

GlobalShopping

Ein globalisierungskritischer Stadtrundgang



Inhalt

| | |
|---|----|
| GlobalShopping | 3 |
| Die Reise einer Jeans..... | 6 |
| Teure Energie..... | 14 |
| McDonald's in der Kritik..... | 25 |
| Nicht die Bohne..... | 33 |
| Warum verbindet mein Handy Düsseldorf mit dem Kongo?..... | 41 |
| Attac: Eine andere Welt ist möglich..... | 49 |
| Mitglied werden..... | 51 |
| Karte..... | 52 |

Herausgegeben von Attac Düsseldorf

Die einzelnen Texte entstanden in einem gemeinsamen Projekt der AG Lokal – Global und Noya, dem Netzwerk junger Altermondialisten in Attac.

Sommer 2009

GlobalShopping

– Warum ein globalisierungskritischer Stadtrundgang?

Discover Düsseldorf: The joy of shopping¹, mit diesem Motto wirbt die Landeshauptstadt Düsseldorf auf ihrer Homepage um internationale Einkaufstouristen. Die Exklusivität der Kö wird ebenso gepriesen („The most exclusive kilometre in Germany“) wie die Modernität der Boutiquen in der Altstadt: „Avantgarde shops with curiosities and the very latest fashion“. Es scheint für viele Menschen inzwischen nichts außergewöhnliches mehr zu sein, zum Einkaufen um die halbe Welt zu fliegen. Gleichzeitig haben wir uns daran gewöhnt, überall wohin wir reisen, dieselben Warensortimente vorzufinden. Die Welt scheint zur globalen Stadt geworden zu sein.

Die glitzernde Welt des Konsums hat ihre angenehmen Seiten, die wir zu schätzen gelernt haben. Wir können fast das ganze Jahr über nahezu alle uns bekannten Waren verfügen, sofern wir das nötige Geld haben. Gleichzeitig zeigt ein Blick hinter die Kulissen der Warenwelt weniger angenehme Aspekte der global organisierten Warenproduktion: So ist beispielsweise der Kaffee in unseren Breiten deshalb so billig zu haben, weil die Bäuerinnen und Bauern in den Ländern der sogenannten 3. Welt für Hungerlöhne schufteten müssen.

„Unter Globalisierung“, so kann man in der Online-Enzyklopädie Wikipedia nachlesen, verstehe man „den Prozess der zunehmenden internationalen Verflechtung in allen Bereichen (Wirtschaft, Politik, Kultur, Umwelt, Kommunikation etc.). Diese Intensivierung der globalen Beziehungen geschieht auf der Ebene von Individuen, Gesellschaften, Institutionen und Staaten.“² Die weltweite Verflechtung wirtschaftlicher Beziehungen ist ein Prozess, den es seit Jahr-

¹ <http://www.duesseldorf.de/eng/tourism/discover/einkaufen/index.shtml>, Stand: 16.07.2009.

² <http://de.wikipedia.org/wiki/Globalisierung>, Stand: 16.07.2009.

hundertern gibt; es ist aber auch ein Prozess, der in den letzten Jahrzehnten an Dynamik gewonnen hat. Diese Entwicklung geht damit einher, dass immer mehr Bereiche des täglichen Lebens dem „Markt“ unterworfen werden.

- Kapitalistische Globalisierung bedeutet, dass in den Ländern der so genannten dritten Welt Bauernfamilien, die vordem in erster Linie als Selbstversorger gewirtschaftet haben, zur Produktion für den Weltmarkt gezwungen werden. Folge: Ihr Überleben ist von der Entwicklung der Preise für ihre Waren auf dem Weltmarkt abhängig.
- Kapitalistische Globalisierung bedeutet, dass in den Ländern, die in den letzten zwei Jahrzehnten in den Weltmarkt integriert wurden (Teile Osteuropas und China), teilweise Arbeitsbedingungen herrschen, die mit denen im Europa des 19. Jahrhunderts vergleichbar sind.
- Kapitalistische Globalisierung bedeutet, dass in den führenden Industriestaaten Löhne gesenkt, Sozialleistungen abgebaut und öffentliches Eigentum privatisiert werden.

Um etwas über die Arbeitsbedingungen und die ökologischen Folgen globaler Produktion- und Vertriebsnetzwerke zu erfahren, müssen Sie sich weder auf die Reise in ferne Länder machen, noch sich wochenlang in eine Bibliothek einschließen.

Wir laden Sie ein, mit uns einen kleinen globalisierungskritischen Stadtrundgang durch Düsseldorf zu machen.

- Unter welchen Bedingungen wurde meine Jeans produziert, Was geschieht mit der Jeans in der Altkleidersammlung und welche Umweltschäden hat sie verursacht?
- Welche Folgen hat die Privatisierung der Energieversorgung, speziell der Verkauf der Düsseldorfer Stadtwerke?
- Warum kritisieren wir McDonald's?

- Warum bleibt den Bauernfamilien in Brasilien so wenig vom Preis, den wir für den Kaffee bezahlen?
- Was hat der Kauf eines Handys mit dem Bürgerkrieg im Kongo zu tun und welche Rolle spielt dabei der in Düsseldorf ansässige Global Player Metro?

Dies sind nur einige der Fragen, denen wir auf unserem Weg durch die Düsseldorfer Innenstadt, vorbei an vielen Geschäften, nachgehen wollen.

Die Reise einer Jeans



„Über den Verbleib des größten Teils der umsonst abgegebenen Altkleider entscheidet nicht Bedürftigkeit, sondern die Frage, wer am meisten zahlt. Gute Ware geht an europäische Secondhand-Läden, zweite Wahl nach Osteuropa, schlechtere Ware nach Afrika.“ (Friedel Hütz-Adam, SÜDWIND-Institut)

Wenn wir eine Jeans kaufen wollen, denken wir über viele Dinge wie selbstverständlich nach. Wir fragen uns, ob sie uns passt und uns steht. Vielleicht haben wir auch eine bestimmte Marke im Kopf. Oder wir fragen uns, ob sie nicht eigentlich zu teuer ist. Im Folgenden soll es darum gehen die Fragen zu behandeln, über die wir uns in der Regel keine Gedanken machen.

Woher kommt meine Jeans?

Es ist uns nicht bewusst, dass wir ein Kleidungsstück erwerben, das eine lange Reise über viele Stationen hinter sich und wahrscheinlich auch noch vor sich hat. Es handelt sich um eine Reise von 50.000 bis 60.000 km, und ein mögliches Szenario könnte so aussehen:

Der Rohstoff Baumwolle für unsere Jeans wird auf Großplantagen in Usbekistan angebaut. Dabei wird viel Wasser benötigt, das den Zuflüssen des Aralsees entnommen wird. Der Aralsee ist deshalb mittlerweile zu großen Teilen verlandet und Fischfang nicht mehr möglich. Um die Produktionsmengen zu steigern, kommen große Mengen von chemischen Düngemitteln und Pestiziden zum Einsatz, deren Rückstände bis zu 30 Prozent des Gewichts der Rohstoffballen betragen. Die Rohbaumwolle wird dann für eine erste Weiterverarbeitung zu Garn in die Türkei geschickt. Von dort aus geht es weiter zum Färben und Nähen nach China, im Auftrag einer großen amerikanischen oder europäischen Firma.

Die fertige Jeans wird anschließend auf Schiffen nach Deutschland transportiert und weiter per Lkw zu uns nach Düsseldorf in die Kaufhäuser.

Was geschieht mit der Jeans in der Altkleidersammlung?

Sobald die Jeans nicht mehr unseren Vorstellungen von Mode entspricht, bringen wir sie mit gutem Gewissen zu einem Container für Altkleider. Auch wenn wir dabei darauf achten, dass der Container das Logo einer Hilfsorganisation trägt, wird unsere Jeans

in der Regel dennoch kommerziell verwertet. Die Caritas, das Rote Kreuz und viele weitere Organisationen vermieten ihr Logo direkt an kommerzielle Sammler oder kassieren eine Gebühr für die Bereitstellung von Behältern. Diese kommerziellen Sammler verfügen über gute Kontakte ins europäische Ausland. Sie erhalten allein in Deutschland 600.000 Tonnen Altkleider jährlich, kostenlos und meist in gutem Zustand – weil die Bürger eben etwas „Gutes“ tun möchten. In Deutschland und Polen werden die Altkleider in großen Fabrikhallen nach Farbe, Qualität, Material und Größe sortiert. Anschließend werden sie desinfiziert und zu Ballen gepresst. Ein Teil der Ballen wird nach Russland und Polen verkauft, ein anderer über Deutschland und Österreich nach Neapel transportiert. Hier kauft sie ein Zwischenhändler, welcher sie an verschiedene Orte weltweit verschifft. Als Einfallstor für den afrikanischen Altkleiderhandel gilt Daressalam in Tansania. Großhändler kaufen und lagern dort Altkleiderballen in den stillgelegten Baumwollspinnereien am Hafen. Von dort aus wird die Ware auf den Dächern von Bussen, mit Taxen, Karren und Fahrrädern in ganz Afrika verteilt – oft auch durch Straßenhändler, die den Großhändlern einige Kleider abgekauft haben.

Die Spender der Kleider glauben, sie hätten lediglich mit Wohltätigkeitsorganisationen zu tun, doch in Wirklichkeit ist der Altkleiderhandel ein millionenschweres Geschäft. Die UNO-Handelsorganisation UNCTAD sorgt sich wegen der Gefahren für die Überreste der lokalen afrikanischen Textilindustrie durch den Import billiger Gebrauchtkleider. Allerdings würde diese selbst durch ein Verbot mit dem Handel von Altkleidung nicht vor Billigprodukten aus China geschützt – die Märkte sind eben offen. In Daressalam ist kein Großhändler Afrikaner, denn nur Inder und Araber verfügen über ausreichend Kapital und weltweite Kontakte. Afrikanische Arbeitsplätze hängen einzig am direkten Verkauf der Kleidung.

Unter welchen Bedingungen wurde meine Jeans produziert?

Die Fabriken, in denen die Menschen arbeiten, stehen in so genannten Sonderwirtschaftszonen – auch Freihandelszonen, Zollzonen oder Maquiladoras genannt. Davon gibt es ca. 3.000 in 116 Ländern, verteilt auf Südost-Asien, die Gemeinschaft Unabhängiger Staaten (GUS) sowie Mittel- und Südamerika. Die ersten Sonderwirtschaftszonen wurden Anfang der 70er Jahre auf Initiative der Industriestaaten gegründet. Man versprach den verschuldeten Entwicklungsländern, dass ihnen Sonderwirtschaftszonen den erhofften Wirtschaftsaufschwung bringen würden.

