

kontraste

Presse- und Informationsdienst für Sozialpolitik



KONSUM UND GESELLSCHAFT

SPEKTRUM

BUCHTIPPS

VERANSTALTUNGEN

5 | August 2013

Konsum und Gesellschaft	
Durch fairen Konsum die Produktionsbedingungen verändern	4
Sozial-ökologische Beschaffung von Computer & Co	8
Bio-Produkte: Fiktion und Realität	10
„Optimierte Gebrauchsdauer“ oder geplante Obsoleszenz?	13
Analysen zur Konsumgesellschaft	16
Eine neue Landlust?	21
Spektrum	
Die Abwanderung bewältigen	23
Präventiver Menschenrechtsschutz	31
Buchtipps	33
Veranstaltungen	34

Macht und Ohnmacht der KonsumentInnen

Die zahlreichen Billigangebote der Handelsketten sind sehr verlockend, und nicht immer können wir widerstehen und „schlagen zu“: vornehmlich bei Textilien und im Elektronikbereich. Irgendwie vermuten wir zwar, dass sich das nicht ausgehen kann, dass irgendwer in der oft langen Produktions- und Distributionskette die Rechnung dafür zahlen muss, dass wir so günstig davonkommen – aber das verdrängen wir in der Regel, wer will das schon so genau wissen...

Bis wieder einmal „etwas passiert“: Zuletzt war das in Bangladesch der Fall, wo Ende April eine Textilfabrik einstürzte und 390 Menschen ums Leben kamen. Da wurde dann publik, dass das kein Einzelfall war, sondern nur die Spitze des Eisbergs: Allein im Halbjahr zuvor ist es dort zu 40 Bränden in Fabriken mit insgesamt 129 Toten und 760 Verletzten gekommen. Die Betreiber der Produktionsstätten stehen unter enormem Kostendruck, die Aufteilung des Produktionsprozesses mittels zahlreicher Subunternehmen erleichtert die Umgehung arbeitsrechtlicher Bestimmungen und macht deren Überprüfung nahezu unmöglich (vgl. Beitrag S. 4). Nicht viel anders läuft

Messe für nachhaltigen Lebensstil

Von 27. bis 29. September findet in der Linzer Tabakfabrik die Wear Fair & mehr-Messe statt. Auf knapp 8.000 m² führt diese KonsumentInnenmesse die Bereiche Mode, Mobilität, Ernährung und nachhaltigen Lebensstil zusammen. Neben heimischen Firmen präsentieren sich Unternehmen und Marken aus ganz Europa, die nachweislich ökologische und soziale Kriterien erfüllen. Geplant sind folgende Bereiche: Mode, Mobilität, Ernährung, Reisen, Energie sowie ethische Geldanlagen

Das neue Team, bestehend aus MitarbeiterInnen von Südwind, GLOBAL 2000 und dem Klimabündnis, will in einem überarbeiteten Konzept bewusst machen, wie viel gutes Lebensgefühl, Freude und Lebensqualität in einem nachhaltigen Lebensstil und bewusstem Konsum stecken. Dies soll auch durch das Rahmenprogramm mit Podiumsdiskussionen, Workshops, Modeschauen, Showkochen und diversen Kinderattraktionen verdeutlicht werden. (www.wearfair.at)

es bei der Herstellung von IKT-Produkten. Schon bei der Rohstoffgewinnung hierfür werden Menschen- und Arbeitsrechte massiv verletzt und die Umwelt verschmutzt. Der eigentliche Produktionsprozess findet überwiegend in Niedriglohnländern statt und ist meist durch hohe Jobunsicherheit, extensive Arbeitszeiten und unbezahlte Überstunden sowie ein gewerkschaftsfeindliches Verhalten vieler Unternehmen gekennzeichnet (vgl. Beitrag S. 8). D.h. Ausbeutung findet nach wie vor statt, sie wurde nur primär in die Länder der sogenannten Dritten Welt ausgelagert.

Was kann man als KonsumentIn tun? Beim PC-Einkauf eigentlich wenig, so Annelie Evermann von WEED. Da alle Markenhersteller mit fünf zentralen Kontraktfertigern kooperieren, die mit Arbeitsrecht allesamt wenig am Hut haben, gebe es hier bislang keine echte Kaufalternative. In anderen Bereichen sehr wohl: So findet man etwa bzgl. Textilien, Reinigungs- oder Waschmitteln auf den Homepages der AK und einschlägiger NGOs Listen und Datenbanken, die Informationen für fairen Konsum bieten. D.h. man kann sich informieren und dann entsprechend handeln. Empfohlen wird weiters, sich bis zu einem gewissen Grad von Modeströmungen zu emanzipieren. Denn zwischen 30 und 60 Prozent der weggeworfenen Produkte funktionieren noch. Sie landen nicht zuletzt deshalb auf dem Müll, weil sie dem geänderten Zeitgeschmack nicht mehr entsprechen. Diese Emanzipation ist nicht gerade leicht, denn die Werbung tut alles dazu, um sie zu verunmöglichen und „Trendverweigerer“ alt aussehen zu lassen. Aber man sollte nichts unversucht lassen und eine entsprechende Einstellung gegebenenfalls auch an die nächste Generation weitergeben.

Schließlich sollte man sich vergegenwärtigen, dass beispielsweise bei der Jeans-Herstellung der Lohn der ArbeiterInnen nur rund ein Prozent des Verkaufspreises ausmacht, währenddessen der Einzelhandel an die 50 Prozent davon lukriert. Selbst eine Verdoppelung der Löhne würde sich insofern nur unwesentlich auf den Verkaufspreis auswirken. Durch KonsumentInnenmacht allein sind derartige Lohnerhöhungen jedoch kaum zu erreichen, eine Stärkung der Gewerkschaften und eine Etablierung von Mindeststandards in den betroffenen Ländern könnten hier vermutlich schon mehr bewirken, meint

Ihre
Kontraste-Redaktion

Durch fairen Konsum die Produktionsbedingungen verändern

Internationale Konzerne beuten bei der Produktion der Konsumgüter die ArbeiterInnen in den Entwicklungsländern aus und belasten die Umwelt, kritisiert die Arbeiterkammer. Wenn die Produkte hierzulande ausgedient haben, werden nicht die Wertstoffe und der Giftmüll getrennt, sondern die Produkte als Ganzes wieder in den Entwicklungsländern entsorgt. Die Konsumenteninformation der AK OÖ bietet in Zusammenarbeit mit entwicklungs- und umweltpolitischen NGOs eine Reihe von Informationen, die beim fairen Konsum unterstützen.

Der Aufschrei vieler NGOs über die Zustände in der Textilindustrie in Bangladesch hat jetzt positive Konsequenzen: 31 Firmen haben mittlerweile das Abkommen für Gebäudesicherheit und Brandschutz unterzeichnet. Mehr als 1.000 Fabriken in Bangladesch sind Teil des Verbesserungsprogramms. Die Firmen bekennen sich damit zu einem transparenten, rechtlich bindenden Abkommen, das die lokalen Gewerkschaften einbindet und die Unternehmen finanziell an den Sanierungen der Fabriken beteiligt, informierten die AK-Vertreter Johann Kalliauer und Georg Rathwallner bei einer Pressekonferenz Anfang Mai.

Unterschrieben haben u.a. Firmen wie H&M, Inditex, C&A, PVH (Calvin Klein, Tommy Hilfiger), Tchibo, Tesco, Marks & Spencer, Carrefour, KiK, Benetton, Esprit, Rewe, Lidl, Switcher und Abercrombie&Fitch. Große Modekonzerne wie GAP oder Charles Vögele haben die Unterschrift allerdings bislang verweigert.

Das Abkommen umfasst unabhängige Sicherheitsinspektionen, Möglichkeiten, die Geschäftsbeziehungen mit den Fabriken zu beenden, wenn diese notwendige Sicherheitsmaßnahmen ablehnen, sowie die Involvierung der betroffenen ArbeiterInnen und ihrer Gewerkschaften. Ein Kernstück des Abkommens ist die Kostenbeteiligung. Die unterzeichnenden Markenunternehmen verpflichten sich dazu, für Instandhaltungskosten in ihren Zulieferbetrieben aufzukommen

und damit die Arbeitsplätze sicherer zu machen. Das Abkommen garantiert den ArbeiterInnen das Recht, gefährliche Arbeit zu verweigern, wie es die ILO Konvention 155 zur Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz vorsieht.

Katastrophale Arbeitsbedingungen

Der Einsturz eines achtstöckigen Fabrikgebäudes in der Hauptstadt Bangladeschs, Dhaka, bei dem Ende April über 390 Menschen ums Leben gekommen waren, hatte eine neue Debatte über die mangelhaften Arbeitsbedingungen in dem verarmten Land ausgelöst, die nun – nach zähen Verhandlungen – zu dem Abkommen geführt hat. Zuvor hatten sich internationale Marken und Handelsketten geweigert, ein Abkommen zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in den Textilfabriken zu unterzeichnen. Stattdessen wurden der Fleckerlteppich an privaten Verhaltenskodizes, selbst durchgeführte Kontrollen und schwammig formulierte Initiativen zur unternehmerischen Sozialverantwortung ausgeweitet. Laut Arbeitsrechtsorganisationen bewirkten diese vereinzelt Initiativen jedoch kaum etwas in einem Land, in dem selbst offizielle Untersuchungen der Behörden nur sehr locker durchgeführt würden und die Fabriksbesitzer enge Verbindungen zu Regierungsbeamten pflegten: 25.000 Fabriken aller Branchen im ganzen Land stehen nur 90 Arbeitsinspektoren gegenüber.

Allein in den letzten sechs Monaten ist es zu mehr als 40 Brandzwischenfällen in Textilfabriken gekommen. Die Ursache waren meist mangelhafte Elektroinstallationen, was in Kombination mit den leicht brennbaren Stoffen in den Hallen schnell zu Bränden führt. Dabei wurden insgesamt 129 Arbeiter getötet und über 760 verletzt. Arbeitgebervertreter bestreiten allerdings diese Zahlen.

In Bangladesch stürzen zudem immer wieder Häuser ein, weil bei der oft illegalen Errichtung grundlegende Sicherheitsvorschriften missachtet werden. Die Gebäude unterstanden bislang keinerlei Kontrollen. In der Textilindustrie ist die Lage besonders dramatisch, weil die Betreiber der Produktionsstätten unter enormem Kostendruck stehen. Der erwähnte Einsturz der Textilfabrik in Dhaka, wo unter anderem für Mango, Benetton und die britische Kette Primark produziert wurde, war das bisher schlimmste Unglück dieser Art. Die Katastrophe zeigt besonders tragisch, wie groß die Kluft zwischen den firmeneigenen Programmen für soziale Verantwortung und der Realität eigentlich ist.

Ein zentrales Thema bei der Verbesserung der Arbeitsbedingungen in den Fabriken ist die Frage, welche

Verantwortung die internationalen Handelsketten, die hier herstellen lassen, dabei tragen. Denn diese wälzen die Kontrolle der Arbeitsbedingungen oftmals auf ihre Fertiger ab, die wiederum eine Vielzahl kleinerer SubunternehmerInnen beschäftigen. Diese Aufteilung des Produktionsprozesses macht die Umgehung von Arbeitsbestimmungen leichter, eine Überprüfung ist so gut wie unmöglich. Aufgrund dieser Vorgehensweise wissen die Markeninhaber oft nicht, unter welchen Verhältnissen ihre Produkte entstehen. ExpertInnen werfen den Konzernen allerdings vor, es gar nicht so genau wissen zu wollen.

Bangladesch hat mit einem Umsatz von 20 Milliarden Dollar im Jahr die zweitgrößte Textilindustrie weltweit, rund 80 Prozent der Exporte des Landes fallen auf diesen Sektor. In den 4.500 Textilfabriken im Land arbeiten über zwei Millionen Angestellte. Die meist weiblichen ArbeiterInnen verdienen im Monat knapp 30 Euro bei einer 60- bis 70-Stunden-Woche. Sie wohnen in kleinen Wellblech- oder Bambusbaracken auf Stelzen direkt über kleinen Tümpeln in der Stadt, da es dort am günstigsten ist. Kinderbetreuung gibt es keine. Entweder lassen die Mütter ihre Kinder auf dem Land bei Verwandten zurück oder sie nehmen sie mit in die Stadt und überlassen sie mehr oder weniger sich selbst.

Wer verdient wie viel an Jeans?

Neben dem Sicherheitsproblem ist somit die schlechte Bezahlung eines der drängendsten Probleme in Bangladesch sowie in vergleichbaren Ländern. Die Arbeiterin, welche die Jeans herstellt, erhält dabei nur ca. ein Prozent des Endverkaufspreises, elf Prozent gehen für Transport und Steuern auf, 13 Prozent für das Material und den Gewinn für die Fabrik im Billiglohnland, 25 Prozent werden für den Markennamen, die Werbung und die Verwaltung aufgewendet. Der größte Teil, nämlich 50 Prozent, geht an den Einzelhandel.

Die Löhne der ArbeiterInnen in den Herstellerländern liegen häufig unter dem Existenzminimum. Die niedrigsten Stundenlöhne - 17 Cent - werden laut ILO-Studie in Pakistan gezahlt. Der Mindestlohn in Bangladesch hat sich in den letzten zehn Jahren unter Berücksichtigung der Geldentwertung halbiert. Selbst eine Verdoppelung der Löhne der ArbeiterInnen in der Produktion, wie sie von Arbeitnehmergevertretungen und NGOs gefordert wird, um nicht nur die Kosten für die Ernährung einer Familie, sondern darüber hinaus auch jene für Bildung, Miete und Medikamente abdecken zu können, würde insofern die Preise für KonsumentInnen in Europa nicht merklich erhöhen, merken die AK-Vertreter an.

Beispiel Handys

Auch bei Handys machen die Lohnkosten nur ein Prozent des Verkaufspreises in Europa aus und die Produktionsbedingungen sind oft unmenschlich, wie die Berichte von ExpertInnen von Südwind zeigen. Durch ständigen Modellwechsel kommt es dazu, dass noch funktionsfähige Handys als alt erscheinen und weggeworfen werden. Die durchschnittliche Nutzungsdauer eines Handys liegt unter zwei Jahren. Damit wird auch ein wichtiger und knapper Rohstoff - Lithium - verschwendet.

Umweltbelastung und die Verschwendung von knappen Rohstoffen sind auch eine Folge des Produktdesigns. Vor allem elektrische und elektronische Geräte enthalten immer mehr Verschleißteile, die kurz nach Ablauf der Gewährleistungsfrist kaputtgehen. In diesem Zusammenhang spricht man von geplanter Obsoleszenz (siehe auch Beitrag S. 13). Die Reparatur rechnet sich meistens nicht, weil die Verschleißteile fest eingebaut sind und nur bei hohem Arbeitsaufwand ausgebaut werden können. Außerdem sind zu meist die Ersatzteile nicht mehr verfügbar. Auch die Wertstoffe sind kompliziert verbaut und daher nur mit



Bei Handys machen die Lohnkosten nur ein Prozent des Verkaufspreises aus. Die Produktionsbedingungen sind oft unmenschlich. Foto: hs

Zur Aussagekraft von Nachhaltigkeitsberichten

Nach den Bränden in Textilfabriken in Bangladesch und Pakistan mit hunderten Toten beginnen sich wieder mehr Leute dafür zu interessieren, woher ihre Kleidung kommt und unter welchen Umständen sie produziert wurde. Die Unternehmen machen es den VerbraucherInnen jedoch oft nicht leicht, an objektive Informationen über die Herstellung ihrer Produkte zu kommen.

Die erste Anlaufstelle bei der Suche nach Informationen zu den Produktionsbedingungen ist die Homepage des Unternehmens, sagt Michaela Königshofer von der Clean-Clothes-Kampagne Österreich gegenüber dem ORF. Fündig werde man oft dort, wo man es auf den ersten Blick nicht vermuten würde: So findet man z.B. mitunter unter dem Menüpunkt „Service“ einen Verhaltenskodex zur Nachhaltigkeit. Ist der richtige Link gefunden, führt er meist zu einem PDF-Dokument, das bei internationalen Konzernen mehrheitlich nur in Englisch verfasst ist. Michaela Königshofer rät, nicht alles für bare Münze zu nehmen, was man dort liest. Interessanter als der Inhalt der Dokumente sei oftmals, was darin nicht zu finden ist. Die Clean-Clothes-Aktivistin empfiehlt, darauf

zu achten, ob ein Unternehmen Fehler zugibt: „Wenn ein Unternehmen kommuniziert, es ist alles wunderbar, es ist alles schön, man sieht diese tollen Bilder, dann kann man auf jeden Fall einmal kritisch sein,“ so Königshofer.

Umfangreiche CSR-Dokumente (CSR steht für Corporate Social Responsibility) sind nicht automatisch aufschlussreicher, auch auf vielen Seiten können Informationen vorenthalten werden, betont Königshofer. Seriöse CSR-Dokumente berichten z.B. von Ergebnissen von Inspektionen, setzen klare und eindeutig definierte Ziele, etwa garantierte Mindestlöhne, und erläuterten Details zu den Standards, nach denen die Produktion abläuft.

Als wesentlich erachtet Königshofer genaue Angaben zu den Produktionsstandorten, die nicht nur die Länder, sondern auch die Adressen enthalten sollten; dies sei aber selten der Fall. Skepsis sei auch angebracht, wenn auf den Websites soziale Engagements wie Finanzierungen von Schulen besonders hervorgehoben werden. Das scheint mittlerweile zum guten Ton zu gehören und könne unter Umständen als kleines Plus gewertet werden, sage aber nichts darüber aus, ob das Unternehmen insgesamt verantwortungsvoll handelt.

großem Arbeitsaufwand zu recyceln. Die Arbeiterkammer fordert daher europaweit einheitliche gesetzliche Regelungen, um knappe Ressourcen zu schonen, die Umwelt zu entlasten und auch die Kosten für die KonsumentInnen zu senken. Vorstellbar wäre eine Verpflichtung für den Handel, die Verschleißteile über einen bestimmten längeren Zeitraum zu führen. Seltene Erden sollten so eingebaut werden, dass sie recycelbar sind, fordert AK-Konsumentenschützer Georg Rathwallner.

Kosmetik ohne Tierversuche

Tierversuche dienen nach Meinung der AK primär nicht der Sicherheit der VerbraucherInnen, sondern der rechtlichen Absicherung von Firmen, falls es Schadenersatzklagen gibt. Seit 11. März dieses Jahres sind Tierversuche bei Substanzen, die in der Kosmetikindustrie eingesetzt werden, verboten. Wenn eine Substanz nicht nur in einem Shampoo eingesetzt wird (Kosmetika), sondern auch in einem Geschirrspülmittel, darf sie nach der EU-Regelung aber weiter am Tier

getestet werden. Denn das Tierversuchsverbot gilt nur für Stoffe, die allein für Kosmetik entwickelt und zugelassen wurden. Die meisten Chemikalien lassen sich aber mehrfach nutzen: Tenside, Duftstoffe oder Konservierungsstoffe werden zu mehr als 80 Prozent in beiden Bereichen genutzt. Für die AK-Vertreter – und wohl nicht nur für sie – ist es unverständlich, dass die EU Tierversuche für Kosmetika zwar verbietet, für Substanzen, die in Putz- und Reinigungsmitteln enthalten sind, aber zulässt.

Was können die KonsumentInnen tun?

KonsumentInnen können nach Meinung der AK durch die Berücksichtigung von sozialen und ökologischen Kriterien beim Kauf mithelfen, die Produktionsbedingungen in der Dritten Welt zu verbessern. Ökologische und soziale Kriterien sind mittlerweile zwar fester Bestandteil der Marketingstrategien der großen Konzerne, oft dienen sie aber bloß als Feigenblatt, weil nur kleine Teilaspekte verbessert wurden.

