

Beiträge zur Verbraucherforschung
Band 12

Christian Bala und
Wolfgang Schuldzinski (Hrsg.)



Armutskonsum – Reichtumskonsum

Soziale Ungleichheit und
Verbraucherpolitik



KVF | NRW

Kompetenzzentrum Verbraucherforschung Nordrhein-Westfalen

Beiträge zur Verbraucherforschung

herausgegeben von

Dr. Christian Bala

für das Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW (KVF NRW) und
Wolfgang Schuldzinski

für die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V.

ISSN 2197-943X

Band 12

Das 2011 gegründete KVF NRW hat die Aufgabe, die Verbraucherforschung zu unterstützen, um so eine Wissensbasis als Grundlage für effizientes verbraucher- und wirtschaftspolitisches Handeln zu schaffen. Mit den „Beiträgen zur Verbraucherforschung“ dokumentiert das KVF NRW seine Workshops, die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern verschiedener Fachrichtungen die Gelegenheit bieten, sich interdisziplinär über verbraucherrelevante Fragen auszutauschen. Diese halbjährlichen Tagungen sollen die Diskussion zwischen Wissenschaft, Politik und Verbraucherorganisationen anregen. Die Schriftenreihe „Beiträge zur Verbraucherforschung“ präsentiert sowohl die Vielfalt der Fragestellungen und Disziplinen als auch die Pluralität von Theorien und Methoden. Dies wird durch die Farbgebung der Umschläge unterstrichen: So wie sich das Licht aus verschiedenen Komponenten, den Spektralfarben, zusammensetzt, verstehen wir die Verbraucherforschung als ein gemeinsames Anliegen, das ein breites Spektrum an Zugängen und Themen vereint.

Das KVF NRW ist ein Kooperationsprojekt der Verbraucherzentrale NRW e. V. mit dem Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MULNV) und dem Ministerium für Kultur und Wissenschaft (MKW) des Landes Nordrhein-Westfalen.



Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft,
Natur- und Verbraucherschutz
des Landes Nordrhein-Westfalen



Ministerium für
Kultur und Wissenschaft
des Landes Nordrhein-Westfalen



Christian Bala und Wolfgang Schuldzinski (Hrsg.)



Armutskonsum – Reichtumskonsum

Soziale Ungleichheit und
Verbraucherpolitik

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

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

1. Auflage, 2020

© Verbraucherzentrale NRW, Düsseldorf

Der Text dieses Werkes ist, soweit nichts anderes vermerkt ist, urheberrechtlich geschützt. Einzelne Beiträge dieses Werkes stehen unter Creative-Commons-Lizenzen. Die Lizenzen gelten ausschließlich für die Texte des Werkes, nicht für die verwendeten Logos und Bilder. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz oder durch die Creative-Commons-Lizenzen zugelassen sind, bedürfen der vorherigen Zustimmung der Autorinnen und Autoren sowie der Verbraucherzentrale NRW. Das Kennzeichen „Verbraucherzentrale“ ist als Gemeinschaftswort- und Bildmarke geschützt (Nr. 007530777 und 006616734). Das Werk darf ohne Genehmigung der Verbraucherzentrale NRW nicht mit (Werbe-)Aufklebern o. Ä. versehen werden. Die Verwendung des Werkes durch Dritte darf nicht den Eindruck einer Zusammenarbeit mit der Verbraucherzentrale NRW erwecken.

Seit Band 10 werden alle Artikel in den „Beiträgen zur Verbraucherforschung“ gemäß dem Standard-Thesaurus Wirtschaft (STW) und dem Thesaurus Sozialwissenschaften (TheSoz) verschlagwortet. Diese Thesauri sollen die Erschließung und Recherche wissenschaftlicher Literatur vereinfachen. Der STW wird von der deutschen Zentralbibliothek für Wirtschaftswissenschaften (ZBW), der TheSoz vom GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften betrieben und laufend weiterentwickelt.

STW: <http://zbw.eu/stw/versions/9.0/about.de.html> |

TheSoz: <http://lod.gesis.org/thesoz/de.html>

ISSN 2197-943X

ISBN Print 978-3-86336-927-9

ISBN E-Book (PDF) 978-3-86336-928-6

Printed in Germany

Inhalt

- 7 **Einleitung: Armutskonsum – Reichtumskonsum**
Soziale Ungleichheit und Verbraucherpolitik
Christian Bala und Wolfgang Schuldzinski
- 15 **Konsum, ökonomische Ungleichheit und sozialer Status**
Christian Neuhäuser und Meike Drees
- 35 **Selbst schuld?**
Konsumexklusion als Herausforderung für Verbraucherpolitik
und -forschung
Katharina Witterhold und Maria Ullrich
- 57 **Schwere Kost**
Zur sozialen Ungleichheit von Fleischkonsum und Fleischverzicht
in Deutschland
Laura Einhorn
- 79 **Selbstorganisation der Verbraucher*innen**
Potenziale zur Vermeidung von sozialer Ungleichheit in Bedarfsfeldern
des Konsums?
Herbert Klemisch und Moritz Boddenberg
- 103 **Aufsuchender Verbraucherschutz im Quartier**
Die zunehmende soziale Spaltung in deutschen Städten und
ihre Implikationen für die Verbraucherarbeit
Manuel David
- 123 **Armut, Überschuldung und Finanzdienstleistungen**
Sally Peters
- 152 **Impressum**

Einleitung: Armutskonsum – Reichtumskonsum

Soziale Ungleichheit und Verbraucherpolitik

Christian Bala und Wolfgang Schuldzinski

Schlagwörter: Armut, beruflicher Status, Konsumentenverhalten, Reichtum, sozialer Status (STW) | Armut, Existenzsicherung, Konsumentenverhalten, Menschenwürde, Reichtum, sozialer Status, sozioökonomischer Status, Ungleichheit, Verbraucherpolitik (TheSoz)

Abstract

Konsum diente in den ersten Jahrzehnten der Bundesrepublik Deutschland als Mittel der Integration durch Wohlstandssteigerung, das Paradigma der „nivelierten Mittelstandsgesellschaft“ und der Slogan „Wohlstand für alle“ prägten den Diskurs. Mit zunehmender sozialer Ungleichheit muss sich aber auch die Verbraucherpolitik mit dem Zusammenhang zwischen Arbeit, Armut, Reichtum und Konsum auseinandersetzen.

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz: Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International | CC BY-SA 4.0

Kurzform | <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Lizenztext | <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/de/legalcode>

Am 1. Juli 2019 konnten alle Teilnehmenden ungehindert den 14. Workshop Verbraucherforschung besuchen. Sie mussten keinen Abstand halten oder eine Mund-Nasen-Schutzmaske tragen. Diese Zeit scheint, angesichts des Lebens in der Covid-19-Pandemie, weiter weg zu liegen, als es uns unter „normalen“ Umständen ohnehin vorkommen mag. Gleichzeitig ist das Thema unserer damaligen Tagung, die soziale Ungleichheit, nicht weniger präsent als damals, nein, das Problem hat sich eher verschärft. Das Virus ist kein großer Gleichmacher, der ökonomische und politische Umgang mit ihm vertieft weltweit soziale Gräben und lässt neue Ungleichheiten entstehen:

Erstens geraten Menschen, die sich bis dahin noch nicht zu jenen Personen zählten, die in oder nahe der Armut lebten, in prekäre Lebenslagen. Zahlreiche Lohnabhängige müssen in Deutschland in Kurzarbeit gehen, was für sie bis zu 40 Prozent weniger Lohn einerseits, Schutz vor Arbeitslosigkeit andererseits bedeutet. Für immerhin 10,1 Millionen Beschäftigte meldeten die Unternehmen bis Ende April Kurzarbeit an, 308.000 Menschen wurden arbeitslos (Brinkmann 2020).

Zweitens sind Wohlhabende und Reiche besser gerüstet durch diese Krise gekommen. Zum einen können sich Reiche und Superreiche Privilegien erkaufen, wie dies der Journalist George Packer für die USA feststellt:

„Als keine Tests für das Virus aufzutreiben waren, gelang es den Reichen und gut Vernetzten – Model und Reality-TV-Moderatorin Heidi Klum, sämtlichen Spielern der Basketballmannschaft Brooklyn Nets, den konservativen Verbündeten des Präsidenten – irgendwie dennoch, sich testen zu lassen – und das, obwohl viele von ihnen gar keine Symptome hatten. Diese vereinzelt Testergebnisse trugen nicht zum Schutz der öffentlichen Gesundheit bei. Zur gleichen Zeit mussten normale Bürger mit Fieber und Schüttelfrost in langen, möglicherweise ansteckungsgefährlichen Schlangen warten – um dann abgewiesen zu werden, weil sie nicht zu ersticken drohten. Im Internet kursierte der Witz, man könne nur auf eine Weise herausfinden, ob man an dem Virus erkrankt sei: indem man einem reichen Menschen ins Gesicht niese.“ (Packer 2020)

Zum anderen machen finanzielle Mittel, der Zugriff auf und die Ausstattung mit Konsumgütern einen erheblichen Unterschied: Schülerinnen und Schüler, die nicht über einen Computer, Drucker oder einen Internetanschluss verfügen, werden im Heimunterricht abgehängt. So musste sich in Nordrhein-Westfalen

eine Gymnasiastin, die Hartz-IV-Leistungen bezieht, vor dem Landessozialgericht in Essen 150,00 Euro für ein Tablet vom Jobcenter erstreiten, um überhaupt am Home Schooling teilnehmen zu können (epd 2020). Für berufstätige Alleinerziehende, die ohnehin ein erhöhtes Armutsrisiko tragen (Hübgen 2020), stellt die Situation eine besondere Herausforderung dar. Wer einen festen Wohnsitz hat, kann sich besser isolieren als die circa 50.000 obdachlosen Menschen, die auf der Straße leben und deren Einkommen (beispielsweise Pfandsammeln und Betteln in den Fußgängerzonen) ausfiel, denen ihre Zugänge zu sanitären Einrichtungen (öffentliche Toiletten) und zu Hilfsangeboten, wie Kleiderkammern oder Notunterkünften, wegbrachen (Lobenstein 2020). Und wer sich Lebensmittel kaufen kann, kommt in der Pandemie besser zurecht, als jene, die sich auf das ohnehin fragwürdige Mittel der Tafeln (Selke 2010) verlassen mussten, die ihren Betrieb in vielen Städten einstellen mussten: Mitte Mai sind immer noch über 22 Prozent der Tafeln geschlossen (Peter 2020).

Drittens sind die in Selbstisolation lebenden Menschen angewiesen auf überwiegend schlecht bezahlte Arbeiternehmerinnen und -nehmer, die sich zur Aufrechterhaltung des Gesundheitssystems und der Versorgung mit Konsumgütern gesundheitlichen Gefahren aussetzen, wie die jüngsten Beispiele der Werkvertragsarbeiterinnen und -arbeiter in der Fleischindustrie zeigen, die von den Subunternehmern in „Gemeinschaftsunterkünften zusammengepfercht leben“ (Bauchmüller und Wiegand 2020). Der Armutsforscher und Nobelpreisträger Angus Deaton betont: „Arme können nicht ins Home-Office und sich wie Sie ich und so viele andere Arbeitnehmer aus der gehobenen Mittelschicht vor den heimischen Bildschirm hocken“ (Deaton 2020).

Während für die einen die erzwungene Isolation in den heimischen vier Wänden eine Möglichkeit zur „Entschleunigung“ bietet, um Bücher zu lesen oder Musik zu hören (Balzer 2020), beschleunigt Covid-19 das Leben jener, deren Arbeit unverzichtbar, aber schlecht bezahlt ist:

Sie müssen vor Ort sein „und dabei ihre Gesundheit unmittelbar aufs Spiel setzen: Lagerarbeiter, Regalauffüller, Mitarbeiter von Lebensmittel-Lieferdiensten, Auslieferungsfahrer, Angestellte der Gemeinden, Krankenhauspersonal, Haushalts- und Pflegehelfer, Fernfahrer. Ärzte und Pflegekräfte sind die Helden der Schlacht gegen die Pandemie, doch die Kassiererin im Supermarkt mit ihrem Desinfektionsmittel und der UPS-Fahrer mit seinen Latexhandschuhen sind die Logistiktruppe, die die Front-

kämpfer versorgen. In einer Smartphone-Wirtschaft, in der ganze Bevölkerungsgruppen unseren Augen verborgen sind, erfahren wir nun, wo unser Essen und unsere Güter herkommen, wer uns am Leben hält.“ (Packer 2020)

Die Pandemie hat diese Ungleichheiten nicht hervorgebracht, lässt sie aber deutlich hervortreten.

Konsum diente in den ersten Jahrzehnten der Bundesrepublik Deutschland als Mittel der Integration durch Wohlstandssteigerung, das Paradigma der „nivellierten Mittelstandsgesellschaft“ und der Slogan „Wohlstand für alle“ prägten das Bild (Butterwegge 2020, 67-75 u. 144-162), blieb doch die Ungleichheit durch eine relativ niedrige Arbeitslosigkeit, eine steigende Lohnentwicklung und die Umverteilung durch Steuern und Transfers vergleichsweise gering. Die Verbesserung des Lebensstandards bei steigenden Nettoreallöhnen sorgte für sozialen Frieden. Durch den „Fahrstuhleffekt“ der Wachstumsgesellschaft, wie ihn Ulrich Beck (1986, 124 f.) beschrieb, wurden Ungleichheiten nicht beseitigt, „sie spielten aber insofern keine große Rolle mehr, als es allen besser ging“ (Nachtwey 2018, 25).

Diese Basis der Sozialen Marktwirtschaft ist jedoch erodiert. Die Ungleichheit hinsichtlich der Einkommen, Vermögen und Aufstiegschancen hat seit Anfang der 1990er-Jahre zugenommen. Heute gelten 13,7 Millionen Menschen in Deutschland als arm oder armutsgefährdet, dabei sind in diesen Zahlen obdachlose Menschen, Personen in Pflegeheimen und Menschen mit Behinderungen, die von Sozialhilfe leben, noch nicht einmal erfasst (Aust et al. 2018).

Die Ungleichheit hinsichtlich Einkommen, Vermögen und Aufstiegschancen ist gewachsen. Auch wenn aufgrund der hohen Umverteilung die Einkommensungleichheit mit einem Gini-Koeffizienten von 0,297 vergleichsweise niedrig ist (Spannagel und Molitor 2019, 1): Zwischen 2000 und 2011 nahmen die Einkommen der obersten zehn Prozent um 13 Prozent zu, während die Mittelschichten stagnierten, „und die untersten 40 Prozent Einkommensrückgänge bis zu fünf Prozent hinnehmen mussten“ (Neckel 2015, 84). Der Gini-Koeffizient für Vermögensungleichheit lag 2018 bei 0,79, die reichsten 10 Prozent der Haushalte besitzen 65 Prozent der Nettovermögen (N. N. 2018). Während Kapitaleinkünfte und Unternehmensgewinne gestiegen sind, sanken die Arbeitseinkommen. Vermögende und Spitzenverdiener wurden darüber hinaus steuerlich entlastet (Butterwegge 2020, 291-218; Piketty 2020).

