

Justus-Liebig-Universität Gießen

Fachbereich 03 –Sozial-und Kulturwissenschaften

Institut für Soziologie

Herr Sebastian Manuel Garbe

Die Sozialwissenschaften dekolonisieren - Post- und dekoloniale Theorie zur Einführung

Sommersemester 2017

**Hessen postkolonial – Auf den Spuren Gießens kolonialer
Vergangenheit und der kolonialkritischen Institution des
Weltladens**

Essay

Die Zeit des Kolonialismus war durch europäische Akteure von Gewalt, Ausbeutung, Rassismus und Unterdrückung geprägt. Seine Auswirkungen sind heute immer noch global existent. Die Strukturen der Kolonialität zeigen sich in vielen Bereichen des Lebens, sowohl in der Gesellschaft, der Kultur als auch in der Wirtschaft, der Politik und der Umwelt.¹ Erst in den 1970er Jahren erkannte man, dass das Wirtschaftssystem in der Welt von Ungerechtigkeiten und Umweltzerstörungen geprägt war.² Infolgedessen sind aus Widerstandsbewegungen von politischen sowie auch kirchlichen Gruppen die ersten Weltläden in Deutschland entstanden und haben sich bis heute weiterentwickelt.³ Die Kritik der Weltläden liegt unter anderem auch in den Machtunterschieden zwischen Industrieländern und Entwicklungsländern sowie in den Menschenrechtsverletzungen durch Billiglöhne und Diskriminierung gegenüber „schwarzen Menschen“.⁴ Daher stellt sich die Frage, inwiefern Weltläden unsere Zukunft verändern können, um einer gerechteren dekolonisierten Welt näher zu kommen. Mit dieser Frage möchte ich mich im Folgenden kritisch auseinandersetzen. Dabei werde ich die Weltladenarbeit am Beispiel Gießens kurz erläutern, Bezüge zu kolonialen Vergangenheiten und einschneidenden Ereignissen Deutschlands herstellen und deren Auswirkungen auf heute darstellen. Zum Schluss werde ich postkoloniale Kontinuitäten bzw. den Neokolonialismus kritisieren und dazu die Position bedeutender Soziologen heranziehen.

Im Jahre 1975 wird in Frankfurt die Arbeitsgemeinschaft Dritte-Welt-Läden gegründet und sechs Jahre später in „Eine-Welt-Laden“ oder „Weltladen“ umbenannt, da die Bezeichnung „Die Dritte Welt“ abwertend und nicht angemessen ist.⁵ Der Weltladen in Gießen ist wie alle anderen Mitglieder des Weltladen-Dachverbandes e.V. an die „Konvention der Weltläden“ und die international anerkannten Kriterien des Fairen Handels gebunden, welche als Grundlage ihrer Arbeit dienen.⁶ Zu den zentralen Kriterien der Weltarbeit gehören die sogenannten „drei Säulen“⁷, ersteres der Verkauf fair gehandelter Produkte, zweitens die Bildungsarbeit und drittens politische Kampagnen und Bewusstseinsbildung.⁸ Die letzten zwei Punkte werden von der freiwilligen Bildungsgruppe des Gießener Weltladens übernommen, die die Bevölkerung unter anderem über die Globalisierung und deren Folgen aufklären möchte.⁹ Durch vielfältige

¹ Vgl. Kerner (2013), S.91 f.

² Vgl. Tobias Reichert et al. (2000), S. 104f.

³ Vgl. Konvention der Weltläden - Kriterien für den Fairen Handel der Weltläden, S. 2

⁴ Ders., S. DieGeschichtedesWeltladens2

⁵ Vgl. Die Geschichte des Weltladens

⁶ Vgl. Tobias Reichert et al. (2000), S. 105 f.

⁷ Vgl. Wir über uns

⁸ Ders.

