



KULTURWISSENSCHAFTLICHES  
INSTITUT ESSEN

---

FORSCHUNGSKOLLEG DER  
UNIVERSITÄTSALLIANZ METROPOLE RUHR

Erweitere Verantwortung des Konsumenten in der  
kollaborativen Ökonomie?

Jahrestagung von IÖW und VÖW, 08./09.03.2012

Dr. Johannes Reidel

# Übersicht

---

- **Wirtschaftsethik, Corporate Social Responsibility und Consumer Social Responsibility**
- **Transnationale Verbraucherklasse und tugendethische Erwägungen**
  - Kleinbürgerliche Tugend der Sparsamkeit
  - Verstandestugend der Klugheit
  - Soziale Tugend der globalen Solidarität
  - Politische Tugend der Zivilcourage
- **Pragmatische Erwägungen einer Konsumentenverantwortung**
  - Erkenntnisse aus Wohlfahrts- und Glücksforschung
  - Agenten des Wandels
  - Techniken rationaler Selbstbindung
  - Partizipative Innovationsprozesse
- **Grundsätzlich: Green New Deal oder Postwachstumsgesellschaft?**

# Wirtschaftsethik, Corporate / Consumer Social Responsibility

---

- Wirtschaftsethik - marktwirtschaftlicher Ordnungsrahmen
- Corporate Social Responsibility
  - OECD Leitsätze, UN-Global Compact, ILO Kernarbeitsnormen, United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights, ISO 26000
  - Bundesregierung verabschiedet „Aktionsplan CSR“, Nachhaltigkeitsrat veröffentlicht „Deutschen Nachhaltigkeitskodex“, CSR Förderprogramm „Gesellschaftliche Verantwortung im Mittelstand“
- Consumer Social Responsibility

# Transnationale Verbraucherklasse und tugendethische Erwägungen

---

- Kleinbürgerliche Tugend der Sparsamkeit
  - Ausschöpfen von Handlungsspielräumen, die die Bequemlichkeit nicht oder kaum einschränken und den Geldbeutel schonen (Beispiele: Ausschalten des stand-by-Betriebs von Elektrogeräten, Leitungswasser anstatt Flaschenwasser)  
-> sparsamer Umgang mit Ressourcen rechnet sich
  - ABER: Im „Geiz ist geil“-Klima scheint der Konsument nur im reduzierten monetären Sinn am Aufstöbern der billigsten Produkte interessiert (ohne die Nutzungsphase zu reflektieren)

# Transnationale Verbraucherklasse und tugendethische Erwägungen

---

- Verstandestugend der Klugheit
  - Einfordern, Nachfragen und Verarbeiten von Informationsangeboten (Holschuld)  
Voraussetzung / Wechselspiel: Produzenten müssen den Produktionsprozess transparent machen (Bringschuld)  
-> Wissen über die Auswirkungen ist nicht nur entscheidend für das, was man von wem kauft, sondern ermöglicht über die größeren Zusammenhänge nachzudenken, etwa wie man sich ernährt, für wen man arbeitet, wo man investiert - letztlich im umfassenden Sinne für welchen Lebensstil man sich entscheidet
  - ABER: Sind die Verbraucher in ihrer Wahrnehmungs- und Verarbeitungsfähigkeit der globalen Zusammenhänge nicht überfordert?

# Transnationale Verbraucherklasse und tugendethische Erwägungen

---

- Soziale Tugend der globalen Solidarität
  - Notwendige Reflexionsleistung, ob der Einsatz der Kaufkraft zur Durchsetzung dessen, was man für richtig und gut hält, in Einklang zu bringen ist
    - > globale Solidarität hat ihren Preis: Mehraufwand (Zeit, Mühe, Geld)
  - ABER: kognitive Dissonanz zwischen Einsicht und Handeln (Mind Behaviour Gap); moralpsychologische Differenz zwischen Nah-/Fernethik

# Transnationale Verbraucherklasse und tugendethische Erwägungen

---

- Politische Tugend der Zivilcourage
  - Aufgeklärter Konsument sieht seine „Konsumfreiheit“ nicht verengt als eine Freiheit an, sein Einkommen nach Belieben auszugeben (Freiheit des Wählens), sondern als eine substantielle Kategorie der verantwortlichen Selbstbestimmung (Freiheit des Wollens)
    - > Bereitschaft zu kooperativem Handeln, indem er Nutzungsalternativen in Anspruch nimmt, die ihm durch Sekundärmärkte und die gemeinschaftliche Nutzung von Gütern wie beim Teilen, Tauschen und Leihen („Nutzen statt Besitzen“)
  - ABER: (Strukturelle) Anreize zur Mobilisierung von Lebensstiländerungen kaum feststellbar

