



KAPITALISMUS TOTAL GLOBAL (X)

Längst werden auch Hightech-Produkte überall auf der Welt produziert. Laptops kommen aus China, der VW Touareg stammt aus Bratislava, und Philips, Europas Elektronikriese mit 160 900 Angestellten, lässt Kühlschränke, Zahnbürsten oder Computertomografen in insgesamt 60 Ländern

bauen. Die neue Kampflinie heißt nicht mehr Kapital gegen Arbeit, sondern Arbeit gegen Arbeit, Kapital gegen Kapital, und selbst innerhalb des Konzerns treten die Standorte gegeneinander an. In einer großen Serie beschreibt der SPIEGEL die Folgen der Globalisierung für Beschäftigte, Unternehmen und die Politik.

Die Weltbürste

4500 Mitarbeiter, zehn Länder, drei Kontinente, fünf Zeitzonen: Die Produktion der elektrischen Zahnbürste „Sonicare Elite 7000“ ist ein Beispiel für die Präzision und die Wucht des weltweit agierenden Kapitalismus. *Von Ralf Hoppe*



Philips-Produktionsstandorte Zhuhai, Klagenfurt,

Perlweiße Haut, schlanker Hals, 161,034 Gramm, schnurrt los wie ein Kätzchen, 130 Euro, das perfekte Spielzeug für die Wohlhabenden dieser Welt, sie heißt Elite. Es wird niemals Nacht in ihrem Reich, im Reich der Bürste, denn acht Prozent Weltmarktanteil sind zu wenig, rund 20 Millionen Käufer, das genügt nicht, wer ihr dient, der muss kämpfen, zum Beispiel auf den Philippinen, am Stadtrand von Manila.

Zum Beispiel in einem kleinen gelbgetünchten Haus.

Mary-Ann Cole knipst ihren Wecker aus und schlüpft aus dem Bett, leise, um ihre beiden Schwestern nicht zu wecken, Amy und Emelin, mit denen sie sich das Bett teilt.

Mary-Ann hat etwa sieben Minuten.

Es ist 4.25 Uhr. Draußen wird es hell. Es ist ihre Frühschichtwoche. Was heißt, dass sie sich am Nachmittag – um zwei hat sie Schluss, gegen drei Uhr ist sie zu Hause – um ihr eigenes kleines Business kümmern kann. Sie handelt seit neuestem mit Blue Jeans, investieren, kaufen, verkaufen, es ist alles ziemlich aufregend.

Sie tapst in die Küche. Mary-Ann mag dieses Haus. Sie haben es gemietet, als sie nach Manila kamen, sie und ihre sechs Schwestern und Brüder, für 8000 Pesos im Monat, 118 Euro. Ihr Vater daheim kann das nicht verstehen, eine Sünde, so viel Geld, und wozu? Nur um irgendwo wohnen zu können?

Aber der Vater lebt weit weg, auf der Insel Cebu. Er weiß nichts vom Drei-Schichten-Rhythmus einer Fabrik und dass man nie zu spät kommen darf, niemals, er weiß auch nichts von der neuen Zeit, ständig muss man Geld verdienen, um es dann doch wieder auszugeben. Man kämpft oder geht unter, hat Mary-Anns

Bruder neulich gesagt, er ist jetzt ins Mineralwassergeschäft eingestiegen, zusätzlich zu seiner Arbeit in der Perückenfabrik von San Pedro. Er kauft Flaschen für 25 Pesos und verkauft sie für 35 Pesos weiter, für einen halben Cent, ab einem gewissen Umsatz wird es interessant, sagt er, das Problem ist der Breaking Point.

Sie sind acht Kinder. Ein Bruder ist noch in Barangay Guiwanon geblieben, ihrem Heimatdorf, um dem Vater zu helfen.

Mary-Ann streift sich ein frisches T-Shirt über, rosa, mit einem Cartoon-Drachen darauf, bindet ihre Haare zurück. Sie ist schmal; wenn sie lacht, schlägt sie die Hand vor den Mund. In den Wangen löchrige Narben, wie von einer schweren Akne. Aus dem Küchenschrank nimmt sie eine Schüssel mit Tuyo, gesalzenem Trockenfisch. Dazu ein Löffel kalter Reis, eine Tasse Wasser. Sie haben auch eine Kaffeemaschine, aber mehr für besondere Gelegenheiten.

Zum Haus gehört auch ein kleiner Garten, fünf mal vier Meter, in dem sie Papaya anbauen und Kamote, Süßkartoffeln. Sie blickt in den Himmel, Wolken jagen, hinter San Pedro zucken Blitze. Die Monsunzeit hat begonnen. Mary-Ann winkt ein Jeepney, ein billiges Sammeltaxi, heran. Sie hat nur wenig Zeit.