Wir leben in einer Situation, in der ein Teil der Bevölkerung ihre grundlegenden Bedürfnisse – auch ohne die besondere Situation in der Pandemie – nicht mehr oder nur mit Mühe und Not befriedigen können. 17 Prozent der armutsgefährdeten Personen haben Schwierigkeiten, ihre Wohnung angemessen zu heizen, rund 40 Prozent der Haushalte in Deutschlands Großstädten müssen mehr als 30 Prozent ihres Nettoeinkommens für die Miete ausgeben, 27 Prozent haben Probleme, sich angemessen oder ausgewogen zu ernähren (Nachtwey 2018, 109; Lebuhn et al. 2017, 14). Überschuldung, Mietenarmut, sozialräumliche Segregation, Ernährungs- und Energiearmut, das sind die Probleme, mit denen die Verbraucherzentralen und Mietervereine heute konfrontiert sind.

Der vorliegende Sammelband soll auf die konsum- und verbraucherpolitischen Auswirkungen sozialer Ungleichheit hinweisen und dazu anregen, den Zusammenhang zwischen Arbeit, Armut, Reichtum und Konsum stärker in den Fokus der Verbraucherforschung zu rücken.

Danksagung

Der Dank der Herausgeber gilt allen, die diesen Band der „Beiträge zur Verbraucherforschung“ ermöglicht haben, an erster Stelle den Autorinnen und Autoren. Die redaktionelle Bearbeitung haben Michaela Eich und Tamara Heilig übernommen. Christina Seitz hat den Band in bewährter Weise als Lektorin betreut.

Literatur

- Aust, Andreas, Joachim Rock, Greta Schabram, Ulrich Schneider, Gwendolyn Stilling und Anita Tiefensee. 2018. *Wer die Armen sind: Der Paritätische Armutsbericht 2018*. Berlin: Der Paritätische Gesamtverband. https://www.der-paritaetische.de/fileadmin/user_upload/Schwerpunkte/Armutsbericht/doc/2018_armutsbericht.pdf.
- Balzer, Jens. 2020. Achtsamkeit: Querfront der Entschleunigung. *Die Zeit* (6. April). <https://www.zeit.de/kultur/musik/2020-04/achtsamkeit-corona-krise-andreas-gabalier-hartmut-rosa/komplettansicht> (Zugriff: 20. Mai 2020).
- Bauchmüller, Michael und Ralf Wiegand. 2020. Unter aller Sau. *Süddeutsche Zeitung* (19. Mai): 2.
- Beck, Ulrich. 1985. *Risikogesellschaft: Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Brinkmann, Bastian. 2020. Deutschland in Kurzarbeit. *Süddeutsche.de* (1. Mai). <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/kurzarbeitergeld-arbeitslosigkeit-corona-1.4893984> (Zugriff: 19. Mai 2020).
- Butterwegge, Christoph. 2020. *Die zerrissene Republik: Wirtschaftliche, soziale und politische Ungleichheit in Deutschland*. Weinheim: Beltz Juventa.
- Deaton, Angus (2020) im Interview mit Claus Hulverscheidt. „Arme können nicht ins Home-Office“. *Süddeutsche Zeitung* (30. Juni): 22.
- epd. 2020. Jobcenter muss Tablet zahlen. *Süddeutsche.de* (25. Mai). <https://www.sueddeutsche.de/politik/unterricht-daheim-jobcenter-muss-tablet-zahlen-1.4917784> (Zugriff: 29. Juni 2020).
- Hübgen, Sabine. 2020. *Armutrisiko alleinerziehend: Die Bedeutung von sozialer Komposition und institutionellem Kontext in Deutschland*. Leverkusen-Opladen: Verlag Barbara Budrich.
- Lebuhn, Henrik, Andre Holm, Stephan Junker und Kevin Neitzel. 2017. Wohnverhältnisse in Deutschland – eine Analyse der sozialen Lage in 77 Großstädten: Bericht aus dem Forschungsprojekt „Sozialer Wohnversorgungsbedarf“. Berlin: Hans-Böckler-Stiftung. https://www.boeckler.de/pdf_fof/99313.pdf.
- Lobenstein, Caterina. 2020. Obdachlosigkeit: Pandemie, ganz unten. *Die Zeit* (12. Mai). <https://www.zeit.de/2020/20/obdachlosigkeit-corona-krise-armut-pandemie-krankheit-wohnungslosigkeit/komplettansicht> (Zugriff: 20. Mai 2020).

- N. N. 2018. Gini-Koeffizient: Deutschland in guter Gesellschaft. *Informationsdienst iwd*. 11. Mai. <https://www.iwd.de/artikel/gini-koeffizient-deutschland-in-guter-gesellschaft-387788/> (Zugriff: 22. Mai 2020).
- Nachtwey, Oliver. 2018. *Die Abstiegs-gesellschaft: Über das Aufbegehren in der regressiven Moderne*. E-Book-Ausgabe. Berlin: Suhrkamp.
- Neckel, Sighard. 2015. Die Ungleichheit der Märkte. In: *(Un-)Gerechte (Un-)Gleichheiten*, hg. von Steffen Mau und Nadine M. Schöneck-Voß, 81-90. E-Book-Ausgabe. Berlin: Suhrkamp.
- Packer, George. 2020. Corona-Krise in den USA: Wir leben in einem gescheiterten Staat. *Die Zeit* (5. Mai). <https://www.zeit.de/politik/ausland/2020-04/corona-krise-usa-donald-trump-pandemie-ungleichheit/komplettansicht> (Zugriff: 20. Mai 2020).
- Peter, Tobias. 2020. Armut in Zeiten von Corona: Fast jede vierte Tafel ist geschlossen. *Redaktionsnetzwerk Deutschland*. 21. Mai. <https://www.rnd.de/politik/armut-in-zeiten-von-corona-fast-jede-vierte-tafel-ist-geschlossen-OWCSLE5N3RAT3C33D52AQPVOCM.html> (Zugriff: 22. Mai 2020).
- Piketty, Thomas. 2020. *Kapital und Ideologie*. München: C. H. Beck.
- Selke, Stefan, Hrsg. 2010. *Kritik der Tafeln in Deutschland: Standortbestimmungen zu einem ambivalenten sozialen Phänomen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Spannagel, Dorothee und Katharina Molitor. 2019. *Einkommen immer ungleicher verteilt: WSI-Verteilungsbericht 2019*. WSI-Report 53. Düsseldorf: Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliches Institut (WSI) der Hans-Böckler-Stiftung. https://www.boeckler.de/pdf/p_wsi_report_53_2019.pdf (Zugriff: 22. Mai 2020).

Über die Autoren

Dr. Christian Bala ist Leiter des Kompetenzzentrums Verbraucherforschung NRW (KVF NRW) der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V.

Wolfgang Schuldzinski ist Rechtsanwalt und Vorstand der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V.

Konsum, ökonomische Ungleichheit und sozialer Status

Christian Neuhäuser und Meike Drees

Schlagwörter: Armut, Autonomie, beruflicher Status, Konsumentenverhalten, Reichtum, sozialer Status (STW) | Armut, Autonomie, Existenzsicherung, Konsumentenverhalten, Menschenwürde, Reichtum, sozialer Status, sozioökonomischer Status, Ungleichheit (TheSoz)

Abstract

Zwischen der Würde eines Menschen und seinem sozialen Status besteht ein enger Zusammenhang, der sich über Armut und Reichtum vermittelt. So lautet unsere Grundthese in diesem Aufsatz, die wir in drei Schritten darlegen. In einem ersten Schritt klären wir die Begriffe der Würde, der Armut, des Reichtums und des sozialen Status. In einem zweiten Schritt zeigen wir auf phänomenologische Weise, wie stark Konsumverhalten von den ökonomischen Verhältnissen abhängt und wie wichtig Konsum für den sozialen Status ist. In einem dritten Schritt führen wir die beiden ersten Teile zusammen und argumentieren für den Zusammenhang von Würde, Ungleichheit und Status.

1 Einleitung

Zwischen der Würde eines Menschen und seinem sozialen Status besteht ein enger Zusammenhang, der sich über Armut und Reichtum vermittelt. So lautet unsere Grundthese in diesem Aufsatz, die wir in drei Schritten darlegen.

In einem ersten Schritt klären wir die Begriffe der Würde, der Armut, des Reichtums und des sozialen Status. Die Würde des Menschen besteht nicht nur darin, dieselben Grundrechte zu haben. Sie besteht vielmehr darin, als gleichrangiges Gesellschaftsmitglied anerkannt zu werden (Stoecker 2011; Neuhäuser und Stoecker 2014). Der Begriff der Armut wird ausdifferenziert in absolute und relative Armut. Absolut arm ist, wer zu wenig Geld beziehungsweise materielle Ressourcen hat, um seine Existenz als Person zu sichern. Im Jahr 2017 lag die Grenze zur absoluten Armut bei einer Kaufkraft von 1,90 US-Dollar am Tag. Relativ arm ist hingegen, wer weniger als 50 oder 60 Prozent des Durchschnittseinkommens einer Gesellschaft besitzt. Auch Reichtum lässt sich relativ und absolut bestimmen. Relativ reich ist demnach, wer 200 oder 300 Prozent des Durchschnittseinkommens besitzt. Absolut reich ist, wer unvorstellbar mehr Geld besitzt, als man für ein würdevolles Leben braucht. Multimillionäre und Milliardäre sind in diesem Sinne absolut reich. Der soziale Status besteht in bestimmten Ämtern und Positionen, einschließlich der sozioökonomischen Positionierung innerhalb einer hierarchisch wahrgenommenen Statusordnung. Eine Professorin hat wohl einen höheren beruflichen Status als ein Autohändler. Der Autohändler hat aber vielleicht einen höheren ökonomischen Status. Ein Pfleger oder eine Bäckerin haben auf jeden Fall einen niedrigeren Status als die beiden anderen (Bourdieu 1987).

In einem zweiten Schritt zeigen wir auf phänomenologische Weise, wie stark Konsumverhalten von den ökonomischen Verhältnissen abhängt und wie wichtig Konsum für den sozialen Status ist. Absolut arme Menschen können sich selbst die basalen Konsumgüter, die der Existenzsicherung dienen, kaum leisten. Es reicht vielleicht noch für Lebensmittel, die den Kalorienbedarf abdecken, aber für mehr nicht. Relativ arme Menschen können ihre Existenz sichern, sie haben beispielsweise Zugang zu Medikamenten. Aber sie können sich sehr viele als normal angesehene Konsumgüter nicht leisten. Dazu gehören bei-

spielsweise Markenkleidung, Reisen, Veranstaltungsbesuche und Autos. Relativ reiche Menschen können sich all diese Konsumgüter leisten und zwar auf besonders hervorgehobene Weise. Ihre Kleidung, Reisen, Veranstaltungen und Autos erscheinen besonders wertvoll. Absolut reiche Menschen können sich einen traumhaften Luxus erlauben, der für andere Menschen ganz unerreichbar und geradezu unvorstellbar erscheint.

In einem dritten Schritt führen wir die beiden ersten Teile zusammen und argumentieren für den Zusammenhang von Würde, Ungleichheit und Status. Die Würde des Menschen hängt von der Anerkennung als gleichrangiges Gesellschaftsmitglied ab. In unseren Gesellschaften hängt die Anerkennung als gleichrangiges Gesellschaftsmitglied vom sozioökonomischen Status ab. Große Ungleichheit führt also zu einer mangelnden Anerkennung und damit zu einer Verletzung der Würde der Armen.

2 Würde, Reichtum und Armut

Um zeigen zu können, dass zwischen Konsum, sozialer Ungleichheit und Würde ein Zusammenhang besteht, ist es zunächst wichtig, unser Verständnis der Begriffe der Würde, der Armut und des Reichtums zu klären. Darüber ergibt sich auch ein Verständnis der normativen Bedeutung des sozialen Status eines Menschen. Der Begriff der Würde nimmt in dieser Begriffsbestimmung eine doppelte Funktion ein, weil er einerseits genutzt werden kann, um Armutsgrenzen festzulegen. Andererseits kann er auch deutlich machen, warum Statuskonsum ein moralisches Problem darstellt. Wenn Statuskonsum eine zu große Rolle in einer Gesellschaft spielt, so unsere These, dann verletzt er die gleiche Achtung vor der persönlichen Würde aller Menschen (Neuhäuser 2018). Doch um zu sehen, warum das so ist, muss zunächst geklärt werden, was unter Würde überhaupt zu verstehen ist.

Ein prominenter Vorschlag lautet, dass die Würde eines Menschen in seinem Status als Person besteht (Schaber 2007, 2010, 2015). Personsein bedeutet,

über bestimmte Eigenschaften und Fähigkeiten zu verfügen, die alle mit der Vernünftigkeit des Menschen verknüpft sind. Personen können reflexiv denken, sprechen, schreiben und rechnen. Sie können über ihre Gedanken, ihre Gefühle und ihre Werte nachdenken und sie selbstständig verändern, indem sie ihnen eine neue Richtung geben. Mithilfe dieser Fähigkeiten können sie ihr Leben selbst gestalten und sich eine eigene Vorstellung vom guten Leben machen. In diesem Sinne verfügen Menschen über Autonomie, weil sie ihr Leben selbst im Griff haben (Hill 1991, 2000). Weil Menschen über Vernunft verfügen, so lässt sich daher sagen, sind sie auch autonom. Weil sie autonom sind, haben sie eine Würde. Es ist also letztlich die Fähigkeit, von der eigenen Vernunft aktiv Gebrauch zu machen, um das eigene Leben zu gestalten, die dem Menschen seine Würde gibt (Schaber 2010). Die Würde eines Menschen zu achten bedeutet demnach, seine Autonomie und Personalität zu achten.

In politisch verfassten Gesellschaften kommt der Status als Person auch in dem Status als Bürger und Bürgerin zum Ausdruck (Rawls 2006). Weil alle Menschen als Personen gleichermaßen achtungswürdig sind, haben sie auch alle denselben Bürgerstatus. Ihnen kommen die gleichen Menschen- und Grundrechte zu, die es unbedingt zu achten und zu schützen gilt. Diese Position ist mit einer Reihe von Problemen konfrontiert, die in der Forschungsliteratur ausführlich diskutiert werden: Warum sind Personalität und Autonomie so wichtig, dass sie den Menschen eine Würde verleihen? Warum muss diese Würde unbedingt geachtet und geschützt werden? Gilt das nur für Bürgerinnen innerhalb eines Staates oder weltweit? Was ist mit Menschen, die nicht oder in einem nur sehr eingeschränkten Maße über Vernunft verfügen; sind sie keine Personen und haben keine Würde?

