

Beiträge zur Verhaltensforschung

Heft 40

Verantwortliches Konsumentenverhalten

Individuum und Institution

Von

Michael Neuner



Duncker & Humblot · Berlin

Beiträge zur Verhaltensforschung

Die von Günter Schmölders 1959 begründete Buchreihe „Beiträge zur Verhaltensforschung“ hatte es sich zum Ziel gesetzt, die vorherrschende, weitgehend deduktiv operierende und den lebensweltlichen Prozessen entrückte Volkswirtschaftslehre mit erfahrungswissenschaftlicher Evidenz über das reale Verhalten der Menschen im Wirtschaftsprozeß zu konfrontieren. Inzwischen, eine Generation später, hat sich die Nationalökonomie vielen in den anderen Sozial- und Verhaltenswissenschaften heimischen Konzepten und Betrachtungsweisen gegenüber geöffnet. Die lebhaft diskutierte um die Logik des kollektiven Handelns, der rationalen Erwartungen und der Wahl zwischen privaten und kollektiven Gütern, die Konzeptionen der spieltheoretischen, der institutionenökonomischen und der produktionstheoretischen Analyse mikroökonomischer Prozesse lassen den Abbau von Berührungängsten zwischen der Ökonomie und den benachbarten Wissenschaften erkennen. Die „splendid isolation“ der Ökonomie ist von außen her durch Methodenkritik, von innen durch Reflexion aufgebrochen worden.

Nach wie vor aber bedürfen politikrelevante Konzepte der ökonomischen Theorie wie Angebotsorientierung, Flexibilisierung, Konsumentensouveränität dringend der empirischen Fundierung, Differenzierung und Erprobung, damit sie nicht als pseudo-präzise positive Weltbilder – mit der Autorität der Wissenschaft versehen – für Interessenpositionen erhalten müssen. Die ökonomische Verhaltensforschung muß daher die der Wirtschaftswissenschaft immanenten Welt- und Wertvorstellungen, ihre Logik und Struktur ebenso wie ihre Auswirkungen auf Wirtschaft und Gesellschaft, kritisch untersuchen. Dazu wird sie weiterhin, ganz im Sinne ihres Gründers, mit erfahrungswissenschaftlichen Methoden wirtschaftliche und wirtschaftspolitische Prozesse analysieren und bestrebt sein, mit diesen Analysen auch ein außerakademisches Fachpublikum zu erreichen.

Wie bisher wird also das Profil der Reihe durch Arbeiten charakterisiert sein, die von dieser methodologischen Orientierung geleitet sind. Die Arbeiten werden darüber hinaus manche inhaltlichen Fragen aufnehmen, die bislang von der ökonomischen Verhaltensforschung weniger beachtet wurden. Die ersten Beiträge der neuen Folge befassen sich mit gesellschaftlichen Problemen und Politikfeldern in den sensiblen Bereichen Umweltschutz, Beschäftigung, Technologiegestaltung, Verbraucherpolitik und Produktentwicklung; sie orientieren sich an dem Triangel Produzenten – Konsumenten – Staat. Wie geht die Konsumgüterindustrie mit einer neuen Schicht unzufriedener und selbstbewußter Kunden um? Wie wirken sich gängige Leitbilder der Wissenschaft in der Praxis wirtschaftspolitischer Beratung aus? Wie werden staatliche Aufrufe und Anreize zur Beschäftigung jugendlicher Arbeitsloser in Unternehmen wahrgenommen und strategisch und organisatorisch umgesetzt? Wirken sich Deklarationen unternehmerischer Verantwortung in realen Strategien des Umwelt- und Ressourcenschutzes aus? Hat der vielbeschworene Wertewandel, die Individualisierung und Pluralisierung der Lebensverhältnisse Konsequenzen für Lebenspläne, Arbeits- und Konsumstile?

Es ist das Ziel der Herausgeber, in dieser Reihe Arbeiten zusammenzufassen, die in zugleich theoriegeleiteter und theoriekritischer, politikbezogener und anwendungsorientierter Weise die Fruchtbarkeit verhaltenswissenschaftlicher Ansätze für die Ökonomie vor Augen führen.

MICHAEL NEUNER

Verantwortliches Konsumentenverhalten

Beiträge zur Verhaltensforschung

Herausgegeben von

Prof. Dr. Meinolf Dierkes, Berlin
Prof. Dr. Gerhard Scherhorn, Hohenheim
Prof. Dr. Burkhard Strümpel†, Berlin

Heft 40

Verantwortliches Konsumentenverhalten

Individuum und Institution

Von

Michael Neuner



Duncker & Humblot · Berlin

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Neuner, Michael:

Verantwortliches Konsumentenverhalten : Individuum und Institution /

Michael Neuner. – Berlin : Duncker und Humblot, 2001

(Beiträge zur Verhaltensforschung ; H. 40)

Zugl.: Hohenheim, Univ., Diss., 2000

ISBN 3-428-10308-4

D 100

Alle Rechte vorbehalten

© 2001 Duncker & Humblot GmbH, Berlin

Fotoprint: Berliner Buchdruckerei Union GmbH, Berlin

Printed in Germany

ISSN 0522-7194

ISBN 3-428-10308-4

Gedruckt auf alterungsbeständigem (säurefreiem) Papier
entsprechend ISO 9706 ☉

Geleitwort

Wirtschaftsethik hat sich in den letzten Jahren als wirtschaftswissenschaftliches Fach durchgesetzt. Die Untersuchungen dieses Faches beschäftigen sich bisher überwiegend mit dem Unternehmerverhalten, soweit sie nicht den ganz allgemeinen Fragen der Ethik in der Wirtschaft zugewandt sind. Das konkrete Verbraucherverhalten jedenfalls ist bisher relativ selten Gegenstand wirtschaftsethischer Erörterungen. In den letzten Jahrzehnten haben wir zwar vieles über die externen Effekte des ökonomischen Handelns hinzugelehrt, über die personalen und institutionellen Bedingungen für verantwortliches Verhalten aber existiert noch kein zusammenhängendes Wissen.

