



KriKoko

Kritischer Konsum konkret

Nichts kaufen

**eine KriKoKo anlässlich
des Kauf-nix-Tages**

November 2 | 2014

www.KRIKOKO.j-gcl.org





Liebe Leserinnen und Leser der KriKoKo,

„Ihr seid nicht nur Konsumenten. Ihr seid Bürger, das heißt Gestalter, Mitgestalter.“¹

Am 28. November ist Kauf-Nix-Tag. Dieser konsumkritische letzte Freitag im November ruft dazu auf, 24 Stunden lang nichts zu kaufen. Wozu? Um auf ausbeuterische Arbeitsbedingungen aufmerksam zu machen, um das eigene Kaufverhalten zu reflektieren und um nachhaltigen Konsum anzuregen. Mehr dazu auf

<http://de.wikipedia.org/wiki/Kauf-Nix-Tag>.

Sonst bekommt ihr von uns ja oft Tipps und Anregungen für Kauf- bzw. Konsumententscheidungen – klar, kritischer Konsum steckt ja schließlich im Titel dieses Newsletters. Für uns ist der Kauf-Nix-Tag aber in diesem Monat Anlass, eine KriKoKo-Mail über das Nicht-Kaufen zu verschicken.

Gerade zum Beginn der Adventszeit und des „allgemeinen vorweihnachtlichen Kaufrausches“ kann der Kauf-Nix-Tag ein Innehalten sein – auch, um darüber nachzudenken, ob bzw. wie weit und unter welchen Bedingungen wir uns (ganz konkret im Blick auf Weihnachtsgeschenke) an diesem Konsum beteiligen wollen.

Anregende Lektüre und eine schöne Adventszeit wünscht euch euer KriKoKo-Team

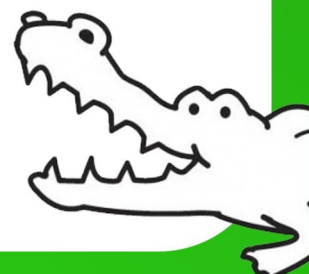
+++ Themenschwerpunkt: Nichts kaufen +++

++ Grundsätzliche Gedanken ++

Was es bedeuten kann, etwas zu kaufen

Mit unserem Konsum können wir als Verbraucher/-innen und Käufer/-innen Statements abgeben: politische, soziale, ökologische. Wir können durch die gezielte Entscheidung für bestimmte Produktions- und Vertriebsfirmen und -strukturen Wohlwollen und Zustimmung ausdrücken. Auch durch den Boykott von Produkten machen wir eine Aussage. Aber Boykottieren ist etwas anderes als nicht zu kaufen. Denn wenn wir eine Marke boykottieren, entscheiden wir uns meist für ein gleiches oder ähnliches Produkt einer anderen Marke.

¹ Joachim Gauck in seiner Rede nach der Vereidigung zum Bundespräsidenten, nachzulesen unter <http://www.bundespraesident.de/SharedDocs/Reden/DE/Joachim-Gauck/Reden/2012/03/120323-Vereidigung-des-Bundespraesidenten.html>





Was es bedeuten kann, nichts zu kaufen

Kaufentscheidungen sind...

... oft impulsive, emotionsgesteuerte Entscheidungen – nicht selten von Marketingmaßnahmen provoziert.

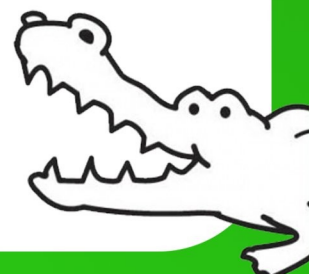
Einen Tag lang mal bewusst nichts zu kaufen, kann also bedeuten, ein Stück Kontrolle über die eigenen Emotionen und Impulse zurückzuerobern und sich Manipulationsversuchen und Werbestrategien zu entziehen.

