

VORTRAG / Mit Klaus Werner über die Machenschaften der Weltkonzerne diskutieren

„Selber denken anstatt Trends blind verfolgen“

HOCHBURG-ACH / Über den Einfluss der Konzerne, wie sie unser Leben diktieren aber auch darüber, welche Macht die Konsumenten auf die Konzerne haben, wird am Sonntag, 11. März, in Hochburg-Ach mit Journalist und Mitautor des Bestsellers „Schwarzbuch Markenfirmen“, Klaus Werner, diskutiert. Um einen kleinen Vorgeschmack auf diesen Abend zu geben, hat RUNDSCHAU-Redakteurin Marina Huber mit Klaus Werner gesprochen.

Ihr Buch ist das erfolgreichste im deutschen Sprachraum. Es wurde in sechs Sprachen übersetzt. Haben Sie das Gefühl, die Welt ein Stück weit verbessert zu haben?

Das wechselt täglich, oder? Manchmal legt man sich abends ins Bett und denkt: Es war ein Scheißtag. Und manchmal glaubt man, die Welt ein Stück weit verbessert zu haben, weil man gut gekocht, gut geredet, guten Sex gehabt oder ein gutes Buch geschrieben hat.

„*Meine Freunde sind keine Litfasssäulen, die sich als Gratiswerbefläche zur Verfügung stellen.*“

Achten Sie in Ihrer näheren Umgebung – Familie, Freunde – besonders auf die Marke? Ich hab in meinem Freundeskreis zum Glück keine wandelnden Litfasssäulen, die sich als Gratiswerbefläche für Logos zur Verfügung stellen, und den Leuten aufs Etikett am „Gnack“ schauen, tu ich üblicherweise nicht.



Klaus Werner kommt nach Hochburg-Ach.

FOTO: ROTTER

Wann trugen Sie zuletzt Markenkleidung?

Ist ja alles irgendwie Markenware, oder? Also vermutlich bevor ich in die Badewanne gestiegen bin.

Konsumenten besitzen die Macht, Konzerne und ihre Praktiken zu verändern. Konkrete Handlungstipps?

Das beste ist immer, gemeinsam mit anderen etwas zu machen. Man kann zum Beispiel in eine Einkaufsstraße oder ein Shoppingcenter gehen und dort die Kundinnen und Kunden über die kriminellen Praktiken der Konzerne informieren.

Ich habe zum Beispiel nichts dagegen, wenn jemand dafür einzelne Seiten aus dem „Schwarzbuch Markenfirmen“ kopiert und in den ent-

sprechenden Geschäften verteilt.

Erstes Date mit der Traumfrau und sie trägt eine chice Adidas-Jacke. Was machen Sie?

Ich versuch, sie dazu zu kriegen, sie auszuziehen.

Gerade bei Kindern und Jugendlichen sind Markenprodukte oft ein Muss. Wie kann man dem Marken-Kult entgegenwirken?

Wenn sie wirklich glauben, dass das ein Muss ist, sollte man ihnen vielleicht sagen, dass das nicht stimmt, man muss nämlich gar nicht und man darf ruhig selber denken und sich zum Beispiel seine Freunde und Freizeitgestaltung nach Kriterien wie Zuneigung, Interesse, Solida-

rität, Großzügigkeit usw. aussuchen. Das gilt für Kinder und Erwachsene.

Markenprodukte gibt es wie Sand am Meer. Was kann ich überhaupt noch kaufen ohne hinterher ein schlechtes Gewissen zu haben?

„*Was ist besser? Shrimps aus Malaysia oder Bio-Forelle. Ist doch ganz einfach.*“

Ich bin Journalist und nicht Pfarrer, also kein Experte für Gewissensfragen. Als Journalist sage ich nach ausführlicher Recherche: Kaufen Sie, was Sie brauchen, kaufen Sie nicht, was Sie nicht brauchen, und teilen Sie so viel wie möglich, das macht glücklich.

Wie kann ein Konsument „böse“ Marken von den „guten“ Marken unterscheiden?

Durch Information (Bücher, Internetrecherche, Gespräche) und mit ein bisschen Hausverstand. Was ist besser, Shrimps aus Malaysia oder Bio-Forelle? Auto oder Bahn/Fahrrad? Geiz ist geil oder Gemeinsam statt einsam? Ist ja nicht so schwierig, oder?

Zum Vortrag:

Der Vortrag mit Klaus Werner über die Machenschaften der Weltkonzerne findet am Sonntag, 11. März, 19.30 Uhr, in der Hauptschule Duttendorf, Hochburg-Ach, statt. Veranstalter: InndZukunft. Eintritt: freiwillige Spende.