Natürlich sicherten sich die Industrieländer im Gegenzug auch einige Vorteile: Die Betriebe in den Sonderwirtschaftszonen zahlen (1) wenig oder keine Gewerbesteuer, sie haben (2) garantierte Zollfreiheit auf alle Importe (Rohstoffe) und Exporte (ihre Produkte). Die Infrastruktur in den Sonderwirtschaftszonen wird (3) von den einheimischen Regierungen bereit gestellt. (4) Niedrigpreise für Strom und Wasser sind garantiert. In den neu eingeführten Sonderwirtschaftszonen wurden (5) Arbeitsrechtliche Bestimmungen – soweit vorhanden – außer Kraft gesetzt, d.h. dass sich ArbeiterInnen in den Sonderwirtschaftszonen in der Regel nicht gewerkschaftlich organisieren dürfen.

Die Arbeitsbedingungen in den Sonderwirtschaftszonen sind meist nicht anders als katastrophal zu bezeichnen. Die Löhne sind gering und sichern oft nicht einmal das Existenzminimum ab, und das obwohl in den Fabriken 60- bis 80-Stundenwochen die Regel sind. Es werden keine festen Arbeitsverträge vergeben. Die ArbeiterInnen sind permanent von Kündigungen bedroht, etwa wenn Aufträge ausbleiben oder sie gegen ihre schlechten Arbeitsbedingungen protestieren möchten. Die Sicherheitsvorschriften werden in den Fabriken nur selten eingehalten.

All diese Missstände wirken sich aber nicht gleichmäßig auf die Beschäftigten aus. Die Hauptlast tragen Frauen. Über 80 Prozent der Beschäftigten in Textilfabriken sind Frauen, meist unter 25 Jahren. Viele beginnen als Helferinnen im Alter von 12-15 Jahren und erhalten ab dem sechzehnten Lebensjahr eine Arbeit als Näherin auf der untersten Hierarchiestufe. Dies ist kein Zufall, sondern Kalkül. Junge Frauen, meist ohne Schulabschluss, sind auf Grund ihrer wirtschaftlichen Situation gezwungen die schlecht bezahlte und unsichere Arbeit in der Textilindustrie anzunehmen. Und sie werden gerne eingestellt, weil sie auf Grund kultureller und ökonomischer Einschränkungen weit weniger bereit sind an Streiks und anderen Protestaktionen teilzunehmen.

Die ohnehin skandalösen Arbeitsbedingungen in den Textilfabriken sind für die dort beschäftigten Frauen noch unerträglicher als für die männlichen Arbeiter. Arbeiterinnen verdienen weniger als ihre männlichen Kollegen, sie werden nicht selten sexuell belästigt, ihre Toilettenbesuche werden kontrolliert und eingeschränkt und selbst hochschwangere Frauen müssen bis spät in den Abend arbeiten oder sogar Nachtschichten einlegen.

Durch die Möglichkeit, in den Sonderwirtschaftszonen so gewinnbringend und von allen arbeits- und umweltrechtlichen Bestimmungen entlastet zu produzieren, verlagerten immer mehr amerikanische und europäische Firmen ihre Produktionsstätten in diese Gebiete. Heute werden 90 Prozent der Kleidung, die in Deutschland verkauft und getragen wird, dort produziert. Karstadt, H&M, Adidas, Nike, Quelle, C&A, sie alle haben nur noch ihren Hauptfirmensitz, ihre Marketing-Abteilungen und das Designer-Büro im Mutterland.

Nur bei wenigen Ländern wie Taiwan, Südkorea, Mauritius und China zeigten sich die erhofften wirtschaftlichen Entwicklungsschübe durch die Sonderwirtschaftszonen, aber in den meisten anderen Ländern blieb eine Verbindung zu den lokalen Märkten aus, und es profitierten nur einige einheimische Unternehmer. Außerdem entstand durch die massenhafte Verbreitung von

Sonderwirtschaftszonen eine starke Konkurrenz zwischen den Entwicklungsländern. Heute stehen sie in einem Wettstreit darum, wer den westlichen Firmen die „günstigsten“ Produktionsbedingungen anbieten kann.

Welche Umweltschäden verursacht meine Jeans?

Die langen Transportwege von der Rohstoffproduktion über die Fertigung bis zum Verkauf und der Endstation auf den afrikanischen Gebrauchtmärkten verbrauchen viel Energie und produzieren jede Menge Schadstoffe. In noch stärkerem Maße wird jedoch die Umwelt durch den Anbau und die Verarbeitung der Baumwolle für unsere Jeans belastet. Ein Kleidungsstück, das laut Etikett aus 100 Prozent Baumwolle besteht, enthält in Wirklichkeit bis zu 30 Prozent chemische Zusätze.

Für den Baumwollanbau wird sehr viel Wasser benötigt. Um ein Kilogramm Baumwollfasern ernten zu können, werden ca. 18 Tonnen Wasser verbraucht. Etwa drei Viertel der Gebiete, in denen Baumwolle angebaut wird, verfügen nicht über ausreichend Niederschlag und müssen daher künstlich bewässert werden. Ein erschreckendes Beispiel für die durch den Baumwollanbau verursachten Umweltschäden ist die Wüstenbildung und die Versalzung der Böden in Usbekistan. Die Gewässer, die den Aralsee speisen, wurden seit den 1960er Jahren intensiv für die Bewässerung der Baumwollfelder verwendet, sodass die Wasseroberfläche des Aralsees heute nur mehr 25 Prozent der ursprünglichen Ausdehnung entspricht. Für die dortige Bevölkerung sind die Wasservorräte des Aralsees eine wichtige Lebensgrundlage, entsprechend gravierend sind die Auswirkungen auf ihre Lebensverhältnisse.

Bedacht werden muss zudem, dass mittlerweile mehr als 40 Prozent der Baumwolle für unsere Jeans aus gentechnisch veränderten Pflanzen gewonnen wird und es immer schwieriger wird, konventionelle oder biologische Baumwolle ohne Verunreinigung mit gentechnischem Material zu beziehen.

Was kann ich tun?

Zwar ist das Angebot von biologischer und fair gehandelter Kleidung nicht so groß wie beispielsweise bei Lebensmitteln, dennoch machen sich derzeit viele kleine Anbieter auf den Weg und bieten Kleidung an, bei deren Herstellung bessere Arbeitsbedingungen herrschen und die Umweltschäden in Grenzen gehalten werden.

Abgesehen von bewussten Kaufentscheidungen können wir unseren Protest direkt an große Markenfirmen und Einzelhandelsketten richten. Die „Kampagne für Saubere Kleidung“ hat dies bereits mehrfach erfolgreich unter Beweis gestellt. Auf ihrer Internetseite (siehe: Quellen) finden sich viele Angebote, um selbst aktiv werden zu können. So können über die Seite beispielsweise Protestpostkarten und so genannte Kundenkarten bezogen werden. Mit den Kundenkarten kann man beim Einkauf die Filialleitung wissen lassen, dass man sich für fair gehandelte Kleidung interessiert und die derzeitigen Arbeitsverhältnisse in der Textilindustrie nicht weiter hinnehmen möchte.

Ob der Kauf von Kleidung aus zweiter Hand eine Alternative zur konventionell hergestellten neuen Kleidung darstellt, muss diskutiert werden. Zwar wird durch das längere Tragen von Kleidung die Umweltbelastung verringert und man nimmt nicht mehr direkt an dem Prozess der Ausbeutung teil, doch die Länder, in denen unsere Kleidung hergestellt wird, würden gänzlich vom Wertschöpfungsprozess ausgeschlossen. Es wird daher auch von verschiedenen Organisationen ein Boykott von bestimmten Markenfirmen oder Einzelhandelsketten verneint, weil die Leidtragenden letztlich vor allem die Arbeiterinnen und Arbeiter selbst wären.

| Quellen und weitere Informationen | |
|---|---|
| http://www.sauberekleidung.de | Auf der Seite der Kampagne für saubere Kleidung finden sich viele Hintergrundberichte und Studien als PDF-Datei, sowie Anregungen zu Protestaktionen. |
| http://www.cleanclothes.org | Auf der internationalen Seite finden sich weitere Publikationen zum Thema. Meist in englischer Sprache. |
| http://www.nabu.de/themen/genetechnik | NABU informiert auf seiner Internetseite über die Umweltschäden durch gentechnisch veränderte Baumwolle und ihren Alternativen. |

Teure Energie



„Das Grünfärben spielt bei EnBW eine wichtige strategische Rolle: Das Öko-Image wird aufgebaut, um Zugeständnisse und Finanzspritzen des Staates für den ohnehin notwendigen Umbau des Unternehmens zu erhalten.“ (Ulrich Müller von Lobby Control)

Durch die Liberalisierung des Energiesektors ist Strom zu einem Konsumgegenstand geworden, vergleichbar mit anderen Artikeln, die wir täglich im Supermarkt kaufen. Deshalb gehört Strom konsequenterweise auch auf unsere Einkaufsliste, deren Inhalte wir kritisch beleuchten wollen. Beim Energiesektor handelt es sich heute zudem um einen Wachstumsmarkt, der wenigen Konzernen riesige Gewinnspannen ermöglicht. Steigende Kosten für Benzin, Strom und Gas haben die Abhängigkeit von den Energiekonzernen ins Bewusstsein gerückt. Denn obwohl von Seiten der Politik Strompreissenkungen für die VerbraucherInnen aufgrund der Öffnung des Binnenmarkts versprochen worden sind, sind die Strompreise seit der Liberalisierung der nationalen Strommärkte 1998 erheblich gestiegen.

Warum ist der Strom so teuer?

Fragt man, warum die Strompreise in den letzten Jahren so rasant gestiegen sind, so werden von Seiten der Konzerne in der Regel vier vermeintliche Ursachen genannt: Hohe Steuern, steigende Rohstoffpreise auf dem Weltmarkt, Kosten für den Klimaschutz und die Abhängigkeit von den Preisen an der europäischen Strombörse in Leipzig. Dazu ist zu sagen:

- **Die Steuern sind nicht gestiegen.** Richtig ist, dass der Strompreis tatsächlich zu 40 Prozent aus Steuern und Abgaben besteht. Gerade in den letzten Jahren, in denen die Preise mächtig kletterten, sind diese aber gar nicht gestiegen. Und so wird das Argument zum Eigentor: Wenn nämlich die Herstellungskosten nur 30 Prozent des Strompreises ausmachen, und die restlichen Kosten sowie Steuern und Abgaben konstant bleiben, dann müsste jede Erhöhung des Gesamtstrompreises um 10 Prozent bedeuten, dass die Herstellungskosten um ein Drittel gestiegen wären. Dafür gibt es aber kaum glaubwürdige Gründe, wie sich im Folgenden zeigt.

