

Kritische Verbraucherforschung

Renate Hübner · Barbara Schmon *Hrsg.*

Das transformative Potenzial von Konsum zwischen Nachhaltigkeit und Digitalisierung

Chancen und Risiken



Springer VS

Kritische Verbraucherforschung

Reihe herausgegeben von

Christian Fridrich, Wien, Österreich

Renate Hübner, IUS, Alpen-Adria Universität Klagenfurt, Klagenfurt, Österreich

Karl Kollmann, Österreichischer Verbraucherrat, Wien, Österreich

Michael-Burkhard Piorkowsky, Institut für Konsumökonomik, Universität Bonn
Bonn, Deutschland

Nina Tröger, Arbeiterkammer Wien, Wien, Österreich

In der Reihe „Kritische Verbraucherforschung“ werden Sammelbände und Monographien veröffentlicht, die im Gegensatz zur herkömmlichen, am Markt-Kauf-Paradigma orientierten Verbraucherforschung wenig reflektierte Ansätze stärker in den Blick nehmen. Kritisch wird vor allem die tendenziell zunehmende Vereinahmung sämtlicher Lebensbereiche durch den Markt gesehen. Die zunehmende Marktorientierung verändert unsere Gesellschaft insofern massiv, als sie erstens Menschen einseitig marktabhängig macht, zweitens aufgrund des dem herrschenden ökonomischen Verständnis inhärenten Wachstumsparadigmas dazu führt, dass alle Lebensbereiche nach der Wachstumslogik funktionieren (müssen) und dadurch drittens die Zerstörung unserer Lebensgrundlagen zu beschleunigen scheint.

Kritische Verbraucherforschung wird daher in mehrerlei Hinsicht aus einer emanzipatorischen Haltung heraus entwickelt: wider die Instrumentalisierung der Verbraucherforschung, wider die Vermarktlichung der Gesellschaft, wider die Infantilisierung der Verbraucherinnen und Verbraucher und wider die Privatisierung von politischer Verantwortung.

Mit einer Kritischen Verbraucherforschung eng verknüpft ist eine kritische Verbrauchertheorie, in der jene Kontexte angemessen berücksichtigt werden, in die das Handeln von Verbraucherinnen und Verbrauchern eingebettet ist, nämlich private Haushalte, Erwerbstätigkeit und Gesellschaft. Diese Handlungskontexte sind für eine sozioökonomisch ausgerichtete Wirtschafts- und Verbraucherbildung von höchster Relevanz, in der die gesellschaftlich eingebetteten Akteurinnen und Akteure in den Mittelpunkt der Analyse gerückt werden und die auf kompetente Orientierungs-, Urteils- sowie Handlungsfähigkeit abzielt.

Die Reihe ist auch ein Angebot an die Verbraucherbildung, die Verbraucherpolitik und die Nachhaltigkeitspolitik, insofern diese Bereiche auch Interesse an wissenschaftlichen Erkenntnissen und Ansätzen abseits von rein marktökonomischen Perspektiven und Gestaltungsspielräumen haben. Umgekehrt sind auch Vertreterinnen und Vertreter insbesondere der Bildungs-, Verbraucher- und Nachhaltigkeitspolitik eingeladen, mitzuwirken und mit ihren Fragestellungen wiederum die Kritische Verbraucherforschung zu fordern und zu fördern.

Weitere Bände in der Reihe <http://www.springer.com/series/13869>

Renate Hübner · Barbara Schmon
(Hrsg.)

Das transformative Potenzial von Konsum zwischen Nachhaltigkeit und Digitalisierung

Chancen und Risiken

 Springer VS

Hrsg.

