

## Südafrika heute - die neue Mittelklasse

zur Besprechung:

„DIE BLACK DIAMONDS“ (Renate Wilke-Launer)®

Immerhin ist in den vergangenen 16 Jahren eine schwarze Mittelschicht gewachsen - sei es durch Eigeninitiative oder mit dem Schub durch gezielte Bevorzugung. Wie groß sie ist, darüber gehen die Meinungen je nach Definition von Mittelklasse weit auseinander. Ein Indikator ist die wachsende Zahl schwarzer Manager und Professionals in der Wirtschaft: Sie ist von 216.772 (1995) auf 651.864 (2008) gestiegen.

Die Statistikbehörde *Statistics South Africa* brachte 2009 eine vergleichende Untersuchung über die Mittelschicht heraus. Sie nahm die Wohnverhältnisse als Maßstab: eine reguläre Unterkunft mit Wasseranschluss, Toilette, Strom für Beleuchtung und zum Kochen, einen Telefonanschluss oder ein Handy.

Darüber verfügten

1998-2000 im Schnitt 23 Prozent der Bevölkerung,

2004 bis 2006 waren es 26 Prozent.

Während Weiße (85 Prozent) und Asiaten (75 Prozent) durchgängig in diese Gruppe fielen, stieg der Anteil bei den *Coloureds* in dieser Zeit von 41 auf 48 Prozent und bei den Schwarzen von 15 auf 22 Prozent.

Damit gab es 2006 so viele schwarze Mittelschichthaushalte wie weiße;

2010, so die damalige statistische Hochrechnung, sollte die Mehrheit aller Mittelschichthaushalte zur schwarzen Bevölkerung gehören.

---

© **Renate Wilke-Launer (Hrsg.): SÜDAFRIKA: Katerstimmung am Kap.** Mit Beiträgen von Neville Alexander, Ivor Chipkin, Imraan Coovadia, William Gumede, Jonathan D. Jansen, Antjie Krog, Moeletsi Mbeki, Njabulo S. Ndebele, Mamphela Ramphele, Jonny Steinberg. Frankfurt/M: Brandes & Apsel Verlag GmbH. 2010 (250 Seiten); ISBN 978-3-86099-644-7 (Seiten 74 - 78)

zur Besprechung:

['Liberation Processes in pre- and post-colonial Southern Africa \(LiPSA\)'](http://www.benkhumalo-seegelken.de/suedafrika.html)

<http://www.benkhumalo-seegelken.de/suedafrika.html>

28.02.2011

Wirtschaftlich aber ist die Gruppe der Weißen immer noch am besten gestellt: Drei Viertel geben im Monat mehr als 2500 Rand aus, bei den Asiaten sind es 56 Prozent, bei den *Coloureds* 53 und bei den Schwarzen 32 Prozent.

Ganz anders sieht die Konsumforschung die schwarze Mittelschicht. Professor John Simpson, Leiter des *Unilever Institute of Strategic Marketing* an der Universität von Kapstadt, bezeichnet sie als *Black Diamonds*. Er bezifferte sie 2008 auf drei Millionen Menschen. Im Vergleich zum Vorjahr sei diese Gruppe um 15 Prozent gewachsen. Sie soll über eine Kaufkraft von 250 Milliarden Rand verfügen, 70 Milliarden mehr als noch 2007. Die Kaufkraft der drei Millionen *Black Diamonds* macht nach Angaben der Autoren 67 Prozent der schwarzen Kaufkraft aus und entspricht inzwischen der der Weißen.

Die Marktforscher unterscheiden vier Typen von *Black Diamonds*:

die *Mzansi Youth* - 580.000 junge Erwachsene, meist Studenten zwischen 18 und 24, die etwas werden sollen und wollen;

die *Start-Me-Ups* - 630.000 überwiegend männliche Personen mit steigendem Einkommen, die zwischen 25 und 29 sind und schon erste Schritte auf der Karriereleiter hinter sich haben;

die *Young Families* - 710.000 Menschen, die Eltern sind, jeder zweite von ihnen alleinerziehend und deshalb überwiegend weiblich -, die Job und Familie unter einen Hut bringen müssen;

und die *Established People*, mit 1.080.000 Menschen die größte, etablierteste und bei weitem kaufkräftigste Gruppe.