Wir werden hier von diesen grundlegenden Fragen abstrahieren und davon ausgehen, dass eine gute Konzeption der Würde der Person auf sie antworten kann (Dworkin 2014). Stattdessen wollen wir eine andere Art von Kritik anmelden, der zufolge diese herrschende Konzeption der Würde der Person nicht falsch ist, aber zu kurz greift. Menschen haben nicht nur als Personen, sondern auch als individuelle Persönlichkeiten eine Würde (Neuhäuser 2015). Es geht also nicht nur darum, ihren Rechtsstatus als Bürgerinnen zu achten. Vielmehr geht es darum, sie als gleichrangige Gesellschaftsmitglieder zu achten, deren Lebensglück genauso viel zählt wie das anderer Menschen. Was aber genau macht den Unterschied zwischen der Würde der Person und der Persönlich-

keit? Was heißt das überhaupt, eine Persönlichkeit und nicht nur eine Person zu sein? Und warum gilt es, die Würde der Persönlichkeit zu achten? Ist das nicht ein viel zu hoher Anspruch?

Menschen sind nicht nur Personen, sondern auch Persönlichkeiten. Außerdem ist es ihre Persönlichkeit, die für sie im Kern ihrer Vorstellung vom guten Leben steht und nicht ihre Personalität (Williams 1981, 1985). Personalität benennt nämlich nur, wie gerade gesehen, die abstrakten Fähigkeiten der Vernunft und Autonomie. Insofern Menschen über Vernunft und Autonomie verfügen, sind sie auch Personen. Sie unterscheiden sich in ihrer Personalität also nicht oder zumindest nicht besonders stark. Menschen nehmen sich und andere jedoch als ganz besondere Individuen wahr, die von anderen Menschen deutlich unterschieden sind. Sie haben offensichtlich auch ein starkes Bedürfnis danach, diese Individualität zu kultivieren (Reckwitz 2017). Dies geschieht, indem sie eine eigene Persönlichkeit entwickeln und ausleben. Quellen dieser Persönlichkeit sind all diejenigen Aspekte, die sie zu den besonderen Menschen machen, die sie sind (Benhabib 1995). Dazu gehören solche Dinge wie ihre Sozialisation, ihr soziales Umfeld, ihre Lebensgeschichte, ihr Gefühlsleben, ihre individuellen Fähigkeiten und Vorlieben und ihr Wertesystem.

Auf dieser Grundlage machen sich Menschen eine eigene Vorstellung vom guten Leben und verfolgen diese. Sie gehen Beziehungen ein, ergreifen bestimmte Berufe, pflegen Hobbys und soziale Kontakte. Sie sind politisch aktiv und sozial engagiert. Sie interessieren sich für und partizipieren in verschiedenen kulturellen Praktiken. Es ist dieses individuelle Leben als Ausdruck ihrer Persönlichkeit, das ihnen am Herzen liegt und für das sie geachtet werden wollen. Doch warum haben sie dann einen Anspruch darauf, als Persönlichkeiten gleichermaßen geachtet zu werden? Da es in modernen Gesellschaften keine Letztbegründung für ethische und moralische Wertmaßstäbe gibt, muss die Verbindlichkeit von wechselseitigen Ansprüchen auf der reflektierten Unparteilichkeit der beteiligten Menschen beruhen. Da es für die Bewertung von Persönlichkeitsentwürfen ebenfalls keine objektiven Maßstäbe gibt, bleibt als unparteiliche Option nur, alle Persönlichkeitsentwürfe gleichermaßen zu achten. Das gilt zumindest, solange diese Entwürfe reflexiv wirklich bejaht werden und solange sie nicht auf der Missachtung und Verachtung anderer Persönlichkeitsentwürfe beruhen. Denn ansonsten wären sie mit dem Gebot der gleichen Achtung fundamental unvereinbar.

Menschen haben also als Personen eine Würde, aus der sich die grundlegenden Menschenrechte ergeben. Sie haben aber auch als Persönlichkeiten eine Würde, aus der sich weitergehende Ansprüche der Gerechtigkeit auf Gleichbehandlung ergeben, so die hier vertretene These. Der Grundgedanke besagt, dass die Gleichheit verschiedener Persönlichkeiten in der sozialen Praxis auch zum Ausdruck kommen muss. Der soziale Status aller Gesellschaftsmitglieder muss also in dem Sinne gleich sein, dass stets ihre soziale Gleichrangigkeit gewahrt bleibt. Das ist für die Würde der Persönlichkeit von zentraler Bedeutung. In gewisser Weise hat die Würde der Person dennoch einen Vorrang vor der Würde der Persönlichkeit. Der Grund dafür liegt jedoch nicht darin, dass es wichtiger ist, eine Person als eine Persönlichkeit zu sein. Vielmehr ist es eher so, dass Personalität eine wichtige Voraussetzung dafür ist, eine selbstbestimmte Persönlichkeit zu sein. Nur Personen können sich als Persönlichkeiten selbst bestimmen, und das macht die Personalität so schützenswert. Aus dieser doppelten Bestimmung der Würde von Personen und Persönlichkeiten ergibt sich auch ein klares Bild davon, was Armut und Reichtum sind und was an ihnen problematisch ist.

Absolut arm sind demzufolge Menschen, die zu wenig Geld haben, um die Würde ihrer Personalität aufrechtzuerhalten und zu sichern. Die derzeitige Grenze für absolute Armut von 1,90 US-Dollar Kaufkraft pro Tag verdeutlicht das ziemlich gut. Denn für diesen Betrag kann man sich beispielsweise in Köln oder München nicht einmal einen Teil der lebensnotwendigen Güter leisten. Relativ arm ist hingegen, wer die Würde seiner Persönlichkeit nicht schützen kann, weil er seinen Status als gleichrangiges Gesellschaftsmitglied nicht zum Ausdruck bringen kann. Wieder gilt, dass die gegenwärtige Grenze von 50 Prozent beziehungsweise 60 Prozent des Durchschnittseinkommens als Armutsgefährdung das ganz gut widerspiegelt. Es ist auch unmittelbar einsichtig, was an Armut problematisch ist. Immerhin verletzt oder zumindest bedroht Armut die Würde der Menschen als Personen und Persönlichkeiten.

Doch wie ist es bei Reichtum? Reichtum ist deutlich weniger gut untersucht als Armut. Außerdem gibt es auch keine allgemein anerkannten Grenzen dafür, was als Reichtum gilt. Sind Millionäre bereits reich oder erst Multimillionäre? Wir wollen vorschlagen, Reichtum analog zu Armut zu behandeln. Demnach gibt es relativen und absoluten Reichtum. Während arme Menschen zu wenig Geld haben, um in Würde leben zu können, haben reiche Menschen in gewisser

Weise zu viel Geld. Aber ihr Geld bedroht nicht unbedingt ihre eigene Würde, sondern vielmehr die Möglichkeit, dass alle Menschen in einer Gesellschaft und auf der Welt in Würde zusammenleben können (Robeyns 2017; Neuhäuser 2018). Dafür gibt es zwei Gründe. Erstens kann das Geld der Reichen an anderer Stelle viel besser genutzt werden, beispielsweise für die Armutsbekämpfung und den Umweltschutz (Robeyns 2017). Zweitens verfügen reiche Menschen, insbesondere superreiche Milliardäre, über sehr viel politische, wirtschaftliche und soziale Macht (Christiano 2012; Thomas 2017). Damit unterlaufen sie die Idee der gleichen Würde der Persönlichkeit aller Gesellschaftsmitglieder. Ihr politischer Wille, ihre ökonomischen Wünsche, ihre sozialen Vorlieben und damit ihre Persönlichkeiten zählen einfach sehr viel mehr als diejenigen anderer Menschen.

Daraus ergibt sich die folgende Bestimmung für relativen und absoluten Reichtum, die sich wieder an den üblichen Grenzziehungen orientiert. Relativ reich sind Menschen mit mehr als 300 Prozent des Durchschnittseinkommens beziehungsweise -vermögens einer Gesellschaft. Sie haben deutlich mehr Geld, als man braucht, um in Würde leben zu können, und das zusätzliche Geld könnte gut für andere Zwecke genutzt werden. Relativer Reichtum ist mit der gleichen Würde aller Menschen als Persönlichkeiten also unvereinbar, weil die materiellen Ressourcen zu ungleich verteilt sind und nicht für ein Zusammenleben in Würde als gleichrangige Gesellschaftsmitglieder genutzt werden. Absolut reich hingegen ist, wer so viel Geld besitzt, dass er oder sie deutlich mehr politische, ökonomische und soziale Macht besitzt als andere Gesellschaftsmitglieder. Das ist bei Menschen mit mehr als 300 Prozent des Durchschnittseinkommens oder -vermögens noch nicht der Fall, aber bei absolut reichen Menschen.

Eine einheitliche Grenzziehung für Reichtum existiert übrigens nicht. Laut Vermögensforscher Thomas Druyen ist man beispielsweise reich, wenn man 3 Millionen Euro auf dem Konto hat. Mit 30 Millionen Euro sei man sehr reich, mit 300 Millionen superreich (Amann 2008). Andere Wissenschaftler, zum Beispiel Markus Grabka oder Wolfgang Lauterbach, vertreten die These, dass jemand reich ist, der alleine von den Zinsen und Erträgen seines Vermögens leben kann, also nicht arbeiten muss (Rickens 2018; Dönisch 2017). Wir schlagen als Maßstab für absoluten Reichtum ein Einkommen ab 100.000 Euro pro Monat und ein Vermögen von mehr als 30 Millionen Euro vor. Diese absolut reichen Menschen können erheblichen Einfluss auf politische, wirtschaftliche und sozi-

ale Strukturen nehmen. Damit unterlaufen sie nicht nur die Würde der Persönlichkeit anderer Gesellschaftsmitglieder, sondern auch deren Personenwürde. Denn die anderen Gesellschaftsmitglieder können ihre Personalität nicht vor der Dominanz durch die Superreichen schützen (Pettit 2017).

Mithilfe der so erläuterten Begriffe von Würde, Reichtum und Armut wollen wir nun eine Verbindung zu Statuskonsum herstellen, indem wir im nächsten Teil zunächst erläutern, was Konsum mit Reichtum und Armut zu tun hat und warum Konsum in unserer Gesellschaft solch eine wichtige Rolle spielt.

3 Armutskonsum und Reichtumskonsum

Deutschland ist offensichtlich eine Konsumgesellschaft. Im Jahr 2018 haben die Deutschen rund 1.777 Milliarden Euro für private Konsumgüter ausgegeben (Rudnicka 2020), darunter 235,1 Milliarden Euro für Lebensmittel (Henrich 2019), 154 Milliarden Euro für Freizeit, Unterhaltung und Kultur (Statista Research Department 2019) und rund 77,8 Milliarden Euro für Bekleidung und Schuhe (Hohmann 2019).

Für Konsumenten übernimmt ihr Konsum verschiedene Funktionen (Hellmann 2013). Man unterscheidet dabei zwei verschiedene Kategorien, die sich wiederum in mehrere Unterkategorien gliedern. Die erste Kategorie ist der Selbstbezug: Hier geht es um die Funktion des Konsums für die individuelle Konsumentin. Dabei kann es zum einen um die rein physiologische Befriedigung bestimmter Bedürfnisse wie Essen und Trinken gehen. Zum anderen kann Konsum aber auch der Ausschüttung von Glückshormonen dienen. Bei der einen entsteht Euphorie vielleicht durch den Kauf eines neuen Sommerkleids, den anderen macht der Verzehr von Schokolade glücklich und ein dritter empfindet Glück, wenn er sein neues Mobiltelefon auspacken kann. Ähnlich verhält es sich mit kompensatorischem Konsum, bei dem der Konsument etwas kauft, um sich von etwas Negativem abzulenken oder über Probleme hinwegzukommen.

Die zweite Kategorie ist der Fremdbezug. Hier geht es um die Wirkung des individuellen Konsums auf andere. Der Fremdbezug gliedert sich wiederum in die Unterscheidungs- und die Vergemeinschaftungsfunktion. Durch das Konsumieren bestimmter Produkte können Menschen sich einerseits bewusst von anderen abgrenzen und so signalisieren, dass sie „anders“ sind als andere. Häufig sind damit auch politische Statements verbunden, die sich zum Beispiel auf den Tierschutz beziehen. Andererseits können Konsumenten sich durch ihren Konsum auch mit anderen vergemeinschaften. Mit dem, was sie kaufen, wollen sie ihre Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe signalisieren. Das kann sich einerseits auf den Mainstream beziehen, wenn man zum Beispiel Schuhe der Sportmarke trägt, die „alle“ tragen. Man kann durch seinen Konsum aber auch die Identifikation mit einer ganz bestimmten Gruppe zum Ausdruck bringen, zum Beispiel durch das Tragen von Kleidung im Gothic-Stil oder den Verzehr von speziellen Markenprodukten, die in der Peergroup gerade „in“ sind. Konsum, der ganz besonders inszeniert wird, um damit etwas „auszusagen“, fällt in die Kategorie des demonstrativen Konsums. Das mit Blattgold überzogene Steak für 1.200 Euro, das der Fußballer Franck Ribéry Neujahr 2019 stolz auf seinem Social-Media-Account präsentierte, könnte ein Beispiel dafür sein (Rützel 2019). Ob gewollt oder nicht, Konsum sagt eigentlich immer auch etwas über Status aus (Veblen 1997). Das eigene Erscheinungsbild, die Lage oder Einrichtung der Wohnung, in welchem Supermarkt man welche Lebensmittel kauft, die Urlaube, die man macht, oder die Hobbys, denen man nachgeht – all dies bringt den sozialen Status zum Ausdruck. Denn je nach sozialem Status wird unterschiedlich konsumiert. Gibt es also so etwas wie Armuts- und Reichtumskonsum?

Wie oben bereits beschrieben, lässt sich zwischen absoluter und relativer Armut sowie absolutem und relativem Reichtum unterscheiden. Wer absolut arm ist, muss mit 1,90 US-Dollar pro Tag auskommen. Umgerechnet sind das etwa 1,70 Euro am Tag beziehungsweise 52,70 Euro pro Monat. Weltweit sind über 700 Millionen Menschen von absoluter Armut betroffen (BMZ 2018). Weit mehr Menschen liegen nur knapp über dieser Grenze. Dass sich ein Leben in absoluter Armut erheblich auf die Konsummöglichkeiten auswirkt, liegt auf der Hand. Denn was kann sich ein absolut armer Mensch von 1,70 Euro am Tag schon leisten? Wenn man in Deutschland lebt, kann man sich zum Beispiel täglich ein halbes Brot (0,59 Euro), eine Packung Frischkäseaufstrich (0,79 Euro) und eine kleine Flasche Apfelsaft (0,39 Euro) im Discounter kaufen – und liegt damit sogar schon über dem Tagesbudget. Man kann sich aber auch entschließen,

im Hochsommer einen Tag im Freibad zu verbringen. Wenn man sich bei hohen Temperaturen eine Abkühlung verschaffen will, muss man allerdings drei Tage sparen, um den Eintritt finanzieren zu können. Und wenn man sich ein Monatsticket für Bus und Bahn leisten möchte, dann muss man dafür den Rest des Monats mit einem Budget von knapp fünf Euro auskommen. Ein Leben in absoluter Armut hat mit der Vorstellung der meisten Menschen, was es heißt, ein gutes Leben zu führen, sicherlich nicht ansatzweise etwas zu tun. Denn nicht einmal die Grundbedürfnisse, zu denen beispielsweise eine Wohnung, gesunde Ernährung und Kleidung gehören, können finanziert werden. Absolute Armut bedroht die Existenz einer Person.

