

Primärtrack: #8 Bildung
Alternativtrack: #6 Ökonomie

Die Audioguided Shoppingtour der AK – Steiermark

In den Jahren 2012 und 2013 wurde in der Steiermark im Auftrag der Arbeiterkammer Steiermark im Rahmen des Projektes Arbeitswelt und Schule ein Workshop mit dem Titel „Audioguided Shoppingtour“ entwickelt. Das Vorbild war die Wiener Tour, die aber nicht einfach nur kopiert wurde, sondern auf deren Inspiration ein stark veränderter Workshop entstand.

Für Jugendliche ist Shopping nicht nur der Erwerb von Waren. Zumindest nicht in dem Sinn, dass ein physisches Bedürfnis dadurch befriedigt werden soll. Der Lebensstil wird durch Vorabendserien und Werbung tief verankert. Ganze Industrien befassen sich mit der Frage, wie Jugendliche optimal zu KonsumentInnen erzogen werden können. Der Lifestyle Aspekt wird nach vorne gekehrt, die Produktionszusammenhänge und die Verwertungsabsicht in den Hintergrund gerückt, oder überhaupt verschleiert.

Die Konsumreligion predigt eine Welt, in der alle Probleme durch Geld-Transaktionen gelöst werden können. Die Geschäfte des Einzelhandels oder ihre Konglomerate in Form von Shopping-Centern oder Einkaufsmeilen sind ihre Kapellen, Kirchen und Kathedralen.

Der Konsumismus erreicht die Jugendlichen nicht in einer abstrakt-feindlichen Lernumgebung wie der Schule, sondern lustvoll mit humorvollen Slogans, Jingles, Spots. Mit Lockangeboten und verlockenden Versprechen. In der Schule kann diese Verknüpfung daher schwer aufgelöst werden, wenn überhaupt, dann in einer spannenderen Lernatmosphäre, im Workshop oder überhaupt vor Ort.

Bei der Audioguided Shoppingtour der AK Steiermark wird daher die Klasse zunächst in den Räumlichkeiten der AK in Graz auf den Vormittag vorbereitet (wozu auch die Anlaufstelle des AK-KonsumentInnenschutzes zählt). Die Funktion der Mp3-Player wird erklärt, und die Klasse in Kleingruppen aufgeteilt. Dann werden die SchülerInnen mit ihren MP3-Playern in die Herrengasse entlassen, wo sie vier Stationen behandeln sollen: Ein Supermarkt, ein Kleidergeschäft, ein Drogerie-Markt und ein Geschäft des „Alternativen Handels“ soll besucht werden. Welches Geschäft dieser Kategorie bleibt den SchülerInnen überlassen.

Die Mp3s sind so konzipiert, dass sie nicht auf ein bestimmtes Geschäft einer Kategorie zutreffen, sondern bestimmte Aspekte des Point-of-Sale-Marketing und Management aufgreift. Es werden Konzepte vorgestellt, die die TeilnehmerInnen dann selbst und vor Ort überprüfen sollen. Es kann durchaus vorkommen, dass ein Marketing-Konzept von dem der Player erzählt in dem speziellen Geschäft nicht angewandt wird, deswegen bleibt es den SchülerInnen überlassen, nicht zu glauben, sondern kritisch zu vergleichen.

Nach der eigentlichen Tour wird der Workshop in den Räumlichkeiten der AK zusammengeführt. Gemeinsam mit den TrainerInnen werden die interessantesten, umwerfensten, ärgerlichsten oder tollsten Erkenntnisse der Tour verglichen und möglicherweise ergänzt. Sofern es dabei eine Quint-Essenz gibt, lautet diese: Die Shoppingwelt entsteht nicht zufällig. Sie wird mit dem Ziel „inszeniert“, Menschen zum Ausgeben von Geld zu verlocken. Durch die Behandlung des Themas „Alternativer Konsum“ soll dessen Position in der Konsumwelt einerseits verortet werden, andererseits wird über den

Aspekt der „fairen Produktionsbedingungen“ das Thema der Produktionsbedingungen in den Vordergrund gerückt.

Je nach Fortschritt und je nach Klasse wird diese dann in die Rollen der Produktionskette eines Markenschuhs versetzt. Von den ArbeiterInnen in der chinesischen Provinz über deren Fabrikbesitzer, über das Management der Markenfirma, den österreichischen Einzelhandel bis hin zu den KonsumentInnen. Der Vergleich macht sicher: Die Verhältnisse sind ungerecht. Ob das für die österreichischen KonsumentInnen, also für die SchülerInnen ein Problem darstellt, bleibt zwar grundsätzlich ihnen überlassen, die Erfahrung zeigt aber, dass es ihnen nicht komplett egal ist, auch wenn die Klasse nicht „fair“ oder „bio“ kauft, beziehungsweise bisher (und vielleicht auch später) keinen besonders großen Wert darauf legt. Abgesehen von Kinderarbeit kann über die Rollenkärtchen gezeigt werden, dass es auch für junge Erwachsene beziehungsweise Jugendliche in ihrem Alter schreckliche Arbeitsbedingungen geben kann, auch wenn es keine Kinderarbeit ist.

Betroffenheit kann auch auf einem anderen Weg hergestellt werden: Besonders Jugendliche, die bald in die Arbeitswelt eintreten (Lehrlinge / Polys??) können darauf aufmerksam gemacht werden, dass ihre Arbeitsverhältnisse ebenso unter Druck geraten können, dass die Verlagerung der Produktion in Niedriglohnländer zu einer Lohnspirale nach unten führt.

Im Anschluss wird kurz diskutiert, wie diesem Prozess entgegen gewirkt werden kann. Häufig kommt dabei der alternative Handel zur Sprache. Durch die Frage: „Wer von euch, geht dort einkaufen“ kann gezeigt werden, dass diese Art der Weltrettung ein Privileg der Reicheren ist, und vermutlich mehr dem guten Gewissen dient, als der tatsächlichen Veränderung der Verhältnisse. Es soll der faire Welthandel nicht schlecht geredet werden, aber aufgezeigt, dass individuelles Konsumverhalten auch von den individuellen Möglichkeiten abhängt.

Letztgültige Antwort können und sollen die TrainerInnen nicht geben, die SchülerInnen sollen dazu ermuntert und aufgefordert werden, sich selbst mit der Thematik zu befassen, und sich nicht nur von ExpertInnen belehren zu lassen.

Wichtig ist jedenfalls zu betonen, dass individuelle Lösungen nicht das einzige sind: die Verhältnisse müssen politisch angegangen werden. Dabei kann es auch nicht schaden, zu fragen, wieso Menschen aus anderen Ländern nicht nach Europa können, Waren aber problemlos. Warum immer wieder von Menschenrechten die Rede ist, bei der Handelspolitik aber keine Rücksicht darauf genommen wird.

Fazit: Die Audioguided Shoppingtour versucht die SchülerInnen dazu zu bringen, ihre kommerzielle Umwelt mit eigenen Augen kritisch zu betrachten und zu beurteilen. Sie sollen mit den Produktionsverhältnissen zumindest konfrontiert werden, wobei sie selbst danach entscheiden, wie sie mit dem Gelernten verfahren.