

Kritische Verbraucherforschung

Michael-Burkhard Piorkowsky
Karl Kollmann *Hrsg.*

Eigensinnige und unorthodoxe Vordenker für eine Kritische Konsumtheorie

Beiträge aus Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften



Springer VS

Kritische Verbraucherforschung

Reihe herausgegeben von

Christian Fridrich, Wien, Österreich

Renate Hübner, Klagenfurt, Österreich

Karl Kollmann, Wien, Österreich

Michael-Burkhard Piorkowsky, Bonn, Deutschland

Nina Tröger, 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 Vereinnahmung 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>

Michael-Burkhard Piorkowsky ·
Karl Kollmann
(Hrsg.)

Eigensinnige und unorthodoxe Vordenker für eine Kritische Konsumtheorie

Beiträge aus Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

Hrsg.

Michael-Burkhard Piorkowsky
Universität Bonn, Bonn, Deutschland

Karl Kollmann
Österreichischer Verbraucherrat, Wien,
Österreich

ISSN 2569-7161

ISSN 2569-717X (electronic)

Kritische Verbraucherforschung

ISBN 978-3-658-31536-8

ISBN 978-3-658-31537-5 (eBook)

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-31537-5>

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

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2021

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 geographische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Planung/Lektorat: Katrin Emmerich

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

Inhaltsverzeichnis

Einführung: Verbrauchertheorie heute ist ohne eigensinnige und unorthodoxe Vordenker undenkbar	1
Michael-Burkhard Piorkowsky	
 Teil I Auf der Suche nach individueller Zufriedenheit	
Bell, Campbell und die Seele des modernen Konsums	21
Kai-Uwe Hellmann	
Von Märkten und Menschen: Tibor Scitovskys freudlose Wirtschaft	57
Günther Rosenberger	
Albert O. Hirschman: Vordenker einer handlungsorientierten Konsumtheorie	91
Christian Bala	
 Teil II Auf der Suche nach ökologischer Nachhaltigkeit	
Kenneth Ewart Boulding: Ökonomik und Ökologie	121
Michael-Burkhard Piorkowsky	
Nachhaltige Entwicklung ist die Alternative zum Kapitalismus – Erinnerungen an Gerhard Scherhorn	151
Johannes Hoffmann und Gerhard Hofmann	
Georg Simmel: Mode und Schönheit	163
Rainer Hufnagel	

Rückblick und Ausblick: „Verbrauchertheorie neu denken!“ Anregungen auf dem Gründungs-Workshop des Bamberger Kreises	187
Karl Kollmann	

Einführung: Verbrauchertheorie heute ist ohne eigensinnige und unorthodoxe Vordenker undenkbar

Michael-Burkhard Piorkowsky

Zusammenfassung

In den Beiträgen zu diesem Band werden Autoren in Erinnerung gebracht, die eigensinnige und unorthodoxe Wissenschaftler in ihrem Bereich waren, also nicht in Übereinstimmung mit den Grundsätzen ihrer Fachgemeinschaft gearbeitet haben. Thorstein Bunde Veblen mit seinem berühmten Buch *The Theory of the Leisure Class* ist ein Beispiel für die herausragende Bedeutung wissenschaftlicher Abweichler in der Entwicklung der Verbrauchertheorie. Die hier ausgewählten Autoren haben durch ihre Abgrenzung des Gegenstandsbereichs und Zugangsweise zum Erkenntnisobjekt, durch Ablehnung von Axiomen bzw. Teilen des Aussagensystems sowie von Begründungen und Methoden der Erkenntnisgewinnung alternative, insbesondere Disziplinen überschreitende Ansätze gewählt und damit Beiträge zu einer Kritischen Verbrauchertheorie, wie sie mit dieser Schriftenreihe angeregt wird, geleistet. Teilweise haben die Ansätze Aufmerksamkeit, Anerkennung und sogar Eingang in die Verbrauchertheorie gefunden, sodass deren Fruchtbarkeit nicht mehr nachgewiesen werden muss, aber eben dadurch auch die Bedeutung unorthodoxer Vordenker belegt. Teilweise sind die Beiträge aber unbeachtet geblieben. Sie könnten sich noch als fruchtbar erweisen, wenn sie bekannt gemacht oder in Erinnerung gebracht werden. Mit diesem Band soll ein weiterer Anstoß für die Befassung mit der Theoriegeschichte des Fachs und des angrenzenden Fächerspektrums als eine Grundlage für die Entwicklung einer

M.-B. Piorkowsky (✉)
Universität Bonn, Bonn, Deutschland
E-Mail: piorkowsky@ilr.uni-bonn.de

nicht zu eng angelegten Verbrauchertheorie gegeben werden, die richtungsweisend für eine entsprechende Verbraucherforschung, -politik und -bildung sein könnte.