Die Konsumenteninformation der Arbeiterkammer bietet auf ihrer Homepage www.ak-Konsumenten.info zahlreiche Informationen für fairen Konsum. Mit dem „Fair Fashion Finder“ zum Beispiel können KonsumentInnen fair produzierte Mode finden. Ebenso findet man eine von Südwind erstellte Liste von unternehmensunabhängigen Gütesiegeln für soziale und ökologische Nachhaltigkeit in der Bekleidungsbranche. Und der Firmencheck auf der Website von Clean Clothes (www.cleanclothes.at/de/firmen-check) gibt Aufschluss darüber, welche Firmen sich kooperativ bei der Verbesserung der Arbeitsstandards zeigen. Unabhängig davon können die VerbraucherInnen natürlich auch selbst darüber Recherchen anstellen, woher ihre Kleidung kommt, und unter welchen Umständen sie produziert wurde (siehe Kasten, S. 6). Keine Kleidung mehr bei den inkriminierten Modeketten zu kaufen, sei allerdings keine Lösung, sagt Michaela Königshofer von Clean Clothes, weil etwa für die Frauen in Bangladesh ein Job in der Bekleidungsindustrie sehr wichtig ist, da dies einer der wenigen Sektoren ist, wo sie etwas Geld verdienen können. Es gehe vielmehr darum, die Einhaltung sozialer und ökologischer Standards bei der Produktion durchzusetzen.

Auch bei Wasch- und Reinigungsmitteln kann auf Umweltverträglichkeit geachtet werden. In der Datenbank ÖkoRein (auffindbar unter: www.umweltberatung.at) findet man alle umwelt- und gesundheitsschonenden Wasch- und Reinigungsmittel. Und der mit zet (Zentrum für Ersatz- und Ergänzungsmethoden zu Tierversuchen) gemeinsam erarbeitete Kosmetik-Einkaufsführer der Arbeiterkammer kann den KonsumentInnen dabei helfen, Produkte zu finden, die ohne Tierleid hergestellt wurden.

Weitere Verbesserungen notwendig

Generell geht es den AK-Vertretern um eine stärkere Thematisierung der angesprochenen Problematik, insbesondere der Bereiche Reparatur und Recycling, um eine Bewusstseinsveränderung bei den KonsumentInnen zu bewirken. Es sollte klar sein, dass Billigprodukte meist nicht lange halten und Geräte mit Reparaturmöglichkeiten den Einzelnen langfristig billiger kommen. Wenn die KundInnen ihr Kaufverhalten ändern, reagieren in der Regel auch die Unternehmen darauf, wenngleich teilweise nur mit einer geänderten Marketingstrategie. Eines der größten Probleme ist die Mode – wenn völlig intakte Produkte (insbesondere Textilien) weggeworfen werden, nur weil sich der allgemeine Geschmack geändert hat. Die AK-Vertreter wiesen darauf hin, dass auch teure Markenprodukte in denselben Fabriken hergestellt werden wie Billigware.

Das Verhalten von umwelt- und sozial engagierten KonsumentInnen allein wird die vielfach skandalösen Produktionsbedingungen allerdings nicht ändern können, so Kalliauer und Rathwallner. Daher fordern Arbeiterkammer, „weltumspannend arbeiten“, Südwind, Clean Clothes und andere NGOs Verbesserungen in der Produktion unserer Konsumgüter in den Entwicklungsländern ein. Die AK fordert insbesondere auch eine Stärkung der Gewerkschaftsrechte in diesen Ländern. [hs]

Quellen: Unterlagen zur Pressekonferenz von Dr. Johann Kalliauer und Dr. Georg Rathwallner, AK OÖ, Linz, 22.05.2013; AK-Mediendienst Nr. 10300, 22.05.2013; www.orf.at, 01.05.2013; help.orf.at, 08.12.2012

Rolf Schwendter, 1939 – 2013

Rolf Schwendter ist am Sonntag, den 21. Juli 2013, in Kassel verstorben. Er wurde 73 Jahre alt. Mit seinem Tod verlieren die Kultur- und Sozialwissenschaften wie auch die linke und alternative Bewegung einen der vielseitigsten Kritiker menschlicher Entfremdungen im postindustriellen Zeitalter.

Der 1939 als Rudolf Scheßwendter geborene Schwendter wuchs mit Ungarisch und Deutsch als Muttersprachen in Wien auf. Dort studierte er Rechts- und Staatswissenschaften sowie Philosophie und wurde in diesen drei Fächern promoviert.

1971 erschien sein wegweisendes Opus Magnum, die „Theorie der Subkultur“. Anschließend dozierte er Politische Wissenschaft an der Universität Heidelberg. Von 1975 bis zu seiner Emeritierung 2003 war Schwendter Professor für Devianzforschung an der Gesamthochschule Kassel.

Swendter verfasste eine Reihe weiterer philosophischer, sozioökonomischer und kulturhistorischer Arbeiten und war sowohl künstlerisch wie politisch aktiv. So geht etwa das „Erste Wiener Lesetheater“ auf seine Initiative zurück. Bis zuletzt organisierte er jeweils am 1. September in Wien den Anti-Kriegstag.

Sozial-ökologische Beschaffung von Computer & Co

Ansätze zur Vermeidung von Arbeitsrechts- verletzungen und Umweltverschmutzung bei der Produktion von IT-Hardware

In jüngster Zeit häufen sich wieder Berichte von Arbeiteraufständen in Fabriken in Niedriglohnländern, in denen IKT-Produkte (Informations- und Kommunikationstechnologie) hergestellt werden, oder in Minen, in denen Rohstoffe gefördert werden. Vor zwei Jahren erreichten uns Berichte über zahlreiche Selbstmordfälle in den Fabriken des Apple-Zulieferers Foxconn. All diese Berichte haben einen direkten Zusammenhang zu unserem Kauf von Laptops, Smartphones, Desktops oder anderen IKT-Geräten. Anders als bei Kleidung, Kaffee oder Schokolade gibt es jedoch bislang keine echte Kaufalternative – denn alle Markenhersteller kaufen über die fünf zentralen Hauptzuliefererfirmen (Kontraktfertiger) ein, bei denen Menschen- und Arbeitsrechtsverletzungen begangen werden.

Arbeitsrechtsverletzungen und Umweltverschmutzung säumen den gesamten Lebensweg eines IKT-Produkts. Dies beginnt schon bei der Rohstoffgewinnung: IKT-Produkte bestehen aus Rohstoffen wie Zinn, Gold, Coltan, Kupfer und Wolfram, bei deren Abbau und Aufbereitung Menschen- und Arbeitsrechte massiv verletzt werden und die Umwelt verschmutzt wird.

Nicht nur die ArbeiterInnen in den Minen selbst sind betroffen, sondern die gesamte Bevölkerung im Abbaugebiet – sei es durch die Verknappung und Verseuchung des Trinkwassers und des Bodens oder durch gezielte Vertreibungen. Darüber hinaus finanziert der Kauf mancher



Rohstoffe, wie z.B. Coltan, Gold oder Wolfram, aus politischen Konfliktregionen, wie der Demokratischen Republik Kongo und den angrenzenden Staaten, den blutigen Kampf der Konfliktparteien.

Der eigentliche Fertigungsprozess findet vorwiegend in Fabriken in Niedriglohnländern statt, in denen die ArbeiterInnen unter prekären Bedingungen arbeiten. Die Probleme in der Computerindustrie variieren nach Standort; weltweit verbreitet sind jedoch die hohe Jobunsicherheit, niedrige Löhne, extensive Arbeitszeiten und unbezahlte Überstunden sowie ein höchst gewerkschaftsfeindliches Verhalten vieler Unternehmen. Die Arbeitsschutzmaßnahmen sind oft unzureichend, obwohl die ArbeiterInnen in der Produktion mit hochgiftigen Stoffen in Kontakt kommen. Da die Arbeitswelt in der IKT-Industrie zudem von einem hohen Anteil an MigrantInnen geprägt ist, deren Aufenthaltsgenehmigung an den Arbeitsvertrag gebunden ist, sind diese ArbeiterInnen besonders leicht auszubeuten.

Schließlich landen viele Materialien auf oft illegalem Wege als Elektroschrott in Indien, Pakistan, China, Ghana oder Nigeria. Hier werden wiederverwendbare Metalle ohne jegliche Schutzvorrichtungen und damit unter höchst gesundheits- und umweltschädlichen Bedingungen von Erwachsenen wie auch von Kindern aus den Schrottgeräten herausgeklopft oder -geschmolzen. Denn obwohl die fachgerechte Entsorgung von IKT-Produkten gesetzlich geregelt ist (in Deutschland im Elektrogesetz von 2005), bietet die fehlende rechtliche Abgrenzung ein Schlupfloch, um Elektroschrott als Secondhand-Ware deklariert über entsprechende Kanäle in Entwicklungsländer zu exportieren. Die Auswirkungen kann man eindrucksvoll in Filmen wie „Where does E-waste end up?“ oder „Die Kinder von Toxic City“ (zu sehen auf www.youtube.com) verfolgen.

Schritte zur einer sozialen und ökologischen IKT-Beschaffung

Relativ einfach ist beim Kauf von IKT-Produkten die Berücksichtigung ökologischer Kriterien. Hier liefern Umweltzertifikate, wie z.B. der Blaue Engel, eine Orientierung. Als wichtigstes ökologisches Kriterium gilt jedoch gerade nicht der Stromverbrauch des Endgeräts, auf das wir als VerbraucherInnen gern achten: Eine neue Studie des (deutschen) Umweltbundesamtes zeigt auf, dass der Umweltaufwand bei der Herstellung eines Notebooks so hoch ist, dass er sich durch eine erhöhte Energieeffizienz in der Nutzung nicht in realistischen und realisierbaren Zeiträumen ausgleichen lässt. Ein umweltverträglicher Einkauf

muss daher insbesondere die Verlängerung der Produktlebensdauer im Fokus haben (z.B. Vereinbarung von Ersatzteilverfügbarkeit, Hardware-Upgrade, Verlängerung der Produktgarantie). Bei der Entsorgung sollte schließlich unbedingt darauf geachtet werden, dass Altgeräte zuverlässigen Entsorgern überlassen werden.

Bislang ist hingegen noch kein „fairer“ Computer auf dem Markt und die Markenunternehmen verweigern sich bislang der Gründung einer nachhaltigen Multi-Stakeholder-Initiative. Zwar unterscheidet sich die Rhetorik von Hewlett Packard von der Rhetorik Fujitsu. Jedoch rollen die Computer beider Markenunternehmen teilweise vom Fließband desselben Zulieferunternehmens. Eine Kaufempfehlung kann auf dieser Grundlage bislang nicht ausgesprochen werden (eine Ausnahme gilt für die „fast-faire“ PC-Maus von www.nager-it.de). Gerade wegen dieser aussichtslos scheinenden Situation können Großeinkäuferinnen wie die Kirchen bei der Verbesserung der Bedingungen auf diesem Sektor eine Schlüsselrolle spielen. In Deutschland kaufen die Kirchen IKT-Produkte mit einem enormen Gesamtbetrag ein, dies oft mit mehrjährigen Rahmenverträgen oder zu hohen Einkaufsvolumina pro Ausschreibung. Damit verfügen sie über eine enorme Marktmacht, die sie sozial verantwortlich einsetzen können und sollten.

Die ILO-Kernarbeitsnormen sind dabei eine wichtige Referenz, um Verbesserungen der Herstellungsbedingungen in der Computerindustrie zu erreichen. In der Produktion spielen insbesondere die Forderungen der ILO-Kernarbeitsnormen nach Vereinigungsfreiheit, dem Recht auf Kollektivverhandlungen und dem Verbot von Diskriminierung eine zentrale Rolle. Im Rahmen von Rohstoffabbau und -entsorgung ist zudem das Verbot ausbeuterischer Kinderarbeit sehr relevant. Darüber hinaus sollte die Einhaltung weiterer ILO-Konventionen gefordert werden (u.a. Recht auf existenzsichernde Löhne, Recht auf sichere und gesunde Arbeitsbedingungen, Einhaltung der maximalen Anzahl von Arbeitsstunden, Recht auf Arbeitsplatzsicherheit, Recht auf Aushändigung eines Arbeitsvertrages).

Doch wie fordert man diese sozialen Bedingungen, wenn es noch kein IKT-Produkt gibt, das diese Kriterien erfüllt? Bei öffentlichen Ausschreibungen kann im Rahmen der Auftragsausführungsbedingungen von den Bietern die Umsetzung zielführender Maßnahmen gefordert werden, die für den Auftraggeber überprüfbar sind und praktischerweise mit einer entsprechenden Berichtspflicht des Bieters verbunden

WEED – World Economy, Ecology & Development e.V. ist eine unabhängige Nichtregierungsorganisation mit Sitz in Berlin, die sich mit den Strukturen der Weltwirtschaft und den Ursachen weltweiter Armuts- und Umweltprobleme beschäftigt. Dabei erschöpft sich die Arbeit von WEED nicht allein in der Kritik an den Akteuren, sondern es werden zudem Reformvorschläge und Alternativkonzepte entwickelt. (www.weed-online.org/about/join.html)

Gemeinsam mit weiteren NGOs baut WEED gegenwärtig eine unabhängige Monitoring-Organisation namens Electronics Watch auf. Bislang fehlt ein umfassendes, glaubwürdiges und unabhängiges Prüfsystem für die Arbeitsbedingungen in der Elektronikindustrie. Hier soll Electronics Watch durch unabhängiges Monitoring vor Ort Abhilfe schaffen. (www.pcglobal.org)

werden sollten. Dies kann z.B. eine möglichst weitreichende Transparenz der Lieferkette, die Aushändigung von Arbeitsverträgen und den nationalen Arbeitsgesetzen an die ArbeiterInnen, eine Schulung des Managements zu den geforderten sozialen Rechten, die Durchführung von Arbeitsrechtstrainings oder im besten Falle eine unabhängige Beschwerdestelle sein.

In Schweden gibt es außerdem Ansätze, den dort bewährten Fragenkatalog zur Verlaufskontrolle auch beim IKT-Einkauf einzusetzen: Der Bieter, der den Zuschlag erhalten hat, ist verpflichtet, geraume Zeit nach Vertragsunterzeichnung diesen Fragenkatalog auszufüllen. Mithilfe eines Auswertungsbogens nach dem Ampelsystem (rot - gelb - grün) können die Behörden dann ermitteln, ob der Vertragspartner die vereinbarten sozialen Kriterien eingehalten hat. Die schwedischen Bezirksgemeinden schließen bei denjenigen Vertragspartnern, deren Antworten nicht zufriedenstellend sind, an dieses Verfahren sogar ein externes Auditing vor Ort an.

Nicht jedes soziale Kriterium kann zum heutigen Zeitpunkt schon bei der Kaufentscheidung berücksichtigt werden. Aber es sollte schon jetzt gegenüber Bietern und Distributoren beim Kauf angesprochen werden, da nur so schrittweise eine Veränderung angestoßen werden kann. Wie es ein Einkäufer in Bremen treffend formulierte: „Wir können ja nicht heute sagen, wir

machen es nicht, weil wir in 20 Jahren immer noch nicht so weit sind. In 20 Jahren fragen wir uns dann, warum sind wir es nicht angegangen; dann wären wir schon einen Schritt weiter.“

Annelie Evermann

Die Autorin ist Referentin für nachhaltige Produktion und öffentliche Beschaffung bei WEED e.V. Erstveröffentlichung des Artikels in CiR, Werkmappe: „Wie fair kauft meine Kirche?“

Bio-Produkte: Fiktion und Realität

Der Grazer Landschaftsökologe Clemens G. Arvey wirft den Lebensmittelkonzernen vor, mit ihrem Bio-Marketing die Realität zu verschleiern. Arvey fordert „Bio für alle – aber ohne Schmäh.“

Biologische Lebensmittel liegen im Trend. Kritische KonsumentInnen geben mittlerweile viel Geld für Bio-Produkte aus, die Umsätze steigen jährlich. Allein zwischen 2006 und 2010 legte der Bioanteil im Frischesegment des Lebensmitteleinzelhandels um mehr als die Hälfte auf 306 Millionen Euro im Jahr zu. Den allergrößten Teil des Kuchens sichern sich in Österreich allerdings die großen Supermarktkonzerne wie Rewe, Spar und Hofer. Das Geld, das von heimischen Haushalten im Jahr 2010 beim Bio-Einkauf ausgegeben wurde, fließt zu 91,5 Prozent in die Taschen der Supermarktriesen und Lebensmitteldiskonter. Die verbleibenden 8,5 Prozent teilen sich Bio-Läden und Reformhäuser.

Hoher Preisdruck im Eigenmarkenbereich

„Der Preisdruck auf Bio im Eigenmarkenbereich ist sehr hoch“, beklagt Bio-Österreich-Obmann Rudi Vierbauch gegenüber dem Standard. Bei Bio-Eigenmarken, etwa bei Milch, gebe es oft keinen großen Preisunterschied mehr zu konventionellen Lebensmitteln. Die Preisdifferenz zwischen biologischen und konventionellen Produkten bewegt sich laut AMA etwa bei Milch, Käse und Kartoffeln zwischen sieben und zehn Prozent. Den größten Preisunterschied von 50 Prozent und mehr gibt es beim Fleisch. Den Kon-

Weitere Informationen im Internet:

www.pcglobal.org

www.makeitfair.org

www.good-electronics.org

www.nager-it.de (Verkauf von „fast-fairen“ Mäusen)

www.greenpeace.org/international/en/multimedia/videos/Where-does-e-waste-end-up (Film: „Where does E-waste end up?“)

sumentInnen ist ihr gutes Gefühl den höheren Preis offenbar wert, mutmaßt Standard-Autorin Regina Bruckner. Sind es aber auch die Produkte? Was steckt wirklich hinter deren Bio-Handelsmarken?

Ausgehend von den vollmundigen Versprechen der Werbung machte sich Buchautor Clemens G. Arvey in Wallraff-Manier auf die Suche nach der Realität. Anstatt auf idyllische Bio-Bauernhöfe und glückliche Schweinchen stieß er auf Tierfabriken, endlose Monokulturen und industrialisierte Landwirtschaft. Diese Recherchen flossen in Arveys Buch „Der große Bio-Schmäh“ ein, in dem er die Realität hinter der Werbefassade aufzeigt.¹ Der Buchautor studierte Landschaftsökologie an der Universität Graz sowie Angewandte Pflanzenwissenschaften an der Universität für Bodenkultur Wien. Als Agrarbiologe ist er Mitglied im renommierten Forum Wissenschaft & Umwelt (FWU).²

„Das Erbe der Landwirtschaft ist aufgrund von Konzerninteressen bedroht“, warnt Arvey im Standard-Interview: „Auch die Biobauern werden verschwinden, wenn sich die Konsumenten dagegen nicht wehren.“ Nicht die Bioidee an sich sei schlecht, sondern die Vereinnahmung durch die Großkonzerne. Arvey betont allerdings: „Der Konsument hat mit Biolebensmittel-Kooperativen und solidarischen Landwirtschaftsprojekten Alternativen.“ Diese müsse er nützen, um sich und die Bauern aus der Abhängigkeit der Konzerne zu befreien.³

1 Clemens G. Arvey : Der große Bio-Schmäh. Wie uns die Lebensmittelkonzerne an der Nase herumführen. Verlag Carl Ueberreuter, Jänner 2012

2 Weitere Angaben zum Autor unter: www.arvey.info

3 Nähere Informationen zu den Alternativen bei Bio-Lebensmittelkooperativen und solidarischen Landwirtschaftsprojekten findet man bei AgrarAttac, <http://community.attac.at/agrarattac.html>

Wie weit darf Bio gehen?

Anlässlich der letztjährigen „Bio-Fach“, der weltweit größten Bio-Fachmesse in Nürnberg, bekräftigte Clemens G. Arvay nochmals seine Kritik an dem verzerrenden Umgang von Supermärkten und Diskontern mit „Bio“, um damit Profite zu machen. Zugleich forderte er eine Diskussion über eine nachhaltige und sozial gerechte Zukunft der Biolandwirtschaft ein: „Die an Profit orientierten Interessen von Konzernen müssen neu überdacht und gewichtet werden“, so Arvay.

„Wie weit darf Bio gehen?“, fragt sich der Agrarbiologe. Seines Erachtens sind die Konzerne in ihrer öffentlichen Inszenierung schon zu weit gegangen: „KonsumentInnen laufen mit Vorstellungen von der Bioproduktion herum, die der Realität diametral entgegen stehen“. Das habe sich in Gesprächen mit Bio-KäuferInnen immer wieder bestätigt.