# Pragmatische Erwägungen einer Konsumentenverantwortung

---

- Erkenntnisse aus Wohlfahrts- und Glücksforschung
  - Konsummaximierung macht die Menschen nicht glücklicher: erhöhter materieller Lebensstandard geht - jenseits einer Subsistenzgrenze - zunehmend mit Einbußen an Lebensqualität einher  
Menschen, deren Wertvorstellungen sich um die Akkumulation von Waren zentrieren, werden mit großer Wahrscheinlichkeit (relativ) unglücklich  
-> Emanzipation von Positionsgütern: Güterwohlstand ersetzen durch Zeitwohlstand
  - ABER: „Es tut mir Leid doch ich muss leider gestehen es gibt Dinge auf der Welt die sind - leider geil. Auto's machen Dreck, Umwelt geht kaputt doch 'ne fette neue Karre is' leider geil“ (Songtext von Deichkind)



# Pragmatische Erwägungen einer Konsumentenverantwortung

---

- Agenten des Wandels

- „change agents walk the talk“: Agenten des Wandels sind für die soziale Diffusion nachhaltiger Alltagsroutinen von entscheidender Bedeutung (Vorbildfunktion, Auslöser von Nachahmereffekten)
  - > Nachhaltigkeitskommunikation: Entscheidend nicht Produkt, sondern Lebensstil
- ABER: Wo sind sie? Wer kennt sie? Wer interessiert sich für sie?

# Pragmatische Erwägungen einer Konsumentenverantwortung

---

- Techniken rationaler Selbstbindung
  - Die Idee des libertären Paternalismus ist es, durch moderate Anstöße Änderungen des Verhaltens herbeizuführen, die im (langfristigen) Interesse der Akteure liegen  
Aufgrund der strukturellen und empirischen Defizite der konventionellen Markt- und Verbraucherpolitik ist nachhaltiges Konsumentenverhalten durch eine gezielte Beeinflussung der Entscheidungskontexte erreichbar  
-> Alltagssituationen sind so zu gestalten, dass sie Konsumenten in ihrem Bedürfnis nach mehr Nachhaltigkeit
    - 1. Wege erleichtern (Abbau von Hindernissen),
    - 2. Abwege erschweren (Errichtung von Barrieren) und
    - 3. neue Wege ermöglichen (Entwicklung von Innovationen)
  - ABER: Wer aber ist legitimiert, solche institutionellen und organisatorischen Arrangements zu gestalten?

# Pragmatische Erwägungen einer Konsumentenverantwortung

---

- Partizipative Innovationsprozesse

- Allgemeine Innovationsforschung: Marktnachfrage (market pull), neue Technologien (technology push) und staatliche Regulierung (regulatory push) als Triebfedern von Innovationsprozessen
- Konzepte zur partizipativen und offenen Innovation / Nutzerintegration
- > Demokratisierung von Innovationsprozessen

ABER: Konsequenzen für Institution Markt, Bedeutung von Eigentum?

Wer profitiert? Wer trägt Verantwortung?

# Grundsätzlich: Green New Deal oder Postwachstumsgesellschaft?

---

- Konsumismus-Kritik - lange Tradition
  - „Was einmal den Philosophen [die Lehre vom richtigen und guten] Leben hieß, ist zur Sphäre des Privaten und dann bloß des Konsums geworden, die als Anhang des materiellen Produktionsprozesses, ohne Autonomie und ohne eigene Substanz, mitgeschleift wird“ (Adorno)
- Effizienz
  - Technologischer Fortschrittsoptimismus
  - Beschleunigungseffekte
- Suffizienz
  - Lebensstil: Veränderung der Ansprüche, Werteinstellungen  
notwendig: Veränderung der Infrastrukturen

Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!



**KULTURWISSENSCHAFTLICHES  
INSTITUT ESSEN**

---

**FORSCHUNGSKOLLEG DER  
UNIVERSITÄTSALLIANZ METROPOLE RUHR**