

Ludger Heidbrink | Andrea Gröppel-Klein [Hrsg.]

Die dunklen Seiten des Konsums

Alte Probleme, neue Herausforderungen



Nomos

edition
sigma



Verbraucherforschung

herausgegeben vom

Koordinierungsgremium des Bundesnetzwerks

Verbraucherforschung gefördert vom

Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz

Band 4

Ludger Heidbrink | Andrea Gröppel-Klein [Hrsg.]

Die dunklen Seiten des Konsums

Alte Probleme, neue Herausforderungen



Nomos

edition
sigma



© Titelbild: Luecken-Design.de

Die Veröffentlichung der Druckausgabe sowie die Open Access-Veröffentlichung der elektronischen Fassung wurde ermöglicht mit Unterstützung durch das Bundesministerium für Justiz und Verbraucherschutz.



Bundesministerium
der Justiz und
für Verbraucherschutz

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

edition sigma in der Nomos Verlagsgesellschaft

1. Auflage 2020

© Ludger Heidbrink | Andrea Gröppel-Klein [Hrsg.]

Publiziert von

Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG

Waldseestraße 3-5 | 76530 Baden-Baden

www.nomos.de

Gesamtherstellung:

Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG

Waldseestraße 3-5 | 76530 Baden-Baden

ISBN (Print): 978-3-8487-7695-5

ISBN (ePDF): 978-3-7489-2092-2

DOI: <https://doi.org/10.5771/9783748920922>



Onlineversion
Nomos eLibrary



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung – Nicht kommerziell – Keine Bearbeitungen 4.0 International Lizenz.

Vorwort

„Die dunklen Seiten des Konsums“ – was für ein Thema für eine Tagung in den Räumlichkeiten des *Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz*! Beschäftigt sich das Bundesnetzwerk Verbraucherforschung nicht eigentlich vor allem mit Fragen, wie der Verbraucher vor unrechtmäßigem Handeln anderer geschützt werden kann? Wird nun das vermeintliche Opfer womöglich zum Täter?

Die renommierte US-amerikanische Konsumentenverhaltensforscherin Elisabeth Hirschman hat in ihrer sehr persönlichen und sehr bekannt gewordenen Presidential Address bei der Association for Consumer Research (ACR)-Konferenz 1991, also bereits vor knapp dreißig Jahren, eindringlich auf dieses Problem aufmerksam gemacht und den Begriff „the dark side of consumer behavior“ in die Literatur eingeführt. Zum Ausdruck kommen soll mit diesem Bild, dass sich Konsumenten nicht nur mit manchem Verhalten ins Unrecht setzen (wie beispielsweise bei der unrechtmäßigen Produktrückgabe), sondern auch für sie schädlichen Versuchungen erliegen, zu Süchten (z. B. Spielsucht) neigen und egoistischer agieren, als sie von sich selbst behaupten. Es war also höchste Zeit, dass sich auch das „Bundesnetzwerk Verbraucherforschung“ bei der jährlichen Tagung im Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz mit den Schattenseiten des Konsumentenverhaltens beschäftigte, zumal manche problematischen Entwicklungen auch durch neue technische Möglichkeiten in jüngster Zeit (z. B. Online-Casinos) forciert worden sind. Nachfrager und Anbieter werden hiermit zum Überdenken mancher Verhaltensweisen und zur Entwicklung von Gegenstrategien angeregt.

Die Herausgeber dieses Buches möchten zunächst allen Autorinnen und Autoren dieses Bandes, die zum größten Teil auch Referentinnen und Referenten der Jahreskonferenz 2019 waren, sehr herzlich für ihr Engagement und die wertvollen Erkenntnisse danken. Ein besonderer Dank gilt auch Herrn Bernward Baule, der an der inhaltlichen Ausgestaltung der Jahreskonferenz maßgeblich mitgewirkt hat. Ein Dankeschön geht auch an die Mitglieder des Bundesnetzwerkremiums und an das BMJV, insbesondere Frau Steffi Schinschke und Herrn Stefan Kubat, für die großartige Unterstützung.

Last but not least möchten wir sehr herzlich Jonas Carstens, Irene Colombi, Lena Schäfer und Fenja Wiechel-Kramüller vom Lehrstuhl für Praktische Philosophie, Universität Kiel, sowie Kevin Krause und Annette Köhler vom Institut für Konsum- und Verhaltensforschung, Universität des Saarlandes, für ihre sorgfältigen Transkriptionen und Korrekturen der Texte danken.