1 Wissenschaft lebt gerade auch von Abweichlern

Thorstein Bunde Veblen (o. J. [1899]) mit seinem berühmten Buch *The Theory of the Leisure Class* ist ein Beispiel für die herausragende Bedeutung wissenschaftlicher Abweichler in der Entwicklung der Verbrauchertheorie. Zwar ist – anders als in der Überschrift dieses einführenden Kapitels zum Ausdruck gebracht wird – eine Verbrauchertheorie heute auch ohne die Impulse und beispielgebenden Arbeiten von unorthodoxen Autoren denkbar, aber sie sähe sicherlich ganz anders aus, wie ein Blick auf die neoklassische Theorie der Nachfrage zeigt. Es ist nun aber – nach Ansicht der hier beteiligten Autoren – noch immer so, dass in der Fachgemeinschaft zu wenig von dem wahrgenommen wird, was an richtungsweisenden Beiträgen von Vordenkern entwickelt und angeboten worden ist. Etliches, was als überholt gelten sollte, wird nach wie vor zitiert und scheint damit auch die Denkrichtung der Autoren anzugeben. Und manche Erkenntnis benötigt oft lange, manchmal zu lange, bis sie zu den aktuellen Selbstverständlichkeiten gehört, wie die Degradierung des Homo oeconomicus-Modells, wodurch die Verbrauchertheorie sich mit neuem Selbstbewusstsein darstellt. Was wäre die Verbrauchertheorie heute ohne die Behavioral Economics, deren Kritik an der orthodoxen Wirtschaftstheorie mit der Entwicklung von Gegenpositionen vor über 60 Jahren von den unorthodoxen Sozialwissenschaftlern George Katona, Herbert Simon und Günter Schmölders vorweggenommen wurde (siehe dazu Presse- und Informationsstelle der Freien Universität Berlin 1982; Selten 1999; Rippe und Haarland 1980). An anderen Modellen und Dogmen wird dagegen festgehalten, wie an der theoriezentralen Vorstellung von einem fundamentalen Gegensatz zwischen Konsum und Produktion und der spezifischen Funktion und Rolle der Konsumenten als Käufer und Endverbraucher, auch wenn gelegentlich Zweifel aufkommen und Korrekturen erwogen oder angedeutet werden.

In einem Grundlagenwerk zu *Verbraucherwissenschaften* (Kenning et al. 2017) spricht Kenning (2017, S. 3–17) in seinem Beitrag über *Verbraucherwissenschaften – Begriffliche Grundlagen und Status quo* Probleme begrifflicher und konzeptioneller Festlegungen an und hält insbesondere zeitlich stabile Definitionen für nahezu unmöglich. Dennoch möchte er dies mit seinem Beitrag

unternehmen, beginnend mit dem Verbraucherbegriff. Als Ertrag der Literaturanalyse präsentiert Kenning zunächst zwei Sichtweisen, wonach als Verbraucher alle Wirtschaftssubjekte (Institutionen, Organisationen, Individuen) in Betracht kämen, die – als primär wirtschaftliche *Funktion* – Güter (einschließlich Dienste) verbrauchen bzw. – als *Institution* – überwiegend Verbrauchsfunktionen ausüben, und zwar natürliche Personen, private Haushalte und gewerbliche Betriebe, wie „Großküchen in einer Universitätsmensa“ (Kenning 2017, S. 5). Das klingt interessant und sogar unorthodox (vgl. dazu den Beitrag über Kenneth Ewart Boulding in diesem Band). Kenning lässt aber offen, ob diese Sichtweisen neben den privaten Haushalten alle abgeleiteten Betriebe in den Blick nehmen oder lediglich solche, die eine haushaltsnahe Versorgung organisieren, und will diesen Aspekt nicht vertiefen. Stattdessen analysiert er Definitionen des Begriffs „Verbraucherwissenschaften“, in denen die Idee vom Verbraucher als Teilrolle natürlicher Personen in der Funktion als Käufer und Nutzer im Haushalts- und Familienkontext und in Interaktion mit etlichen Organisationen zum Ausdruck kommt, und plädiert für die institutionelle Sichtweise (Kenning 2017, S. 7). Allerdings wird dabei – wie auch in den folgenden Ausführungen über Bedarfsfelder – nicht wirklich klar, was denn nun eigentlich „verbrauchen“ *außer* der „Nutzung von Produkten“ und der „Befriedigung von Bedürfnissen“ sei. Das lässt sich lediglich intuitiv aus der Liste von Bedarfsfeldern, vor allem hinsichtlich des „Bedarfsfelds Ernährung“, und der beispielhaft genannten „Großküchen“ erschließen.

Mit diesem Verständnis vom Verbraucher wird in dem von Schreiner und Kenning (2017, S. 81–102) verfassten Beitrag über *Historische Rahmenbedingungen verbraucherrelevanter Datensammlungen* das berühmte Konsum-Dogma von Adam Smith in seinem ökonomischen Hauptwerk *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations* in deutscher Übersetzung vorangestellt (Schreiner und Kenning 2017, S. 82):

Der Verbrauch allein ist Ziel und Zweck einer jeden Produktion, daher sollte man das Interesse des Produzenten eigentlich nur soweit betrachten, wie es erforderlich sein mag, um das Wohl des Konsumenten zu fördern. Die Maxime leuchtet ohne weiteres ein, sodaß es töricht wäre, sie noch beweisen zu wollen. In der merkantilistischen Wirtschaftsordnung wird das Wohl des Verbrauchers beinahe ständig dem Interesse des Produzenten geopfert, und man betrachtet offenbar die Produktion und nicht den Konsum als letztes Ziel oder Objekt allen Wirtschaftens und Handelns.