Als relativ arm gilt jemand, der weniger als die Hälfte des Durchschnittseinkommens zur Verfügung hat. Im Jahr 2017 lag das Nettoäquivalenzeinkommen in Deutschland bei 1.826 Euro (Statistisches Bundesamt 2020). Die relative Armutsgrenze liegt bei 50 Prozent des Durchschnittseinkommens, 2017 waren das also 913 Euro im Monat. Ab einem Einkommen von 60 Prozent des Durchschnittseinkommens (2017 waren es 1.096 Euro) spricht man von Armutsgefährdung. Die Zahl der armutsgefährdeten Menschen in Deutschland lag 2017 bei 13,1 Millionen. Damit war knapp jeder Fünfte von relativer Armut bedroht. 3,4 Prozent der Bevölkerung in Deutschland, also 2,8 Millionen Menschen, waren erheblich materiell depriviert, ihre Lebensbedingungen waren aufgrund fehlender finanzieller Mittel also stark eingeschränkt. Sie waren zum Beispiel nicht in der Lage, ihre Rechnungen für Miete und Versorgungsleistungen zu bezahlen oder ihre Wohnung angemessen zu heizen (Statistisches Bundesamt 2018). Dass relative Armut sich ebenfalls enorm auf das Konsumverhalten von Personen auswirkt, kann man sich leicht vor Augen führen. Mit einem Einkommen von 913 Euro pro Monat kann man sich in Düsseldorf beispielsweise ein 30 Quadratmeter großes Appartement mit Kochnische für 470 Euro Monatsmiete leisten. Dann kann man sich noch ein gebrauchtes Fahrrad kaufen, die Stromrechnung und Krankenversicherung bezahlen und die notwendigen Lebensmittel beim Discounter kaufen. Großzügige Shoppingtouren, ein Abendessen im Restaurant oder teure Freizeitaktivitäten sind im Budget nicht drin. Selbst die Finanzierung eines Kinobesuchs einmal im Monat dürfte schon schwierig werden.

Ganz anders sieht es natürlich aus, wenn man reich ist. Laut dem Forbes Magazin gab es im Jahr 2019 weltweit 2.153 Milliardäre, die über ein Gesamtver-

mögen von 8,7 Billionen (8.700.000.000.000) Dollar verfügten. Nummer 1 der Forbes-Liste ist Jeff Bezos mit einem Vermögen von 113 Milliarden Dollar (Forbes 2020). Der Amazon-Gründer könnte es sich leisten, in den nächsten 350 Jahren jeden Tag eine Million Dollar auszugeben – und selbst danach wäre er noch mehrfacher Millionär. In Deutschland leben aktuell 114 Milliardäre (Forbes 2019a) und rund 2.300 Multimillionäre mit einem Vermögen von jeweils über 100 Millionen Dollar (Bakir 2019).

Wenn man absolut reich ist und über ein Einkommen von mindestens 100.000 Euro pro Monat verfügt, sind dem privaten Konsum eigentlich kaum Grenzen gesetzt. Man kann sich zum Beispiel eine 250 Quadratmeter große Luxuswohnung direkt an der Düsseldorfer Königsallee mieten. Auch ein teurer Sportwagen, edle italienische Lederschuhe, Designerhandtaschen und sonstige Haute Couture sowie Luxusurlaube in der Karibik sind kein Problem. Man hat genug Vermögen, um es sich richtig gut gehen zu lassen, ohne dabei jemals auf die Kosten schauen zu müssen.

Relativ reich ist jemand, der über 300 Prozent des Durchschnittseinkommens verfügt. Wenn man das deutsche Nettoäquivalenzeinkommen von 2017 heranzieht (1.826 Euro pro Monat), ergibt das ein Monatseinkommen von rund 5.480 Euro. Damit kann man sich in Düsseldorf durchaus eine schicke 92 Quadratmeter große Penthouse-Wohnung mit Dachterrasse für 1.400 Euro Kaltmiete leisten. Man kann außerdem eine repräsentative Limousine finanzieren, Designerkleidung tragen und teure Urlaube machen. Zwar kann man sich nicht jeden erdenklichen Luxus leisten – nicht so wie der absolut reiche Multimillionär – aber man kann sich deutlich mehr gönnen, als man zur Befriedigung seiner Grundbedürfnisse benötigt. Viele würden sicherlich sagen, dass man mit einem Einkommen von 5.480 Euro ein richtig gutes Leben führen kann.

Die finanziellen Möglichkeiten wirken sich erheblich auf den Konsum und damit auf die individuelle Lebensgestaltung einer Person aus. Absolute Armut bedroht die Existenz einer Person. Ein Leben in Würde ist damit ausgeschlossen. Doch auch, wenn relative Armut nicht das Leben einer Person bedroht, so bedroht sie doch das „gute Leben“ und die Würde dieser Person. Insbesondere im Vergleich mit relativ oder absolut reichen Menschen wird deutlich, dass eine relativ arme Person in ihrer Lebensgestaltung massiv eingeschränkt ist und ihre Autonomie und Freiheit als Persönlichkeit untergraben werden.

4 Würde, Ungleichheit und Status

Eine besondere Einschränkung für relativ arme Menschen hat unmittelbar mit dem relativen Reichtum anderer Menschen zu tun. Große ökonomische Ungleichheit verhindert nämlich, dass sich Menschen als gleiche beziehungsweise gleichrangige Gesellschaftsmitglieder begegnen können. Das betrifft beispielsweise Fragen der politischen Mitbestimmung und der fairen Chancengleichheit. Es betrifft aber auch den sozialen Status, und hier besteht ein Zusammenhang zu Konsum. Dafür sprechen vier zusammenhängende Annahmen. Erstens leben wir in Gesellschaften, in denen Konsum für sehr viele Menschen ein wesentlicher Bestandteil ihrer Vorstellung vom guten Leben ist. Zweitens kommunizieren Menschen in symbolischen Interaktionen mithilfe von Konsumgütern ihren sozialen Status. Drittens führt ein sehr unterschiedlich wahrgenommener sozialer Status auch zu der Bewertung unterschiedlicher Achtungswürdigkeit. Viertens widerspricht das der Idee der gleichen Würde aller Menschen.

Zusammen ergibt sich aus diesen vier Annahmen ein starkes Argument dafür, allzu große ökonomische Ungleichheit zu verhindern, um die gleiche Achtungswürdigkeit aller Menschen zu sichern. Allerdings setzt das voraus, dass diese vier Annahmen auch zutreffen. Zudem setzt es voraus, dass sich der Zusammenhang zwischen den vier Annahmen nicht auf andere Weise auflösen lässt. Man könnte ja beispielsweise dafür sorgen, dass Konsum weniger wichtig oder zumindest von Statusfragen gelöst wird. Dann wäre große ökonomische Ungleichheit zumindest in dieser Hinsicht kein Problem mehr, weil es keinen Statuskonsum mehr gäbe und sich daraus keine Bedrohung für die gleiche Achtungswürdigkeit aller Gesellschaftsmitglieder ergäbe. Wir wollen abschließend diese vier Annahmen also etwas ausführlicher erklären und zeigen, warum der Zusammenhang zwischen ihnen so fest ist, dass tatsächlich nur eine Reduktion der ökonomischen Ungleichheit weiterhilft.

Die erste Annahme lautet, dass für viele Menschen ihr Konsum ein wesentlicher Bestandteil ihrer Vorstellung vom guten Leben ist. Das ist nicht besonders überraschend, immerhin geht es darum, sich die schönen und angenehmen Dinge des Lebens leisten zu können. Viele Menschen haben einfach gern schöne Kleider, geschmackvolles Essen und zu ihnen passende Möbel. An sich ist

daran auch nichts falsch. Wer gern diese schönen Dinge haben und genießen möchte, der macht keinen Fehler, wenn das wirklich seiner Vorstellung vom guten Leben entspricht (Neuhäuser 2018). Das ist jedoch noch nicht alles. Die starke Konsumorientierung der Menschen ist aus volkswirtschaftlichen Gründen auch gewollt. Nur wenn die Menschen viel konsumieren, dann kann der Produktionsprozess auch weitergehen. Insbesondere in Zeiten der ökonomischen Krise gibt es daher immer wieder politisch gesteuerte Anreizprogramme, die Menschen dazu bringen sollen, weiter zu konsumieren, um den Wirtschaftskreislauf aufrechtzuerhalten (Barber 2008).

Es ist also kaum sinnvoll, einen Konsumverzicht zu verlangen, wenn gleichzeitig der Wirtschaftskreislauf davon abhängig ist. Tatsächlich ist der Wirtschaftskreislauf sogar auf immer mehr Konsum angewiesen. Denn unsere Wirtschaft ist auf Wachstum ausgelegt. Es werden also immer mehr Güter produziert, die auch konsumiert werden müssen, weil es sonst zu einer Rezession kommt (Piketty 2014). Deswegen spielen Märkte auch so eine wichtige Rolle, weil immer mehr Bereiche in den Wirtschaftskreislauf integriert werden müssen, um Wachstum und Konsum zu garantieren. Gesellschaften mit einer Marktwirtschaft wandeln sich so allmählich in Marktgesellschaften, weil auch solche Bereiche wie Bildung, Gesundheit und Familie immer stärker zu einem Marktgeschehen werden, wofür Konsum immer eine wichtige Rolle spielt (Ulrich 2010). Dieser Zusammenhang zwischen Wirtschaftswachstum, Marktkreisläufen und Konsum lässt sich im Rahmen der gegebenen Wirtschaftsordnung nicht aufbrechen.

Das leitet über zu der zweiten Annahme der symbolischen Interaktionen von Konsumgütern für den sozialen Status der Menschen. Auch dieser Zusammenhang ist funktional für den Wirtschaftsprozess. Denn damit Menschen immer mehr konsumieren, müssen sie auch immer mehr Waren haben wollen und dürfen sich nicht zu leicht zufriedengeben mit dem, was sie haben (Ulrich 2009). Viele Konsumgüter erhalten ihre Bedeutung jedoch nur durch den Status, den sie kommunizieren. Wäre das nicht so, dann würden ältere und günstige Kleidung, Möbel, Mobiltelefone und Fernseher ihre Aufgaben genauso gut erfüllen wie die neuen und teureren Waren. Neue und teure Sachen kommunizieren jedoch einen höheren Status. Die Werbeindustrie arbeitet zusammen mit der Kulturindustrie dafür, dass das so ist. Sie schaffen eine wahrgenommene Wirklichkeit, in der sozialer Status und gesellschaftliche Achtungswürdigkeit eng mit bestimmten Konsumgütern verbunden sind.

Solange Menschen nach sozialem Status streben und solange das Wirtschaftswachstum auf den Konsumanstieg angewiesen ist, wird es also auch einen Zusammenhang zwischen Konsumgütern und sozialem Status geben. Man könnte natürlich einwenden, dass die Menschen ja aufhören könnten, ihren sozialen Status und sogar ihre gesellschaftliche Achtungswürdigkeit an Konsumgüter zu binden. Dann müsste einfach ein anderes Wirtschaftssystem gefunden werden, das mit Postwachstum vereinbar ist. Doch dieser Vorschlag ist weltfremd. Denn er setzt eine Form von Autarkie voraus, die die meisten Menschen einfach nicht haben und auch nicht haben wollen. Den meisten Menschen liegt die Anerkennung durch andere Menschen am Herzen und sie finden das auch gut. Letztlich ist gesellschaftliche Stabilität und Wohlgeordnetheit auch auf diesen sozialen Zusammenhalt der Menschen angewiesen (Honneth 2015).

An dieser Stelle entsteht allerdings auch ein Problem, das in der dritten Annahme zum Ausdruck kommt. Ein sehr unterschiedlich wahrgenommener sozialer Status führt nämlich zu einer unterschiedlichen Bewertung der Achtungswürdigkeit. Menschen erkennen sich in sozialen Prozessen als Gesellschaftsmitglieder an. Das führt einerseits zu Selbstachtung und sozialem Zusammenhalt. Andererseits beanspruchen Menschen aber auch, als gleiche Gesellschaftsmitglieder geachtet zu werden. Ansonsten sehen sie sich missachtet und degradiert (Neuhäuser 2018; Margalit 2012). Wenn soziale Anerkennung jedoch mit Statuskonsum verbunden ist und wenn es große ökonomische Ungleichheit gibt, dann kommt es aufgrund der ersten beiden Annahmen unweigerlich zu einem Statuswettbewerb, der über Konsumgüter ausgetragen wird. Konsumgüter bringen in symbolischen Interaktionen zum Ausdruck, dass einige Menschen einen höheren sozialen Status haben als andere.

Hier ließe sich immer noch einwenden, dass dies zwar stimmen mag, es jedoch kein besonderes Problem sein sollte, wenn einige Menschen einen höheren sozialen Status haben als andere. Bis zu einem gewissen Punkt stimmt das auch. Allerdings gibt es dafür auch eine Grenze. Wenn der soziale Status von Menschen zu weit auseinandergeht, dann ist das mit der gleichen Achtungswürdigkeit als Gesellschaftsmitglieder nicht mehr vereinbar. So lautet die vierte Annahme. Der Grund dafür ist, dass die gleiche Achtungswürdigkeit auch in symbolischen Interaktionen kommunikativ zum Ausdruck kommen muss. Das gilt auch und in digitalen Gesellschaften insbesondere für alltägliche Kommunikation. Es ist jedoch nicht möglich, dass in ein und derselben Kommunikation

gleiche Achtungswürdigkeit und stark unterschiedlicher sozialer Status ausgedrückt wird. Allzu große Statushierarchien implizieren daher unterschiedliche Achtungswürdigkeit.

Das führt zu der vierten Annahme: Große ökonomische Ungleichheit führt zu einem demonstrativen Konsum, der zu symbolisch zum Ausdruck gebrachten, großen Statusunterschieden führt. Das widerspricht der Idee der gleichen Würde und gleichen Achtungswürdigkeit aller Menschen. Denn wenn die Statusunterschiede allzu groß sind, dann bringt das zum Ausdruck, dass nicht alle Bürger die gleiche Würde haben. Es entstehen Praktiken der Exklusion und der Unterordnung. Das gilt beispielsweise, wenn Kassen- und Privatpatienten in getrennten Wartezimmern warten, das eine sehr schlicht ist und man lange warten muss, das andere aber sehr luxuriös ist und die Wartezeiten sehr kurz sind. Das gilt auch, wenn im Flugzeug oder im Zug sehr unterschiedliche Komfortangebote gemacht werden. Die Liste lässt sich unendlich verlängern, man denke nur an standesgemäße Kleidung, Wohnung, bestimmte Urlaube, die man einfach gemacht haben muss, um dazuzugehören und vieles mehr.

