

Verantwortung tragen

Schlaglichter auf die gegenwärtige Debatte um nachhaltigen Konsum

Marianne Heinze

Beitrag zur Ad-Hoc-Gruppe »Konsum als Vermittler globaler und lokaler Entwicklungen: Mittelschichten im globalen Süden, Digitalisierung und andere aktuelle Fälle. Nachwuchsforum Konsumsoziologie«

„Nachhaltiger Konsum“ als Problem der Genealogie

„Wie? wenn das umgekehrte die Wahrheit wäre? Wie? wen im ‚Guten‘ auch ein Rückgangssymptom läge, insgleichen eine Gefahr, eine Verführung, ein Gift, ein Narcotikum, durch das etwa die Gegenwart *auf Kosten der Zukunft lebte?*“ (Nietzsche 1993, S.9)

Welche Ideen und Praktiken positiv auf eine nachhaltige Gesellschaftsentwicklung Einfluss haben können, darüber wird in der deutschen Öffentlichkeit politisch und wissenschaftlich seit etwa 30 Jahren diskutiert. Die Anfänge dieser Diskussion liegen jedoch in den 1970er und 1980er Jahren, im Ökologie- und Umweltbewusstsein, in der Wachstumskritik sowie in der für industriell-westliche Gesellschaften relativ neuen Vorstellung von den Interdependenzen und Rückkopplungseffekten zwischen der Wirtschaftsentwicklung und der Umwelt als einem eigenen externen Reproduktionszyklus, wofür Ulrich Beck 1986 den passenden Begriff der Risikogesellschaft prägte. Zu den Kernfragen der Nachhaltigkeitsdebatte gehört dabei die Suche nach Maßnahmen, die sinnvoll und effizient in dem Sinne sind, dass die erhofften positiven Effekte für Umwelt und Gesellschaft nicht durch eventuell auftretende unbeabsichtigte Folgen neutralisiert werden (Naylor 2018). Außerdem wird danach gefragt, wie Zustimmung für nachhaltige Maßnahmen erreicht werden kann und nicht zuletzt, wem die Verantwortung für die entsprechend einzuleitenden Schritte zugerechnet werden soll und kann.

In diesem Beitrag möchte ich weder auf die Ebene von Politik und Policy, noch auf die industriellen Umstellungen und neuen Güter und Dienstleistungen eingehen, die unter der Leitlinie der Nachhaltigkeit entstehen. Die Prekarität ist den einzelnen Nachhaltigkeitsmaßnahmen angesichts der globalen Komplexität der Produktions- und Wertschöpfungsketten eingeschrieben. Demgegenüber soll nachhaltiger Konsum hier als Diskursivierung (Binkley, Littler 2008, S.524) und Ensemble von Praktiken begriffen werden, welche den Handlungen, die unter der Leitformel Nachhaltigkeit (Henkel et al. 2018, S.10) vollzogen werden, Sinn verleihen, ja dieses überhaupt erst mit Sinn ausfüllen. Zum Beispiel hat

Yusif Idies in seiner Studie (Idies 2015) am Beispiel der Plattform *Utopia.de* herausgearbeitet, wie sich die Sinnhaftigkeit der aktuellen kritischen, um den Wert einer globalen Verantwortung ausgerichteten, KonsumentInnensubjektivität erst über den Diskurs sowie die als dazugehörig definierten Praktiken bildet: Die schiefe Existenz einer breiten Anzahl an alternativen, nachhaltigen Experimenten im Bereich des Konsums wie Urban Gardening, Repair Cafés, solidarische Landwirtschaft, die auf aktivem Mitmachen beruhen, scheint schon den Beweis zu erbringen, ‚dass es wie im Kleinen, so auch im Großen nachhaltig geht‘.

Mag der Grad der Beteiligung an derlei Aktionsformen bei der überwiegenden Mehrheit der KonsumentInnen ein geringerer sein, verkörpern doch für die Breite der heutigen Bevölkerung in Deutschland Nachhaltigkeit sowie nachhaltige Konsumformen positive gesellschaftliche Werte. Bei der Betrachtung der Kritik von Plastik, die hier als ein Beispiel für nachhaltige Praktiken im Bereich des Konsums aufgegriffen wird, ist es sinnvoll, einer genealogischen Heuristik zu folgen. Diese bietet sich an, da hier Werturteile (Nietzsche 1993, S.6) – was ist nachhaltig, also gut, was ist nichtnachhaltig, also schlecht? – mit einem Transformations- und Praxiswissen verknüpft werden. Die Absicht der Genealogie ist es, im Sinne des Begründers Friedrich Nietzsche, die moralische und normative Ordnung auf Ebene der Sprache aufzuschließen, ihre Komplexität und Normativität zu reduzieren und somit für eine Macht- und Subjektanalyse aufzuschließen (vgl. Saar 2009, S.16). Für die Gegenwart und ihre Subjekte, gleiches kann auch für die Perspektive der Wissenschaft gelten, wird ihre Geschichte insofern relevant, als dass sie „nie nur Geschichte (im Sinne faktischer Vergangenheit) [ist], sondern immer schon eine praktische und identitätsrelevante Geschichte der (eigenen) Gegenwart, die heutige Vollzüge und Identifikationen in Frage stellt“ (Saar 2009, S.14). Somit kann der Wert der Nachhaltigkeit ebenso wie die Debatte um die Übernahme von Verantwortung in ihrem Entstehungszusammenhang untersucht werden.