Mary-Ann Cole, 28 Jahre jung, Assembly Operator, also Arbeiterin im Werk von Integrated Microelectronics Inc., einem Zulieferwerk von Philips, ist eine kleine Soldatin im Reich der Zahnbürste, eine von 4500 Mitarbeitern aus zwei Dutzend Nationalitäten – aber sie hat durchaus eine Vorstellung davon, was Globalisierung ist. Globalisierung ist Business. Und Business ist Konkurrenz, man muss jeden Tag kämpfen. Oder man geht unter.

Ist Globalisierung ungerecht, Mary-Ann?

„Wieso?“

Sie schlägt die Augen nieder.

Ist es nicht ungerecht, dass Sie beispielsweise weniger verdienen als eine Arbeiterin in Amerika oder in Deutschland, für die gleiche Arbeit?

„Ungerecht?“

Sie rutscht hin und her auf ihrem Stuhl, schaut zum Dolmetscher. Wahrscheinlich denkt sie: Was für eine seltsame Frage, ungerecht, was bedeutet das schon?

„Ich mag meine Arbeit, sie ist eine sehr große Chance.“

Die Globalisierung begann vor 600 Jahren – die Europäer entdeckten die Welt, um sie zu vereinnahmen, durch Kartografie und Religionen, durch Gewalt, Ökonomie und Transportmittel. Was wir jetzt erleben, ist der Schlussakt dieses Prozesses, die durcheroberte Welt, in der Rohstoffe, Waren, Informationen kreisen, kein Ort, der nicht erreichbar wäre. Es ist die große Zeit der Außenseiter.

Die Firma Philips produziert, inklusive Zulieferfirmen, die elektrische Zahnbürste



Manila, Seattle (von links oben im Uhrzeigersinn): Karussell der Kontinente und Kulturen

„Sonicare Elite 7000“ und ihre Schwestermodelle an zwölf Schauplätzen und in fünf Zeitzonen. Ein- bis zweimal in der Woche verlassen rund 100 000 Platinen mit aufgelöteten Komponenten das Werk in Manila, in dem Mary-Ann arbeitet. Vom Cargo-Flughafen Manilas werden sie via Tokio nach Seattle geflogen; eine Verzögerung von einem halben Tag kann alles durcheinander bringen, man arbeitet mit einem Minimum an Lagerreserven, an Zeitreserven.

Eine Reise durch die Präzisionsmaschine von „Oral Healthcare Philips“ ist eine Tour in die globale Gegenwart – fast ohne Europäer und ihre romantischen Vorstellungen von Gerechtigkeit und ihre hässlichen, teuren Arbeitskämpfe, weil die Verlagerung nach Asien nämlich schon größtenteils stattgefunden hat.

Die Zahnbürste besteht im Wesentlichen aus 38 Komponenten. Die Einzelteile für die Energiezelle, ein Nickel-Cadmium-Akku, stammen aus Japan, Frankreich, China. Die Platine, das elektronische Herzstück, kommt vorgeätzt aus Zhuhai, am Perlfussdelta, im Südosten Chinas. Nicht weit von Zhuhai, aus der chinesischen Industriestadt Shenzhen, stammen auch die Kupferspulen, gedreht von Heerscharen von Frauen mit verpflesterten Fingerspitzen – die Globalisierung ist weiblich.

Die 49 Komponenten auf der Platine, streichholzkopfgroße Transistoren und Widerstände, wiederum stammen aus Malaysia. In Manila werden sie aufgelötet und getestet, unter anderem von Mary-Ann. Dann ausgeflogen nach Snoqualmie, an die amerikanische Westküste, wo das Mutterwerk ist. Gleichzeitig kommen aus Klagenfurt per Lkw die komplizierteren Kunststoff-Gussteile nach Bremerhaven, außerdem in Klagenfurt vorgeschchnittene

AUGENKLICK / MARKUS LÉSER (L.); TONI ANZENBERGER / ANZENBERGER (R.); AARON HUEY / POLARIS / STUDIO X (L.); MARTIN SASSE / LAIF (R.)

Produktpuzzle Produktions- und Zulieferorte für die „Sonicare Elite 7000“



DER SPIEGEL

Stahlblätter, der Spezialstahl stammt aus Sandviken, Schweden. Von Bremerhaven aus fährt ein Frachtschiff die halbe Bürste über den Atlantik nach Port Elizabeth, New Jersey. Von dort geht es per Bahn weiter, quer durch die USA. Und in Snoqualmie, 40 Autominuten von Seattle entfernt, wird alles zusammen-geschraubt, verpackt.

Zu dem Zeitpunkt haben die Komponenten 27 880 Kilometer zurückgelegt, zwei Drittel des Erdumfangs.

Philips ist ein niederländischer Konzern. Aber unter etwa 120 Leuten, die man auf einer Reise durch das Karussell der Kulturen und Kontinente trifft, sind gerade mal zwei Niederländer. Der Vorarbeiter im amerikanischen Snoqualmie stammt aus Gambia. Bernard Lim Nam Onn, der Chef in Zhuhai, ist Chinese, aber in Malaysia geboren und in Singapur aufgewachsen. Es gibt Iren, Ukrainer, Inder, Kambodschaner, Vietnamesen, Thailänder. Globalisierung schafft überall auf der Welt neue Biografien und verzahnt sie.