- **Strom wird hierzulande meist ohne Rohstoffimporte erzeugt.** Es stimmt: Seit einigen Jahren steigen die Weltmarktpreise für Kohle, Öl und Gas kontinuierlich. Der Preis für Steinkohle hat sich zwischen 2000 und 2007 knapp verdoppelt. Ein genauer Blick auf den deutschen Strommix offenbart allerdings: Nur ein Drittel des Deutschen Stroms wird mit Hilfe von Importprodukten erzeugt. Die restlichen zwei Drittel haben nichts mit den steigenden Weltmarktpreisen zu tun. Es ist daher sehr unwahrscheinlich, dass die Weltmarktpreise dermaßen durchschlagen.
- **Nicht Klimaschutz sondern Emissionshandel erzeugt hohe Preise.** Richtig ist, dass wegen des EEG (Erneuerbare-Energien-Gesetz) in jeder Stromrechnung auch ein wenig Umweltschutz steckt. Energieversorger sind verpflichtet, Ökostrom zu einem Mindestpreis abzunehmen. Nach Angaben des Verbandes der Elektrizitätswirtschaft lag der Anteil dieser EEG-Umlage am Brutto-Strompreis 2006 allerdings bei sagenhaften 4 Prozent - ein schlechtes Argument, um die steigenden Strompreise zu erklären.

Viel überzeugender ist da ein Blick auf den Emissionshandel: Seit 2005 brauchen Energieerzeuger für den CO₂-Ausstoß Emissionszertifikate. Obwohl diese zumindest bis 2012 kostenlos vergeben werden, werden sie auf den Strompreis aufgeschlagen. Das Argument der Konzerne: Sie könnten diese Zertifikate theoretisch ja an der Emissionsbörse verkaufen - und kompensieren diese entgangenen virtuellen Einnahmen durch höhere Strompreise. Nach Berechnungen des WWF können die Stromkonzerne von 2005 bis 2012 auf diese Weise circa 31 bis 64 Milliarden Euro an so genannte "Windfall-Profits" einstreichen, denen keine Leistung außer erfolgreicher Lobbytätigkeit zu Grunde liegt.

- **Nur 15 Prozent des Stroms werden an der deutschen Strombörse gehandelt.** Es stimmt: An der deutschen Strombörse wird ein Strompreis ausgehandelt. Allerdings werden dort nur etwa 15 Prozent des Stroms gehandelt. Der Rest wird direkt oder langfristig vermarktet und unterliegt damit nicht diesem Wettbewerbspreis. Außerdem ist zu befürchten, dass die vier großen Energie-

konzerne, die 80 Prozent der Stromerzeugung auf sich vereinen, das Angebot künstlich verknappen und so die Preise in die Höhe treiben. Wettbewerb sieht anders aus. Im Gegenteil: Der deutsche Strommarkt hat sich seit der Liberalisierung 1998 massiv konzentriert. Mehr als 70 Prozent der Stromnetze befinden sich unter der Kontrolle der großen vier Energiekonzerne RWE, E.ON, Vattenfall Europe und EnBW. So machen die Netznutzungsentgelte etwa 30 Prozent des Strompreises für Haushalte aus. Erlös: Jährlich circa 20 bis 22 Milliarden Euro. Denen stehen (viel zu geringe) Neuinvestitionen in Höhe von 3 Milliarden Euro gegenüber.

Der wahre Grund: Die Marktmacht der vier großen Konzerne

Das zeigt: Der wahre Grund für die hohen Strompreise sind weder Umweltschutz, noch Weltmarktpreis, noch Wettbewerb, sondern die immensen Profite der Stromkonzerne. Es besteht ein deutlicher Zusammenhang zwischen den steigenden Strompreisen und den Rekordgewinnen der vier großen Stromkonzernen.

Sicher ist ein hoher Strompreis nichts Schlechtes, z.B. wenn es eine soziale Grundversorgung gibt und der Preis erst mit höherem Verbrauch steigt, so dass ein Anreiz zum Energiesparen gesetzt und der Umbau hin zu erneuerbaren Energien finanziert wird. Aber unsoziale Strompreise nur für Konzernprofite?

Warum können vier Stromanbieter in Deutschland die Preise bestimmen?

Die wirtschaftliche Macht der Energiekonzerne

Die großen Stromkonzerne RWE, E.ON, Vattenfall Europe und EnBW haben sich in Deutschland den Markt nach Regionen aufgeteilt und besitzen in ihren Revieren eine große Marktmacht. Sie sind im Besitz der großen (Atom-)Kraftwerke, Braunkohlevorkommen und kontrollieren die Netze, über die der Strom von den Kraftwerken zu den Haushalten transportiert wird. Das diese Marktmacht für Extragewinne genutzt wird, versteht sich von selbst.

Auf die Nutzung der Hochspannungsnetze entfällt ca. ein Drittel des Strompreises. Die vier großen Stromanbieter sind im Besitz dieser Netze. RWE, E.ON, Vattenfall Europe und EnBW kontrollieren aber auch die Niedrigstromnetze, die für den Endverbraucher wichtig sind. Da die großen Vier in den meisten Stadtwerken über Tochter- und Beteiligungsgesellschaften vertreten sind, sind auch die Kommunen von den Energiekonzernen abhängig, schließlich sind die Konzessionsabgaben der Stromkonzerne eine wichtige Einnahmequelle der Kommunen.

Die politische Macht der Energiekonzerne

Politik und Wirtschaft sind kaum irgendwo so eng miteinander verflochten wie im Energiesektor, einmal abgesehen von der politischen Einflussnahme in der Pharma- und Automobilindustrie. Insbesondere an Gesetzesnovellen arbeiten Repräsentanten der großen Vier maßgeblich mit. Hier geht der politische und personelle Einfluss soweit, dass in den Ministerien konzerneigene MitarbeiterInnen wirken können, so auch beim Energie-Wirtschaftsgesetz. Drohungen mit dem „Verlust von Arbeitsplätzen“, dem „Export von Kraftwerksinvestitionen“, „Entschädigungszahlungen in Milliardenhöhe“, dem „Import von billigem, aber riskantem osteuropäischen Strom“ wurden ausgesprochen und zeigten Wirkung. Mächtigster Lobbyist im Strombereich ist der Verband der Elektrizitätswirtschaft.

Das Führungspersonal der Energiewirtschaft gehört seit den Anfängen der Branche zu den einflussreichsten Personenkreisen im Lande. Einflussreich sind auch Vorstand und Aufsichtsrat der E.ON AG. Ihrer Einflussnahme ist es zu verdanken, dass das Bundeskartellamt die Fusion von E.ON und Ruhrgas nicht verhindern konnte, da der damalige Wirtschaftsminister Werner Müller und sein Staatssekretär Alfred Tacke per Ministererlaubnis den Unternehmenszusammenschluss genehmigten. Seit Ende 2004 gab Tacke seinen Posten als Staatssekretär auf und wurde Vorstandsvorsitzender beim Stromversorgungsunternehmen STEAG, einer Tochter der seit Juni 2003 von seinem ehemaligen Chef Werner Müller geleiteten RAG Aktiengesellschaft, an der wiederum E.ON beteiligt ist. Von September 2006 bis Ende 2008 war Tacke darüber hinaus Mitglied des Vorstands der RAG Beteiligungs-AG, die 2007 in Evonik Industries AG umbenannt wurde. Erst im Dezember 2008 schied Werner Müller aus dem Vorstand der Evonik aus. Heute ist Werner Müller Vorsitzenden des Aufsichtsrats der Deutschen Bahn AG. Müller war es auch, der sich im Strom- und Gasmarkt gegen eine Regulierung entschied – im Gegensatz zu allen anderen EU-Staaten.

Der politische Einfluss der Energiekonzerne reicht sogar bis in die Kommunen hinein. Viele der kommunalen Entscheidungsträger bekleiden lukrative Posten in den Aufsichtsräten und Beiräten der Konzerne oder werden von den Energieriesen in die entscheidenden politischen Positionen gebracht. Eine Anzahl von Politikern wurde von den Unternehmensriesen bezahlt und hatten nach ihrer Abwahl Anspruch auf ihren alten Schreibtisch im Unternehmen (z.B. Laurenz Meyer und Hermann-Josef Arentz, beide CDU). Ein Austausch des Führungspersonals von Politik und Wirtschaft findet kontinuierlich statt. Des Weiteren erreichen die Energiekonzerne eine für sie günstige Berichterstattung in den lokalen Medien, indem sie damit drohen ihre Anzeigen in den Zeitungen einzustellen. Die Liberalisierung des Energiemarktes 1998 hat den politischen Einfluss der Energiekonzerne sicherlich nicht verringert.

Stadtwerke Düsseldorf – Chronik einer Privatisierung

2001 wollte die Verwaltung der Stadt Düsseldorf mit dem Oberbürgermeister Erwin an der Spitze und der Mehrheit des Rates aus CDU und FDP ihre Anteile an den Stadtwerken bis auf eine Sperrminorität von 25,1 Prozent verkaufen. Eine Bürgerinitiative erzwang einen Bürgerentscheid, bei dem sich am 20. Mai 2001 von 109.698 BürgerInnen eine Mehrheit von 89 Prozent für die Beibehaltung der städtischen Mehrheit an den Anteilen aussprach. Danach wurden mit Wirkung zum 1. Januar 2002 29,9 Prozent an den Stadtwerken an die EnBW verkauft. Dafür bezahlte die EnBW der Stadt 875 Millionen DM. Außerdem wurden für den Bau der neuen Arena 20 Millionen DM, für die Einrichtung eines Lehrstuhls im Bereich erneuerbarer Energien 10 Millionen DM und für die Internetausstattung an Düsseldorfer Schulen 15 Millionen DM von EnBW gezahlt.

Ungeachtet des Bürgerentscheides ließ die Stadt Düsseldorf bereits beim Verkauf zwei Optionen vertraglich festlegen, wonach sie bis Ende 2005 die Hälfte der verbleibenden Anteile für den Kaufpreis von 300 Millionen Euro und die restlichen Anteile bis Ende 2007 für den Preis von 200 Millionen Euro an die EnBW veräußern könne. Am 15. Dezember 2005 beschloss die Mehrheit des Rates der Stadt Düsseldorf (wieder aus CDU und FDP), die erste Option zu ziehen und 25,5 Prozent an die EnBW zu verkaufen.

Dieser Beschluss kam zustande, obwohl am 14. Dezember 90.000 Unterschriften für die Einleitung eines Bürgerbegehrens gegen den Verkauf vorgelegt worden sind und die Stadtwerke Krefeld am selben Tag ein Angebot zum Kauf der Anteile vorlegten, das angeblich um vier Millionen Euro höher ausfiel als der Kaufpreis von EnBW.

Die Einleitung des Bürgerbegehrens wurde einfach als nicht zulässig erklärt und das Angebot aus Krefeld als unseriös bewertet. Die Beachtung beider Vorgänge hätte dazu geführt, dass eine Entscheidung erst 2006 gefallen wäre und die Option nicht mehr

hätte gezogen werden können. Zum damaligen Zeitpunkt hätte EnBW ohne die vertragliche Regelung von 2001 diesen Preis nicht bezahlt, da sie erstens finanziell leicht angeschlagen war und zweitens der Preis zu diesem Zeitpunkt als zu hoch erschien.

Eigentümer der Düsseldorfer Stadtwerke sind heute EnBW mit 54,95 Prozent der Anteile, die Stadt Düsseldorf mit 25,01 Prozent (Sperrminorität) und die GEW Köln mit 20 Prozent (ehemalige Anteile der RWE).

