

Globalisierung

Christoph Scherrer
Caren Kunze



Profile

Vandenhoeck & Ruprecht

UTB



UTB 3400

Eine Arbeitsgemeinschaft der Verlage

Böhlau Verlag · Köln · Weimar · Wien
Verlag Barbara Budrich · Opladen · Farmington Hills
facultas.wuv · Wien
Wilhelm Fink · München
A. Francke Verlag · Tübingen und Basel
Haupt Verlag · Bern · Stuttgart · Wien
Julius Klinkhardt Verlagsbuchhandlung · Bad Heilbrunn
Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft · Stuttgart
Mohr Siebeck · Tübingen
Nomos Verlagsgesellschaft · Baden-Baden
Orell Füssli Verlag · Zürich
Ernst Reinhardt Verlag · München · Basel
Ferdinand Schöningh · Paderborn · München · Wien · Zürich
Eugen Ulmer Verlag · Stuttgart
UVK Verlagsgesellschaft · Konstanz
Vandenhoeck & Ruprecht · Göttingen
vdf Hochschulverlag AG an der ETH Zürich

UTB

Profile

Christoph Scherrer / Caren Kunze

Globalisierung

Vandenhoeck & Ruprecht

Dr. Christoph Scherrer ist Professor für „Globalisierung und Politik“ an der Universität Kassel und Direktor des International Center for Development and Decent Work.

Caren Kunze M.A. war zuletzt tätig als Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Wissenschaftszentrum Berlin und bereitet ihre Promotion vor.

Mit 14 Schaubildern

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detailliertere bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-8252-3400-3

E-Book 978-3-8385-3400-X

© 2011 Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG, Göttingen
Vandenhoeck & Ruprecht LLC, Oakville, CT, U.S.A.
www.v-r.de

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages. Hinweis zu § 52a UrhG: Weder das Werk noch seine Teile dürfen ohne vorherige schriftliche Einwilligung des Verlages öffentlich zugänglich gemacht werden. Dies gilt auch bei einer entsprechenden Nutzung für Lehr- und Unterrichtszwecke. – Printed in Germany.

Reihenkonzept und Umschlagentwurf: Alexandra Brand
Umschlagumsetzung: Atelier Reichert, Stuttgart
Satz: Ruhrstadt Medien, Castrop-Rauxel
Druck und Bindung: Hubert & Co, Göttingen

Inhalt

Was ist Globalisierung?	7
-------------------------------	---

Globalisierung im Profil

1 Was ist stärker globalisiert: Kultur oder Wirtschaft?	9
2 Globalisierung in der Kontinuität des Kolonialismus?	22
3 Globalisierung: Neues oder altes Phänomen?	33
4 Globalisierung: Zwangsläufig oder gesteuert?	46
5 Entmachtet oder stärkt die Globalisierung den Nationalstaat?	57
6 Die internationale Arbeitsteilung in der Theorie – Wohlstand für alle?	67
7 Vergrößert die Globalisierung die Kluft zwischen Nord und Süd?	76
8 Hat die Globalisierung ein Geschlecht?	87
9 Eine andere oder keine Globalisierung?	97
10 Globalisierung im Lichte der Weltwirtschaftskrise 2009.	105

Serviceteil

Politische Stationen der Globalisierung nach dem Zweiten Weltkrieg	115
Globalisierung im historischen Vergleich	120
Literatur.	123

Was ist Globalisierung?

Globalisierung: Selten hat ein Begriff so rasch und nachhaltig Karriere gemacht. Er fasste auf einen Schlag viele Phänomene zusammen, die schon länger beobachtet wurden. Insbesondere gab er der Vorstellung einen Namen, dass das Sozialstaatsniveau und die Lohnhöhe zunehmend globalen Prozessen angepasst werden müssten. Vor allem wirtschaftliche Zusammenhänge werden von der Globalisierung geprägt. Doch spielen nationale Grenzen auch für die so genannten GlobalisierungskritikerInnen immer weniger eine Rolle. Diese treffen sich an den verschiedensten Orten der Welt, sei es in Genua (Italien), Porto Alegre (Brasilien) oder Seattle (USA). Sie kommen dort nicht als Mitglieder nationaler Delegationen, sondern als Mitglieder international operierender Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und basisdemokratisch organisierter politischer Gruppen und Netzwerke zusammen.