Renate Hübner
Alpen-Adria Universität Klagenfurt
Klagenfurt, Österreich

Barbara Schmon
Bundesministerium für Nachhaltigkeit
und Tourismus (BMNT)
Wien, Österreich

ISSN 2569-7161

ISSN 2569-717X (electronic)

Kritische Verbraucherforschung

ISBN 978-3-658-26039-2

ISBN 978-3-658-26040-8 (eBook)

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-26040-8>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2019

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Springer VS ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

*Wir gedenken mit diesem Buch
Karl Kollmann. Er ist zur Zeit der
Drucklegung dieses Bandes leider viel
zu früh verstorben. Karl Kollmann
war maßgeblich an der Vernetzung
des Herausgeberteams beteiligt. Seine
pointierte und kritische Stimme wird der
Reihe fehlen.*

Vorwort

Konsum ist als klassische Querschnittsmaterie in vielen Disziplinen und Politikbereichen explizit oder implizit präsent. Die dem jeweiligen Konsumverständnis und Verbraucherbild zugrunde liegenden Paradigmen sind jedoch höchst unterschiedlich, teilweise sogar widersprüchlich. Gemeinsames Merkmal ist allerdings das implizite Anliegen, in der Gesellschaft wirksam zu werden und nicht- zukunftsfähige Konsumpraktiken und deren Folgen zu beeinflussen.

Durch Entwicklungen wie sozial-ökologische Transformationsprozesse, aber auch durch zunehmend konsumkritische Zugänge in Teilen der Bevölkerung bis hin zum Einsatz von Konsum als politische Ausdrucksform, haben alternative Konsumformen eine neue Dynamik erhalten. Kann es im gegenwärtigen Wirtschafts- und Gesellschaftssystem „nachhaltigen Konsum“ überhaupt geben? Zuviel an Information, Verantwortungszumutungen, ungelösten Fragestellungen und widersprüchlichen Botschaften können auch zu einer Überforderung der BürgerInnen und VerbraucherInnen (in Personalunion) führen. Eine zukunftsorientierte Konsum- und Verbraucherforschung muss sich an einen Diskurs beteiligen, der neue bzw. vielfältige Zugänge zu Konsum in Wissenschaft, Politik, Bildung und Praxis ermöglicht und dazu beiträgt, alternative Konzepte, sowie politische und praktische Handlungsalternativen zu entwickeln.

Mit dem Fokus auf das transformative Potenzial von Konsum bietet der vorliegende Band Zugänge an der Schnittstelle von kritischer Verbraucherforschung und Nachhaltigkeitsforschung, sowie den damit verbundenen Bildungsfragen.

Der Band entstand auf Basis eines Symposiums in der Reihe „Konsum neu denken“. Die Veranstaltungsreihe, im Jahre 2015 von einer kleinen Initiativgruppe gestartet, war von Beginn an sektor- und disziplinenübergreifend angelegt. Das Anliegen war, Kommunikationsräume anzubieten und so zu gestalten, dass sich Menschen unterschiedlichster disziplinärer Herkunft rund um aktuelle

Themen der Konsum- und Verbraucherforschung sowie der Nachhaltigkeitsforschung und Verbraucherbildung vernetzen können.

Das 3. Konsum neu denken-Symposium mit dem Titel „Konsum im Wandel – das Transformative Potenzial von Konsum“ (21.–22. September 2017 in Klagenfurt/Österreich) verfolgte das Ziel, mithilfe eines erweiterten Konsumverständnisses Handlungsalternativen im Sinne eines gesellschaftlichen Wandels nicht nur sichtbar zu machen, sondern auch den Diskurs anzuregen, wie deren Weiterentwicklung im Rahmen kollektiver Prozesse bestmöglich unterstützt werden kann. Experten und Expertinnen aus Wissenschaft und Forschung, Verwaltung und Wirtschaft, NGOs und Interessensvertretungen, sowie Vertreterinnen und Vertreter der Zivilgesellschaft aus unterschiedlichsten Bereichen stellten sich die Frage, ob und in welcher Form Konsum transformative Kraft entfalten kann und welche Schritte dafür notwendig sind.

Nach dem Konzept des „Art of Hosting“ ausgerichtet, wurden im Zuge der Veranstaltung zentrale konsum- und nutzungsrelevante, sowie bildungs- und forschungsspezifische Fragestellungen sichtbar gemacht. Das Symposium, unterstützt von der Arbeiterkammer Wien und dem österreichischen Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus (BMNT), war somit Ausgangspunkt für den vorliegenden Band.