⁹ Vgl. Bildungsgruppe des Gießener Weltladens-Rechenschaftsbericht

Bildungs- und Informationsangebote, die sich an verschiedene Zielgruppen von jung bis alt richten, wollen sie auch diejenigen erreichen, die nicht zum „Weltladen-Publikum“ zählen, um mehr Menschen von dem Konzept des fairen Handels, der globalen Gerechtigkeit und der Nachhaltigkeit zu überzeugen.¹⁰ Dies konnten sie bereits durch ihre Straßen-Aktionen am Weltladentag im Jahr 2015 zum Thema Menschenrechtsverletzungen, an den Licher-Kulturtagen bezüglich afrikanischer Lebensmittel oder Stadtrundgängen mit Informationen zu Umwelt- und Sozialproblemen in den Entwicklungsländern erreichen.¹¹ Aktuell haben sie mit dem Forum Fairer Handel Visionen des Fairen Handels für die Bundestagswahl 2017 formuliert und fordern politische Maßnahmen wie den „Schutz der Arbeits- und Menschenrechte“ und „Fairer Handel statt Freihandel“, um diese zu verwirklichen.¹² Die Ziele der Weltläden beruhen nicht nur auf diesen Forderungen, sondern auch auf dem Streben nach mehr internationaler Gerechtigkeit im Handel, auf dem Kampf gegen die weltweite Armut und der Idee des Fairen Handels und die der Weltläden in der Öffentlichkeit attraktiver zu machen.¹³ Um den Verdienst der Kleinbauern im Globalen Süden zu verbessern, die Schulbildung ihrer Kinder zu finanzieren und das Leben der Bauern und Handwerker gerechter zu machen, bietet der Weltladen in Gießen viele Produkte an wie Kaffee aus Tanzania, Ledertaschen aus Indien oder Geschirr aus Thailand.¹⁴ Da der faire Handel in den Weltläden im Vordergrund steht, stammen alle Lebensmittelprodukte, die im Weltladen angeboten werden, aus fairem Handel und tragen das „Fair-trade-Siegel“ oder das „Fair-Plus-Zeichen“. Bezüglich des Rundgangs „giessen postkolonial“ sind zahlreiche Spuren des Kolonialismus in Gießen vor Ort zu finden. Die koloniale Vergangenheit der Stadt zeigt sich z.B. in Kolonialwarenläden wie der Firma Tribus und Sundheim. In Kolonialwarenläden wurden Produkte verkauft, die die Bürger nicht selbst herstellen konnten wie beispielsweise Öl, Zucker, Salz, Kaffee, Tee, Schokolade, Zigaretten u.v.m.¹⁵ Ab den 1950 und 1960er Jahren ging die Zahl dieser Läden zurück, bis sie aufgrund der Entstehung von Großmärkten verschwanden.¹⁶ Die „Einkaufsgenossenschaft deutscher Kolonialwarenländer“, kurz Edeka, welche 1898 gegründet wurde, hat die Funktion lokaler Kolonialwarenläden übernommen.¹⁷ Der Markenname erinnert an die deutsche Kolonialgeschichte und wurde bis heute nicht verändert¹⁸. Nicht nur Edeka, sondern auch

¹⁰ Vgl. Bildungsgruppe des Gießener Weltladens-Rechenschaftsbericht

¹¹ Ders.

¹² Vgl. Wir über uns

¹³ Ders.

¹⁴ Vgl. Weltladen Gießen- be fair-buy fair-bei uns-Fachgeschäft für Fairen Handel

¹⁵ Vgl. Kolonialwarenläden (2015)

¹⁶ Ders.

¹⁷ Ders.

¹⁸ Vgl. Joshua Kwesi Aikins (2004)