In den wohlhabenden Weltregionen nähert sich insbesondere unter jungen Menschen der Geschmack beim Kauf von Kleidung, Nahrungsmitteln und Autos, also der äußere Lebensstil, an. Konnten früher US-amerikanische Studierende von deutschen u.a. dadurch unterschieden werden, dass Erstere ihre Lehrbücher locker unterm Arm trugen (zur Not mit einem Gürtel zusammengehalten) und die Letzteren in einer Ledertasche, greift dieses Unterscheidungsmerkmal dadurch nicht mehr, dass der Großteil der Studierenden heute Umhängetaschen der gleichen Hersteller über der Schulter trägt. Ferner ist der Medienkonsum deutlich internationaler geworden, sei es durch die Ausstrahlung vor allem US-amerikanischer Produktionen durch nationale beziehungsweise lokale Fernsehsender, sei es durch direkten Zugang zu einem ausländischen Sender oder sei es, dass im Internet die Website eines ausländischen „Content Provider“ angesteuert wird.

Die Globalisierung hat natürlich längst die Wissenschaft erreicht. Zum einen wird sie selbst von ihr geprägt: Wer kennt nicht eine/n ProfessorIn, die eine Lehrveranstaltung mit der Begründung einer Konferenzteilnahme in Beijing oder Los Angeles verschiebt? Zum anderen haben viele sozial- und auch kulturwissenschaftliche Fächer die Globalisierung als Studienobjekt entdeckt. In der Politologie, der Soziologie und der Ökonomie werden zudem Stimmen laut, die dafür eintreten, dass die bisherige vorherrschende Analyseinheit für politische, gesellschaftliche und wirtschaftliche Prozesse, nämlich der Nationalstaat, zugunsten einer globalen, weltgesellschaftlichen Perspektive aufgegeben wird.

Der Streit um die richtige sozialwissenschaftliche Analyseeinheit ist nur eine von vielen Kontroversen, die die Globalisierung ausgelöst hat. Einigen dieser Auseinandersetzungen wollen wir im vorliegenden Buch nachgehen. So wird über grundlegende Fragen der Globalisierung gestritten: Welche gesellschaftlichen Sphären sind überhaupt globalisiert, ist Globalisierung bloß ein neues Wort für ein altes Phänomen. Des Weiteren werden die Ursachen und die Auswirkungen der Globalisierung kontrovers diskutiert: Ist die Globalisierung unausweichlich oder von interessierten Akteuren durchgesetzt worden, entmachtet sie tatsächlich den Nationalstaat oder ist dieser nicht selbst treibende Kraft der Globalisierung? Und wer profitiert eigentlich von der Globalisierung, alle oder nur wenige? Seltener wird nach den Auswirkungen der Globalisierung auf das Verhältnis von Frauen und Männern gefragt. Doch diese seit kurzem gestellte Frage bringt eine überraschende Erkenntnis zu Tage: Die Globalisierung hat ein Geschlecht.

Zur Veranschaulichung der gesellschaftlichen Brisanz, die in der Globalisierung liegt, wollen wir hier gleich zu Beginn die Frage aufwerfen, wie mit ihr umgegangen wird. Das Spektrum ist breit. Es reicht von glühenden BefürworterInnen fortschreitender globaler Vernetzung bis hin zum Plädoyer für kleinräumiges Wirtschaften. Zu den radikalsten Kritikern zählen die Anhänger von al-Qaida, die dem westlichen Lebensstil den Krieg erklärt haben. Für diesen Krieg nutzen sie jedoch Waffen aus globaler Produktion und die zentralen Symbole der Globalisierung: Flugzeuge und das Internet. Sie werden dies alles als Äußerlichkeiten, als unausweichliche Hilfsmittel ihres „heiligen“ Kampfes ansehen, doch gerade der zentrale Bezugspunkt ihrer Identität, der Islam, ist genauso wie das Christentum eine „missionarische“ Religion, die auf Ausbreitung angelegt ist und universale Gültigkeit beansprucht. Wie wir im zweiten Kapitel darstellen werden, hat die Globalisierung ihre Wurzeln auch in der Missionierung.

