

# GUT GEMEINT REICHT NICHT MEHR

**Floh** Warum der bürgerliche Klimaaktivismus vom aktivistischen Teil der Konsumbewegung, beispielsweise in Form eines „Carrot Mobs“ noch lange nicht zum Klimaschutz beiträgt, sondern die Durchsetzbarkeit von klimazerstörerischen Strukturen diskursiv stärkt.

Das Klima wird heiß. Das erste Halbjahr 2010 war mal wieder das heißeste aller Zeiten. Naja, zumindest seit der Wetteraufzeichnung. Zum Glück gibt es nun Menschen, die etwas dagegen unternehmen. So wird zum Beispiel Vattenfall aktiv mit der Kampagne: „Making Electricity Clean“ und tritt für saubere Energie ein, die Fraport setzt sich für den lokalen Umwelt- und Biodiversitätsschutz ein und ganz an der Spitze steht natürlich BP, das sich in Beyond Petroleum umbenannt und sich für eine Energieversorgung ohne Erdöl einsetzt, also gewissermaßen das Erdöl hinter sich lassen will. Natürlich ist es schwer das Vertrauen der BürgerInnen für solche Umweltschutzabsichten zu gewinnen, sind doch Vorurteile allgegenwärtig, dass es

den Konzernen nur um das eigene Geld ginge. Längst hat sich das verändert und die Konzerne ihre globale Verantwortung erkannt. Schade ist, dass das bei den Leuten noch nicht angekommen ist. Denn so müssen die Konzerne viel Geld für Kampagnen ausgeben die das benötigte Vertrauen der BürgerInnen gewinnen sollen. Und es bleibt weniger Geld für den Klimaschutz selbst übrig. Besserung schaffen wollen nun umweltbewegte AktivistInnen. Um das Vertrauen in das Engagement von Konzernen zu stärken, inszenieren sie, unter dem Namen Carrot Mob, einen Wettbewerb darum, welches Unternehmen das umweltfreundlichste sei, oder genauer welches verspricht am meisten Geld in Umweltschutzmaßnahmen zu stecken. Dieses Unternehmen wird dann „belohnt“ durch massenhaftes, kollektives Einkaufen des Carrot Mobs. In der aktuellen Mobilisierung, an der sich unter anderem Greenpeace beteiligt, geht es darum, welcher Supermarkt am meisten Prozent des Einkommens in

ökologische Kühlanlagen steckt. Auch wenn, zugegebener Maßen, der ökologische Effekt daraus nicht bahnbrechend ist um das Klimachaos zu verhindern, ist es ein wichtiges Zeichen, welches da-



**Konsumieren als Event - für die gute Sache**

durch ausgesendet wird: „Wir sitzen doch alle im gleichen Boot. Deshalb müssen, und werden, wir als VerbraucherInnen gemeinsam mit den Unternehmen für eine ökologische Produktion kämpfen.“ Stopp! Genug Realsatire. Natürlich lässt sich der Klimawandel nicht verhindern, indem mensch den Bock zum Gärtner macht, also den Kapitalismus und seine AkteurInnen zu potentiellen KlimaschützerInnen. Auf diese Idee können wohl auch nur Kapitalismus-Analyseferne Schichten wie das deutsche Bildungsbürgertum, und die daraus entspringende Konsum-Bewegung der Lohas („Lifestyle of Health and Sustainability“) kommen. Na-

türlich in Zusammenarbeit mit Greenpeace für die Verbrauchermacht schon die emanzipatorischere Schiene der propagierten Lösungsansätze darstellt, wo sie ansonsten auch schonmal von einer ökologischen Weltführerschaft träumen: „Politicians talk, Leaders act.“

Wo es schon in der Theorie einleuchtend erscheint, dass ein auf Wertverwertung und Konkurrenz basierendes, globalisiertes Wirtschaftssystem durch seine inneren

Logiken, selbst bei bestem Willen (den ich allerdings nicht unterstellen will) gar nicht anders kann, als die letzten Umweltressourcen in immer schneller werdendem Tempo auszu-beuten, beweist dies die Realität jeden Tag aufs neue. So werden trotz weltweiter Besorgnis die letzten Regenwälder gerodet, trotz Widerstand die genmanipulierte Ver-seuchung in Kauf genommen, oder bewusst gewollt. Und trotz des Wissens um den suizidalen Effekt, wird die Ver-

brennung von fossilen Ener-gien erhöht. Dass, im bürger-

lichen Diskurs, das alles auf den angeblich egoistischen Charakter der Menschen, bzw. gleich „der menschlichen Natur“ zurückgeführt wird, ist die Spitze des Eisberges – welcher leider nur außerhalb dieses Vergleiches am schmelzen ist.

Zwar ist es in der Theorie möglich, die (umwelt-) zerstörerischen Aus-wirkungen der kapitalistischen Logik durch staat-

Sa, 13. Juni 2009  
**CARROTMOB BERLIN** 16 - 19 Uhr  
 Noch 03 Tage, 18 Stunden, 58 Minuten, 29 Sekunden.

Alle reden von der Macht der Verbraucher - wir machen ernst!  
 JEDE/R ZAHLT! MACH MIT!!  
 Wir drehen das Prinzip des Boykotts um und belohnen Geschäfte, die bereit sind, etwas positiv zu verändern.

Die Aktion: Sa, 13. Juni um 16 Uhr ernern hunderte von Menschen einen Laden in Berlin-Kreuzberg.  
 SPÄTVERKAUF MULTIKULTI (WIENER STRASSE 40)

Das Ziel: Einkäufe erledigen und den Laden CO2 neutral machen.  
 MIT 55% DES UMSATZES!!

**Hier wird ernst gemacht - beim reinfallen auf bürgerliche Lösungskonzepte**