Wie jedes andere Projekt wäre auch dieser Band nicht ohne gelingender Zusammenarbeit von verschiedenen Personen möglich gewesen. Wir bedanken uns an dieser Stelle bei Frau Elisabeth Buxbaum für das Lektorat, bei Frau Marina Stollberger für die Manuskripterstellung, bei Frau Eva Stepka für die Unterstützung in der organisatorischen Abwicklung, sowie bei Frau Emmrich stellvertretend für den Verlag Springer VS für die Umsetzung als Band in der Buchreihe „Kritische Verbraucherforschung“. Unser besonderer Dank gilt schließlich allen Autorinnen und Autoren und ihrer Bereitschaft sich (in mehreren Schleifen) mit den Hinweisen und Anregungen seitens der beiden Herausgeberinnen sowie vor allem auch seitens der Gutachterinnen und Gutachter intensiv auseinanderzusetzen. Dabei sei folgenden Reviewerinnen und Reviewern herzlichst gedankt:

- Christian Bala, Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW, Düsseldorf
- Dieter Bögenhold, Alpen-Adria-Universität Klagenfurt
- Wilfried Elmenreich, Alpen-Adria-Universität Klagenfurt
- Bernhard Freyer, Universität für Bodenkultur, Wien
- Christian Fridrich, Pädagogische Hochschule, Wien
- Michael Jonas, Institut für höhere Studien, Wien

- Hermann Kaindl, Technische Universität, Wien
- Sigrid Kannengießer, Universität Bremen
- Fridolin Krausmann, Universität für Bodenkultur, Wien
- Sylvia Mandl, AustriaTech – Gesellschaft des Bundes für technologiepolitische Maßnahmen
- Franz Rauch, Alpen-Adria-Universität Klagenfurt
- Lucia Reisch, Copenhagen Business School
- Martina Schäfer, Technische Universität Berlin
- Lukas Scherak, Universität Vechta
- Tanja Schneider, SfS – Institute of Sociology, SHSS – School of Humanities and Social Sciences
- Joachim Spangenberg, Sustainable Europe Research Institute (SERI), Germany
- Agnes Turner, Alpen-Adria-Universität Klagenfurt
- Sandra Wassermann, Zentrum für interdisziplinäre Risiko- und Innovationsforschung, Universität Stuttgart
- Norbert Wohlgemuth, Alpen-Adria-Universität Klagenfurt

Dem Anliegen der Buchreihe entsprechend, war auch die Zusammenarbeit der beiden HerausgeberInnen getragen von dem Wunsch, aus dem jeweiligen Erfahrungsschatz und den unterschiedlichen Zugängen (Wissenschaft und Praxis) möglichst reichhaltig zu schöpfen und dies auch im Band sichtbar zu machen. Sich darauf einzulassen war herausfordernd, inspirierend und motivierend gleichermaßen.

Klagenfurt-Wien
September 2019

Barbara Schmon
Renate Hübner

Inhaltsverzeichnis

Wie kann Konsum transformative Kraft entwickeln? – Eine Annäherung	1
Renate Hübner und Barbara Schmon	
Nachhaltiger Konsum und die sozial-ökologische Transformation: Die sozialen Praktiken ändern, nicht die Individuen!	23
Karl-Michael Brunner	
Smarte Konsumwende? Chancen und Grenzen der Digitalisierung für den nachhaltigen Konsum	37
Vivian Frick und Tilman Santarius	
„Smarte“ Technologien als Schlüssel zu klimafreundlichem Konsum?	59
Stephan Schwarzinger, Ingrid Kaltenegger und David Neil Bird	
Die Stimme der Verbraucherinnen und Verbraucher: Diskursiver politischer Konsum on/offline	79
Katharina Witterhold	
Das pathogene Potenzial von Konsum: Kaufsucht und Produkte der digitalen Transformation	93
Saskia Ehrhardt, Christina Raab und Michael Dübner	
Verbraucherbildung im und für Wandel? Normative, konzeptionelle und curriculare Transformationen im Spiegel konsumgesellschaftlicher Entwicklungen	105
Nadine Heiduk	

