

Growing by Shrinking? Konsum, Glück und Lebensqualität

Eine Tagung des Kulturwissenschaftlichen Instituts Essen vom 14.-15.9.2010

Organisation: Prof. Dr. Ludger Heidbrink, Imke Schmidt, Björn Ahaus

Der Konsum ist ein wesentlicher Faktor menschlichen Wohlbefindens. Das Glücksversprechen, das der modernen Konsumgesellschaft zugrunde liegt, ist jedoch problematisch. Studien haben nachgewiesen, dass ab einem Einkommen von etwa 15.000 US-\$ pro Kopf das subjektive Glückspotential des über Einkommen finanzierbaren Konsums nicht mehr spürbar ansteigt. Zudem neigen Konsumenten dazu, den Nutzen materieller Güter systematisch zu hoch einzuschätzen und die langfristigen Kosten, die aus dem Kauf von Gütern entstehen, unterzubewerten. Verbraucher täuschen sich über den Wert von Alltagsprodukten für ihre persönliche Zufriedenheit und verlagern die Folgen von Umweltbelastungen durch den Massenkonsum auf die Zukunft.

Gleichwohl wird das Verbraucherverhalten in den Industriestaaten weiterhin von Glücksversprechen dominiert, die aus quantitativen Konsumformen resultieren. Große Wohnungen, schnelle Autos und weite Flugreisen üben nach wie vor besondere Reize aus. Trotz offensichtlicher Fehleinschätzungen beherrscht das Steigerungs- und Wachstumsprinzip die Konsumgesellschaft und bildet einen persistenten Maßstab für die Mehrzahl der Kaufentscheidungen und Verbrauchsweisen.

Der Workshop befasst sich mit der Frage, worin diese Persistenz begründet liegt und wie sich Wege vom quantitativen zum qualitativen Konsum finden lassen. Reicht es aus, an die Stelle der Wachstumsfixierung das Leitbild des positiven Verzichts zu setzen? Wie lassen sich historisch bedingte Pfadabhängigkeiten und Lock-In-Effekte durch Verhaltensänderungen aufbrechen? Welche Rolle spielen sozio-kulturelle Faktoren der Milieuprägung und Statusorientierung für den Konsum? Welche alternativen Quellen der Bedürfnisbefriedigung (z.B. Gewinn von Zeit, Gesundheit und Freiheit) lassen sich durch die Änderung von Konsumgewohnheiten erschließen?

Das Ziel des Workshops besteht darin, im Rückgriff auf Forschungen aus der Konsum- und Umweltpsychologie, Verhaltensforschung, Ökonomie und Kultursoziologie nicht nur die Ursachen des industriegesellschaftlichen Konsumismus zu erkunden, sondern auch Handlungsvorschläge für qualitative Konsumpraktiken zu entwickeln.

Programm

Dienstag, 14.9.2010

18-20 Uhr

Abendvortrag

Prof. Dr. Lucia Reisch (Copenhagen Business School)

„Kann der Konsumwandel gelingen? Wie die Verhaltensökonomik Hoffnung und Zweifel nährt.“

Mittwoch, 15.9.2010

9.30 Uhr - Begrüßung

10-12.00 Uhr

Panel 1: Was heißt qualitativer Konsum? Eigenschaften, Kriterien und Kennzeichen

- Grenzen des Konsumismus und der massenindustriellen Wachstumsökonomie.
- Qualität, Nachhaltigkeit und Gesundheit als neue Eigenschaften des Konsums.
- Kriterien und Kennzeichen qualitativen Konsums.

12-13 Uhr

Mittagessen

13-15 Uhr

Panel 2: Growing by Shrinking? Wege zu mehr Konsum- und Lebensqualität

- Wann ist weniger tatsächlich mehr? Das Leitbild des positiven Verzichts.
- Sozio-kulturelle Faktoren, Anreize, Alternativen.
- Von Pfadabhängigkeiten zu Freiheitsgewinnen: Strategien für mehr Konsum- und Lebensqualität.

15-15.30 Uhr

Kaffeepause

15.30-17.30 Uhr

Panel 3: Zukunft des Konsums. Handlungsvorschläge, Beispiele und Perspektiven

- Glücksgewinn durch reduzierten Konsum: Praktiken der konsumistischen Bedürfnisbefriedigung.
- Slow Living, Entschleunigung und Verlangsamung: Lebensqualität durch mehr Konsumzeit.
- Vom Haben zum Sein: Zukunft des Konsums.

Teilnehmerinn/innen:

Prof. Dr. Lucia Reisch (Copenhagen Business School) (Abendvortrag)

Prof. Dr. Hartmut Rosa (Universität Jena)

Prof. Dr. Andreas Ernst (Universität Kassel)

Prof. Dr. Ulf Schrader (TU Berlin)

Prof. Dr. Aloys Prinz (Universität Münster)

PD Dr. Niko Paech (Universität Oldenburg)