Die Autorin und der Autor bekräftigen die zitierte Aussage mit der Feststellung: „Schon Adam Smith, Begründer der klassischen Nationalökonomie, wusste um die Stellung der Verbraucher in der Wirtschaft“ (Schreiner und Kenning 2017, S. 82). Aber warum sollte das Smith'sche Konsum-Dogma von 1776 noch

immer gelten? Und wenn, wie wäre das Interesse der Großküche als gewerblicher Verbraucher und das der Gäste der Mensa als Verbraucher gegeneinander abzuwägen? Zu all dem wäre viel zu sagen, wofür hier nicht der Platz ist (siehe dazu Piorkowsky 2017, 2019). Angemerkt sei lediglich noch, dass die Aussage, der Verbrauch – herkömmlich gedacht als Gegensatz zur Herstellung – allein sei Ziel und Zweck einer jeden Produktion, in dieser Absolutheit zumindest aus heutiger Sicht infrage zu stellen ist. Dass Arbeit nicht nur Last, sondern auch Lust verursachen kann, ist häufig dargelegt worden, so auch von dem hier in einem der Beiträge gewürdigten Verhaltensökonom Tibor Scitovsky (1976, S. 89–101) in seinem Buch *The Joyless Economy*. Neurowissenschaftliche Befunde stützen die These der Selbst-Stimulation durch Arbeit (Lallement et al. 2014 [2013]). In der herkömmlichen Verbrauchertheorie mit der am Markt-Kauf-Paradigma ausgegerichteten Verbraucherrolle hat das allerdings keinen Niederschlag gefunden. Dass Schmölders (1969, S. 50) empfohlen hat, Erwerbstätigkeit und Einkommenserzielung in einem gewissen Umfang in die Konsumforschung einzubeziehen, sei hier als ein weiterer Hinweis auf die Sinnhaftigkeit der Befassung mit unorthodoxen Autoren erwähnt.

Was mit unorthodoxen Vordenkern gemeint ist, sei am Beispiel der Ökonomik erläutert. Um für den Bereich der Ökonomik und der ökonomischen Verbrauchertheorie orthodoxe und unorthodoxe Ansätze zu unterscheiden, lassen sich in erster Annäherung die Mikroökonomik und Makroökonomik in ihrer herkömmlichen Form, wie sie sich in den Textbüchern für das Ökonomiestudium findet, als reine Lehre einerseits den auch nicht ganz neuen Ansätzen, wie Evolutorische Ökonomik, Haushalts- und Familienökonomik, (Neue) Institutionenökonomik, Ökologische Ökonomik und Verhaltensökonomik, andererseits als unorthodoxe Ansätze gegenüberstellen. Insbesondere die für Zwecke der Mathematisierung vereinfachten, aber unrealistischen Verhaltens-, Umwelt- und Modellierungsannahmen der mikroökonomischen Theoriebildung haben Angriffspunkte für Kritik und Begründungen von Alternativentwürfen geliefert, um den Hauptfeind *Homo oeconomicus* zu attackieren. Zu den kritisierten Annahmen gehören bekanntlich vor allem die Folgenden: starkes Rationalverhalten, Egoismus, Nichtsättigung der Bedürfnisse, maximierendes Verhalten, Atemporalität, vollständige Markttransparenz und Voraussicht, gegebene Erstausrüstung der Wirtschaftssubjekte, freier Marktzugang, unendlich viele Marktteilnehmer, Homogenität und vollständige Teilbarkeit der Güter, gegebene Technik, Neutralität des Geldes, Abwesenheit von Transaktionskosten und externen Effekten sowie Stetigkeit von Produktions- und Konsumfunktionen (Kade 1962; Holleis 1985, S. 28 f.; vgl. dazu Piorkowsky 2011, S. 80–83). Unorthodoxe Ökonomen haben die Bedeutungslosigkeit der

Annahmen für die Analyse der realen Welt und die Lösung drängender gesellschaftlicher Probleme kritisiert (siehe z. B. Veblen 1998 [1898]; Schmölders 1966; Boulding 1986) und eigene Ansätze entwickelt.

In einer Analyse der Ansätze ausgewählter unorthodoxer Ökonomen hat Bruno S. Frey (1977) Grundüberzeugungen der Autoren herausgearbeitet, die mehr oder weniger kombiniert deren Arbeiten im Sinn konzeptioneller Elemente kennzeichnen. Einbezogen in die Analyse waren Publikationen von Thorstein Bunde Veblen, John Kenneth Galbraith, Albert Otto Hirschman, Kenneth Ewart Boulding und Gunnar Myrdal. Über Boulding und Hirschman finden sich auch in diesem Band Beiträge. Folgende Gemeinsamkeiten in den Sichtweisen und dem Vorgehen der Unorthodoxen hat Frey (1977, S. 50) hervorgehoben:

- Die Wirtschaft ist ein Teil eines sozio-kulturellen Gesamtsystems. Wirtschaft und Politik sind miteinander verknüpft. In dieser Vernetzung müsse die Wirtschaft transdisziplinär analysiert werden.
- Die Institutionen spielen eine wichtige Rolle im Wirtschaftsleben. Zu den mächtigen Institutionen bzw. Organisationen gehören Großunternehmen.
- Macht und Konflikt sind prägende Gegebenheiten im Wirtschaftsleben.
- Die wirtschaftliche Entwicklung vollzieht sich evolutionär in der Zeit und diese ist nicht umkehrbar.
- Ungleichgewichte können schöpferische Kräfte freisetzen. Maßgebliche Faktoren der Entwicklung sind Änderungen von Technologie, Wissen und Präferenzen.
- Die ökonomischen Ungleichgewichte in der Welt, insbesondere die Probleme der sich entwickelnden Länder und der Benachteiligten in Wohlstandsgesellschaften, müssen beseitigt werden.
- In der Analyse wird mehr Gewicht auf praktische Relevanz als auf methodische Strenge gelegt. Qualitative Forschung, gerade auch empirische Analysen, werden gegenüber mathematischen Modellen vorgezogen, wenn sich Probleme nicht naturgemäß strukturgleich quantifizieren lassen; Mathematik wird aber auch ergänzend angewandt.

Unorthodoxe Ökonomen zeichnen sich demnach vor allem durch transdisziplinäre Integration von Erkenntnissen aus Politikwissenschaft, Soziologie, Psychologie und Ökologie aus und zielen mit ihren Arbeiten – jenseits von reiner Theorie – auf die Lösung gesellschaftlicher Probleme, insbesondere mit Blick auf benachteiligte Menschen und Regionen. Die von Frey (1977) in seine Analyse einbezogenen Ökonomen waren zumindest in einer der weiteren genannten Disziplinen ausgebildet oder durch Selbststudium und Forschung aktiv, insbesondere in

der Konflikt- und Friedensforschung; und sie waren auch außerhalb der Ökonomik anerkannt. Sie haben sich wohl als Ökonomen verstanden, waren aber „Einzelkämpfer“, haben keine wissenschaftliche Gemeinschaft im engen Sinn gebildet und – abgesehen von den verhaltenswissenschaftlich arbeitenden Ökonomen – erst spät zur Bildung wissenschaftlicher Schulen angeregt. Ähnliches gilt auch für die Neue Institutionenökonomik und die Neue Politische Ökonomik, die aber heute nicht mehr durchgehend als unorthodox gelten, sondern nach und nach die Mikro- und Makroökonomik in Teilen ergänzen.

Im Gegensatz zu den bisher angeführten Autoren und Denkschulen bezeichnet Frederic Lee (2009, S. 4–18) ausschließlich die Vertreter des Marxismus und Neomarxismus als *heterodoxe* Ökonomen, weil sie mit ihrer Fundamentalopposition gegenüber der bürgerlichen Ökonomik wie „theologische Ketzer“ schon länger eine inhaltlich und methodisch abgegrenzte Fachgemeinschaft bilden. Neben dem ökonomischen Marxismus sieht Warren Joseph Samuels (1987) die amerikanische Institutionenökonomik als heterodoxe ökonomische Schule. Aber – das sei noch einmal gesagt – heute sind die Grenzen fließender als zur aktiven Zeit der bereits genannten und der in diesem Band ins Bewusstsein gehobenen Unorthodoxen.

Hinsichtlich der Soziologie könnte einem Ökonomen die Geschichte der Soziologie von den Anfängen bis heute weitgehend als eine Geschichte von unorthodoxen Denkern erscheinen (vgl. dazu Maus 1956). Als Beispiele für unorthodoxe Soziologen älteren Semesters hat Kai-Uwe Hellmann in einer persönlichen Mitteilung dem Autor dieser Einführung dankenswerterweise die folgenden Autoren genannt: Dirk Baecker, Peter Fuchs, Roland Girtler, Alois Hahn, Karl Otto Hondrich, Niklas Luhmann, Charles Wright Mills, Rolf Schwendter und Harrison White. Nicht selten werden auch unorthodoxe Ökonomen, jedenfalls ökonomische Lehrstuhlinhaber und akademische Lehrer, wie Max Weber und Thorstein Bunde Veblen, von Soziologen als Wirtschaftssoziologen eingeordnet (siehe Kraemer und Brugger 2017); und ich habe Gerhard Scherhorn einmal als Soziologen bezeichnet (Piorkowsky 2017, S. 92). Das entspricht aber zumindest der inter- bzw. transdisziplinär orientierten Überzeugung und Arbeitsweise unorthodoxer Ökonomen, von denen einige in diesem Band gewürdigt werden, darunter auch Gerhard Scherhorn, dass insbesondere von soziologischer und psychologischer Forschung wichtige, ja unverzichtbare Beiträge zur Erklärung des Verbraucherverhaltens zu erwarten seien (vgl. dazu z. B. Boulding 1950, S. 147; Scherhorn 1977, 1986, 2001).

2 Was ist Kritische Verbrauchertheorie?

Kritische Verbrauchertheorie, wie sie grundlegend im *Bamberger Manifest* skizziert worden ist (Fridrich et al. 2014), orientiert sich Wissenschaftsdisziplinen übergreifend und schließt auch die mit Realerfahrungen und Denktraditionen eng verknüpfte Theoriegeschichte ein (vgl. dazu Piorkowsky 2017). Allein der geschichtliche Wandel der jeweils herrschenden Grundvorstellungen und Paradigmen macht deutlich, dass Verbrauch und Verbraucher – bzw. bedeutungsgleich: Konsum und Konsumenten – nicht immer so wie gegenwärtig gedacht wurden, und lässt vermuten, dass auch künftig mit einem Wandel von Grundansichten zu rechnen ist. Das dies Konsequenzen für Verbraucherpolitik und Verbraucherbildung hat, bedarf eigentlich nicht der Erwähnung, aber es unterstreicht doch die Notwendigkeit kritischer Analyse (vgl. dazu Kollmann 2015, 2017).