Wenn ich mich im Folgenden für die dritt genannte Frage nach der Verantwortung entscheide, so deshalb, weil sie meines Erachtens den normativen Charakter der Nachhaltigkeitsdebatte, und wie darin Fragen gestellt werden können, prägt. Dafür schlage ich einen wissenssoziologischen Ansatz vor, der die Nachhaltigkeitsdebatte und speziell die des nachhaltigen Konsums in genealogischer Absicht zu de-moralisieren¹ vermag. Zunächst werde ich den Begriff der Nachhaltigkeit im Feld des Konsums und das Bild der KonsumentIn bestimmen (1). Im Anschluss soll exemplarisch die gegenwärtig populäre Kritik von Plastik dargestellt werden (2). Diese ist gut geeignet, den Erkenntnisgewinn der wissenssoziologischen Perspektive auf den Diskurs um nachhaltigen Konsum zu demonstrieren, wobei ich auf die Verfasstheit des produzierten Wissens, die Normativität und die Verantwortungsrhetorik eingehen möchte (3). Das vorgestellte Beispiel der Plastik-Tüte und Plastikkritik spielt für die Hervorbringung des Konsumdiskurses selbst eine bedeutsame Rolle, was mit einem historischen Exkurs zu den Anfängen des Alternativkonsums in den 1970er Jahren untermauert wird (4). Abschließen werde ich meine Überlegungen mit einer Notiz zur Rolle des Verantwortungsbegriffs in der Debatte um nachhaltigen Konsum (5).

Nachhaltigkeit und normatives Konsumentenbild

Das Feld der Nachhaltigkeitspolitik wurde wesentlich mit den wachstumskritischen Impulsen in den 1970er Jahren, mit dem Bericht *Die Grenzen des Wachstums* des Club of Rome (Meadows et al. 1973), eröffnet. Dieser definiert Nachhaltigkeit damit, dass nur so viel verbraucht werden soll, wie nachwach-

¹ Im Sinne Friedrich Nietzsches Verständnis von Genealogie als die Umkehrung von Moral, vgl. Nietzsche 1993, S.9.

sen kann. Die soziale Dimension, die in heutigen Konzeptionen von Nachhaltigkeit neben ökologischen und ökonomischen Aspekten als dritte Säule genannt wird, kam erst mit dem Brundtland-Bericht von 1987 hinzu. Auf den nationalen Agenden ist Nachhaltigkeit erst in den 1990er Jahren angekommen, entscheidend mit der von 172 Staaten auf dem sogenannten Rio-Gipfel beschlossenen Agenda 21, die mittlerweile von der Agenda 2030 abgelöst wurde (BMU 2019).

Nachhaltigen Konsum definiert die United Nations Commission on Sustainable Consumption (UNCSC) als „Verwendung von Gütern und Dienstleistungen, die den Bedürfnissen heute und künftig lebender Menschen gerecht wird und deren Lebensqualität verbessert, ohne dabei die ökologischen, ökonomischen, sozialen und kulturellen Ressourcen der Gesellschaft substanziell zu beeinträchtigen“ (zit. nach Grunwald, Kopfmüller 2006, S.116f.). Mit dem Verweis auf künftige Generationen ist in die Debatte um nachhaltigen Konsum der Begriff der Verantwortung zentral eingeschrieben. Ausgehend von einem implizierten, in der gegenwärtigen Gesellschaft in qualitativer wie quantitativer Hinsicht überwiegend *nicht*nachhaltigen Konsum wird eine Sorge um die planetare Zukunft abgeleitet. In dieser, so die düstere Vision, könnten die Verstofflichungen jener Elemente, die in anthropologischer Hinsicht als lebenserhaltend gelten (Luft, Wasser, Boden, Flora und Fauna), einmal unwiederbringlich aufgebraucht oder zerstört sein, womit die materielle Basis für die (Re)Produktion der menschlichen Zivilisation existentiell bedroht wäre.

Mit dem gegenwärtigen Idealbild der nachhaltigen KonsumentIn – Idealbild, weil erstens Nachhaltigkeit ein Endzustand ist und zweitens Konsumententscheidungen noch von anderen Faktoren und Motiven als jenen der Werteebene abhängen (vgl. Grunwald, Kopfmüller 2006, S.115) – verbinden Wirtschaft und Politik die im Zeichen der ökologischen Modernisierung stehende Vorstellung, dass über bewusste Konsumakte oder deren -verweigerung (*buycott* bzw. *boycott*) ein Einfluss auf Politik, Unternehmen und die generelle Gesellschaftsentwicklung ausgeübt werden kann. Die Vorstellung, dass mehr Umwelt- und Sozialverträglichkeit in die bestehenden Produktions- und Konsumtionsketten eingebaut werden müsse, welche dadurch auch verändert werden können, gehört heute zum positiven Leit- und Selbstbild vieler VerbraucherInnen. Diese sehen ihre Aufgabe und Befriedigung als KonsumentInnen darin, neben dem materiellen Genuss, den sie aus ethischen/biologischen Produkten ziehen, Verantwortung zu übernehmen, sei es durch die Bewusstmachung der negativen Folgen, durch Information und gegenseitigen Austausch oder den Zusammenschluss zu Initiativen und Vereinen. So ist das (Selbst)Bild der nachhaltigen KonsumentIn in der Debatte häufig mit der Vorstellung von ‚KonsumentInnenmacht‘ oder ‚KonsumentInnensouveränität‘ verbunden, wodurch nachhaltiger Konsum zu subjektiver Ermächtigung, der Wiedergewinnung von Handlungsmacht, stilisiert wird.