Biobäuerin Maria Vogt aus Wolkersdorf bei Wien stimmte dem Autor zu: „Es sind Wunschvorstellungen für KonsumentInnen, die von den Handelsketten und ihren Bio-Marken produziert werden. Das wird von den Lebensmittelketten ausgenutzt“, sagte die politisch engagierte Biobäuerin. Bio-Tierfabriken, konventionelles HochleistungsSaatgut, Biobauernsterben, all das stehe inzwischen auch bei „Bio“ an der Tagesordnung. „Die Philosophie des Biolandbaus läuft Gefahr, dem Profitstreben geopfert zu werden“, fügte Biobauer Franz Vogt hinzu. Klaus Werner Lobo, der Autor des Schwarzbuchs Markenfirmen, kritisierte,

die KonsumentInnen würden sich „ihr gutes Gewissen bequem im Supermarkt kaufen.“

Ausgeprägter Hang zum Greenwashing

Peter Weish, Dozent für Humanökologie an der Universität Wien, sprach sich dafür aus, Werbung massiv zu besteuern, um damit „eine ordentliche Aufklärungs- und Informationspolitik“ betreiben zu können, welche die realitätsfremden Werbesprüche relativiere. Denn die Bio-Werbung instrumentalisiert seines Erachtens auf perfide Weise Bilder von einer kleinbäuerlichen Welt, die durch die Wirtschaftsweise der Konzerne in Wirklichkeit zerstört werde.

Buchautor Arvay bemängelte vor allem den ausgeprägten Hang zum Greenwash, der unter den Biolinien der Supermärkte und Diskonter zu spüren ist. Als Greenwash oder Greenwashing werden (aus kritischer Sicht) PR-Methoden bezeichnet, die darauf abzielen, einem Unternehmen in der Öffentlichkeit ein umweltfreundliches und verantwortungsbewusstes Image zu verleihen, ohne dass es dafür eine ausreichende Grundlage gibt. O-Ton Arvay: „Die Biobranche kommt mit Greenwash-Maßnahmen besonders leicht durch, da man den Bio-Marken einfach gerne glauben möchte und diese den Vertrauensvorschuss gezielt ausnutzen. Wissenschaftliche Konzepte, wie z.B. Biodiversität, ökologischer Fußabdruck und sogar Ernährungssouveränität, müssen längst in drastisch verzerrter Form als Marketingtools erhalten und ihre gesellschaftliche Bedeutung wird somit verwässert.“



Die Vorstellungen von einer kleinbäuerlichen Welt, so wie hier abgebildet, entsprechen häufig nicht der Realität der Bioproduktion. Foto: Agnes Kaiser

Dies sei im Sinne des Konsumentenschutzes irreführend und mache den offenen Diskurs um die Bio-Problematik unmöglich. „Und genau den brauchen wir“, betonte der Landschaftsökologe. Biobäuerin Vogt ergänzte: „Bio im Supermarkt und beim Diskonter bedeutet meist industrielle Produktion und Abhängigkeit der Bauern und Bäuerinnen von Großkonzernen. Wissen das die KonsumentInnen? Wie würden sie entscheiden, wenn sie es wüssten?“

Kein Idyll

Arvays Recherchen zufolge haben viele Bio-Landwirte nicht mehr viel mit Bauerntum zu tun, sie wurden stattdessen zu vertraglich gebundenen Hühnerfütterern und Hühnermästern expandierender Handelskonzerne degradiert. „Glücklichen Hühner“ sind bei Betriebsgrößen von zuweilen 15.000 Stück und einer Ausbeute von rund 14.000 Bioeiern pro Tag schwer vorstellbar. Kleinere Betriebe seien aber – im Gegensatz zu früher – wirtschaftlich nicht mehr überlebensfähig.

Ungeachtet der fiktiven Werbewirklichkeit stellt sich auch der Alltag der heimischen Bio-Rinder weniger idyllisch dar, als man die KonsumentInnen glauben lässt. In mehr als drei Viertel der Bioställe des Landes sind die Tiere während des Großteils ihres Lebens in Ketten gelegt. Möglich ist dies laut Standard aufgrund einer österreichischen Sonderregelung: Betriebe mit weniger als 35 Großvieheinheiten dürfen unter bestimmten Voraussetzungen die Anbindehaltung beibehalten, obwohl diese laut EU-Bioverordnung für Biobetriebe ansonsten verboten ist. Auch die Realität auf den Schlachthöfen nimmt sich eher trist aus. Bio-Tiertransporte laufen nicht anders ab als herkömmliche, in den Schlachtereien steht man unter Zeitdruck, leistet auch hier Akkordarbeit. „Unser Geschäft läuft nur mehr über die maximale Auslastung. Massenproduktion ist die Vorgabe der Handelskonzerne, anders geht heute gar nichts mehr“, zitiert Standard-Autorin Bruckner den Betriebsleiter eines Schlachthofs.

Ein Weg, mit Werbeversprechen umzugehen, wäre Clemens G. Arvay zufolge, sie beim Wort zu nehmen und dann auch einzufordern. So könnte man sie ad absurdum führen und die Realität zur Diskussionsgrundlage machen. Ein heimischer Lebensmitteliskonter beispielsweise verspricht für seine Bio-Eigenmarke die „Souveränität über unsere Lebensmittel“ und fügt erläuternd bei: „Das heißt, dass wir selbst bestimmen können, woher unsere Lebensmittel kommen und von welcher Qualität sie sind.“

„Lösen wir dieses Versprechen doch einfach ein“, forderte Arvay die TeilnehmerInnen der Bio-Fachmesse

auf und machte gleich den Anfang, in dem er forderte, dass das Hühnerfleisch der erwähnten Bio-Eigenmarke „künftig nicht mehr aus Bio-Tierfabriken stammt (...), dass Bäuerinnen und Bauern wieder höhere Preise für ihre Erzeugnisse erhalten und dass die Desinformation in der Werbung aufhört und durch objektive Information über die Produktionsumstände ersetzt wird.“ Wenn die Handelskette solchen Wünschen der KonsumentInnen nicht nachkommen könne oder wolle, sei sie aufgefordert, das Versprechen der „Souveränität über unsere Lebensmittel“ unverzüglich wieder zurückzunehmen. „Und so sollten wir das gesamte realitätsverschleiende Bio-Marketing der Konzerne durchforsten und einen Punkt nach dem anderen öffentlich in Frage stellen“, so Arvay. Erst dann sei ein Diskurs möglich, an dem KonsumentInnen aktiv teilnehmen können, weil erst dann die nötige Transparenz gewährleistet sei.

Sozial gerechte und ökologisch nachhaltige Landwirtschaft als Ziel

Aus dem Weltagrarbericht, in dem im Auftrag der Vereinten Nationen und der Weltbank der Stand des Wissens über die globale Landwirtschaft, ihre Geschichte und Zukunft zusammenfasst wurde, geht hervor, dass sich die Biolandwirtschaft zunehmend der industriellen Landwirtschaft annähert und nur eine Nische bzw. ein Nebenschauplatz des konventionellen Marktes bleibt. Anstelle der Verschleierung dieser Entwicklung durch undurchschaubares Marketing plädiert Arvay für eine starke Bewegung für eine sozial gerechte und ökologisch nachhaltige Landwirtschaft. Seine Diskussionen mit KonsumentInnen sowie Bauern und Bäuerinnen hätten gezeigt, dass es eine Landwirtschaft braucht, die einerseits Bauern und Bäuerinnen einen Preis ermöglicht, von dem sie gut leben können, und andererseits gesunde, nachhaltig produzierte und leistbare Lebensmittel für die KonsumentInnen bereitstellt.

Arvay will insofern „Bio für alle“. Das heiße, ganzheitlich zu denken und das nicht aus den Augen zu verlieren, da wir dies den nächsten Generationen schuldig seien. Supermärkte stünden dieser Entwicklung derzeit vielfach entgegen. Der Landschaftsökologe sieht zudem die Agrarpolitik gefordert: Diese müsse Rahmenbedingungen schaffen sowie Maßnahmen ergreifen, welche die angepeilte ökologisch nachhaltige und sozial gerechte Landwirtschaft ermöglichen.

Quellen: Attac Österreich, 15.02.2012; Regina Bruckner, derStandard.at, 25.01.2012; cgarvay.wordpress.com, 01.08.2013; de.wikipedia.org, 01.08.2013

„Optimierte Gebrauchsdauer“ oder geplante Obsoleszenz?

Waren Waschmaschinen früher bis zu 15 Jahre im Einsatz, ist heute schon nach wenigen Jahren Schluss. KonsumentenschützerInnen glauben nicht an Zufall und werfen den Herstellern eine „geplante Obsoleszenz“, d.h. eine absichtliche Verringerung der Lebensdauer, vor. Die Elektroindustrie bestreitet dies.

Minderwertige Kunststoffteile, falsch platzierte Kondensatoren in TV-Geräten, die rascher überhitzen, versteckt eingebaute Zählwerke in Druckerpatronen, die das Gerät nach einer bestimmten Laufzeit automatisch in den Ruhezustand schicken – das sind nur einige Beispiele, die *Stefan Schridde* vom deutschen Verein „Murks? Nein Danke!“ bei einer Anfang Juni abgehaltenen Veranstaltung der Arbeiterkammer Wien zum Thema „Gekauft und schon kaputt“ präsentierte.

Auf seiner Homepage (www.murks-nein-danke.de) ruft Schridde seit Februar 2012 die KonsumentInnen dazu auf, vermutete oder tatsächliche Manipulationen zu melden. Mittlerweile hat er mehr als 3.000 Postings gesammelt. Rund 7 Millionen Menschen besuchten die Murks-Seite bereits. Durch die breite Medienberichterstattung, die Schridde mit seiner Kampagne erzielt hat, wurden noch mehr LeserInnen erreicht. Im April dieses Jahres rief Schridde in Deutschland einen Verein gegen geplante Obsoleszenz ins Leben. Im Anschluss an die AK-Veranstaltung gründete er den dazugehörigen Verein in Österreich.

Dass viele Produkte so früh ihren Geist aufgeben, ist für Schridde alles andere als Zufall. Bei den Herstellern sei die Frage nach der Haltbarkeit eines Produkts längst in den Hintergrund gerückt, so Schridde. Was zählt, sei nur noch, die KundInnen kurzfristig zu begeistern. „Eine elektrische Zahnbürste muss sich gut in der Hand anfühlen. Dass ein fix verbauter Akku die Lebensdauer deutlich verkürzt, ist zweitrangig.“ Das Verständnis für Kundenzufriedenheit sei verloren gegangen, kritisierte Schridde.

Viele Beschwerden bei elektronischen Geräten

Dass es mit der Langlebigkeit vieler Produkte nicht mehr weit her ist, sieht auch *Gabriele Zgubic-Engleder*, die Leiterin der Abteilung für Konsumentenpolitik

der AK Wien, so: „Wir haben bemerkt, dass sich die Leute sehr wohl beschweren und ihnen auffällt, dass die Lebensdauer gesunken ist.“ Zgubic zitierte eine Umfrage des Vereins für Konsumenteninformation aus dem Frühjahr 2013, in der mehr als die Hälfte der Befragten (55%) davon ausgehen, dass die Lebensdauer von Produkten künstlich verkürzt werde. Weitere 40 Prozent der 785 Personen, die von Februar bis Ende März den Online-Fragebogen angeklickt haben, sind der Auffassung, dass Obsoleszenz zumindest in einigen Branchen üblich ist. Gering ist die Zahl derer, die dieses Phänomen lediglich auf Einzelfälle beschränkt sehen (4,1%) und nur 0,5 Prozent halten die laufende Diskussion für „maßlos übertrieben“.

Vor allem elektronische Unterhaltungsgeräte haben längst das Misstrauen der KundInnen geweckt: Am häufigsten wurden Erzeugnisse aus dem Bereich der Unterhaltungselektronik als anfällig für Obsoleszenz genannt (75%), gefolgt von Haushaltsgeräten (71%) und dem Informations- und Telekommunikationssektor (63%). 35 Prozent machten ihrem Ärger über kurzlebige Lampen Luft.

Am stärksten unter den spontan genannten Branchen wird über die kurze Lebensdauer von Autos und Autoteilen geklagt – jeder/jedem zweiten Befragten, die/der eine Produktgruppe nannte, fiel in erster Linie die Kfz-Branche ein. Doch auch Schuhe, Bekleidung, Spielzeug und Heimwerkergeräte kamen nicht ungeschoren davon. Kritisiert wurden vor allem „eingebaute“ Mängel und minderwertige Teile mit 81 Prozent, gefolgt von der Unmöglichkeit einer Reparatur oder eines Teiletausches – etwa, weil Bauteile verklebt sind (73%).

Als wirksamste Gegenmaßnahme sehen viele Befragte das Aufdecken solcher Machenschaften (86%). 60 Prozent wünschen sich ein Gütesiegel für nachweislich langlebige Produkte. Aber auch gesetzliche Auflagen, verbunden mit strengen Strafen bei Nichteinhaltung, finden viele UnterstützerInnen (57%).

Durchschnittliche Gebrauchsdauer von Waschmaschinen halbiert

Rund zwei Drittel der Umfrage-TeilnehmerInnen wussten aber auch von langlebigen Produkten zu berichten. Hier fanden sich auffällig viele Waschmaschinen und Kühlgeräte darunter. Die Langlebigkeit von Waschmaschinen wird allerdings von *Sepp Eisenriegler*, der von 15 Jahren das Wiener Reparatur- und Servicezentrum (R.U.S.Z.), gegründet hatte, durch einen Vergleich mit der Vergangenheit relativiert: „Als wir begonnen haben, lag die durchschnittliche Ge-

brauchsdauer von Waschmaschinen noch bei zwölf Jahren. Heute liegt sie bei sechs Jahren", sagte Eisenriegler bei der AK-Veranstaltung. Jedes Jahr würden in Österreich 500.000 Waschmaschinen getauscht. Aneinander gereiht reiche die Schlange von Wien bis München. Vor 15 Jahren sei die Strecke bloß bis Linz gegangen, so der Recycling-Spezialist.

In einem Gespräch mit help.ORF.at demonstrierte Eisenriegler anhand zweier im Schauraum des R.U.S.Z. aufgestellter Waschbottiche den Unterschied zwischen einer langlebigen und einer „Wegwerfwaschmaschine“. Der eine Waschbottich ist aus Edelstahl, der zweite aus Kunststoff, wie auch der Lagersitz. Ein Unterschied mit Folgewirkungen: „Wenn das Lager einmal kaputt wird, schlägt auch der Lagersitz aus, und dann hat ein Lagerwechsel überhaupt keinen Sinn. Das Problem dabei ist: Diese Maschinen sind zu 80 Prozent mit zu schwachen Stoßdämpfern ausgestattet. Dass dieses Lager kaputtgeht, ist programmiert“, so Eisenriegler. Und wenn dieser Fall eintritt, müsse man „alles drumherum mitkaufen: Bottich, Trommel etc. Das Teil kostet dann rund 250 Euro im Einkauf, mit Arbeitszeit ist die 300-Euro-Grenze leicht überschritten – und eine Reparatur unwirtschaftlich, weil um diese Summe bereits eine neue „Wegwerfwaschmaschine“ zu haben ist“.

Die KonsumentInnen erkennen den Unterschied am ehesten am Preis, da bei Haushaltsgeräten das Preis-Leistungsverhältnis weitgehend stimme: „Man kann sagen: Je teurer die Waschmaschine, umso langlebiger, umso dauerhafter, umso qualitätsvoller, aber auch umso leichter reparierbar ist sie.“ Die Marke sagt dagegen laut Eisenriegler immer weniger über die Qualität der Geräte aus, denn auch auf klingende Namen sei im unteren Preissegment kein Verlass.

Die Optimierung für die Hersteller im Sinne von: „Wie kann ich viel verkaufen?“ habe dabei erst stattgefunden, seitdem eine gewisse Marktsättigung eingetreten ist. „Die haben wir eindeutig bei Haushaltsgeräten. Über 90 Prozent aller österreichischen Haushalte sind bereits mit einer Waschmaschine ausgestattet. Da fragt sich ein Hersteller natürlich: Wer kauft jetzt noch eine? Dann könnte ihm so etwas einfallen, wie: Na ja, dann reduzieren wir halt die durchschnittliche Nutzungsdauer“, mutmaßt der Recycling-Experte gegenüber help.ORF.at.

Dass pro Jahr in Österreich so viele Waschmaschinen vorzeitig ausgetauscht werden, darin sieht *Manfred Müller*, der stellvertretende Geschäftsführer des Fachverbands der Elektro- und Elektronikindustrie (FEEI),

– wenig überraschend – kein Problem. Im Gegenteil, er sei sogar froh darüber, hielt er den anderen DiskussionsteilnehmerInnen bei der AK-Tagung entgegen, denn alte Geräte würden deutlich mehr Strom und Wasser verbrauchen als neue. Daher ist ein Neukauf seiner Meinung nach ökologisch sinnvoll.

Ein Blick zurück

Ein Blick in die Vergangenheit zeigt, dass Manipulationen an der Lebensdauer von Produkten keine Erfindung der letzten Jahrzehnte sind. Strategien der Produktlebensdauerverkürzung keimten bereits in den USA der 1920er Jahre in der PKW- und Glühbirnen-Industrie auf, informierte *Renate Hübner*, Professorin am Institut für Interventionsforschung und Kulturelle Nachhaltigkeit der Universität Klagenfurt. Schon damals war der Zweck dieser Strategie das Animieren der VerbraucherInnen zu einem frühzeitigen Neukauf.

Der Begriff „Planned Obsolescence“ kam erstmals 1932 auf. Um die Wirtschaftskrise zu bekämpfen, schlug Bernard London in seiner programmatischen Schrift *„Ending the Depression through Planned Obsolescence“* vor, Menschen, die Produkte wie alte Autos, alte Kleidung, alte Radios etc. länger in Gebrauch haben, als deren Verfallszeit vorsieht, zu besteuern. „Hier ging es nicht darum, dass sich ein Unternehmen bereichern wollte, sondern um volkswirtschaftliche Interessen“, erläuterte Hübner. Auch 2009, als die Wirtschaftskrise in Österreich ankam, wurden von der Politik Maßnahmen ergriffen, um die Nachfrage nach Produkten wieder anzukurbeln. Mit Abwrackprämien wurden zum Beispiel Personen „belohnt“, die ihre alten, aber noch funktionstüchtigen Autos gegen neue eintauschten. Auch künstlich den Wunsch nach immer neuen Modellen zu wecken, fällt für Hübner unter geplante Obsoleszenz.

Psychologische Obsolenz

Es gibt unzählige Versuche, Obsoleszenz zu kategorisieren. Hübner zufolge muss zunächst danach gefragt werden: Was ist geplant? Was ist natürlich? Zudem müsse man zwischen der Lebens- und der Nutzungsdauer eines Produktes unterscheiden: Die Lebensdauer liegt in den Händen des Herstellers und ist abhängig vom Design, der Reparierbarkeit, von Ersatzteilstrategien und Serviceangeboten. Und vor allem: Die Lebensdauer endet mit der Nutzbarkeit.

Die Nutzungsdauer eines Produktes endet entweder dann, wenn das Produkt kaputt ist oder der Konsument das Interesse daran verliert. Die Nutzungsdauer ist abhängig vom Produktdesign, von den Funktionen und vom Umgang mit dem Produkt (d.h. wie inten-



Bei billigen Waschmaschinen ist eine Reparatur häufig unwirtschaftlich. Foto: hs

siv es genutzt wird, ob es richtig genutzt wird, ob es gewartet und gepflegt wird etc.). Und die Nutzungsdauer eines Produktes endet mit dem Ende des Nutzungsinteresses bzw. mit dem Ende der Nutzbarkeit, also der Lebensdauer.

Nicht jedes Produkt, das im Müll landet, ist tatsächlich kaputt. „Zwischen 30 und 60 Prozent der weggeworfenen Güter funktionieren noch“, informierte Hübner mit Hinweis auf entsprechende Studien. Die Nutzungsdauer von Fernsehern, Handys, Computern und auch Kleidung und Autos werde heute allerdings nicht mehr nur von ihrer Funktionalität bestimmt, sondern vielfach von Modeströmungen und der Werbung, ergänzte *Eduard Brandstätter*, Wirtschaftspsychologe an der Johannes Kepler Universität Linz.