Was kann ich tun?

Bezeichnenderweise existiert keine offizielle Strom- und Gaspreistabelle. Markt- bzw. Preistransparenz schaffen allein die Verbraucher- und Energieverbände, die im Internet unter verivox.de, energienetz.de und strompreis.de in regelmäßigen Abständen Strom- und Gaspreislisten veröffentlichen. Diese erlauben einen Preisvergleich zwischen den einzelnen Anbietern.

Boykotte und Klagen gegen Gaspreiserhöhungen

Die Verbraucherverbände empfehlen, immer die gesamte Preiserhöhung einzubehalten und gegebenenfalls auf ein Sperrkonto zu überweisen. Ratsam ist dabei, die Einzugsermächtigungen des Lieferanten rechtzeitig zu kündigen und ihn per Einschreiben von dem Vorhaben schriftlich zu unterrichten, dass die Preiserhöhung als „unbillig“, d. h. als unangemessen betrachtet werde. Da der Energieversorger zu einer fairen Preisgestaltung verpflichtet ist, kann der Kunde dies gerichtlich jederzeit prüfen lassen. Stellvertretend für die Kläger springen die Verbraucherverbände vor Gericht ein. Die Energieversorgungsunternehmen müssen vor Gericht ziehen, um ihr beanspruchtes Geld zu bekommen; sie müssen nachweisen, dass die Preiserhöhung gerechtfertigt war. Der Anbieter darf die Energieversorgung klagender bzw. boykottierender Kunden nicht einstellen und auch nicht entsprechende Drohungen aussprechen, solange kein diesbezügliches Gerichtsurteil ergangen ist.

Positive Erfahrungen mit Gaspreisboykotten haben Bremen und Hamburg gemacht. In Bremen legten Tausende Bürger innerhalb weniger Wochen schriftlich Widerspruch gegen die neuen Gaspreise ein. In Hamburg verweigerten Zehntausende die Zahlung von ihres Erachtens überteuerten Rechnungen.

Boykotte und Klagen gegen Strompreiserhöhungen

Bei Stromboykotte hingegen sind entsprechende Musterprozesse noch nicht geführt worden, so dass eine enge Zusammenarbeit zwischen klagenden Verbrauchern und Verbraucherverbänden hier empfehlenswert ist.

Wenn der Verbraucher sich durch Preiserhöhungen eines Netzbetreibers benachteiligt fühlt, steht es ihm nach dem neuen Energiewirtschaftsgesetz auch frei, bei der Bundesnetzagentur einen Antrag auf Überprüfung der Preispolitik des Netzbetreibers zu stellen. Die Bundesnetzagentur ist dann zur Einleitung eines Missbrauchsverfahrens berechtigt.

Nutzung alternativer Anbieter im Strommarkt

Neue Stromanbieter sind im „Bundesverband Neuer Energieanbieter“ organisiert. Zu ihnen zählen ökologisch orientierte Genossenschaften wie „Greenpeace Energy eG“ oder Unternehmen wie „LichtBlick“, das mindestens 25 Prozent seines Profits aus dem Verkauf regenerativer Energie in Klimaschutzprojekte investiert. Darüber hinaus geben die meisten Stadtwerke über ihre Kundenzentren Informationen zu Preisen und Möglichkeiten effizienter Energienutzung.

Schließlich bieten Stadtwerke, die von Stromkonzernen unabhängig sind, selber Strom für Verbraucher an, beispielsweise die Stadt Flensburg, oder „Trianel“, ein Zusammenschluss unabhängiger Stadtwerke. Der Lieferantenwechsel ist kostenlos.

Power to the People – Die Kampagne von Attac

Die großen vier Stromkonzerne EON, RWE, Vattenfall und EnBW kontrollieren einen Großteil der Stromproduktion und die Übertragungsnetze. Sie mischen sich massiv in die Politik ein - und verhindern wirksamen Klimaschutz, sozialen Ausgleich und demokratische Kontrolle.

Deshalb fordert Attac: Power to the people! Die vier Großen müssen enteignet und zerlegt werden. Erst in kleineren Einheiten sind sie demokratisch kontrollierbar.

Leicht gesagt? Die Kampagne stellt die Eigentumsfrage und fordert konkrete Gestaltungsmöglichkeiten für BürgerInnen und Beschäftigte. Das sind Veränderungen auf vielen Ebenen. Große, rücksichtslose Staatskonzerne wie Europas größter Atomkonzern EdF aus Frankreich oder Schwedens Vattenfall wären nämlich keine Perspektive.

Power to the people bedeutet: Mächtige Interessen offenzulegen und Widerstand gegen Stromkonzerne zu gestalten, die unser aller Zukunft gefährden. Auf der Seite der Kampagne im Internet (siehe Quellen) finden sich viele Anregungen und Möglichkeiten, um sich am Protest gegen die großen Stromkonzerne und die derzeitige Energiepolitik zu beteiligen.

| Quellen und weitere Informationen | |
|---|---|
| Chris Methmann/ Hendrik Sander/ Jutta Sundermann (2008): <i>Power to the People! Den Stromkonzernen den Stecker ziehen</i> , Hamburg. | Attac-Basistext zur derzeitigen Stromversorgung und ihren Alternativen. |
| D. Reiche (Hrsg.) (2005): <i>Grundlagen der Energiepolitik</i> , Frankfurt am Main. | Grundlagenwissen zur Energieversorgung. |
| Rüdiger Liedtke (2006): <i>Das Energiekartell. Das lukrative Geschäft mit Strom, Gas und Wasser</i> , Frankfurt am Main. | Zur Struktur und Geschichte der Stromwirtschaft. |
| Hermann Scheer (2005): <i>Energieautonomie</i> , München. | Zur Zukunft der Energieversorgung. |
| Chris Methmann/ A. Haack./ J. Eisgruber.(2007): <i>Wem gehört der Himmel? Das Klima in der Globalisierungsfalle</i> , Hamburg. | Attac-Basistext zum Klimawandel. |
| http://www.greenpeace.de/fileadmin/gpd/user_upload/themen/klima/klimafluechtlinge_endv.PDF | Studie zum Thema Klimaflüchtlinge von Greenpeace. |
| http://www.gruene-bundestag.de/cms/energie/dokbin/212/212869.pdf | Studie der Grünen zu den Energiekonzernen. |
| http://www.wwf.de/downloads/publikationsdatenbank/ddd/11765/ | Studie zum Emissionshandel vom WWF. |
| www.attac.de/stromkonzerne | Die Seite der Kampagne „Power to the People“ von Attac. |

McDonald's in der Kritik



*„Das Unternehmen unterstützt seine Gäste auf vielfache Weise, selbst zu einem persönlichen Gleichgewicht zwischen einer ausgewogenen Ernährung und ausreichend Bewegung zu gelangen.“
(McDonald's Deutschland)*

McDonald's ist die größte Fastfood-Kette der Welt. Rund 30.000 Filialen verteilen sich auf 118 Länder der Erde. Dort werden täglich 46 Millionen Kunden bedient. In Deutschland zählt McDonald's laut eigener Aussage zu den größten Arbeitgebern. Im Jahresdurchschnitt beschäftigt das Unternehmen 49.000 MitarbeiterInnen, in Zulieferbetrieben sind weitere 5.300 Menschen direkt vom Konzern abhängig. In Deutschland werden in Filialen des Konzerns rund 30.000 Tonnen Rindfleisch pro Jahr verarbeitet und international betrachtet ist McDonald's sogar der weltgrößte Einkäufer von Rindfleisch.

Das Unternehmen verfügt also über eine enorme Marktmacht, in Deutschland, Europa und weltweit. Damit haben Entscheidungen des Konzerns deutliche Auswirkungen auf die gesamte Branche. Darüber hinaus versucht McDonald's über internationale Industrie-lobbies Einfluss auf politische Entscheidungen zu nehmen. So engagiert sich der Konzern im „United States Council for International Business“, der unter anderem die ablehnende Haltung der USA gegen das Kioto-Protokoll unterstützt. Daneben ist McDonald's im „World Business Council for Sustainable Development“ (Weltwirtschaftsrat für nachhaltige Entwicklung) aktiv, der - anders als der Name vermuten lässt - zugunsten der beteiligten Konzerne verbindliche Umweltgesetze verhindern möchte, um an ihre Stelle freiwillige Vereinbarungen zu setzen, deren Einhaltung niemand Einfluss nehmen kann. Außerdem finanziert McDonald's neben anderen großen Konzernen das „Centre for European Policy Studies“ (Zentrum für Europäische Politikstudien), das sich zwar gerne als wissenschaftliches Institut darstellt, aber vor allem wirtschaftsfreundliche Ansätze wie den Emissionshandel forciert.

Gerade aufgrund der großen Marktmacht und der Einflussnahme auf die Politik sollten die Praktiken des Konzerns genauer betrachtet werden. Viele Menschen aus Verbraucherschutzverbänden, Menschenrechtsorganisationen, Gewerkschaften und Umweltschutzgruppen haben dies bereits getan und stießen dabei auf etliche Vergehen. Dabei geht es im Wesentlichen um die drei folgenden Kritikpunkte:

- die häufig schlechten Arbeitsbedingungen der vielen Menschen, die nicht nur in den Filialen sondern weltweit vom Konzern abhängig sind,
- die enormen gesundheitlichen Schäden, die durch häufigen Genuss von Hamburgern und co. verursacht werden und
- große Umweltschäden durch Verpackungsmüll, Massentierhaltung und der damit verbundene Anbau von genmanipuliertem Soja zur Fütterung der Tiere.

Arbeitsbedingungen

Gewerkschaften kritisieren schon lange, dass in den meisten Filialen hierzulande keine Betriebsräte existieren. Das bedeutet, dass die Beschäftigten bei McDonald's nicht die Möglichkeiten haben, für ihre Belange gegenüber der Konzernführung einzutreten. Es sind sogar Fälle bekannt, in denen Mitarbeiter aus dem Unternehmen hinaus gedrängt worden sind, als bekannt wurde, dass sie sich gewerkschaftlich organisieren. Und tatsächlich herrschen in vielen Filialen Arbeitsbedingungen, die mit geltendem Arbeitsrecht unvereinbar erscheinen. So wurde in einem Fernsehbericht des Senders BBC bekannt, dass in England 15- bis 16jährige Schülerinnen in McDonald's-Filialen teilweise bis zwei Uhr nachts arbeiteten. Ein 15jähriges Mädchen arbeitete an Samstagen durchgehend von acht Uhr morgens bis 1.20 Uhr am Sonntag.