Die Erwartungen jedoch, die an KonsumentInnen jeweils herangetragen wurden, und die politischen und normativen Vorstellungen, die daran geknüpft werden, haben sich historisch und kulturell gewandelt. Mal ist der Konsument ein aktiver Helfer, der durch gesteigerten Konsum zum Gemeinwohl der Nation beiträgt, mal wird an ihn appelliert, in Zeiten von Knappheit an lebensnotwendigen Gütern sparsam zu sein und Dinge wieder zu verwenden, zu reparieren. Die nachhaltige KonsumentIn des 21. Jahrhunderts wird als moralisch gute, aufgeklärte und informierte BürgerIn (*consumer citizen*) dargestellt, die sich in der Übernahme von Verantwortung – für ‚den Globus‘, für ‚die Umwelt‘, für ‚die Enkel‘ – durch nachhaltigen Konsum zu bewähren hat. Begleitend zu diesem Einstellungswandel hat sich seit Beginn des 21. Jahrhunderts eine Industrie und Warenästhetik der nachhaltigen Produkte und Dienstleistungen etabliert, die sich steigender Beliebtheit und Käuferzahlen erfreuen. Biosupermärkte bestehen neben sich allein haltenden Einzelhandelsläden und Reformhäusern, während die Zahl der Supermärkte ohne Bio-Regal gegen Null sinkt. Die Tatsache, dass ‚bio‘, ‚fair‘ und ‚nachhaltig‘ auf Spartenmessen und über diese Sparten hinaus gehandelt wird – trotz Messen für Nachhaltigkeit, keine Genussmesse mehr ohne nachhaltige Produkte – lässt die Kraft zur Marktinnovation, die in der Attri-

bution von Nachhaltigkeit steckt, erahnen. Dass ‚Öko‘ und ‚Gewinn‘ sich nicht per se ausschließen, ist mit der Debatte um einen grünen Kapitalismus, in der Kritik am sogenannten Greenwashing und einer vermeintlich oberflächlichen Corporate Social Responsibility (CSR) im Mainstream angekommen (Hartmann 2009; Dohmen 2014).

Plastikbeutel, Plastik und ökologische Kritik

In ihrem Eröffnungsvortrag zum 39. Kongress der DGS sprach Bettina Gaus, in Anlehnung an dessen Motto, von „gebrochenen Versprechen in der lokalen Bewältigung globaler Herausforderungen“. Dabei gab die Journalistin und politische Korrespondentin der Tageszeitung (taz) auch eine knappe Einschätzung zum Thema Plastik ab: „der Verzicht auf Plastiktüten mag sinnvoll sein, hinreichend ist er aber nicht“. Angesichts der im Vortrag umrissenen aktuellen politischen Konflikte, der globalen Migrationsbewegungen und der sich weltweit abzeichnenden autoritären Politiktrends mag diese zwischen geschobene Bemerkung für einiges Stirnrunzeln im Raum gesorgt haben, wenn sie nicht gar unterging. Dass Gaus sich zum Stichwort Plastik äußerte war jedoch nicht beliebig, wie ich argumentieren möchte. Denn damit weist sie auf ein aktuelles Beispiel für ökologische Kritik hin, was der Blick in die überregionale und regionale Presse bestätigt: Tragetüten aus Plastik gerieren in der öffentlichen Debatte zu den ‚Dinosauriern‘ in der Infrastruktur des Konsumhandelns. Wie ist es zu dieser generellen Abwertung des Materials Plastik und speziell der Plastiktüte gekommen? Warum regt sich auf Seite der VerbraucherInnen kein Protest gegen die im Juli 2016 von Umweltministerium und Handelsverband Deutschland beschlossene Reduzierung der praktischen und kostenlosen Plastiktüten im Groß- und Einzelhandel? (Bundesregierung, Plastiktüten, 26. April 2016).