Neuner bündelt die empirische Evidenz dafür, daß die Konsumenten zu verantwortlichem Handeln bereit sind – nicht alle und nicht immer, insgesamt aber doch in bedeutendem Ausmaß. Er legt überzeugend dar, daß es nicht an mangelnder Bereitschaft liegt, wenn Konsumenten sich in ökologischen und sozialen Fragen nicht verantwortlich verhalten. Auch die Darstellung der empirischen Befunde selbst ist höchst eindrucksvoll; sie stellt ein umfassendes Kompendium für sich dar.

Doch auch bei vorhandener Bereitschaft hängt die Fähigkeit zu verantwortlichem Handeln bei der Person davon ab, wie weit ihre moralische Urteilskompetenz entwickelt ist. Nach der entwicklungspsychologischen Theorie von Kohlberg steht die Eigennutzorientierung auf der untersten Kompetenzstufe, auf der mittleren entwickelt sich die Konformitätsorientierung, und erst auf der obersten Stufe beginnt man, sich selbstbestimmt an Prinzipien zu orientieren. Je höher die Urteilskompetenz, desto zentraler und stabiler die relevanten Einstellungen und desto größer die Konsistenz von Einstellung und Verhalten. Diese Theorie ist inzwischen empirisch recht gut gesichert. Der Verfasser bringt sie mit der ebenfalls empirisch fundierten Theorie der Verhaltensregulation von Deci und Ryan zusammen und entwickelt die Vorstellung, daß die Verhaltensrelevanz von Normen der Natur- und Sozialverträglichkeit eine Funktion der Selbstbestimmtheit ist, mit der die Person diese Normen in ihre Motivationsstruktur integriert hat; je höher die Selbstbestimmtheit, desto wahrscheinlicher und wirksamer die Selbstverpflichtung zu verantwortlichem Handeln.

Auf dieser Grundlage analysiert der Verfasser die institutionellen Bedingungen des verantwortlichen Konsumentenverhaltens. Er legt dar, daß die Institutionen der Gesellschaft großenteils so beschaffen sind, daß sie den Konsumenten

ten, die verantwortlich handeln wollen, unzumutbar hohe Risiken auferlegen. Diese weichen folglich auf ein weniger verantwortungsgemäßes Handeln aus. Das aber darf nicht so gedeutet werden, als entspräche es ihrer eigentlichen Intention, nur eben unter restriktiven Bedingungen; denn die institutionellen Bedingungen, um die es geht, sind keine Restriktionen wie der zu hohe Preis oder das zu geringe Einkommen, die den Kreis der wählbaren Möglichkeiten einengen, ohne die Präferenzen zu verändern. Sie relativieren vielmehr die Präferenzen selbst, indem sie das moralische Urteil verunsichern, das ihnen zugrundeliegt. Es kann durch ein Aufklärungsversagen des Marktes, durch widersprüchliche Botschaften, durch unklare Verantwortungszuweisung oder durch Fehlen von Einspruchsmöglichkeiten geschwächt und abgelenkt werden.

So spricht Neuner zu Recht von institutionenbedingten Pathologien, also Störungen des Verhaltens. Er veranschaulicht sie an Beispielen aus dem Bereich des Verkehrs, der Energieversorgung, des Mietrechts und der Information auf Konsumgütermärkten. Die Beispiele sind sinnvoll und nötig, denn die Vorstellung vom institutionenbedingten Fehlverhalten ist so ungewohnt, daß sie gut begründet sein muß, um akzeptiert werden zu können. Aus dieser Vorstellung ergeben sich die Korrekturansätze, die der Verfasser anschließend für jedes der vorher behandelten Beispiele vorführt, um zu zeigen, daß das institutionenbedingte Fehlverhalten vermieden werden kann, wenn die Institutionen geändert werden.

Die Änderung muß vor allem auf Ergänzung und Anreicherung der Marktprozesse abzielen, denn das zentrale Merkmal der bisherigen konsumrelevanten Infrastruktur ist doch, daß sie den Konsumenten eine passive, rezepptive Rolle zuweist. Diese Rollenzuweisung war hinzunehmen, solange die Konsumenten als eine Vielzahl isoliert agierender Individuen betrachtet wurden. Doch ist sie ergänzungsbedürftig, seit die Forschung sich den Phänomenen des kollektiven Handelns zugewandt hat. Man weiß jetzt, daß auch Konsumenten zur Beteiligung an gemeinsamen Aktionen in der Lage sind, mag das aber noch nicht recht ernstnehmen, weil es soziale Innovationen erfordert, die sich im allgemeinen Bewußtsein noch nicht verankert haben, obwohl es durchaus schon Vorbilder dafür gibt.

Der Verfasser zeigt an drei Kategorien auf, wie soziale Innovationen es den Verbrauchern ermöglichen können, verantwortungsorientiert zu handeln. Das sind zum einen Innovationsallianzen privater Akteure, die zum Beispiel den Prototyp eines umweltfreundlichen Produkts konstruieren, um zu beweisen, daß es produziert und vertrieben werden kann, und dies dann dem Markt überlassen; es sind moralökonomische Versorgungsinstitutionen, die die natur- und sozialverträgliche Produktion und Verteilung eines Gutes selbst organisieren; es sind Public Common Partnerships, in denen öffentliche Körperschaften etwa mit Bürgerinitiativen oder Nachbarschaftsorganisationen zusammenarbeiten,

um Gemeinschaftsaufgaben etwa der Stadtplanung oder der Lokalen Agenda 21 besser zu lösen. So wird verantwortliches Konsumentenverhalten durch einen Wandel der institutionellen Bedingungen gefördert, der, wie Neuners Beispiele sozialer Innovationen deutlich machen, sich in manchem bereits abzeichnet.

