

Nicht-nachhaltiges Konsumverhalten - Eine Frage der Leistungsfähigkeit von Konsumenten und Allgemeinheit?

Christian Dickenhorst, Leuphana Universität Lüneburg

Einleitung:

Nicht-nachhaltiges Konsumverhalten steht im Widerspruch zu den Zielen der Nachhaltigen Entwicklung, wie sie in der Agenda 2030 festgeschrieben sind. Trotzdem ist es für die Konsumenten leicht möglich, sich so zu verhalten. Ökonomische, gesellschaftliche und rechtliche Rahmenbedingungen begünstigen dabei ein Käuferverhalten, das als nicht nachhaltig zu bewerten ist. Wieso kann sich der Einzelne, wieso kann sich eine Gesellschaft ein derartiges Verhalten leisten? Aus einer Vielzahl von Faktoren werden nachfolgend vier herausgegriffen. Rahmenbedingungen werden primär durch die Politik gestaltet. Es ist aber auch die Gesellschaft als Ganzes, sowie jede einzelne Konsumentin und jeder einzelne Konsument dazu aufgerufen, dieses Problem zu erkennen, zu analysieren und für eine umfassende und schnelle Änderung zu sorgen.

Vorgehensweise:

Die hier dargestellten Aspekte knüpfen an Überlegungen an, wie sie auch im Rahmen der Obsoleszenzforschung angestellt werden. Die daraus entwickelten Thesen bedürfen noch weiterer Forschung. Die Ergebnisse aus den beiden Forschungsfeldern zur Obsoleszenz und zum Nachhaltigen Konsumverhalten dürften problemlos wechselseitig übertragbar sein. In der Soziologie und in der Psychologie wird das Verhalten von Konsumenten schon seit Langem erforscht. Die hieraus gewonnenen Erkenntnisse macht sich bislang vor allem die Produktwerbung zunutze. Auch hieraus könnten sich weitere Anknüpfungspunkte ergeben.

Bildnachweise:

- (1) https://www.computeruniverse.net/images2/banner/Stage_787x252_0Finanz_CTA_D_G_L_5.jpg
- (2) Umweltbundesamt (Hrsg.): Umweltfreundliche Beschaffung. Schulungskript 5. Einführung in die Berechnung von Lebenszykluskosten und deren Nutzung im Beschaffungsprozess, UFOPLAN-Vorhaben FKZ 3709 95 301, Stand: Oktober 2012, Dessau-Roßlau, Seite 27 (Abbildung 5)
- (3) http://www.derwok.de/derwok/haus_auto_boot.jpg
- (4) <http://www.sdi-research.at/lexikon/bedeutungshierarchie.html>

Faktoren:

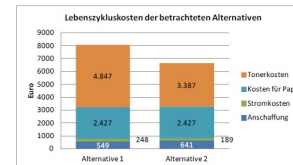
(1) Die aktuelle finanzielle Leistungsfähigkeit der Käufer:

- Niedrigzinsphase seit einigen Jahren → verstärkte „Flucht in Sachwerte“
- 0 % - Finanzierungen sind vielfach üblich und ermöglichen so spontane Käufe
- keine Wertschätzung für Produkte, da Geld nicht erst verdient werden musste



(2) Eine fehlende Preis(entwicklungs)transparenz:

- Lebenszykluskosten (LCC) sind beim Kauf nicht transparent genug
- After-Sales-Marketing als lukratives Geschäftsmodell (mit Monopolstellung)



(3) Eigentümerposition als primäres Ziel:

- Stellenwert des Eigentums ist in der Gesellschaft noch immer sehr hoch
- Eigentum als rechtlich stärkste Position (Art. 14 GG, § 985 BGB)
- Ziel = „Nutzen statt Besitzen“ bislang nur in einigen Bereichen (z.B. Car-Sharing)



(4) Konsum als Selbstzweck:

- ständige Kaufmöglichkeit („24/7“) im Internet mit Wohlfühlfaktor (z.B. „1-Click[®]“)
- gesellschaftliches Event / Wettbewerb (z.B. „Amazon-Deals“ oder „Black Friday“)
- Omnipräsenz von Werbung, insbesondere in Medien und Öffentlichkeit



Thesen:

(A) Ökonomische Faktoren begünstigen ein nicht-nachhaltiges Konsumverhalten; die Argumente aus der Wirtschaft (Wachstum ist zwingend notwendig, drohender Verlust von Arbeitsplätzen, etc.) verhindern oder erschweren eine gesellschaftlich-politische Diskussion darüber.

(B) Die gesellschaftlich-rechtlichen Rahmenbedingungen lassen ein nicht-nachhaltiges Verhalten zumindest zu. Die Politik agiert bislang zu selten, dann zeitverzögert und oft mit stark abgeschwächten Maßnahmen (Kompromisse).

(C) Ein derartiges Konsumverhalten wird weder rechtlich noch sozial sanktioniert. Lediglich beim Käufer kommt es zu einer finanziellen Belastung (Schulden), deren Folgen (Überschuldung mit der Folge einer drohenden Privatinsolvenz) ggf. die Allgemeinheit als Ganzes tragen muss.

(D) Weder der Einzelne, noch die Gesellschaft können sich ein solches Verhalten auf Dauer leisten. Es wird aber seit vielen Jahren praktiziert, toleriert und akzeptiert. Eine umfassende Änderung ist für die Zukunft nicht zu erwarten.

(E) Nicht-nachhaltiges Konsumverhalten und die Treiber für Obsoleszenz weisen in vielen Bereichen Gemeinsamkeiten auf. Ein gemeinsamer, interdisziplinärer Forschungsansatz bietet sich daher an.

Danke an...

... den Zweitbetreuer meiner Dissertation Professor Tobias Brönneke für seine stetigen Ermunterungen und die Idee zu diesem Beitrag. Danke auch an die Mitglieder der BMBF-Nachwuchsforscherguppe „Obsoleszenz als Herausforderung für Nachhaltigkeit – Ursachen und Alternativen“ (kurz: OHA) in Berlin für die vielen Anregungen im Vorfeld.

Autor:

Christian Dickenhorst
Jurist und Umweltwissenschaftler
Leuphana Universität Lüneburg
E-Mail: c.dickenhorst@posteo.de