Während Mary-Ann Cole im Jeepney sitzt, unterwegs zum Bus-Sammelpunkt, wo um 4.45 Uhr der Firmenbus ablegt – währenddessen ist es in Klagenfurt Viertel vor elf abends, des Vortages wohlgeerntet, und Peter Heindl, Ingenieur beim Klagenfurter Philips-Werk, packt seinen Rucksack für den nächsten Tag. Er fährt bei fast jedem Wetter mit seinem Trekking-Rad zur Arbeit, von der Wurzelgasse bis in die Königberger Straße sind es knapp vier Kilometer, er schafft die Strecke in weniger als 15 Minuten.

Heindls Frau kriegt sehr bald ein Baby, und er selbst hat den Job seines Lebens. Er ist ein ausgezeichnete Ingenieur, das sagen jedenfalls seine Vorgesetzten, und er hat immer gern gespielt und verrückte Dinge gebaut, das sagt er selbst. Also leitet er das Testlabor, wo sie Maschinen entwerfen, um aus-zuprobieren, wie oft ein Rasierapparat aus dem ersten Stock fallen kann oder wie lange eine Zahnbürste am Nordpol durchhält. Im Klimaschrank „Libyen“ herrscht Wüstenklima, im Regenschrank wird die Zahnbürste jahrelang im Schwülen gehalten.

Peter Heindl und Mary-Ann Cole sind sich nie begegnet. Aber wenn Heindl in seinen Tests etwas auffallen sollte, was auf Fehler an den Platinen zurückzuführen ist, könnte die philippinische Zulieferfirma Integrated Microelectronics Inc. (IMI) den Auftrag verlieren –

und Mary-Ann würde wahrscheinlich arbeitslos. Ihre billige Arbeitskraft wiederum gestattet dem Global Player Philips, sich für die Entwicklungs- und Testlabors in Klagenfurt teure, kreative Leute einzukaufen. Leute wie Heindl, die spielen dürfen, damit sie auf gute Ideen kommen.

Während Heindl ins Bett geht, sitzt in Renton, an der amerikanischen Westküste, Wayne Millage an seinem Schreibtisch. Er trägt ein kurzärmliges Hemd, es ist einer der seltenen Tage, an denen in Seattle die Sonne scheint. Er ist 47 Jahre alt, hat kluge braune Augen, er spricht schnell, denkt schnell und hat fünf Jahre im französischen Metz gelebt. Sein Englisch hat einen Akzent, der in Seattle ziemlich cool wirkt.

Renton liegt im Osten von Seattles Downtown. Ein gesichtsloser Stadtteil mit einem Industriegebiet längs der 27. Straße. Hier liegt die vereinte Karton- und Verpackungsfirma Allpak/Trojan, benannt nach der Einpackidee, mit der die Griechen früher ihre Soldaten in fremde Städte schmuggelten. Es ist früh am Nachmittag, eigentlich ist es Lunch-Zeit. Aber Wayne hat sich wie immer nur bei „Starbucks“ an der Pine-Lake-Mall einen großen Kaffee geholt, ohne Zucker, dazu schiebt er sich Weintrauben in den Mund, für später

hat er zwei Bananen dabei. Es ist sein Mittagessen.

Wayne steht jeden Morgen um Viertel nach fünf auf, um halb sechs ist er im „Pine Gym“, eine Stunde Konditions- und Krafttraining, um sieben sitzt er geduscht und rasiert am Schreibtisch. Er führt 247 Mitarbeiter, isst bis zum Abend nur Obst, trinkt Bier oder Wein allenfalls am Wochenende. Sein Vater war Luftwaffen-Offizier.

Seine Finger liegen auf der Laptop-Tastatur, er liest den Monatsbericht, den ihm Les, sein Finanzchef, gemailt hat. Sie haben eine neue Druckmaschine gekauft, bei Koenig & Bauer in Würzburg, eine „Rapida 142“, die dreimal so schnell ist wie die japanische Maschine, die sie bisher haben. Wayne will expandieren.

Er ist der Mann fürs Große, für die Visionen. Seine Firma ist mit der Computerindustrie gewachsen, zu den Kunden von Allpak/Trojan gehören Intel, Microsoft, die anspruchsvollsten Kunden der Westküste.

„Die Zahnbürste ist nicht nur eine Zahnbürste. Und unsere Schachtel ist viel mehr als eine Schachtel“, sagt er. „Wir drucken jetzt in sieben Farben, zu den üblichen vier Farben kommen zwei Metalltöne, eine Laminatbeschichtung, dazu Prägedruck – wir machen die anspruchsvollste Schachtel der Welt. Sie muss perfekt sein, wir müssen der Schachtel eine Stimme geben.“

Wayne, so eine Schachtel wird doch ohnehin weggeschmissen. Sieben Druckfarben, Prägedruck, wozu der Aufwand?