... manchmal politische Akte, mit denen wir unseren Willen und unsere Bedürfnisse – zum Beispiel nach fair produzierter Kleidung – zum Ausdruck bringen². Aber ist es richtig, politische Teilhabe und gesellschaftliche Partizipation an Kaufentscheidungen zu binden? Ist es wirklich unsere Verantwortung als *Konsumenten/-innen*, Politik zu machen? Sollten wir das nicht eher als *Bürger/-innen* tun? Als *Wähler/-innen*? Indem wir Leute in politische Ämter wählen, um unsere Interessen zu vertreten? Die Zusammenhänge und Strukturen in einer globalisierten Wirtschaft sind so komplex, dass es eine Zumutung für einzelne Käufer/-innen ist, wenn die Verantwortung für Missstände in ihre Hände – und Geldbeutel – gelegt wird. Einzelne sind damit überfordert und können somit nicht allein verantwortlich gemacht werden, indem argumentiert wird: „Tja, das sind nun mal die Wünsche der Kunden/-innen. Wir würden ja fairer/ökologischer/ressourcenschonender/nachhaltiger/... produzieren, aber...“ Es ist auch und vor allem Aufgabe der Politik – nicht allein der Nachfrageseite – die Rahmenbedingungen dafür zu schaffen, dass nach ethisch-moralischen Kriterien produziert und gehandelt wird. Beide Seiten sind gefragt. „Wem Teilhabe möglich ist und wer ohne Not auf sie verzichtet, der vergibt eine der schönsten und größten Möglichkeiten des menschlichen Daseins: Verantwortung zu leben“, sagt Gauck im Eingangszitat weiter (s. Fußnote 1).

Einen Tag lang mal bewusst nichts zu kaufen, kann also auch bedeuten, sich der eigenen Rechte, Pflichten und Möglichkeiten als Bürger/-in bewusster zu werden und daran zu denken, dass es – abseits der Angebot-Nachfrage-Logik des Marktes – andere Möglichkeiten gibt, sich Gehör zu verschaffen.

... an die zur Verfügung stehenden Mittel einzelner geknüpft. Und was ist mit den Menschen, die nicht über die finanziellen Ressourcen oder entsprechende Bildung und Aufklärung verfügen, um ihren Willen und ihre Bedürfnisse durch eine Kaufentscheidung auszudrücken? Die fallen durch's Raster in einem System, das die Rechte und Pflichten

2 Politischer Konsum ist nach der Wahlbeteiligung die wohl am stärksten verbreitete Form politischer Partizipation; siehe hierzu auch der Artikel von Sigrid Baringhorst unten bei den Lesetipps.





von Bürgern und Bürgerinnen zunehmend auf Verbraucher und Verbraucherinnen verlagert.

Einen Tag lang mal bewusst nichts zu kaufen kann also auch bedeuten, sich und – evtl. durch entsprechende Kommunikation – auch andere darauf aufmerksam zu machen, dass es viele Menschen gibt, die im doppelten Sinn nicht an unserer Konsumgesellschaft partizipieren können: zum einen nicht am Konsum, zum anderen nicht an der konsumorientierten Art der Gesellschaftsgestaltung. Lohnend wäre sicher auch eine Auseinandersetzung mit der Frage, was Konsequenzen aus dieser Beobachtung sein könnten.

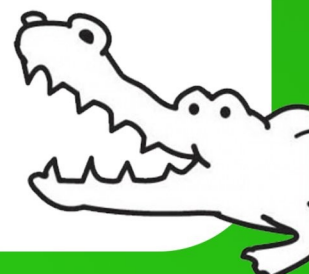
++ Das Eine, das du sofort tun kannst ++

Mach mit beim Kauf-Nix-Tag und kaufe nichts am 28. November. Oder während einer selbst gewählten Zeitspanne. Überlege, wie sich das anfühlt und welche Wertverschiebungen stattfinden. Bedeuten dir Sachen, die du kaufst, dadurch mehr? Oder verlieren Dinge für dich sogar an Wert, wenn du sie nicht kaufst? Weil du zum Beispiel merkst, dass du sie nur in dem Moment des Kaufimpulses haben wolltest?