Brandstätter bezeichnet dieses Phänomen als „psychologische Obsoleszenz“. Das bedeutet, ein Produkt wird als überholt, veraltet oder verschlissen betrachtet, obwohl es noch funktioniert. Schuld daran sind Marketing und Werbung, die uns permanent eintrichtern, das Neueste als Statussymbol haben zu müssen, denn sonst gehören wir nicht dazu. Brandstätter: „Status ist Überflüssiges! Der Mensch zeigt durch Überflüssiges seinen Status. Wer braucht denn wirklich einen Ferrari? Der alte Opel fährt auch noch. Oder

Mode: Man kommt mit zwei Wintermänteln sicher sein ganzes Leben lang durch. Wir kaufen laufend neue Kleidung, obwohl die alte noch funktioniert!“

Zudem würden die Produktzyklen immer kürzer. Als Beispiel führte Brandstätter die Automobilproduktion des VW-Konzerns an: So wurden der Golf I und der Golf II jeweils neun Jahre lang produziert. Der Golf VI wird hingegen bereits nach vier Jahren durch das Nachfolgemodell ersetzt. „Das entspricht einer Verkürzung des Produktzyklus um mehr als 50 Prozent“, rechnete Brandstätter vor.

Sein Tipp, um der psychologischen Obsoleszenz zu entkommen: „Wir müssen raus aus der Opferrolle und verantwortungsvoll handeln.“ Durch den Kauf hochwertiger Produkte und die Vermeidung extremer Designs, die schnell aus der Mode kommen, lasse sich die Lebensdauer deutlich verlängern. „Es setzt bereits ein Wertewandel ein“, konstatierte der Wirtschaftspsychologe. Damit einhergehend ändern sich auch die Statussymbole. Statt des Luxusautos sei dann ein Elektroroller plötzlich wünschenswerter. Doch bis es so weit ist, kann es noch dauern: „Es ist immer die nächste Generation, die neue Werte übernimmt.“

Gefährdung der Umwelt

Was die Belastung der Umwelt durch den gestiegenen Produktionsausstoß betrifft, seien die Zahlen beängstigend, warnte *Sigrid Stagl* vom Institut für Regional- und Umweltwirtschaft der Wirtschaftsuniversität Wien. Wir hätten in manchen Bereichen die planetarischen Grenzen bereits erreicht. Der Ausweg heißt für Stagl „Entkoppelung“. Allerdings sei es noch nicht gelungen, das Wirtschaftswachstum vom Verbrauch an Rohstoff- und Energieressourcen zu entkoppeln. Das heißt, mit dem Wirtschaftswachstum steigt der Ressourcenverbrauch weiter an, auch wenn dieser Anstieg durch mehr Effizienz etwas verlangsamt werden konnte.

Das Grundproblem ist für Stagl, dass unser Wirtschaftssystem eher nach einem guten Bruttoinlandsprodukt trachtet als nach einer gesunden Umwelt. Die Umweltökonomin sprach sich für eine nachhaltige Entwicklung aus, die versucht, die drei Bereiche Wirtschaft, Natur und Soziales unter einen Hut zu bringen. Nachhaltiges Wachstum ist für Stagl ein Wachstum der Lebensqualität bei sinkendem Ressourcenverbrauch. Nachhaltigkeit sollte ihres Erachtens auch der primäre Treiber für Innovationen sein. [hs]

Quellen: www.orf.at, 13.06.2013; Stefanie Bruckbauer, www.elektro.at, 14.6.2013; help.orf.at, 22.12.2012; 24.04.2013

Analysen zur Konsumgesellschaft

Die moderne Welt ist im Laufe des 20. Jahrhunderts zu einer Konsumgesellschaft geworden. Wie ausgewählte sozialwissenschaftliche Theoretiker diesen Prozess erklären und bewerten, wird nachfolgend dargestellt.

„Konsumgesellschaft“ ist ein häufig gebrauchtes Schlagwort. Im Allgemeinen versteht man darunter eine Gesellschaftsform, in der die Menschen zur Konsumtion (und Produktion) von immer mehr Gütern ermuntert werden. Das Konsumieren, Kaufen, Verbrauchen ist hier zu einem selbstverständlichen Bestandteil des Alltagslebens und zu einem Zeitvertreib erhoben worden. Zentral ist die Orientierung am „Lebensstandard“ als vorrangigem Wert und das Geld wird als „Brennpunkt der modernen Weltkultur“ (Manfred Prisching) gesehen. Es herrscht die allgemeine Empfindung vor: „Mangel ist Knechtschaft, Überfluss ist Freiheit.“

Der Aufstieg der Konsumgesellschaft in Nordamerika und Europa fand Prisching zufolge zwischen 1880 und 1930 statt. In den 1890er Jahren herrschte Furcht vor einer Überproduktion. Man beobachtete die steigende Produktivität in der Güterherstellung und fürchtete ein Zurückbleiben der Löhne hinter der Warenproduktion, sodass die Kaufkraft für die produzierten Waren fehlen würde. Aus diesem Befund wurde die Aufforderung an die Bevölkerung zum Kaufen abgeleitet: Konsum gilt seither als Erfordernis, um den industriellen Kapitalismus vor seiner eigenen steigenden Effizienz zu retten.

Zu diesem Zweck war eine Veränderung des Bewusstseins erforderlich. Denn bis in das 19. Jahrhundert hinein wurden Eigenschaften wie Mäßigung, Sparsamkeit und Selbstverzicht hoch bewertet, d.h. sie gehörten zu den Verhaltensprinzipien eines „anständigen Menschen“. Man kaufte, was man brauchte, nur die Reichen und deren zur Schau gestellter Luxus bildeten eine Ausnahme. Diese Geisteshaltung änderte sich um die Wende vom 19. zum 20. Jahrhundert, wofür mehrere sich ergänzende Prozesse und Maßnahmen verantwortlich zeichnen:

Es entstanden verpackte Güter und damit gewissermaßen Güter gleich zum Mitnehmen, und das

Güterangebot wurde durch „Markenware“ übersichtlicher gemacht. Bei Gebrauchsgütern fungieren Marken zum einen als Zeichen für Qualität. Zum anderen ist die Markensignatur ein Signal an die Umwelt, dass sich die KäuferInnen dieses Produkt leisten können (und wollen) und damit die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Einkommensklasse oder eine bestimmte Weltanschauung oder Lebensgefühl demonstrieren.

Parallel dazu drang die Werbung in den öffentlichen Raum vor. Reklame und Anzeigen entstanden, die nicht mehr der bloßen Informationsübermittlung dienten, sondern sich um eine Darstellung bemühten, wie Güter den Konsumenten/die Konsumentin in eine „erwünschte“ Person verwandeln können. Via Zeitungsanzeigen, Kataloge und Plakate wurde den Menschen vermittelt, wie sie sich anziehen, ihre Wohnungen einrichten oder ihre Freizeit verbringen sollten. Alfred Pfabigan zufolge wurden die Waren durch die Werbung „synthetisch“ mit einer Aura versehen, da die (ursprüngliche) Aura der Produkte nicht mehr ausreichte, um den Verkaufserfolg zu garantieren. In seinem Buch „Die geheimen Verführer“ zeigt der US-amerikanische Publizist Vance Packard auf, mit welchen Methoden sich die Werbung, indem sie sublimale Botschaften aussendet, des Unterbewusstseins der Menschen bedient.

Die Idee der Mode begann sich zu entwickeln, wodurch sich der Lebenszyklus der Produkte erheblich verkürzte. Diese haben seitdem nicht bloß ein natürliches, materialgebundenes, sondern zudem ein künstliches, stilgebundenes Ablaufdatum. Das begann mit Textilien und wurde dann in andere Bereiche übertragen. Weiters wurde Kaufen zu einer öffentlichen Angelegenheit, Stadtzentren wurden zu „Kaufstätten“. Anstelle herkömmlicher Familienläden und Kleinversorger (Greißler) entstanden Verkaufsketten und Kauf- bzw. Warenhäuser (department stores). Erstmals entstanden Auslagen.

Um den Absatz zu gewährleisten, wurde die steigende Produktivität in steigende Kaufkraft für ArbeitnehmerInnen umgesetzt. Dem Beispiel Henry Fords folgend wurden teilweise die Löhne der ArbeiterInnen erhöht, sodass diese die hergestellten Produkte bis zu einem gewissen Grad auch kaufen bzw. konsumieren konnten. Dieser Wandel in der kapitalistischen Gesellschaft wurde deshalb auch als „Fordismus“ bezeichnet (grundlegend dazu: Hirsch/Roth 1986). Durch die Ausweitung der Kreditmöglichkeiten kam es einerseits zu einer Vermehrung des Geldes, das dann wieder in „die Wirtschaft“ bzw. den Konsum gepumpt werden konnte, andererseits zu einer Disziplinierung

der ArbeiterInnen, welche nun die gewährten Kredite rückzahlen mussten und dadurch an ihren Job und ein kontinuierliches Einkommen gebunden waren.

Dieser Paradigmenwechsel machte auch vor der Kinderwelt nicht halt, die sich nun als eigene Welt mit eigenen Spielsachen und eigenem Spielzimmer konstituierte. So lernte man schon früh, dass die eigene Persönlichkeit gut oder am besten durch Güter ausgedrückt werden kann.

In unseren Breiten setzte die Wandel zur Konsumgesellschaft erst nach dem Zweiten Weltkrieg voll ein, als nach dem Wiederaufbau ein steigender durchschnittlicher Lebensstandard erreicht werden konnte und die beschriebenen Entwicklungen Platz griffen. (Implizites) Ziel war das Gleichziehen mit Amerika, das psychologisch eine „extrem bestätigende Wirkung“ hatte (Pfabigan): Nach geregelter Kriegsgesellschaft, Niederlage und asketischem „Wir leisten etwas!“ kam das unregelmäßige „Wieder-etwas-Haben; aus der Aufbaugesellschaft wurde sukzessive eine Konsum- und Selbstverwirklichungsgesellschaft.

Allerdings gibt es auch Gegenbewegungen (Konsumkritik, Konsumverweigerung). Zudem ist ein Nebeneinander von Luxusstreben und Massenkonsum feststellbar und gegenwärtig verschwimmt teilweise die Grenze zwischen dem Streben nach Prestige und dem „Schnäppchenkauf“ als Demonstration ökonomischer Klugheit, gepaart mit Understatement (Botschaft: „Ich kaufe billig, obwohl ich mir Teures leisten könnte“).

Demonstrativer Konsum der „müßigen Klasse“

Der US-amerikanische Ökonom und Soziologe *Thorstein Veblen* (1857 – 1929) war einer der ersten Theoretiker, der sich mit dem Phänomen des Konsums auseinandersetzte. Veblen lehnt die ökonomische Handlungstheorie ab, die den Menschen als nutzenmaximierendes Individuum darstellt. Da er die Wirtschaft als Teilsystem der Gesellschaft sieht, kommen über die rationale Entscheidung hinaus Gewohnheiten, Traditionen, Normen und Institutionen in den Blick.

Kapitalistische Gesellschaften haben laut Veblen eine industrielle Klasse, die so genannten nützlichen Instinkten („instinct of workmanship“) wie der Liebe zur Familie und zu produktiver Arbeit folgt, sowie eine müßige Klasse („*leisure class*“), deren Mitglieder sich zwar als „feine Leute“ betrachten, aber schädlichen Instinkten wie Egoismus und Profitsucht folgen. Die müßige Klasse lebt von der Abschöpfung des Überschusses, Arbeit hat für sie das Odium des Verächtlichen.

Veblens zentrale These: Der Mensch strebt nach Prestige und will Leitbild sein. Insofern ist der Wandel vom asketischen Aufsteiger zum Luxuskonsumenten mehr oder weniger zwingend. „In jeder Gesellschaft, die das Privateigentum kennt, müsse der Einzelne im Interesse seines inneren Friedens mindestens ebenso viel besitzen wie jene, mit denen er sich auf dieselbe Stufe stellt, so Veblen, und es sei „außerordentlich wohlthuend, etwas mehr zu haben als die anderen.“

Mit anderen Worten: Menschen handeln, um sich gegenüber anderen hervorzuheben. Sie vergleichen sich mit anderen und streben Prestige an. Dieses wird nach außen präsentiert, z.B. durch modische, aber unpraktische Kleidung, in der man gar nicht arbeiten könnte. D.h. der Maßstab des Prestiges ist die Befreiung von Arbeit. Dabei werden Merkmale der Kostspieligkeit von Gütern zu Merkmalen des Schönen: Was teuer ist, ist schön. Der Wert des Konsums liegt darin, ein müßiges Leben verbringen zu können. Da die technische Maschinerie einen rationalisierenden Druck auf die Gesellschaft ausübt, werden von Veblen Technologie und Technokratie positiv bewertet.

Wenngleich es sich bei Veblens Darstellung teilweise um eine zeitgebundene Analyse handelt und sich die Kategorien des Prestiges ändern können (z.B. von der demonstrativen Langsamkeit zu demonstrativer Hektik und einem vollen Terminkalender), weist Prisching auf die Allgegenwärtigkeit des demonstrativen Konsums hin: So spielen die Marke des Autos, die Größe des Schreibtisches oder ausgedehnte Urlaubsreisen mehr den je eine Rolle. Für Pfabigan liefert Veblens Theorie eine Erklärung, warum die meisten Leute Besitz und irrationaler Luxuskonsum so glücklich macht: Sie haben eine Prestigekomponente.

Konsumkompetenz als symbolisches Kapital

Der französische Soziologe *Pierre Bourdieu* beschäftigt sich in seinem 1979 erschienenen Werk „*Die feinen Unterschiede*“ gleichfalls mit dem schicht- bzw. klassenspezifischen Konsum. Bourdieu zufolge gibt es nicht nur wirtschaftliches, sondern auch symbolisches Kapital. Letzteres kann kulturelles oder soziales Kapital sein. Kulturelles Kapital umfasst Bildungstitel und andere Nachweise kultureller Kompetenz und manifestiert sich in einem bestimmten Verhalten, etwa einem spezifischen Kulturkonsum (Sammeln von Kunstgegenständen, Besuch von Ausstellungen, ...). Unter dem Begriff Soziales Kapital fasst Bourdieu im wesentlichen Beziehungsnetze, Mitgliedschaften bei Vereinen, Parteien und dgl. sowie Zugehörigkeiten zu bestimmten sozialen Kreisen oder Cliquen zusammen.

Geschmack ist für ihn nicht etwa ein angeborenes ästhetisches Vermögen, sondern eine komplexe, erworbene Disposition, die es den „gebildeten Schichten“ ermöglicht, sich von der „Masse“ und von der populären Kultur abzuheben. „Geschmack“ ist insofern ein symbolisches soziales Differenzierungsmerkmal. Alle Konsumgüter sind daher „verdoppelt“: Sie haben neben ihrer materiell-ökonomischen noch eine symbolische Bedeutung.

Ein bedeutsames Signalsystem stellt für Bourdieu der Lebensstil dar, den er mit dem Begriff des sozialen Habitus belegt. Einzelne Individuen innerhalb einer sozialen Klasse haben zwar nicht denselben Lebenslauf und identische Erfahrungen, aber der „Stil“ schlägt durch, da mit einer ähnlichen sozialen Laufbahn spezielle klassen- oder gruppenspezifische Lerneffekte verknüpft sind. Der Habitus strukturiert somit die soziale Praxis wie auch deren Wahrnehmung. D.h. Angehörige einer bestimmten sozialen Schicht verhalten sich ähnlich und nehmen ihre Umgebung in ähnlicher Weise wahr, ohne dass sie von jemandem dazu explizit angehalten werden und ihnen das bewusst ist bzw. sein muss. Bourdieu spricht in diesem Zusammenhang vom Habitus als der „zweiten Natur des Menschen“.

Menschen mit bestimmten Habitusformen treffen im sozialen Raum aufeinander. Der Habitus wirkt hier als gesellschaftliches Orientierungsmittel. Er determiniert dabei das Verhalten nicht vollständig, sondern lässt gewisse Spielräume.

Vor allem bedarf es der Konsumkompetenz, denn schlichte Protzerei weist auf die Ungebildetheit des Aufsteigers bzw. der „Neureichen“ hin. Hingegen können Akte der Konsumverweigerung, die keine wirkliche Verweigerung darstellen, etwa das Tragen von zerrissenen Markenjeans, Teil einer derartigen Kompetenz sein. Manchmal findet sich Potenzial für Distinktionsgewinne auch im Rückschritt, z.B. in der Hinwendung zu handwerklichen Produkten.

Überdross in der Überflussgesellschaft

Der Psychoanalytiker und Sozialpsychologe *Erich Fromm* (1900-1980) ist den meisten durch seine Bücher „Die Kunst des Liebens“ und „Haben oder Sein“ bekannt. Die Konsumgesellschaft nahm er bereits in seiner 1955 erstmals erschienenen Abhandlung „*The Sane Society*“ (Wege aus einer kranken Gesellschaft) kritisch unter die Lupe. Fromms Ansatz verbindet die Erkenntnisse der Psychoanalyse mit denen der Soziologie und zielt darauf ab, den Menschen von „weltlichen Götzen“ wie Haben- und Konsumsucht, Verehrung von Macht und Idolen sowie struktureller Gewalt zu befreien.

In der westlichen Überflussgesellschaft hat sich Fromm zufolge das Ideal eines neuen Menschentyps herausgebildet, nämlich das des „Homo Konsumens“. Diese Vision eines „totalen Konsumenten“ sei „fast wie eine neue religiöse Vision. (...) In der der Himmel wie ein großes Warenhaus ist, in dem jeder Mensch sich jeden Tag Neues kaufen kann und alles, was er will und sogar ein bisschen mehr als sein Nachbar.“

„Es scheint so zu sein, indem man etwas in sich hinein nimmt – sei es das Essen oder indem man Dinge kauft – dass man dadurch des Gefühl der Lähmung, der Schwäche, der Leere überwindet und fühlt: Ich bin ja wer, ich hab ja etwas – ich bin nicht nichts. Man füllt sich mit Dingen, um die innere Leere oder vielmehr das Gefühl der inneren Leere zu überwinden.“

Erich Fromm

Den daraus resultierenden allgegenwärtigen Drang zum Konsumieren sieht Fromm allerdings als psychopathologisches Problem. „Es gibt ein Konsumieren, das ist der Ausdruck der Gier, das ist zwanghaft. Es ist ein Drang, immer mehr zu essen, immer mehr zu kaufen, immer mehr zu haben, immer mehr zu benutzen“. Die Ursache für diese krankhafte Form des Konsumie-

rens sieht Erich Fromm in einer depressiven und ängstlichen Grundgestimmtheit vieler Menschen. „Es scheint so zu sein, indem man etwas in sich hinein nimmt – sei es das Essen oder indem man Dinge kauft – dass man dadurch des Gefühl der Lähmung, der Schwäche, der Leere überwindet und fühlt: Ich bin ja wer, ich hab ja etwas – ich bin nicht nichts. Man füllt sich mit Dingen, um die innere Leere oder vielmehr das Gefühl der inneren Leere zu überwinden. Das ist der passive Mensch, der fühlt, dass er wenig ist, aber wenn er viel hat und benützt, vergessen kann, dass er wenig ist.“ Konsumieren, essen, kaufen wirkt dann wie eine Droge, wie ein

Beruhigungsmittel. Die untergründige Ängstlichkeit und Depression wird beruhigt.

Der moderne, nach außen oft sehr aktiv, geschäftig und gestresst wirkende Mensch ist in Erich Fromms Sichtweise letztlich passiv, denn er ist meist ein Getriebener, der bloß auf Reize reagiert. Getrieben wird der moderne Mensch von Leidenschaften, wie Eifersucht, Ehrsucht, Machtsucht, Geldsucht, Esssucht usw. Diese Leidenschaften sind für den Psychoanalytiker allerdings „Passivitäten“. Aktivität dagegen sei etwas, das die den Menschen innewohnenden Kräfte – Fromm meint hier vor allem Liebe und Vernunft – zur Entwicklung und Entfaltung bringt.

