

Hildebrandt, Eckart

Article

Ökologischer Konsum - eine Tagung des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung

Zeitschrift für angewandte Umweltforschung / ZAU

Provided in Cooperation with:
WZB Berlin Social Science Center

Suggested Citation: Hildebrandt, Eckart (1988) : Ökologischer Konsum - eine Tagung des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung, Zeitschrift für angewandte Umweltforschung / ZAU, ISSN 0933-9027, Analytica Verl.-Ges, Berlin, Vol. 1, Iss. 4, pp. 411-412

This Version is available at:
<https://hdl.handle.net/10419/122319>

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>.

Eckart Hildebrandt*

Ökologischer Konsum

- eine Tagung des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung -

Das 1985 in Berlin gegründete Institut für ökologische Wirtschaftsforschung führt jährlich eine wissenschaftliche Tagung durch, mit der ein Themenschwerpunkt aus seinem Forschungsspektrum behandelt wird. Auf das Thema ‚Ökologische Strukturpolitik‘ folgte ‚Wirtschaftsethik‘, danach ‚Ökologische Produktionspolitik‘ und nun die Frage nach der Reichweite von Konsumentenstrategien. Die Tagung stellte den Anspruch, die Verbindung zwischen diesen verschiedenen gesellschaftlichen Sektoren im Auge zu behalten, die verschiedenen Ansätze von Konsumenteneinfluß und deren Voraussetzungen nebeneinander zu stellen und dazu sowohl theoriegeleitete wie praktisch-politische Erfahrungen und Resultate einzubringen.

An der Technikgenese der Waschmaschine wurde exemplarisch die Interdependenz von technischen, soziokulturellen, ökologischen und infrastrukturellen Entwicklungen entfaltet. Konsum ist hier zur Arbeit an der komplexen Maschine geworden, die Teil eines großen, infrastrukturellen Netzes ist. Versorgung und Entsorgung sind zunehmend bis in internationale Kreisläufe externalisiert, die

¹ Ein Tagungsband mit den Beiträgen des Wassertechnischen Seminars ist in Vorbereitung und wird voraussichtlich im Frühsommer 1989 in der Schriftenreihe des Institutes für Institut für Wasserversorgung, Abwasserbeseitigung und Raumplanung (WAR) erscheinen.

* Dr. Eckart Hildebrandt ist beim Wissenschaftszentrum Berlin tätig.

komplexen chemischen Prozesse sind für den Normalverbraucher überhaupt nicht mehr nachvollziehbar. Daher fiel hier die umstrittene Empfehlung einer Automatisierung ökologisch optimierter Waschverfahren (Komponentenwaschmaschine); soziokulturellen Alternativen wie Waschalons wurden unter Verweis auf die Verbraucheransprüche wenig Chancen eingeräumt. Auch aus einer ganz anderen Perspektive wurde die Geltendmachung von Konsumenteninteressen als ‚Kollektivgüter‘ skeptisch beurteilt: Es wird eine große Zahl von individuellen Beiträgen benötigt, aus denen Beitragende wie Abseitsstehende Nutzen zögen. Jeder rationale Beitragswillige muß damit rechnen, daß andere sich anders entscheiden. Gleichzeitig weiß er, daß die Wirkung des eigenen Beitrags zu klein ist, um über den Erfolg zu entscheiden. (Wiesenthal). Da der eigene Beitrag potentiell vergeblich oder überflüssig ist, endet diese Kollektiv-Dilemma in „rationaler Passivität“. Ein Ausweg wurde in „Organisationen sozialer Heterogenität“ (Wiesenthal) gesehen, von denen einige im stärker empirisch gerichteten zweiten Teil ihre Erfahrungen präsentierten: ökologische Bildungs- und Informationsdienste, Verbraucher-Boycotts, Verbraucher-Produzenten-Initiativen etc. Den Abschluß bildete eine Podiums-Diskussion über Strategien gegenüber dem Individual-Autoverkehr bei der wiederum das historisch erreichte Anspruchsniveau der Konsumenten den Maßstab bildete - der öffentliche Nahverkehr beispielsweise definiert sich selbst von vornherein zum Verlierer. Auch diese Diskussion, über die Möglichkeiten und Notwendigkeiten radikaler Änderungen im Anspruchsniveau und Verhalten, muß weitergeführt werden.¹

¹ Die Vorbereitungsmappe der Tagung ist beim Institut für Ökologische Wirtschaftsforschung e.V. (IÖW), Giesebrechstr.13, 1000 Berlin 12, Tel. (030) 88 25 281 zu erhalten; ein Tagungsband wird voraussichtlich Mitte des Jahres 1989 erscheinen.