Ihr könnt auch als (J-GCL-)Gruppe den Kauf-Nix-Tag umsetzen und euch danach über eure Erfahrungen austauschen.

++ Weitere Aktionstipps ++

- Sucht euch einen anderen Weg als etwas zu kaufen, um etwas zum Ausdruck zu bringen oder für etwas einzutreten, das euch wichtig ist. Schreibt zum Beispiel einen Brief an bzw. einen Artikel für die Zeitung. Oder schreibt an eine/-n Politiker/-in. Oder nehmt an einer Demonstration teil. Oder unterschreibt eine Petition: Es gibt diese und viele andere Möglichkeiten, Gesellschaft zu gestalten. Sie sind meist auch eher gemeinschaftlich ausgelegt als individuelle Kaufentscheidungen.
- Führt eine Woche lang Buch darüber, wofür ihr Geld ausgeben, und überlegt, welche Bedürfnisse hinter euren jeweiligen Käufen stecken. Auch hier ist ein Austausch in der (J-GCL-)Gruppe über eure Erfahrungen sicher interessant.
- Erkundet, welche Möglichkeiten es bei euch vor Ort gibt, Dinge und Dienstleistungen zu nutzen, ohne sie zu kaufen. Beispiele sind: Ausleihen, Teilen, Tauschen, Sich-schenken-Lassen etc. (zur Anregung – teils über das lokale Umfeld hinaus: Tauschringe, Freiwilligenzentren, „Schenkringe“ in den sozialen Netzwerken wie z.B. share and care, Verleihen unter Nachbarn/-innen über Briefkastenaufkleber





von <http://www.pumpipumpe.ch>, Teilen über bookcrossing.com oder über foodsharing.de, Ausleihen über Bibliotheken, Artotheken, Ludotheken o.ä., Nutzen von <http://www.umsonstladen.de/>) Ein weitergehendes Projekt könnte sein, auch andere jenseits eurer Gruppe bzw. jenseits der J-GCL über diese „Kaufnix-Möglichkeiten“ vor Ort zu informieren.

- Macht mit bei der Tauschbörse im Rahmen der gemeinsamen Jahreskonferenz 2015. Sie findet am Abend des 04.01.2015 auf Burg Rieneck in Rieneck statt. Dort könnt ihr gut erhaltene Oberbekleidung und Schuhe sowie Nagellack mit anderen tauschen.

++ Lesetipps ++

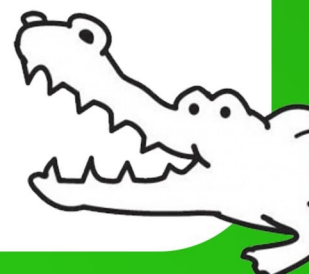
- Der SZ-Journalist David Pfeifer nahm sich vor, **ein Jahr lang nichts zu kaufen**. Ein Erfahrungsbericht: <http://sz-magazin.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/42202/Nein-danke>
- Sigrid Baringhorst, Professorin für Politikwissenschaft, schreibt in den Frankfurter Heften 4/2012 über **Möglichkeiten und Grenzen des politischen Konsums**: http://www.frankfurter-hefte.de/upload//NGFH_4-2012_Baringhorst.pdf
- **„Der Bürger ist tot, es lebe der Konsument“** – Essay von Mathias Stuhr im Fluter, der Zeitschrift der Bundeszentrale für politische Bildung, über das revolutionäre Potenzial des Konsums: <http://www.fluter.de/de/konsum/thema/4423/>
Den Fluter könnt ihr bei der BPB übrigens kostenlos auch als Printausgabe abonnieren.
- Dossier der Bundeszentrale für politische Bildung **über Partizipation**: <http://www.bpb.de/apuz/148209/editorial>
- „Süße Geschäfte“: Artikel in der ZEIT **über Kindermarketing**: <http://www.zeit.de/2013/20/kinder-marketing-werbung>

++ Das Persönliche ++

Ein Interview von Chefredakteurin Candida Sisto mit Renate Fischer, der Geschäftsführerin der J-GCL auf Bundesebene:

Liebe Renate, Kaufen oder nicht Kaufen, das ist hier die Frage...

