder. Das gilt auch für den fairen Handel mit Kaffee, Kakao und Südfrüchten.

Wir Kunden werden seit Monaten mit einer Losung gereizt, die da sagt „Geiz ist geil“. In der Bibel steht, dass Geiz eine sehr schlimme Neigung ist. Geiz gehört zu den Todsünden. Gottes Wort rät, den Geiz zu überwinden und das Geld menschenfreundlich auszugeben. Einkaufen kann so zu einer Entscheidung für weniger Gift und mehr Gerechtigkeit werden. Könige aller Länder denkt darüber nach! ■ **Werner Liedtke**

\*

*Werner Liedtke ist evangelischer Pfarrer im Ruhestand in Oranienburg.*