Fromms in den 1960er und 70er Jahren durchgeführten Analysen zum Sozialcharakter und zur Entfremdung des Menschen sind aktueller denn je, denn die von ihm beschriebenen Probleme haben sich, bedingt durch einen hemmungslosen, globalisierten Turbokapitalismus, in den letzten Jahrzehnten weiter zugespitzt.

Orientierung an den anderen: „Keeping up with the Joneses“

Seit 1987 gibt es in den USA mehr Shopping Malls als High Schools. Umfragen zufolge brauchen die US-BürgerInnen im Durchschnitt sechs Stunden in der Woche zum Einkaufen, dagegen wird nur vierzig Minuten mit den Kindern gespielt. Mehr US-AmerikanerInnen erklären jedes Jahr ihren Bankrott, als vom College graduieren. Die Zahl derer, die sich als „glücklich“ einschätzen, sinkt hingegen. Mit bestimmten Eigenarten der neueren Formierung der amerikanischen Konsumgesellschaft setzen sich die Thesen von Juliet B. Schor, Edward S. Herman und Robert W. Mc Chesney auseinander. Die Entwicklung in den USA ist nicht zuletzt deswegen von Interesse, weil sie üblicherweise mit einem gewissen time-lag auf Europa übergreift.

Juliet B. Schor zufolge haben sich die Bezugsgruppen, an denen man seine relative Konsumposition misst, in den letzten Jahrzehnten verändert. „Keeping up with the Joneses“, das war vor einem halben Jahrhundert die Nachbarschaft – jene, die sich auch im selben Viertel ein Haus gebaut haben. Die „Joneses“ kamen im Allgemeinen aus derselben ökonomischen Schicht und mit ihnen mitzuhalten bedeutete relative Gleichheit. Jetzt hingegen sind die „Joneses“ andere Personen: besser bezahlte KollegInnen am Arbeitsplatz oder die Leute, die man im Fernsehen sieht bzw. aus dem Fernsehen und anderen Medien kennt. Je mehr die Leute fernsehen, desto mehr geben sie aus, konnte Schor nachweisen.

Obwohl die jetzige Generation mehr materielle Mittel zur Verfügung hat als die Generation davor, wächst die Kluft zwischen dem, was die einen haben, und dem, was die Vergleichspersonen haben. Deshalb fühlen sich viele trotz objektiven Wohlstands depriviert, denn Zufriedenheit ist eine relative Größe, so Schor. Deshalb würden viele mehr arbeiten, als notwendig wäre, und fühlen sich infolgedessen überanstrengt. Die allermeisten würden gerne weniger arbeiten, sind aber der Ansicht, dass sie sich das nicht leisten können. Schor vertritt die Auffassung, dass der „work-and-spend-cycle“ nur durch „downshifting“, d.h. eine bewusste Konsumgestaltung auf bescheidenerem Niveau, durchbrochen werden kann. Sie rät insofern zu einer Änderung der Verhaltensweisen und Konsumgewohnheiten.

Der Konsumismus als ideologischer Ausdruck der Konsumgesellschaft wird heute durch die Indoktrinierung durch globale Medien hervorgerufen, schreiben Edward Herman und Robert McChesney in ihrem 1997 erschienenen Buch „*The Global Media: The New Missionaries of Corporate Capitalism*“. Die diversen Medien würden die Ideologie des freien Marktes verkünden, da sie entweder selbst große Konzerne sind und/oder von solchen finanziert werden. Dazu brauche es keiner Verschwörung, vielmehr sei das Mediensystem Teil der ökonomisch-institutionellen Struktur und betrachte die anderen Konzerne insofern als seinesgleichen. Zwar gibt es einen harten Konkurrenzkampf zwischen den transnationalen Mediengiganten, wie etwa Time Warner, Disney, Bertelsmann oder Sony, diese sind jedoch gleichzeitig durch vielfältige Allianzen, gemeinsame Unternehmungen, Besitzverhältnisse und Interessen miteinander verbunden.

Die Kultur als ganze wird kommerzialisiert, so der Sukkus der Analyse von Herman und Mc Chesney. Das Leben – so wird medial suggeriert – besteht hauptsächlich aus Geldverdienen und Einkaufen. Jugendliche sind seitens der Medienwelt permanent mit gedankenloser Gewalt, Sex und Action konfrontiert – unterbrochen von Werbespots, die mit denselben Mitteln arbeiten. Das präge ihr Wirklichkeitsverständnis: Für sie ist die Welt einfach so, wie sie ist, eine Alternative gibt es nicht.

Durchsetzung einer standardisierten Kultur: Die McDonaldisierung der Gesellschaft

Einen anderen Aspekt der gegenwärtigen Konsumkultur spricht George Ritzer in seinem weithin rezipierten Buch „*Die McDonaldisierung der Gesellschaft*“ an. Ausgehend von Max Webers Prognose von der Rationalisierung aller Lebensbereiche in der Industriegesellschaft

sieht Ritzer im global agierenden Fast-Food-Konzern McDonald's einen Modellfall für weitreichende Vorgänge, die auch andere Lebensbereiche betreffen: die Verallgemeinerung bürokratischer Prinzipien der Effizienz, der Berechenbarkeit und Standardisierung.

Was die Effizienz und Berechenbarkeit der Produktion und der Produkte sowie der Dienstleistung betrifft, so gibt es bei McDonalds genaue Vorschriften für die Produktion der Hamburger, für ihre Bestandteile und für den Kontakt mit den KundInnen. Die Vorteile dieser Vorgehensweise aus Firmensicht: ein hohes Rationalisierungspotential, begrenzte, einfache Gerichte, ein rasches Durchschleusen der Gäste (effizienter, schneller Verzehr) kombiniert mit einer weitgehenden Selbsttätigkeit der KundInnen, die mittlerweile auf viele Bereiche übergreifen hat (Möbelgeschäfte, Bankomaten, Tankstellen, ...).

Den KonsumentInnen wird die Illusion eines leistungsfähigen Produkts von immergleicher Qualität vermittelt. Der Trend zu einer schnelllebigen Gesellschaft kommt diesem Prinzip entgegen und verfestigt sich dadurch. Die dadurch bewirkten Kostenvorteile kommen allerdings nur den Firmen zugute. „In einer McDonaldisierten Gesellschaft neigen Menschen zu Tätigkeiten, die zu der effizienten Kategorie zählen, und andere, die als ineffizient gelten, werden vermieden“, schreibt Ritzer. Dabei werde zwischen den Dingen, die man für effizient hält, kaum differenziert. Beispielsweise wurde durch die Verbreitung der zu Hause zubereiteten Mikrowellengerichte der Umsatz der Fast-Food-Restaurants kaum beeinträchtigt.

Vorhersagbarkeit und Standardisierung bedeuten bei McDonalds wie in analogen Bereichen gleiche Produkte, gleiches Service, gleiche Ketten und stellen damit das Gegenstück zur Individualisierung dar. Dies bietet Vorteile für Menschen, die möglichst keine Überraschungen mehr erleben möchten. Die mittlerweile erfolgte Durchsetzung einer standardisierten Kultur reicht von der Reiseplanung über das Haarschneiden in Kettenläden bis in die Universitäten, die Ritzer als Lehrmaschinen mit genau festgelegten Kursen und Lehrinhalten beschreibt.

Auch „Kontrolle“ ist ein wesentliches Element der McDonaldisierten Gesellschaft. Durch die technologische Steuerung verflochtener Bereiche wird jede menschliche Unsicherheit ausgeschaltet, zudem werden qualifizierte Fachkräfte überflüssig. Jeder einzelne ist Teil einer rationalisierten Maschinerie, die ihn gerade aufgrund der Standardisierung lückenlos kontrollieren kann.

In Summe bewirkt die McDonaldisierung der Gesellschaft die Ausbreitung einer globalen Konsumkultur nach US-amerikanischem Vorbild, die an keinen Ort und keine Zeit mehr gebunden ist: Überall in der Welt ist die Nahrungsaufnahme ein wichtiges kulturelles Phänomen, doch Fast-Food-Restaurants verbreiten die Vorstellung, dass Essen etwas ist, was so schnell und unaufwändig wie möglich betrieben werden sollte, schreibt Ritzer.

Zwar passt sich McDonalds routinemäßig den lokalen Gewohnheiten und Kultureigenheiten an, sodass auch diesen noch eine gewisse Bedeutung verbleibt, Ritzer weist allerdings darauf hin, dass es nicht nur darum geht, was angeboten wird, sondern auch darum, wie konsumiert wird. Der Soziologe prognostiziert daher, dass eine gewisse kulturelle Vielfalt zwar bestehen zwar bleiben wird, dass die USA aber die ganze Welt mit einer „Zweitkultur“ versorgen werden, an der alle Anteil haben. Es handle sich dabei um eine Konsumkultur mit Supermärkten und Einkaufszentren, die Freizeitparks immer ähnlicher werden, sowie Einkaufsprogrammen im Fernsehen. Konsum wird als Unterhaltung inszeniert und die Botschaft vermittelt: Konsum muss Spaß machen. Wirft man einen Blick in die (mediale wie reale) Umgebung, wird man die Plausibilität von Ritzers Thesen kaum bestreiten können.

Literaturhinweise

- Pierre Bourdieu: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft, Frankfurt/M. 1982
- Erich Fromm: Wege aus einer kranken Gesellschaft. Eine sozialpsychologische Untersuchung, 7. Aufl., München 2011
- Edward S. Herman, Robert W. Mc Chesney: The Global Media: The New Missionaries of Corporate Capitalism, London 1997
- Joachim Hirsch, Roland Roth: Das neue Gesicht des Kapitalismus. Vom Fordismus zum Post-Fordismus, Hamburg 1986
- Vance Packard: Die geheimen Verführer, Frankfurt/M., Berlin 1962
- Alfred Pfabigan: Nimm drei, zahl zwei: Wie geil ist Geiz? Wien 2004
- Manfred Prisching: Die zweidimensionale Gesellschaft, Wiesbaden 2006
- George Ritzer: Die McDonaldisierung der Gesellschaft, Frankfurt/M. 1997
- Juliet B. Schor: The Overspent American: Upscaling, Downshifting and the New Consumer, New York 1998
- Thorstein Veblen: Theorie der feinen Leute. Eine ökonomische Untersuchung der Institutionen, Frankfurt/M. 1986

Eine neue Landlust?

Sebastian Büttner vom Institut für Soziologie an der Universität Erlangen-Nürnberg hat sich gefragt, worauf der fulminante Erfolg der Magazinsparte Landlust & Co. zurückzuführen ist.

Landleben ist „in“. Viele scheinen das Getöse der Städte, die Hektik der Autobahnen, das Dauerklingeln der Smartphones und die Eintönigkeit der Supermärkte satt zu haben. Sie sehnen sich zurück nach dem „einfachen“ und dem „echten“ Leben im Grünen und auf dem Land, zwischen Streuobstwiesen und Sonnenblumenfeldern. Ein Leben, in dem die Kleidung nicht mehr von der Stange, das Fleisch nicht mehr aus Massentierhaltung und das Gemüse frisch aus dem heimischen Garten – oder zumindest vom nächstgelegenen Hofladen – stammen.

Dieser Eindruck entsteht zumindest bei einem Blick über die Auslagen in Bahnhofsbuchhandlungen und Zeitungsläden. Neben einer Vielzahl an Gartenzeitschriften tauchen dort seit einigen Jahren immer mehr Zeitschriften mit Titeln wie Landlust, Liebes Land, Mein Schönes Land, Landidee oder Hörzu Heimat auf. Und es scheint, als würden es monatlich mehr. Denn der Markt von „Landstyle“-Magazinen, die das Landleben zum „Lifestyle“ erheben, boomt gewaltig. Der Pionier und Marktführer dieser Zeitschriften-sparte, die seit etwa sieben Jahren erscheinende Zeitschrift „Landlust“, hat unlängst mit einer Auflage von knapp 1,1 Millionen verkauften Exemplaren im ersten Quartal 2013 einen neuen Auflagenrekord verkündet. Damit übersteigt die Auflage von Landlust bei Weitem die Auflage führender Mode- und Lifestyle-Magazine, aber auch großer deutscher Tages- und Wochenzeitungen. Zum Vergleich: Der Spiegel, Deutschlands größtes Nachrichtenmagazin, verkauft derzeit rund 880.000 Exemplare seiner Print-Ausgabe. Die Auflage der Frauenzeitschrift Brigitte liegt bei etwa 500.000 Exemplaren. Und selbst die Auflage der Bild-Zeitung, Deutschlands auflagenstärkster Zeitung, ist mit 2,4 Millionen Exemplaren nur etwa doppelt so groß.

Demografische Entwicklung geht in die entgegengesetzte Richtung

Was steckt hinter diesem gewaltigen Boom an neuen Land-Magazinen? Ist er Ausdruck einer neuen Massenbewegung, die gemeinsam mit dem Trend zu mehr Bio- und Fair-Trade-Produkten auf Wochenmärkten

und in Supermarkt-Regalen eine Trendwende im Konsumverhalten in Deutschland andeuten? Deutet sich in Deutschland gar eine Renaissance des ländlichen Lebens an? Aus soziologischer Perspektive ist immer eine gehörige Portion Skepsis gegenüber allzu plakativen Tendaussagen angebracht und es gilt zu differenzieren.

Denn die demographischen Entwicklungen sprechen eine andere Sprache. Die Hauptströme der Migration gehen derzeit in die entgegengesetzte Richtung: vom Land in die größeren und mittelgroßen Städte und deren Randgebiete. Prosperierende und pulsierende Ballungsräume wie München, Frankfurt, Köln, Düsseldorf oder Berlin verzeichnen enorme Zuwächse – gerade von jüngeren, gut ausgebildeten Menschen, oder von Jugendlichen, die es für ihre Ausbildung und ihr Studium in die Metropolen zieht. Ländliche Gebiete sind schon jetzt von infrastruktureller Unterversorgung bedroht – Stichwort Ärztenotstand.

Das Umweltbewusstsein und auch das Bewusstsein für den besonderen Wert ökologisch erzeugter Lebensmittel allerdings haben sich in den vergangenen zwei, drei Jahrzehnten in der Tat enorm entwickelt. Nicht umsonst springen Supermärkte und Discounter in großem Stil auf diesen Zug auf. Doch deckt sich der Boom von Landlust & Co. tatsächlich mit dem Trend zu mehr Nachhaltigkeit und dem Aufstieg eines neuen, ökologisch orientierten Pioniermilieus von Biobauern, Postmaterialisten und Aussteigern?

Betont unpolitisch

Ein kurzer Blick in die neuen Land-Magazine lässt eher Gegenteiliges vermuten: Die Hefte kommen betont unkritisch, unpolitisch und vor allem unideologisch daher. Leserinnen und Leser werden nicht belehrt, nicht über aktuelle Verwerfungen im Agrarsektor oder in der Futtermittelindustrie aufgeklärt. Und die Magazine werben auch nicht für oder gegen eine bestimmte Art von landwirtschaftlicher Erzeugung.

Genau genommen geht es in den Land-Magazinen überhaupt sehr wenig um Landwirtschaft im engen Sinne und um den Alltag im ländlichen Raum. Anstelle der Beschwerlichkeiten der Spargelernte werden pünktlich zur Spargelzeit anregende Rezepte zur Zubereitung von Spargel präsentiert. Die Redaktion begleitet Imker bei ihrer Arbeit und schaut jungen Familien beim Einwecken von Streuobst nach altem Rezept über die Schulter. Alles ist farbenfroh und bunt bebildert und wirkt in erster Linie schön, harmlos, nett und lebensfroh.

Um Missverständnissen vorzubeugen: Das soll nicht heißen, dass Landlust & Co. frei sind von Inhalten oder Botschaften. Die Magazine vermitteln sehr wohl Werte, die denen der politisch motivierten Öko- und Nachhaltigkeitsbewegung gar nicht unähnlich sind. Man denke etwa an Werte wie Ruhe, Reduktion und Entschleunigung, aber auch den Sinn für die Schönheit der Natur und die Wertschätzung von alten ländlichen Traditionen und kulturellen Praktiken, die unserer „posttraditionalen Wissensgesellschaft“ immer mehr abhanden kommen. In einer Gesellschaft, in der der Anteil der Beschäftigung im landwirtschaftlichen Sektor innerhalb von einem halben Jahrhundert von 30 auf 2 Prozent zusammengeschrumpft ist, geht der direkte Kontakt zur landwirtschaftlichen Produktion allmählich verloren.

Kontakt zur natürlichen Umgebung simuliert

Ein Großteil des Erfolgs von Landlust & Co. besteht wohl darin, dass sie diesen Kontakt simulieren und an die vorherrschenden ästhetischen Muster und Praktiken der gegenwärtigen Konsumgesellschaft anchlussfähig machen. Eine reale Entwicklung aber bil-

den sie nicht ab. Und das wollen sie auch nicht: Alte Werte werden nicht gegen die vorherrschende Konsumkultur gestellt. Sie werden ihrerseits als Konsum-Angebot präsentiert. Eine Lifestyle-Option, die man wählen kann oder auch nicht. Nichts, das weh tut und direkt zum Handeln oder zum Umdenken zwänge. In diesem Sinne fügen sich Landlust & Co. in die lange Tradition der Natur- und Landromantik des konservativen Bürgertums ein, die gerade in Deutschland schon immer sehr ausgeprägt war und in der Konsumgesellschaft der Nachkriegszeit immer neue und immer buntere Formen und Muster entwickelt hat – von Landhausmöbeln bis zum All-Inclusive-Urlaub auf dem Bauernhof. Das Schwelgen in Landstyle-Magazinen ist dabei nur eine Option unter vielen.

Quelle: Pressemitteilung der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, 14.05.2013. Den Beitrag von Dr. Sebastian Büttner findet man auch online unter: <http://blogs.fau.de/news/2013/05/14/eine-neue-landlust/>

Neue Datenbank liefert aktuelle Daten zu Mindestlöhnen in 30 Ländern

Von nunmehr 28 Mitgliedsstaaten der Europäischen Union verfügen 21 über einen allgemeinen gesetzlichen Mindestlohn. Drei von ihnen – die Niederlande, Rumänien und Kroatien – haben die Lohnuntergrenze in den vergangenen Wochen angehoben. In den westeuropäischen Euro-Ländern betragen die niedrigsten erlaubten Stundenlöhne aktuell zwischen 8,65 Euro in Irland und 10,83 Euro in Luxemburg. In Großbritannien müssen umgerechnet mindestens 7,63 Euro gezahlt werden. Die südeuropäischen EU-Staaten haben Lohnuntergrenzen zwischen knapp drei Euro in Portugal und 4,06 Euro auf Malta. In Kroatien müssen aktuell mindestens 2,29 Euro gezahlt werden. Die mittel- und osteuropäischen Staaten haben niedrigere Mindestlöhne, allerdings holten mehrere von ihnen zuletzt etwas auf.

Außerhalb der EU verfügen nach Angaben der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) rund 80 weitere Staaten über eine allgemeine Untergrenze für Löhne. Exemplarisch betrachtet das WSI die

Mindestlöhne in neun Ländern, darunter die Vereinigten Staaten, Australien, die Türkei, Japan und Brasilien. Sie reichen von umgerechnet 1,42 Euro in Brasilien und 2,26 Euro in der Türkei über 7,31 Euro in Japan bis zu 13,19 Euro in Australien

Die jeweils aktuellen Daten für Mindestlöhne in Europa und darüber hinaus liefert die neue Mindestlohn-Datenbank des Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Instituts (WSI) in der Hans-Böckler-Stiftung. Über eine interaktive Karte und Downloadmöglichkeiten vermittelt die Datenbank einen Überblick über Mindestlöhne in insgesamt 30 Staaten. Als Ergänzung bieten Länder-Datenblätter Detailinformationen. Sie zeigen beispielsweise die regionalen Mindestlöhne, die in vielen US-Bundesstaaten eine Grenze oberhalb des National Minimum Wage setzen. „Gesetzliche Mindestlöhne sind in weltweit mehr als 100 Ländern ein etabliertes Instrument gegen Lohndumping“, sagt WSI-Mindestlohnexperte Thorsten Schulten, der die Datenbank wissenschaftlich betreut.

www.wsi.de/mindestlohndatenbank

Die Abwanderung bewältigen

Soziale und arbeitsmarktspezifische Auswirkungen rumänischer Migration seit 1989¹

Nach vorsichtigen Schätzungen lebt in etwa ein Sechstel (über 15%) der rumänischen Bevölkerung außerhalb Rumäniens: 43 Prozent davon in Italien und 30 Prozent in Spanien.² In absoluten Zahlen sind das etwa drei Millionen Menschen; was unmittelbar zwei Fragen aufwirft: Wie kam es dazu und was sind die Konsequenzen? Von der Beantwortung der letzten Frage hängt die weiterführende Überlegung ab, ob und was gegen diese Situation zu unternehmen sei. Zu Beginn sei zunächst kurz die sozio-ökonomische Situation Rumäniens angedeutet (1), insoweit sie für die Verläufe der verschiedenen Migrationsphasen, sowie die Charakteristika der Emigrant_innen (2) relevant ist. Daran anschließend werden die Konsequenzen (3) beleuchtet, für deren Handhabung die EU-Kommission verschiedene Strategien und Instrumente (4) empfiehlt. In einer Zusammenfassung (5) sind die wichtigsten Herausforderungen Rumäniens im Umgang mit Migration zusammengefasst.