Die Definition dieser Gruppen richtet sich nicht allein nach der Kaufkraft, sondern schließt - so Neil Higgs von *TNS Research Surveys* - klassisch-soziologisch auch Hoffnungen, Ziele, Herkunft und Weltsicht mit ein.

Nach einer Studie von Professor Servaas van der Berg und Sihaam Nieftagodien vom *Bureau of Economic Research* der Universität Stellenbosch wird das Kaufverhalten dieser Haushalte durch den bisherigen Mangel an Konsumgütern geprägt. Hier besteht ein großer Nachholbedarf. Insoweit unterscheidet sich die schwarze südafrikanische Mittelklasse von der in anderen Ländern. Viele Menschen verschulden sich für den Kauf von Wohneigentum, Autos, Elektrogroßgeräten und Unterhaltungselektronik.

So unterschiedlich die einzelnen Gruppen auch sind, eint sie das Bedürfnis nach Besitz und Wohlstand. Das halten sie, so die Befragung von 4500 *Black Diamonds* in sieben Metropolregionen, für ihr gutes Recht; ein schlechtes Gewissen und Entschuldigungen sind ihre Sache nicht. Sie orientieren sich an Menschen aus bescheidenen Verhältnissen, die »es geschafft« haben, wohlhabend geworden sind, und lesen gern entsprechende Berichte.

»Die Wahl des Wohnortes und des Hauses sowie dessen Einrichtung wird davon bestimmt, zu zeigen, dass man erfolgreich ist«, sagt Professor Simpson. 47 Prozent der *Black Diamonds* leben in den *suburbs* genannten Stadtteilen. Trotzdem fühlen sie sich aber den *townships* weiter verbunden; sie sind eher aus pragmatischen Gründen weggezogen (bessere Einkaufsmöglichkeiten, bessere Schulen, mehr Sicherheit). Viele würden weiter in den *townships* leben, wenn es dort passende Immobilien gäbe und eine bessere Infrastruktur. Zwei von drei Befragten haben kürzlich Freunde in den *townships* besucht. An den Wochenenden kann man dort vor den Restaurants und Kneipen flotte Sportwagen und Mittelklassefahrzeuge parken sehen.

Die gerade Aufgestiegenen haben aber auch Sorgen, denn viele Anschaffungen wurden über Kredit finanziert. 2009 wurden in Südafrika 2,33 Millionen Titel gegen säumige Schuldner erwirkt, 410.0000 mehr als 2008. Allein die *Nedbank* bilanzierte uneinbringbare Kreditschulden in Höhe von 27 Milliarden Rand. Die Regierung hat der allzu unverantwortlichen Kreditvergabe mit dem *National Credit Act 2007* einen Riegel vorgeschoben. Im Konsumboom zwischen 2003 bis 2007 war die Verschuldungsquote der privaten Haushalte auf 83 Prozent geklettert, jetzt liegt sie bei 79 Prozent.

Im Unterschied zu der eher eine untere Mittelschicht beschreibenden statistischen Analyse von *SA Stats* und der glamourös übertreibenden Präsentation der Konsumforschung sah das *Institute of Race Relations (SAIRR)* 2007 nur eine sehr viel kleinere Kerngruppe von 322.000 Menschen als »richtige« Mittelschicht: Menschen, die 12.000 Rand und mehr im Monat verdienen. Über so viel müsse man schon verfügen, so Arrie Rautenbach von der ABSA-Bank, wenn man das Haus abzahlen, die Autoraten und das Schulgeld aufbringen, et was sparen und auch noch genug für die angenehmen Dinge wie Reisen, Restaurant-, Theater- und Kinobesuche übrig haben wolle. Diese Gruppe ist aber seither offensichtlich gewachsen. Nach einer 2.009 veröffentlichten Analyse des *Bureau of Market Research (BMR)* der *University of South Africa* stieg die Zahl der schwarzen Haushalte mit einem Jahreseinkommen zwischen 100.000 und 200.000 Rand bis 2009 kräftig an, so dass sie in dieser Einkommensgruppe jetzt 57 Prozent ausmachen.