Die Autoren des *Bamberger Manifests* stören sich vor allem an der rollentheoretischen Engführung des Verbraucherbegriffs, wobei das Rollenkonzept sehr dürftig bleibt, und an der Dominanz des Markt-Kauf-Paradigmas. Sie orientieren sich an einem mehrdimensionalen und mehr ganzheitlichen Verbraucherverständnis sowie am Haushalts- und Lebensformenkontext und der unaufhebba- ren Einbettung der Aktivitäten und Organisationen in die sozioökonomische und ökologische Umwelt. Das führt zu einer Erweiterung des herkömmlichen Verbraucher- und Konsumbegriffs, der theoriegeschichtlich in enger Orientierung am Modell des Wirtschaftssystems als Geld- und äquivalenter Güterkreislauf und in Abgrenzung zum Produktionsbegriff nach agrarisch und handwerklich bzw. industriell geprägtem Verständnis entwickelt worden ist (vgl. dazu Streissler und Streissler 1966). Die Kernpunkte der Kritik seien kurz – und nur leicht zugespitzt – genannt (vgl. ausführlich Piorkowsky und Kollmann 2019, S. 5–10).

- Die herrschende Verbrauchertheorie ist eindimensional. Im Zentrum der Analyse steht – nicht nur bei Ökonomen – der Mensch als Käufer von Marktgütern (siehe z. B. Nessel 2017, S. 37 f.). Bereits der Einkauf wird begrifflich mit Verbrauch und Konsum weitgehend gleichgesetzt. Verbrauch an sich wird kaum betrachtet. Schon gar nicht werden der alltägliche Einkauf sowie die Weiterverarbeitung und Nutzung der Vorprodukte als Produktion personaler Güter gewertet, ganz zu schweigen von selteneren Aktivitäten, wie Kauf oder Anmietung und Einrichtung der Wohnung.
- Dass Haushaltsmitglieder auch ausgesonderte Haushaltsgüter und Dienstleistungen, z. B. Strom und Wohnraumnutzung, auf spezialisierten Märkten verkaufen, wird als „Prosumtion“ bezeichnet oder sogar als „Entgrenzung der

Verbraucherrolle“ gewertet (siehe dazu Blättel-Mink 2010; Kenning und Lamla 2018; Piorkowsky 2018).

- Ergänzende Versorgungssysteme neben dem Markt, wie Nachbarschaftshilfe und Vereine, werden weitgehend übersehen.
- Wenn die Rolle als Verbraucher-Bürger in den Blick gerückt wird, dann vor allem mit der Orientierung auf ein sozial und ökologisch korrektes Kaufverhalten (siehe z. B. Nessel 2017, S. 49 f.), seltener mit Blick auf öffentlich bereitgestellte und genutzte Güter sowie kollektive Aktionen.
- Die Berufsrollen von Haushaltsmitgliedern und die regelmäßige Geldbeschaffung durch Erwerbsarbeit sowie die gegenseitigen Abhängigkeiten von Geld- und Zeitbudget werden verbrauchertheorie- und -politikbedingt vernachlässigt (siehe Stauss 1982).
- Die Verbraucherbildung folgt im Großen und Ganzen den herkömmlichen theoretischen Vorgaben und den entsprechenden politischen Empfehlungen (siehe dazu Sekretariat der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland 2013).

Die generalisierte und integrative Betrachtung von Produktion und Konsum sowie von ineinander verwobenen personalen Rollenbündelungen und die Einbettung des Wirtschaftens in gesellschaftliche und ökologische Basisstrukturen sind ein Grundanliegen der Kritischen Verbrauchertheorie. Wünschenswert wäre eine verbrauchertheoretische und -politische Neuorientierung, welche die Lebenswelt der Menschen als Akteure im Haushalts- und Familienkontext wie auch in anderen Lebensformen und das Partizipationsbestreben des modernen Menschen, des Bürgers insbesondere im Sinn von Citoyen oder Citizen (statt Bourgeois), in der Zivilgesellschaft in den Mittelpunkt stellt. Erst mit einer solchen Fokussierung und Perspektive lassen sich – durch interdisziplinäre Forschung fundiert – Fragenkreise, wie Möglichkeiten zufriedenstellender Lebensführung und Suffizienz, nachhaltiger Lebensstile und zukunftsfähiger Klimapolitik, mit Konsumfragen zusammenführen. Das heißt auch, Verbraucherpolitik muss sich der Kolonisierung durch tagesaktuelle Wirtschaftspolitik, durch dogmatische ökonomische Wachstumsmantras und durch ritualisierte institutionelle Handlungsstrukturen in der Politik entwinden lernen. Menschen bevorzugen überschaubare Strukturen, die sie produktiv und partizipativ gestalten können – aber diese müssen erst weitgehend hergestellt werden. Das schließt auch die Förderung von Bedingungen für die Entstehung und Verbreitung neuer sozialer Normen und ökonomischer Institutionen, wie Selbsthilfe- und Sharing-Systeme, ein.