Die Rolle von Grenzziehungen bei der Thematisierung transformativen Konsums in heterogenen Klassen	119
Anke Uhlenwinkel	
Nachhaltiger Konsum als Utopie, soziale Wirklichkeit und Ideologie – Über die transformativen Potenziale des „Scheiterns“	135
Björn Wendt	
Art of Hosting oder: Wie können Konferenzen durch ihre Gestaltung transformativ wirken?	153
Martina Handler, Ines Omann und Renate Hübner	

Autorenverzeichnis

David Neil Bird erhielt einen MSc. Geophysik von der Univ. of British Columbia, Vancouver, 1981, arbeitet aber seit 1996 an Themen des Klimawandels. Er kam im August 2005 zu JOANNEUM RESEARCH, wo er sich mit folgenden Themen beschäftigt: Treibhausgasemissionen (THG) aus verschiedenen Lebensstilen; Auswirkungen von Klimaänderungs- und Anpassungsstrategien auf die landwirtschaftliche Produktion und die städtische Umwelt; THG von Landwirtschaft und der Nutzung von Biomasse.

Karl-Michael Brunner studierte Soziologie und Pädagogik in Klagenfurt und Wien. Er ist Professor für Soziologie am Institut für Soziologie und empirische Sozialforschung an der Wirtschaftsuniversität Wien und ist seit Jahrzehnten in Forschung und Lehre mit Fragen gesellschaftlicher Naturbeziehungen und der Soziologie nachhaltiger Entwicklung beschäftigt. Seine gegenwärtigen Forschungsschwerpunkte sind nachhaltiger Konsum und sozialökologische Ungleichheiten, mit Schwerpunktsetzungen in den Bereichen Ernährung und Energiearmut sowie Fragen sozial-ökologischer Transformationen.

Michael Dübner, Studium der Allgemeinen Informatik an der HTW Dresden. Software- und Systementwicklung in verschiedenen internationalen Unternehmen. Derzeit Abteilungsleiter einer Forschung und Entwicklungsabteilung der Robert Bosch AG in Österreich. Aktuelle Schwerpunkte: Software- und Systementwicklung für Embedded Systems, Cyber-physical Systems sowie Internet of Things.

Saskia Ehrhardt, Studium der Erziehungswissenschaften an der TU Chemnitz, Studium der Sozialwirtschaft und Sozialen Arbeit an der FH Campus Wien. Derzeit Forschung und Lehre an der FH Campus Wien. Aktuelle Arbeitsschwerpunkte: Klinische Soziale Arbeit, Abhängigkeitserkrankungen, Sozialtherapie.

Leiterin der Arbeitsgemeinschaft Klinische Soziale Arbeit der Österreichischen Gesellschaft für Soziale Arbeit.

Vivian Frick ist wissenschaftliche Mitarbeiterin an der TU Berlin und dem Institut für ökologische Wirtschaftsforschung in der Forschungsgruppe „Digitalisierung und sozial-ökologische Transformation“. Sie arbeitet aus umweltpsychologischer Perspektive zu den Themen Digitalisierung, nachhaltiger Konsum, Suffizienz und Verhaltensveränderung. www.nachhaltige-digitalisierung.de.

Martina Handler, Politikwissenschaftlerin und eingetragene Mediatorin, Bereichsleiterin für Partizipation und Green Investment in der Österreichischen Gesellschaft für Umwelt und Technik (ÖGUT), Lehrende an verschiedenen österreichischen Universitäten und Fachhochschulen. Arbeitsschwerpunkte: Partizipation, demokratische und soziale Innovationen, Konflikttransformation, Nachhaltige Entwicklung, Gender und Diversität.

Nadine Heiduk, Studium der Fächer „Politik und Wirtschaft“ sowie „Deutsch“ für das Lehramt an Gymnasien an der Goethe-Universität Frankfurt am Main. Aktuelle Arbeitsschwerpunkte: Verbraucherbildung und sozioökonomische Bildung. Wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Professur für Didaktik der Sozialwissenschaften mit dem Schwerpunkt politische Bildung an der Goethe-Universität Frankfurt am Main.