Die gleiche Würde verlangt nicht, dass alle Menschen gleich viel haben. Wenn sich ein Mensch hier oder da einmal mehr leisten kann als ein anderer, dann macht das nichts. Denn daraus entsteht keine kollektive Praxis eines demonstrativen Konsums, der bestimmte Bevölkerungsgruppen aus der Mitte dieser Gesellschaft ausschließt. In unserer Gesellschaft ist die ökonomische Ungleichheit aber offensichtlich so groß, dass sie zu derartigen Formen des Ausschlusses und der Abwertung führt. Um das zu sehen, muss man nur einmal einen Tag in der Innenstadt einer beliebigen deutschen Großstadt verbringen. Hier zeigen sich schnell Praktiken des demonstrativen Statuskonsums, die demütigend sind und einige Menschen ihres Status als gleichermaßen achtungswürdige Gesellschaftsmitglieder berauben.

Literatur

- Amann, Melanie. 2008. Im Gespräch: Vermögensforscher Thomas Druyen „Reichtum ist uns suspekt“. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (9. April). <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/wirtschaftspolitik/im-gespraech-vermoegensforscher-thomas-druyen-reichtum-ist-uns-suspekt-1670101.html> (Zugriff: 28. Februar 2020).
- Bakir, Daniel. 2019. Millionärsstudie zeigt: Mehr Superreiche als in Deutschland gibt es fast nirgendwo. *Stern* (20. Juni). <https://www.stern.de/wirtschaft/geld/vermoegensreport--mehr-superreiche-als-in-deutschland-gibt-es-fast-nirgendwo-8762624.html>.
- Barber, Benjamin. 2008. *Consumed! Wie der Markt Kinder verführt, Erwachsene infantilisiert und die Demokratie untergräbt*. München: C. H. Beck.
- Benhabib, Seyla. 1995. *Selbst im Kontext: Kommunikative Ethik im Spannungsfeld von Feminismus, Kommunitarismus und Postmoderne*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- BMZ (Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung). 2018. Weltarmutsbericht der Weltbank: Minister Müller: Die „Bekämpfung der Armut ist Schwerpunkt der deutschen Entwicklungspolitik“. *Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung*. 18. September. <http://www.bmz.de/20180919-1> (Zugriff: 28. Februar 2020).
- Bourdieu, Pierre. 1987. *Die feinen Unterschiede: Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Christiano, Thomas. 2012. Money in politics. In: *The Oxford handbook of political philosophy*, hg. von David Estlund, 241-257. New York: Oxford University Press.
- Dönisch, Annette. 2017. Ein Vermögensforscher erklärt, wann ihr reich seid. *Business Insider* (13. April). <https://www.businessinsider.de/wirtschaft/ein-vermoegensforscher-erklaert-ab-wann-ihr-reich-seid-2017-4/> (Zugriff: 28. Februar 2020).
- Dworkin, Ronald. 2014. *Gerechtigkeit für Igel*. Berlin: Suhrkamp.
- Forbes. 2019a. Die reichsten Deutschen 2019. *Forbes* (13. Mai). <https://www.forbes.at/artikel/die-reichsten-deutschen-2019.html> (Zugriff: 7. Mai 2020).

- . 2020. World's Billionaires List. The Richest in 2020. *Forbes* (18. März). <https://www.forbes.com/billionaires/#42a73f00251c> (Zugriff: 7. Mai 2020).
- Hellmann, Kai-Uwe. 2013. *Der Konsum der Gesellschaft: Studien zur Soziologie des Konsums*. Wiesbaden: Springer.
- Henrich, Phillip. 2019. Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland für Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren in den Jahren 1991 bis 2018. *Statista*. 2. April. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/161565/umfrage/konsumausgaben-der-privaten-haushalte-in-deutschland-fuer-nahrungsmittel-zeitreihe/> (Zugriff: 28. Februar 2020).
- Hill, Thomas. 1991. *Autonomy and self-respect*. Cambridge: Cambridge University Press.
- . 2000. *Respect, pluralism, and justice: Kantian perspectives*. Oxford: Oxford University Press.
- Hohmann, M. 2019. Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland für Bekleidung und Schuhe in den Jahren 1970 bis 2018. *Statista*. 24. Mai. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/161570/umfrage/konsumausgaben-privater-haushalte-in-deutschland-fuer-bekleidung-zeitreihe/> (Zugriff: 28. Februar 2020).
- Honneth, Axel. 2015. *Verdinglichung: Eine anerkennungstheoretische Studie*. Berlin: Suhrkamp.
- Margalit, Avishai. 2012. *Politik der Würde: Über Achtung und Verachtung*. Berlin: Suhrkamp.
- Neuhäuser, Christian. 2018. *Reichtum als moralisches Problem*. Berlin: Suhrkamp.
- Neuhäuser, Christian und Ralf Stoecker. 2014. Human dignity as universal nobility. In: *The Cambridge handbook on human dignity*, hg. von Marcus Düwell, 298-310. Cambridge University Press.
- Rützel, Anja. 2019. Ribéry's Aussetzer. Das goldene Kalb. *Der Spiegel* (6. Januar). <https://www.spiegel.de/sport/fussball/franck-ribery-das-gold-steak-war-dekadent-aber-lustig-anzuschauen-a-1246665.html> (Zugriff: 1. Juli 2020).
- Pettit, Philip. 2017. *Gerechte Freiheit: Ein moralischer Kompass für eine komplexe Welt*. Berlin: Suhrkamp.
- Piketty, Thomas. 2014. *Das Kapital im 21. Jahrhundert*. München: C. H. Beck.
- Rawls, John. 2006. *Gerechtigkeit als Fairneß*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Reckwitz, Andreas. 2017. *Die Gesellschaft der Singularitäten: Zum Strukturwandel der Moderne*. Berlin: Suhrkamp.
- Rickens, Christian. 2018. Es ist typisch, dass sich hierzulande fast jeder zur Mittelschicht zählt. *Handelsblatt* (30. November). https://www.handelsblatt.com/arts_und_style/lifestyle/diw-experte-markus-grabka-es-ist-typisch-dass-sich-hierzulande-fast-jeder-zur-mittelschicht-zaehlt/23696418.html?ticket=ST-33790329-kcxYpydi57rUqv34yU6P-ap3 (Zugriff: 28. Februar 2020).
- Robeyns, Ingrid. 2017. Having too much. In: *Nomos LVIII: Wealth*, hg. von Jack Knight und Melissa Schwartzberg, 1-44. New York: New York University Press.
- Rudnicka, J. 2020. Höhe der privaten Konsumausgaben* in Deutschland von 1991 bis 2019. *Statista*. 27. Februar. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/155148/umfrage/private-konsumausgaben-in-deutschland-zeitreihe/> (Zugriff: 28. Februar 2020).
- Schaber, Peter. 2007. Achtung vor Personen. *Zeitschrift für philosophische Forschung* 61, Nr. 4: 423-438.
- . 2010. *Instrumentalisierung und Würde*. Paderborn: Mentis.
- . 2015. Die Bedeutung von Instrumentalisierung und Demütigung als Würdeverletzung. In: *Würde und Autonomie*, hg. von Kurt Seelmann, Daniela Demko und Paolo Becchi, 159-168. Stuttgart: Steiner Verlag.
- Statista Research Department. 2019. Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland für Freizeit, Unterhaltung und Kultur in den Jahren 1991 bis 2018. *Statista*. 9. August. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/6248/umfrage/ausgaben-fuer-freizeit-unterhaltung-und-kultur-seit-1997/> (Zugriff: 28. Februar 2020).
- Statistisches Bundesamt. 2018. 19,0 % der Bevölkerung Deutschlands von Armut oder sozialer Ausgrenzung bedroht. *Statistisches Bundesamt*. 31. Oktober. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2018/10/PD18_421_634.html#Fussnote1 (Zugriff: 28. Februar 2020).
- . 2020. Einkommensverteilung (Nettoäquivalenzeinkommen) in Deutschland. *Statistisches Bundesamt*. 27. Februar. <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/Lebensbedingungen-Armutgefahrdung/Tabellen/einkommensverteilung-silc.html> (Zugriff: 28. Februar 2020).

- Stoecker, Ralf. 2011. Die philosophischen Schwierigkeiten mit der Menschenwürde – und wie sie sich vielleicht lösen lassen. *Information Philosophie* 39, Nr 1: 8-20.
- Thomas, Alan. 2017. *Republic of equals: Predistribution and property-owning democracy*. New York: Oxford University Press.
- Ullrich, Wolfgang. 2009. *Habenwollen: Wie funktioniert die Konsumkultur?* Frankfurt am Main: Fischer.
- Ulrich, Peter. 2010. *Zivilisierte Marktwirtschaft: Eine wirtschaftsethische Orientierung*. Bern: Haupt.
- Veblen, Thorstein. 1997. *Theorie der feinen Leute: Eine ökonomische Untersuchung der Institutionen*. Frankfurt am Main: Fischer.
- Williams, Bernard. 1981. Persons, character and morality. In: *Moral luck: Philosophical papers 1973-1980*, hg. von Bernard Williams, 1-19. Cambridge: Cambridge University Press.
- . 1985. *Ethics and the limits of philosophy*. Cambridge: Harvard University Press.

Über den Autor und die Autorin

Prof. Dr. Christian Neuhäuser studierte in Göttingen, Berlin und Hongkong sowohl Philosophie, Soziologie, Politikwissenschaft als auch Sinologie. 2010 promovierte er an der Universität Potsdam mit einer Arbeit über den moralischen Status wirtschaftlicher Unternehmen. Anschließend war er als Akademischer Rat am Institut für Philosophie der Universität Bochum tätig. Seit 2014 ist Christian Neuhäuser Professor für Philosophie und Geschäftsführender Direktor des Instituts für Philosophie und Politikwissenschaft an der TU Dortmund. Er arbeitet zu Theorien der Würde, Verantwortung und Gerechtigkeit, zur Wirtschaftsethik und Philosophie der internationalen Politik.

Meike Drees studierte Philosophie und Deutsch in Heidelberg, Köln, Düsseldorf und Leipzig und schloss ihr Studium 2013 mit dem Master of Education/1. Staatsexamen ab. 2015 beendete sie ihren Vorbereitungsdienst in Dortmund mit dem 2. Staatsexamen. Seitdem ist sie wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Philosophie und Politikwissenschaft der Technischen Universität Dortmund. Schwerpunkt ihrer Forschung und Lehre sind die Angewandte Ethik und die Philosophiedidaktik. In ihrem Dissertationsprojekt geht es um die Frage, ob Rettungsfolter als letztes Mittel in Notsituationen erlaubt sein kann. Seit 2016 arbeitet sie als Lehrerin an der Städtischen Realschule Waltrop, 2019 übernahm sie die Fachleitung für Praktische Philosophie am Zentrum für schulpraktische Lehrerbildung in Dortmund.

Selbst schuld?

Konsumexklusion als Herausforderung für Verbraucherpolitik und -forschung

Katharina Witterhold und Maria Ullrich

Schlagwörter: Armut, Flüchtling, Konsum, Verbraucherforschung, Verbraucherpolitik, Verbraucherschutz (STW) | Armut, Exklusion, Flüchtling, Konsum, Verbraucherforschung, Verbraucherpolitik, Verbraucherschutz (TheSoz)

Abstract

Die Verbraucherwissenschaften und hier insbesondere die Konsumsoziologie haben der Wechselbeziehung zwischen prekärer Konsumsituation und der Wahrnehmung von Lebenschancen auffallend wenig Aufmerksamkeit entgegengebracht. Stellen sich Probleme des Marktausschlusses dank wohlfahrtsstaatlicher Absicherung womöglich gar nicht mehr? Doch, so die hier vertretene These, aber Konsumexklusion ist nicht leicht zu fassen und kulturalistische Ansätze einerseits, ökonomische andererseits verfehlen die Komplexität des Phänomens.

1 Einleitung

Ist Abtreibung ein Thema für Verbraucherpolitik und -forschung? Spontan mag man diese Frage eher verneinen. Als sich im Rahmen eines Seminars an der Universität Siegen Studierende mit der Diskussion um § 219a auseinandersetzen, bei der es um die Frage ging, wann Informationen Werbung darstellen und welchen Einfluss die von Ärzten¹ bereitgestellten Informationen auf die Entscheidung für oder gegen einen Schwangerschaftsabbruch haben können, fiel die Antwort nicht mehr so eindeutig aus. Das lag nicht zuletzt an der Basislektüre des Kurses, den alltagsnahen Forschungsarbeiten der Soziologin Helge Pross. Diese hatte in den 1970er-Jahren eine Studie durchgeführt, um den Motiven von Frauen, die diese Entscheidung treffen mussten, nachzugehen. Von den 1141 Frauen, die in Briefen und in Fragebögen Auskunft über ihre Motive zum Schwangerschaftsabbruch gaben, führte jede vierte materielle Gründe an (Pross 1971, 18). Besonders hervorzuheben sei dabei die Wohnungsnot:

„Die wörtlichen Ausführungen machen klar, wie tief schlechte Wohnverhältnisse in die intimsten Bereiche menschlichen Lebens eingreifen können, und wieviel menschliches Elend aus einer mangelhaften Wohnungs- und Baupolitik erwächst.“ (Pross 1971, 21)

Die in den 1960ern einsetzende und in den 1970er-Jahren fortgesetzte explosive Steigerung der Wohnkosten kann demnach in einen direkten Bezug zu Abtreibung gesetzt werden. Und auch heute zählt laut dem Institut für Finanzdienstleistungen (iff) die Anmietung einer neuen Wohnung zu den Hauptursachen für Überschuldung (vgl. Ulbricht et al. 2019, 5). Doch wie lässt sich dieses Verhältnis von Konsum- und Lebenschancen analytisch fassen? Lassen sich Ansätze identifizieren, die sich mit den Konsequenzen eines Konsums am Rande der Konsumgesellschaft auseinandersetzen? Und welche politischen Akteure wären verantwortlich, um Verdrängungs- und Ausschlussprozessen gegenzusteuern? Im Folgenden werden mögliche Anschlussstellen für eine konsumsoziologische

¹ Die männliche Schreibweise wird verwendet, wenn alle Geschlechter gemeint sind, wo die weibliche Schreibweise verwendet wird, bezieht sich die Textstelle auf Frauen.