1. Sozioökonomische Daten im Vergleich zum EU-Schnitt

Je nach Bemessungsgrundlage liegt die Beschäftigungsrate in Rumänien seit 2002 mit 58-60 Prozent relativ stabil 5 bis 6 Prozent unter dem EU-Median, beziehungsweise mit 63 bis 65 Prozent lediglich 2 bis 4 Prozent darunter.³ Während das BIP/Kopf 1996 noch bei einem Drittel des EU-Durchschnitts lag, befindet es sich seit Mitte der 2000er Jahre etwa bei der Hälfte und soll 2015 55 Prozent betragen. Bezüglich Armutsgefährdung ist anzumerken, dass diese – wenn sie als Verfügung über 60 Prozent des mittleren Einkommens definiert wird – 2012 etwa 22 Prozent betrug (EU:

1 Der Artikel ist die Überarbeitung einer im Rahmen der Lehrveranstaltung „Politische Institutionen in Europa“ (Leitung: Walter Wolf) erstellten Seminararbeit.

2 Vgl. <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=8835&langId=en> (21.5.2013)

3 Erstere Zahlen von http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=ifsa_organ&lang=en (18.6.2013) für die Altersgruppe 15 - 64, letztere für diejenige der 20 - 64-Jährigen unter http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/themes/27_skills_gaps_and_labour_mobility.pdf (18.6.2013) Als Ziel im Rahmen von „Europe 2020“ wurde das Erreichen einer Beschäftigungsrate von 70% formuliert.

16,9%), dies aber für osteuropäische Länder nicht besonders aussagekräftig ist, da der Lebensstandard nicht in dem Ausmaß über das Einkommen vermittelt ist. Wenn zusätzlich „material deprivation“ und „low work intensity“ als Formen sozialen Ausschlusses berücksichtigt werden, betrifft dies 41,4 Prozent der Bevölkerung (EU: 23,5%), wobei ältere und allein erziehende Menschen besonders betroffen sind. 70 Prozent der Armen leben in ländlichen Gebieten (wo der Anteil der armen Bevölkerung 28,3 Prozent beträgt, in städtischen Gebieten hingegen bloß 8,7 Prozent).

Die demographische Tendenz lässt sich durch die prognostizierte „dependency rate“⁴ veranschaulichen: 2008 lag diese noch bei 24 Prozent; bei der derzeitigen Entwicklung wird sie 2025 auf 30 Prozent und bis 2050 auf 54 Prozent steigen. Nur ein geringer Teil des Anstiegs ist der sinkenden Geburtenrate geschuldet: Der beim Zensus von 2002 festgestellte Bevölkerungsschwund von über einer Million in 10 Jahren ist zu drei Viertel auf Emigration zurückzuführen.⁵

Letztendlich bedeutet dies, dass in Zukunft die verbleibende Erwerbsbevölkerung nur schwer in der Lage sein wird, notwendige soziale Leistungen ausreichende zu finanzieren.

Generell ist anzumerken, dass zur Feststellung der tatsächlichen demographischen Situation hinsichtlich Wohnbevölkerung die Zahlen der Zielländer (s.u.) aussagekräftiger sind, da in der rumänischen Statistik Emigrant_innen als Personen definiert sind, die permanent ausgewandert sind. Dem entsprechend stellt sich die offizielle Entwicklung wie aus Tabelle 1 ersichtlich dar⁶. Für die Jahre 2005 bis 2010 sind zusätzlich die offiziellen Emigrationszahlen angeführt (vgl. Tab. 2).

4 Mit „dependency rate“ ist hier die Relation der über 65-Jährigen gegenüber den 20 - 64-Jährigen als Prozentsatz gemeint (vgl. <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=8834&langId=en> S.5 - 25.5.2013). Die „dependency ratio“ (Abhängigkeitsrate) stellt somit das Verhältnis von Menschen außerhalb des durchschnittlichen Erwerbsalters (Kinder und Pensionist_innen) gegenüber denen im erwerbsfähigen Alter als Prozentsatz dar. Das Konzept der Abhängigkeitsrate ist aber mit vielen Uneindeutigkeiten konfrontiert. So ist auf den Unterschied zwischen der „ökonomischen“ und der „demographischen“ Abhängigkeitsrate hinzuweisen: Vgl. <http://www.eurofound.europa.eu/pubdocs/2012/59/en/2/EF1259EN.pdf> S.21 (Stand 17.6.2013).

5 Vgl. <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=8834&langId=en> S.5 (Stand 25.5.2013)

6 Nach http://www.insse.ro/cms/files/Anuar%20statistic/02/02%20Populatie_en.pdf (Stand 20.7. 2013)

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung in Rumänien 1960 - 2002

Jahr	Bevölkerung in Mio.	Jahr	Bevölkerung in Mio
1960	18,4	1985	22,72
1965	19,03	1992	22,81
1970	20,25	1995	22,68
1975	21,25	2000	22,44
1980	22,2	2002	21,79

2. Haupttendenzen der Migration in der jüngeren Geschichte Rumäniens

2.1. Umbruch im Arbeitsmarkt ab 1989

Während die rumänische Regierung ab den 1970er Jahren zunächst die Abwanderung aus ländlichen Regionen in die städtischen Ballungszentren forciert hatte, um die Industrialisierung voranzutreiben, kam es nach dem Zusammenbruch des Ceausescu-Regimes zu einer massiven De-Industrialisierung, in deren Folge 2,5 Millionen Arbeitsplätze verloren gingen, was einem Drittel des gesamten Arbeitsmarktes entsprach.

2.2. Phasen der Emigration und Änderung der Charakteristika der Migrant_innen

Die erste Phase der Emigration nach 1989 lässt sich als ethnische Emigration charakterisieren: Vor allem Minderheiten (Ungar_innen, Deutsche) verließen das Land; diese hatten recht gute Chancen, da von den entsprechenden Ländern die „Rückkehr“ unterstützt wurde. Viele andere (ca. 350.000) versuchten dies über Asylanträge (davon beinahe die Hälfte Roma), die aber nur in geringem Ausmaß positiv beschieden wurden. Diese Emigrationsbewegung war von den Charakteristika (Alter, Geschlecht...) her recht heterogen. Was die Binnenmigration angeht, lässt sich im Anschluss eine Umkehrung beobachten, die mit den veränderten Bedingungen am Arbeitsmarkt korrespondiert und sich auch in Verschiebungen in Hinblick auf die Charakteristika ausdrückt. Durch die sich ausdünnenden Arbeitsmöglichkeiten in den städtischen

Zentren kehrte sich der Trend 1992 um und ab 1997 wanderten mehr Menschen von urbanen in rurale Gebiete ab als umgekehrt. Für viele bestand die Alternative zwischen dem Versuch von Subsistenzwirtschaft auf dem Land und der Emigration: Charakteristisch für die Arbeitsmigration ist demnach, dass sich Anfang der 1990er Jahre zunächst 30 – 35jährige städtische Männer mit Arbeitserfahrung bevorzugt in Länder der EU aufmachten. Mit der Einführung strikter Visa-Bestimmungen in der EU zwischen 1993 und

1996 verlagerten sich die Destinationen in Richtung Ungarn, Israel und die Türkei. Ende der 1990er-Jahre wurden wegen der geringeren sprachlichen Barrieren vor allem zwei EU-Länder erneut zu Hauptzielgebieten: Italien und Spanien. Auch das Migrationsmuster änderte sich von einem zirkulären zu einem permanenten. Mit Beginn der Beitrittsverhandlungen und der Aufhebung der Visa-Bestimmungen in den meisten EU-Ländern und erst recht nach dem Beitritt Rumäniens zur EU 2007 verstärkte sich diese Tendenz, was an der Zunahme der registrierten rumänischen Bewohner_innen in Spanien und Italien erkennbar ist (vgl. Tab. 3).

Der Zeitpunkt der Emigration hat auch Auswirkungen auf die Tendenz zur Rückkehr: Diejenigen, die vor 2007 emigrierten (etwa ein Drittel bis die Hälfte der Migrant_innen), bleiben mit hoher Wahrscheinlichkeit im Zielland und haben eventuell genügend Mittel, um Engpässe zu überdauern. Die nach 2007 Emigrierten (ca. ein Viertel bis ein Drittel) schließen eine Rückkehr nach Rumänien nicht aus, sofern die Bedingungen dort günstiger sind. Beim Rest (ca. ein Drittel) stellt sich die Frage weniger, da es sich um zeitlich begrenzte Arbeitsmigration handelt.

2.3 Verschiebungen in den Entsenderegionen

Was die Entsenderegionen angeht, gab es folgenreiche Verschiebungen: In den 1990er Jahren waren dies westliche und urbane Gebiete, die aufgrund hoher Binnenzuwanderung zu Ballungszentren gewor-

Tabelle 2: Bevölkerung und Emigration aus Rumänien 2005 - 2010

Jahr	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Bevölkerung in Mio.	21,62	21,58	21,54	21,5	21,47	21,43
Emigrant_innen	10.938	14.197	8.830	8.739	10.211	7.906

Tabelle 3: Migration (a) aus Rumänien in einige EU-Länder und Größe (b) der „immigrant stocks“

(a)	Deutschland	Spanien	Italien	Ungarn	Niederlande	Österreich
1998	16 987	502	6 818	5 504	425	1 543
1999	18 814	1 782	10 651	7 845	385	1 866
2000	:	17 456	19 332	8 894	579	1 986
2001	20 142	23 295	:	10 648	659	2 393
2002	23 953	48 330	16 465	10 307	583	4 769
2003	23 780	69 942	78 385	9 599	657	5 664
2004	23 545	103 572	66 098	12 129	649	5 511
2005	23 274	108 294	45 338	8 895	513	5 056
2006	23 743	131 457	39 715	7 872	705	4 526
2007	43 894	197 642	271 443	6 735	2 345	9 273
2008	48 225	71 482	174 554	9 987	2 411	9 260
2009	:	52 440	105 597	7 104	1 907	:

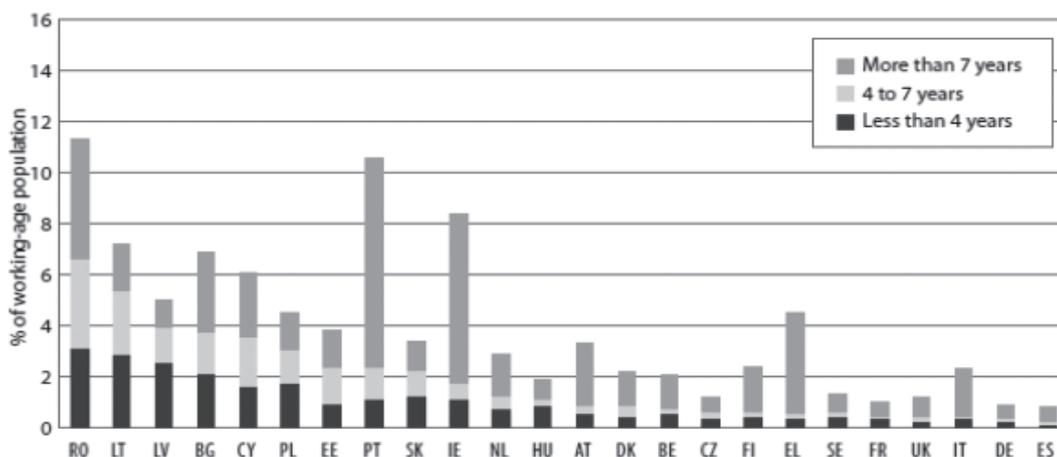
(b)	Deutschland	Spanien	Italien	Ungarn	Niederlande	Österreich	Portugal
1998	95 190	2 385	:	62 130	1 145	:	169
1999	89 801	2 723	:	57 357	1 285	:	170
2000	87 504	5 682	41 587	57 343	1 397	:	223
2001	90 094	26 779	62 262	43 165	1 694	17 470	562
2002	88 102	53 087	74 885	44 977	2 094	17 750	512
2003	88 679	112 861	:	47 281	2 360	19 482	611
2004	89 104	189 979	:	55 676	2 735	20 483	:
2005	73 365	287 087	248 849	67 608	3 020	21 314	:
2006	73 043	388 422	297 570	66 250	3 006	21 942	:
2007	78 452	539 507	342 200	66 951	3 225	21 882	11 877
2008	90 614	734 764	625 278	65 903	4 894	27 646	19 280
2009	100 429	799 225	796 477	66 435	6 256	32 341	27 769
2010	112 230	823 111	887 763	72 781	7 118	:	32 457

Quelle: <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=8834&langId=en> S. 43f

den waren, ab 2002 fand Emigration vorrangig aus eher östlichen und ruralen Regionen statt, die schon aufgrund der Binnenmigration eine geringe Bevölkerungsdichte aufwiesen. Weiters lässt sich ein Anstieg des Anteils von Frauen (mit 47% mittlerweile fast die Hälfte) und Jüngeren ab 2002 feststellen: Aktuell sind über 65 Prozent der Emigrant_innen in der Altersgruppe der 18 – 39-Jährigen, das Durchschnittsalter

lag 2010 bei 34,6 Jahren. 62 Prozent der Migrant_innen sind verheiratet. Was die Verteilung nach Sparten angeht, sind nach einer Schätzung der „Internationalen Organisation für Migration“ von 2005 mehr als ein Drittel im Baugewerbe, 28 Prozent in der Landwirtschaft, 15 Prozent in „domestic services“ (Hausdienstleistungen) und 12 Prozent im Bereich „HoReCa“ (Hotel, Restaurant, Cafe) tätig. Ein Faktor

Abbildung 1: Mobilität im EU-Vergleich



Source: *Employment and Social Developments in Europe 2011 Review*

in der Wahl des Ziellandes, der für die Migrant_innen immer wichtiger wird, ist soziale Sicherheit: Es ist festzustellen, dass die Möglichkeit der Portabilität sozialer Rechte vermehrt in Betracht gezogen wird und die Nutzung von EU-Formularen in vielen Bereichen (Gesundheit, Familienbeihilfen, Arbeitslosenversicherung, Pension) langsam ansteigt.⁷

3. Auswirkungen auf Arbeitsmarkt und Sozialgefüge

3.1. Arbeitskräftemangel

Auf Österreich übertragen, würde die rumänische Entwicklung die Abwanderung der gesamten Bevölkerung Oberösterreichs bedeuten. Dieser Vergleich ist jedoch nur in quantitativer, nicht in qualitativer Hinsicht stimmig: 2000 schätzte die Weltbank den Bildungsstand der Emigrant_innen dergestalt ein, dass 34,9 Prozent über eine abgeschlossene tertiäre Ausbildung verfügten, während dies in Rumänien gerade auf 8,1 Prozent der 15 – 64-Jährigen zutraf. Es wander(te)n also überproportional gut ausgebildete Menschen ab; dieser Umstand ist in weiterer Folge bedeutsam. Während in der Zeit der ökonomischen Verlagerung vom primären und sekundären hin zum tertiären Sektor zwischen 1990 und 2000 Migration als „Sicherheitsventil“ fungierte, um soziale Spannungen und die Kosten der Transformation für das Sozialsystem

7 2010 waren die meist genutzten EU-Formulare E106 (Anspruch auf „sickness and maternity insurance benefits“ und E121 („certifying enrolment of pension beneficiaries and their family members“); <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=8834&langId=en> S.18 (abgerufen am 2.6.2013)

zu minimieren, waren die Jahre zwischen 2001 und 2008 in Rumänien von einem Wirtschaftswachstum von 6,2 Prozent pro Jahr gekennzeichnet: Vor allem Dienstleistungen und Bauwesen verzeichneten einen gesteigerten Bedarf an Arbeitskräften, an denen es aufgrund der Abwanderung qualifizierter Fachkräfte jedoch fehlte, die im Ausland auf ihrem Gebiet doppelt so viel verdienten.

Auch „brain waste“ (niedrigerer Status der Beschäftigung im Vergleich zur Ausbildung) ist im Ausland für Migrant_innen nicht zwingend mit finanziellen Einbußen verbunden.⁸ In Rumänien wurde versucht, dem Mangel an Arbeitskräften durch die Förderung von Immigration zu begegnen. Die Wirtschaftskrise 2009 traf Rumänien hart: Das Bruttoinlandsprodukt sank um 7,1 Prozent, nachdem es 2008 im selben Ausmaß gestiegen war. Die Situation des Arbeitskräftemangels blieb aber unverändert: 2010 konnten 36 Prozent der Firmen offene Stellen nicht besetzen, obwohl die Wirtschaft um 6,6 Prozent schrumpfte.

„Brain drain“ im engeren Sinn stellt einen relativ neuen Trend dar, dessen Auswirkungen nicht zwingend

8 Dabei gibt es signifikante Unterschiede in der Statusveränderung der Beschäftigung: Frauen üben bereits in Rumänien zumeist Tätigkeiten von gesellschaftlich niedrigerem Status aus (was mit geringerer Entlohnung einhergeht) und verbessern ihre Position im Zielland meist langsamer und weniger stark als Männer, was bereits bestehende Differenzen erhöht. Jüngere Migrant_innen gehen meist von einem niedrigeren Status aus, erhöhen diesen aber stärker als ältere, sobald sie auf dem Arbeitsmarkt sind.

Tabelle 4: Geldsendungen (remittances) rumänischer Emigranten 1991 - 2010

Jahr	Beträge in Millionen Euro	Jahr	Beträge in Millionen Euro
1991	17	2001	1.031
1992	80	2002	1.612
1993	89	2003	2.028
1994	153	2004	3.100
1995	237	2005	3.900
1996	436	2006	5.530
1997	456	2007	6.172
1998	623	2008	6.610
1999	535	2009	4.360
2000	861	2010	3.810

Quelle: <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=8834&langId=en> S. 44. Die Tabelle basiert auf verschiedenen Kommuniqués der rumänischen Nationalbank.

negativ sind: Im Bereich der Informationstechnologien hatte die Abwanderung von Spezialist_innen zur Folge, dass Universitäten verstärkt in diesen Bereich investierten. Problematisch ist allerdings die Abwanderung von Spezialist_innen im Gesundheitswesen (inklusive Ärzt_innen und Hebammen) sowie Lehrer_innen: Diese bewirkt eine Verschlechterung der medizinischen Versorgung und schmälert den Zugang zu Bildung; wengleich auch nicht für alle Regionen gleich. (Siehe Punkt 3.4.)

3.2. Finanzielle Auswirkungen im Zusammenhang mit dem Lebensstandard

Ein besonders wichtiger Faktor in Zusammenhang mit rumänischer Migration sind Geldsendungen („remittances“): 60 Prozent der Emigrant_innen schicken regelmäßig Geld an ihre Verwandten. Der Anteil der „remittances“ am BIP stieg von 2,3 Prozent (2001) auf 4,5 Prozent (2005) und sank 2009 auf 4,4 Prozent. Das Volumen der Geldsendungen ging zwischen 2008 und 2010 um 42 Prozent zurück, da die Hauptdestinationen Spanien und Italien besonders stark von der aktuellen Wirtschaftskrise betroffen sind.