Renate Hübner, Wirtschafts- und Sportstudium, Promotion an der Wirtschaftsuniversität Wien. Nach 15 Jahren selbstständiger Tätigkeit in der Nachhaltigkeitsberatung und -forschung seit 2005 an der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt. Aktuelle Arbeitsschwerpunkte: „Nachhaltigkeit konkret“: Nachhaltig Wirtschaften, Interventionsorientierte Nachhaltigkeits- und Verbraucherforschung, Bildung für Nachhaltige Entwicklung. Institut für Unterrichts- und Schulentwicklung der IFF-Fakultät für Interdisziplinäre Forschung und Fortbildung.

Ingrid Kaltenegger, Studium der Chemie und Umweltsystemwissenschaften, Promotion an der TU Graz. Nach mehreren Jahren Tätigkeit im Bereich Cleaner Production seit 2001 bei JOANNEUM RESEARCH in verschiedenen Bereichen als wissenschaftliche Mitarbeiterin und Projektleiterin tätig. Aktuelle Arbeitsschwerpunkte: Begleitung und Management von Stakeholderprozessen, Bewertung und sozialverträgliche Gestaltung von Produkten, Prozessen und Dienstleistungen (u. a. Social Life Cycle Analysis), Nachhaltige Stadtentwicklung(sprozesse), sowie Produkt-Dienstleistungs-Systeme (PDL).

Ines Omann ist promovierte ökologische Ökonomin und Umweltsystemwissenschaftlerin und arbeitet seit 1998 als Nachhaltigkeitsforscherin an verschiedenen Forschungsinstituten, u. a. am SERI, am Helmholtz Zentrum für Umweltforschung in Leipzig oder der Wirtschaftsuniversität Wien. Zudem arbeitet sie seit mehr als fünf Jahren als Moderatorin und Prozessbegleiterin im Bereich „Wandel zu einem nachhaltig guten Leben für alle“.

Christina Raab, BA Soziale Arbeit, Stud. MSc im Addiction Prevention and Treatment. Nach der Arbeit als Bezugstherapeutin suchtkranker Jugendlicher und junger Erwachsener in unterschiedlichen Leitungsfunktionen in Deutschland seit 2016 in Österreich als Sozialarbeiterin im Suchtbereich tätig. Arbeitsschwerpunkt: Langzeitrehabilitation suchtkranker Menschen. Forschungsschwerpunkt: Verhaltenstraining für Menschen mit kompensatorischem und pathologischem Kaufverhalten.

Tilman Santarius, Sozial- und Wirtschaftswissenschaften, Promotion an der Universität Kassel. Tätigkeit als Wissenschaftler, Autor und Aktivist. Seit 2001 in der angewandten Nachhaltigkeitsforschung am Wuppertal Institut und in der Heinrich-Böll Stiftung; seit 2016 an der Technische Universität Berlin, am Institut für ökologische Wirtschaftsforschung und am Einstein Centre Digital Futures. Aktuelle Arbeitsschwerpunkte: Digitalisierung und sozial-ökologische Transformation; Rebound-Effekte, Suffizienz-Chancen, Nachhaltig Wirtschaften. Institut für berufliche Bildung und Arbeitslehre der TU Berlin, Fachgebiet Sozial-ökologische Transformation.

Barbara Schmon, Studium der Biologie und Biochemie. Forschungstätigkeit an der Univ.-Klinik für Frauenheilkunde und Geburtshilfe in Graz mit Schwerpunkt Diabetes- und Stoffwechselerkrankungen; postgrad.: Technischer Umweltschutz und Ökotoxikologie. Anschließend Koordinations- und Lehrtätigkeit im Bereich Umweltschutz und Ökopädagogik. Seit 1995 Referentin im Umweltministerium Wien, Bereich Umweltbildung und Nachhaltige Entwicklung. Aktueller Schwerpunkt: Nachhaltiger Konsum und Ressourceneffizienz. Seit 2009 diplomierte Mediatorin.

Stephan Schwarzwinger, Bachelor- und Masterstudium Soziologie (2011–2016), aktuell (2019) laufendes Doktoratsstudium an der Universität Graz. 2016–2019 empirische Sozialforschung am Zentrum für Klima, Energie und Gesellschaft (LIFE) der Joanneum Research Forschungsgesellschaft mbH in Graz. Seit 2019 strategischer Datenanalyst an der Universität Graz.