„Weil sich die Welt geändert hat.“

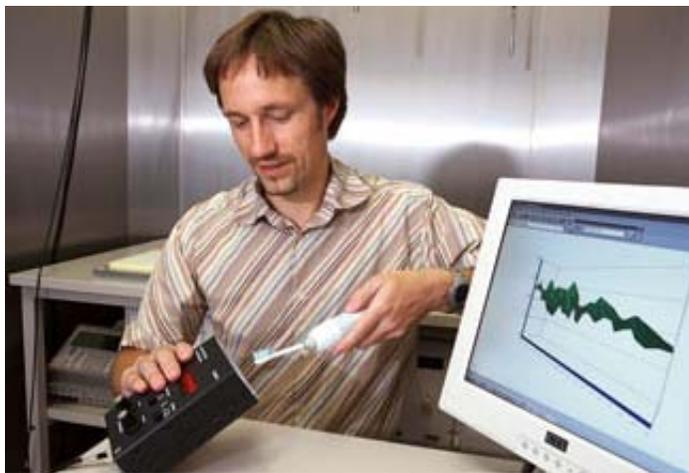
Was heißt das?

„Es gibt keine Verkäufer mehr in den Supermärkten und Kaufhäusern. Der Konsument geht allein an den Regalen entlang. Die Käufer verhalten sich anders. 70 Prozent aller Käufe, zumindest in den USA, geschehen ungeplant. Aber wo wird er zugreifen? Und weil es keinen Verkäufer mehr gibt, der sagt, hey, Mister, kaufen Sie doch eine Zahnbürste für 120 Dollar – darum brauchen wir die Schachtel. Damit sie zum Konsumenten spricht, überall auf der Welt. Und zwar in Sekundenbruchteilen. Entweder der Konsument kauft spontan – oder nie. Wenn er nicht zugreift, schmeißt die Supermarktkette das Produkt wieder aus den Regalen. Und dann hat Philips ein Problem, und dann habe ich ein Problem.“

Am Stadtrand Manilas geht das Gewitter jetzt genau über dem offenen Sammeltaxi nie-

