
Selbst schuld?

Vom Marktausschluss zu Ansätzen für
eine sozialpolitisch inklusive
Verbraucherpolitik

Referentinnen: Katharina Witterhold und Maria Ullrich, Universität Siegen

14. Workshop des Kompetenzzentrums Verbraucherforschung
„Armutskonsum – Reichtumskonsum“



These trends in law, politics, and governance reflect the fact that “social exclusion” in developed countries and “underdevelopment” in developing countries have alike been framed increasingly as problems to which the solution is “improved access” by consumers. Essential services have become symbolic clashpoints between competing programmes of privatisation, public-private partnerships, and public systems of provision, attracting fundamental questions about the relative balance between market rights and human rights. (Morgan & Trentmann, 2006: 346)

Outline

1. Verbraucheraktivierung, Folgen und Bedingungen
2. Verbraucherautonomie und -kompetenz an der Schnittstelle von Sozial- und Verbraucherpolitik
3. An den Grenzen von Verbraucher- und Bürgerrechten: Geflüchtete als KonsumentInnen
4. Intersektionalität, Transnationalität und die Rückkehr des Gebräuchlichen
5. Verbraucherautonomie auf hybriden Märkten: Impulse für Verbraucherpolitik und -beratung

Vom individualisierten Konsumsubjekt...

- Ausgangspunkt: Entgrenzung von Markt, Staat und Konsum (bspw. Citizen Consumer, vgl. Clarke et al. 2007): Verbraucheraktivierung als neues Steuerungselement
- Ursprünglich positiv konnotiert: Aufwertung der Bürgerrolle durch Handlungsmodi des kompetenten Verbrauchers
- Aufwertung der Verbraucherrolle geht einher mit dem Zwang zum eigenverantwortlichen, kompetenten Verbraucherverhalten.

...zum inkompetenten Verbraucher

Selbst-verschuldete Armut und irrationaler Konsum:

- Nicht arm-reich, sondern fähig-unfähig als Begründung für irrationales Konsumverhalten (one best way to consume)
- Arme nicht nur unfähig zum Rechnen, sie kaufen auch das Falsche (was ihnen nicht zusteht)

(Braun et al. 2016; van Bavel, R., & Sell-Trujillo, L. 2003)

Konsumkompetenz

Die Verbraucherbildung hat die Entwicklung eines verantwortungsbewussten Verhaltens als Verbraucherinnen und Verbraucher zum Ziel, indem über konsumbezogene Inhalte informiert wird und Kompetenzen im Sinne eines reflektierten und selbstbestimmten Konsumverhaltens erworben werden.

Dabei geht es vor allem um den Aufbau einer Haltung, die erworbenen Kompetenzen im Zusammenhang mit Konsumententscheidungen als mündige Verbraucherinnen und Verbraucher heranzuziehen und zu nutzen. (KMK 2013)

Aber:[Inhalte] [a]rtikuliert von der Warte jener, die weniger Bedürfnisse haben (van Bavel, R., & Sell-Trujillo, L. 2003)

Ursachen jenseits von Kompetenzdefiziten

- Aufwachsen in sozial benachteiligten Familien
- Keine weiterführende Ausbildung
- häufige Konfrontation mit kritischen Lebensereignissen (früher Auszug aus dem Elternhaus, Arbeitslosigkeit, Schul- beziehungsweise Lehrabbruch)
- kaum Unterstützung aus dem sozialen Umfeld (weder vor noch bei Bewältigung einer Krise)

Aber: Konsumsoziologische Ungleichheitsforschung konzeptionell verhindert, u.a. auch in der Nachhaltigkeitsforschung (siehe Krämer 2011), Datenlage insgesamt prekär

Prekäre Verbraucherautonomie?

Zwischen einer sozialpolitischen Aktivierung, die ihre Bürger ausgehend von alltäglichen und biographischen Problemlagen bei der Gewinnung lebenspraktischer Autonomie unterstützen will, und einer Verbraucheraktivierung, die sich am Leitbild des mit umfassenden Marktkompetenzen ausgestatteten Privatsubjekts ausrichtet, tritt nämlich ein struktureller Konflikt auf (vgl. Lamla 2008: 308)