Das extreme Beispiel von al-Qaida zeigt aber vor allem eins, dass nämlich die entscheidende gesellschaftliche Konfliktlinie nicht die Globalisierung an und für sich ist, sondern die Frage danach, was und wie globalisiert werden soll. Soll das Kapital Zugang zu allen Orten der Welt erhalten oder soll es heißen: „Proletarier aller Länder, vereinigt Euch“? Soll die Globalisierung sich über anonyme Märkte entfalten oder soll es transkontinentale gesellschaftliche Dialoge geben, in denen die Art und Weise des Austauschs verhandelt wird? Die Frage nach den heutigen Alternativen zur derzeit vorherrschenden neoliberalen Globalisierung, die auf Märkte setzt, werden wir abschließend aufgreifen.

Globalisierung im Profil

1

Was ist stärker globalisiert: Kultur oder Wirtschaft?

Globalisierung wird vor allem als wirtschaftliches Phänomen wahrgenommen, doch ist der Grad der Vernetzung in manchen kulturellen Bereichen sogar höher. Darüber hinaus ist die scharfe Trennung von Kultur und Ware oftmals nicht möglich, denn Kulturgüter sind auch Teil der ökonomischen Globalisierung. Die Politik mag hinter deren Dynamik zurückgefallen sein, doch die Nationalstaaten haben bereits auf zahlreichen Politikfeldern einen Teil ihrer Souveränität an supra- oder internationale Organisationen abgetreten. Alle Bereiche der Globalisierung sind jedoch von Akteuren weniger Staaten dominiert.

Coca-Cola oder Schule: Was ist globaler?

Globalisierung wird zumeist in Verbindung mit der Angst um Arbeitsplätze oder mit weltumspannenden Kapitalmärkten in Verbindung gebracht. Die Assoziation ist nicht zufällig, denn der Begriff „Globalisierung“ stammt aus der Betriebswissenschaft. Doch ist die Ökonomie tatsächlich die am stärksten globalisierte Dimension der menschlichen Existenz? Überall auf der Welt finden sich nicht nur eine Coca-Cola-Büchse oder ein McDonald's-Restaurant, sondern auch Schulen, Poststationen und Polizisten. Zwar mögen Schulen von Ort zu Ort sehr unterschiedlich ausgestattet sein, doch orientieren sie sich alle an der Idee, dass Kinder getrennt von zu Hause von professionellen Lehrpersonen unterrichtet werden soll.

Die Frage ist, ob diese Vereinheitlichung nur an der Oberfläche aller Weltkulturen aufzufinden ist und ob nicht, wie Eberhard Schmitt meint, die Globalisierung „gerade auch das Gegenteil, nämlich bewusste Regi-

onalisierung, bewusstes Festhalten an kultureller Eigenart“ (Schmitt 2009: 23) fördert.