Anke Uhlenwinkel, Lehramtsstudium (Geographie und Anglistik), Promotion und Habilitation an der Universität Bremen. Professur an der Universität Potsdam. Verschiedene Tätigkeiten – freiberuflich und an verschiedenen Universitäten. Zuletzt als senior lecturer an der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt. Aktuelle Arbeitsschwerpunkte: GeoCapabilities und powerful disciplinary knowledge, Argumentationskompetenz, Progression, sozioökonomische Bildung. Institut für Geographie und Regionalforschung.

Björn Wendt studierte Soziologie und Politikwissenschaft an der Universität Münster, wo er von 2012–2017 zum Thema „Nachhaltigkeit als Utopie“ promovierte und zurzeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Soziologie tätig ist. Er ist Mitherausgeber der Beitragsreihe „Soziologie und Nachhaltigkeit – Beiträge zur sozial-ökologischen Transformationsforschung“ und Mitglied des DFG-Netzwerkes „Soziologie der Nachhaltigkeit“. Aktuelle Forschungsschwerpunkte: Utopieforschung und Wissenssoziologie, Politische Soziologie, Umweltsoziologie und Soziologie der Nachhaltigkeit.

Katharina Witterhold, Studium der Soziologie, Psychologie und Politikwissenschaft an der Justus-Liebig-Universität Gießen, forscht und lehrt zum (Konsum-)Alltag mit besonderem Fokus auf Prozesse der Politisierung und Digitalisierung. In ihrem aktuellen Forschungsprojekt („Verbraucherschutz und Konsumsozialisation von Geflüchteten“ an der Universität Siegen beschäftigt sie sich in diesem Kontext mit transnationalen Konsumerfahrungen.

Wie kann Konsum transformative Kraft entwickeln? – Eine Annäherung

Renate Hübner und Barbara Schmon

1 Den Blickwinkel weiten – Synergien nützen: Wo und wie sich Verbraucherforschung und Nachhaltigkeitsforschung treffen

Wir erleben derzeit global massive Umbrüche ökologischer, technologischer, sozialer wie auch politischer Natur. Welche Bedeutung hat Konsum in dieser Umbruchsphase zwischen Globalisierung, Klimawandel und Digitalisierungsprozessen? Wie werden wir zukünftig Konsum gestalten und welche Art von Forschung ist adäquat, um Gesellschaft, aber auch Wirtschaft und Politik zukunftsgestaltend gut begleiten zu können? Phasen des Umbruchs bergen immer auch ein hohes Potenzial an Veränderungsmöglichkeiten in sich. Wie können dabei unterschiedliche Blickwinkel und Interessen verschiedener Akteursgruppen synergetisch genutzt werden? Und wie kann der Austausch zwischen wissenschaftlichen und nichtwissenschaftlichen Akteursgruppen organisiert werden, um diese Entwicklung bestmöglich zu unterstützen? Was transportiert der Konsumbegriff eigentlich und ist er noch adäquat? Die kritische Verbraucherforschung – wie sie der gleichnamigen Buchreihe zugrunde gelegt ist – stellt sich diese Fragen schon länger und bietet daher bereits einige Zugänge, um das transformative

R. Hübner (✉)
Klagenfurt, Österreich
E-Mail: renate.huebner@aau.at

B. Schmon
Wien, Österreich
E-Mail: barbara.schmon@bmnt.gv.at

Potenzial von Konsum theoretisch, konzeptionell und praktisch, fassbar und nutzbar zu machen.