In der öffentlichen Debatte ist das Thema ‚Plastik‘ und seine Gefahren seit Anfang der 2000er Jahre präsent und hat durch Filme wie *Plastic Planet* (2009) des Regisseurs Werner Boote eine breite Aufmerksamkeit erfahren. Darin wird die Bedrohung, die von Plastik ausgeht, als eine doppelte dargestellt: zunächst als eine sichtbare Bedrohung für die Umwelt, die durch Plastikabfälle vermüllt wird, was die menschliche Naturerfahrung nicht nur ästhetisch, sondern auch moralisch stört. Besonders eindrücklich wird dies durch Berichte belegt, die bebildert sind mit in Plastik gefangenen und verendeten Seevögeln und Wassertieren. Mit dem zusätzlichen Wissen um die Existenz von Mikroplastik (BUND, <https://www.bund.net/meere/mikroplastik/>) und Phthalaten (UBA 2012), welche als Bindemittel bzw. Weichmacher in vielen Plastikprodukten eingesetzt werden, treten jedoch ‚unsichtbare‘ Gefahren hinzu: die KonsumentIn sieht nicht, wieviel sie von diesen Stoffen über Lebensmittel, Verpackungen und Gebrauchsgüter auf- und damit zu sich nimmt. Wie aus einer Bedrohung für die Umwelt schließlich eine Bedrohung für die menschliche Gesundheit wird, erläutert Boote, der für seine Dokumentationen und Recherchen gerne in die Rolle des Versuchskaninchens schlüpft: „Ich habe mein Blutplasma für den Film testen lassen und seither meinen Plastikkonsum extrem reduziert. Der Anteil des Plastiks im Blut ist massiv gesunken“ (Boote 2018).

Plastik ist ein ideales Beispiel, um die Ambivalenz des ‚verantwortlichen‘, ‚nachhaltigen‘ Konsums zu verdeutlichen. Zwar kommen die Gefahren der enthaltenen Inhaltsstoffe, der ökologischen Folgen der Plastikproduktion und des Mülls, der durch die Konsumökonomie entsteht, langsam im öffentlichen Bewusstsein an. Gleichzeitig verbinden KonsumentInnen mit den omnipräsenten, vielseitigen, vergleichsweise leichten und farbenfrohen Produkten aus Plastik häufig genussvolle, emotionale und biografische Erfahrungen. Diese Ambivalenz äußert auch der Initiator der „Bye-Bye-Plastik“-Demonstration, Philipp Maiwald, die im September 2018 in Berlin stattfand: „Wir alle sind mit Kunststoff groß

geworden, es vereinfacht das Leben. Ich sehe da eine Hassliebe und glaube, dass wir liebevoller denken müssen. Es nützt nichts, das Plastik zu dämonisieren. Wir müssen anders recyceln, wertschätzen-der damit umgehen, es teilweise neu erfinden“ (Maiwald 2018).

Der ‚Kampf‘ gegen die Plastiktüte in Deutschland, wie bereits erwähnt, hat innerhalb nur weniger Jahre erste Erfolge gezeitigt. Ihre Evidenz als nachhaltige Praktik bezieht die Vermeidung von Plastiktüten zum einen dadurch, dass sie auf einem Verbot, der EU-Richtlinie (2015/720) beruht. Zum anderen bezieht sie ihre Legitimation aus den angebotenen Alternativen, die im Konsumalltag Einzug halten und an den Kassen verkauft werden: Alternativ-Tüten aus Papier, Stoff oder recyceltem Plastik. Ein höherer Preis und die Akzeptanz der KonsumentInnen kann dabei auf den ethischen Mehrwert zurückgeführt werden, der mit der Alternativ-Tüte mitgekauft wird: *Verantwortung tragen* (Abbildung 1). Für die Schwere, die in dem Begriff der Verantwortung steckt – Verantwortung als Bürde, als auferlegtes Los – wurde im Falle der Plastiktüte mittels Marketingkommunikation Abhilfe geschafft. So erklärt der Trend-Forscher Stephan Grünewald: „Verbote sollten nicht als Verzicht, sondern als Gewinn kommuniziert werden. Wer Plastiktüten vermeidet, darf sich gerne als Retter der Umwelt fühlen“ (Grünewald 2018).



Abbildung 1: Verantwortungs-Tüte 2018 (Foto: die Autorin)

Umweltbewegung und Alternativkonsum um 1970 – „Jute statt Plastik“

Das Thema eines anderen Konsums, für welchen zunehmend nachhaltige Kriterien in Betracht kommen, ist in der bundesdeutschen Debatte eng mit dem Alternativen Milieu (Rucht 2010), den sogenannten Neuen Sozialen Bewegungen ab Ende der 1960er Jahre und der aufkommenden Ökologiefrage nach 1945 verbunden. Für die ökologische Kritik, die sich parallel und konvergierend mit der alternativen Gegenkultur herausbildet, ist der realpolitische Wahlspruch „weder links noch rechts, sondern vorne“ leitend, der die Bewegten schließlich ins Parlament führt (Linse 1986: 159). Um 1970

kulminiert mit dem Ölpreisschock 1973/74, dem Ausbau der Kernenergie ab 1971/72 und dem verheerenden Krieg in Vietnam ein zugleich gesellschaftliches und ökologisches Krisenbewusstsein, das sich auf globaler Ebene entfaltet und gegenseitig bestätigt (vgl. Fritzen 2006, S.255; Engels 2010, S.406). Und dieses Bewusstsein zeigt sich auch in der Sphäre des Konsums, ausgedrückt in der „Interconnectedness‘ zwischen eigenem Leben und Körper sowie globalem Geschehen“, welches kritische KonsumentInnen in ihrer Vorstellung „durch bedachtes Handeln (Konsumieren) zum Positiven beeinflussen“ (Idies 2015, S.16) können.