Begriffsgeschichte: Strategieentwürfe für Unternehmen

Bevor der Begriff „Globalisierung“ zu Beginn der Neunzigerjahre in Mode kam, wurde von Internationalisierung gesprochen. Damit wollte man darauf hinweisen, dass die wirtschaftlichen Aktivitäten zwischen („inter“) den Nationen zugenommen haben. Die Betonung lag noch auf „Nationen“, da man davon ausging, dass die jeweilige Nation in ihren Grenzen und insbesondere in ihrer Fähigkeit, diesen Grenzen Geltung zu verschaffen, bestehen blieb. Unternehmen, die nicht nur ins Ausland exportierten, sondern dort auch produzierten, wurden multi- bzw. transnationale Konzerne genannt. Doch wirklich „multi“-national, d.h. in mehreren Ländern gleichermaßen heimisch, waren nur die wenigsten Unternehmen. Auch heute noch werden die meisten global agierenden Unternehmen von ihrem ursprünglichen Stammsitz aus von Personen aus dem Land dieses Stammsitzes geführt (Ausnahmen: der schweiz-schwedische Maschinenbaukonzern ABB, der deutsch-französische Chemiekonzern Aventis). Deshalb traf die Bezeichnung „transnationaler“ Konzern eher zu, da sie das über die Grenzen einer Nation Hinausgehende betont.

Die frühen transnationalen Konzerne verhielten sich zumeist auch im Ausland „national“, ihre Produktions- und Verkaufsstrategien waren auf den jeweiligen nationalen Markt gerichtet. Deren ausländische Produktionsstätten hatten vor Ort ihre Zulieferer und bedienten im Wesentlichen den dortigen Markt. In manchen Fällen unterschied sich ihr ausländisches Produkt von ihrem heimischen Produkt ganz erheblich: Ein bei Köln in Deutschland hergestellter Ford Taunus hatte keine Ähnlichkeit mit einem Ford in den USA. Doch war es gerade die Firma Ford, die Ende der Siebzigerjahre diese nationalen Beschränkungen mit einem so genannten „Weltauto“ überwinden wollte. Die einzelnen Teile wie Motoren, Scheinwerfer oder Sitze kamen aus Ford-Werken von (fast) allen Erdteilen und das Auto (ein Escort) wurde dann in wenigen, wiederum um den Globus verteilten Endmontagewerken zusammgebaut und nahezu identisch weltweit vertrieben (für England das Lenkrad auf der rechten Seite, für die USA größere Stoßstangen etc.). Im ersten Anlauf misslang diese Strategie, die Koordinationsprobleme waren zu groß und der Geschmack der Kunden war noch zu national geprägt. Doch das Prinzip war zukunftsweisend und im Laufe der Achtzigerjahre wurde es

von vielen ManagementberaterInnen zur Nachahmung empfohlen, allerdings in leicht abgewandelter Form: Nicht für die ganze Welt, sondern jeweils für eines der drei großen Wirtschaftsgebiete (Nordamerika, Westeuropa und Japan, die so genannte Triade) sollte es verwirklicht werden.

Bereits wenige Jahre später, zu Beginn der Neunzigerjahre, entdeckte die betriebswirtschaftliche Literatur die Globalisierung, und „Management-Gurus“ wie Kenichi Ohmae von der Wirtschaftsberatungsfirma McKinsey empfahlen den Firmen, global zu denken. Sie sollten sich nicht nur hinsichtlich ihrer Absatzgebiete und Produktionsstandorte global positionieren, sondern auch hinsichtlich ihrer Eigentümerstrukturen und ihres Führungspersonals. Zugleich plädierte diese Literatur für das vollständige Verschwinden nationaler Grenzen (*borderless world*). Mit anderen Worten, die Firmen sollten sich zunehmend so verhalten, als gäbe es keine nationalen Grenzen mehr (Ohmae 1990).

Von da an machte der Begriff rasant Karriere. Der Grund dafür ist nicht zuletzt, dass heute fast alle Menschen dieser Welt in die globale Arbeitsteilung einbezogen sind. Warum wird dann aber der Begriff Globalisierung verwendet, der einen Prozess und nicht einen endgültigen Zustand beschreibt? Der Endzustand, Globalität, ist nicht und wird sicherlich auch nicht bald erreicht sein, denn selbst auf wirtschaftlichem Gebiet, auf der Ebene der Politik ohnehin, machen sich staatliche Grenzen noch bemerkbar (→ Kapitel 5).