Verwendet werden die Geldsendungen zu zwei Drittel für den Konsum (was Aufwendungen für die Wohnsituation inkludiert) und 29 Prozent werden mit dem spezifizierten Zweck überwiesen, das Geld zu sparen

oder in wirtschaftliche Unternehmungen zu investieren. Die Vorteile der Geldsendungen bestehen darin, dass Haushalte der Migrant_innen über mehr Geld verfügen sowie dass sie der lokalen Wirtschaft zugute kommen und in strukturschwachen Regionen ohne sonstige öffentliche oder private Mittel Arbeitsplätze schaffen können. Der große Nachteil besteht in der Gefahr der Abhängigkeit von der ökonomischen Situation der Migrant_innen im Ausland: In manchen Regionen stellen für ca. 11 Prozent aller Haushalte „remittances“ eine unverzichtbare Haupteinnahmequelle dar. Zusätzlich zu den Geldsendungen sparen Emigrant_innen auch noch Geld für Wohnen (23%), Sicherung der Pension (18%), Ausbildung der Kinder (13%) sowie für den Einstieg in die Geschäftswelt (6%).⁹ Angelegt werden die Ersparnisse (Gesamtvolumen von 9 Mrd./Jahr) aufgrund fehlenden Vertrauens in die rumänischen Institutionen jedoch zumeist im jeweiligen Zielland.¹⁰

3.3. Demographische Auswirkungen

Während aus kultureller und ökonomischer Perspektive Emigration – vor allem nach der Rückkehr – durchaus positive Wirkungen (im Sinne erworbener Erfahrungen und Qualifikationen) hat, können aus

⁹ Ebd. S.15

¹⁰ Vgl. http://soros.ro/ro/program_articol.php?articol=286 (abgerufen am 1.6.2013)

nationalstaatlich demographischer Sicht kurzfristige Vorteile langfristige Nachteile bedeuten. Relevante Faktoren der Entwicklung sind:

- Die Zahl der im Ausland geborenen Kinder (2010: Italien 40.000, Spanien 57.000)
- Die Frage, ob die Emigrant_innen im Zielland bleiben
- Die Zahl der gemischt-nationalen Ehen

„Female led migration“ ist als Tendenz nicht auf Rumänien beschränkt, sondern ein generelles Migrationsphänomen in Zentral- und Osteuropa.¹¹ Die sehr niedrige Geburtenrate ab 1990 von 0,2 Prozent hat zusammen mit der Emigration einen relativen Bevölkerungswund von 4,2 Prozent zwischen 2000 und 2009 bewirkt, wobei die Altersgruppe unter 14 Jahre um 21,5 Prozent und die der 15 – 24-Jährigen um 15,5 Prozent geschrumpft sind, während die der 55 – 64-Jährigen um 5,3 Prozent und die Altersgruppe der über 65-Jährigen um 8 Prozent anstiegen.¹²

3.4. Soziale Auswirkungen

Auch wenn die Anrechnung von bereits geleisteten Beitragszahlungen in die sozialen Sicherungssysteme und deren Portabilität von den Migrant_innen vermehrt genutzt wird, bestehen hierbei einige Probleme: Aufgrund der Alterstruktur der im Ausland arbeitenden Rumän_innen ist von einem Anstieg der Pensionsansprüche in 10 bis 20 Jahren auszugehen. Da nicht wenige einer informellen Arbeit nachgehen, besteht die Gefahr, dass sie später nur eine Minimalpension erhalten und ihnen deshalb Altersarmut droht. Die Problematik der Beitragszahlungen erstreckt sich auch auf andere Sicherungssysteme: So sind die in Spanien im Bereich Haushaltsdienstleistungen Tätigen (zumeist Frauen) nicht gegen Arbeitslosigkeit versichert, da nicht vorgesehen ist, dass sie in die Arbeitslosenversicherung einzahlen. „Return migrants“ haben oft das Problem, bei den rumänischen Behörden ihre geleisteten Krankenversicherungsbeiträge nachzuweisen, und müssen diese eventuell nachzahlen.

(Ehe)Frauen haben durch die Geldsendungen den Vorteil einer Existenzsicherung und nicht wenige nutzen die Mittel, um sich selbständig zu machen. Ein even-

tueller Nachteil besteht in einer finanziellen Abhängigkeit und in schwindenden Chancen auf dem Arbeitsmarkt, wenn diese Situation länger anhält. Viele zurückgebliebene Frauen sind künftige Emigrantinnen, die dabei vielleicht sogar bessere Chancen auf dem jeweiligen Arbeitsmarkt haben als ihr Partner, der in seinem Bereich möglicherweise bereits Probleme mit der Arbeitssuche hat. Schwierigkeiten bestehen für die Frauen hinsichtlich der Reintegration in den Arbeitsmarkt nach ihrer Rückkehr, da erworbene Qualifikationen eventuell nicht anerkannt werden. Da sich aufgrund der herrschenden sozialen Arbeitsteilung die Emigration von Frauen direkt auf die Betreuung von Kindern auswirkt, entstehen im Entsendeland Verdienstmöglichkeiten für ältere Frauen, die ansonsten weniger Chancen auf dem Arbeitsmarkt hätten.

Laut ANPDC¹³ gab es 2011 85.576 Kinder mit einem oder zwei Elternteilen im Ausland. 13 Prozent sind Kinder von Alleinerziehenden, bei 29 Prozent waren beide Elternteile im Ausland und bei 58 Prozent war ein Elternteil im Ausland.¹⁴ Die UNICEF ging 2007 von 350.000 Kindern mit zumindest einem Elternteil im Ausland aus (7% der Gesamtzahl), von denen 16 Prozent mehr als ein Jahr ohne Eltern verbrachten.¹⁵ Zwischen 2006 und 2008 waren ca. 30.000 Kinder mit ihren Eltern im Ausland, hauptsächlich in Italien und Spanien. Im selben Zeitraum kamen 14.000 Kinder zurück und wurden wieder ins Schulsystem integriert. Probleme entstehen, weil die Kinder entweder zu alt für ihre Schulstufe oder zu jung für sogenannte „second chance“-Programme sind. Die, die im Ausland geboren und aufgezogen wurden, haben Schwierigkeiten mit der Sprache: Dies stellt eine künftige Herausforderung für das Bildungssystem dar.

Ältere profitieren, da „remittances“ den Lebensstandard sichern: 2010 gaben 24 Prozent der Migrant_innen die Unterstützung der Eltern als wichtigsten Grund für Geldsendungen an.¹⁶ Allerdings sind Großeltern, die Kinder betreuen müssen, vielleicht selbst auf Hilfe angewiesen. Langfristige Pflegedienste sind in Rumänien nicht sehr verbreitet und die Ausgaben für Pflege im Europavergleich sind sehr niedrig: Sie stiegen zwischen 2005 auf 2008 zwar von 0,01 auf 0,04 Prozent des BIP, der EU-Schnitt lag allerdings bei 0,48 respektive 0,41 Prozent.

11 <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=8805&langId=en> S.3 (17.5.2013)

12 Eurostat: „Population and Social Conditions. Statistics in focus 34/2011“ unter http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-SF-11-034/EN/KS-SF-11-034-EN.PDF (17.5.2013)

13 Nationalen Behörde für den Schutz der Kinderrechte

14 http://www.copii.ro/Statistici/situatie_copii_cu_paparinti_plecati_la_munca_martie_2011.doc (31.5.2013)

15 <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=8834&langId=en> S. 26 (abgerufen am 31.5.2013)

16 Diagramm aus <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=8834&langId=en> S. 57 (31.5.2013)

Tabelle 5: Aufteilung der Mittel nach Zielen und Fonds (in Euro)

Ziel	Fonds	Gemeinschafts mittel	Nationale öffentliche Mittel	Nationale private Mittel	Gesamt
Konvergenz	KF	6 552 423 028	1 356 643 235	0	7 909 066 263
	EFRE	8 976 466 066	2 080 492 283	0	11 006 958 349
	ESF	3 684 147 618	651 225 177	0	4 335 372 795
Gesamtbetrag Konvergenz		19 213 036 712			
Europäische territoriale Zusammenarbeit	EFRE	454 610 340		0	454 610 340
Gesamtbetrag KF		6 552 423 028			
Gesamtbetrag EFRE		9 431 076 406			
Gesamtbetrag ESF		3 684 147 618			
Insgesamt		19 667 647 052	4 038 360 695	0	23 706 007 747

Legende: KF: Kohäsionsfonds, EFRE: Europäischer Fonds für regionale Entwicklung, ESF: Europäischer Sozialfonds

Quelle: http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/communic/negotiation/country_ro_de.pdf

Die Situation in ländlichen Gebieten ist speziell zu erwähnen: Die Abwanderung von „health-care specialists“ und Lehrer_innen ist aufgrund eines bereits zuvor bestehenden geringeren Zugangs zu Gesundheitsversorgung und Bildung hier ein besonders drängendes Problem. Die Reformen von 2011 (25-prozentige Gehaltskürzungen und Schließungen von Schulen und Krankenhäusern) haben die Versorgungssituation noch zusätzlich verschärft.

4. Instrumente und mögliche Antworten

Im Rahmen der Europa 2020 Strategie stellt die Erleichterung von Mobilität auf allen Ebenen ein Desiderat dar: Besonders bedeutsam sind hierbei Informationen über die Portabilität sozialer Rechte und damit einhergehende verfügbare Instrumente (etwa die europäische Gesundheitsversicherungskarte EHIC). Die rumänische Regierung hat auch über verschiedene Kanäle (Botschaften, etc.) im Ausland die für die Migrant_innen relevanten – auch auf spezielle Arbeitsbereiche zugeschnittenen – Informationen zur Verfügung gestellt und Anstrengungen unternommen, die

Anerkennung von im Ausland erworbenen Qualifikationen zu verbessern. Auch ist die Rumänische Arbeitsagentur seit 2007 Mitglied der EURES („European Employment Services“), die die Bewegungsfreiheit am europäischen Arbeitsmarkt entscheidend erhöht und die Übersicht über das Arbeitsangebot erleichtert. Allerdings besteht bis jetzt keine kohärente Gesamtstrategie wie im Falle der Immigration, wo die Koordination verschiedener Bereiche stärker ausgeprägt ist. Es gab Versuche, Emigrant_innen zur Remigration zu ermuntern und die Reintegration Zurückgekehrter in den Arbeitsmarkt zu verbessern: etwa den „action plan 2008 – 2010“ mit verschiedenen Lösungsstrategien (Schaffung einer Datenbank mit freien Stellen, Förderung von Investitionen, Schulungen, Unterstützung für Ehepartner_innen). Die meisten Maßnahmen konnten aufgrund der Wirtschaftskrise jedoch nicht umgesetzt werden.¹⁷

¹⁷Tatsächlich durchgeführt wurden Informations- und Anwerbungskampagnen an Orten mit vielen rumänischen Migrant_innen (in Italien und Spanien); aber mit wenig Erfolg, da die meisten Migrant_innen die

Allerdings hat die EU-Kommission einige Vorschläge formuliert:

- Erstellung eines jährlichen Aktionsplans und die Einrichtung von Mehrzweckdiensten („multipurpose flexible care services“) für strukturschwache Gebiete
- Verstärkte Umsetzung von Programmen zur Förderung ländlicher Entwicklung durch Kooperation von lokaler Verwaltung, Privatwirtschaft und Zivilgesellschaft.¹⁸
- Adaption von ESTHR-Programmen¹⁹ für die Bedürfnisse von (Re)migrantinnen
- SME-Programme („Supporting Migrants Entrepreneurship“) mit dem Ziel der Forcierung transnationaler Partnerschaften (etwa mit Italien und Moldawien)

Eine besonders wichtige Rolle kommt in budgetärer Hinsicht den verschiedenen Strukturfonds der EU als Mittel zur Gestaltung der Regionalpolitik zu: Auf nationaler Ebene geschieht die Allokation der Mittel über das „National Strategic Reference Framework“. In Rumänien koordiniert dieses sieben „operationelle Programme“, von denen drei durch den EFRE („Europäischer Fonds für regionale Entwicklung“) finanziert werden. Für die aktuelle Förderperiode betragen die EU-Gesamtmittel für Regionalpolitik 347,4 Milliarden Euro, der Anteil Rumäniens liegt bei 5,7 Prozent bzw. ca. 20 Milliarden Euro.

5. Zusammenfassend:

Die Schlüsselherausforderungen

Die rumänische Politik sieht sich aufgrund des Gesagten primär vor folgende Aufgaben gestellt:

- Die Verringerung der Diskrepanzen zwischen Stadt und Land
- Der Abwanderung von Ärzt_innen und Lehrer_innen, vor allem aus ruralen Gebieten entgegenzuwirken und Niederlassungen attraktiver zu machen.

Bedingungen und wirtschaftliche Situation Rumäniens als nicht ausreichend für eine Rückkehr ansahen.

¹⁸ Zwar wurde das LEADER-Programm 2007 – 2013 (aus den ELER-Fonds) von Rumänien nicht umgesetzt, es gab jedoch verschiedene Initiativen, die ähnlich ausgerichtet waren.

¹⁹ „Integrated package of actions to develop the role of women in Romanian society“; vgl. http://www.adapt.it/libra/newsletter/docs/ciuc_lincaru_13_7_12.pdf (abgerufen am 1.6.2013)

- Verbesserung der Anrechnung von im Ausland erworbenen Zertifikaten
- Den Arbeitskräftemangel in manchen Sektoren zu meistern
- Nutzung der Ressourcen, die durch Emigration entstehen: Durch Schaffung von Anreizen zur Investition von „remittances“ und Erspartem innerhalb Rumäniens
- Mehr Koordination der verschiedenen Bereiche, die für Migrant_innen relevant sind

Claus Harringer

Im Text verwendete Quellen

Ciuc, Vasilica/Lincaru, Cristina: „ESTHR-Integrated package of actions to develop the role of women in Romanian society“ unter http://www.adapt.it/libra/newsletter/docs/ciuc_lincaru_13_7_12.pdf (1.6.2013)

European Commission: „Ergebnisse der Verhandlungen über kohäsionspolitische Strategien und Programme im Programmplanungszeitraum 2007-2013“ unter http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/communic/negotiation/country_ro_de.pdf (28.5.2013)

European Commission: „Skills mismatches and labour mobility“ (Europa 2020): http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/themes/27_skills_gaps_and_labour_mobility.pdf (Aktualisierte Fassung abgerufen am 18.6.2013)

European Commission: „Social Impact of Emigration and Rural-Urban Migration in Central and Eastern Europe. Executive Summary Romania April 2012“ unter <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=8835&langId=en> (21.5.2013)

European Commission: „Social Impact of Emigration and Rural-Urban Migration in Central and Eastern Europe (VT/2010/001)“ unter <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=8805&langId=en> (21.5.2013)

European Commission: „Social Impact of Emigration and Rural-Urban Migration in Central and Eastern Europe. Final Country Report Romania April 2012“ unter <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=8834&langId=en> (21.5.2013)

European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions: „Income from work after retirement in the EU“ unter <http://www.eurofound.europa.eu/pubdocs/2012/59/en/2/EF1259EN.pdf> (17.6.2013)

Eurostat: „Employment rates by sex, age and nationality (%)“ unter http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=ifsa_ergan&lang=en (18.6.2013)

Eurostat: „Population and Social Conditions. Statistics in focus 34/2011“ unter http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-SF-11-034/EN/KS-SF-11-034-EN.PDF (17.5.2013)

Präventiver Menschenrechtsschutz

Von der Volksanwaltschaft angeregte Kontrollen führten in mehreren Fällen zur Aufdeckung und Behebung menschenrechtlicher Defizite

Mit 1. Juli 2012 hat der österreichische Gesetzgeber der Volksanwaltschaft das verfassungsgesetzliche Mandat zum Schutz und zur Förderung der Menschenrechte übertragen. Nach einem Jahr zog Terezija Stoisits, bis Ende Juni Vorsitzende der Volksanwaltschaft, hinsichtlich der diesbezüglichen Aktivitäten der Volksanwaltschaft Bilanz. Diese habe „gemeinsam mit ihren Kommissionen und dem Menschenrechtsbeirat (siehe Kasten) einen überaus wertvollen Beitrag für den präventiven Menschenrechtsschutz“ geleistet“, sagte Stoisits.

Seit September 2012 führen die sechs von der Volksanwaltschaft eingesetzten Kommissionen in ganz Österreich Kontrollen durch, um präventiv für die Einhaltung der Menschenrechte zu sorgen. Schwerpunkte

dabei sind Polizeianhaltezentren, Polizeiinspektionen, Alten- und Pflegeheime, psychiatrische Anstalten, Einrichtungen der Jugendwohlfahrt, Justizanstalten sowie die Beobachtung von Abschiebungen. „Die Kommissionen haben bisher rund 400 Kontrollen in Einrichtungen, wo es zu Freiheitsentzug oder Misshandlung kommt oder kommen kann, durchgeführt“, berichtete Stoisits. In mehreren Fällen erkannten die Kommissionen strukturelle, teils gravierende menschenrechtliche Defizite und richteten Anregungen zur Verbesserung der Situation an die Volksanwaltschaft. Einige Maßnahmen zur Behebung der Mängel wurden bereits gesetzt.

Verbesserungen im Justizbereich und bei Polizeieinrichtungen erwirkt

So konnte die Volksanwaltschaft im Justizbereich erreichen, dass Häftlinge, die in Toiletten mit Kameras überwacht werden, auf den Bildern nur mehr schemenhaft erkennbar sind. Das Justizministerium veranlasste, in der Justizanstalt Innsbruck lichtdurchlässige Klebestreifen auf der Kamera anzubringen. In dieser Justizanstalt erwirkte die Volksanwaltschaft, dass Probebehälter für Urintests im Zuge von Drogenkontrollen künftig vor der Harnabgabe beschriftet werden. Damit wird das Verwechslungsrisiko bedeutend

Unterstützungsstruktur zur Wahrung der Menschenrechte

Die Kommissionen der Volksanwaltschaft nehmen gemeinsam mit dieser die neuen Aufgaben zum Schutz und zur Förderung der Menschenrechte als Nationalen Präventionsmechanismus (NPM) wahr. Sie führen bundesweit Kontrollbesuche an Orten der Freiheitsentziehung sowie in Einrichtungen für Menschen mit Behinderungen durch. Sie kontrollieren außerdem die Ausübung unmittelbarer Befehls- und Zwangsgewalt durch die Exekutive. Dazu gehört die Beobachtung von Abschiebungen, Großrazzien, Großveranstaltungen und Versammlungen.

Die sechs nach regionalen Gesichtspunkten eingerichteten Kommissionen sind gemäß internationaler Vorgaben unter Berücksichtigung der Geschlechterparität multiethnisch und multidisziplinär zusammengesetzt. Sie werden von einer auf dem Gebiet der Menschenrechte anerkannten

Persönlichkeit geleitet. Die ExpertInnen der Kommissionen orientieren sich an den von der Volksanwaltschaft vorgegebenen Prüfschwerpunkten und berichten über ihre Besuche und Überprüfungen direkt an die Volksanwaltschaft. Bei Gefahr im Verzug können sie ebenfalls aktiv werden.

Der Menschenrechtsbeirat berät die Mitglieder der Volksanwaltschaft bezüglich der neuen Aufgaben im Menschenrechtsbereich, konkret bei der Festlegung genereller Prüfschwerpunkte sowie vor der Erstattung von Missstandsfeststellungen und Empfehlungen. Der bzw. die Vorsitzende des Beirates ist dabei an keine Weisungen gebunden und muss über spezifische Fachkenntnisse auf dem Gebiet der Menschenrechte verfügen. Die Mitglieder und Ersatzmitglieder des Beirates werden paritätisch von NGOs und Ministerien vorgeschlagen; auch die Bundesländer sind in diesem Gremium vertreten. Der bzw. die Vorsitzende sowie alle Mitglieder und Ersatzmitglieder des Beirates werden von der Volksanwaltschaft bestellt.

vermindert. In der Justizanstalt Sonnberg konnte die Volksanwaltschaft eine deutliche Verbesserung der Zustände der Besuchsräumlichkeiten herbeiführen. Außerdem ist die Errichtung eigener Räumlichkeiten für Langzeitbesuche in Planung.