Noch gravierender sind allerdings die Missstände in den Zulieferbetrieben des Konzerns. Aus einem im Jahre 2000 veröffentlichten Bericht geht hervor, dass in Fabriken, in denen Spielzeugfiguren für die „HappyMeals“ von McDonald's hergestellt worden sind, hunderte von Kindern arbeiteten. In diesen Fabriken wurde in der Regel zwölf bis fünfzehn Stunden am Tag gearbeitet und die ausgebeuteten Kinder und erwachsenen Arbeiter erhielten umgerechnet gerade mal 1,49 Euro für 8 Stunden Arbeit. McDonald's bestritt zunächst die Vorwürfe, musste dann jedoch zugeben, dass die Anschuldigungen zutreffen. Doch anstatt für bessere Arbeitsbedingungen und gerechtere Löhne zu sorgen, stoppte der Konzern alle

Aufträge für die Fabriken, in denen es Unregelmäßigkeiten gab. Das hatte zur Folge, dass viele Menschen entlassen wurden. Letztlich waren es also die ArbeiterInnen, die für die Konzernpolitik büßen mussten.

Ungesundes Essen

Dass Hamburger, Pommes und andere frittierte Speisen nicht gerade gesund sind, wenn man sie regelmäßig isst, wissen die meisten Menschen. Und es wäre mit Sicherheit falsch, eine Fast-food-Kette allein für die Essgewohnheiten der Menschen und deren für die Gesundheit schädlichen Folgen verantwortlich zu machen. Was jedoch kritisiert werden muss, ist der Versuch von McDonald's, die eigenen Produkte als besonders gesundheitsfördernd darzustellen. McDonald's schreibt in der Broschüre „Fakten rund um Qualität“: „Balanced Lifestyle - ein Begriff, den McDonald's mit Leben füllt. Denn das Unternehmen unterstützt seine Gäste auf vielfache Weise, selbst zu einem persönlichen Gleichgewicht zwischen einer ausgewogenen Ernährung und ausreichend Bewegung zu gelangen“. In der Broschüre heißt es weiter, dass McDonald's einen aktiven Lebensstil unterstütze und die Produkte auch für Kinder eine ausgewogene Mahlzeit bieten, wenn sie richtig kombiniert werden. Dazu kommt gezielte Werbung für Kinder im Fernsehen und auf Plakaten. Gerade Kinder lassen sich durch Werbung leicht beeinflussen und wissen oft nichts über die gesundheitlichen Risiken von falscher Ernährung. Außerdem wird mit Werbung für McDonald's bei sportlichen Großveranstaltungen wie der Fußball-Weltmeisterschaft versucht, vom sportlichen Image zu profitieren. McDonald's schreibt dazu: „McDonald's und Sport gehören einfach zusammen“ und wirbt weiter damit, dass McDonald's sowohl den Breiten- wie Leistungssport fördert. Unbeantwortet bleibt dabei die Frage, wie lange ein Leistungssportler noch Leistungssportler bleibt, wenn er sich tatsächlich regelmäßig von McDonald's-Produkten ernähren würde.

Umweltschäden

McDonald's wirbt ebenfalls mit seiner angeblichen Umweltfreundlichkeit. So werden nach eigenen Angaben Verpackungen zu 90 Prozent recycelt, die Filialen brauchen relativ wenig Wasser und LKW, die McDonald's beliefern, fahren mit Bio-Diesel. Sicher wird in den Filialen wenig Wasser verbraucht, weil ausschließlich Einwegverpackungen eingesetzt werden und auf Teller, Gläser und Besteck verzichtet wird. Der produzierte Müll steht dabei in keinem Verhältnis zum eingesparten Wasser. Auch dass ein Großteil der Verpackungen dem Recycling zugeführt werden, darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass ein beträchtlicher Teil der Verpackungen eben nicht wiederverwertet wird. Ob die genannten 90 Prozent der Wahrheit entsprechen, kann ohnehin nicht überprüft werden. Auch das Recycling selbst verläuft nicht emissionsfrei. Umweltfreundlich wäre nur, von Anfang an auf überflüssige Verpackungen zu verzichten. Das der so genannte Bio-Diesel alles andere als einen Segen für den Umweltschutz darstellt, ist mittlerweile allseits bekannt. Für die Pflanzen, die zu Treibstoff verarbeitet werden, müssen in Asien und Lateinamerika große Flächen an Regenwald weichen.

McDonald's gefährdet darüber hinaus in noch akuterem Maße die Umwelt. So wird das Futtermittel für die europäischen Rinder, die später zu Hamburgern verarbeitet werden, aus gentechnisch veränderten Sojapflanzen gewonnen. Abgesehen davon, dass dadurch mit jedem Kauf eines Hamburgers Gentechnik in der Landwirtschaft gefördert wird, stellt der Anbau von genmanipuliertem Soja auch eine Gefahr für die Umwelt dar. Die Sojapflanzen werden zum größten Teil in Brasilien und anderen südamerikanischen Ländern angebaut. Meist müssen große Waldflächen dafür gerodet werden, wodurch Tiere ihres Lebensraumes beraubt werden. Der Anbau geschieht hauptsächlich in Monokulturen, was zu Folge hat, dass viel Düngemittel und Pestizide zur Schädlingsbekämpfung eingesetzt werden müssen, die ebenfalls negative Folgen für die Umwelt

mit sich bringen. Auch vor eigentlich geschützten Regenwäldern machen die Sojafarmer keinen Halt. Große Sojafarmer lassen illegal Urwald roden, wodurch z.B. der Amazonasregenwald in Brasilien mittlerweile massiv bedroht ist.

Auch für die Menschen sind die Sojafelder in Südamerika gefährlich. Durch die Rodung von Urwäldern verlieren indigene Völker ihre Heimat und ihre Lebensgrundlage. Bei den legalen Sojafeldern handelt es sich meist um die klimatisch begünstigten Anbauflächen dieser Länder. Kleinere Bauern werden von den Flächen verdrängt. So kommt es zu dem Paradox, dass Brasilien einer der größten Futtermittlexporteur der Welt ist und gleichzeitig viele Menschen dort hungern müssen, weil Kleinbauern die Chance genommen wird, ihre Familien zu ernähren.

Jedoch sind auch kleine Erfolge im Kampf gegen die Urwaldrodung im Amazonasgebiet zu verzeichnen. Die Umweltschützer von Greenpeace brachten McDonald's dazu, ein Moratorium zu unterstützen, welches die größten Sojalieferanten der Welt dazu verpflichtet, zwei Jahre lang bis Mitte 2008 kein Soja von neu angelegten Feldern im Amazonas-Regenwald zu kaufen. Nach Ablauf der Frist wurde das Moratorium noch einmal bis Juni 2009 verlängert. McDonald's drohte damit, sich andere Lieferanten zu suchen, wenn die bisherigen Sojalieferanten das Moratorium nicht unterzeichnen. Dass sich die Sojalieferanten dem Druck von McDonald's und anderen großen Lebensmittelherstellern beugen mussten, verdeutlicht den entscheidenden Einfluss, der von den großen Markenfirmen auf eine gesamte, weltweit agierende Branche ausgeübt wird. Es lohnt sich also, mit der Kritik genau bei diesen Global-Playern anzusetzen.

Was kann ich tun?

- Protestieren Sie gegen die beschriebenen Missstände und ermutigen sie McDonald's zu einer anderen Unternehmenspolitik durch eine E-Mail (info@mcdonalds.de) oder einen Brief an Adriaan Hendriks, Managing Director, McDonald's Deutschland, Drygalski-allee 51, 81477 München.

- Beteiligen Sie sich an der Unterschriftenaktion der „Bürgerbewegung“ von Foodwatch, die sich gegen die Verwendung von gentechnisch veränderten Futtermittel zur Herstellung von Hamburgern richtet (siehe „Quellen/Weitere Informationen“).
- Sprechen Sie mit Freunden, Bekannten und in der Familie über die Problematik.

| Quellen und weitere Informationen | |
|--|--|
| Klaus Werner/ Hans Weiss (2006): <i>Das neue Schwarzbuch der Markenfirmen</i> , Wien. | Das Buch gibt Informationen zu fast allen großen Markenfirmen und deren Machenschaften. Außerdem wird auf die Industrielobbies, denen auch McDonald's angehört, eingegangen. |
| Siegfried Pater (2000): <i>Zum Beispiel McDonald's</i> , Göttingen. | Handliches Taschenbuch über die „McDonaldisierung der Gesellschaft“ (Zitat). |
| http://www.wefeedtheworld.at/ | Die Seite zum gleichnamigen Film gibt Auskunft über die Zustände, die in der globalen Lebensmittelindustrie herrschen. Der Film und die Seite lohnen sich, auch wenn nicht eigens auf McDonald's eingegangen wird. |
| http://www.ngg.net/branche_betrieb/gastgewerbe/ | Auf der Seite der Gewerkschaft NGG finden sich Informationen über die Beschäftigungsbedingungen bei McDonald's, Burgerking und anderen Restaurant-Ketten. |
| http://www.burgerbewegung.de/ | Die von Foodwatch ins Leben gerufene „Burger-bewegung“ will McDonald's dazu bringen, Rinder für die Hamburger nicht mehr mit Futter aus gentechnisch veränderten Sojapflanzen zu mästen. |
| http://www.greenpeace.de/themen/waelder/urwaelder_mittel_und_suedamerikas/ | Die Seite von Greenpeace bietet Texte mit wertvollen Informationen zum Zustand des Regenwaldes in Südamerika. Auf den Anbau von Soja als Futtermittel wird ausführlich eingegangen. |
| http://www.mcdonalds.de/data/downloads/pdf/mcd_fakten.pdf http://www.mcdonalds.de/data/downloads/pdf/vermeiden_vermindern_verwerten.pdf | Diese Links führen zu den Werbebroschüren von McDonald's, aus denen zitiert wurde. |

Nicht die Bohne



„Kaffee ist nach Erdöl der weltweit wichtigste Exportrohstoff. Auf der ganzen Welt leben über 100 Millionen Menschen von der Produktion, Verarbeitung und dem Vertrieb von Kaffee.“ (Trans-fair.org)

Kaffee in der Düsseldorfer Altstadt

In der Düsseldorfer Altstadt, auf der Hohe Straße, liegen wenige Meter voneinander entfernt zwei Ladengeschäfte, die Kaffee verkaufen: Eine Filiale der Starbucks-Kette und die Bäckerei Hinkel.

Die Bäckerei Hinkel ist ein lokales, mittelständisches Unternehmen, das unter anderem fair gehandelten Kaffee im Angebot hat, den „Düsseldorf Café“. Das Starbucks-Café ist eine von mehreren Düsseldorfer Filialen eines weltweit operierenden Kaffee-Konzerns, der Starbucks Corporation.

Obwohl die beiden Verkaufsstellen in der Düsseldorfer Innenstadt so nahe bei einander liegen, sind die Produktions- und Vertriebsbedingungen des von ihnen Kaffees so grundverschieden.