Einen entscheidenden An Schub für dieses neue moralische Empfinden hat die *Krisenkommunikation* der 1970er Jahre gegeben. Nicht nur der Bericht des Club of Rome, der heute eine Chiffre ist, zahlreiche Veröffentlichungen wie der populäre Buch Herbert Gruhls, *Ein Planet wird geplündert – Die Schreckensbilanz unserer Politik* von 1975, warnen, dass die Menschheit kurz vor einem ökologischen und zivilisatorischen Desaster stehe, das sie selbstverursacht habe. Das angetriebene Umdenken und die Suche nach neuen Werten und Informationsflüssen wird auch in der publizistischen Landschaft der BRD deutlich, wo Verlage spezielle Reihen etablierten, nebst einer eigenen alternativen Presselandschaft. Das sich um 1970 herausbildende Alternativmilieu in der BRD stellt vor diesem Hintergrund den linkspolitisch und ökologisch motivierten Versuch dar, gesellschaftliche Alternativen zur auf Wachstum, Ausbeutung und Repression ausgerichteten Bundespolitik zu denken und zu schaffen und damit ‚Abschied vom Modell Deutschland‘² zu nehmen. Diese Verbindung von Umwelt-, Gesellschafts- und Selbstkritik zeigt sich exemplarisch in der Selbstdarstellung der Kölner Gruppe *Heinzelmenschen*:

„Eine Betrachtung der bestehenden kapitalistischen Gesellschaft zeigt, daß die grundlegenden Bedürfnisse der Menschen innerhalb dieses Systems unmöglich befriedigt werden können. Die Situation der Arbeiter (insbesondere auch der ausländischen Arbeiter), der empörende Zustand des Bildungswesens, die hemmungslos bevölkerungsfeindliche Stadt- und Verkehrsplanung, der immer brutalere Mietwucher, die organisierte Zerstörung unserer Umwelt, sind nur einige der Probleme, an denen wir die Unmenschlichkeit einer profitorientierten Gesellschaft und die Notwendigkeit ihrer Veränderung aufzeigen. Der sogenannte Lebensstandard, der uns von den Herrschenden verabreicht wird, hat nur eine Funktion, die Produktion anzukurbeln und die Menschen einzulullen; überdies ist die ‚milde Gabe‘ nur möglich, weil die Länder der 3. Welt umso brutaler ausgebeutet werden“ (Heinzelpress 1970).

Anders als zur Zeit der Lebensreformbewegung, der frühen Genossenschaftsbewegung oder dem Wandervogel, die als Vorläufer alternativer Lebensentwürfe in Deutschland gelten können, werden erst im Zuge des Alternativen Milieus in den 1970er Jahren und seiner ‚Politik in der ersten Person‘ (vgl. Schütte 1980) der Alltag, die Lebensweise und die eigenen Bedürfnisse theoretisch und praktisch in Frage gestellt. Dabei wagen einige den mehr oder weniger konsequenten Ausstieg aus dieser Gesellschaft durch die Gründung von Selbsterzeugerhöfen, selbstverwalteten Betrieben, Kommunen und Wohngemeinschaften in den urbanen Zentren sowie auf dem Land.

Zu einem Symbol wurde in den frühen Jahren des kritischen Konsums der Jute-Beutel. Diese aus einer nachwachsenden Naturfaser gefertigte Tragehilfe hat sich materiell, praktisch und symbolisch in die Debatte um nachhaltige Alternativen zu den Einweg-Plastiktüten aus Polyethylen, für die auf fossiles Rohöl zurückgegriffen werden muss, eingeschrieben. „Jute statt Plastik!“, dieser Slogan wurde vor vierzig Jahren vom Handelsunternehmen GEPA, der *Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der*

² Dieser Slogan, der auf dem *Tunix*-Kongress im Januar 1978 skandiert wurde, referiert mit ‚Modell Deutschland‘ auf das Wahlprogramm des Bundeskanzlers Helmut Schmidt von 1976, in dem die Wettbewerbspolitik und sozialliberale Politik dieser Zeit propagiert wurde, vgl. Kleinschmidt 2006, S.14.

Dritten Welt geprägt und steht seitdem für ein nachhaltiges Einkaufsverhalten. Gegenüber den rauhfaserigen Jute-Beuteln haben sich im 21. Jahrhundert Tragetaschen aus Baumwolle massenhaft durchgesetzt. Es verbreiten sich jene Alternativen, die eine den Nischenkonsum übersteigende Ästhetik finden, die leicht handhabbar sind, die genossen werden können, die zum Kleidungsstil und zum Alltagsverhalten passen. Insofern wird erst über diesen praktischen Vollzug die Integration der Alternativtüte in individuellen Lebensstil und Alltagsroutine ein ‚Tragen von Verantwortung‘ für nachhaltigen Konsum.

Heute fungiert die Baumwolltasche nicht nur als Konsumhilfe, sondern ist in bestimmten Milieus zur universellen Transporthilfe geworden, indem sie oft Rucksäcke, Akten- oder Arbeitstaschen ersetzt. Anders als beim Material Jute, dem man seine spröde Natur ansehen kann, symbolisiert Baumwolle nicht vordergründig die nachhaltige Rohstoffgewinnung und -verarbeitung, sondern Reduktion: Durch die Wiederverwendbarkeit sollen weniger konventionelle Tragetaschen in Umlauf kommen. Neben der Transportfunktion, setzt der Baumwoll-Beutel jedoch auch die Funktion als Werbe-Träger fort, wobei er als Projektionsfläche einen Werbebedarf auch neu schafft, beispielsweise für Kulturinstitutionen, Verlage, Stiftungen, politische Initiativen oder Parteien. Der Beutel wird zum Werbemittel für das Gute an sich.