andere Handelsketten sind sich ihrer Verantwortung nicht bewusst und verkaufen nur in sehr geringem Umfang Produkte aus fairem Handel. Im Zusammenhang des Stadtrundgangs kommt dem Weltladen eine bedeutende Rolle zu. Zum Beispiel definieren Weltläden ihre Kriterien und Qualitäten, die die Mitgliedsläden des Weltladen Dachverbandes e.V. von den Supermärkten deutlich unterscheiden. Zu den zentralen Kriterien gehören die Sozial- und Umweltverträglichkeit der Produkte und der Geschäftspolitik, eine transparente Arbeit, politische Aktivitäten und Bildungsarbeit.¹⁹ Eine wichtige Differenz zu den früheren Kolonialwarenläden ist, dass Weltläden zwar ähnliche Produkte wie zur Kolonialzeit anbieten, jedoch unter einer anderen Intention. Es geht nicht um die Ausbeutung und Unterdrückung der Menschen im Globalen Süden, sondern um Gegenteiliges: die Unterstützung, die Förderung, den Schutz und die Gleichberechtigung der Menschen, die dort leben und arbeiten. So sollte im Rahmen des Rundgangs anhand von Konsumgütern wie Handys, Bananen, Kaffee, Schokolade und Kleidung eine kritische Reflektion über die sozialen und ökologischen Probleme in Entwicklungsländern erfolgen, um die dort bis heute andauernden Missstände und Machtdifferenzen auch visuell zu verdeutlichen. Spezifisch lassen sich koloniale Spuren in dem Produktionsweg und in der Werbung der Schokolade finden. Ein bekanntes Beispiel ist der Berliner Schokoladenhersteller Sarotti, der 1918 mit dem Marken-Symbol des „Sarotti-Mohrs“, einem dienenden „schwarzen“ Mann warb.²⁰ Erst im Jahre 2004 wird eine „dekolonialisierte“²¹ Ausgabe als „Sarotti-Magier der Sinne“ mit goldener Hautfarbe verkauft.²² Nicht nur am Beispiel der Schokolade, sondern auch an Reklamesammelbildern, welche Ende des 19. Jahrhunderts bzw. Anfang des 20. Jahrhunderts verstärkt auftraten, wurden rassistische Motive mit „Negern“ als unzivilisierte, unterworfenen und wilde Menschen von deutschen Kolonialherren dargestellt.²³ Diese wurden Konsumgütern wie Zigaretten, Kakao oder Kaffee beigelegt, um für das koloniale Gedankengut zu werben und es zu fördern.²⁴ Ein Sammelbild mit der Aufschrift „Herero-Aufstand in Deutsch-Südwest-Afrika“ des Ersatzkaffee-Herstellers Aecht Franck von 1905 zeigt mit Ketten gefesselte Hereros, die von deutschen Kolonialsoldaten bewacht werden.²⁵ Zum einen sollte dieses die Bekämpfung des Herero-Aufstands legitimieren und gleichzeitig die Macht der Kolonialherren demonstrieren.²⁶

¹⁹ Vgl. Tobias Reichert et al. (2000), S. 105 f.

²⁰ Vgl. Sarotti-Mohr (Sarrot, Nestlé, Stollwerck) (2015)

²¹ Ders.

²² Ders.

²³ Vgl. Reklamesammelbilder (2015)

²⁴ Ders.

²⁵ Vgl. Uwe Klußmann (2016), S. 111

²⁶ Vgl. Reklamesammelbilder (2015)

Zum anderen sollte es auch dem Warenabsatz dienen.²⁷ Auch die Firma Tribus und Sundheim in Gießen stellte damals viele solcher Reklamesammelbilder mit eben genannter ähnlicher Darstellung her.²⁸ Zwischen den Jahren 1896 und 1940/41 fanden in Deutschland viele Kolonialwarenausstellungen sowie Völkerschauen statt, beispielsweise gab es in Wiesbaden 1899 und in Kassel 1911 einige von diesen.²⁹ Grundsätzlich dienten solche Völkerschauen als Massenunterhaltungsmedium der deutschen Kolonialpropaganda.³⁰ Deutsche Kolonialherren nutzten sie als Mittel für die Demütigung der „schwarzen“ Menschen.³¹ Mit diesem Phänomen der Kategorisierung des Ostens durch den Westen hat sich Edward Said, ein bekannter Kultur- und Literaturkritiker, auseinandergesetzt und stellte fest, dass der Orient durch den Okzident manipuliert, identifiziert bzw. zu dem konstruiert wurde, was er heute ist.³² Diese postkolonialen Kontinuitäten zeigen sich in unserem heute herrschenden „modernen Weltsystem“.³³ Der Soziologe Immanuel Wallerstein hat dieses System analysiert, welches seiner Ansicht nach bereits im 16. Jahrhundert, der Zeit des Kolonialismus, begann.³⁴ Es basiert nach Wallerstein auf einer klassenartigen Länderstruktur, welche er in „periphere“, „semi-periphere“ und „zentrale“ Länder untergliedert.³⁵ Anhand dieser Ordnung zeigen sich besonders die sozial- und ökonomischen Beziehungen zwischen den Ländern. Die Industrieländer profitieren von den Waren der Entwicklungsländer, welche stetig um ihre wirtschaftliche und soziale Unabhängigkeit kämpfen. Dieses globale Klassifikationssystem führte nach dem Soziologen Boaventura de Sousa Santos zu einem „Kulturkampf“, indem der Globale Süden durch den Globalen Norden als kulturell unterlegen angesehen wurde und diese westliche Ansichtsweise als universelles Prinzip legitimiert wurde.³⁶ Im Zuge des Neokolonialismus kommt dem Weltladen eine enorm wichtige Aufgabe zu. Die Bildungs- und Informationsarbeit, die verstärkt geleistet wird, klärt die Bevölkerung über globale Prozesse auf und zieht dabei die historischen Erfahrungen des Kolonialismus mit ein. Noch immer wird der Orient dem Okzident untergeordnet, noch immer werden die abhängigen Entwicklungsländer ausgebeutet und noch immer gibt es überall auf der Welt Rassismus und Ungleichheiten. Die Weltläden möchten durch ihre politischen Aktionen die internationalen Wirtschafts- und