Kaffee, ein Produkt der alten und der neuen Globalisierung

Kaffee ist das Lieblingsgetränk der Deutschen. Im Durchschnitt werden pro Person vier Tassen Kaffee täglich getrunken. Während Kaffee früher ein Luxusgetränk war, ist er heute Massenprodukt und in den letzten Jahren so günstig wie nie in der Geschichte. Das Ursprungsgebiet der Kaffeebohne liegt in der Region Kaffa im Südwesten Äthiopiens, wo ihr Genuss im 9. Jahrhundert erwähnt wird. Von Äthiopien gelangte der Kaffee vermutlich im 14. Jahrhundert durch Sklavenhändler nach Arabien, geröstet und getrunken wurde er aber dort wahrscheinlich erst ab Mitte des 15. Jahrhunderts. Bereits gegen Ende des 18. Jahrhunderts gehörte der Kaffee zu den häufigsten Kulturpflanzen in den Tropen. Nach Deutschland gelangte Kaffee als Importgut vermutlich über Frankreich und wurde als Genussmittel erstmals 1673 in Bremen ausgedient. Wir sprechen also von einem Produkt der alten Globalisierung, weil mit Kaffee bereits seit mehreren Jahrhunderten weltweit gehandelt wird.

Heute ist Kaffee nach Erdöl weltweit das zweitwichtigste Handelsprodukt und im Jahr 2005 lieferten die zehn größten Kaffeeproduzenten fast 80 Prozent konsumierten Kaffees, wobei Brasilien mit 2,2 Millionen Tonnen jährlich der führende Produzent ist. Weitere wichtige Produzenten sind Vietnam, Indonesien, Kolumbien, Mexiko, Indien, Äthiopien. Kaffee gehört demnach auch zur neuen Globalisierung, wie im Folgenden verdeutlicht werden wird.

Wie Kaffee produziert und vertrieben wird

Während der Anbau der Kaffeebohne vor allem in den Ländern Lateinamerikas, in Ostafrika, Indien und Papua-Neuguinea erfolgt, also in den eher ärmeren Regionen der Welt, findet der Konsum in erster Linie in den USA, sowie in Deutschland, Frankreich, Japan und Italien statt.

Kaffee ist einer der wenigen international gehandelten Rohstoffe, der nicht vorwiegend auf Plantagen, sondern in kleinbäuerlichen Betrieben produziert wird. 70 Prozent der Kaffeebohnen werden hier erzeugt. Für viele Kleinbäuerinnen und Kleinbauern der Länder der so genannten Dritten Welt lag in den 1960er und 1970er-Jahren im Kaffee einmal die Hoffnung auf eine bessere Zukunft. In den 1930er Jahren war es zu massiven Einbrüchen auf dem Weltkaffeemarkt mit verheerenden Auswirkungen auf Länder des Südens gekommen. Nach dem 2. Weltkrieg hatte sich der Kaffeemarkt aber stabilisiert und zwischen 1962 und 1989 wurde der Kaffeepreis durch internationale Kaffeeabkommen relativ stabil gehalten und war dadurch für die Kaffeebäuerinnen und -bauern berechenbar. Sie konnten mit ihren Ernten ordentliche Erträge erwirtschaften, ihre Familien ausreichend ernähren, ihre Kinder zur Schule schicken und für eine angemessene Unterkunft sorgen. In der Kilimandscharo-Region in Tansania, beispielsweise, sorgten die Einnahmen aus dem Kaffeeanbau in dieser Zeit für hohe Alphabetisierungsraten und ein überdurchschnittliches Ernährungsniveau. In den letzten 20 Jahren sind allerdings die Kaffeepreise so gefallen, dass viele Kleinproduzenten die Produktion aufgeben mussten, während die großen Kaffeekonzerne immer besser verdienten.

Ursache dafür war unter anderem, dass von 1998 bis 2003, in fünf Jahren in Folge, das Kaffeeangebot die Nachfrage bei weitem überstieg. Das Überangebot hatte viele Gründe, technische Innovationen hatten zur Steigerung der Produktivität beigetragen, daneben war die Anbaufläche deutlich ausgeweitet worden. So hatte die Weltbank Vietnam massiv dabei unterstützt, zum Kaffee erzeugenden Land zu werden. 2004 erholte sich der Kaffeepreis und 2005 erreichten die Weltmarktpreise wieder das Niveau von 1999.

Die Lieferkette vom Feld bis zum Kaffeekonsumenten ist lang. Zu ihrem Beginn verkaufen kleinbäuerliche Produzenten die in der Regel unbearbeitete Ware an private Zwischenhändler, die den Kaffee im Ursprungsland zur Verarbeitungsanlage transportieren. Von dort aus geht der vorverarbeitete Kaffee über einen lokalen Exporteur an einen der großen internationalen Händler, der ihn röstet und an die Einzelhändler liefert. Diese Handelskette wird von wenigen internationalen Händlern mit enormer Marktmacht gesteuert, sie diktieren den übrigen Beteiligten, insbesondere den Kleinbäuerinnen und Kleinbauern die Preise. Bis Mitte der 1990er Jahre existierten in den meisten Entwicklungsländern staatliche Vermarktungsgremien, die die Angebote der kleinen Produzenten bündelten und gegenüber den internationalen Händlern verhandelten sowie bei niedrigen Weltmarktpreisen auch garantierte Mindestpreise an die Bäuerinnen und Bauern zahlte. Unter dem Druck der Weltbank und des IWF wurden diese Institutionen in den 1990er Jahren aufgelöst. Infolge dieser Liberalisierung des Kaffeemarktes stieg die Marktmacht der großen Händler, der Weltmarktkaffeepreis sank und viele Bäuerinnen und Bauern mussten ums Überleben kämpfen.

Mit dem heutigen Erlös können die Kaffeebauern nur noch ein Viertel dessen kaufen, was ihnen der Erlös vor 40 Jahren ermöglichte. In den letzten 5 Jahren hatte der Rohkaffeepreis wahrscheinlich der niedrigsten Stand seit 100 Jahren erreicht.

Zusammensetzung des Kaffeepreises

| | |
|--------------|------------------------------|
| 44,9 Prozent | Steuern, Zölle, Frachtkosten |
| 23,7 Prozent | Einzelhandel |
| 17,8 Prozent | Händler und Röster |
| 8,5 Prozent | Plantagenbesitzer |
| 5,1 Prozent | Löhne der Arbeiter |

Starbucks: Ein Global Player auf dem Kaffeemarkt

1971 eröffneten die Studienfreunde Gerald Baldwin, Gordon Bowker und Zev Siegl aus San Francisco im alten Hafen Seattles das Kaffee-, Tee- und Gewürzgeschäft „Starbucks Coffee, Tea and Spice“. In diesem Jahr fielen dem New Yorker Howard Schultz, damaliger Vizepräsident und Verkaufsleiter der Haushaltsgerätefirma Hamarplast, überdurchschnittlich hohe Bestellungen von hochqualitativen Kaffeemaschinen auf, die von der kleinen Firma Starbucks an der Westküste eingingen. 1987 kaufte er Starbucks auf und begann – mit elf Läden und hundert Angestellten – eine in der Geschichte der Gastronomie beispiellose Ausweitung. 1989 hatte Schultz die Anzahl seiner Filialen schon auf 55 vervielfacht, sie lagen vor allem noch an der US-Westküste. 1992 erfolgte die Umwandlung in eine Aktiengesellschaft, Schultz brachte Starbucks an die Börse. Mit dem frischen Geld des Börsengangs konnte das Filialnetz noch schneller ausgebaut werden und Starbucks war nun an 272 Standorten vertreten. Im Jahre 2000 waren weltweit es bereits 3.500 Standorte und die internationale Expansion setzt sich mit Kaffeehäusern in der Türkei, in Chile und in Peru fort.

2006 war Starbucks in mehr als 37 Staaten vertreten und erwirtschaftete mit über 125.000 MitarbeiterInnen in 12.440 eigenen und lizenzierten Kaffeehäusern weltweit einen Jahresumsatz von 6,4 Milliarden Dollar (2005). Langfristiges Ziel von Starbucks ist es nach eigenen Angaben, ein Netz von weltweit 40.000 Filialen aufzubauen (zum Vergleich: McDonald's hat gegenwärtig weltweit ca. 30.000 Filialen).

Starbucks verkauft nicht nur Kaffee, sondern eine Marke: Dem Anspruch nach, will Starbucks seine Getränke nach „Standards“ herstellen, die zum Ziel haben, dass der Kaffee und andere Produkte von New York bis Peking gleich schmeckt. Dazu wird das örtliche Leitungswasser gefiltert und Gebäck für die Zielmärkte teilweise direkt aus den USA bezogen. Unabhängig davon, wo auf der Welt man sich befindet, schmeckt Starbucks überall gleich.

Starbucks verwendet zunehmend auch ökologisch angebauten Kaffee und bietet das verbrauchte Kaffeemehl umsonst als Dünger und Kompost an. Starbucks verkündet gerne, dass beim Kaffeekauf eine faire Einkaufspolitik praktiziert wird und verschiedene humanitäre Projekte in den Anbauländern (Schulen u.ä.) unterstützt werden, alles Praktiken, die zu den Prinzipien nachhaltigen Kaffeeanbaus gehören. Dennoch ist nur ein kleiner Teil des Starbucks-Kaffees durch unabhängige Organisationen wie „Fair Trade“ oder „Certified International“ zertifiziert.

Vor allem auf dem amerikanischen Heimatmarkt von Starbucks wächst mittlerweile die Kritik am Geschäftsgebaren der Kette. Kritikerinnen wie Naomi Klein, Autorin von „No Logo“, werfen dem Unternehmen vor, einen Verdrängungswettbewerb zu Lasten lokaler Betriebe und auf dem Rücken der bei Starbucks beschäftigten Mitarbeiter auszufechten. Die internationale Gewerkschaft IWW rief im August 2006 zum Boykott von Starbucks auf, nachdem vier ihrer Mitglieder, die der IWW Starbucks Workers Union angehörten, gekündigt worden waren. Bis zum Ende des Jahres 2006 erhöhte sich die Zahl der Gekündigten auf fünf IWW-Mitglieder. Die IWW Starbucks Workers Union ist im Mai 2007 in Starbucks-Filialen in New York City, Chicago, Rockville/Maryland und Grands Rapids/Michigan vertreten. Die IWW ist die einzige Gewerkschaft für Starbucks-Arbeiter in den USA. Im April 2007 erhob die „Nationale Behörde für Arbeitsbeziehungen“ der USA Anklage gegen Starbucks in 30 Fällen. Unter anderem wurden Starbucks gewerkschaftsfeindliche Praktiken, unfaire Maßnahmen gegen Angestellte und Kündigungen unter konstruierten Vorwänden vorgeworfen. Alle LohnarbeiterInnen bei Starbucks in den USA sind Teilzeitange-

stellte, die keine garantierten Wochenarbeitszeiten haben und deshalb oft nicht von ihrem Lohn leben können. Nur 41 Prozent der Beschäftigten bei Starbucks sind krankenversichert. Die „Starbucks Baristas“ – so heißen die MitarbeiterInnen - verdienen etwa sechs bis acht Dollar pro Stunde, je nachdem, in welcher Stadt und welcher Filiale sie eingesetzt werden.

