

Hildebrandt, Eckart

Book Part — Digitized Version

Einleitung - auf dem Weg zum ökologisch reflektierten Konsum?

Provided in Cooperation with:

WZB Berlin Social Science Center

Suggested Citation: Hildebrandt, Eckart (1990) : Einleitung - auf dem Weg zum ökologisch reflektierten Konsum?, In: Eckart Hildebrandt (Ed.): Ökologischer Konsum: IÖW-Jahrestagung 1988, ISBN 3-926930-35-7, IÖW, Berlin, pp. 1-3

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/112088>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.



WZB-Open Access Digitalisate

WZB-Open Access digital copies

Das nachfolgende Dokument wurde zum Zweck der kostenfreien Onlinebereitstellung digitalisiert am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung gGmbH (WZB). Das WZB verfügt über die entsprechenden Nutzungsrechte. Sollten Sie sich durch die Onlineveröffentlichung des Dokuments wider Erwarten dennoch in Ihren Rechten verletzt sehen, kontaktieren Sie bitte das WZB postalisch oder per E-Mail:

Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung gGmbH
Bibliothek und wissenschaftliche Information
Reichpietschufer 50
D-10785 Berlin
E-Mail: bibliothek@wzb.eu

The following document was digitized at the Berlin Social Science Center (WZB) in order to make it publicly available online.

The WZB has the corresponding rights of use. If, against all possibility, you consider your rights to be violated by the online publication of this document, please contact the WZB by sending a letter or an e-mail to:

Berlin Social Science Center (WZB)
Library and Scientific Information
Reichpietschufer 50
D-10785 Berlin
e-mail: bibliothek@wzb.eu

Digitalisierung und Bereitstellung dieser Publikation erfolgten im Rahmen des Retrodigitalisierungsprojektes **OA 1000+**. Weitere Informationen zum Projekt und eine Liste der ca. 1 500 digitalisierten Texte sind unter <http://www.wzb.eu/de/bibliothek/serviceangebote/open-access/oa-1000> verfügbar.

This text was digitizing and published online as part of the digitizing-project **OA 1000+**. More about the project as well as a list of all the digitized documents (ca. 1 500) can be found at <http://www.wzb.eu/en/library/services/open-access/oa-1000>.

Einleitung

Eckart Hildebrandt

AUF DEM WEG ZUM ÖKOLOGISCH REFLEKTIERTEN KONSUM?

Der vorliegende Sammelband, der die Beiträge der IÖW-Jahrestagung 1988 enthält, stellt sich die Frage nach der Herausbildung eines historisch neuen Konsum-Typs, des ökologischen Konsums. Um die besonderen Merkmale eines solchen Verbraucherverhaltens zu verdeutlichen, ist es sinnvoll, grob vier Konsumtypen zu unterscheiden. Diese Typen können sowohl als historische Entwicklungsstufen verstanden werden als auch als gleichzeitig nebeneinander existierende Verhaltensweisen von Verbrauchergruppen in einer Gesellschaft.

I. Basis-Konsum

- Befriedigung von Grundbedürfnissen,
- basierend auf lokalen Ressourcen, hohen Anteilen von Eigenarbeit und Warentausch, geringer Produktivität
- gekennzeichnet durch "Genügsamkeit".

II Mengen-Konsum

- Exzessive Ausweitung des Konsums im Bereich erweiterter Grundbedürfnisse
- basierend auf arbeitsteiliger und naturvergessener Massenproduktion, Trennung von Erzeugung und Arbeit, extensive Ressourcennutzung, Externalisierung ökologischer Folgen,
- gekennzeichnet durch "Unersättlichkeit"

III Qualitäts-Konsum

- Auf der Grundlage gesicherter Grundversorgung Verfeinerung des Konsums in Richtung erhöhter Gebrauchswerte, Genußsteigerungen und Statusanhebung,
- basierend auf der Nutzung internationaler Arbeitsteilung, Subsumtion aller Regionen als Waren-tisch für die wohlhabenden Nationen/Schichten, Renaissance handwerklicher Qualitätsproduktion,
- gekennzeichnet durch "Exklusivität"