Stuttgart, im Dezember 2000

Professor Dr. Gerhard Scherhorn

Inhaltsübersicht

Einführung	23
A. Vorbemerkungen	23
B. Anliegen und Struktur der Untersuchung	24
C. Grundlagen	33

Erster Teil

Die Wohlfahrtsbilanz im Defizit	50
A. Ein epochales Mißverständnis	51
B. Die Aktivseite der Wohlfahrtsbilanz: Verheißungen und Erfolge der Konsumgesellschaft	52
C. Die Passivseite der Wohlfahrtsbilanz	54
D. Konsum und ökologische Belastungen	70
E. Resümee und weiterführende Überlegungen	85

Zweiter Teil

Empirische Evidenz für ein Verantwortungsbewußtsein in der Gesellschaft	89
A. Skizze der normativen Grundstruktur der Gesellschaft	90
B. Die Bereitschaft zur Verantwortung für die natürliche Mitwelt	112
C. Das soziale Problembewußtsein der Verbraucher	141
D. Postmaterielle Werthaltungen: Ökologisches und soziales Verantwortungsbewußtsein	148
E. Resümee und weiterführende Überlegungen	160

Dritter Teil

Erscheinungsformen des verantwortlichen Konsumentenverhaltens	170
A. Verantwortliches Konsumentenverhalten als regulative Idee	172
B. Privates Konsumentenverhalten	177
C. Kollektives Konsumentenverhalten	190
D. Resümee und weiterführende Überlegungen	217

Vierter Teil

Personale Bedingungen für verantwortliches Konsumentenverhalten	221
A. Moralische Urteilskompetenz und die Bereitschaft zur Verantwortung	225
B. Von der moralischen Urteilskompetenz zum moralischen Einstellungssystem	257
C. Vom moralischen Einstellungssystem zum verantwortlichen Verhalten	265
D. Ein Ansatz zur Erklärung des verantwortlichen Konsumentenverhaltens	274
E. Synopsis: Ein dynamisches Modell zur Erklärung des verantwortlichen Konsumentenverhaltens	296
F. Implikationen	299
G. Resümee und weiterführende Überlegungen	315

Fünfter Teil

Konsumrelevante Infrastruktur und institutionelle Bedingungen für verantwortliches Konsumentenverhalten	317
A. Die Bedeutung von Institutionen und konsumrelevanter Infrastruktur	320
B. Institutionenbedingte Pathologien in ökologie- und sozialrelevanten Schlüsselbereichen	327
C. Ansätze zur Korrektur der konsumrelevanten Infrastruktur	370
D. Innovationssysteme und soziale Innovationen	413
E. Resümee	546
Ertrag	548
A. Zusammenschau der Ergebnisse	548
B. Das Zusammenspiel von Individuum und Institution	557
C. Die Bedeutung von Anreizen: „Low Cost“ versus „High Justice“	562
D. Verwertungszusammenhang und Ausblick	568
URL-Verzeichnis	575
Literaturverzeichnis	576
Sachverzeichnis	679

Inhaltsverzeichnis

	Einführung	23
A.	Vorbemerkungen	23
B.	Anliegen und Struktur der Untersuchung	24
I.	Zielsetzung und methodischer Grundansatz	24
II.	Gang der Untersuchung	26
III.	Der Stellenwert des Normativen in der Untersuchung	30
C.	Grundlagen	33
I.	Verantwortliches Konsumentenverhalten als Gegenstand der Konsumforschung.....	33
II.	Rückblick: Die Trennung moralischer Betrachtungen vom wirtschaftlichen Handeln	36
III.	Der Verantwortungsbegriff und seine Struktur	40
IV.	Normen für verantwortliches Konsumentenverhalten	44

Erster Teil

	Die Wohlfahrtsbilanz im Defizit	50
A.	Ein epochales Mißverständnis	51
B.	Die Aktivseite der Wohlfahrtsbilanz: Verheißungen und Erfolge der Konsumgesellschaft.....	52
C.	Die Passivseite der Wohlfahrtsbilanz	54
I.	Güterwohlstand und Wohlfahrt	54
II.	Wachsendes Unbehagen	61
III.	Der Leerlauf der Zivilisationsmaschine.....	63
D.	Konsum und ökologische Belastungen.....	70
I.	Konsumenten als Täter und Opfer	70
II.	Die ökologischen Auswirkungen des Konsums.....	72
III.	Ausgewählte Problembereiche	74
1.	Haushaltschemikalien.....	74
2.	Mobilität und Verkehr	75
3.	Abfall und Energie	78

4. Außerhäusliches Freizeitverhalten und Naturkonsum	79
IV. „Leben <i>in</i> der Natur“ versus „Leben <i>von</i> der Natur“	81
E. Resümee und weiterführende Überlegungen	85