Nachhaltigkeit als Risiko – Bedrohung und Innovationsressource

Bevor ich auf die Funktion des Verantwortungsbegriffs im Zusammenhang mit der Vermeidung von Plastiktüten und -müll eingehen werde, kann aus genealogischer und wissenssoziologischer Perspektive nun gefragt werden: Was ist die materiale Grundlage der Moral dieser nachhaltigen Praktik, was sind die Bezugsquellen, die die Seinsgebundenheit (Mannheim 1982) des Wissens um (Nicht)Nachhaltigkeit bestimmen? Zunächst wird deutlich, dass die Verfasstheit des produzierten Wissens auf einem Bedrohungsszenario aufbaut, das auf naturwissenschaftlichen Messungen und Beobachtungen beruht. Während die möglichen Gefahren für die innere Natur des Menschen durch Plastikinhaltstoffe nur durch spezielle Geräte, Laboruntersuchungen und ExpertInnen bewiesen werden kann, ist es bereits mit einer durchschnittlichen menschlichen Wahrnehmungsleistung möglich, die Gefahr von Plastik für die äußere Natur, den Lebensraum von nichtmenschlichen und menschlichen Lebewesen zu erfassen.

Dennoch bedarf es für die öffentliche Bewusstwerdung dieser Bedrohung einer medialen Aufbereitung, einer medien- und informationstechnischen Inszenierung als einer Krise. Ulrich Beck beschreibt in seiner Zeitdiagnose von 1986, als sich die ökologische Politik zu etablieren und institutionalisieren beginnt, die Herausbildung der sogenannten *Risikogesellschaft*:

„Produktion und Konsumtion werden also mit der Durchsetzung der Risikogesellschaft auf eine ganz neue Stufe gehoben. An die Stelle vorgegebener und manipulierbarer Bedürfnisse als Bezugspunkt der Warenproduktion tritt das selbstherstellbare Risiko“ (Beck 2003, S.74).

Bedeutsam ist dabei, dass die evozierte und diskursiv genährte Bedrohung – in meinem Beispiel durch Plastik – in der Kommunikation der Risikogesellschaft nicht etwa der Beseitigung der Bedrohungsquelle, sondern letztlich der „Schaffung neuer Risiko-Absatzmärkte“ dient (a.a.O.). Die Krux dabei: Die Risikoproduktion schaffe neue Bedürfnisse nach Sicherheit, Sorge jedoch nur für „eine *symptomhafte und symbolische Risiko,bewältigung*“ wie Beck schließlich zuspitzt:

„Die Risiken müssen sozusagen mit ihrer Bewältigung wachsen. Sie dürfen nicht tatsächlich in ihren Ursachen, ihren Quellen beseitigt werden. Es muß sich alles im Rahmen von Risikokosmetik vollziehen: Verpackung, symptomhafte Schadstoffverringereungen, Einbau von Reinigungsfiltern bei Beibehaltung der Dreckquellen. Also keine präventive, sondern eine symbolische Risikovermehrungsbeseitigungsindustrie und -politik“ (Beck 2003, S.75).

Die Vermeidung von Plastiktüten als nachhaltige Konsumpraxis baut also auf der Bedrohung durch ein Zuviel an Plastik(müll) auf, schafft aber im gleichen Atemzug ein Bedürfnis nach einem Ersatzprodukt für die nichtnachhaltige Tüte und zwar in einem „Umfang und [mit einer] Vehemenz, mit der sich neue Werthaltungen durch ökonomisches Handeln unmittelbar umsetzen lassen“ (Adolf, Stehr 2011, S.249). An dieser Stelle kann nicht weiter auf die von Adolf und Stehr beschriebene *Moralisierung der Märkte* eingegangen werde, in die kritischer Konsum nach ihnen eingebunden ist. Stattdessen möchte ich auf die Verantwortungsrhetorik eingehen, die für die Debatten um Nachhaltigkeit und nachhaltigen Konsum sinnstiftend ist.

Verantwortung als ‚diskursiver Operator‘ von Nachhaltigkeit

Der abstrakte Begriff der Verantwortung schafft es, die globale Komplexität der Produktion und Vernichtung von Plastiktüten mit einer einfachen, lokalen und niedrighschwelligem Handlungsanweisung zu verbinden, indem den TrägerInnen von Plastik-Alternativen ein unmittelbarer Einfluss auf die Vermüllung der Umwelt suggeriert wird. Ausgehend von meiner Beobachtung, dass einem verantwortungsbewusst-genussorientierten Konsumtyp in der gegenwärtigen Debatte um Nachhaltigkeit eine tragende Rolle zugesprochen wird, kann nochmals genauer gefragt werden: Wie wird die paradoxe Konstellation aus Genuss und Verantwortung im nachhaltigen Konsum stimmig?