Wir haben uns ja schon öfter mal darüber unterhalten, welche Aussagen man durch die eigenen Kaufentscheidungen trifft (ob bewusst oder unbewusst, frei oder manipuliert)





und was es bedeuten und ausmachen kann, Konsumentin zu sein. Dabei fiel auch immer wieder das Schlagwort vom Nicht-Konsum als kritischem Konsum.

Welche Faktoren und Kriterien spielen für dich persönlich eine Rolle, wenn du Kaufentscheidungen triffst?

Ich unterscheide für mich zwischen einem notwendigen Kauf (wie z.B. Winterschuhe) und einem Spontankauf, wie z.B. einem Schal oder einem Buch.

Beim Spontankauf versuche ich zuallererst meinen Kaufwunsch eine Nacht zu über-schlafen, weil es schon vorgekommen ist, dass ich am nächsten Tag meinen Kaufwunsch als gar nicht mehr so dringend und wichtig empfunden habe und dann regelrecht froh drüber war, nicht bereits gekauft zu haben. Falls beim Aufwachen am anderen Morgen mein Kaufwunsch immer noch da ist, versuche ich mir vorzustellen, wie ich mich fühlen würde, wenn ich mir meinen Kaufwunsch erfüllt haben würde.

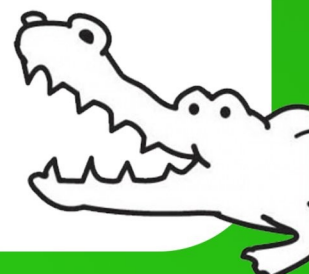
Dabei versuche ich auf meine Erfahrungen zurückzugreifen, z.B. versuche ich herauszufinden, ob die Gefahr besteht, dass sich das gewünschte Kaufobjekt gar nicht harmonisch in meinen Alltag einfügen wird (z.B. dass ich das Kleidungsstück nicht oft tragen werde, das Buch nach einmaligem Durchblättern für immer im Regal landet...).

Im Zuge dieser Überlegungen komme ich meinem tatsächlichen Bedürfnis, das sich hinter meinem Kaufwunsch verbirgt, immer näher. Wenn es die dringend notwendigen Winterschuhe sind, damit ich künftig keine nassen Füße mehr habe, dann ist alles viel einfacher, dann muss ich nur noch schauen, dass ich Schuhe finde, die langlebig sowie nach Möglichkeit fair und ökologisch produziert wurden.

Wenn es aber gar nicht um eine tatsächliche „Lücke in meinem praktischen Leben“ geht, sondern um so ein diffuses „Gefühl“, das ich mit dem Besitz des Kaufobjektes verbinde, dann ist für mich höchste Aufmerksamkeit geboten. Spätestens da weiß ich, dass ich kurz davor bin, ein „Gefühl zu kaufen“ – und spätestens da weiß ich auch, dass das gar nicht funktionieren wird. Das Einzige, was ich hinterher haben werde, ist dann das Gefühl, Geld sinnlos ausgegeben zu haben und sogar irgendwie enttäuscht worden zu sein. Zu allem Überflus werde ich auch noch jedes Mal daran erinnert, wenn ich den vermaledeiten Gegenstand sehe oder auch nur an ihn denke; denn vermutlich liegt er tief in irgendeiner Schublade.

Ist Nicht-Konsum für dich ein politischer Akt? Ist Nicht-Konsum auch kritischer Konsum? Falls ja, inwiefern?