Zweiter Teil

Empirische Evidenz für ein Verantwortungsbewußtsein in der Gesellschaft		89
A. Skizze der normativen Grundstruktur der Gesellschaft		90
I. Wertewandel und Wertpluralismus		90
II. Vorherrschende Werte und Leitlinien		95
III. Wertetypen		97
IV. Wahrgenommene Eigenverantwortlichkeit und Fremdverantwortlichkeiten		101
V. Potential und Formen des bürgerschaftlichen Engagements		104
1. Gegenläufige Entwicklungen		104
2. Aktive und passive Teilöffentlichkeiten		108
B. Die Bereitschaft zur Verantwortung für die natürliche Mitwelt		112
I. Befunde zu einzelnen Teilaspekten des Umweltbewußtseins		114
1. Das Ausmaß an allgemeiner ökologischer Sensibilisierung		114
2. Motive zum Schutz der Natur		116
3. Verantwortungsinstanzen für die Entstehung und die Lösung ökologischer Probleme aus Sicht der Bevölkerung		119
4. Handlungsabsichten, persönliches und öffentliches Umweltverhalten		120
5. Verzichts- und Zahlungsbereitschaft		125
Exkurs: Globale ökologische Bewußtseinstendenzen		131
II. Befunde auf Basis mehrdimensionaler ökologischer Bewußtseinskonzeptionen		132
1. Ökologische Bewußtseinstypen		132
2. Gemeinsamkeiten verschiedener ökologischer Bewußtseinstypologien		137
C. Das soziale Problembewußtsein der Verbraucher		141
I. Allgemeines soziales Bewußtsein		141
II. Die Quantifizierung des sozialen Bewußtseins durch das Spendenverhalten		144
D. Postmaterielle Werthaltungen: Ökologisches und soziales Verantwortungsbewußtsein		148
I. Frühe Studien		148
II. Die Hohenheimer Studie		150
1. Vorläufer: Der verantwortungsnormierte Lebensstil der „freiwilligen Einfachheit“		150

2. Der „Postmaterialist“ als Idealtyp des verantwortungsbewußten Verbrauchers	152
3. Die Operationalisierung „post-“ und „promaterieller“ Einstellungen	154
4. Verbreitungsgrad und Verbreitungschancen verantwortungsnormierter Konsumstile.....	158
E. Resümee und weiterführende Überlegungen	160
I. Zusammenfassung der wichtigsten Befunde.....	160
II. Implikationen.....	163
1. Postmaterialisten und teilsensibilisierte Wohlstandsbürger als Transformatoren des gesellschaftlichen Wandels.....	163
2. Erste Promotionsstrategie: Aufklärung	164
3. Zweite Promotionsstrategie: Anpassung der konsumrelevanten Infrastruktur.....	168

Dritter Teil

Erscheinungsformen des verantwortlichen Konsumentenverhaltens 170

A. Verantwortliches Konsumentenverhalten als regulative Idee.....	172
B. Privates Konsumentenverhalten	177
I. Verantwortungsnormiertes Informationsverhalten	177
II. Verantwortliches Konsumverhalten im engeren Sinne.....	183
1. Die Struktur des verantwortlichen Kaufens.....	183
2. Niveauänderungen: Partieller und totaler Kaufverzicht	184
3. Kaufaufschub und partielle Kaufverlagerung auf Sekundärmärkte.....	185
4. Strukturänderungen (1): Ökologisch motivierte Kaufverlagerung	186
5. Strukturänderungen (2): Sozial motivierte Kaufverlagerung	188
C. Kollektives Konsumentenverhalten.....	190
I. Naturschonung als Gemeinschaftsaufgabe	190
II. Gemeinschaftliche Güternutzungsformen.....	192
1. Ressourceneffizienz und eigentumslose Konsumformen	192
2. Die Schließung von Verantwortungskreisläufen durch gemeinschaftliche Güternutzung	195
3. Die Chance: Teilen als Alltagserfahrung	197
4. Das Hemmnis: Die expressive Funktion des Privateigentums	199
III. Verantwortungsorientiertes Konsumentenverhalten und Marktsignalisierung	203
1. Bedeutung und Formen von Marktsignalen der Verbraucher.....	203
2. Kollektive Defensivaktionen durch Boykott	208

3. Die Signalisierung von Verantwortungsbereitschaft durch Pro-Artikulationen.....	213
a) Die Bedeutung von Pro-Artikulationen zur Bedarfsdarstellung.....	213
b) Kollektive Zuwanderung durch „Buycott“.....	215
D. Resümee und weiterführende Überlegungen	217

Vierter Teil

Personale Bedingungen für verantwortliches Konsumentenverhalten	221
A. Moralische Urteilskompetenz und die Bereitschaft zur Verantwortung.....	225
I. Begriff und Wesen der moralischen Urteilskompetenz	225
II. Die drei Entwicklungsebenen moralischer Urteilskompetenz nach Kohlberg.....	230
III. Die Bedeutung der moralischen Urteilskompetenz für das Prinzip Verantwortung.....	236
1. Die Eigennutzorientierung auf präkonventioneller Ebene.....	237
2. Die Konformitätsorientierung auf konventioneller Ebene.....	238
3. Die Prinzipienorientierung auf postkonventioneller Ebene: Der systematische Ort des Prinzips Verantwortung	245
IV. Moralische Selbstbestimmung, Freiheit und Verantwortung.....	246
V. Die Blockierung der moralischen Entwicklung durch innere Widerstände	250
VI. Moralische Selbstbestimmung und Reflexionskompetenz.....	255
B. Von der moralischen Urteilskompetenz zum moralischen Einstellungssystem.....	257
C. Vom moralischen Einstellungssystem zum verantwortlichen Verhalten.....	265
D. Ein Ansatz zur Erklärung des verantwortlichen Konsumentenverhaltens	274
I. Formen der Normenintegration und die Regulation des Verhaltens	275
II. Selbstbestimmung, commitment und moralische Handlungsintentionalität	280
III. Die Konsistenzmotivation als Agens des verantwortlichen Verhaltens	284
IV. Die Notwendigkeit der Gleichrichtung von Handlungsintentionalität und Selbstbestimmung.....	287
1. Selbstverwirklichung versus symbolische Selbstergänzung.....	287
2. Die Autonomieorientierung als Schlüsselvariable des verantwortlichen Konsumentenverhaltens	293
E. Synopsis: Ein dynamisches Modell zur Erklärung des verantwortlichen Konsumentenverhaltens.....	296
F. Implikationen.....	299
I. Ansätze auf der normativen Ebene: Förderung der moralischen Urteilskompetenz.....	300