Kritische Verbraucherforschung und Nachhaltigkeitsforschung weisen einige Gemeinsamkeiten auf: Beide haben einen inhärenten klar transformatorischen Anspruch. Beide sind interventionsorientiert, suchen und forschen sie doch nach Ansatzpunkten, wie eine gesellschaftliche Transformation initiiert und begleitet werden kann (Renate Hübner 2017, S. 161 f.). Die Schnittmengen unterscheiden sich, je nachdem welches Konsumverständnis und welche Annahmen allfälligen Interventionen zugrunde gelegt werden. Eine kritische Verbraucherforschung, wie sie bisher konzipiert wurde, bietet ein großes Potenzial für die gemeinsame Bearbeitung spezifischer Forschungsfragen und methodischer Herausforderungen: Erstens durch den emanzipatorischen Anspruch, zweitens durch das über Kaufakte hinausgehende Konsumverständnis (Fridrich et al. 2017), sowie drittens durch den praxistheoretischen Zugang (Nessel et al. 2018). Dadurch tut sich ein viel breiteres Spektrum transformativen Potenzials von Konsum auf, verbunden mit einem, wie wir meinen, sich gegenseitig befruchtenden Diskurs auch im Hinblick auf das Thema Digitalisierung und der damit diskutierten Chancen und Risiken.

2 Konsum zwischen Nachhaltigkeit und Digitalisierung

Der Ansatz, einen sozio-ökologischen Wandel von und durch Konsum zu bewerkstelligen, ist bereits in der Agenda 21 der Vereinten Nationen (Kap. 4, 1992) verankert und findet sich auch in der Agenda 2030 (Vereinte Nationen 2015) wieder: Explizit im SDG 12 und implizit in vielen anderen Nachhaltigkeitszielen. Genau genommen werden dabei zwei Ebenen der Transformation adressiert: Erstens gilt es das Konsumverhalten zu verändern, was – je nach Konsumverständnis – weitreichende Änderungen individueller Lebensweisen bedeuten kann, und zweitens erhält privater Konsum durch den gesellschaftsverändernden Anspruch einen neuen, zusätzlichen gesellschaftspolitischen Aspekt. Nachhaltiger Konsum erfährt somit in der Umsetzung des Nachhaltigkeitskonzepts einen „doppelt transformatorischen Anspruch“ (Hübner 2017, S. 195).

2.1 Nachhaltiger Konsum: Anspruch und Wirklichkeit

Der Versuch Konsum in Richtung einer nachhaltigen Entwicklung zu beeinflussen, konzentriert sich bislang vorwiegend auf jene Maßnahmen, die das Kauf- und

Entsorgungsverhalten betreffen. Ökologische, biologische, regionale und soziale Labels sollen die Kaufentscheidungen erleichtern, steigendes Angebot weitere Nachfrage erzeugen und dadurch insgesamt das Produktangebot in eine nachhaltigere Richtung lenken. Man ist bemüht, objektiv aufbereitete Informationen betreffend das Einkaufs- und Entsorgungsverhalten leicht zugänglich zur Verfügung zu stellen, damit sich die interessierte und bereitwillige Konsumentin bzw. der Konsument anschließend aufgeklärt verhält. Diese marktangebots- und expertenabhängige Herangehensweise reduziert die Denk-, Diskurs- und Handlungsräume transformativen Konsums auf

- den individuellen Charakter von Konsumhandlungen: Dabei wird vernachlässigt, dass Gesellschaft als soziales Gebilde dauerhaft durch das Handeln einzelner Gesellschaftsmitglieder reproduziert wird (Berger und Luckmann 2003), und „Nachhaltiger Konsum“ in diesem – auf Kauf- und Entsorgungsprozesse – reduzierten Verständnis dann möglicherweise eher zur Reproduktion statt zur Transformation nicht-nachhaltiger Muster beiträgt.
- marktvermittelte Verhaltensweisen: Dabei wird vernachlässigt, dass auch marktferne Konsumaktivitäten und Konsumententscheidungen (Subsistenzstrategien, Sharing, Reparatur, Konsumverzicht usw.) marktrelevant werden können, indem sie die Nachfrage nach marktvermittelten Lösungen verändern.