In Deutschland existiert bislang keinerlei Gewerkschaftsvertretung bei Starbucks, was KritikerInnen der Kaffeehaus-Kette auch auf deren antigewerkschaftliche Personalpolitik zurückführen.

Was kann ich tun?

Beim Produkt Kaffee ist es überraschend einfach einen Beitrag für gerechtere Beschäftigungsverhältnisse zu leisten. Das Stichwort lautet Fairtrade.

Fairtrade: Handeln anders als andere

Der faire Handel, nicht nur beim Kaffee, verfolgt vor allem zwei Ziele:

1. Kleinproduzentinnen und -produzenten sowie gering verdienenden ArbeitnehmerInnen sollen durch Produktion und Handel Entwicklungsmöglichkeiten geschaffen werden,
2. Das internationale Handelssystem und Privatunternehmen sollen zu mehr Gerechtigkeit und zur Förderung von nachhaltiger Entwicklung bewegt werden.

In Deutschland vergibt die Organisation Transfair Siegel für fair gehandelte Ware, unter anderem auch für Kaffee. Für jedes Produkt mit einem Fairtradesiegel gibt es spezielle Fairhandelskriterien. Die wichtigsten Kriterien sind (1) der direkte Handel mit den Produzentengruppen unter Ausschluss von Zwischenhändlern, (2) die Zahlung von Mindestpreisen, die über dem Weltmarktniveau liegen, (3) die Zahlung von Prämien, (4) die Vorfinanzierung sowie (5) Langfristige Lieferbeziehungen.

Die Mindestpreise werden von der internationalen Fairtrade Labelling Organization (FLO) in Absprache mit den Produzenten und den nationalen Mitgliedsorganisationen festgesetzt. Diese sind unabhängig von den Preisschwankungen auf den Märkten zu bezahlen. Sie decken sowohl die Produktionskosten ab als auch die alltäglichen Lebenshaltungskosten. Auf jeden Fall erhalten die Produzentengruppen durch den fairen Handel immer bessere Preise als auf dem konventionellen Markt. Der Anteil der Fairtrade-Marken in Deutschland beträgt etwa ein Prozent am Gesamtmarkt. Der Kauf von Kaffee aus fairem Handel ist eine sehr einfache Art, den Druck von den einheimischen Bauern auf die Großhändler zu verlagern. Inzwischen gibt es über 22.000 Geschäfte in Deutschland, in denen man Produkte mit dem Gütesiegel des fairen Handels kaufen kann. Dies bedeutet, dass die Lebensqualität der Bauern sich verbessert und auch unsere Lebensqualität zunimmt, weil wir Kaffee in guter Qualität genießen können.

Inzwischen führen viele Lebensmittelgeschäfte in Düsseldorf Kaffee aus fairem Handel, unter anderen die Marke „Düsseldorf Café“. Der Kauf von fair gehandeltem Kaffee ein zugleich einfacher und wirkungsvoller Akt, um die internationalen Handelsbeziehungen etwas solidarischer zu gestalten.

| Quellen und weitere Informationen | |
|--|---|
| Naomi Klein (2001): <i>No Logo</i> , Frankfurt am Main. | Im Buch von Naomi Klein geht es nicht nur um die Kaffee-Kette Starbucks, sondern um viele weitere Markenfirmen. |
| www.oxfam.de/download/Kaffeestudie.pdf | Kaffeestudie von Oxfam. |
| http://www.duesseldorf-kaffee.de/ | Auf der Seite finden sich weitere Informationen zum „Düsseldorf Café“. |

Warum verbindet mein Handy Düsseldorf mit dem Kongo?



„Was sind Menschenrechtsverletzungen?“ (Karl-Heinz Albers, Rohstoffhändler im Kongo)

Dass das eigene Mobiltelefon nicht nur mich mit anderen Gesprächsteilnehmern verbindet, sondern Düsseldorf mit der Demokratischen Republik Kongo, scheint auf den ersten Blick verwunderlich zu sein. Verfolgt man jedoch die Kette vom Elektronikkaufhaus Saturn auf der Königsallee, in dem ich es vielleicht gekauft habe, bis zu den Ländern, aus denen die Rohstoffe stammen, die zur Produktion eines Mobiltelefons benötigt werden, so wird vieles einsichtig. Im Folgenden wird es genau um diese Verbindungen gehen, die nicht selten beiläufig als Globalisierung bezeichnet werden.

Aber fangen wir zunächst einmal vorne an, d.h. in der Produktions- und Verkaufskette hinten. Mein Mobiltelefon habe ich also in der Filiale von Saturn auf der Königsallee gekauft. Ich hätte es auch bei Mediamarkt kaufen können. Das macht bei der Suche nach dem Zusammenhang mit dem Kongo keinen Unterschied, denn sowohl die Elektronikette Saturn als auch Mediamarkt gehören zur Metro-Gruppe. Es handelt sich bei den beiden Anbietern also keineswegs um direkte Konkurrenten eines heiß umkämpften Marktes. Sehen wir uns nun die Metro-Gruppe und speziell ihre Rolle auf dem europäischen Markt für den Verkauf von Elektronikartikeln genauer an.

Einige Fakten zur Metro-Gruppe

Die Metro-Gruppe hat ihren Hauptsitz in Düsseldorf und ist daher eng mit der Stadt verbunden. Erst 2004 wurde ein neues zehnstöckiges Turmgebäude auf der Höhe der Grafenberger Allee gebaut, das der Metro-Gruppe als Hauptverwaltungsgebäude dient. Allein in Düsseldorf werden von der Metro-Gruppe drei Extra-Märkte, zwei Real-Märkte, zwei Saturn-Märkte, vier Galeria-Kaufhöfe, ein Media-Markt und ein Metro Cash & Carry-Markt betrieben.

In ganz Deutschland betreibt die Metro-Gruppe etwa 1.200 Geschäfte, weltweit rund 2.200. Insgesamt beschäftigt sie 290.000 MitarbeiterInnen in Europa, Afrika und Asien. Der Umsatz betrug im Geschäftsjahr 2008 67,9 Milliarden Euro. Damit ist sie das größte deutsche Einzelhandelsunternehmen, noch vor Aldi. Weltweit ist die Metro-Gruppe immerhin das viertumsatzstärkste Einzelhandelsunternehmen.

Dabei werden etwa 18,9 Milliarden Euro vom Gesamtumsatz von Media-Markt und Saturn erwirtschaftet. Mit diesen beiden Ketten ist die Metro-Gruppe im Elektronikfachhandel europaweit unangefochtener Marktführer. Berücksichtigt man zusätzlich, dass auch alle anderen Vertriebsmarken der Metro-Gruppe Elektrogeräte führen, obgleich sie keine reinen Elektrogeschäftsketten sind, dann wird ersichtlich, dass die Metro-Gruppe über eine enorme Marktmacht verfügt und ihre Geschäftspraktiken deutliche Auswirkungen auf die gesamte Branche haben.

Lobbyarbeit der Metro-Gruppe

Die enorme Marktmacht und die damit verbundenen finanziellen Möglichkeiten werden von der Metro-Gruppe unter anderem dazu genutzt, Lobbyarbeit im Inland wie auf Ebene der Europäischen Union zu betreiben. Sie ist Mitglied in einer Vielzahl von Interessenverbänden der Industrie wie dem „EuroCommerce“ oder dem „European Services Forum“ und hat eigene Lobbyisten in Brüssel vor Ort, die die EU-Kommission „beraten“. Zusätzlich sponsert sie den jährlich stattfindenden „Deutschen Handelskongress“. Dort diskutieren Vertreter namhafter internationaler Firmen die wichtigsten Interessen der Einzelhandelsunternehmen mit politisch hochrangigen Entscheidungsträgern. Der Kongress verläuft als ein „spannender ‚Berliner Abend‘ mit Top-Gästen aus Handel, Politik und Wirtschaft in einem einzigartigen Ambiente, in historischer Architektur, umgeben von edlen Automobilen, mit Buffet, Getränken und zahlreichen Gästen.“ So ist es zumindest der Einladung der Veran-

stalter, darunter der Hauptverband des deutschen Einzelhandels, zu entnehmen. Die Dienstleistungsgewerkschaft ver.di geht davon aus, dass die Metro-Gruppe sogar europaweit führend in Lobbyaktivitäten ist.

Preisdruck durch Marktmacht

Wie bereits beschrieben, ist die Metro-Gruppe im Elektronikfachhandel mit Saturn und Media-Markt europaweit Marktführer, weshalb man insbesondere hier die Folgen einer aggressiven Preispolitik nachvollziehen kann.

Die Metro-Gruppe ist in Europa die größte Abnehmerin für die Produzenten von Elektronikgeräten und kann deshalb Druck auf die Preisgestaltung einzelner Elektronikhersteller ausüben. Dieser Druck wird selbstverständlich über die gesamte Einkaufs- und Produktionskette bis hin zu den Rohstofflieferanten weitergeleitet.

Rohstoffe für mein Handy

Der Rohstoff Tantal wird heute für die Herstellung von Mobiltelefonen in großen Mengen benötigt. Ein großer Teil der Kondensatoren in Handys besteht aus Superlegierungen mit Tantal. Kondensatoren, die aus Tantal bestehen, finden nicht nur in Mobiltelefonen ihren Platz, sondern auch in Computern, Spielkonsolen wie der Playstation oder dem Gameboy und in Kraftfahrzeugen. Es wird also schnell deutlich, wie die steigende Nachfrage von Elektronikartikeln hierzulande zu einer gesteigerten Nachfrage von Tantal auf dem internationalen Markt für Rohstoffe führt.

So stieg beispielsweise der Preis für ein Kilogramm Tantal an der Londoner Metallbörse zwischen Februar 2000 und Januar 2001 von 180 auf 950 Euro. Die größten Reserven an Tantalerzen liegen in Australien, Brasilien, Kanada und im Kongo. Im Kongo wird Tantal aus einem Erz namens Coltan gewonnen. Coltan sieht aus wie schmutziggrauer Sand und enthält Niob, wie viele andere Tantalminerale auch. Das ist deshalb interessant, weil es neuerdings Bestre-

bungen gibt, in Kondensatoren von Elektrogeräten lieber Niob als Tantal zu verwenden, weil sich dadurch vermutlich die Kapazität von Kondensatoren noch einmal erhöhen lässt. Für die Länder, die Tantalenerze besitzen, ändert sich dadurch jedoch wenig.

Die politische Situation im Kongo

1998 begann im Kongo ein grausamer Krieg, der bis Anfang 2005 etwa 3,8 Millionen Menschen das Leben kostete. Während des Krieges kam es zu massiven Menschenrechtsverletzungen. 2,3 Millionen Kongolesen wurden vertrieben, unzählige Menschen litten an Hunger und Krankheiten, die Kriegsparteien setzten Kindersoldaten ein und zehntausende Kinder und Frauen wurden Opfer systematischer Vergewaltigungen. Zwischen 2003 und 2006 stabilisierte sich zwar die politische Situation, aber seit Oktober 2006 hat es im Kongo mehr bewaffnete Konflikte und Tote gegeben als in den drei Jahren des Friedensprozesses davor. Allein seit September 2007 sind über 170.000 Menschen aus ihrer Heimat geflüchtet. Im Osten des Kongo kommt es immer wieder zu Kämpfen und bürgerkriegsähnlichen Zuständen. Einige Gegenden sind noch von Rebellengruppen besetzt.