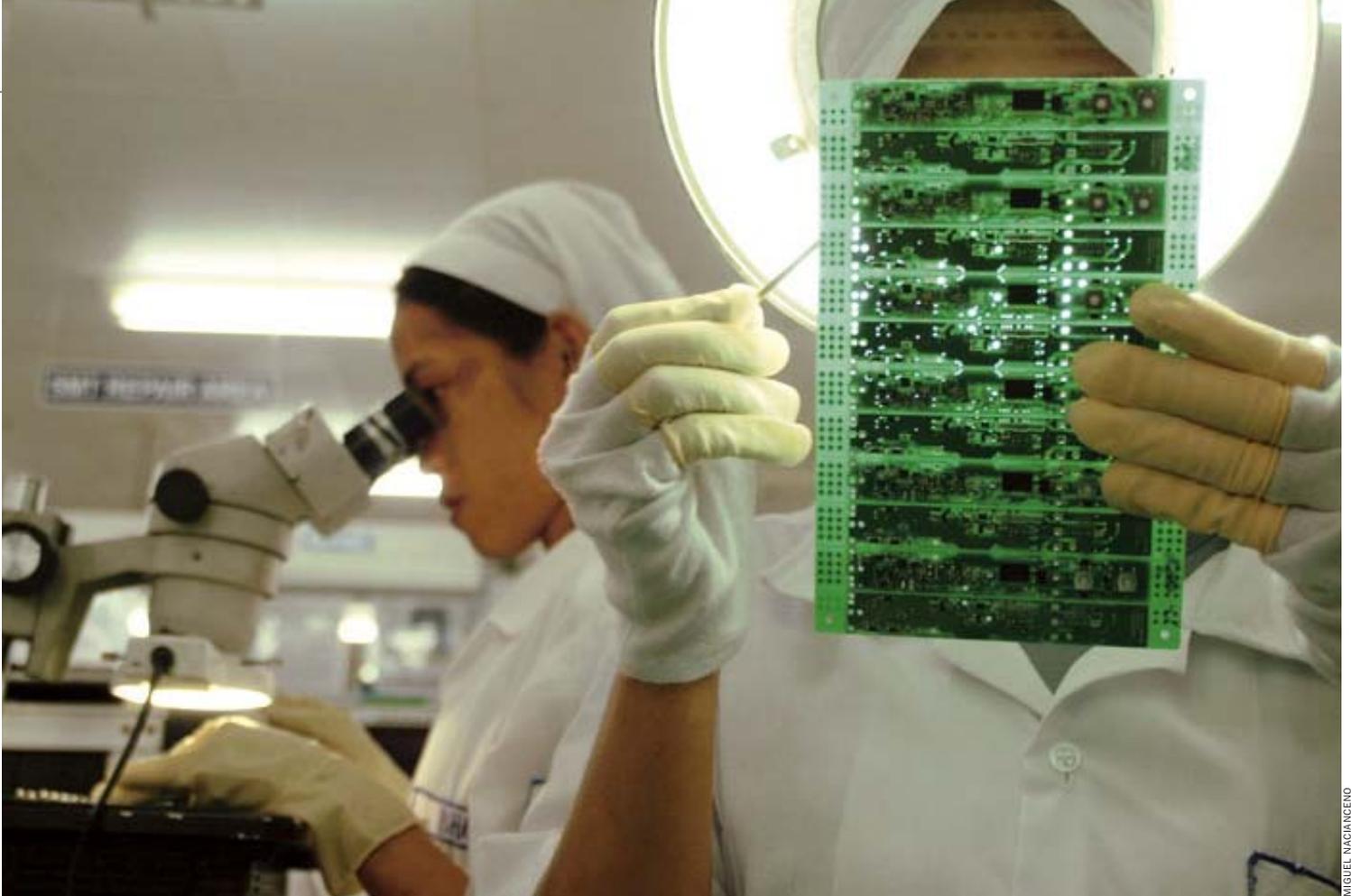


Arbeiterin Cole in Manila: *Ins Jeans-Business eingestiegen*



Testingenieur Heindl in Klagenfurt: *Was hält die Bürste aus?*

TONI ANZENBERGER / ANZENBERGER (U.); MIGUEL NACIANGENO (O.)



MIGUEL NACIANGCO

Platinen-Check bei IMI in Manila: *Eine Welt ohne hässliche Arbeitskämpfe*

der, in dem Mary-Ann zum Sammelpunkt fährt. Der Regen klatscht durch das fensterlose Wägelchen, sie hat immer eine kleine Plastikplane dabei, sie wickelt sich ein. Im vergangenen Jahr war sie „Mitarbeiterin des Jahres“, keine Minute zu spät, keinen Tag krank. Die Urkunde hängt in ihrem Zimmer, das sie mit ihren Schwestern teilt. Wenn sie vor der Urkunde steht, denkt sie: Das bin ich.

Im Kosmos eines Global Player, wie Philips mit 160 900 Angestellten in mehr als 60 Ländern, gibt es Anreize für jeden und eine eigene Sprache, ein Neusprech aus Englisch, Spanisch und Chinesisch, ein Gemisch aus Abkürzungen, Tarn- und Militärbegriffen.

Die „Essence“, das Vorläufermodell der „Elite“, wird Chamäleon genannt; das Codewort für die „Intelliclean“, die nächste Generation mit integrierter Zahncreme, ist „Onyx“ – und die Ingenieure mögen es gar nicht, wenn man das Ding beim richtigen Namen nennt, es ist ein bisschen wie bei der CIA.

Man kämpft an der Kundenfront. Plant Rochaden, startet einen Marketingfeldzug. Der Konzern ist in fünf Divisionen aufgeteilt, zur Division für Haushaltsgeräte und Körperpflege gehören Rasierer, Wasserkocher, Staubsauger, Bügeleisen, Toaster, Kaffeemaschinen – und die Zahnbürste. Die Brigade hat einen klinisch klingenden Namen, „Oral Healthcare“, was sich auf Visitenkarten gut macht, die Verkaufsver-

treter müssen mit Zahnärzten ins Geschäft kommen.

Die Sprache spiegelt die Stimmung im Apparat. Man redet schnell, bewegt sich rasch, „shootet“ E-Mails, auch wenn der Kollege am anderen Ende des Großraumbüros hockt. In vier von fünf Niederlassungen machen sie regelmäßig „Kaizen“, der Begriff stammt aus dem Japanischen, die Abteilung zerbricht sich einen Tag lang den Kopf darüber, wie sie billiger, besser werden könnten.

Die Konkurrenz ist hart, auch im hochpreisigen Segment: Es gibt die „3D Excel“ von Braun, die ebenfalls ausgezeichnete Beurteilungen bekommt, die „Interplak“, die „Dentasonic“, die „Waterpik Sonic Speed“, und die Trends, nach denen sich ein Kunde für dies oder jenes Modell entscheidet, sind kaum vorherzusehen. Selbst in einem Riesenladen wie Philips, mit einem Umsatz von 30,3 Milliarden Euro, muss eine unbedeutende, kleine Zahnbürste Gewinn einspielen.

„Wenn nicht, wird die Sparte aufgelöst“, sagt ein Manager.

Etwa 300 Millionen Menschen auf der Welt, schätzt man bei Philips, benutzen bereits eine elektrische Zahnbürste. An die 900 Millionen Menschen können es in fünf bis zehn Jahren sein, das Gesundheitsbewusstsein nimmt zu, das Produkt schmeichelt dem Statusgefühl, es hat ein Hightech-Appeal – die Differenz zwischen 300 und 900 Millionen ist der Auftrag.