II. Ansätze auf der Einstellungsebene: Informationen über die Kosten des Wohlstands.....	305
III. Ansätze auf der Motivationsebene: Schaffung gerechter Handlungsbedingungen	310
IV. Ansätze auf der Verhaltensebene: Schaffung von Verantwortungsrollen.....	312
G. Resümee und weiterführende Überlegungen	315

Fünfter Teil

Konsumrelevante Infrastruktur und institutionelle Bedingungen für verantwortliches Konsumentenverhalten 317

A. Die Bedeutung von Institutionen und konsumrelevanter Infrastruktur.....	320
B. Institutionenbedingte Pathologien in ökologie- und sozialrelevanten Schlüsselbereichen	327
I. Institutionenbedingte Pathologien	327
1. Konzept	327
2. Ätiologie institutionenbedingter Pathologien: Ursachen und Formen.....	331
3. Wirkungen.....	334
II. Double bind im Bereich der Verkehrsinfrastruktur	338
1. Die Attraktivität des motorisierten Individualverkehrs	338
2. Der Zwang zum Automobil.....	342
III. Double bind im Bereich der Energie- und Stromversorgung.....	343
1. Die verbrauchsfördernde Angebotsorientierung des Strommarktes	343
2. Defizite im energierechtlichen Rahmenwerk	346
a) Die Ausgestaltung des Energiewirtschaftsgesetzes	346
b) Die preispolitische Permissivität der Bundestarifordnung Elektrizität ...	348
c) Das Stromeinspeisungsgesetz und das Erneuerbare-Energien-Gesetz	349
IV. Diffusion von Verantwortung: Das Beispiel des „Mieter-Vermieter-Dilemmas“	352
V. Informationspathologien auf Konsumgütermärkten	355
1. Das Phänomen der Informationspathologie.....	355
2. Die Verunsicherung der Konsumenten durch öko-soziale Produktkennzeichnung	359
3. Vertrauensqualität und opportunistisches Anbieterverhalten	361
VI. Die Illusion objektiver Faktizität	366
VII. Implikationen.....	369
C. Ansätze zur Korrektur der konsumrelevanten Infrastruktur	370
I. Korrekturen im Verkehrsbereich	370

II.	Korrekturen im Bereich der Stromversorgung.....	373
III.	Korrekturen auf Konsumgütermärkten durch Anbieter	377
	1. Korrektorebenen in Unternehmen	377
	2. Korrekturen durch öko-soziales Marketing	379
	3. Anbieterreputation als Orientierungsmarke für Konsumenten	388
	4. Öko-soziale Unternehmenskooperationen.....	390
IV.	Ökologierelevante Kooperationen mit intermediären Institutionen	397
	1. Die Bedeutung intermediärer Institutionen	397
	2. Konfirmatorische Produkteigenschaften und der Mechanismus der Bestätigung.....	401
	3. Kooperationen ohne intermediäre Einflußnahme: Lizenzierte Produktkennzeichnung und Unternehmenstest.....	406
	4. Kooperationen mit intermediärer Einflußnahme: Das Beispiel der öko-sozialen Unternehmensberatung.....	409
D.	Innovationssysteme und soziale Innovationen.....	413
I.	Die technische, soziale und institutionelle Dimension des Innovativen	413
II.	Zum Wesen von Innovationssystemen	416
III.	Die Grundelemente von Innovationssystemen.....	420
IV.	Innovationsallianzen	429
	1. Merkmale	429
	2. Innovationsallianzen als dynamische Systeme: Die Phasen des Innovierens.....	434
	3. Die Innovationsstrategie des „Prototyping“	438
	a) Begriff und Struktur der Prototypingstrategie	438
	b) Das Beispiel „Greenfreeze“	440
	aa) Der Kontext der Strategie.....	440
	bb) Konstituierungs- und Konzeptualisierungsphase	442
	cc) Transformationsphase	442
	dd) Verwertungsphase.....	444
	ee) Bewertung	445
	c) Das Beispiel „SmILE“	446
	d) Kritische Erfolgsfaktoren	450
	4. Der Einwand mangelnder Signalreliabilität.....	453
V.	Verbrauchergetragene moralökonomische Versorgungsinstitutionen.....	456
	1. Der Kontext der Konstituierung	456
	2. Beschreibungsmerkmale.....	460

3. Funktionen	464
4. Die Motive der Mitglieder.....	470
5. Das Beispiel der Energiegemeinschaften	474
a) Normativer Hintergrund des Engagements	474
b) Energiegemeinschaften als subpolitische Institutionen.....	477
c) Die organisatorische Bewältigung von Energiegemeinschaften.....	479
d) Programmatik.....	485
e) Besonderheiten der Finanzierung.....	486
6. Die Ökologisierung der Stromversorgung als Gemeinschaftsaufgabe: Das Beispiel der Schönauer Energie-Initiativen.....	490
a) Normatives Selbstverständnis	490
b) Organisationsstruktur	493
aa) Die Initiative „Eltern für eine atomfreie Zukunft e. V.“ (EfaZ).....	494
bb) Die „Gesellschaft für dezentrale Energieanlagen mbH“ (Gedea)....	495
cc) Die „Kraft-Wärme Schönau“ (KWS).....	496
dd) Die „Netzkauf Schönau GbR“	496
ee) Der „Förderverein für umweltfreundliche Stromverteilung und Energieerzeugung Schönau e. V.“ (FuSS)	497
ff) „Elektrizitätswerke Schönau GmbH“ (EWS).....	497
gg) Die „Stiftung Neue Energie“	501
c) Hindernisse bei der Modellrealisierung.....	502
7. Die Institutionalisierung gemeinschaftlicher Güternutzung: Das Beispiel Car-Sharing	508
a) Zum Wesen der gemeinschaftlichen Fahrzeugnutzung.....	508
b) Organisatorische Bewältigung und Funktionsweise	512
c) Ökologische Entlastungseffekte	515
d) Finanzökonomische und reale Effekte	521
e) Bewertung und Ausblick auf die weitere Entwicklung	525
8. Kritische Erfolgsfaktoren verbrauchergetragener moralökonomischer Versorgungsinstitutionen.....	527
VI. Public Common Partnership	530
1. Kooperationen des Staates mit intermediären Institutionen	530
2. Subpolitische Intermediäre als Parafiski?	531
3. Die Exklusion moralökonomischer Belange in Public Private Partnerships	533