Die *Black Diamonds* geben ihr Geld nach eigenen Angaben am liebsten in Shopping Malls aus. Ihre Zahl hat sich innerhalb weniger Jahre verdoppelt. Jede mittlere Stadt, jeder größere *suburb* und inzwischen auch die *townships* im Land haben eigene Shopping Malls. Kaum eine Woche vergeht, in der nicht irgendeine Renovierung, der Aus- und Umbau einer vorhandenen Einkaufsmeile oder ein neues Zentrum angekündigt wird. Nachdem 2003 eine Studie der Stadt Johannesburg für Soweto ein hohes Kaufkraftpotential ermittelt hatte, wurden dort mehrere große Malls gebaut. Die Mall-Manie geht soweit, dass, wann immer irgendeine Gegend modernisiert werden soll, ein Einkaufszentrum dazugehört. Ende 2009 wurde angekündigt, dass Welkom, die Bergarbeiterstadt im Free State, mit ihrem in die Jahre gekommenen Stadtzentrum durch eine neue Mall wieder attraktiver werden soll. Und wenn eine Region gefördert werden soll, gilt dies auch: In Polokwane legte Bürgermeister Thabo Makunyane im Oktober 2009 den Grundstein für die riesige *Mall of the North*, die 2011 ihre Pforten öffnen soll.

Für die Bürgermeister und viele Bürgerinnen und Bürger sind Malls Sinn bild von »Entwicklung«: mit dem Auto zu erreichen, mit ausreichend Parkmöglichkeiten und von Sicherheitspersonal bewacht. In einer Gesellschaft, in der sich die Besserverdienenden grundsätzlich mit dem Auto fortbewegen, es in den Großstädten kaum sichere Orte zum Flanieren gibt und in der viele bis her Benachteiligte gern am »modernen« Leben teilhaben möchten, sind Malls heute Symbol von Fortschritt und ein beliebtes Ausflugsziel. Aus Anlass der Eröffnung der *Jabulani Mall* in Soweto erklärte einer der Investoren sogar, man sei »besonders stolz darauf, dass so viele Menschen durch den Bau dieser Mall *empowert*« worden seien.

Doch die Malls bringen nicht nur Komfort und Erlebnisgastronomie, sie zerstören auch Existenzen - wie überall auf der Welt. In den *townships* sind das die *spaza* oder *tuck shops* und kleine Geschäftszentren. 100.000 solcher Nachbarschaftsläden gibt es in Südafrika; sie setzen jährlich sieben Milliarden Rand um. Eine Langzeituntersuchung des *Bureau Of Market Research* förderte in Soweto zutage, dass ein Jahr nach der Eröffnung der riesigen *Maponya Mall* in Klipspruit und der *Jabulani Mall* in Jabulani 38,3 Prozent der Kleingewer betreibenden ihre Läden schließen mussten; zwei Jahre später waren es 47,6 Prozent.

Gleichzeitig gab es nur wenige Neueröffnungen. Ähnliche Erfahrungen machten die *mom and pop stores*, die in den Zentren kleinerer Städte über wiegend von Weißen betrieben werden. Auch von ihnen mussten viele bald aufgeben. Wer sich traut, in den Shopping Malls einen Laden zu mieten, wie Mududuzi Nkosi, Inhaber des *Bath House & Hair Beauty Spa* in Dube, hat es schwer: Die Mieten betragen zwischen 30.000 und 35.000 Rand in Monat. Der Quadratmeterpreis ist höher als der für die großen, zu Ketten gehörenden Läden.