Die in diesen Band gewidigten Autoren haben zu einzelnen oder mehreren der genannten Kritikpunkte eigenständige, gegenüber der herrschenden Lehre

eigenwillige und unorthodoxe Positionen entwickelt und/oder weitergehende Überlegungen angeregt, die bewusst oder unbewusst in die Grundkonzeption der Kritischen Verbrauchertheorie eingeflossen sind. Der vorliegende Band knüpft damit an den – ebenfalls in der Reihe *Kritische Verbraucherforschung* veröffentlichten – Band über *Vergessene und verkannte Vordenker für eine Kritische Konsumtheorie* an (Piorkowsky und Kollmann 2019).

3 Überblick über die Beiträge

Im Zentrum der folgenden Beiträge stehen die in der Tab. 1 aufgeführten Wissenschaftler, die für ihre Arbeiten und Anregungen im Sinn der Kritischen Konsumtheorie gewürdigt werden. Überwiegend sind diese Persönlichkeiten in ihren jeweiligen Fachgemeinschaften und auch darüber hinaus anerkannt; teils sind sie aber auch nicht oder nicht mit den hier hervorgehobenen Leistungen in der konsumtheoretisch ausgerichteten Literatur angemessen wahrgenommen worden.

Tab. 1 Biografische Angaben zu den ausgewählten Autoren. Quelle: Eigene Zusammenstellung

Name und Profession	Geburts- und Sterbejahr	Ort der letzten Hochschulprüfung	Letzte hauptamtliche Position
Georg Simmel, Kulturphilosophischer Soziologe	1858–1918	Universität zu Berlin	Professor, Universität Straßburg
Kenneth Ewart Boulding, Ökologischer Ökonom	1910–1993	University of Oxford	Professor, University of Colorado
Tibor Scitovsky, Verhaltensökonom	1910–2002	London School of Economics	Professor, Stanford University
Albert Otto Hirschman, Politischer Entwicklungsökonom	1915–2012	Universität von Triest	Professor emeritus, Institute for Advanced Study, Princeton
Daniel Bell, Kulturkritischer Soziologe	1919–2011	Columbia University	Professor, Harvard University
Gerhard Scherhorn, Politischer Konsumökonom	1930–2018	Universität zu Köln	Professor, Universität Hohenheim

Alle waren eigensinnige und unorthodoxe Vordenker, die hauptsächlich jenseits des Hauptstroms der wissenschaftlichen Gemeinschaften – vorrangig in kleinen Gruppen und Denkzirkeln – aktiv waren. Ihre Ein- und Weitsicht bei den Analysen von Wirtschaft und Gesellschaft und die zugehörige Entwicklung von Fragen und Antworten bietet Anregungen in der aktuellen Diskussion über Grundfragen des Konsums und der Verbraucherrolle. Die Bezeichnung der Profession in der Tab. 1 entspricht nicht der offiziellen Denomination der jeweiligen Professur an der Hochschule, sondern einer hier gewählten Kennzeichnung des Wirkens in der Wissenschaft und teils auch darüber hinaus.

Die ausgewählten Autoren bzw. die Referenten thematisieren in den Beiträgen insbesondere Ambivalenzen, Optionen und Zukunftsmodi im Konsum bei der Suche nach Zufriedenheit. Das ist so etwas wie der sprichwörtliche rote Faden in diesem Band. Zum einen geht es um das Streben nach Zufriedenheit im Konsum durch den Konsumakt selbst, zum anderen um das Streben nach Zufriedenheit durch zunehmenden „Frieden mit der Natur“. Der Band beginnt im Teil I des Hauptteils mit drei Beiträgen, in denen Einsichten über die Suche nach individueller Zufriedenheit im Konsum i.e.S. dargelegt werden. Es folgen im Teil II des Hauptteils drei Beiträge zur Suche nach ökologischer Nachhaltigkeit. Klar ist, dass sich solche Überlegungen aus der Unzufriedenheit mit der aktuellen Situation ergeben, zum einen mit dem Konsum i.e.S., zum anderen mit den Natur-Umwelt-Effekten von Konsum und – folgerichtig – von Produktion, also der Transformation von Input in Output und Outcome.

Im Kern der Beiträge geht es um die Fragen, ob und wie Zufriedenheit bzw. Nachhaltigkeit erreicht werden kann, ob und welche Hindernisse dem gegenwärtig oder auch zukünftig entgegenstehen, ob und wie diese gegenwärtig oder zukünftig überwunden werden können und was man sich ggf. dafür einhandelt. Sehr kurz gesagt zeigt sich in dem Daniel Bell gewidmeten Beitrag von Kai-Uwe Hellmann, dass Zufriedenheit und Frustration unauflöslich zusammengehören. In dem Beitrag von Günther Rosenberger über Tibor Scitovsky zeigt sich mehr Frust als Freude. Albert Otto Hirschman hat sehr tief Sinnig die ambivalenten Optionen der Konsumenten: Nachfrage, Abwanderung und Widerspruch herausgearbeitet, wie Christian Bala darlegt. Die Vision einer mehr nachhaltigen Raumschiff-Ökonomie für die Erde hat Kenneth Ewart Boulding auf der Grundlage seiner Ökologischen Ökonomik entwickelt, über die Michael-Burkhard Piorkowsky referiert. Gerhard Scherhorn hat – so der Beitrag von Johannes Hoffmann und Gerhard Hofmann – für demokratisch legitimierte Nachhaltigkeit als Alternative zum Kapitalismus geworben. Und Rainer Hufnagel zeigt in seinem Beitrag über Georg Simmel, dass Schönheit in der Produktgestaltung einen Beitrag zur ökologischen Nachhaltigkeit leisten könnte. Der Band schließt mit Fragen und Anregungen, die

Karl Kollmann auf dem Gründungs-Workshop des Bamberger Kreises 2013 vorgetragen hat. Auch diese Stellungnahme war durch Unzufriedenheit motiviert: Unzufriedenheit mit dem Stand der Konsum- und Verbrauchertheorie, -politik und -bildung.