Exklusion von Geflüchteten im Konsummarkt und Folgeprobleme

- Deprivierter Gesundheitszustand durch beschränkten Zugang zu medizinischer Versorgung (Butterwege & Butterwege 2016; Philimore 2007)
- Psychische Probleme aufgrund von Isolation und Kulturschock (Philimore 2007)
- Verschuldung bei Umzug in Privatwohnung, da kein Einblick in Kostenverursachung (z.B. Strom) in Sammelunterkünften
- Weder Möglichkeit von Exit noch von Voice im Hinblick auf die Unterbringung, insbesondere durch hybride Strukturen
- Förderung von gesellschaftlichem Misstrauen durch unterschiedlichen Zugang zu Ressourcen aufgrund von Status ("gute Bleibeperspektive")
- Unterversorgung/am Bedarf vorbei gehende Versorgung durch Gutscheinsystem

Beispiel: Warengutscheine & Bedürfnisse

- B2: Ja, ich sage mal so, auf der einen Seite gut, weil halt drinsteht, nur Lebensmittel. Weil wir hatten schon öfter genug die Sachen zu Weihnachten und Silvester, dass dann Leute mit diesen Scheinen an der Kasse stehen und dann Raketen, Feuerwerk et cetera kaufen wollen, oder Tabak. Das geht dann aber nicht. Da steht dann für Babynahrung und was weiß ich was noch alles. Aber ich sage mal in 95 Prozent der Fälle finde ich das gut. In fünf Prozent der Fälle wird es mit Sicherheit ausgenutzt für andere Sachen.
- I: Für andere Sachen, die nicht eigentlich-?
- B1: Alkohol, Zigaretten. Das, was man nicht zum leben-.
- B2: Es gibt halt auch Möglichkeiten dieses zu umgehen.
- I: Wie meinen Sie das?
- B2: Nehmen wir mal an, ich habe jetzt einen Gutschein von 30 Euro, kaufe mir davon das billigste Wasser in der Plastikkiste oder Plastikflasche und tue das genau so, wie ich gerade durch die Kasse gehe, in den Leergut-Automaten wieder rein. Dann habe ich aus den 30 Euro Gutschein 20 Euro Bargeld gemacht und damit kann ich mir kaufen, was ich will.

(Mitarbeiter im Supermarkt, Z 108-113)

(Methodische) Herausforderungen im Hinblick auf die Konsumexklusion von Geflüchteten

→ Gefahr einer "dauerhaften Unterschichtung" (Butterwege & Butterwege 2016: 158)

Nach Mikrozensus liegt die Armutsrisikoquote bei Menschen mit Migrationshintergrund mit 27,7% mehr als doppelt so hoch wie bei Menschen ohne Migrationshintergrund (12,5%). (Armuts- und Reichtumsbericht 2017: 553)

... allerdings bestehen Herausforderungen im Hinblick auf die Datenlage:

- Kaum Daten zu u.a. Wohnungslosigkeit (nach Schätzungen der Wohnungslosenhilfe von 2017 stellen Geflüchtete einen Anteil von 50%) oder Verschuldung von Geflüchteten/MigrantInnen
- Studien der Migrations-/Fluchtforschung fokussiert auf bestimmte Konsumbereiche (Unterkunft, Ernährung etc.)

Ansätze für eine sozialpolitisch inklusive Verbraucherpolitik

- Frühzeitige Verbraucherbildung, die am Alltag von Geflüchteten/der VerbraucherInnen ansetzt (vgl. "Lebensweltbezug" nach Fridrich 2018)
- Transformation von Wohlfahrt durch strukturelle Einbindung von Migrantenselbstorganisationen (Phillimore & Goodson 2010)/Verbraucherorganisationen
- Lokale Unterbringung von Geflüchteten als langfristig geplante und begleitete Prozesse (Philips 2006)
- Stärkung von Verbraucherautonomie im Hinblick auf bspw. die Wahl der Unterbringung, Gesundheitskarte etc.

→ Chance durch Perspektive auf Geflüchtete Situation von anderen Personen, die von sozialstaatlichen Leistungen abhängig sind, ins gesellschaftliche Bewusstsein zu rücken (vgl. Butterwege & Butterwege 2016)

Forschungslücken als konzeptionelles Problem

- Ungleichheitsforschung ohne Konsum/Konsum ohne Ungleichheitsforschung
- Unterscheidung zwischen Konsum 1. und 2. Ordnung problematisch, da
- Fokus auf so genannte Luxusbedürfnisse reproduziert Exklusionseffekte
- Soziologische Bedürfnisforschung als Desiderat
- Alternativ „Dingsoziologie“ (vgl. Bosch 2010)