Die Komplexität des globalen Konsums und seiner lokalen Verschränkungen und die Mechanismen der Warenästhetik lassen sich über einen auf Absatz orientierten Konsumgütermarkt schlecht vermitteln, wie Johann und Röder am Beispiel von Fair Trade-Produkten erläutern. Konsum im kommerziellen Sinne scheint nur möglich und plausibel, wenn das Ideal einer global gerechten Produktion reduziert, das heißt, aufgeteilt wird: Auf der einen Seite steht dann die Verantwortung für eine ‚Dritte Welt‘, getragen von der ‚Ersten Welt‘, auf der anderen Seite steht die Verantwortung gegenüber den ungleichen Arbeitsbedingungen in der ‚Ersten Welt‘. Die ‚fairen‘ Konsumobjekte und die Siegelorganisationen bezeugen eine Verantwortung für die Arbeits- und Herstellungsbedingungen an einem globalen Ort, wohingegen die lokalen Arbeitsbedingungen beispielsweise des Kassierers, der die Produkte gegen Zahlungsmittel freigibt, ausgeklammert sind (vgl. Johan, Röder 2013, S.23).

Anhand von Fair Trade, einem Beispiel für marktbasieren, sozial nachhaltigen Konsum, wird deutlich, warum Vogelmann Verantwortung als einen „diskursiven Operator“ bezeichnet (Vogelmann 2014, S.21f.). Dessen besondere Bedeutung besteht nämlich darin, dass er in sozialen Praktiken, hier im Kaufen von fair gehandelten Produkten, dort im Vermeiden von Plastiktüten, Evidenz erzeugt: Der Kaufakt bestätigt das Paradigma der Verantwortung praktisch und füllt den Begriff der Verantwortung mit Bedeutung. Mit der rhetorischen Aufteilung der Verantwortung auf wahlweise Politik/Unternehmen/VerbraucherInnen oder mit dem Appell, dass ‚alle ihre Verantwortung zu tragen‘ hätten, wie es in der öffentlichen Debatte Konsens scheint, wird schließlich die strukturelle Dimension bei der Entstehung und Aufrechterhaltung von *nicht*nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen vernachlässigt (vgl. Grunwald 2012, S.37).

War die Normativität in der Debatte um nachhaltigen Konsum und die Virulenz der Verantwortungssemantik der Ausgangspunkt für diesen Beitrag, so bedarf es weiterer Forschungen, die Entstehung des Diskurses um nachhaltigen Konsum als Bewusstseins- und Praxisgefüge aufzuschließen. Denn es reicht nicht, aufzuzeigen, wie Konsum als Lösungsfeld für Nachhaltigkeitsprobleme gesellschaftlich plausibel gemacht wird. Sondern es muss auch nachgewiesen werden, welche Politik- und Machtpositionen für die Akteure damit einhergehen. Für ein solches Vorhaben scheint es aussichtsreich, die genealogische Heuristik mit der Wissenssoziologie Karl Mannheims zu verbinden, was bedeutet, die Konsumpraktiken und Moralvorstellungen auf den „dahinter stehenden sinnvollen Seinszusammenhang“ zu funktionalisieren, womit schließlich möglich wird, „(nachträglich rückblickend), einen gewesenen geistigen Gehalt (Idee) als Ideologie zu erfassen“ (Mannheim 1982, S.220).

Literatur

- Adolf, Marian und Nico Stehr. 2011. Soziale Milieus und Konsum. Die Moralisierung der Märkte und ihre Kritik. In *Die Verantwortung des Konsumenten. Über das Verhältnis von Markt, Moral und Konsum*, Hrsg. Ludger Heidbrink, Imke Schmidt und Björn Ahaus, 245–267. Frankfurt am Main [u.a.]: Campus Verlag.
- Binkley, Sam und Jo Littler. 2008. Cultural studies and anti-consumerism: A critical encounter. Introduction. In *Cultural studies and anti-consumerism. A critical encounter*, Hrsg. Dies., 519–530. London, New York: Routledge.
- Boote, Werner. 2018. Plastik hat ein Ablaufdatum. Interview mit *Profil*, 10. September 2018.
- BUND. Mikroplastik und andere Kunststoffe – eine große Gefahr für unsere Umwelt. <https://www.bund.net/meere/mikroplastik/> (Zugegriffen: 14. Februar 2019).
- Bundesregierung. 2016. Plastiktüten ab Juli kostenpflichtig, 26. April. <https://www.bundesregierung.de/bregde/aktuelles/plastiktueten-ab-juli-kostenpflichtig-474674> (Zugegriffen: 10. Februar 2019).
- Bundesumweltministerium (BMU). 2019. Die 2030-Agenda für Nachhaltige Entwicklung. <https://www.bmu.de/themen/nachhaltigkeit-internationales/nachhaltige-entwicklung/2030-agenda/> (Zugegriffen: 14. Februar 2019).
- Dohmen, Caspar. 2014. *Otto Moralverbraucher. Vom Sinn und Unsinn engagierten Konsumierens*. Zürich: Orell Füssli.
- Engels, Jens Ivo. 2010. Umweltschutz in der Bundesrepublik – Von der Unwahrscheinlichkeit einer Alternativbewegung. In *Das Alternative Milieu*, Hrsg. Sven Reichardt und Detlef Siegfried, 405–422. Göttingen: Wallstein.
- Europäisches Parlament und Europäischer Rat. 2015. Richtlinie (EU) 2015/720 zur Änderung der Richtlinie 94/62/EG betreffend die Verringerung des Verbrauchs von leichten Kunststofftragetaschen. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:32015L0720&from=DE> (Zugegriffen: 10. Februar 2019).
- Grünwald, Stephan. 2018. Die Plastiktüte kommt nicht zurück. Interview mit *DIE ZEIT*, 12. Juli 2018.
- Grunwald, Armin und Jürgen Kopfmüller. 2006. *Nachhaltigkeit*. Frankfurt am Main: Campus-Verl.
- Grunwald, Armin. 2012. *Nachhaltiger Konsum – das Problem der halbierten Verantwortung*. Karlsruhe: KIT Scientific Publishing.
- Hartmann, Kathrin. 2009. *Ende der Märchenstunde. Wie die Industrie die LOHAS und Lifestyle-Ökos vereinnahmt*. München: Blessing.
- Heinzelpress Redaktions-Kollektiv und J. Most. 1970. 'Ach wie war es in Köln so schön vordem' – Die Geschichte der anarchistischen Gruppe ‚Heinzelmenschen‘, von ihnen selbst erzählt! <http://digitalresist.blogspot.co.at/2015/07/ach-wie-war-es-in-koln-so-schon.html> (Zugegriffen: 2. März 2018).