Der in Johannesburg lehrende Historiker Jonathan Hyslop vertritt - gestützt auf Befragungen - die These, dass die zunehmende Bereitschaft eines Teils der weißen Südafrikaner, sich als globale Konsumenten zu verstehen, zum Ende der Apartheid beigetragen habe. Ihren *life style* zu erhalten war ihnen irgendwann wichtiger, als die Privilegien (und überkommenen Rigiditäten) der weißen Vorherrschaft zu verteidigen. Sie legten aber Wert darauf, dass die *desegregation* so gestaltet werden sollte, dass sie ihren Mittelklassestandard erhält, dass eine schwarze Mittelklasse zu ihnen aufschließt.

Nun kaufen sie Seite an Seite mit schwarzen Mittelschichtkunden ein. In den Shopping Malls vermischen sich die beiden Gruppen als Konsumenten, als Bürgerinnen und Bürger aber sind sie immer noch weit voneinander getrennt. Noch hat die schwarze Mittelklasse keine einheitliche Identität - manche sehen sich als Elite, andere identifizieren sich weiter mit den durch die Apartheid arm Gehaltenen. Sie haben der Regierung viel zu verdanken, und auch wenn sie mit deren Leistungen sonst unzufrieden sind, sehen sie ihre politische Heimat doch im ANC. Enge Freundschaften mit Weißen sind eher selten.

Noch ist offen, ob die weiße und die schwarze Mittelklasse bald einen gemeinsamen Bürgersinn entwickeln. Vielleicht erst in der nächsten Generation. Aber die erste genießt ihre neuen Möglichkeiten. Der Enthusiasmus, mit dem Rudo Maponga, die bei TNS für die *Black Diamonds* zuständige Marktforscherin, die Ergebnisse präsentierte, spiegelt das eingangs erwähnte Zitat, das Thabo Mbeki für

seine Landsleute ausgewählt hatte: »Das ist schon toll. Wo sonst passiert so etwas noch? Als ich jung war, habe ich davon geträumt, Lehrerin zu werden. Heute haben die jungen *Black Diamonds* den >Mark Shuttleworth Dream<, und nur der Himmel begrenzt ihre Ambitionen. Das sind Leute, die noch als Kind unterhalb der Armutsschwelle gelebt haben; jetzt besitzen sie Autos und Immobilien und haben mit 30 schon einen Managementposten. «

*Renate Wilke-Launer*

## LITERATUR

Schon sehr früh haben sich *Heribert Adam*, *Kogila Moodley* und *Frederik van Zyl Slabbert* nüchtern und klug mit den Fragen der Transformation beschäftigt. *Comrades in Business* ist der Titel ihres 1997 bei Tafelberg erschienenen Buches.

Das Kapstädter *Institute of Justice and Reconciliation* veröffentlicht seit 2004 jedes Jahr ein *Transformation Audit* zu der Frage, inwieweit es gelungen ist, ökonomischer Gerechtigkeit näherzukommen. Das Anfang 2010 erschienene Jahrbuch beschäftigt sich insbesondere mit den Folgen der Rezession, auch der Aufsatz von Lumkile Mondi *BEE is dead! Long Live BEE!*

Das von *Werner Zips* herausgegebene Buch *To BEE or not to be?* geht auf ein großangelegtes Forschungsprojekt der Sozialwissenschaftlichen Fakultät Universität Wien zurück. Die Sozialanthropologen haben am Beispiel der Weinindustrie untersucht, welche Folgen der BEE-Prozess für die in der Kapregion tätigen Menschen hat. Das Buch ist 2008 im LIT-Verlag erschienen.

Das von *Günther Papst* u. a. verfasste *Handbuch Südafrika* (9. Auflage 2010) enthält grundlegende Daten und informiert ausführlich über Politik, Recht, Steuern und Wirtschaft. In diesem Buch gibt es ein eigenes Kapitel über Transformation und *Black Empowerment*. Zu beziehen über: [www.capetown-online](http://www.capetown-online).