4. Public Common Partnership als innovative Modalität öffentlicher Aufgabenerfüllung.....	537
a) Merkmale der Zusammenarbeit von Staat und intermediären Institutionen	537
b) Entscheidungs- und Konfliktfelder	541
c) Der Beitrag des Staates im institutionellen Design des Public Common Partnership	543
E. Resümee	546
Ertrag	
A. Zusammenschau der Ergebnisse.....	548
B. Das Zusammenspiel von Individuum und Institution	557
C. Die Bedeutung von Anreizen: „Low Cost“ versus „High Justice“	562
D. Verwertungszusammenhang und Ausblick.....	568
I. Zur Rolle von Politik und Staat.....	569
II. Gegenmacht und Partnerschaft in Marktbeziehungen.....	571
III. Die verbraucherpolitische Rolle der Umweltschutzverbände	573
URL-Verzeichnis	575
Literaturverzeichnis	576
Sachverzeichnis	679

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	„Konsum von Natur“ versus „Konsum in der Natur“	82
Tabelle 2	Persönliche Werte und Leitlinien der Deutschen (1995).....	96
Tabelle 3	Veränderung von Wertetypen in Westdeutschland nach Klages/ Gensicke (1987/88–1993)	98
Tabelle 4	Zuständigkeiten für die Erreichung ökologischer und sozialer Ziele aus Sicht der Konsumenten	102
Tabelle 5	Die Verbreitung verschiedener Engagementformen (1995).....	104
Tabelle 6	Kurzcharakteristik aktiver und passiver Teilöffentlichkeiten.....	109
Tabelle 7	Verbreitung privaten Umwelthandelns in Deutschland (1995)	122
Tabelle 8	Verbreitung öffentlichen Umwelthandelns in Deutschland (1993–1995)	124
Tabelle 9	Gemeinsamkeiten ausgewählter Umweltbewußtseinstypologien	138
Tabelle 10	Kaufrelevante Aspekte unternehmerischer Verantwortung (1996)	143
Tabelle 11	Zusammenhänge zwischen den Variablen pro- und postmaterieller Einstellungen.....	158
Tabelle 12	Pro- und postmaterielle Konsumentensegmente in Deutschland.....	159
Tabelle 13	Charakterisierung von Ebenen der moralischen Urteilskompetenz nach Kohlberg	235
Tabelle 14	Moralische Entwicklungsebenen und Typen der Handlungsregulation ..	278
Tabelle 15	Zusammenhänge zwischen verantwortungsrelevanten Konsum- aspekten und zwei Kausalitätsorientierungen.....	292
Tabelle 16	Ökologische und soziale Informationsdefizite von Konsumenten hinsichtlich der Unternehmenspolitik (1996)	357
Tabelle 17	Gesellschaftsbezogene Kooperationsformen von Anbietern mit intermediären Institutionen	406
Tabelle 18	Merkmale des Innovationssystems „Innovationsallianz“	426
Tabelle 19	Merkmale des Innovationssystems „Verbrauchergetragene moralökonomische Versorgungsinstitutionen“	427
Tabelle 20	Merkmale des Innovationssystems „Public Common Partnership“	428
Tabelle 21	Hauptmotive des bürgerschaftlichen Engagements (1996)	472
Tabelle 22	Kostenvergleich zwischen Privat-PKW und Sharing-Fahrzeug	522

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Nettowohlstand und BSP im Vergleich	69
Abbildung 2	Entwicklung des Umweltbewußtseins in Westdeutschland	135
Abbildung 3	Entwicklung des deutschen Spendenaufkommens (1965-1994).....	146
Abbildung 4	An die Anbieter gerichtete Signale von Konsumenten	206
Abbildung 5	Aspekte des verantwortlichen Konsumentenverhaltens in einzelnen Konsumphasen	219
Abbildung 6	Ein dynamisches Modell zur Erklärung des verantwortlichen Konsumentenverhaltens.....	298
Abbildung 7	Dreidimensionaler Bezugsrahmen zur Grobsystematisierung der konsumrelevanten Infrastruktur	326
Abbildung 8	Das Konzept der institutionenbedingten Pathologien	337
Abbildung 9	Dimensionen des Innovativen und Elemente eines Innovationssystems.....	421
Abbildung 10	Struktur und Phasen einer Prototypingstrategie	439
Abbildung 11	Die Organisation von Gemeinschaftsaufgaben am Beispiel einer Energiegemeinschaft.....	480
Abbildung 12	Die Struktur der Schönauer Energie-Initiativen	494
Abbildung 13	Kostenverläufe und Break-even-Punkte beim Vergleich „Car-Sharing“ versus „Privat-PKW“	523