In der kritischen Verbraucherforschung wird Konsum immer vor dem Hintergrund sozialer Einbettungen, struktureller Gegebenheiten und technischer Möglichkeiten betrachtet. Konsummuster sind daher weniger als individuelle Handlungen bzw. Handlungsroutinen zu verstehen, sondern immer als Bündel sozialer Praktiken, wie in einem Band dieser Buchreihe bereits ausgeführt wurde (Nessel et al. 2018). Gerade durch diese Perspektive – nahe am Verständnis der Praxistheorie – wird deutlich, welche Anforderungen (Rahmenbedingungen, vorhandene Infrastruktur, soziale Normen, etc.) im Hinblick auf eine gesellschaftliche Transformation zu berücksichtigen sind, damit sie ihre transformative Wirkung entfalten können. Auch die Zusammenhänge zwischen marktvermittelten und marktfernen Angeboten können mithilfe praxistheoretischer Zugänge in all ihren Wechselwirkungen – besser als mit verhaltenstheoretischen Zugängen – sichtbar gemacht werden und ermöglichen dadurch neue Perspektiven für Transformation in Richtung einer nachhaltigen Entwicklung.

Doch wie kann das Nachhaltigkeitskonzept in diesem Sinne konkretisiert und operationalisiert werden, damit es den transformativen Anspruch erfüllen kann?

2.2 Nachhaltige Entwicklung: Ein verhextes (wicked) Problem

Als „ill-defined concept“ (Phillis und Andriantiatsaholiniaina 2001) bietet das Konzept „Nachhaltige Entwicklung“ keine rezeptartigen Lösungen für seine praktische Umsetzung an. Entsprechende Maßnahmen und Strategien müssen erst im Rahmen gesellschaftlicher Diskussionsprozesse ausverhandelt werden. Dies kann leicht zu Überforderung, Ohnmacht oder Frustration führen, wie am Diskurs rund um das Thema der vorzeitigen Obsoleszenz deutlich wird (Renate Hübner 2014; Krajewski 2014; Schridde 2012; Wolkerstorfer 2012). Die Kurzlebigkeit von Produkten kann als eines der charakteristischsten Beispiele für nicht-nachhaltige bzw. nicht-zukunftsfähige Konsummuster angesehen werden. Gerade an diesem Phänomen lässt sich die Nicht-Nachhaltigkeit unseres Konsumverhaltens auch als Ergebnis einer zunehmend ausdifferenzierten Wissenschaft erklären, wodurch sich „eine paradoxe Situation der Wissenschaft in Hinblick auf ihre gesellschaftliche (Nicht-) Wirksamkeit ergibt: Trotz zunehmenden Erkennens und Verstehens komplexer Zusammenhänge (i. S. von Ratio, also von Vernunft) tritt der paradoxe Fall auf, dass es als ‚normal‘ angesehen wird, dass zusätzlich von niemandem gewünschte, also unerwünschte Bedingungen auftreten“ (Abels 2009, S. 12). Dies spiegelt sich auch im Dilemma der „Zuvielisation“ (Guggenberger 1992) wider, als ein Ergebnis der westlichen Kultur, in welcher in Anlehnung an M. Weber (wirtschaftlich orientiertes) zweckrationales Handeln eher belohnt wird, als (gesellschaftlich orientiertes) wertrationales Handeln (Weber und Altmann 1922, S. 13).

Man kann sich des Eindrucks nicht erwehren, dass sich das Nachhaltigkeitskonzept „den traditionell linearen, analytischen Zugängen in Wissenschaft und Forschung, Probleme zu bewältigen, zu entziehen scheint: Nämlich zunächst ein Problem zu definieren, dann Lösungen auszuarbeiten, diese zu bewerten und schließlich umzusetzen“ (Rittel und Webber 1973). Derartigen „tame problems“, also lösbaren und damit „zähmbaren“ Problemen, stellen die beiden Autoren angesichts der Dilemmata, die jede Form von Planung erzeugen, die „wicked problems“, also „schelmische, boshafte“ (engl.: wicked), die nicht definierbar und nicht lösbar sind, gegenüber. Daraus sollte allerdings nicht geschlossen werden, dass sich derartige Probleme wissenschaftlicher Bearbeitung grundsätzlich entziehen. „Nachhaltige Entwicklung“ als „wicked problem“ zu verstehen (Knapp 2008; Murphy 2012) eröffnet auch neue Zugänge für Wissenschaft und Forschung. Einer davon ist, von der Lösungsorientierung zur Interventionsorientierung zu wechseln, wie es Knapp (2008) auf den Punkt bringt: „Instead of