Der Kampf kann nur weltweit gewonnen werden.

Die Philips-Leute hatten einen entscheidenden Vorteil für die globale Ausrichtung des Geschäfts, sie waren Newcomer – sie haben die Zahnbürste nicht erfunden, sondern gekauft.

Im Sommer vor fünf Jahren übernahm Royal Philips Electronics N.V. die Optiva Corp., eine Firma aus dem ehemaligen Holzfällerstädtchen Snoqualmie. Vom Finanzvolumen her war es, als ob ein Blauwal eine Sardine schluckte. Optiva war zwar im US-Markt gut positioniert, spielte aber global keine Rolle: 600 Mitarbeiter, ein bescheidener Umsatz von 175 Millionen Dollar.

Chef und Besitzer der Sardine war ein Mann namens David Giuliani, ein Mann mit listigen Augen, ein Mann mit Millionen auf dem Konto, der dennoch selbst in einen Klempnerladen fuhr, um einen Dichtungsring für fünf Cent zu erstehen – und der sich dann tagelang darüber freuen konnte. Seine Erfindung, die Optiva-Bürste, war originell: kein Motor, der den Bürstenkopf rotieren lässt. Sondern eine Induktionsspule, durch die Strom fließt, wodurch zwei kleine Magneten in Vibration versetzt werden. Die Schwingung wird über zwei lasergeschnittene Stahlblätter auf den Bürstenkopf übertragen, ein sonores Zittern, etwa 31 000-mal in der Minute.

Giuliani, heißt es, verbrachte viel Zeit in der Produktionshalle, an den Fließ-

bändern, und er kannte seine 600 Mitarbeiter beim Namen, aber natürlich zögerte er keine Sekunde, sie an Philips zu verkaufen – um angeblich, wie es heißt, die Millionen sofort in ein neues Projekt zu stecken.

Philips stockte die Zahl der Mitarbeiter auf, suchte nach neuen Zulieferern – nach billigeren, außerhalb der USA. Die Scouts schwärmten aus. Da war IMI in Manila, die mit 0,036 Cent pro Platine alle anderen Konkurrenten ausstachen. Da gab es PI Electronics in Shenzhen, für die Kupferspulen. Man baute ein schlagkräftiges Marketing auf.

Als Standort blieb das Städtchen Snoqualmie erhalten. Im alten Kern, entlang der Hauptstraße, ist der Ort immer noch charmant und verschlafen, 102 Jahre alt, mit nach Patschuli riechenden Souvenirshops und einem Eisenbahnmuseum, gewidmet den tapferen bärtigen Pionieren der Vergangenheit. Wenige Autominuten oberhalb, an der South-East-Center Street, rund um das Philips-Werk, ist alles neu, sauber, glatt, es gibt eine italienische Espresso-Bar, die Immobilienpreise sind explodiert, weil hier die Pioniere der Zukunft arbeiten.

Wenige Monate bevor Philips das Werk kaufte, trat Mamadou Kolley aus Gambia seinen Job an. Er war damals erst 38, fühlte sich aber älter. Er hatte ein hartes, enttäuschungsreiches Leben hinter sich. Der Einstieg bei Optiva sollte seine große Chance sein. Die Übernahme durch Philips machte ihm Angst.

Gambia ist ein Miniaturland, jedenfalls nach afrikanischen Dimensionen. Ein schmaler Landstreifen an der Westküste, entlang dem Gambia-Fluss, an drei Seiten vom Senegal umschlossen. In dem Dorf Dimbaja, südlich der Hauptstadt Banjul, kam Mamadou Kolley zur Welt, als Sohn eines Erdnussbauern. Er hatte Glück: Seine Eltern hatten bei Kind Nummer zehn begriffen, dass Erziehung wichtig ist, sie schickten Mamadou zur Schule und später aufs College.

Er war ein Musterschüler, 1980 schaffte er es mit einem Stipendium in die USA, zunächst nach Laurenburg, North Carolina. Tagsüber ging er aufs amerikanische College, nachts schuftete er in Druckereien, schlief vorzugsweise im Bus und war entsetzlich einsam. Aber er hatte begriffen, dass die Welt sich verändert, dass man heute lernen muss, um morgen nicht unterzugehen. Er bemühte sich, fünfmal am Tag zu Allah zu be-

ten, und er rührte niemals Bier und keine Zigarette an.

Nach der Übernahme durch Philips wurde Mamadou Vorarbeiter, zuständig, je nach Schicht, für 45 bis 75 Arbeiterinnen, die an der Lasersäge stehen oder Platinen in die Griffe einsetzen. Es ist ein internationales Proletariat, und Mamadou ist ein globaler Vorarbeiter. Bei den Russinnen bedankt er sich mit „Bolschoi spassiba“, die koreanischen Arbeiterinnen begrüßt er mit „An Yong Schimny Ka“, und falls jemand aus Ghana oder Nigeria kommt, spricht er auch Mandinka, Wolof, Fula, Yola und Serere. Er hat ein Haus in Kent, am Highway 18, er ist mit Senabu verheiratet, die aus Gambia stammt wie er, sie haben zwei Töchter. Er hat es geschafft. Alles ist wunderbar.