Analyse gesucht, die an den Rändern dessen, was als Konsum gilt, ansetzt. Einen ersten Zugang bieten dabei die Armutsforschung einerseits und die Überschuldungsforschung andererseits. Unter Rückgriff auf Erkenntnisse, die im Rahmen des Projekts „Verbraucherschutz und Konsumsozialisation von Geflüchteten“² gewonnen wurden, soll dann gezeigt werden, in welchen Dimensionen sich Ungleichheit im Alltagskonsum niederschlägt und welche Folgen damit für die Betroffenen einhergehen. Davon ausgehend werden einige Vorschläge entwickelt, wie Verbraucherforschung und -politik perspektivisch dazu beitragen können, diese Ungleichheitsdimensionen besser zu adressieren.

2 Konsum, Armut, Exklusion

Die Verbraucherwissenschaften und hier insbesondere die Konsumsoziologie haben der Wechselbeziehung zwischen prekärer Konsumsituation und der Wahrnehmung von Lebenschancen auffallend wenig Aufmerksamkeit entgegengebracht. Ein substanzieller Beitrag der Konsumsoziologie zur Analyse sozialer Ungleichheit, der über die Identifizierung von Geschmackspräferenzen hinausgeht, kann derweilen nicht identifiziert werden. Oder, wie Hohnen (2017) es in ihrem Überblicksartikel zu Konsumsoziologie und Armut ausdrückt: „Poor consumers have generally not occupied a very prominent position in recent decades of consumption research“ (Hohnen 2017, 259). Dies sei paradox, gestalte sich doch gerade die Situation armer Verbraucher als besonders herausfordernd, nicht zuletzt, da ihr Zugang zum Markt beschränkt sei. Allerdings ist der stark an das Einkommen gekoppelte Begriff von Armut (vgl. Andreß, Hörstermann und Pförtner 2019, 219) unzureichend, um Zugangsbarrieren zum Markt angemessen zu erfassen (vgl. Bosch 2010, 210-213). Andererseits läuft eine kulturalistische Betrachtung von Konsum Gefahr, lediglich Prozesse horizontaler Differenzierung zu beschreiben, ohne die dahinter liegenden

2 Das Forschungsprojekt wird gefördert im Rahmen der Förderlinie „Forschung zu Flucht und Integration“ des Landes NRW. Informationen und aktuelle Publikationen unter <https://blogs.uni-siegen.de/marketintegration/>.

Macht(ungleichheits)verhältnisse angemessen berücksichtigen zu können. Dies ist aber unumgänglich, wenn eine Konsumsoziologie sozialkritisches Potenzial entfalten will. Im publizistischen Diskurs, den Lamla (2006) rekonstruiert, stehen Künstler- und Sozialkritik unvermittelt nebeneinander. Kennzeichen Letzterer sei die Problematisierung „der ungerechten raumzeitlichen und ökonomischen Interdependenzen im netzförmig-flexiblen Kapitalismus“ (Lamla 2006, 18), wobei es im Kern bei den von Lamla skizzierten Positionen aber eher um eine Nachhaltigkeitsperspektive auf Kapitalismus und Konsum geht. Somit unterscheiden sich diese Positionen deutlich von frühen Formen des Konsumerismus mit seinen Verbraucherinnenprotesten, nämlich insofern, als dass das von Ungerechtigkeit betroffene und das gegen die Ungerechtigkeit protestierende Subjekt nicht mehr in einer Person (oder einem räumlichen Kontext) zusammenfallen. Die Frage ist, ob diese Trennung (zwischen den reichen Verbrauchern hier und den ausgebeuteten Arbeitern dort) die Ausgrenzungsprozesse im Kontext von Konsum angemessen zu erfassen verspricht. Dies spricht dafür, sich analytisch eher auf das Konzept der Exklusion zu stützen, wie es unter anderem von Miller und Stovall (2019), Rysst (2013) und Williams (2002) vorgeschlagen wurde.

2.1 Grenzen des Konsumbegriffs

Die Konsumsoziologie hat sowohl in der Beschreibung wie auch in der Erklärung von Mechanismen sozialer Ungleichheit, einem der Kernthemen der Soziologie, großes Potenzial. Dieses Potenzial wird bislang nur unzureichend ausgeschöpft, was nicht zuletzt an einer Konsumdefinition liegt, die zwar zum Beispiel im Kontext von Prosuming schon mehrfach hinterfragt wurde (Piorowsky 2017), aber an einem ökonomisch geprägten Begriffsverständnis festhält (zum Beispiel Schneider 2000, 11 f.; Wiswede 2000, 24). Andere Formen der Güterversorgung – wie das Prosuming, das Tauschen und das Schenken – werden auf diese Weise von einer konsumsoziologischen Betrachtung ausgeschlossen und mit ihnen die entsprechenden Ver- und Gebrauchsweisen, Deutungen und Identitäten. Diese Ausprägung des Konsumbegriffs beruht auf der Annahme, dass sich durch den Ausbau wohlfahrtsstaatlicher Sicherheitssysteme und industrieller Massenproduktion der marktvermittelte Konsum zum zentralen Kennzeichen dann so genannter Konsumgesellschaften entwickelt hat. Angesichts der fehlenden empirischen Absicherung dieser Annahme sowie

vor dem Hintergrund des Umbaus sozialer Sicherungsleistungen ist fraglich, ob hinsichtlich der Marktintegration von Vollinklusion zu sprechen ist. Insbesondere stellt sich dieses Problem dann, wenn man der These folgt, dass Arbeit als zentraler Integrationsmechanismus in modernen Gesellschaften an Bedeutung verliert und andere gesellschaftliche Bereiche, die entsprechende Leistungen kompensieren, identifiziert und analysiert werden müssen. Hohnen (2017), die sich mit der Kritik an dem fehlenden politischen, kulturellen und zeitlichen Bezugsrahmen von Konsum, der moralisch-ideologischen Rahmung des „kompetenten“ Verbrauchers sowie der Wohlstandsannahme auseinandersetzt, sieht zudem die starke kulturalistische Orientierung innerhalb der Consumer Studies für die spezifische Ausprägung des Konsumbegriffs verantwortlich (Hohnen 2017, 260-262; siehe auch Carrier 2006, 272-274).

Problematisch erscheint in Anlehnung an die Kritik einer ideologisch-moralischen Rahmung von Verbraucherkompetenz auch die gängige Unterscheidung von Notwendigkeit und Luxus, da sie dazu beiträgt, die moralische Aufladung von Konsumhandeln zu zementieren. Dabei ist die Abwendung von primären Bedürfnissen als physiologische Gegebenheit und damit deren Ausklammerung aus der Soziologie angesichts philosophischer und rechtlicher Diskussionen um Humanität, Menschenrechte und Bedürfnisse kritisch einzuschätzen (Soper 2006; Morgan 1999).

2.2 Konsumverhalten als Ursache und Indikator von Armut

Explizit auf das Verhältnis von Armut und Konsum zielen die Armutsforschung und die Forschung zu Überschuldung ab. In der Armutsforschung sind Grundbegriffe konsumsoziologischen Denkens (Bedürfnisse, Warenkorb, Lebensstil und Lebensstandard) sehr präsent, diese werden jedoch als Indikatoren und ohne eigenes analytisches Erklärungspotenzial verwendet. Dabei wird Armut, trotz der Hinwendung zu neueren Ansätzen wie dem Capability Approach, in erster Linie als Einkommensarmut untersucht und die daraus folgenden eingeschränkten Konsummöglichkeiten werden als Ausdruck dieser Einkommensarmut gesehen (Dittmann und Goebel 2019, 29 f.). Etwas anders gelagert sind Ansätze, die weniger das verfügbare Einkommen als vielmehr die Konsumausgaben der Haushalte in den Blick nehmen (Andreß, Hörstermann und Pfortner 2019). Diese Forschung ist insofern wichtig, als sich damit zeigen lässt, wie

sich unter anderem Präferenzen über den Zeitverlauf ändern. Als Datengrundlage wird zumeist auf die EVS (Einkommens- und Verbrauchsstichprobe) zurückgegriffen, die hinsichtlich Repräsentativität und Reliabilität nur bedingt aussagekräftig erscheint (Selbstselektion der teilnehmenden Haushalte, Selbstdokumentation der Ausgaben). Insofern besteht noch Potenzial, diese Erhebungsmethode zu verfeinern und zu ergänzen, beispielsweise indem auch nicht über den Markt bezogene Waren berücksichtigt werden (Williams 2002).

Jenseits des Verhältnisses von Einkommen und Konsumausgaben bietet die Armutforschung jedoch kaum Ansätze zur Erklärung des Zusammenhangs und der Konsequenzen von Konsumarmut. Einige Anhaltspunkte dazu lassen sich der Forschung zur Ver- beziehungsweise Überschuldung entnehmen, wengleich auch hier die Datenlage unbefriedigend ist. So stellt Piorkowsky (2012) fest, dass „[ü]ber das Ausmaß, die Ursachen und die soziodemografischen Charakteristika der von Überschuldung betroffenen Personen in Deutschland [...] keine bevölkerungsrepräsentativen Erkenntnisse“ vorliegen (Piorkowsky 2012, 383). Entsprechende Analysen basierten wie die des iff deshalb auf den Selbstauskünften von Personen, die in Schuldnerberatungsstellen Unterstützung suchen (Braun, Lanzen und Schweppe 2016, 36). Eine zweite Datenquelle stellen Inkassounternehmen dar. So wird in den Analysen des iff auch auf Zahlen von Creditreform zurückgegriffen, einem Dienstleister für unter anderem Inkassoverfahren, welcher auch den Schuldneratlas erstellt. In diesem fällt auf, dass sich die Neuverschuldungen vor allem auf zwei Bevölkerungsgruppen konzentrierten: Frauen und über 50-Jährige, wobei als Ursache von Überschuldung einer „unwirtschaftlichen Haushaltsführung“ bei 18 Prozent der Fälle zunehmende Bedeutung zukäme (Creditreform Wirtschaftsforschung 2018, 3). Demgegenüber führt „unwirtschaftliche Haushaltsführung“ als Ursache im iff-Bericht nur in 1,5 Prozent der Fälle zur Überschuldung (Ulbricht et al. 2019, 6). Allerdings unterscheidet das iff zwischen „unwirtschaftlicher Haushaltsführung“ und „irrationalen Konsumverhalten“, was womöglich die Diskrepanz erklärt. Was genau unter irrationalen Konsumverhalten beziehungsweise unwirtschaftlicher Haushaltsführung zu verstehen ist, darüber werden im Schuldneratlas und im Überschuldungsreport keine Angaben gemacht.

2.3 Konsumexklusion und Konsumkompetenz

Der Verweis auf unwirtschaftliche Haushaltsführung und irrationales Konsumverhalten sowie die daran anschließenden Forderungen nach einer umfassenderen ökonomischen (Grund-)Bildung legen die Vermutung unzureichender Verbraucherkompetenz nahe. Kritisch werden Deutungen von irrationalen Verbrauchern unter anderem von van Bavel und Sell-Trujillo (2003) gesehen. In ihrer ethnografischen Studie zum Konsumverhalten armer Verbraucher in Chile stellen sie fest, dass Konsum für Arme und Reiche unterschiedliche Bedeutungen habe:

„Among upper and upper-middle income sectors, consumerism is viewed as the result of the ignorance and irresponsibility of people from lower income sectors. If they knew better, it is argued, they would realize the foolishness of their behaviour. However, the poor see it differently; for them, consumerism is a way out of poverty.“
(van Bavel und Sell-Trujillo 2003, 344)

Folglich würde die Interpretation von Verschuldung und Armut als Folgen eines von der Norm des rational konsumierenden Verbrauchers abweichenden Verhaltens nicht zuletzt zur Diffamierung und Differenzierung genutzt. So werde nicht das Gefälle zwischen Arm und Reich von den Wohlhabenden als Ursache für irrationales Konsumverhalten gesehen, sondern das zwischen „gebildet“ und „ungebildet“. Diese Rationalitätserwägungen werden im Weiteren verknüpft mit der Überzeugung, dass bestimmte Dinge von Menschen mit eingeschränkten Ressourcen besser gar nicht erst konsumiert werden *sollten*, was eine Grundlage für eine moralisierende Bewertung von Konsumverhalten erzeugt.

Wird von Konsumkompetenz gesprochen, ist es also notwendig, genauer zu hinterfragen, was damit gemeint ist und welche beziehungsweise wessen Rationalität legitimes Konsumverhalten auszeichnet. Entsprechend provokativ ist die Frage nach einem „Right to Consume“ (Miller und Stovall 2019), welche die gesellschaftlichen Folgen des Ausschlusses aus der Konsumgesellschaft wie auch die sozial-ökologischen Folgewirkungen des Konsumismus kritisch hinterfragt. Ausgangspunkt bei Miller und Stovall ist die These, dass Konsum und Konsumismus mittlerweile ein wesentlicher Bestandteil des Alltagslebens geworden seien, woraus folge, dass alle anderen Felder sich dort überschneiden (vgl. Miller und Stovall 2019, 368). So werde der Konsumall-

tag zur Arena, in der Kämpfe bezüglich Geschlecht, Ethnizität, Sexualität, Alter und Klasse ausgetragen würden (Miller und Stovall 2019). Empirisch machen die Autoren ihre Beobachtung von Konsumexklusion an Verdrängungsprozessen im öffentlichen Raum fest, bei denen bestimmte Bevölkerungsgruppen sukzessive aus den urbanen Zentren wegziehen müssten. Die Wohngegenden, die sich ihnen als Alternative böten, seien demgegenüber von einer unzureichenden Infrastruktur gekennzeichnet („Food Deserts“), die oft nicht einmal die Versorgung mit gesunden Lebensmitteln garantiere (Miller und Stovall 2019, 371).

Beschreiben diese Analysen nun den Sonderfall der Vereinigten Staaten oder ist Konsumexklusion auch in Deutschland empirisch zu greifen? Im Folgenden gehen wir dieser Frage nach, indem wir Konsum als Mechanismus der Integration von Geflüchteten in den Blick nehmen.

3 Verbraucher ohne Klasse

Konsum wird, folgen wir den Überlegungen von Bauman (2012), Miller und Stovall (2019) und Rysst (2013), zu einem wesentlichen gesellschaftlichen Integrationsmodus und von ebendiesem „hängt es ab, was Ausgrenzung bedeutet und wo sie beginnt“ (Kronauer 1997, 43). Schließlich wird auch die Frage danach, wer einer Zugehörigkeit würdig ist, anhand von Konsumgütern beantwortet, sodass man Konsum auch aktiv für Selbstinklusion einsetzen kann (Rysst 2013, 21). Eine solche *inklusive* Perspektive auf Konsum ist von Vorteil, wenn man nicht nur den Zusammenhang von Konsum und Exklusionsprozessen innerhalb der Gesellschaft untersucht, sondern sich mit dem Konsumhandeln von Menschen auseinandersetzt, die von außen neu zu einer in Relation stark kommerzialisierten Gesellschaft hinzukommen. Im Forschungsprojekt „Verbraucherschutz und Konsumsozialisation von Geflüchteten“ (2017–2020) findet diese Perspektive Anwendung, indem der Prozess der Konsumsozialisation vor, während und nach der Flucht untersucht wird und nach den spezifischen

Konsumbedürfnissen sowie dem jeweiligen Informations- und Beratungsbedarf von Geflüchteten gefragt wird.