Globalisierung: Ein Begriff mit Wirkung

Noch eine Anmerkung zum Begriff „Globalisierung“: Dieser wird nicht nur zur Beschreibung des Prozesses des Bedeutungsverlustes nationaler Grenzen für den Austausch von Waren und Zeichen (Geld, Informationen etc.) verwendet, sondern auch zur Begründung von Handlungsanleitungen. Wegen der Globalisierung sollte man auf nationale Technologieförderung verzichten, nur moderate Lohnerhöhungen fordern, eine Welt-Umweltschutzbehörde gründen etc. Mit anderen Worten, unter Verweis auf die Globalisierung werden die unterschiedlichsten wirtschaftlichen, politischen und kulturellen Positionen vertreten. Globalisierung ist somit auch ein Kampfbegriff, und zwar im doppelten Sinne. Zum einen soll durch seinen Einsatz die jeweils eigene Position gestärkt werden und zum anderen ist sein Bedeutungsinhalt umkämpft: Bietet die Globalisierung Chancen oder stellt sie eine Gefahr dar, ist sie unausweichlich? Diesem Thema wollen wir uns im Kapitel 4 ausführlicher zuwenden.

Definition

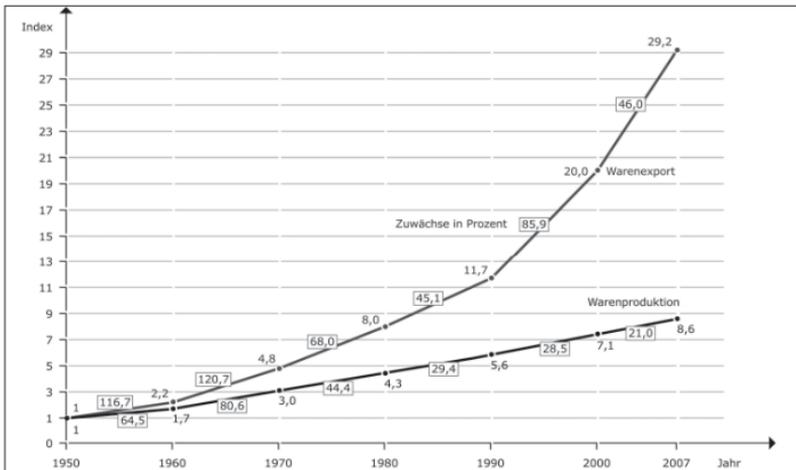
Wir wollen im Folgenden mit einer sehr allgemeinen Definition arbeiten: Mit dem Begriff „Globalisierung“ wird ein Prozess des Bedeutungswachstums nationaler Grenzen für menschliche Aktivitäten bezeichnet, der mit einem Bedeutungsgewinn für globale Bezugspunkte einhergeht.

Dimensionen der wirtschaftlichen Globalisierung

Der Begriff „Wirtschaft“ umfasst viele unterschiedliche Aktivitäten, die wir wie folgt gruppieren: Handel mit Gütern, Handel mit Dienstleistungen, Organisation der Produktion, kurz- und langfristige Kapitalinvestitionen und Angebot von Arbeitskraft.

Der grenzüberschreitende *Handel* nahm in den letzten Jahrzehnten rasant zu, und zwar schneller als die wirtschaftlichen Aktivitäten innerhalb der meisten Länder, so dass sich das Gewicht von Im- und Exporten für die einzelnen Volkswirtschaften deutlich erhöht hat. Während der Außenhandel für Deutschland schon immer wichtig war, nahm er beispielsweise in den USA in den Achtzigerjahren des letzten Jahrhunderts rasant zu, in Indien in diesem Jahrtausend.

Schaubild 1: Entwicklung des grenzüberschreitenden weltweiten Warenhandels von 1950 bis 2007 Index (1950 = 1), in konstanten Preisen, Zuwächse in Prozent



Quelle: World Trade Organization (WTO): International Trade Statistics 2005, 2008; eigene Berechnungen, Lizenz: Creative Commons by-nc-nd/3.0/de, Bundeszentrale für politische Bildung 2009: www.bpb.de