Der Übergang zu einer vierten Stufe wurde nun nicht allein dadurch verursacht, daß die Exklusivität sich durch die Verbilligung und Vermassung von Luxusgütern neue Bereiche erobern mußte. So sinniert der Kochbuchautor Mecker: "Manchmal kommt es mir so vor, als ob alle einfachen Gerichte von früher heute den höchsten Luxus darstellen. Denn sie waren naturbelassen, etwas, das man heute

teuer bezahlen muß" (Spiegel 41/89, S. 303). Entscheidend dürfte vielmehr sein, daß die tiefgreifenden ökologischen, gesundheitlichen und sozialen Folgen unseres Produktions- und Kulturmodells sichtbar geworden sind, daß sie die eigene Lebensqualität einschränken - auch im Hinblick auf die Verletzungen ethischer Grundorientierungen - und teilweise sogar die angestrebten Konsumeffekte selbst verunmöglichen. Die fundamentale gesellschaftliche Betroffenheit hat zur Herausbildung eines neuen Konsumtyps geführt, den ich

IV. Reflexiven Konsum nennen möchte. Reflexiv bedeutet, daß in die Kauf- und Nutzungsentcheidung der Verbraucher zunehmend die Vorbedingungen der Herstellung des Produkts, aber auch die gesellschaftlichen Folgen des Verbrauchs einbezogen werden. Gegenstand des Bezugs ist der *Produktlebenszyklus*, d. h. alle Stationen eines Produkts vom Rohstoff bis zur Entsorgung oder Deposition einschließlich der Infrastrukturnetze mit allen Eingriffen in ökologische Wirkungsketten. Aber noch weitergehende Kriterien spielen eine Rolle, die eng mit den neuen sozialen und politischen Bewegungen verkoppelt sind wie Friedensbewegung, Frauenbewegung, Initiativen gegen Rassendiskriminierung, gegen Tierversuche etc. Der englische Einkaufsführer "shopping for a better world" von 1989 zählt zehn Kriterien auf:

- Giving to Charity
- Womens Advancement
- Minority Advancement
- Military Contracts
- Animal Testing
- Disclosure of Information
- Community Outreach
- Nuclear Power
- South Africa
- Environment

Daß es sich nicht um einen kurzfristigen, nur intentionalen und minoritären Trend in der Bundesrepublik handelt, bestätigen alle Meinungsumfragen und exemplarischen Wirkungsanalysen, nicht zuletzt das neue Umweltbarometer der Zeitschrift "Natur". Dieser Trend erfordert grundlegende Veränderungen in der Verbraucherpolitik, von denen ich fünf Punkte nur kurz anreißen will.

(1) Auf der Stufe des Mengen-Konsums besteht ein kausaler Zusammenhang zwischen Einkommen und Konsum; das Motiv für Einkommenssteigerungen liegt in erhöhten Konsummöglichkeiten. Der qualitative und reflexive Konsum setzen ein bestimmtes Einkommensniveau voraus, sind aber darüberhinaus definiert durch Auswahlentscheidungen, die sowohl *Zeit* als auch *Information* und *Wissen* erfordern. Damit steigt die Bedeutung der Verbraucherberatung, -bildung und -information, während sich das Lohnmotiv als Zentrum von Gewerkschaftspolitik relativiert. Beim dritten Typ konzentriert sich die Beratung, Bildung und Information allein auf Eigenschaften des Produkts bzw. der Dienstleistung, beim reflexiven Konsum erweitert sie sich auf den gesamten Lebenszyklus und die konsumtive Infrastruktur.