Für mich ist auf alle Fälle Nicht-Konsum ein politischer Akt. Er schont Ressourcen aller Art, nicht zuletzt auch meine Nerven und meine Zeit. Er steht dem Prinzip „immer





mehr“ entgegen und lässt Raum für Erfahrungen, die nichts mit Kaufen und Konsumieren zu tun haben. Nicht-Konsum ist für mich persönlich ganz oft mit einem Erfolgserlebnis verbunden, nämlich dem Sog der Konsumwelt widerstanden zu haben. Es mag recht banal klingen, aber für mich ist es ein schönes Gefühl, einen Tag zu verbringen, an dem ich nicht konsumiere und damit meine ich hier v. a., an dem ich kein Geld ausgebe. Spätestens bei der Frage, was man ohne Geld unternehmen kann, wie man sich vergnügen kann, wird die gesellschaftliche Dimension unserer „Konsumpflicht“ doch recht deutlich.

++ Impuls: Weniger ist mehr ++

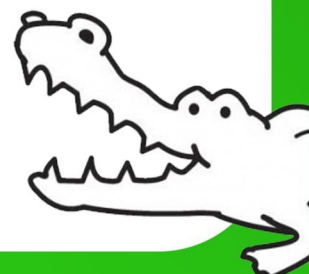
von Selma Rippelbeck, Kirchliche Assistentin der GCL-MF auf Bundesebene

Im Alltag erleben wir oft, dass „mehr“ höher bewertet wird, als „weniger“. Viele Menschen wollen immer „mehr“ haben: mehr Geld oder auch mehr für ihr Geld (z.B. möglichst viel Essen oder Kleidung für möglichst wenig Geld). Es geht um das Haben-Wollen, und was dabei zählt, ist die Menge. Je mehr, desto besser.

Oft wird das von der Werbung noch unterstützt: „Zahl 2, nimm 3“ lautet z.B. ein beliebter Werbespruch. Dann habe ich auf einmal mehr, als ich brauche – und das einzelne Stück ist weniger Wert.

Was aber macht den Wert einer Sache aus? Was macht Dinge (oder auch Personen) kostbar, was macht sie besonders? Hier liegt der „Mehrwert“ nicht in der größeren Anzahl der Dinge, sondern in ihrer Einmaligkeit. „Man kann nicht alle schönen Muscheln am Strand sammeln. Man kann nur einige sammeln, und sie sind um so schöner, je weniger es sind.“ So schreibt Anne Morrow Lindbergh in ihrem Buch „Muscheln in meiner Hand“. Sie spricht in diesem Zusammenhang von Schönheit: „Schönheit entfaltet sich nur im freien Raum. Nur im freien Raum sind Ereignisse, Gegenstände und Menschen unwiederholbar und unersetzlich und bedeutungsvoll – und deshalb auch schön.“ Ein Baum wird z.B. dann bedeutungsvoll, wenn er einzeln im freien Raum steht und wir ihn vor der leeren Fläche des Himmels betrachten können. Eine Kerzenflamme wird dann zu etwas Kostbarem, wenn sie die einzige Lichtquelle im lichtfreien Raum der Dunkelheit ist. In der Musik sind es die Pausen, die Zeiten der Stille (auch wenn sie noch so kurz sein mögen), die die einzelnen Töne wertvoll machen, wie Lindbergh weiter schreibt: „Ein Ton in einem Musikstück gewinnt an Bedeutung, wenn er zwischen zwei tonlosen Pausen steht.“

Es braucht also offensichtlich ein „weniger“ und einen Kontrast, damit Dinge hervortreten und zu etwas Besonderem, Wertvollem werden können.