Gegen die Regierung des Kongos kämpfen verschiedene Rebellengruppen, die anfangs von Uganda und Ruanda mit Soldaten und Geld unterstützt worden sind. Die Regierungstruppen erhielten zunächst militärische Hilfe von Angola, Simbabwe und Namibia, wofür der kongolesische Präsident ihnen Rohstoffe zusicherte. Mittlerweile unterstützt Uganda mit Angola jedoch die Regierungsseite, während Ruanda immer noch auf Seite der Rebellen steht. Andere Länder sind in den Konflikt zur Zeit nicht mehr verstrickt. Das jedoch finanzielle Interessen aus dem Ausland den Konflikt weiter anheizen, steht außer Frage. Diese zielen vor allem auf Rohstoffe wie Tantal ab, die im Kongo massenhaft vorhanden sind und für die Herstellung der in den Industrieländern begehrten Elektronikartikel benötigt werden.

„Der Konflikt im Kongo dreht sich hauptsächlich um die Kontrolle und den Handel mit mineralischen Ressourcen“. Das ist die Kernaussage eines Untersuchungsberichts über die „illegale Ausbeutung der natürlichen Ressourcen der Demokratischen Republik Kongo“, den die UNO im April 2001 in New York veröffentlichte. Die Hauptfronten des Krieges lagen damals in der Nähe der großen Rohstoffminen. Die Minen wurden von schwerbewaffneten Soldaten, Milizen oder Rebellen bewacht, abhängig davon, wer zur Zeit in den Kampfgebieten die Oberhand hatte. Diese Krieger nahmen dann den Arbeitern in den Minen das Erz ab, verkauften es an europäische Händler oder Händler des benachbarten Auslandes, von denen aus es dann bei westlichen Elektrokonzernen landete, die es in ihren Elektrogeräten verarbeiteten. Der Bericht spricht von der systematischen Ausplünderung von Bodenschätzen, die vor allem im Osten des Kongo liegen.

Der Kongo gilt als ein sehr rohstoffreiches Land. Dort gibt es neben Tantal und Niob auch Diamanten, Gold, Kupfer und Erdöl. Mittlerweile wurden jedoch viele Minen geschlossen – offensichtlich hat sich der langjährige Krieg auf die gesamte Infrastruktur ausgewirkt. Unter der Herrschaft des 2006 offiziell gewählten kongolesischen Präsidenten Joseph Kabila Kabange wurde allerdings ein Teil der Rohstoffförderung wieder aufgenommen. Die davon profitierenden ausländischen Bergbauunternehmen und Minengesellschaften müssen bisher so wenig Steuern und Abgaben für den Abbau an den Kongo zahlen wie sonst nirgendwo in Afrika.

Es soll an dieser Stelle nicht der Eindruck entstehen, die Metro-Gruppe sei direkt verantwortlich für die kriegerischen Zustände im Kongo. Jedoch trägt ein Konzern mit einer solch immensen Marktmacht eine dementsprechende Verantwortung für die Produkte, die er verkauft. Die Metro-Gruppe könnte ihren Einfluss geltend machen und die Hersteller dazu drängen, nur noch Geräte zu produzieren, für deren Herstellung keine Rohstoffe aus Kriegsgebieten wie dem Kongo verwendet werden, anstatt weiter die Preise zu drücken.

Was kann ich tun?

Die Unternehmensphilosophie der Metro-Gruppe wird gerade durch die Werbung der Elektronikketten Media-Markt und Saturn deutlich. Mit „Geiz ist geil!“, „Wir hassen teuer!“ oder der „Mutter aller Schnäppchen“ will man den Kunden und somit letztlich sich selbst dazu motivieren, mehr als preisbewusst einzukaufen. Sie können der Metro-Gruppe mitteilen, dass Geiz nicht unbedingt geil ist, wenn dadurch Standortdumping und Menschenrechtsverletzungen in der Rohstoffproduktion begünstigt werden. Fragen sie nach, ob und wie sich die Metro-Gruppe, die auf ihrer Internetseite mit ihrem sozialem Engagement wirbt, dafür einsetzt, dass in Zukunft keine Rohstoffe aus Kriegsgebieten in ihren Produkten Verwendung finden.

Briefe an: METRO AG, Schlüterstraße 1, 40235 Düsseldorf, oder bei Marion Sollbach, „Ansprechpartnerin für Nachhaltigkeit und Umwelt“: sollbach@metro.de

Natürlich verkaufen auch die kleinen, örtlichen Elektrogeschäfte Handys und Elektrogeräte aus problematischer Produktion. Der Einkauf im Elektroladen eines rein lokalen Verkäufers hat aber den Vorteil, dass der Händler sich wenigstens nicht aktiv in die globale Politik über Lobbyarbeit einmisch.

Überlegenswert wäre auch, Second-Hand-Handys zu kaufen, um die problematische Herstellung von Mobiltelefonen nicht direkt zu unterstützen. Das hat auch den ökologischen Vorteil, dass ein noch funktionierendes Gerät nicht vorzeitig weggeworfen wird.

| Quellen und weitere Informationen | |
|---|---|
| Klaus Werner / Hans Weiss (2006): <i>Das Neue Schwarzbuch der Markenfirmer</i> , Wien. | Das Buch gibt Informationen zu fast allen großen Markenfirmer und deren Machenschaften. Im Zusammenhang mit der Elektronikindustrie empfiehlt sich das Kapitel „Tantalusqualen für Handys“. |
| Herfried Münkler (2002): <i>Die neuen Kriege</i> , Hamburg. | Der Autor betrachtet unter anderem die wirtschaftlichen Hintergründe von Konflikten, wie sie im Kongo ausgetragen werden. |
| http://www.metrogroup.de/ | Auf der Seite der Metro-Gruppe findet sich der aktuelle Geschäftsbericht des Unternehmens, welchem die Zahlen und Fakten für diesen Text entnommen sind. |
| http://www2.weed-online.org/uploads/grenzenlos_billig.pdf | In der Studie von WEED und ver.di werden die Zusammenhänge zwischen großen Discountern und Prozessen der Globalisierung aufgezeigt. Insbesondere finden sich hier Informationen zum Lobbyismus der Metrogruppe. |

Attac: Eine andere Welt ist möglich

Seit den Protesten in Genua für eine soziale und ökologische Globalisierung im Sommer 2001 ist die globalisierungskritische Bewegung in aller Munde.

Mit 90.000 Mitgliedern in 50 Ländern versteht sich Attac als Teil dieser globalen Bewegung. Auch in Deutschland bildet Attac ein breites gesellschaftliches Bündnis, das von ver.di und der Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft (GEW) über den Bund für Umwelt- und Naturschutz in Deutschland (BUND) und Pax Christi bis zu kapitalismuskritischen Gruppen reicht.

„Die Menschen vor dem Profit!“ ist eine der wichtigsten Losungen der Bewegung. Die Verbesserung der Lebensbedingungen der Menschen, die Entwicklung von Selbstbestimmung und Demokratie und der nachhaltige Schutz der Natur sollen vorrangige Ziele von Politik und Wirtschaft sein.

Attac setzen sich für eine ökologische, solidarische und friedliche Weltwirtschaftsordnung ein und ist der Meinung, dass der gigantische Reichtum, den Menschen weltweit tagtäglich erwirtschaften, gerecht verteilt werden muss.

In Düsseldorf besteht Attac seit 2001. Wer Lust hat mitzumachen, kann dies in einer der folgenden Arbeitsgruppen tun:

| Arbeitsgruppe | Treffen |
|--|--|
| Europa AG | Jeden 1. und 3. Mittwoch im Monat um 18 Uhr im Niemandsland, Heerstraße 19-23 / Oberbilk |
| Noya - das Jugendnetzwerk von Attac | Jeden 2. und 4. Montag im Monat um 19:30 im Linken Zentrum „Hinterhof“ (Corneliusstr. 108) |
| Soziale Sicherung | Am 1. und 3. Dienstag um 19:30 Uhr im Monat im Niemandsland, Heerstraße 19-23 / Oberbilk, |
| Lokal - Global | Am 2. und 4. Mittwoch um 19.30 Uhr im Monat im Niemandsland, Heerstraße 19-23 / Oberbilk |

Aktuelle Informationen zu Attac Düsseldorf finden Sie auf folgender Homepage: www.attac-netzwerk.de/duesseldorf. Aktuelle Informationen zu Attac Deutschland finden Sie auf folgender Homepage: www.attac.de. Noya, das Jugendnetzwerk in Attac, findet sich unter der Adresse: www.no-ya.de. Dort gibt es auch eine Seite der Ortsgruppe aus Düsseldorf.

Mitglied werden

**Attac stärken –
Mitglied werden!**

**Attac Bundesbüro
Münchener Str. 48**

60329 Frankfurt/M.

Fax: 069-900 281-99



Ich bin damit einverstanden, dass Attac jährlich / monatlich meinen Mitgliedsbeitrag* in Höhe von _____ € von meinem Konto abbucht. *(Unzutreffendes bitte streichen)*

KontoinhaberIn: _____

Kto.-Nr.: _____

Bank: _____

BLZ: _____

Datum/Unterschrift: _____

Ich überweise meinen Mitgliedsbeitrag* in Höhe von _____ € jährlich / monatlich auf das u.g. Konto von Attac. *(Unzutreffendes bitte streichen)*

* Richtwert für den Beitrag sind 5 € im Monat. Nach Selbsteinschätzung freuen wir uns jedoch, wenn der Beitrag höher liegt. Der Mindestbeitrag beträgt 15 € im Jahr (Ausnahmen sind natürlich möglich). Die Teilnahme am Lastschriftverfahren spart uns viel Zeit und Geld, deshalb bitten wir darum, uns eine Einzugsermächtigung zu erteilen. Sie ist jederzeit widerrufbar.

Ja, ich möchte Mitglied bei Attac werden

Name: _____

Organisation: _____

Straße/Nr.: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon: _____

Fax: _____

E-Mail: _____

Datum/Unterschrift: _____

Ich interessiere mich besonders für folgende Themen:

- Genug für alle
- Globalisierung und Krieg
- Kampagne Stopp Steuerflucht
- Soziale Sicherungssysteme
- Welthandel und WTO
- FeministAttac
- Aktionsgruppe
- Globalisierung und Ökologie

Ich habe bereits ein Infopaket

Spendenkonto

Attac
Kto.-Nr. 800 100 800
GLS Gemeinschaftsbank eG
BLZ 430 609 67



Karte