Saarbrücken und Kiel im August 2020
Andrea Gröppel-Klein und
Ludger Heidbrink

Inhalt

Vorwort	5
<i>Jörn Lamla</i> Begrüßung	9
<i>Rita Hagl-Kehl</i> Begrüßung	13
<i>Tilman Becker und Marius Wuketich</i> Sollte bei der Regulierung des Glücksspiels zwischen den einzelnen Glücksspielformen differenziert werden?	17
<i>Tobias Matzner</i> Mediensucht? Über die Medikalisierung der Mediennutzung in Suchtdebatten	37
<i>Kaspar Maase</i> Massenkunst und Böses – oder: George R. R. Martin und William Shakespeare	47
<i>Janina Loh</i> „Celebrate Yourself“ – Selbstopтимierung als Verbraucherziel? Eine kritische Reflexion des transhumanistischen Paradigmas	59
<i>Andrea Gröppel-Klein und Anja Spilski</i> Dienstag bestellt, Donnerstag geliefert, Samstag getragen, Montag retour – unmoralisches Verhalten von Konsumenten	69

Stefan Hoffmann

**Der hypokritische Konsument – Einsichten der
Verbraucherforschung** 91

Martin Klug und Jonas Grauel

**Unwissend. Ignorant. Engagiert: Der steinige Weg zu
verantwortungsvollen Verbrauchern. Ein Plädoyer für eine
differenzierte Verbraucherarbeit zum nachhaltigen Konsum** 103

Julian Nida-Rümelin und Nathalie Weidenfeld

**»Crew entbehrlich«. Ökonomische Rationalität als
Softwareprogramm** 125

Ludger Heidbrink

**Die dunklen Seiten des Konsums: Zusammenfassung und
Ausblick** 133

Autoren- und Herausgeberverzeichnis 141

Jörn Lamla

Begrüßung

Sehr geehrte, liebe Frau Staatssekretärin Hagl-Kehl,
liebe Kolleginnen und Kollegen,
meine sehr geehrten Damen und Herren,

ich freue mich sehr, dass Frau Hagl-Kehl, die nicht das erste Mal, aber heute in ihrer Funktion als Staatssekretärin des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz bei uns ist, gleich noch ein Grußwort sprechen wird.

Doch zuvor möchte ich insbesondere Ludger Heidbrink und Andrea Göppel-Klein danken, zwei Mitgliedern des achtköpfigen Koordinierungsgremiums des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung, die heute verantwortlich für die inhaltliche Ausrichtung und Gestaltung der Konferenz sind. Herr Heidbrink wird das dritte Panel moderieren, wo unter anderem Frau Göppel-Klein vortragen wird. Zudem wird Herr Heidbrink in einem 15-minütigen Schlussstatement die Quintessenz der Konferenz auf den Punkt bringen, worauf ich mich schon sehr freue. Hervorhebend gedankt sei außerdem aus unserem Koordinierungsgremium Birgit Blättel-Mink, die im ersten Panel die Moderation übernehmen wird, und Dirk Hohnsträter, der eine Konsumforschungsstelle in Hildesheim leitet und heute als Vertretung für Stefan Krankenhagen, ebenfalls aus Hildesheim, zur Verfügung steht.

Darüber hinaus möchte ich dem *Spiritus Rector* der Konferenz, Bernward Baule, dem ehemaligen Leiter des Referats Verbraucherforschung und Verbraucherbildung im BMJV, danken und ihn zu mir nach vorne bitten, um ihm feierlich den Tagungsband der letzten Konferenz *Transformationen des Konsums: Vom industriellem Massenkonsum zum individualisierten Digitalkonsum* zu überreichen, an dessen Entstehen Herr Baule maßgeblich beteiligt war. Das ganze Koordinierungsgremium dankt Herrn Baule hiermit herzlichst für sein jahrelanges Engagement für das Bundesnetzwerk Verbraucherforschung. Ohne sein Mitwirken wäre das Netzwerk wohl gar nicht erst entstanden. Gerade sprachen wir darüber, wie weit die Anfänge des Netzwerks schon zurückreichen. Wir kennen uns noch aus der dritten Periode des wis-

senschaftlichen Beirats für Verbraucher- und Ernährungspolitik im damaligen Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz. In der letzten Phase dieser Zeit entstand das heutige Bundesnetzwerk für Verbraucherforschung. Herr Baule, ich wünsche Ihnen alles Gute für Ihre Zukunft und prognostiziere, dass wir uns nicht das letzte Mal auf einer Veranstaltung des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung über den Weg gelaufen sind, denn ich weiß, welche Interessen Sie pflegen und dass Sie intellektuelle Vergnügungen sehr zu schätzen wissen.

