

Konsumethik aus sozialemethischer Perspektive

Im Horizont von christlicher Gesellschaftsethik und politischer Wirtschaftsethik



Der Beitrag bietet die systematische Skizze einer Konsumethik aus einer christlich-sozialemethischen Perspektive. Dazu werden Bezüge zur katholischen Sozialtradition, zur Sozialemethik als Gesellschaftsethik und zum Ansatz der politischen Wirtschaftsethik hergestellt. Auf dieser Basis werden grundlegende konsumethische Thesen formuliert, die die ökonomische Systemrationalität ebenso berücksichtigen wie wirtschaftspolitische Aufgaben der Politik. Eine besondere Rolle kommt sozialen Bewegungen zu, die ein Bewusstsein für die sozialemethischen Probleme des Konsumverhaltens bzw. Konsumstils schaffen. Die Überlegungen münden in ein Plädoyer für eine größtmögliche Transparenz und umfassende Informationspflicht über die Produktionsbedingungen der im Handel angebotenen Güter (Kennzeichnungspflicht).



Christian Spieß

Im wirtschaftsethischen Diskurs nimmt die Unternehmensethik traditionell breiten Raum ein – für die Konsum- oder Konsumentenethik gilt das nicht bzw. in einem bei weitem geringeren Ausmaß.¹ Diese „Angebotsorientierung“ der Wirtschaftsethik ist auch deshalb erstaunlich, weil Konsumentscheidungen für die meisten Menschen zum täglichen Leben gehören und damit eine unmittelbare ethische und ökonomische Alltagsrelevanz haben. Zudem gibt es seit Jahrzehnten (gerade im kirchlichen Umfeld) eine konsumethische Bewegung – vom Verkauf fair produzierten und gehandelten Kaffees nach den Gottesdiensten bis zu den Weltläden hat sich diese Bewegung etabliert, ist in die Supermarktregale vorgedrungen, und in Cafeteria, Mensa und Kantine gehört Fair-Trade-Kaffee längst zum guten Ton. Dies verweist aber zugleich auf die ausgeprägte selektive Wahrnehmung und Handhabung des Problems: Während in einigen Bereichen – Kaffee, Schokolade, Bananen, Tee ..., wohl die alten „Kolonialwaren“ – stets eine faire

Alternative zum herkömmlichen Produkt angeboten wird, ist es bei anderen Produktgruppen – etwa Textilien – aufwändig oder – zum Beispiel bei Elektronikartikeln – nahezu unmöglich, faire Waren zu kaufen. Es besteht häufig auch kaum ein Bewusstsein für die massiven negativen Effekte, die etwa durch den Abbau Seltener Erden im Zusammenhang mit der Elektronikartikelproduktion für Menschen entstehen. Man legt auf fair gehandelten Kaffee ebenso großen Wert wie auf ein stets aktuelles Smartphone, organisiert Kampagnen gegen Coca Cola mit Hilfe von Computern, die unter fatalsten Bedingungen produziert wurden – und der Widerspruch bereitet kaum Kopferbrechen. Oft wissen wir nicht, können wir nicht wissen, wollen wir nicht wissen, welche Folgen unsere Konsumentscheidungen und unser Konsumstil

für andere Menschen und Gesellschaften haben (vgl. den Beitrag von Bürger in diesem Heft). Im Zweifelsfall mündet das konsumethische Nachdenken in die Auseinandersetzung darüber, ob es nicht besser sei, wenn der zehnjährige Bub in Bangladesch zwölf Stunden am Tag in einem Sweatshop arbeitet als gar nicht; das ruiniert zwar seine Gesundheit und erschließt ihm weder Bildungs- noch andere soziale Chancen, sichert aber den Lebensunterhalt seiner Familie; deshalb sei es gar nicht sinnvoll, etwa Textilien aus Kinderarbeit zu meiden. Das Fatale an diesem Argument ist, dass es *unter den gegebenen Umständen* nicht völlig falsch ist. Das Zynische an diesem Argument ist, dass es unterstellt, dass diese Umstände naturgegeben sind und nicht verändert werden können.

¹Vgl. jedoch beispielsweise die Beiträge in: Ludger Heidbrink/Imke Schmidt (Hg.), Konsumentenethik und Unternehmensethik. Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik (ZfWU), 13/3 (2012); Ludger Heidbrink/Imke Schmidt/Björn Ahaus (Hg.), Die Verantwortung des Konsumenten. Über das Verhältnis von Markt, Moral und Konsum, Frankfurt am Main/New York 2011; vgl. den Beitrag von Ludger Heidbrink und Sebastian Müller in diesem Heft.