3.1 Flucht, Armut und Konsum

Im Hinblick auf die Auseinandersetzung mit einer kommerzialisierten Aufnahmegesellschaft zeichnet sich der Verbraucherakkulturationsprozess von Geflüchteten als besonders relevant aus, da deren Herkunftsländer in der Regel weniger industrialisiert und kommerzialisiert sind (Kriechbaum-Vitellozzi und Kreuzbauer 2006, 435). Von anderen Migranten unterscheiden sich die Geflüchteten weiterhin dadurch, dass sie aufgrund der erzwungenen Migration nur begrenzt materielle Güter mit sich führen können und damit mitunter sehr eingeschränkt über finanzielle Ressourcen verfügen (Kriechbaum-Vitellozzi und Kreuzbauer 2006). Nicht zuletzt aufgrund dieser Erfahrung von Vertreibung, Entbehrung und Verlust sowie der Herausforderung, sich im Aufnahmeland in einer neuen Gesellschaft zu orientieren, können bestimmte Objekte wie Teddybären oder Mobiltelefone als Teil von Coping-Strategien enorme Bedeutung erlangen (Kriechbaum-Vitellozzi und Kreuzbauer 2006, 436).

In dieser Ausgangssituation sehen sich Geflüchtete mit einem Problem konfrontiert, wenn sie Teil einer Gesellschaft werden (möchten/sollen), deren Lebensstil stark von der Teilnahme am Konsum, dem Erwerb neuer Dinge und anregenden Freizeitaktivitäten geprägt ist (Kriechbaum-Vitellozzi und Kreuzbauer 2006, 435). Doch nicht nur die Vertreibungserfahrung und begrenzte Ressourcen, sondern auch der jeweilige Aufenthaltsstatus hat Einfluss auf die Inklusion von Zugewanderten, da dieser entscheidend ist für den Zugang zu Rechten, wie die Migrationsforschung hervorhebt (Atac und Rosenberger 2013). Im Hinblick auf die Inklusion als Konsumenten ist davon beispielsweise auch die Möglichkeit abhängig, überhaupt Verträge abschließen zu können oder Zugang zu einer Gesundheitsversorgung zu haben. Ein unsicherer Aufenthaltsstatus und Angst vor Ausweisung verhindern zudem, dass Rechte eingefordert werden, obwohl auch irregulären Migranten bestimmte soziale und zivile Rechte zustehen (Atac und Rosenberger 2013, 46).

Butterwegge und Butterwegge (2016, 158) sehen im Hinblick auf Geflüchtete folglich die Gefahr einer „dauerhaften Unterschichtung“. Zwar legen auch Da-

ten des Mikrozensus (BMAS 2017, 553), denen zufolge die Armutsrisikoquote bei Menschen mit Migrationshintergrund mit 27,7 Prozent mehr als doppelt so hoch liegt als bei Menschen ohne Migrationshintergrund (12,5 Prozent), solch eine These nahe, allerdings erweist sich die quantitative Datenlage insgesamt als äußerst dünn. So fehlt es an Daten unter anderem zur Verschuldung oder zur Wohnungslosigkeit geflüchteter Menschen. Dies trifft insbesondere auf die Exklusion irregulärer Migranten zu, die in der Bürokratie und entsprechenden Aussagen zu sozialen und politischen Trends zurückfallen (Engbersen 1995/1996). Die dokumentierte Realität entspreche nicht mehr der undokumentierten, stellte Engbersen schon in den 1990er-Jahren fest. Eine Orientierung können hier allenfalls Schätzungen bieten. So geht die BAG Wohnungslosenhilfe davon aus, dass von 650.000 Wohnungslosen 375.000 Geflüchtete sind (Bundesarbeitsgemeinschaft Wohnungslosenhilfe e. V. 2019, 1).

3.2 (Konsum-)Exklusion im Asylsystem

Doch nicht nur ist es der Fluchthintergrund, der Einfluss auf die inklusiven Möglichkeiten durch Konsum nimmt. Auf der anderen Seite ist das Asylsystem in den Blick zu nehmen, welches Konsumexklusion aktiv produziert. Ein durch das Aufnahmesystem gegebenes Abhängigkeitsverhältnis zwischen Geflüchteten und Aufnahmeland (vgl. Korac 2003, 401) wird damit vertieft, was aus dem Grund besonders problematisch ist, als Konsumhandeln für Geflüchtete Coping-Strategien beinhalten kann, mit der Erfahrung von Flucht und Verlust, aber auch mit ebendiesem Abhängigkeitsverhältnis umzugehen (vgl. Oka 2014). Einen Einblick in dieses Potenzial von Konsumhandeln gibt Vandevooordt (2017), der Ernährungspraktiken als Aushandlungsgegenstand in Sammelunterkünften in Belgien identifiziert. Diese dienen syrischen Geflüchteten dazu, Machtverhältnisse herauszufordern, Autonomie und Würde zu unterstützen sowie soziale Identität aufzubauen und zu festigen.

Gerade in Erstaufnahmeeinrichtungen, in denen die Selbstversorgung von Geflüchteten stark eingeschränkt ist, kann sich Konsumhandeln aber nicht entfalten. Besonders greifbar wird der Marktausschluss Geflüchteter im Asylsystem im Hinblick auf die rechtlich-politische Dimension der Konsumentenrolle (für die Dimensionen der Konsumentenrolle siehe Nessel 2017), unter anderem durch Warengutscheine. Wird der Verbraucher für gewöhnlich als

wesentlicher Bestandteil des Wirtschaftssystems gesehen, der mittels seiner Entscheidungen auf dem Markt sowohl seine Bedürfnisse befriedigt und damit ebenso dazu beiträgt, durch seine Nachfrage Einfluss auf die wirtschaftliche Produktion zu nehmen, wird die Auswahlmöglichkeit von Geflüchteten durch das Gutscheinsystem stark eingeschränkt, wie uns ein syrischer Geflüchteter im Interview verdeutlicht:

„B1: Als du Möbel kaufen wolltest, wonach hast du ausgewählt? Was waren die Kriterien? Wie hast du die Preise verglichen? Und was hat dir bei der Wahl geholfen?

B2: (Ich hatte keine große Wahl. Die Wahl war den Scheinen nach. Sie haben bestimmt, was gekauft wird.)³⁴ (Rahim, Z. 315-317)

Durch die Warengutscheine wird dabei nicht nur festgelegt, was sie zu welchem Preis kaufen, sondern die Geflüchteten müssen auch auf diejenigen Einkaufsoptionen zurückgreifen, die mit dem Gutscheinsystem kompatibel sind. Dies trifft auf eine Reihe von Geschäften nicht zu (vgl. Witterhold und Ullrich 2019). Ein Marktausschluss oder in jedem Fall ein stark eingeschränkter Marktzugang für Geflüchtete im Asylsystem lässt sich auch in anderen Bereichen identifizieren, beispielsweise in der Gesundheitsversorgung, da Geflüchtete während des Asylverfahrens hier nur Zugang zu Notversorgung haben. Weiterhin erfolgen indirekte Einschränkungen, wenn die Geflüchteten dezentral untergebracht sind und kaum Zugang zu öffentlichen Verkehrsmitteln haben, um zum Einkaufen in die nächste Stadt zu fahren, oder, wenn kein Internetzugang in der Gemeinschaftsunterkunft besteht und das (digitale) Kommunikations- und Informationsverhalten sowie der Zugang zu digitalen Märkten damit begrenzt ist.

Selbstverständlich tragen die teils sehr begrenzten finanziellen Ressourcen ebenfalls zum Marktausschluss beziehungsweise zum Ausweichen auf alternative Angebote bei. Die Versorgung mit Secondhandkleidung, gebrauchten Elektrogeräten und überschüssigen Lebensmitteln unter anderem durch die Tafeln sind fester Bestandteil der Alltagserfahrung Geflüchteter wie auch einer Anzahl anderer Menschen. Wie Williams (2002) für eine ländliche Gegend im

3 Übersetzung aus dem Arabischen, Name geändert.

Vereinigten Königreich zeigt, ist der „normale“ Kauf im Einzelhandel bei Weitem nicht so verbreitet, wie man das meinen könnte: „These second-hand and informal modes of goods acquisition in consequence, are by no means ‚marginal‘ channels. They are extensively used“ (Williams 2002, 206). Gegenüber dem Trend, die Nutzung informeller oder alternativer Märkte als besonderes Erlebnis oder Spaß darzustellen, kann diese Einschätzung aus Sicht der von Williams Befragten relativiert werden. 94 Prozent der Befragten mit niedrigerem Einkommen gaben an, dass ihre erste Wahl gewesen sei, die Waren im Einzelhandel zu kaufen, was aber bei 84 Prozent aufgrund fehlender finanzieller Mittel nicht möglich war (vgl. Williams 2002, 207). Auf andere Bezugswege zurückgreifen zu können, bedeutete für diese Verbraucher keine soziale Inklusion. Dabei ginge es nicht darum, dass diese Bezugsquellen generell abgelehnt werden, sondern um das Gefühl, von ihnen abhängig zu sein (während eine Mehrheit es nicht sei) (vgl. Williams 2002, 208). Neben dem Problem der Selbstwahrnehmung als exkludierter Verbraucher gehen mit der Nutzung informeller und alternativer Bezugsquellen noch eine Reihe anderer Probleme einher. Beispielsweise seien die Verbraucher auf diesen Märkten nicht ausreichend vor Betrug geschützt: *Unter Ausschluss jeder Gewährleistung* ist auch auf deutschen Gebrauchtwarenmärkten eine gängige Formel. Auch müssten Einbußen bei der Qualität hingenommen werden (vgl. Williams 2002, 208). Es ist vor dem Hintergrund der negativen Selbstbilder, die mit der zwangsweisen Nutzung informeller Märkte verbunden sind, nicht erstaunlich, dass sie zu Austragungsorten für Abgrenzung werden, wenn der eigene, durch Abhängigkeit geprägte Status durch die als Abwertung interpretierte Konkurrenz zu anderen Gruppen Bedürftiger – wie die der Geflüchteten – noch weiter beschädigt zu werden droht.

Aber nicht nur die ökonomische Dimension muss beachtet werden: Gerade bei Geflüchteten treten die spezifischen Verhaltensanforderungen, die Codes und das Wissen des Konsums besonders deutlich hervor. Dabei ist im Hinblick auf die Wissensdimension festzuhalten, dass die Geflüchteten in den Gemeinschaftsunterkünften kaum Zugang zu Verbraucherbildung haben. Die Vermittlung von Verbraucherknowledge als Meta-Wissen, inklusive Informationsstrategien, stellt in dem Zusammenhang ein wesentliches Desiderat dar. Die Anforderungen an die Verbraucherrolle sind in Deutschland anspruchsvoll und voraussetzungsvoll, vor allem aber zeitintensiv.

Die Einschränkung der gesellschaftlichen Dimension der Konsumentenrolle schließlich, die die normativen Erwartungen an den Konsum zum Ausdruck bringt (Nessel 2017, 47 f.), kann ebenfalls zur sozialen Exklusion Geflüchteter beitragen. Dies ist beispielsweise der Fall, wenn Geflüchtete unter Ächtung leiden, wenn sie aufgrund von Warengutscheinen als Asylsuchende identifiziert werden können. Nicht zu vergessen führt diese Diskriminierung auch zu Scham aufseiten der Geflüchteten und kann Rückzug begünstigen.

3.3 Chancen einer mehrdimensionalen Perspektive

Wie die Auseinandersetzung mit Geflüchteten als Konsumenten zeigt, kann Konsumexklusion auf vielfältigen Ursachen basieren, die nicht nur individuell (fehlende Konsumkompetenz) oder ökonomisch (mangelnde finanzielle Ressourcen) zu verorten sind. Exklusion erweist sich dabei als analytisch vielversprechendes Konzept, da es auf die kumulierte Problemlage von Marktausschlussprozessen verweist. Dies hängt nicht nur mit den Folgewirkungen des eingeschränkten Marktzuganges während des Asylverfahrens zusammen, sondern auch mit der Fluchtmigration und dem Akkulturationsprozess an sich, vor allem aber mit den spezifischen Anforderungen, die mit der Verbraucherrolle auf dem deutschen Markt verknüpft sind. Dabei sehen sich die Geflüchteten nun einem stark kommerzialisierten, digitalisierten und sich schnell verändernden Markt gegenüber, in dem der Konsument eines spezifischen Marktwissens (Nullmeier 2002) bedarf. Dass dieses als Expertenwissen auch innerhalb der Aufnahmegesellschaft der Mehrheit kaum zugänglich ist und auch viele hier sozialisierte Konsumenten sich mit zunehmender Kommerzialisierung beispielsweise durch die Ausdehnung von Wohlfahrtsmärkten steigenden Anforderungen gegenübersehen, dürfte mit Blick auf die Geflüchteten besonders sichtbar werden. Insbesondere bietet die Außenansicht des „Fremden“ auch Chancen, auf entstehende, gesamtgesellschaftlich relevante Probleme durch den sich rasch wandelnden Markt zu verweisen. Diese Betrachtung soll also nicht nur die Frage danach stellen, welche Strukturen und Prozesse zum (Markt-)Ausschluss Geflüchteter führen, sondern letztlich geht es auch insgesamt darum, das inklusive Potenzial unserer Gesellschaften einem Prüfstand zu unterziehen (vgl. Kronauer 1997, 29).

4 Dimensionen von Konsumexklusion

Die Alltagsintegration Geflüchteter bietet einen empirischen Zugriffspunkt, an dem die unterschiedlichen Dimensionen von Konsumexklusion als beschränktem Marktzugang besonders deutlich werden. Dies beinhaltet eine rechtliche, eine kulturelle, eine politische und eine ökonomische Dimension. Im Folgenden wird noch einmal kurz Bezug auf das Zusammenwirken der einzelnen Dimensionen genommen, um zu zeigen, wo sich Ansatzpunkte für eine inklusive Verbraucherpolitik ausmachen lassen. Diese muss, aus unserer Sicht, deutlich über die Stärkung individueller Kompetenzen hinausgehen.