Abkürzungsverzeichnis

AgV	Arbeitsgemeinschaft der Verbraucherverbände e. V.
AZ.	Aktenzeichen
Bd.	Band
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch vom 18.8.1896
BGBI.	Bundesgesetzblatt
BGH	Bundesgerichtshof
BMU	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit
BSP	Bruttonationaleinkommen (früher Bruttosozialprodukt)
BT-DS	Drucksache des Deutschen Bundestages
BTOElt	Bundestarifordnung Elektrizität vom 18.12.1989
BUND	Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland
BVerfG	Bundesverfassungsgericht
CO ₂	Kohlendioxid
DBW	Die Betriebswirtschaft (Zeitschrift)
DU	Die Unternehmung (Zeitschrift)
EEG	Gesetz für den Vorrang Erneuerbarer Energien (Erneuerbare- Energien-Gesetz – EEG) vom 29. März 2000
EfaZ	Eltern für eine atomfreie Zukunft e. V.
EnWG	Gesetz über die Elektrizitäts- und Gasversorgung (Energie- wirtschaftsgesetz) vom 24.4.1998
EuGH	Europäischer Gerichtshof
EWS	Energiewerke Schönau
FuSS	Förderverein für umweltfreundliche Stromverteilung und Energieerzeugung Schönau e. V.
Gede	Gesellschaft für dezentrale Energieanlagen mbH
GemO	Gemeindeordnung für Baden-Württemberg vom 25.7.1955
GG	Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland vom 23.5.1949
Hrsg.	Herausgeber
HWM	Handwörterbuch des Marketing
imug	Institut für Markt-Umwelt-Gesellschaft e. V.
ISEW	Index of Sustainable Economic Welfare
KrW-/AbfG	Gesetz zur Förderung der Kreislaufwirtschaft und Sicherung der umweltverträglichen Beseitigung von Abfällen (Kreislauf- wirtschafts- und Abfallgesetz) von 27.9.1994
kWh	Kilowattstunde
KWR	Kraftübertragungswerke Rheinfelden AG

KWS	Kraft-Wärme Schönau
KZfSS	Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie
LCP	Least Cost Planning, integrierte Ressourcenplanung
MIV	Motorisierter Individualverkehr
N	Stichprobenumfang einer empirischen Untersuchung
NSP	Nettosozialprodukt, Nettonationaleinkommen
NuR	Natur und Recht (Zeitschrift)
O. V.	Ohne Verfasser
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
p	Irrtumswahrscheinlichkeit eines statistischen Zusammenhangs zwischen zwei Variablen ($0 \leq p \leq 1$)
r	Koeffizient der Produkt-Moment-Korrelation zwischen zwei Variablen nach Pearson-Bravais ($-1 \leq r \leq 1$)
RGBL	Reichsgesetzblatt
SRU	Rat von Sachverständigen für Umweltfragen
StromeinspG	Gesetz über die Einspeisung von Strom aus erneuerbaren Energien in das öffentliche Netz (Stromeinspeisungsgesetz) vom 7.12.1990
Tz.	Textziffer
UBA	Umweltbundesamt
UVPG	Gesetz über die Umweltverträglichkeitsprüfung vom 12.2.1990
VwVfG	Verwaltungsverfahrensgesetz vom 25.5.1976
ZfB	Zeitschrift für Betriebswirtschaft
ZfBf	Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung
ZFP	Marketing, Zeitschrift für Forschung und Praxis
ZfU	Zeitschrift für Umweltpolitik und Umweltrecht

Einführung

A. Vorbemerkungen

Die vorliegende Analyse ist nicht die erste Veröffentlichung, die sich normativen Fragen der Verantwortbarkeit des modernen Konsums widmet. Aber sie ist die erste, die sich bemüht, über normative Gesichtspunkte des modernen Konsums in Wohlstandsgesellschaften eine umfassende und systematische Gesamtdarstellung zu bieten. Weil ihr Hauptanliegen darin besteht, die Besonderheiten der aktuellen Konsum- und Wohlstandsprobleme in ihrer geschichtlichen Neuartigkeit heraus zu arbeiten, streift sie die Ursprünge moralischer Kategorien im Konsum nur nebenbei.

Das moralökonomisch begründete *Sollen* des verantwortlichen Konsumentenverhaltens markiert den Ausgangspunkt. Eine umfassende Normenbegründung als Teil einer normativen Konsumtheorie steht bislang noch aus und wäre ein eigenes Thema. Vor dem Hintergrund des ökologischen Problemdrucks und der Stellungnahmen wissenschaftlicher Institutionen wie etwa des Rates von Sachverständigen für Umweltfragen erscheint dieses Vorgehen, das Sollen des verantwortlichen Konsumentenverhaltens apodiktisch anzunehmen, ohne es zu begründen, vertretbar. Allerdings bleibt die Aufgabe einer umfassenden konsumethischen Normenbegründung weiterhin bestehen.

Die praktische Relevanz jeden *Sollens* bleibt eng begrenzt, wenn sie nicht im Zusammenhang mit Fragen des *Wollens* und *Könnens* verantwortlicher Konsumweisen diskutiert wird. Genau dies wird in der vorliegenden Untersuchung versucht. Das Bezugsverhältnis aller genannten Größen zu untersuchen und aufzuzeigen ist der Inhalt dieses Buches. Dazu werden unterschiedliche Akzente gesetzt. Der Text will den Einfluß moralischer Kategorien auf den konsumtiven Umgang mit wirtschaftlichen Gütern aufzeigen. Die Betrachtung der Wertorientierungen und Denkmuster in den Wohlstandsgesellschaften gibt Hinweise auf die Frage, ob Konsumenten verantwortlich handeln *wollen*. Das Aufzeigen des Niederschlags normativer Verhaltensorientierung im vorfindbaren individuellen und gemeinschaftlichen Verhalten von Konsumenten schafft die Grundlagen zur Diskussion der Frage, ob Konsumenten auch verantwortlich handeln *können*, wenn sie dies wollen.