Nur Mamadou Kolley ist nicht glücklich.

Der Mann, der vor der Armut in die USA floh, der in seinem Heimatdorf ein Wundertier und für seine neun älteren Geschwister der Star ist, will wieder nach Afrika. Er hat in der Stadt Serekunda ein Grundstück gekauft. Das Haus wird etwa 50 000 Dollar kosten, einer seiner Brüder kümmert sich darum. Vor wenigen Wochen hat Mamadou 28 Aluminiumfenster und -türen, dazu eine zerlegte Küche, Badezimmerarmaturen in einen Container gepackt und nach Serekunda verschickt.

Mamadou, wie viele Zahnbürsten verlassen das Werk an einem Tag?

„Die Zahl schwankt, inklusive Ersatzköpfe zwischen 10 000 und 27 000 Stück.“

Haben Sie selbst eine?

„O ja, meine Frau, ich, sogar Bintou, unsere älteste Tochter. Die Zahnbürste ist prima, wirklich.“

Und in Ihrem Heimatdorf?

„Dort ist es der Witz des Jahrhunderts, wenn ich davon erzähle. Wir haben ja nicht mal Strom.“

Warum wollen Sie zurück?

„Es ist nicht gut, was Amerika mit den Menschen macht. Jeder ist einsam, alles dreht sich nur um den Dollar. Kapitalismus und Globalisierung sind nicht gut für Menschen.“

In zweieinhalb Jahren soll Mamadous Haus fertig sein. In zweieinhalb Jahren will er das System verlassen, das er vor 25 Jahren unbedingt betreten wollte. Amerika sei in diesem Vierteljahrhundert härter geworden, sagt er, vielleicht ist auch Mamadou weicher jetzt, zumal seine 28 Türen und Fenster schon bald in Serekunda sind.

In den zweieinhalb Jahren, die er noch da ist, könnten er und seine Kollegen in Snoqualmie erleben, wie die Produktion sukzessive nach China ausgelagert wird. Eine Arbeiterin in Mamadous Team verdient, je nach Position am

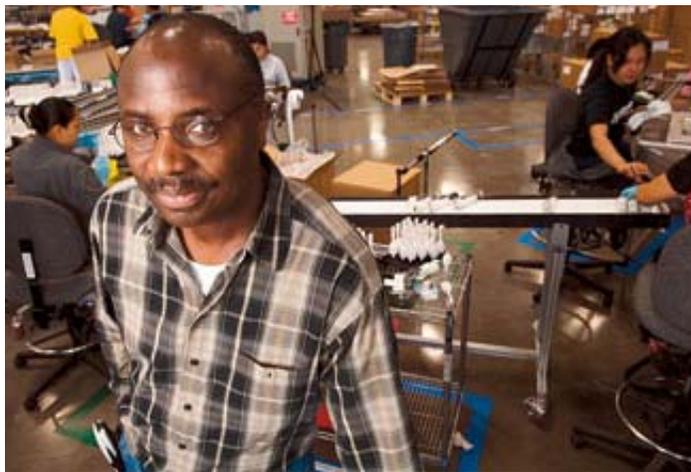
Fließband, zwischen 9 und 14 Dollar die Stunde. Ein chinesischer Arbeiter bringt etwa 1000 Renminbi monatlich heim, etwa 100 Euro, der Stundenlohn liegt also bei 60 Cent. Es ist ein Zwanzigstel.

Die neue Konfliktlinie der globalen Welt verläuft nicht mehr zwischen Kapital und Arbeit, sondern zwischen Arbeit und Arbeit, zwischen Kapital und Kapital, vielleicht auch zwischen Philips und Philips.

Die Produktion des etwas billigeren Modells „Essence“ wird im nächsten Monat größtenteils nach Zhuhai verlegt, wo sie bislang vor allem Rasierapparate zusammensteckten. Angeblich soll die Belegschaft in Snoqualmie nicht reduziert werden – aber bestimmt auch nicht aufgestockt. „Wir müssen sparen“, sagt ein Manager.

Für Bernard Lim Nam Onn, der von Juli an der neue Boss im Werk von Zhuhai sein wird, ist die neue Produktion die Chance.

Während Mamadou Kolley seine Nachtschicht vorbereitet, geht für Bernard Lim Nam Onn ein langer Arbeitstag zu Ende. Quan fährt vor, sein Fahrer, Bernard Lim Nam Onn steigt in den Fond des Mittelklasse-



Vorarbeiter Kolley in Snoqualmie: Zurück nach Afrika



Manager Lim Nam Onn in Zhuhai: China vorwärts bringen

GERHARD JOREN / AGENTUR FOCUS (U.); DAN LAMONT (O.)