²⁷ Vgl. Uwe Klußmann (2016), S. 111

²⁸ Vgl. Reklamesammelbilder (2015)

²⁹ Vgl. Kolonialausstellungen (2015)

³⁰ Ders.

³¹ Ders.

³² Vgl. Thorpe et al. (2016), S. 80 f.

³³ Ders.

³⁴ Ders.

³⁵ Ders.

³⁶ Ders., S. 150 f.

Sozialsysteme verändern, um die eben genannten Missstände und Machtdifferenzen zu beseitigen. Daher stellen sie ein Symbol für mehr soziale Gerechtigkeit und nachhaltige Entwicklung dar. Sie leiten den Weg in eine schrittweise gerechtere und dekolonisierte Welt, können jedoch nicht alleine das eurozentrische Denken der Menschen ändern. Sie leisten noch zu wenig Werbung für den fairen Handel. Ein Großteil der Bürger_innen ist sich ihrer Verantwortung für zukünftige Generationen nicht bewusst oder verdrängt diese sowie auch die Verflechtung europäischer Geschichte und Kolonialgeschichte und deren Folgen. Um postkoloniale Kontinuitäten zu dekolonisieren, müsse nach Mignolo auf allen Bereichen des Gemeinschaftslebens, nämlich dem der Ökonomie, der Politik des Sozialen und des Persönlichen eine Strukturveränderung erfolgen.³⁷ So müsse laut Frantz Fanon die Welt vermenschlicht werden und das Volk mithilfe der Dezentrierung der Macht und einer Demokratie politisiert werden.³⁸ Die Menschen müssen meiner Meinung nach für andere kämpfen, mehr Gerechtigkeit und Bewusstsein für Nachhaltigkeit schaffen. Mit mehr politischem Engagement und Respekt gegenüber anderen Kulturen, Integration und Humanismus könnten die Menschen ein Zeichen setzen. Weiterhin fordert Mignolo alternative Denkmuster und Grenzdenken.³⁹ Gemeint ist, dass die Kolonisatoren ihre Verhaltensweisen und Ideologien kritisch reflektieren müssen und nicht die Kolonisierten.⁴⁰ So bedarf es Chakrabarty einer Provinzialisierung Europas, das westliche Denken zu dezentrieren und zu hinterfragen.⁴¹ Außerdem müssen die Wissenschaften, insbesondere die Geschichte, kritisch aufgefasst werden⁴². Historische Entwicklungen müssen aus Sicht der Subalternen erzählt werden, um eine nicht westlich geprägte Geschichte zu verstehen.⁴³ Der Begriff der Moderne muss weiterentwickelt werden, daher bringt Dussel das Konzept der „Transmoderne“ ein, welches die Universalität aller Kulturen voraussetzt, denn alle Kulturen sind miteinander verstrickt.⁴⁴ Es sollte keine Hierarchisierungen bezüglich der Kulturen geben, keine Machtungleichheiten, keine Menschenrechtsverletzungen und keinen Rassismus. Gegen all jenes versuchen die Weltläden, die Mitglied des Dachverbandes e.V. sind, vorzugehen und liefern einen wichtigen Ansatz die Augen vieler Menschen zu öffnen, tolerant und respektvoll zu sein und leisten einen Beitrag zu einer gerechteren und dekolonisierten Welt.

³⁷ Vgl. Kerner (2013), S. 91 f.

³⁸ Ders. S. 47 f.

³⁹ Ders. S. 94 f.

⁴⁰ Ders. S. 95 f.