Die ordnende und systematisierende Funktion der Arbeit prägt den Umfang und den Stil des Textes. Die angestrebte Gesamtdarstellung bedingt ein gewisses Mindestvolumen, und der Versuch einer quellentreuen Darstellung der

zahlreichen und heterogenen Gedankengänge und theoretischen Ansätze, der vielen Befunde und Interpretationen läßt es nicht ratsam erscheinen, den Text wie bei einem didaktisch gut aufgearbeitetem Lehrbuch sprachlich auf Verbesserung der Leseleichtigkeit und Verständlichkeit hin auszurichten. Vielmehr legt der Autor an seine Arbeit als oberste Beurteilungsmaßstäbe die Kriterien innere Klarheit und Stringenz der Argumentation, Vollständigkeit in der Darstellung des Gedankenpanoramas und der bekannten Daten, Quellentreue des Referierten und lückenlose Dokumentation der getroffenen Aussagen. Diese Kriterien korrelieren leider nicht besonders hoch mit dem der Leseleichtigkeit.

B. Anliegen und Struktur der Untersuchung

I. Zielsetzung und methodischer Grundansatz

Hauptziel der Arbeit ist es, einen Theorieentwurf für die *Bedingungen eines verantwortlichen Konsumentenverhaltens* zu erarbeiten. Der Konsumbegriff umfaßt dabei alle Entscheidungen, die in Zusammenhang mit der Nutzung knapper Güter zum Zwecke der unmittelbaren Befriedigung von Bedürfnissen der Letztverbraucher stehen. Letztverbraucher können einzelne Wirtschaftssubjekte, Haushalte oder Gemeinschaften sein.

Die Systematik der Untersuchung orientiert sich am Grundgedanken der sozialwissenschaftlichen Feldtheorie, die vor mehr als 60 Jahren von Kurt Lewin begründet wurde. Hiernach ist das Verhalten eine Funktion des „Lebensraumes“ von Individuen. Dieser Lebensraum beschreibt die Gesamtheit der verhaltensbestimmenden Kräfte, wie sie aus dem Zusammenwirken der psychischen Beschaffenheit der Person sowie der medialen und sozialen Kräfte des Umfeldes resultieren.

Für die weiteren Ausführungen gilt somit die Formel: *Verhalten* = $f(\text{Präferenzen, Infrastruktur})$. Aus ihr ergibt sich die ordnende Grundstruktur der vorliegenden Untersuchung. Verantwortliches Konsumentenverhalten hängt demnach gleichermaßen von bestimmten Eigenschaften der Person, insbesondere ihren Präferenzen, von der konsumrelevanten Infrastruktur sowie dem Zusammenspiel zwischen den beiden Einflußfaktoren ab. *Präferenzen* beinhalten Wissen und eine Wertbesetzung des Wissens. Geordnete Präferenzen führen im Idealfall zu einer individuellen, konsistenten Rangfolge von Gütern, die nach dem Kriterium der Wichtigkeit geordnet ist. Präferenzen ordnen nicht nur Güter, sie bringen auch die verschiedenen Alternativen der Bedürfnisbefriedigung in eine Rangreihe. Sie geben an, auf welche Weise die Befriedigung der Bedürfnisse erfolgen *soll*.

Neben den Präferenzen wird das Verhalten der Verbraucher durch die Rahmenbedingungen oder die konsumrelevante *Infrastruktur* beeinflusst und zum

Teil auch festgelegt. Der Institutionen- und Infrastrukturaspekt umfaßt zweierlei: In *negativer* Hinsicht sind damit Restriktionen gekennzeichnet. Restriktiv wirken alle Beschränkungen des Handlungsspielraumes in einer Entscheidungssituation. In *positiver* Hinsicht bezeichnet die Infrastruktur alle Ermöglichungsbedingungen des Handelns, die aktuell bestehen und die durch individuelles und insbesondere kollektives Konsumentenverhalten initiiert, angemahnt, eingefordert oder selbst hervorgebracht werden können.

Im Spannungsfeld der beiden Bezugspunkte „Individuum“ und „Institution“ liegen folgende Aufgaben, denen sich die Untersuchung zuwendet:

- Explikation der konstitutiven Merkmale von Verantwortbarkeit des konsumtiven Umgangs mit wirtschaftlichen Gütern;
- Entwicklung eines dynamischen Modells zur Erklärung eines Konsumentenverhaltens, das diese Merkmale aufweist;
- Formulierung eines begrifflichen und konzeptionellen Bezugsrahmens für die Erfassung institutioneller Pathologien, die entsprechende Verhaltensintentionalitäten der Verbraucher konterkarieren;
- der Nachweis solcher Pathologien in konsumrelevanten Schlüsselbereichen;
- Möglichkeiten und Grenzen einer endogenen Korrektur der konsumrelevanten Infrastruktur;
- Systematisierung von Innovationsphänomenen, die auf eine Verbesserung der Voraussetzungen für verantwortliches Konsumentenverhalten abzielen;
- fallgestützte Analyse von Möglichkeiten zur Nutzung des „sozialen Kapitals“ der Gesellschaft, in dem die Bereitschaft zum ökologischen und sozialen Engagement gebunden ist;
- Schaffung von Grundlagen zum Verständnis und zur Weiterentwicklung heterogener, partnerschaftlicher Akteurskonstellationen von Unternehmen, Konsumenten und intermediären Institutionen, die geeignet sind, die Grenzen traditionaler, gegenmachtsbasierter Anbieter-Nachfrager-Beziehungen zu überwinden.

Für die systematische Entwicklung und Darstellung der Untersuchungsbestandteile wurde eine Ordnung möglichst vieler Teilergebnisse der bisherigen Forschung zum verantwortlichen Konsumentenverhalten angestrebt.

Die Analyse erfordert einen *Mehrmethodenansatz*. Die gleichzeitige Annäherung an ein Forschungsproblem auf Grundlage verschiedener Ansätze wird in den Sozialwissenschaften zunehmend für notwendig gehalten. Eine geplante Methodenvielfalt ermöglicht eine verlässliche Interpretation des empirisch Beobachteten. In der vorliegenden Arbeit liefert die Ergänzung quantitativer, sekundärstatistischer Daten durch qualitative Ansätze in Form von Fallstudien