Aufgrund der Kritik der Kommissionen setzte das Innenministerium Maßnahmen, um Mängel in Polizeianhaltzentren zu beheben. So wurde im Polizeianhaltzentrum in Bludenz ein Sichtschutz für die Toiletten in den Zellen montiert. Im Polizeianhaltzentrum in Salzburg wurde die Überwachungszelle mit Infrarotkameras ausgestattet, sodass in der Nacht keine künstliche Beleuchtung mehr erforderlich ist. In der Polizeiinspektion Vösendorf wurde der feuchte und teilweise schimmelige Keller, in dem sich auch Zellen befinden, trockengelegt und ausgemalt. Andere Hafträume, die erhebliche Mängel aufwiesen, wurden außer Betrieb genommen. So etwa in Schwachat, wo die zuständige Kommission Gegenstände wie Glasspiegel, Metallhaken etc. gefunden hat, die zur Selbst- oder Fremderletzung verwendet werden könnten.

Weitere Maßnahmen erforderlich

Die Volksanwaltschaft verweist darauf, dass bislang keine menschenrechtsbezogenen Handlungsanleitungen für die alltägliche Betreuungsarbeit in sozialen Einrichtungen existieren. Und dies, obwohl gerade auch verdeckte Formen der Gewalt aufgrund der in Institutionen vorzufindenden Strukturen Eingriffe in Menschenrechte begünstigen können. Die Volksan-

waltschaft hat dies etwa in Bezug auf die Verwendung von Netzbetten in psychiatrischen Einrichtungen und Alten- und Pflegeheimen erkannt. Sie betont, dass gezielte Interventionen und verbesserte Arbeitsbedingungen erforderlich sind, um unrechtmäßige Freiheitsbeschränkungen, Isolation, nicht adäquate medizinische oder medikamentöse Versorgung, fehlende Aktivierung, Mangelernährung etc. zu vermeiden. Besondere Achtsamkeit ist bei teils prekären Lebens- und Aufenthaltsbedingungen von Kindern und Jugendlichen sowie Menschen mit Behinderungen geboten. Hilfebedürftigkeit, die mit Alter, Behinderungen und Pflegebedürftigkeit einhergehen kann, dürfe auch bei steigendem Betreuungsbedarf nicht dazu führen, dass Menschenrechte missachtet werden.

Der Menschenrechtsbeirat führte bisher neun Sitzungen mit der Volksanwaltschaft durch. Er erstellte einen Katalog von Prüfschwerpunkten für die Kontrollbesuche und beriet die Volksanwaltschaft in rechtlichen Belangen. So stellte er fest, dass den Kommissionen im Sinne des Menschenrechtsschutzes umfassender Zugang zu medizinischen Daten von Häftlingen in Polizeianhaltzentren zu gewähren ist. Damit kann die Volksanwaltschaft überprüfen, ob medizinische Behandlungen an Orten der Freiheitsentziehung angemessen sind und zu keiner Erniedrigung oder unzulässigen Freiheitsbeschränkung, etwa in Form einer medikamentösen „Ruhigstellung“, führen.

Quelle: Volksanwaltschaft, 26.06.2013

Datenbank Sozialer Unternehmen

Soziale Unternehmen haben den Anspruch, wirtschaftlich zu sein und bemühen sich gleichzeitig, ihren sozialen Integrationsauftrag durch qualitätsvolle und existenzsichernde Beschäftigung sowie durch Beratung und Bildung zu erfüllen. Darüber hinaus agieren Soziale Unternehmen in einem regionalen Kontext und interagieren mit diesen Regionen, Gemeinden und den Menschen, die dort leben und arbeiten. Social Profit und Social Impact zu generieren, reinvestiert im Sinne der skizzierten Unternehmensziele und des Gemeinwohls, ist für Soziale Unternehmen eine Möglichkeit, bestehende "vicious circles" des Marktes in seiner jetzigen Form zu durchbrechen und "virtuous circles" zu etablieren – positive Kreisläufe in

einem sozial und ökologisch nachhaltigen Wirtschaftsleben, das Männern und Frauen gleichermaßen Verwirklichungs- und Teilhabechancen am Erwerbsarbeitsmarkt ermöglicht.

Trotz dieser Bedeutung gab es bis jetzt keine öffentlich zugängliche Plattform, die Interessierten einen Überblick über Soziale Unternehmen in Österreich und ihr Leistungsspektrum ermöglicht hätte. Mit der von bdv austria eingerichteten Datenbank Sozialer Unternehmen wurde diese Lücke nun geschlossen. Die Datenbank unterstützt somit bei der Suche nach Dienstleistungen und Produkten, die von Sozialen Unternehmen angeboten werden.

www.bdv.at

Mythen des Sparens

Unter Mythen werden „symbolisch aufgeladene Erzählungen mit zweifelhafter realer Grundlage“ verstanden. Zeitgenössische Mythen geben sich Roland Barthes zufolge den Anstrich von Unschuld und Natürlichkeit und lenken dadurch die Aufmerksamkeit von den sozialen und historischen Ursachen und Bedingungen ihres Gegenstands ab. Sie appellieren gern an den gesunden Menschenverstand und lassen Phänomene unabänderlich und selbstverständlich erscheinen, die es gar nicht sind. Sie lassen die spezifischen Interessen hinter einer Aussage verschwinden. Sie befördern Passivität, denn Sprache wirkt in Mythen nicht als Kommunikation, sondern eher als Einschüchterung.

Der vorliegende Sammelband ist Teil einer Buchreihe des BEIGEWUM (Beirat für gesellschafts-, wirtschafts- und umweltpolitische Alternativen), die wirtschaftspolitische Mythen hinterfragt, beginnend mit dem Thema „Mythos Nulldefizit“ im Jahr 2000. Damals machte sich die neu gewählte Regierung in Österreich gerade auf, die Orientierung an Sozialstaatlichkeit durch das Ziel eines Nulldefizits zu ersetzen. Die Sparwut von damals hat sich aber seither nicht verflüchtigt. Mit dem 2005 herausgegebenen Band „Mythen der Ökonomie“ wurde die in der europäischen Wirtschaftspolitik dominierende Sachzwanglogik hinterfragt. Die Finanz- und Wirtschaftskrise war Anlass für die Publikation „Mythen der Krise“ (2010), worin „falsche Lehren aus dem großen Crash“ auf den Prüfstand gestellt wurden. Im Buch „imagine economy“ (2012) geht es um die Rolle, die sprachliche Wendungen, wie etwa „schlanker Staat“ oder „Steuerlawine“, gerade auch in der gegenwärtigen Krisenpolitik spielen.

Mit dem vorliegenden Band sollen nun Mythen rund ums Sparen, um Schulden und rund um die Euro-Zone widerlegt und dekonstruiert werden. Zu Beginn eines Kapitels wird der jeweilige Mythos beschrieben und im Folgenden hinterfragt. Am Ende der einzelnen Kapitel wird weiterführende Literatur angegeben.

Die vorgestellten Mythen gliedern sich in drei Teile: Der erste Teil beschäftigt sich mit Mythen rund um Schulden: Sind Schulden gut oder böse, sind Zinsen etwa ein Übel und bremsen Schuldenbremsen wirklich Schulden? Das sind einige der Fragen und Themenbereiche, die dort behandelt werden. Der zweite Teil handelt von Mythen rund ums Sparen und fragt, ob Sparmaßnahmen und Sparzwänge alle gleich treffen und ob wir tatsächlich alle über unsere Verhältnis-

se gelebt haben. Der dritte Teil schließlich versucht Mythen auf EU-Ebene zu widersprechen und behandelt dabei Themen wie die voranschreitende Entdemokratisierung Europas, die Aushöhlung der Wohlfahrtsstaaten durch die vorherrschende EU-Politik oder die Idee eines Ausscheidens Griechenlands aus der Eurozone. Am Schluss werden mögliche Szenarien für die weitere Entwicklung der EU bzw. der Eurozone diskutiert und Alternativen zur aus Sicht des Autorenkollektivs verfehlten neoliberalen Spar- und Wettbewerbspolitik aufgezeigt. Die wichtigsten Begriffe werden im Glossar erklärt.

Das Buch ist aus einem Arbeitskreis des BEIGEWUM entstanden, in dem die Einzelbeiträge diskutiert und gemeinsam weiterentwickelt wurden. Ziel des Buches ist es, eine breitere wirtschaftliche Bildung zu fördern, die sich gegen vermeintliches ExpertInnenwissen behaupten kann. Dies soll u.a. durch eine möglichst verständliche Sprache erreicht werden.

*BEIGEWUM (Hg.): Mythen des Sparens
Antizyklische Alternativen zur Schuldenbremse
VSA Verlag, Hamburg 2013
144 Seiten, EUR 11,80*

Personalmanagement in der Altenbetreuung

Personalmangel ist eine der zentralen Herausforderungen, denen sich Einrichtungen der Altenbetreuung derzeit gegenübersehen. Braucht es ein besseres Image der Berufe in der Altenpflege oder ein professionelleres Auftreten der Einrichtungen auf dem Arbeitsmarkt? Können ein effizienterer Einsatz der vorhandenen Personalressourcen oder eine vorausschauende und strukturierte Personalentwicklung Abhilfe schaffen?

Der Band greift wesentliche Aufgabenbereiche des Personalmanagements in Einrichtungen der Altenbetreuung und -pflege auf. ExpertInnen erörtern theoretische Hintergründe und zeitgemäße Lösungsansätze zu folgenden Themen: Personalmarketing, Personalsuche und -auswahl, Personalentwicklung und Personalmanagement für freiwillige Mitarbeiterinnen sowie Mitarbeiterbindung. Das Buch richtet sich insbesondere an Führungskräfte, die wissenschaftlich fundierte Antworten auf diese drängenden Personalfragen in der Altenbetreuung finden wollen.

*Brigitta Nöbauer (Hg.):
Personalmanagement in der Altenbetreuung
Mitarbeiter gewinnen und entwickeln
Wagner Verlag, Linz 2013*

Orient und Okzident – Konkurrenz der Kulturen?

Edward Said entfachte mit seinen Thesen über einen verzerrten Blick des Westens gegenüber der arabischen Welt heftige wissenschaftliche Kontroversen und öffentliche Debatten, die bis heute andauern. Bei der Tutzingener Sommerakademie wird der vermeintliche „Kampf der Kulturen“ kritisch hinterfragt. Ausgangspunkt ist die Frage, ob es sich zwischen Orient und Okzident um eine unüberwindbare Konkurrenz der Kulturen handelt oder ob diese nicht als Ergebnis von Unwissenheit und einem fehlenden Verständnis füreinander zu werten ist.

Termin: 13. September 2013, 15.00 Uhr – 15. September 2013, 13.00 Uhr
Ort: Akademie für Politische Bildung, Buchensee 1, D 82323 Tutzing (Bayern)
Kontakt: A.Opitz@apb-tutzing.de

Psychische Belastungen am Arbeitsplatz

Das Thema „Psychische Belastungen am Arbeitsplatz“ ist zwar in aller Munde, wie im betrieblichen Alltag konkret damit umgegangen werden kann, ist für viele AkteurInnen jedoch unklar. Praxistaugliche Handlungsansätze hierfür stehen im Mittelpunkt des Symposiums „Alles Psyche – oder was?“

Termin: 16. September 2013, 9.30 – 17.00 Uhr
Ort: Philharmonie Essen, Huyssenallee 53, D 45128 Essen
Anmeldung: www.reviera.de/psyche

Politisch gestalten durch Bildung und Dialog

Im Rahmen der „Landschaft des Wissens“ veranstaltet der Universitäts.club/Wissenschaftsverein Kärnten in Kooperation mit der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt ein Symposium für Menschen aus Wissenschaft, Politik, Wirtschaft und Kultur, die in ihrer Organisation „Verantwortung wahrnehmen oder sich aktiv gesellschaftspolitisch einbringen möchten“. Es referieren u.a. der Philosoph Fritjof Capra, der Soziologe Oscar Negt, der Volkswirt und Entwicklungsstrategie Heiner Flassbeck und der ehemalige Generalsekretär des Club of Rome, Uwe Möller.

Termin: 16. bis 19. September 2013
Ort: Altes Casino, Hotel Villa Bulfon, Velden am Wörthersee
Information: uniclub-ldw@aau.at, <http://uniclub.aau.at/ldw-2013>

Kooperationen für das lebensbegleitende Lernen

Kooperationen und Vernetzungen gelten als Ansatzpunkte zur Öffnung des Bildungswesens. Was bringen Kooperationen nun wirklich? Wann und für wen lohnen sie sich? Können dadurch tatsächlich mehr Menschen erreicht werden als durch einzeln agierende Organisationen? Was sind Erfolgskriterien für gelingende Kooperationen? Diese und andere Fragen werden in dem Workshop sowohl unter theoretischen Gesichtspunkten als auch in Hinblick auf die praktische Umsetzung diskutiert.

Termin: 18. September 2013, 14.00 Uhr – 20. September 2013, 12.30 Uhr
Ort: bifeb, Bürglstein 1-7, 5360 St. Wolfgang
Information, Anmeldung: www.bifeb.at/index.php?id=741

Arabische Revolutionen im Fokus

Beim 32. Deutschen Orientalistentag werden sich mehrere hundert WissenschaftlerInnen aus aller Welt mit den aktuellen Entwicklungen in Nordafrika und im Nahen Osten befassen. Themen sind etwa die Revolutionen und der Transformationsprozess in der arabischen Welt, islamische Umweltbewegungen oder die europäische Mittelmeerpolitik nach dem Arabischen Frühling.

Termin und Ort: 23. – 27. September 2013; Universität Münster (D)
Information, Anmeldung: www.dot2013.de

Chancen und Risiken der demografischen Entwicklung für die Berufsbildung

Im Zentrum der Fachtagung stehen die Chancen und Risiken, welche die Demografie für die Ausbildung und Beschäftigung in Berufen und Regionen birgt. Die Auseinandersetzung mit der Thematik erfolgt zunächst allgemein unter Berücksichtigung relevanter Determinanten wie der Wirtschafts- und Branchenstrukturen. Spezifische Workshops werden zu den Schwerpunkten Berufsbildungssystem und Ausbildungsmarkt, Regionale Arbeitsmärkte und Berufe, Regionale Projektionen sowie Berufs-, Bildungs- und Erwerbsverläufe angeboten.

Termin: 26. – 27. September 2013
Ort: Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB), Robert-Schumann-Platz 3, D 53175 Bonn
Information, Anmeldung: www.iab.de/de/veranstaltungen

Was wird aus Europa?

Wie sieht Europas zukünftige Position aus? Bildet sich ein neues „Konzert der Mächte“ – oder hat sich dieses bereits etabliert? Wird sich angesichts der globalen Wirtschaftskrise die Erkenntnis durchsetzen, dass Abhängigkeit voneinander und friedlicher Austausch besser sind als der Aufbau wirtschaftlichen Imperien, die sich gegenseitig bekämpfen? Der Beantwortung dieser und weiterer Fragen werden sich 19 WissenschaftlerInnen aus aller Welt in der Herrenhäuser Konferenz zum Thema „Europe in a Non-European World“ widmen.

Termin: 29. September – 1. Oktober 2013
Ort: Auditorium, Tagungszentrum Schloss Herrenhausen, Hannover (D)
Anmeldung: europe@volkswagenstiftung.de
Information: www.volkswagenstiftung.de/veranstaltungen

Interdisziplinäre Zusammenarbeit bei Trennung und Scheidung im Sinne des Kindes

Bei der Fachtagung „Vom Konflikt zur Kooperation“ werden folgende Fragen diskutiert: Welcher Dynamik sind Scheidungsfamilien ausgesetzt? Was brauchen Eltern, um aus Machtkonflikten aussteigen und ein kooperatives Verhalten entwickeln zu können? Wie können verschiedene Hilfs-, Beratungs- und Therapieangebote kooperieren und Scheidungsfamilien auf einem konstruktiven Reorganisationsprozess begleiten?

Termin: 30. September, 10.00 – 18.30 Uhr
Ort: FH Oberösterreich, Campus Linz, Garnisonsstraße 21
Anmeldung: sozialarbeit@fh-linz.at; Tel. 050804 52200

Vom Leiden zum Handeln, vom Reden zum Tun

Die Fachtagung Mediation 2013 beschäftigt sich mit verschiedenen Konfliktpotenzialen gesellschaftlicher Randgruppen. Die eintägige Veranstaltung bietet dazu eine Kombination aus Theorieinputs und Workshops.

Termin: 4. Oktober 2013, ab 9.00 Uhr
Ort: JKU Linz, Altenbergerstraße 69
Information: www.oebm.at, www.mediation-und-konfliktmanagement.eu

Linzer Forum 2013

Effizienz – Effektivität – Performance: Was bedeuten diese Schlagworte für das Gesundheitssystem, für PatientInnen und für Anbieter von Gesundheitsdiensten? Wie kann man messen, ob Outcome und Performance gut sind? Ist denn überhaupt noch „Luft im System“? Über diese Fragen wird beim Linzer Forum 2013 gemeinsam mit ExpertInnen aus dem In- und Ausland diskutiert.

Termin: 23. Oktober 2013, 9.00 – 16.30 Uhr
Ort: Medizinisches Ausbildungszentrum, AKH Linz, Paula-Scherleitner-Weg 3
Information, Anmeldung: www.jku.at/konferenzen/linzerforum2013

kontraste

Presse- und Informationsdienst für Sozialpolitik

Erscheinungsort Linz, P.b.b. Verlagspostamt Linz.

Wenn unzustellbar, zurück an die Redaktion KONTRASTE:

Johannes Kepler Universität Linz, Institut für Gesellschafts- und Sozialpolitik, Altenbergerstr. 69, 4040 Linz

Herausgeber, Medieninhaber, Verleger:

Sozialwissenschaftliche Vereinigung, mit Unterstützung der Johannes Kepler Universität Linz (JKU), Institut für Gesellschafts- und Sozialpolitik

Erscheinungsweise:

8 Ausgaben pro Jahr

Redaktionsadresse:

kontraste: JKU Linz, Institut für Gesellschafts- und Sozialpolitik, Altenbergerstr. 69, 4040 Linz

Tel. 0732 2468 7168

Mail: hansjoerg.seckauer@jku.at

Web: <http://www.gespol.jku.at/> Menüpunkt Kontraste

Aboservice, Sekretariat: Carmen Schacherreiter, Tel. 0732 2468 7161

Fax DW 7172 Mail: carmen.schacherreiter@jku.at

Redaktionsteam:

Mag. Hansjörg Seckauer, Dr. Christine

Stelzer-Orthofer, Dr. Bettina Leibetseder,

Dr. Susanna Rothmayer, Dr. Angela

Wegscheider

Wir freuen uns über zugesandte Manuskripte, die Redaktion behält sich jedoch das Recht auf Kürzung und Entscheidung über die Veröffentlichung vor. Redaktionsschluss ist jeweils der 20. des Vormonats. Namentlich gekennzeichnete Beiträge können, müssen aber nicht die Meinung der Redaktion wiedergeben.

Wissenschaftliche Beratung:

Univ. Prof. Dr. Josef Weidenholzer, MEP

Em. Univ. Prof. Dr. Irene Dyk-Ploss

a.Univ. Prof. Dr. Evelyn Schuster

Dr. Brigitte Kepplinger

Lektorat; Satz:

Mag. Hansjörg Seckauer

Grafisches Konzept:

Mag. Gerti Plöchl

Kontraste finanzieren sich fast ausschließlich aus Abonnements und Mitgliedsbeiträgen: Jahresabo EUR 65,40; Halbjahresabo EUR 32,70; StudentInnen, Arbeitslose und PensionistInnen EUR 36,30; Einzelheft EUR 6,70; Referierte Ausgabe EUR 18,70
Alle Preise inklusive Versand.
Gratis Probeabo für drei Monate
Kündigung bis einen Monat vor Ablauf möglich.

Bankverbindung:

Sparkasse OÖ, BLZ 20320, Kontonr. 7500-002453

BIC: ASPKAT2LXXX, IBAN: AT972032007500002453

