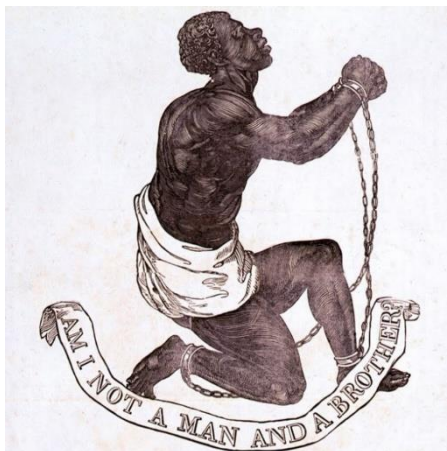


Dr. Benjamin Möckel
Universität zu Köln
bmoeckel@uni-koeln.de

Von der Anti-Sklaverei-Bewegung zum Fairen Handel: Konsum, Moral und politischer Protest seit dem 18. Jahrhundert



Forschungskontext

- Habilitationsprojekt: „**Die Erfindung des moralischen Konsumenten. Konsum, Moral und politischer Protest seit den 1950er Jahren**“

- **Drei Teilbereiche:**

Konsumboykotte in der Menschenrechtsbewegung

Geschichte des Fairen Handels

Konsumverzicht und ökologischer Konsum

Leitfrage: Warum erscheint es uns heute als so plausibel und naheliegend, unsere politischen und moralischen Anschauung über das Mittel des Konsums auszudrücken?

Der Vortrag: zeitliche Perspektiverweiterung

Die lange Geschichte des „moralischen Konsums“

Antike, Mittelalter (gerechter Preis, Luxuskritik, Verschwendungskritik etc.)

Mein Ausgangspunkt: 18. Jahrhundert:

- Drei Kontexte:

Industrialisierung

Kapitalismus

Consumer Revolution

Folge: breiterer Zugang zu Konsumprodukten und größere gesellschaftliche Bedeutung von Konsum

Systematischer Zugang: Moral Economy

E.P. Thompson: The Moral Economy of the English Crowd in the 18th Century.

Von der „moral economy“ zur „market economy“ ?

In derselben Zeit, in der sich die Deutung der Ökonomie als wertfreier Sphäre durchsetzt, entstehen die ersten Konsumkampagnen, die Konsum als Mittel des moralischen Protestes nutzen.

Struktur des Vortrags

- **Drei Zeitschichten:**
Konsumkampagnen seit dem 18. Jahrhundert
Sittlichkeitsdiskurse im 19. Jahrhundert
Einhegung des Konsums im 20. Jahrhundert
- **Vier systematische Argumente:**
Emanzipation und Erziehung des Konsumenten
Die Anonymisierung von Marktbeziehungen
Moral und soziale Distinktion
Die Grenzen der Konsummoral
- **Was sagt uns das für die Gegenwart?**

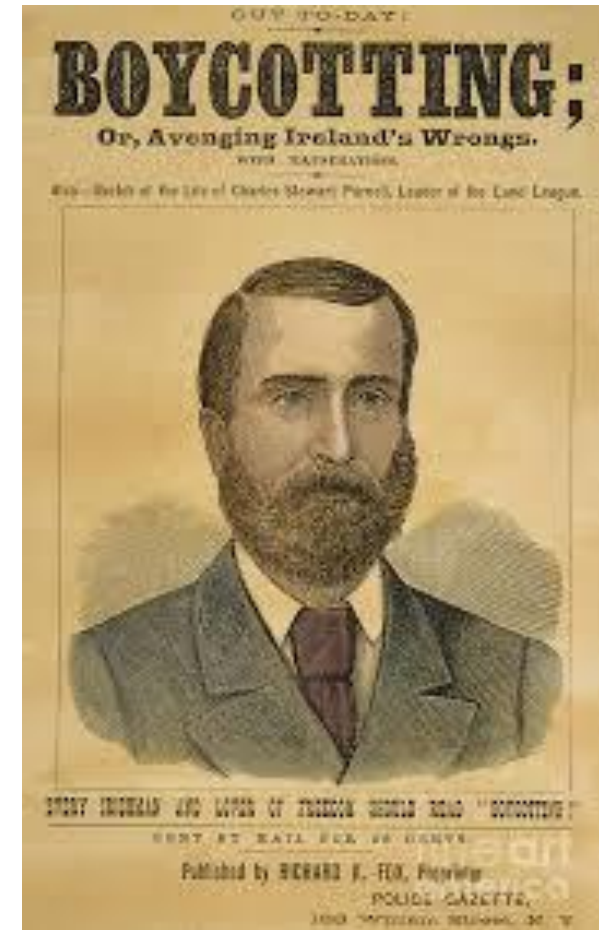
Konsumkampagnen im 18. Jahrhundert

Konsum als Mittel des politischen Protests

Anti-Sklaverei-Bewegung

Aber auch: Anti-koloniale
Konsumkampagnen: Irland,
Nordamerika, Indien

Später : Kampagnen gegen Unternehmen:
Cadbury



Anti-Sklaverei-Bewegung

Ab 1750: John Woolman: persönliche Abstinenz

Ab 1790er Jahren: öffentliche Boykottkampagnen

Argumentationsmuster:

Ökonomisches Narrativ: die Konsumenten sind die wahren Sklavenhalter

Sinnliches Narrativ: Die Produkte selbst sind von der Sklaverei kontaminiert



EVI HARTMANN

WIE VIELE
SKLAVEN
HALTEN
SIE?