Daniel Bell, Soziologe und Visionär der postindustriellen Gesellschaft, war auch ein früher nicht marxistischer Kritiker der modernen Konsumgesellschaft und des Hedonismus, wie Kai-Uwe Hellmann in seinem Beitrag über Bells Bestimmung des modernen Konsums darlegt. Bell wertete die Entwicklung als kulturelle Revolution im Sinn eines Untergangs der gehobenen Kultur des Bildungsbürgertums. Die nordamerikanische Konsumkultur seiner Zeit empfand er als flach und vulgär. Hellmann kritisiert Bells von Arroganz geprägte und getrübbte Kritik, die nicht soziologischen Standards der Analyse gerecht werde. Allerdings erkennt Hellmann in Bells kritisch instrumentalisierte Fokussierung auf Hedonismus einen entscheidenden frühen Hinweis für die konsumsoziologische Forschung auf die Leiteinstellung der modernen Konsumgesellschaft mit dem Konsum als Leitsphäre. Um mehr Tiefenschärfe in die Analyse zu bringen, zieht Hellmann insbesondere Beiträge von Colin Campbell und Tibor Scitovsky heran und arbeitet heraus, dass Wunsch und Wirklichkeit, Unzufriedenheit und Zufriedenheit – wie bei einem Pendel – sich abwechselnde Phasen im Prozess der Lebensgestaltung sind und dass die intensive Suche nach persönlicher Zufriedenheit im Konsum die Seele des modernen Konsums sei.

Tibor Scitovsky hat Konsumenten nicht nur als Käufer und Nutzer, sondern auch als Verkäufer ihrer ausgesonderten Haushaltsgüter analysiert (Scitovsky 1994) und die Zusammenhänge zwischen Konsum, Erwerbstätigkeit und Stiftung von Zufriedenheit herausgearbeitet. Bekannt geworden ist er vor allem durch seine Analyse der freudlosen Wirtschaft. Scitovsky (1976) hat in seinem Buch *The Joyless Economy* die individuellen und strukturellen Probleme in den Blick gerückt, die für zunehmend mehr Menschen zu einem eher freudlosen, unerfüllten Leben in der vermeintlichen Wohlstandsgesellschaft führen. Auch Scitovsky hat, wie Bell, die Lebensverhältnisse in den USA vor Augen. Der sich für zu viele nicht erfüllende „American Dream“ ist sein Paradigma. Scitovsky verbindet Persönlichkeitspsychologie und Kulturkritik zu einer tiefeschürfenden Analyse des – fast krankhaften – gesellschaftlichen Unwohlseins, wie Günther Rosenberger im Detail darlegt. Fehlende Bildung, Erwerbsarbeit und Infrastruktur verhindern die Entfaltung von Neugier und Kreativität, um gute Spannungen aufzubauen, die zu einer erfreulichen Lebensgestaltung notwendig sind. Gleichförmige Massenprodukte und anspruchslose Freizeitaktivitäten führen zu „Anpassung nach unten“ und Scheinzufriedenheit. Wenn nahezu alles fehlt, bleiben nur noch Gewalt, Kriminalität und Drogen, um eine fälschlich als positiv empfundene Spannung zu

erzeugen. Dass gerade auch unerfüllte Erwartungen zur erfolgreichen Suche nach erfüllender Lebensgestaltung führen können, ist eine Erfahrung, die vielen versagt bleibt. Scitovsky hat das psychologisch begründet und Rosenberger vermittelt es zugänglich in seinem Beitrag.

Albert Otto Hirschman war nicht nur Wissenschaftler, sondern auch Praktiker in der Umsetzung seiner wissenschaftlichen und politischen Ideale und Ideen. Er hat die Rolle der Verbraucher-Bürger, insbesondere in den Formen von widerständigen individuellen und kollektiven Aktionen, hervorgehoben (Hirschman 1970). Das ist als „Verbraucherpolitik von unten“ und damit auch als Produktion kollektiver bzw. öffentlicher Güter zu verstehen. Aber nicht nur Abwanderung und Widerspruch, sondern auch Loyalität gegenüber einem Anbieter und – neben den Optionen – die Ambivalenzen, die mit den Handlungsmöglichkeiten verbunden sein können und jedenfalls zu bedenken sind, zeichnen Hirschmans Hauptwerk in besonderer Weise aus. Und Christian Bala hat genau dies herausgearbeitet und stellt es in seinem Beitrag differenziert dar. Dazu gehören z. B. Hirschmans Überlegungen, dass mit der Abwanderung kritischer Konsumenten aus einem Markt auch das Potenzial für Widerspruch reduziert würde und die weniger aktiven Nachfrager „ihrem Schicksal“ überlassen blieben und sich deren Versorgungssituation sogar noch verschlechtern könnte; oder dass sich – bei schwachem Wettbewerb und fehlenden Produktalternativen – durch Loyalität gegenüber einem Anbieter auch die Möglichkeit ergeben würde, korrigierende Reaktionen bis hin zu Widerspruch und Abwanderung zunächst einmal zu entdecken und zu erproben.