Beim Thema Konsum ist es der konsumfreie Raum bzw. die konsumfreie Zeit, die den Konsum aus der Selbstverständlichkeit heraushebt und ihn zu etwas Besonderem macht. So kann z.B. der Kauf-nix-Tag ein Anlass sein, uns wieder deutlicher bewusst zu machen, welche Bedeutung und welchen Wert der Konsum für uns hat. Oder anders ausgedrückt: wie „schön“ (im Sinne von Lindbergh) einkaufen sein kann. In diesem Sinne: Darf´s ein bisschen weniger sein?

+++ Infos +++

>> Unser Redaktionsmitglied Anja war letztes Wochenende auf dem **Weltveränderkongress** in Mainz. Wer sich dafür interessiert, was dort passiert ist, kann sich informieren über

<http://www.kritischerkonsum.de/eu-projekt/weltfairaender-kongress/presse/>

>> **Ideen zum Fairschenken zu Advent und Weihnachten**

- <http://www.fairtrade-deutschland.de/produkte/fair-einkaufen/fair-schenken/weihnachten/>
- <http://www.zeit-statt-zeug.de/>

>> **Make Chocolate Fair! - Europäische Kampagne für faire Schokolade**

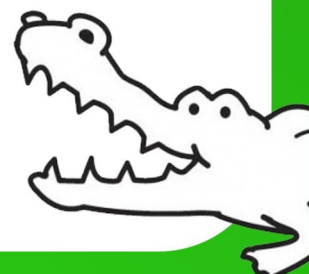
Gerade in der Advents- und Weihnachtszeit wird viel Schokolade konsumiert. Ihr könntet auch über die Kampagne informieren und Unterstützer/-innen werben:

<http://www.inkota.de/themen-kampagnen/make-chocolate-fair/>

++ Rückmeldungen und Mitgestaltung ++

Wenn ihr Rückmeldungen zur aktuellen KriKoKo, Erfahrungsberichte, Fragen (z.B. was ihr schon immer mal wissen oder loswerden wolltet in Sachen Kritischer Konsum), Anregungen oder Sonstiges habt bzw. mal einen Beitrag für die Rubrik „Das Persönliche“ verfassen wollt, mailt uns einfach: krikoko@j-gcl.org

Wir freuen uns, wenn ihr Lust habt, die KriKoKo mitzugestalten, ob als Gastautor/-in oder als gewähltes Kommissionsmitglied. Falls ihr für 2015 in die Kommission gewählt werden wollt, kandidiert ihr auf der gemeinsamen JK 2015 (02. - 06.01.2015 auf Burg Rieneck) oder schriftlich mit einer Mail an: krikoko@j-gcl.org



Chefredaktion dieser „KriKoKo“:

- Candida Sisto (GCL-MF, ehrenamtliches Mitglied der Kommission Kritischer Konsum)

unterstützt von:

- Andreas Ellner (GCL-JM, ehrenamtliches Mitglied der Kommission Kritischer Konsum)
- Astrid Schmidmeier (GCL-MF, ehrenamtliches Mitglied der Kommission Kritischer Konsum)
- Senta Hoppe (GCL-MF, ehrenamtliches Mitglied der Kommission Kritischer Konsum)
- Anja Böhmer (GCL-MF, ehrenamtliche Verbandsleiterin)
- Birgit Springer (GCL-MF, Referentin)

Die KriKoKo-Mail ist ein kostenloses Angebot der Jugendverbände der Gemeinschaft Christlichen Lebens (J-GCL).

Wenn du die J-GCL bei ihrer Arbeit unterstützen möchtest, kannst du dies durch eine Spende oder eine Fördermitgliedschaft tun.

Alle Infos hierzu findest du unter www.j-gcl.org/foerdern

KriKoKo-Mail abonnieren oder Abo abbestellen? Ganz einfach:

<http://j-gcl.org/krikoko/>

Dort finden sich auch alle bisher verschickten KriKoKo-Mails.



Die KriKoKo-Mail wird herausgegeben von:

J-GCL-Bundesstelle

Bei St. Ursula 2

86150 Augsburg

mail@j-gcl.org | www.j-gcl.org