Herr Baule:

Ich möchte mich auch bei Ihnen, lieber Herr Lamla, sehr herzlich bedanken. Es galt zwar einige steinige Wege zu überwinden, doch ich war stets mit viel Freude dabei. Vor allem war es mir wichtig, die Verbraucherpolitik auf ein wissenschaftliches Fundament zu stellen – für diesen Erfolg möchte ich noch einmal ein ganz herzliches Dankeschön an Herrn Kenning richten, der daran ebenfalls maßgeblich beteiligt gewesen ist. Auch möchte ich allen Mitgliedern des Koordinationsgremiums danken, mit denen die Arbeit immer spannend und gleichzeitig auch auf sozialer Ebene sehr angenehm war – zusammen haben wir viel geschafft! Doch der Dank muss selbstverständlich auch an das Ministerium gehen, das die finanzielle und organisatorische Basis zur Verfügung gestellt hat und dem Thema Verbraucherforschung stets mit großem Interesse begegnet ist. Daher möchte ich schlussendlich allen danken, mit denen ich zusammengearbeitet habe – es waren fruchtbare Zeiten, die sich auch weiterhin fortsetzen werden.

Herr Lamla:

Abschließend möchte ich noch kurz etwas zur Entwicklung des Netzwerks sagen: Zuerst einmal wurde auf der letzten Sitzung des Koordinierungsgremiums beschlossen, dass wir uns in Bundesnetzwerk Verbraucherforschung umbenennen, um zu verdeutlichen, dass wir auf Bundesebene agieren. Außerdem wurde mit dem Tagungsband vom letzten Jahr, den ich eben Herrn Baule überreicht habe, eine Reihe etabliert, in der die Verschriftlichungen unserer Konferenzen, aber auch Dissertationen und andere wissenschaftliche Publikationen veröffentlicht werden können. Ferner sei darauf hingewiesen, dass die Zahl unserer Workshops im letzten Jahr deutlich zugenommen hat. Unter anderem haben zu folgenden Themen Workshops stattgefunden: in Kooperation mit dem Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) über *Digital Nudging*, über *Verbraucherpolitik von unten*, organisiert von Kai-Uwe Hellmann an der TU Berlin, über *Consumer Social Responsibility* organisiert von Ludger Heidbrink in Kiel, zur *Energiearmut* in Düsseldorf, zu *Verbraucherrechtentwicklung* unter der Leitung von Herrn Brönneke, der auch lange im Koordinierungsgremium war. Zudem ist demnächst ein Workshop über Konsumvergnügen in Düsseldorf geplant. Wir hoffen, dass diese erfreuliche Kurve weiterhin steigen wird. Daran anknüpfend möchte ich noch einmal die Einladung an alle Mitglieder aussprechen, mit ihren Ideen an unsere Geschäftsstelle heranzutreten.

Das heutige Programm beschäftigt sich vornehmlich mit den Hell-Dunkel-Schattierungen des Konsums, wobei der Schwerpunkt auf den Dunkelschattierungen liegt. Insgesamt gibt es drei Panels: das erste zum Thema Sucht und Glücksspiel, das zweite zum Thema Sehnsuchtswelten in der populären Kultur und das dritte über Egoismus und Verantwortungslosigkeit. Unser Ziel heute soll es unter anderem sein, einen Mittelweg zwischen Hype und Kontrollsucht zu finden – dazu wird auch die am Schluss stehende Keynote von Herrn Julian Nida-Rümelin zum Thema *Digitaler Humanismus* beitragen.

Zum Schluss möchte ich noch einmal allen Mitwirkenden für die hervorragende Organisation der Konferenz meinen herzlichen Dank aussprechen, insbesondere Frau Schinschke, der Leiterin der Geschäftsstelle des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung. Und nun übergebe ich das Wort an Frau Hagl-Kehl.

Rita Hagl-Kehl

Begrüßung

Sehr geehrter Herr Professor Lamla,
sehr geehrte Mitglieder des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung,
meine Damen und Herren,

im Namen von Ministerin Christine Lambrecht begrüße ich Sie sehr herzlich zu dieser vierten Jahrestagung des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung. Ich freue mich sehr über den erneut sehr großen Zuspruch und Ihr Interesse! Dies zeigt, dass die Jahreskonferenz mittlerweile fest im verbraucherpolitischen Jahreskalender verankert ist. Ein toller Erfolg! Diese positive Entwicklung wollen wir weiter voranbringen durch die kontinuierliche Förderung des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung. Sie liefern mit Ihren Erkenntnissen die wissenschaftlichen Grundlagen für unsere Verbraucherpolitik.