Kenneth Ewart Boulding war zunächst ein ziemlich regulärer Ökonom, wie er einmal gesagt hat, und wie auch seine früh publizierten Einführungen in die Ökonomik unter dem Titel *Economic Analysis* belegen. Nur bei genauer Lektüre konnte sich bereits in den Einführungen, die den Status von Standardlektüre für Economics-Studierende hatten, ein Hauch von Neuorientierung herauslesen. In seiner *Reconstruction of Economics* präsentierte er dann eine Theorie, in der das ökonomische System konsequent mit der ökologischen Umwelt verknüpft ist und führte als erster Ökonom die Thermodynamik in die Wirtschaftsanalyse ein. Damit konnte er zeigen, dass der ganze Wirtschaftsprozess ein irreversibler Transformationsprozess von Naturgütern in Investitions- und Konsumgüter sowie Rest- und Schadstoffe ist. Das führte ihn zu der Überlegung, dass Konsum und Produktion eher schlecht als gut seien und fand in dem berühmten Artikel *The Economics of the Coming Spaceship Earth* und dem Folgeartikel *Spaceship Earth Revisited* einen genialen Abschluss. Außerdem hat Boulding u. a. die herrschende marktzentrierte Sichtweise in der Ökonomik um eine Theorie der Nicht-Markt-Ökonomie ergänzt und die basale Rolle der Privathalte herausgestellt. Das hat

ihm den Vorwurf eines berühmten Kollegen eingebracht, er sei ein Institutionen-ökonom – eben unorthodox und eigensinnig. Das und mehr wird in dem Beitrag von Michael-Burkhard Piorkowsky ausführlich dargestellt.

Gerhard Scherhorn war Volkswirt, ausgestattet mit der sozioökonomischen Grundorientierung aus der Forschungsstelle für empirische Sozialökonomik von Günter Schmolders. Die Befassung mit Konsumtheorie, Verbraucherfragen und Wirtschaftspolitik, insbesondere auch mit Verbraucherbildung und Verbraucherpolitik, führte ihn früh zu Fragen nach den Grundlagen und Wegen eines sozioökonomisch-ökologisch verantwortlichen Handelns, nach einem „Frieden mit der Natur“ (Klaus Michael Meyer-Abich) und einem Wohlstandsausgleich in der Welt. Er war u. a. Gründungsmitglied der Vereinigung für Ökologische Ökonomen und des Netzwerks Ökologische Ökonomie und leitete am Wuppertalinstitut für Klima, Umwelt und Energie u. a. die Forschungen über „Neue Wohlstandsmodelle“ sowie „Nachhaltiges Produzieren und Konsumieren“. An diese Arbeitsschwerpunkte, insbesondere an die Arbeit der Projektgruppe „Ethisch-Ökologisches Rating“ erinnern Johannes Hoffmann und Gerhard Hofmann in ihrem Beitrag über Gerhard Scherhorn.

Georg Simmel gehört zu den Mitbegründern der deutschen Soziologie und publizierte zu einer Zeit, als es noch keine Orthodoxie geben konnte. Fast kein Thema ließ er aus. Zu der hier gewählten Kennzeichnung als „kulturphilosophischer Soziologe“ hat mich das von Ingo Meyer (2018) verfasste Portrait von Simmel angeregt. Dass Simmel über Nachhaltigkeit geschrieben hätte, wird in der Literatur wohl nicht behauptet. Und dennoch hat Rainer Hufnagel dazu ein interessantes Detail in Simmels *Philosophie der Mode* gefunden und auf kreative Weise in eine konstruktiv-kritische Betrachtung über nachhaltige Lebensstile und Konsummuster eingearbeitet. Hufnagel greift die Betrachtung von Modewellen bei Simmel auf und untersucht Analogien zum Verblassen von Nutzenempfindungen und zur Dynamik von Pendelbewegungen. In der Bedeutsamkeit und Wahrnehmung von Schönheit könnte – so das Ergebnis – eine Schlüsselrolle für die mehr oder weniger nachhaltige Nutzung von Gebrauchsgegenständen liegen. Diese Analyse ergänzt die Auseinandersetzung mit der von Boulding aufgeworfenen und in dem Beitrag von Piorkowsky behandelten Frage, ob für die Wohlfahrtsstiftung eher das Ergebnis oder der Prozess des Konsumierens maßgeblich sei, also z. B. gut gekleidet zu sein oder sich auch abwechslungsreich kleiden zu können.

Zum Abschluss des Bandes ist die Unterlage von Karl Kollmann zu seinem Vortrag in Bamberg abgedruckt. Im Juli 2013 hatten sich auf Initiative der beiden Herausgeber dieses Bandes der Schriftenreihe *Kritische Verbraucherforschung* Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus Deutschland, den Niederlanden