Abgesehen davon, dass die Unterscheidung zwischen ökonomisch bedingtem Zwangsbedarf und soziokulturell bestimmten Wahlbedarf insofern problematisch ist, als sie Kultur allein auf Seiten derjenigen sozialen Schichten verortet, die jenseits ökonomischer Zwänge operieren können, so perpetuiert sie zugleich die ebenso problematische Differenzierung von lebensnotwendigen Grundbedürfnissen und diese übersteigenden (Luxus-)Bedürfnissen. Das Nahrungsbedürfnis ist jedoch nie ein rein natürliches, sondern immer nur eines nach "bestimmten Formen des Speisens". (Möhring, 2011: 11-12)
Vgl. auch Soper, 2007

Konsumsoziologische Ungleichheitsforschung

- Konsumsoziologie, die Folgeprobleme von Konsumexklusion analysiert (Bsp. Schwangerschaftsabbrüche, politische Teilhabe als Verbraucherbürger), aber auch die Untersuchung der Konsumpraktiken einkommensschwacher Haushalte, deren soziale Einbettung, strukturelle Bedingungen und kreative Ermächtigungsstrategien als wesentlichen Bestandteil ihres Selbstverständnisses begreift
- Ökonomisch-rechtliche Lesart von Konsum unzureichend, interessante Perspektiven bieten Bedürfnisforschung (Sober 2007) sowie eine Hinwendung zu dem Gebräuchlichen: Wasser, Energie, Luft (Morgan 2007), ergänzend: Raum, zusätzlich: neue Citizenship-Modelle, die die Analyse hybrider Agency-Konstellationen anregen

Verbraucherautonomie: Exit/Choice, Voice, Solidarity

- Echte Wahlmöglichkeiten für KonsumentInnen
- Räume der Artikulation von Verbraucherinteressen (jenseits individueller Rechtsdurchsetzung/Beschwerde)
- Konsumbedürfnisse folgen einer eigenen Rationalität, an der Beratung/Bildung ansetzen muss.
- Verbraucher als inklusive Kategorie: Verbraucherrecht als Menschenrecht (auch negativ)
- Transnationale Interdependenz von Armut, Konsum, Arbeitslosigkeit im Prozess der Interessenartikulation- und -mediation von VerbraucherInnen einbetten.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Literatur

- Bosch, A. (2010). Konsum und Exklusion: Eine Kultursociologie der Dinge (2., unveränderte Auflage 2011). Kultur und soziale Praxis. s.l.: transcript Verlag.
- Braun, A., Lanzen, V., & Schweppe, C. (2016). Junge Menschen, Geld, Schulden. In Bundeszentrale für politische Bildung (Ed.), Aus Politik und Zeitgeschichte. Schulden. (pp. 36-41). Bonn.
- Butterwegge, C., & Butterwegge, C. (2016). Sozialstaat auf der Flucht? – Migration und Armut in Deutschland. Migration und Soziale Arbeit. (2), 154-162.
- Clarke, J. (2007). Creating citizen-consumers: Changing publics & changing public services. London, Thousand Oaks, Calif: SAGE.
- Kraemer, K. (2011). Prekärer Wohlstand und nachhaltiger Konsum. Österreichische Zeitschrift für Soziologie, 36(2), 35-54.
- Lamla, J. (2008). Sozialpolitische Verbraucheraktivierung. Konsumsubjekt und

Bürgergemeinschaft in der Marktgesellschaft. In A. Evers & R. G. Heinze (Eds.), *Sozialpolitik* (pp. 301-320). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Möhring, M. (2011). Neue Bücher für den Einkaufszettel: Die Nationalisierung und Ethnisierung des Konsums. *Neue Politische Literatur*, 56(1), 5-35.

Phillimore, J. (Ed.). (2007). "They do not understand the problem I have": Refugee well being and mental health. Birmingham.

Phillimore, J., & Goodson, L. (2008). Making a Place in the Global City: The Relevance of Indicators of Integration. *Journal of Refugee Studies*, 21(3), 305-325.

Phillips, D. (2006). Moving Towards Integration: The Housing of Asylum Seekers and Refugees in Britain. *Housing Studies*, 21(4), 539-553.

Soper, K. (2007). Re-thinking the ,Good Life,. *Journal of Consumer Culture*, 7(2), 205-229.

Van Bavel, R., & Sell-Trujillo, L. (2003). Understandings of Consumerism in Chile. *Journal of Consumer Culture*, 3(3), 343-362.