

Konsumentenverantwortung in der Wirtschaftsethik*

Ein Beitrag aus Sicht der Lebensstilforschung

IMKE SCHMIDT UND PETER SEELE**

Der Artikel verbindet Ergebnisse der Lebensstilforschung mit den moraltheoretischen Voraussetzungen einer Verantwortung von Konsumenten als integraler Bestandteil der Wirtschaftsethik. Die Bedeutung von Schichtfaktoren wie Einkommen und Bildung sowie Grundorientierungen der sozialen Milieus in Deutschland werden im Hinblick auf die sozial-ökologischen Handlungsspielräume von Konsumenten analysiert und hinsichtlich Umsetzungsfragen und Förderungsmöglichkeiten einer Konsumentenverantwortung diskutiert.

Schlagwörter: Konsumentenverantwortung, Nachhaltigkeit, Konsumentenforschung, Unternehmensethik, Soziologie

Consumer responsibility in business ethics. A lifestyle centered approach

Next to the social responsibility of corporations (CSR) consumer decisions also have a major impact on the (ethical) orientation of an economy and its consequences for society and environment. Therefore this paper addresses consumer responsibility by combining findings from the sociology of lifestyles with philosophical contributions on responsibility and their theoretical conditions. Based on this theoretical framework the paper discusses the social and ecological latitudes of consumers regarding the question of how to strengthen and put into practice the consumers' social responsibility.

Keywords: consumer responsibility, sustainability, consumer research, business ethics, sociology

1. Einleitung

Das Verhältnis von Konsument und Unternehmen mit Blick auf die Frage nach sozialer Verantwortung und nachhaltigem Wirtschaften lässt sich als Henne-Ei-Frage darstellen: Sind es die Konsumenten, die durch ihre Präferenzen und Kaufentscheidun-

* Beitrag eingereicht am 25.05.2011; nach doppelt verdecktem Gutachterverfahren angenommen am 24.01.2012. Die Autoren danken den drei anonymen Gutachtern für wertvolle Hinweise zur Verbesserung des Textes. Ferner gilt unser Dank Ludger Heidbrink und dem Center for Responsibility Research am KWI Essen sowie der Hamburger Stiftung für Wirtschaftsethik, welche die Forschungsarbeit finanziell unterstützt hat.

** Imke Schmidt, Kulturwissenschaftliches Institut Essen, Goethestraße 31, 45128 Essen, Tel.: +49-(0)201-7204215, E-Mail: imke.schmidt@kwi-nrw.de, Forschungsschwerpunkte: Wirtschaftsethik, Corporate und Consumer Social Responsibility, Interkulturelle Kommunikation.

Peter Seele, Assistenzprofessor für Corporate Social Responsibility & Business Ethics, Universität der italienischen Schweiz, USI-IMCA, Via Giuseppe Buffi 13, CH-6900 Lugano. Tel.: +41-(0)58 666 4647, E-Mail: peter.seele@usi.ch, Forschungsschwerpunkte: Wirtschaftsethik, Philosophie, Institutionenökonomie.