



# Einstellungswandel

## Ökologisch korrekter Handel?

**„Handel ist Wandel“, weiß der Volksmund. Eine Wahrheit, die freilich mehr beschreibt als den sich stetig verändernden Tausch von Waren. Eine spezifische Seinsweise des Menschen nämlich, ein menschliches Anders-Werden und -Gewordensein auf diesem Planeten.** Denn der Wandel ist der Spezies an sich eigen wie allem sonst, was ist und was wird. Sich entwickeln heißt, sich wandeln. Das gilt für Individuen, genauso wie für Gesellschaften und Kulturen. Und deren Emanationen. Dem Handel eben.

Aber zweifellos wird im Phänomen „Handel“ wie unter Brennglas Wesentliches deutlich. Über den Menschen an sich. Über sein Verhalten, seine Gewohnheiten, seine Bedürfnisse. **Die Geschichte des Handels ist deswegen immer auch eine Kulturgeschichte des Menschen.** Über Zeiten und Kontinente hinweg. Und eine in Teilen friedliche Geschichte obendrein. Im Handel wird nämlich nicht gewaltsam erobert. Es wird einvernehmlich getauscht. Waren gegen Waren. Geld gegen Ware. Ware gegen Geld. Ein Fortschritt in der Menschheitsgeschichte. Ein bescheidener zwar, aber immerhin. Die Strategie der Kriegsherren verdrängt von der Strategie der Kaufleute. Der Handel hatte immer seine spezifisch eigene Logik, Psychologik und Gesetzmäßigkeit.

Und quasi von den ersten Anfängen an kannten der Handel und seine Protagonisten, die Verkäufer und Käufer, überall auf der Welt ihre umgrenzten Räume – die Märkte, Basare, Kaufhäuser, Warenhäuser, Galerien. Erst mit der Digitalisierung geht eine virtuelle Ortlosigkeit des „Point of Sale“ einher. Verkäufer und Käufer müssen sich nicht mehr persönlich an einem konkreten geografisch zu bestimmenden Ort treffen, die Physik des Handels wird in die Clouds des grenzenlosen Cyberspace verlagert.

In dieser physikalischen Hyperwelt verliert auch der tradierte Zeitbegriff seine angestammte Gültigkeit. Die zeitliche Möblierung der Handels-Usancen gewinnt die Züge eines Allzeit-Jetzt. Die tradierten Öffnungszeiten der Läden werden bedeutungslos. Rund um die Uhr, zu jedem beliebigen Zeitpunkt können Waren gekauft und verkauft werden. Weder der Händler noch der Konsument müssen für diese Handelsaktivitäten des Kaufens und des Verkaufens ihren jeweiligen Ort verlassen. **Die Digitalisierung im Retail 4.0 macht's möglich. Die Evolution gewinnt Züge des Revolutionären.** Der konkrete physische Ort des Handels wird prinzipiell obsolet. Was für eine dramatische Veränderung gegenüber dem Gestern. Im Vergleich etwa mit dem genius loci eines Ponte Vecchio in Florenz, der seinen betörenden Zauber ganzheitlichen

## *Humanisierter, ethischer, nachhaltiger soll der Konsum werden.*

Kauf-Erlebens über die Jahrhunderte konservieren konnte, auch und obwohl seine Goldschmiedekünstler und Juwelierläden heute in erster Linie zu musealen Magneten für Touristen aus aller Welt transformiert wurden. Oder was für eine berauschende Käuferwonne für den polyglotten Reisenden im großen Bazar von Istanbul oder Tanger beim Feilschen um den Preis folkloristischer Schnitzereien, dem gewieften Händler scheinbar ein gewichtiges Entgegenkommen abtrotzend, wohl wissend, dass der „Nachlass“ kalkuliert war, der Käufer für seine Ware letztlich auf jeden Fall zu viel bezahlt. Was ist dagegen schon ein reales Schnäppchen bei ebay?

**Ist der elementare Mythos des Handels zurückgedrängt in die Außeralltäglichkeit des einzigartigen Urlaubserlebnisses?** Wenn wir Muße haben, uns Zeit nehmen, die Minute oder die Stunde nicht zählt sondern nur das scheinbar zeitlose Erleben an sich? Dann, wenn wir den Augenblick gerne verewigen würden und dies in unserer Erinnerung zumindest immer wieder tun. Fraglos liegt im nostalgischen Charme der im Einkaufsakt zur selbstgenügsamen Ruhe gekommenen Zeit eine Erlebnisqualität der besonderen Art, von der die Filialisten einschlägiger Marken in unserer heutigen Konsumwelt nur träumen können. Mehr noch. Immer häufiger werden die Markenartikler

nicht nur hektisch hineingedrängt in einen globalen Wettbewerb um Märkte und Kunden – sie werden auch eingeholt von elementaren Sünden der Vergangenheit, am besten **charakterisiert im Begriff „Wegwerfgesellschaft“**. Müllentsorgung, Umweltfragen und Klimawandel gehören zweifellos zu den größten Herausforderungen im vieldimensionalen Handelsgeschäft auf allen Verantwortungsebenen des Handels heute und morgen. Vom Produzenten über die Lieferanten, die Händler bis hin zu den Verbrauchern.

## *Müllentsorgung, Umweltfragen und Klimawandel gehören zu den größten Herausforderungen*

Ein ökologisch korrekter Handel setzt einen Einstellungs- und Gesinnungswandel im Konsumverhalten der Protagonisten der Wohlstandsgesellschaft voraus und macht damit die große Fragestellung zukünftigen Handels





Ponte Vecchio, Florenz

bei nichts Geringerem fest als dem nervus rerum der sogenannten ersten Welt. **Humanisierter, ethischer, nachhaltiger soll der Konsum werden und der Handel fairer.**

„Fair trade“ in einem umfassenden Sinn ist denn auch das Schlagwort einer neuen Epoche, die dem Kommerz eine völlige Neuorientierung abverlangt.

Ein vergleichbarer epochaler Wandel aus der Geschichte der Neuzeit gefällig? Cosimo I. von der Familie der Medici in Florenz hat im 14. Jahrhundert ein gewichtiges Kapitel zu dieser

Geschichte beigetragen. Mag sein, dass er sogar für sich in Anspruch nehmen kann, einer der ersten Umweltaktivisten auf diesem Planeten überhaupt gewesen zu sein. Worin bestand seine Großleistung?

Auf dem Ponte Vecchio waren seit alters her Schlachter und Gerber ansässig, die ihre stinkenden Abfälle in den Arno warfen – ohne Rücksicht auf die Gesundheit ihrer Mitbürger und auf die feinen Nasen der Medici. Die Konsequenz? Gerber und Schlachter mussten die Brücke räumen. Dort

wurden fortan nur noch schöne Waren angeboten – Juweliere und Goldschmiede definierten fortan den Brückenmarkt. Bis auf den heutigen Tag. **Dieser toskanische Wandel ist dem Handel wohlbekommen.** Zumindest auf dem Ponte Vecchio, der sich malerisch als eine der ältesten Segmentbogenbrücken der Welt über den Arno schwingt, durch sein zeitloses Flair kommerzielle Hochkonjunktur in alle Ewigkeit fortschreibend.

Kurt E. Becker