- Henkel, Anna, Nico Lüdtke, Nikolaus Buschmann und Lars Hochmann. 2018. Einleitung: Reflexive Verantwortlichmachung. Beiträge kulturwissenschaftlicher Perspektiven zum Nachhaltigkeitsdiskurs. In *Reflexive Verantwortlichmachung. Verantwortung für nachhaltige Entwicklung*, Hrsg. Dies., 10–27. Bielefeld: transcript.
- Idies, Yusif. 2015. Kritischer Konsum zwischen Selbsttechnologie und globalem Handeln. Zur Konstituierung ‚verantwortlicher‘ und ‚raumsensibler‘ Konsumsubjekte. Leipzig: Univ., Diss. <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:15-qucosa-161643> (Zugegriffen: 27. Januar 2017).
- Johann, Wolfgang und Roland Röder. 2013. Gekauft – Der faire Handel erobert die Mitte der Gesellschaft. *iz3w* 338:21–23.
- Kleinschmidt, Christian. 2006. Konsumgesellschaft, Verbraucherschutz und Soziale Marktwirtschaft. Verbraucherpolitische Aspekte des „Modell Deutschland“ (1947–1975). *Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte* 47:13–28.
- Linse, Ulrich. 1986. *Ökopax und Anarchie. Eine Geschichte der ökologischen Bewegungen in Deutschland*. München: dtv.
- Maiwald, Phillip. 2018. Wir müssen radikaler werden. Interview mit der *taz*, 17. September 2018.
- Mannheim, Karl. 1982. Ideologische und soziologische Interpretation der geistigen Gebilde. In *Der Streit um die Wissenssoziologie. Bd. 1: Die Entwicklung der deutschen Wissenssoziologie*, Hrsg. Volker Meja und Nico Stehr, 213–231. Frankfurt am Main.
- Meadows, Dennis, Donella Meadows, Peter Milling und Erich Zahn. 1973. *Die Grenzen des Wachstums. Bericht des Club of Rome zur Lage der Menschheit*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Naylor, Tony. 2018. Ditch the almond milk. Why everything you know about sustainable eating is probably wrong. *The Guardian*, 5. September 2018. <https://www.theguardian.com/food/2018/sep/05/ditch-the-almond-milk-why-everything-you-know-about-sustainable-eating-is-probably-wrong> (Zugegriffen: 14. Februar 2019).
- Nietzsche, Friedrich. 1993. Zur Genealogie der Moral. In *Das Hauptwerk*, 3–176. München: Nymphenburger.
- Rucht, Dieter. 2010. Das alternative Milieu in der Bundesrepublik. Ursprünge, Infrastruktur und Nachwirkungen. In *Das Alternative Milieu*, Hrsg. Sven Reichardt und Detlef Siegfried, 61–86. Göttingen: Wallstein.
- Schütte, Johannes. 1980. *Revolte und Verweigerung. Zur Politik und Sozialpsychologie der Spontibewegung*. Giessen: Focus-Verlag.
- Srubar, Ilja. 2009. Mannheims Diskursanalyse. In *Kultur und Semantik*, Hrsg. Ders., 275–292. Wiesbaden: VS Verlag.
- Umweltbundesamt. 2012. Phthalat-Belastung der Bevölkerung in Deutschland: Expositionsrelevante Quellen, Aufnahmepfade und Toxikokinetik am Beispiel von DEHP und DINP. Umwelt & Gesundheit. https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/umwelt_und_gesundheit_02_2012_conrad_phthalatbelastung_bevoelkerung_anhband1_0.pdf (Zugegriffen: 9. Februar 2019).
- Vogelmann, Frieder. 2014. *Im Bann der Verantwortung*. Frankfurt am Main: Campus Verlag.