(2) Durch die Thematisierung des ganzen Produktionszyklus tritt der enge Zusammenhang zwischen Produktion, Konsumtion und Infrastruktur wieder stärker hervor, es zeigen sich gemeinsame Interessen unterschiedlicher Akteure und heterogene Bündnisse. Beispielsweise setzt sich inzwischen die Gewerkschaft NGG als Arbeitnehmerorganisation für gesunde Ernährung als Qualitätsprodukt

der Nahrungsmittelindustrie ein, die IG BSE für ökologischen Stadtumbau und werden damit zum potentiellen Bündnispartner von Verbraucher- und Naturschutzverbänden.

(3) Der Verbraucher wiederum ist nicht mehr individueller Konsument mit dem ausschließlichen Ziel der möglichst genußvollen Sättigung, sondern die Erhaltung und Herstellung bestimmter gesellschaftlicher Bedingungen wird Bestandteil des Konsums (Immler spricht von der Wende vom verzehrenden zum erhaltenden Konsum), Umweltbewußtsein wird zum Bestandteil des Lebensstandards (Scherhorn). Der Konsum enthält mehr Eigenaktivität, der Verbraucher wird vermehrt zum *gesellschaftlichen Akteur*, weshalb manche Autoren auch vom "politischen Konsum" sprechen.

(4) Der reflexive Konsum nimmt massiven *Einfluß auf die Unternehmenspolitik*, teilweise auch schon auf die Produktpolitik und Produktionsgestaltung der Unternehmen. Deren Reaktionen reichen von aktivem Umweltmanagement mit Vorsorgeperspektive über kostensparende und umsatz erhöhende Verbesserungsmaßnahmen bis zur reinen Imageverbesserung. Das damit auftretende Problem der "doppelten Wirklichkeit" der Betriebe/Produkte (Schein und Sein) relativiert viele Erfolgsmeldungen. Öko-Marketing wird zu einem harten Prüfstein für alle Qualitäts-Standards. Dabei kann die Konkurrenz von Unternehmen im selben Marktsegment genutzt werden.

(5) Es ist zu bedenken, daß reflexiver Konsum nur sehr zögerlich auf das erreichte Niveau quantitativen und qualitativen Konsums verzichtet. Von vielen Konsumenten wird die Reflexivität nur als zusätzliches Qualitätskriterium mißverstanden. Beim Beharren auf diesen Konsumstandards ist die Reichweite reflexiven Konsums allerdings gering. Grundlegende Verbesserungen treten erst auf, wenn die Schwelle hin zu einem kalkulierten, *partiellen Konsumverzicht* überschritten wird (beispielsweise Verpackungen).

Dies gewinnt auch für unsere aktuelle politische Situation eminente Bedeutung: die Öffnung zwischen ganz unterschiedlichen Konsumniveaus in Ost und West. Nur wenn wir verdeutlichen können, daß reflexiv eingeschränkter Konsum am fortschrittlichsten ist und als Leitbild auch bei niedrigerem Versorgungsniveau Sinn macht, wird den RGW-Staaten und uns der Umweg über umweltzerstörenden Massen- und Luxuskonsum erspart bleiben. Das derzeitige Konsumgefälle zwischen Ost und West darf nicht auf Kosten der Ökologie ausgeglichen werden.

Um diese Fragen, d.h. um die Konstitutionsbedingungen und Strategien von Konsumentenverhalten kreisten die ersten Beiträge der Tagung, die im folgenden abgedruckt sind. In einem zweiten Komplex werden vielfältige Bereiche von Konsumenteneinfluß und -organisation dargestellt. Das abschließende Forum behandelte ein exemplarisches und zentrales Konsumgut, den Personenkraftwagen. Die Ergebnisse der Diskussion sind in dem Beitrag von Joachim Müller zusammengefaßt.

Ich danke den Mitarbeitern des IÖW für ihre freundliche und engagierte Mitarbeit an der Durchführung der Tagung, insbesondere Jürgen Meyerhoff für die redaktionelle Bearbeitung des Textes.