Wir als Ministerium haben dabei auch immer die Förderung der Verbraucherforschung selbst im Blick: zum Beispiel durch die themenzentrierten Forschungscalls, Studien und Gutachten, regelmäßige Forschungsworkshops, Tagungen und natürlich durch die Geschäftsstelle des Bundesnetzwerks im BMJV. Bei dieser Gelegenheit will ich allen im Bundesnetzwerk herzlich für ihren unermüdlichen Einsatz und ihre engagierte Unterstützung für die Verbraucherforschung danken. Das gilt natürlich besonders für die Mitglieder des Koordinierungsgremiums. Herzlichen Dank!

Meine Damen und Herren, heute beschäftigen Sie sich – vor dem Hauptvortrag von Professor Nida-Rümelin – auf drei Panels mit spannenden aktuellen Phänomenen:

1. Suchtverhalten – offline wie online,
2. Sehnsüchte und Selbstoptimierungsverhalten und
3. selbstsüchtigem und unmoralischem Verhalten von VerbraucherInnen.
Gerade Letzteres ist ein sehr spannendes Thema – „die dunklen Seiten des Konsums“.

Neben den Nachhaltigkeitsaspekten von Konsum stehen diese Fragen gerade zu Recht im Fokus wissenschaftlicher und verbraucherpolitischer Diskussionen. Ich will dazu nur zwei Beispiele herausgreifen: Es gibt immer wieder Berichte von jungen Mädchen, die sich ihr Abendkleid zum Abiturball online bestellen und nach dem Ball getragen zurücksenden. Oder von einem vermeintlich nicht passenden Smoking, in dem die Versender nach Rücksendung die Theaterkarte in der Jackentasche finden. Hier stellen sich viele spannende Fragen für Wissenschaftler: Was motiviert die VerbraucherInnen zu diesen „kleinen Betrügereien“? Sind das Einzelfälle oder Massenphänomene? Wie gehen Unternehmen mit diesem Verbraucherverhalten um?

Das erste Thema „alte und neue Süchte“ ist ebenfalls sehr aktuell. Die Daten-Ethik-Kommission hat uns in ihrem aktuell vorgelegten Bericht dazu aufgefordert, Maßnahmen gegen „Addictive Design“ zu ergreifen. „Addictive Design“ wird u. a. bei Spieleautomaten und dem Designen von Apps angewendet, um die Verweildauer des Anwenders zu verlängern. Es kann Vulnerabilitäten ausnutzen und verleitet zu abhängig machendem Verhalten. Das gilt sowohl für Online-Spiele als auch für Glücksspiele – aber streng genommen für fast alle Handyanwendungen: Verleitet dies gezielt zu Suchtverhalten?

Last but not least wird auch der sich ausbreitende Drang zur Selbstoptimierung Thema sein. Selbstoptimierung scheint eines der Kennzeichen unserer Zeit zu sein! Denken Sie hier nur an die Verbreitung von Fitness-Trackern und das öffentliche Zur-Schau-Stellen von Trainingsdaten und Leistungswerten! Auch hier ist es wichtig, nicht nur die Phänomene festzustellen und zu beschreiben, sondern sie wissenschaftlich zu untersuchen.

Dabei zeigt sich wieder, dass die Verbraucherwelt von einer immensen Bandbreite an Themen gekennzeichnet ist. Und Werte, Einstellungen, Interessen und Lebenseinstellungen der Verbraucherinnen und Verbraucher verändern sich: Individualisierung, Kulturalisierung, Moralisierung und Digitalisierung spielen eine entscheidende Rolle.

Für uns als Verbraucherministerium sucht eine gute Verbraucherpolitik den Dialog mit der Wissenschaft. Wir wollen und müssen aktuelle Forschungserkenntnisse unserem politischen Handeln zugrunde legen. Bevor wir handeln oder regulieren, müssen wir verstehen, was die VerbraucherInnen jeweils umtreibt, welche Einstellungen und Interessen sie haben. Gerade

wenn man sich mitten in einem technologischen Umbruch wie der Digitalisierung befindet, die sich auch massiv auf die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklungen auswirkt.

Meine Damen und Herren, Sie haben heute wieder ein volles und anspruchsvolles Konferenzprogramm vor sich. Ich freue mich auf viele neue Erkenntnisse – gerade bei, auf den ersten Blick, widersprüchlichem Verbraucherverhalten. Ich wünsche Ihnen interessante Vorträge, anregende Gespräche und viele neue Ideen für die weiteren Arbeiten und Projekte. Diese werden wir seitens des Hauses, so gut es geht, unterstützen. Das gilt selbstverständlich auch für das gesamte Bundesnetzwerk Verbraucherforschung. Vielen Dank und gutes Gelingen!