⁴¹ Ders. S. 76 f.

⁴² Ders. S. 76 f.

⁴³ Ders. S. 151 f.

⁴⁴ Ders. S. 155 f.

Literaturverzeichnis

Gemeinschaftswerks der Evangelischen Publizistik (GEP) gGmbH (Hg.): „Die Geschichte des Weltladens“. Hintergrund. <https://www.evangelisch.de/inhalte/131204/18-02-2016/geschichte-des-weltladens>. (Letzter Zugriff: 30.04.2017)

Bildungsgruppe des Gießener Weltladens: „Rechenschaftsbericht für das Jahr 2015“. Online verfügbar unter [file:///C:/Users/biker/AppData/Local/Packages/microsoft.windowscommunicationsapps_8wek-yb3d8bbwe/LocalState/Files/S0/549/Rechenschaftsbericht%20Bigu%202015\[638\].pdf](file:///C:/Users/biker/AppData/Local/Packages/microsoft.windowscommunicationsapps_8wek-yb3d8bbwe/LocalState/Files/S0/549/Rechenschaftsbericht%20Bigu%202015[638].pdf). (Letzter Zugriff: 30.04.2017)

Joshua Kwesi Aikins (2004): „Die alltägliche Gegenwart der kolonialen Vergangenheit“. April 2004. Online verfügbar unter <http://www.bpb.de/gesellschaft/migration/afrikanische-diaspora/59394/gegenwart-kolonialer-vergangenheit?p=all>. (Letzter Zugriff: 30.04.2017)

Justus-Liebig-Universität Gießen (Hg.): „Reklamesammelbilder“. Mai 2015. http://www.inst.uni-giessen.de/hessen-postkolonial/doku.php?id=de:koloniale_repraesentationen:reklamesammelbilder. (Letzter Zugriff: 30.04.2017)

Justus-Liebig-Universität Gießen (Hg.): „Kolonialausstellungen“. Mai 2015. https://www.inst.uni-giessen.de/hessen-postkolonial/doku.php?id=de:koloniale_repraesentationen:kolonialausstellungen. (Letzter Zugriff: 30.04.2017)

Justus-Liebig-Universität Gießen (Hg.): „Kolonialwarenläden“ Mai 2015. http://www.inst.uni-giessen.de/hessen-postkolonial/doku.php?id=de:koloniale_repraesentationen:kolonialwarenladen. (Letzter Zugriff: 30.04.2017)

Justus-Liebig-Universität Gießen (Hg.): „Sarotti-Mohr (Sarrot, Nestlé, Stollwerck)“. Oktober 2015. http://www.inst.uni-giessen.de/hessen-postkolonial/doku.php?id=de:unternehmen:lebens- und_genussmittel:sarotti-mohr. (Letzter Zugriff: 30.04.2017)

Kerner, Ina (2013): Postkoloniale Theorien zur Einführung. 2., unveränd. Aufl. Hamburg: Junius. S. 47-155

Thorpe, Christopher; Yuill, Chris; Hobbs, Mitchell (2016): Das Soziologie-Buch. Unter Mitarbeit von James Graham und Kirsten Lehmann. München: Dorling Kindersley Verlag GmbH. S. 80-150

Tobias Reichert et al. (2000): Einkaufen verändert die Welt. Die Auswirkungen unserer Ernährung auf Umwelt und Entwicklung. 1. Aufl. Stuttgart: Schmetterling-Verl. S. 104-105

Uwe Klußmann (2016): Die Kolonialzeit. Als Europa die Welt beherrschte. In: *DER SPIEGEL Geschichte* (1), S. 111

Weltladen Gießen / Solidarische Welt e.V. 2017 (Hg.): „Wir über uns“. <http://weltladen-giessen.de/wir-ueber-uns/>. (Letzter Zugriff: 30.04.2017)

Weltladen Gießen / Solidarische Welt e.V. 2017 (Hg.): Weltladen Gießen- be fair-buy fair-bei uns-Fachgeschäft für Fairen Handel

Weltladen-Dachverband e. V. (Hg.): „Konvention der Weltläden - Kriterien für den Fairen Handel der Weltläden“.

http://www.weltladen.de/webelements/filepool/site/download/Konvention%20der%20Weltlaeden_neue%20Fassung_seit%2021%2006%202015.pdf. (Letzter Zugriff: 30.04.2017)