GERHARD JOREN / AGENTUR FOCUS

Produktion im chinesischen Shenzhen: *Globalisierung ist weiblich*

Buick und klappt seinen Laptop auf. Er war heute in Shenzhen, bei PI Electronics, dem Zulieferwerk, wo die Spulen für die Zahnbürste gewickelt werden, außerdem hatten sie als KE, als Key Event, ein langes QAM, ein Quality Assurance Meeting, dieses Thema genießt momentan unter den chinesischen Ingenieuren und Managern HP, hohe Priorität. Wie kriegen sie es hin, die Qualität der Platinen selbst zu testen? Bisher mussten sie produzieren und die Beurteilung anderen überlassen.

„Aber das mögen wir nicht“, sagt Bernard Lim Nam Onn.

Er ist ein kleiner, schmaler Mann mit einer bunten Seidenkrawatte, 41 Jahre alt, junges Gesicht, ein Geschöpf der Globalisierung wie Mamadou. In Malaysia geboren, Maschinenbaustudium im schottischen Glasgow, ein Protestant, seine Diplomarbeit schrieb er über hydraulische Systeme. Seufzend erzählt er, vielleicht hätte er lieber Philosophie studiert – aber er brannte vor Ehrgeiz, er wollte sich Wissen erwerben, das gebraucht wird.

Seit drei Jahren ist er in China. Er imitiert gewissenhaft die Gepflogenheiten amerikanischer Manager: Er spielt Golf, obwohl es ihm schwer fällt, er trägt von montags bis donnerstags eine Krawatte, am Freitag geht er „casual“, auf seinem Handy hat er das Thema aus Mozarts „Kleiner Nachtmusik“, und wenn er Einstellungsgespräche führt, fragt er die Leute nach dem großen Ziel ihres Lebens, so

wie es in den Manager-Lehrbüchern steht. Seine Frau hat er bei Philips kennen gelernt, sie war Sekretärin, jetzt verbringt sie viel Zeit damit, die kleine Wohnung stilvoll einzurichten. Er arbeitet zehn bis zwölf Stunden am Tag.

Warum sind Sie so fleißig, Bernard?

„Für meine Karriere, aber auch für mein Land. Es ist sehr, sehr wichtig, dass sich China entwickelt.“

Wollen die Chinesen die Welt beherrschen?

Er sieht aus, als ob er ja sagen möchte, aber die Frage macht ihn doch misstrauisch.

„Beherrschen? Ich würde lieber sagen, wir wollen im globalen Konzert eine wichtigere Rolle spielen.“

Die Fahrt vom Werk nach Hause dauert eine halbe Stunde, in dieser Zeit verfasst er einen Kurzbericht über seinen Besuch bei PI Electronics und ein halbes Dutzend Mails. In seinem Apartment in der Nam-Ping-Straße am Stadtrand Zhuhais duscht Bernard, dann zieht er eine Shorts und ein T-Shirt über, setzt sich in sein Büro und schickt die E-Mails ab. Seine Frau hat das Abendessen gekocht: Fisch, Rind, Gemüse, als Getränk eine salzige Suppe. Nach dem Essen hilft er den Tisch abzuräumen, anschließend geht er mit seiner Frau eine Stunde lang spazieren, anschließend liest er online die „Financial Times“ und die „Straits Times“, die Singapur-Ausgabe.

So macht er es jeden Tag.

„Man arbeitet am besten, wenn man eine Routine entwickelt“, sagt er.

Anders als sein Kollege Mamadou zweifelt Bernard Lim Nam Onn keine Sekunde am Segen der Globalisierung – er hat täglich vor Augen, wie die Städte aufschließen, wie zufrieden die Menschen sind, weil sie einen Job haben, einen Sinn. Und das China, in dem die Erinnerung an die letzte Hungersnot noch wach ist. Mit 45 will Bernard Lim Nam Onn bei Philips aufhören und dann sein eigenes Business anfangen und richtig reich werden.

Warum setzt sich die Globalisierung durch, Bernard?

„Sie ist ein ökonomisches Gesetz. Wie die Evolution ein Naturgesetz ist. Die beste Qualität, der beste Preis siegen.“

Sind die Europäer die Dinosaurier der Globalisierung?

„O nein! Ich bewundere die europäische Technik, es gibt noch so viel zu lernen.“ Aber er lächelt. Vielleicht gefällt ihm die Vorstellung, dass ein Europäer Angst hat vor China, es geht voran.

Und in viereinhalb Stunden muss in Manila Mary-Ann Cole aufstehen, leise, um ihre Schwestern nicht zu wecken, mit denen sie sich das Bett teilt.

Im nächsten Heft: Das Unbehagen über den grenzenlosen Kapitalismus wächst, weltweit wird der Ruf nach neuen Regeln für die Weltwirtschaft laut.