ÜBER GLOBALISIERUNG
UND MORAL

campus

Anti-Sklaverei-Bewegung

Ab 1750: John Woolman: persönliche Abstinenz

Ab 1790er Jahren: öffentliche Boykottkampagnen

Argumentationsmuster:

Ökonomisches Narrativ: die Konsumenten sind die wahren Sklavenhalter

Sinnliches Narrativ: Die Produkte selbst sind von der Sklaverei kontaminiert



James Gillray, Barbarities in the West Indias (1791)

Sittlichkeitsdiskurse des 19. Jahrhunderts

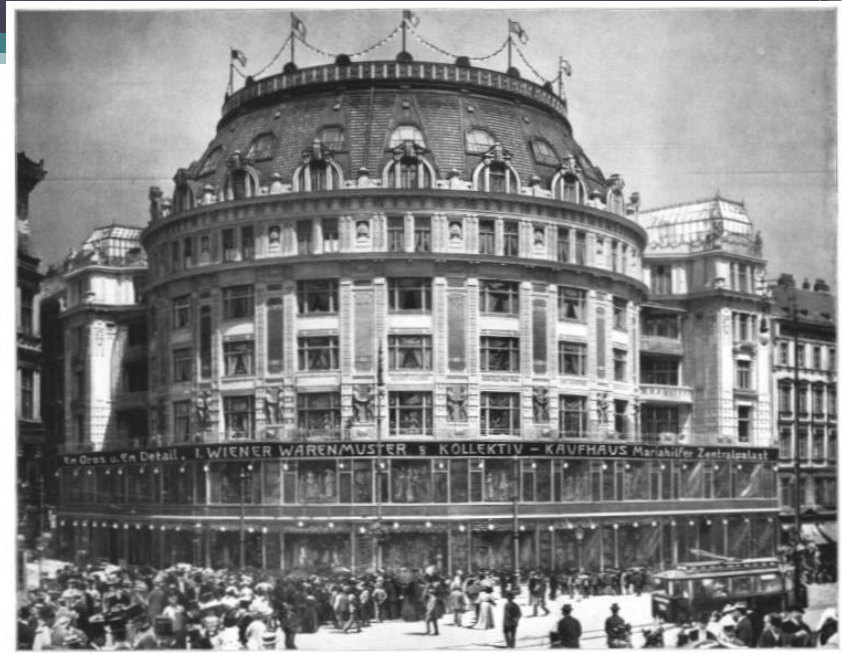
Keine politischen Kampagnen, sondern Moralisierung des individuellen Konsumverhaltens

Ausgangspunkt: Konsum als Gefahr der sozialen Normen (soziale Stellung, Geschlechterrollen, nationale Zugehörigkeit)

- Alkohol und die Abstinenzbewegung
- Geschlechterdiskurse des Konsums
- Nationalistische und koloniale Diskurse

Das Warenhaus

Ab Mitte des 19. Jahrhunderts:
transnationaler Diskurs



DER MARIAHILFER ZENTRALPALAST, WIEN, VII, MARIAHILFERSTRASSE 120.

Ökonomische Interpretation: Das Warenhaus als Vernichter
von Mittelstand und Einzelhandel

Moralische Interpretation: Das Warenhaus als Gefahr für die
sozialen Normen, insbesondere der Gender-Normen

Medizinische Diskurse: Kleptomanie, Agoraphobie, Oniomanie

Zentraler Topos: Die Frau in der Öffentlichkeit

Einhegung des Konsums

Quer zu den beiden dargestellten Diskursen: die politischen und gesellschaftliche Einhegung des Konsums:

Regulierungen (Produktqualität, Gesundheitsschutz etc.)

Verbraucherschutz (Organisationen, Tests, Verbraucherzeitschriften)

Ausgangspunkt: USA der Progressive Era, Durchsetzung in Europa nach 1945

So what? (1)

Was lässt sich aus diesen Beispielen nun an systematischen Perspektiven ableiten, die auch für die Gegenwart Relevanz besitzen?

These I:

Die Moralisierung des Konsums geht nicht in einer reinen Geschichte der Konsumentenemanzipation auf.

These II:

Die Popularität moralischer Konsumpraktiken ist ein Resultat der Anonymisierung globaler Marktbeziehungen.

LECKER · FAIR · BIO

ETHIQUABLE

NOIR

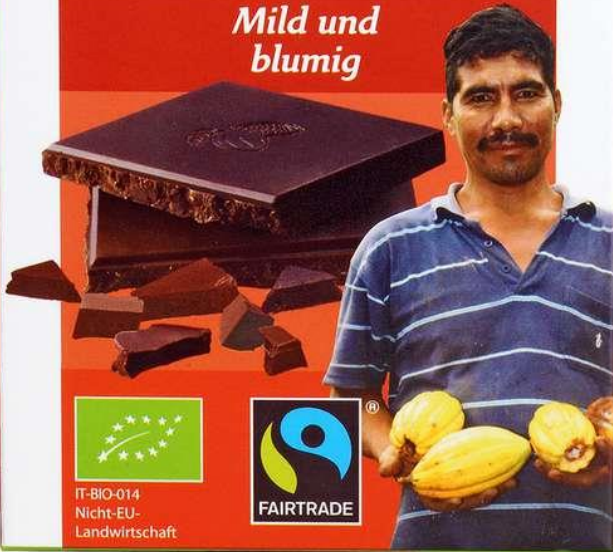
70%

PERU

KAKAO GRAND CRU PIURA

Bitter-Schokolade

*Mild und
blumig*



IT-BIO-014
Nicht-EU-
Landwirtschaft



These III:

**Moralischer Konsum war in historischer
Perspektive meist eine Praxis der sozialen
Distinktion**

These IV:

**Der Moralisierung des Konsums sind enge Grenzen gesetzt;
aber moralische Konsumpraktiken haben oft eine expansive Dynamik.**

Vielen Dank!

Benjamin Möckel

Universität zu Köln

bmoeckel@uni-koeln.de