4.1 Informelle Märkte

Informelle Märkte haben bislang kaum Berücksichtigung in der Konsumsoziologie erfahren. Eine Ausnahme ist die nachhaltigkeitsbezogene Forschung, bei der die Nutzung von Gebrauchtwagen als wichtige Strategie zur Schonung von Ressourcen empfohlen wird. Wie sich aber zeigt, ist der Zwang zur Nutzung dieser Märkte nicht nur an Erfahrungen von Exklusion geknüpft, sondern geht auch mit unzureichendem Verbraucherschutz und Einbußen bei der Qualität einher. Die Folgekosten gebrauchter, energieintensiver Elektrogeräte beispielsweise belasten die Haushalte langfristig und mindern ihre Chancen weiter, sich angemessen – was auch immer das heißen mag – zu versorgen. Ergänzend und ohne darauf im Einzelnen noch eingehen zu können, sei an dieser Stelle an die Arbeiten von Selke (2017) verwiesen, der im Kontext des Bezugs von Lebensmitteln über Tafeln von einer „Ökonomie der Armut“ spricht. Derartige Marktalternativen seien auf die Notlagen (nicht die Bedürfnisse unter anderem nach Zugehörigkeit) armer Menschen zugeschnitten. Sie tragen dazu bei, wie Miller und Stovall argumentieren, die Sichtbarkeit von Exklusion zu verdecken, nicht aber, den Prozess umzukehren.

4.2 Consumer Work

Auf das neue Marktwissen, das für immer weitere Bereiche und für eine immer weiter ausdifferenzierte Produktpalette gilt – man denke an die Tarifvielfalt bei Energie- oder Mobilfunkanbietern, an den Gesundheitsmarkt mit seinen vielfältigen Optionen vor dem Hintergrund widerstreitender Experten oder den Bereich der privaten Altersvorsorge –, wurde bereits hingewiesen. Dass sich dieser Wissensanspruch durch eine vollkommen veränderte Informationsinfrastruktur noch einmal verschärft darstellt und bei Weitem nicht nur Geflüchtete aus Märkten auszuschließen droht, darauf soll an dieser Stelle kurz eingegangen werden. Denn auf der anderen Seite des erleichterten Zugangs zu einer immer größeren Anzahl an Daten steht der Abbau von verfügbaren Offline-Alternativen insbesondere im Hinblick auf die Verfügbarkeit von Servicemitarbeitern.⁴ Aber selbst diejenigen, die sich grundsätzlich zur Verbraucherarbeit in digitalisierten Märkten bereit erklären und für befähigt halten, scheitern in erstaunlich großer Zahl an der Auswahl des für sie besten Angebots, wie Lurger (2018) in einer experimentellen Studie festgestellt hat. Der Anstieg von Consumer Work, der laut Hitzler und Pfadenhauer (2006) einen Arbeitstag der Woche in Beschlag nimmt (Hitzler und Pfadenhauer 2006, 78), stellt nicht nur Berufstätige vor Probleme, sondern gerade auch ältere Verbraucher. Vor dem Hintergrund einer zunehmenden Digitalisierung sowie der Privatisierung von Leistungen gewinnen im Hinblick auf Verbraucherbildung neues Marktwissen und insbesondere digitale Informationspraktiken an Bedeutung. Gleichzeitig muss aber auch eruiert werden, inwieweit politische Maßnahmen einseitig beim Verbraucher ansetzen sollten und ob nicht auch hier ein Recht bestehen sollte, beispielsweise offline konsumieren zu können.

4.3 Ausschluss von der Bürger- und Verbraucherrolle

In Bezug auf Geflüchtete wird deutlich, dass auch rechtliche Einschränkungen wirken, die einen Marktausschluss begünstigen können. So ist beispielsweise im Hinblick auf „Kettenduldungen“ zu bedenken, dass Vertragsabschlüsse mitunter nicht möglich sind, wenn die aktuelle Aufenthaltserlaubnis die selten

4 Beispielsweise verfügen laut FAZ lediglich acht Prozent aller Bahnhöfe in Deutschland noch über Personal. („Kunde allein am Gleis“, FAZ 29.8.2019, Nr. 200, S. 17.)

verhandelbare Vertragsdauer unterschreitet. Wiederum sind es Senioren, die sich in einer ähnlich ungünstigen Position befinden. Trotz steigender Lebenserwartung gelten Senioren bei Krediten als Risiko, weshalb es für über 65-Jährige schwierig werden kann, einen Ratenkauf zu tätigen (Gräber 2008). Und schließlich ist noch darauf hinzuweisen, dass auch die politischen Einflussmöglichkeiten durch Marktausschluss sinken. Politischer Konsum als Buykott, also dem gezielten Kauf von Produkten aus ethischer oder politischer Motivation, wird durch das Ausweichen auf alternative oder informelle Konsumgelegenheiten unmöglich. Daraus folgt, dass die Präferenzen der von Marktexklusion betroffenen Verbraucher keine Berücksichtigung erfahren können. Fraglich ist darüber hinaus, wie sich die Beziehung von Konsumexklusion und politischer Partizipation ganz allgemein gestaltet, wenn Stimmlosigkeit und eingeschränkte Teilhabe Bestandteil von Alltagserfahrung sind.

5 Inklusive Verbraucherforschung und -politik

Aus der ethnografischen Verbraucherakkulturationsforschung lassen sich einige Impulse ableiten, wie zukünftig das Forschungsdefizit an der Schnittstelle von Ungleichheit und Konsum adressiert werden könnte. Wir beschränken uns aus Platzgründen nur auf einige Stichpunkte:

Intersektionale Forschung: Die Verbraucherwissenschaft hat als Querschnittswissenschaft das Potenzial, Zusammenhänge und Interdependenzen des maßgeblich durch Konsum gekennzeichneten Alltags aufzuzeigen und zu erklären. Die Wechselbeziehung von Konsum, Kultur, Geschlecht und Partizipation stellt ein spannendes und herausforderndes Forschungsfeld dar.

Transdisziplinäre Forschung: Dass die Kooperation mit Disziplinen wie der Rechtswissenschaft, Psychologie, Geografie und Informatik dazu beiträgt, Prozesse, Bedingungen und Folgen von Konsum(praktiken) besser zu verste-

hen, muss nicht eigens betont werden. Doch die Zusammenarbeit mit Praxispartnern ist darüber hinaus unverzichtbar, wenn man neben den gut zu erreichenden Mittelstandskonsumenten auch diejenigen berücksichtigen will, die unter anderem aufgrund von Scham weniger auskunftsfreudig sind.

Konsumexklusion: Damit ist einerseits der Auftrag verbunden, stärker als bislang auch nicht-marktvermittelten Konsum beziehungsweise informelle und alternative Märkte zu berücksichtigen, und andererseits zu reflektieren, welche Ausschlüsse mit einem zu engen Konsumverständnis möglicherweise von den Verbraucherwissenschaften selbst erzeugt werden.

Was Empfehlungen an die Verbraucherpolitik angeht, erfährt das Anforderungsprofil der Verbraucher unter anderem durch die Digitalisierung eine erhebliche Erweiterung. Dies gilt auch für die rechtlich-sprachliche Dimension (Reklamation, Widerrufe etc.) sowie eine zunehmende Orientierungslast. Obgleich wir hier vor allem die Probleme Geflüchteter behandelt und auf ähnliche Problemlagen bei Senioren verwiesen haben, sollte darüber hinaus nicht vergessen werden, dass vor allem auch Kinder und Jugendliche, beispielsweise durch kommerzialisierte Online-Spiele, von zunehmenden Ausgrenzungserfahrungen betroffen sind (Harsch 2019). Maßnahmen, die beim Verbraucher ansetzen, sind zwar sinnvoll, können aus unserer Sicht das grundlegende Problem aber nicht auflösen. Dies gilt insbesondere auch hinsichtlich derer, die zu digitalen Märkten keinen Zugang haben. An der Konsumgesellschaft teilzuhaben, bedeutet nicht nur, für ökologische und soziale Krisen in den Produktionsländern Verantwortung zu tragen. Es ist auch eine Chance für gesellschaftliche Integration. Eine inklusive Verbraucherpolitik sollte zum Ziel haben, für die gesamte Bevölkerung zuständig zu sein. Wenn bestimmte Verbrauchergruppen aus den derzeit am stärksten von der Digitalisierung durchdrungenen Markt Bereichen (Finanzen, Mobilität, Energie, Telekommunikation, Tourismus) ausgeschlossen werden, hat dies unvermeidbar Konsequenzen für die nachfrageseitige Steuerungsfunktion von Märkten. Aus gesellschaftlicher Sicht bleibt offen, inwieweit sekundäre Märkte, vor allem aber auch marktalternative beziehungsweise marktergänzende Angebote, den Ausschluss aus primären Markt Bereichen zu kompensieren vermögen. Dies erscheint nicht zuletzt davon abhängig, inwieweit die Inanspruchnahme Letzterer mit dem Stigma von Armut und/oder Inkompetenz verknüpft wird. Es ist allerdings aufgrund der überschaubaren Datenlage kaum möglich, hier mehr als vage Vermutungen zu äußern. Entspre-

chend wäre es zunächst einmal wünschenswert, wenn vonseiten der Verbraucherpolitik Maßnahmen zur Förderung der Verbraucherforschung ergriffen würden, die eine über kurzfristige Trendanalysen hinausgehende Untersuchung zur Lage der Verbraucher⁵ ermöglichen würde.

Grundsätzlich steht die Verbraucherpolitik vor dem Dilemma, dass sie – ebenso wie die Verbraucherforschung – eine Querschnittsaufgabe zu erfüllen hat, sich aber auf eine sehr enge Definition von Verbrauch zurückzieht. Damit lassen sich freilich die Probleme der vom Markt Ausgeschlossenen oder die Ängste derjenigen, denen der Ausschluss droht, zum Beispiel weil der Wohnraum für ein weiteres Kind unbezahlbar wäre, kaum adressieren. Entsprechend könnte die schwierige, aber wichtige Frage nach einem „Recht auf Konsum“ entscheidende Impulse setzen.

Literatur

- Andreß, Hans-Jürgen, Katharina Hörstermann und Timo-Kolja Pförtner. 2019. Armut, Konsum und Lebensstandard. In: *Handbuch Armut: Ursachen, Trends, Maßnahmen*, hg. von Petra Böhnke. Sonderausgabe für die Bundeszentrale für politische Bildung 10373, 213-224. Bonn: Bundeszentrale für Politische Bildung.
- Atac, Ilker und Sieglinde Rosenberger. 2013. Inklusion/Exklusion – ein relationales Konzept der Migrationsforschung. In: *Politik der Inklusion und Exklusion*, hg. von Ilker Atac und Sieglinde Rosenberger, 35-52. Göttingen: V&R unipress.
- Bauman, Zygmunt. 2012. *Leben als Konsum*. 3. Auflage. Hamburg: Hamburger Edition.
- Bosch, Aida. 2010. *Konsum und Exklusion: Eine Kulturosoziologie der Dinge*. 2., unveränderte Auflage 2011. Bielefeld: transcript.
- Braun, Andrea, Vera Lanzen und Cornelia Schewpe. 2016. Junge Menschen, Geld, Schulden. *Aus Politik und Zeitgeschichte* 66, Nr. 1-2: 36-41.

5 Ein Bericht zur Lage der Verbraucher ist derzeit vom Sachverständigenrat für Verbraucherfragen geplant. Inwieweit hierbei eine intersektionale und exklusions-sensible Perspektive Berücksichtigung erfährt, bleibt abzuwarten.

- Bundesarbeitsgemeinschaft Wohnungslosenhilfe e. V. 2019. *BAG Wohnungslosenhilfe: 650.000 Menschen in 2017 ohne Wohnung: Verbessertes Schätzmodell erlaubt genauere Schätzung der Wohnungslosenzahlen*. Pressemitteilung vom 30. Juli. http://www.bagw.de/de/themen/zahl_der_wohnungslosen/index.html (Zugriff: 20. Oktober 2019).
- BMAS (Bundesministerium für Arbeit und Soziales). 2017. *Lebenslagen in Deutschland: Der Fünfte Armuts- und Reichtumsbericht der Bundesregierung*. Berlin. https://www.armuts-und-reichtumsbericht.de/SharedDocs/Downloads/Berichte/5-arb-langfassung.pdf?__blob=publicationFile&v=6 (Zugriff: 27. Juni 2019).
- Butterwegge, Carolin und Christoph Butterwegge. 2016. Sozialstaat auf der Flucht? Migration und Armut in Deutschland. *Migration und Soziale Arbeit* 38, Nr. 2: 154-162.
- Carrier, James G. 2006. The limits of culture: Political economy and the anthropology of consumption. In: *The making of the consumer: Knowledge, power and identity in the modern world*, hg. von Frank Trentmann, 271-290. Oxford: Berg.
- Creditreform Wirtschaftsforschung. 2018. SchuldnerAtlas: Überschuldung von Verbrauchern: Jahr 2018. https://www.boniversum.de/wp-content/uploads/2018/11/SchuldnerAtlas-Deutschland-2018_Bericht.pdf (Zugriff: 31. Oktober 2019).
- Dittmann, Jörg und Jan Goebel. 2019. Armutskonzepte. In: *Handbuch Armut: Ursachen, Trends, Maßnahmen*, hg. von Petra Böhnke. Sonderausgabe für die Bundeszentrale für politische Bildung, 21-34. Schriftenreihe 10373. Bonn: Bundeszentrale für Politische Bildung.
- Engbersen, Godfried. 1995/1996. The unknown city. *Berkeley Journal of Sociology* 40: 87-111.
- Gräber, Berrit. 2008. Ratenkredite: Senioren unerwünscht. *Focus Online* (4. Januar). https://www.focus.de/finanzen/banken/kredit/tid-8430/ratenkredite_aid_231217.html (Zugriff: 31. Oktober 2019).
- Harsch, Jonathan. 2019. Fortnite: Kinder werden gemobbt und zum Geldausgeben getrieben. *Focus Online* (15. Mai). https://www.focus.de/finanzen/banken/kredit/tid-8430/ratenkredite_aid_231217.html (Zugriff: 31. Oktober 2019).

- Hitzler, Ronald und Michaela Pfadenhauer. 2006. Diesseits von Manipulation und Souveränität. In: *Politisierter Konsum – konsumierte Politik*, hg. von Jörn Lamla und Sighard Neckel, 67-89. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hohnen, Pernille. 2017. Poverty, financing and social exclusion in consumption research. In: *Routledge handbook on consumption*, hg. von Margit Keller, Bente Halkier, Terhi-Anna Wilska und Monica Truninger, 259-270. London: Routledge.
- Korac, Maja 2003. The lack of integration policy and experiences of settlement: A case study of refugees in rome. *Journal of Refugee Studies* 16, Nr. 4: 398-421. doi:10.1093/jrs/16.4.398.
- Kriechbaum-Vitelozzi und Robert Kreuzbauer. 2006. Poverty consumption: consumer behaviour of refugees in industrialized countries. *Advances in Consumer Research* 33: 435-444.
- Kronauer, Martin. 1997. „Soziale Ausgrenzung“ und „Underclass“: Über neue Formen der gesellschaftlichen Spaltung. *Leviathan* 25, Nr. 1: 28-49.
- Lamla, Jörn. 2006. *Politisierter Konsum – konsumierte Politik*. In: *Politisierter Konsum – konsumierte Politik*, hg. von Jörn Lamla und Sighard Neckel, 9-37. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lurger, Brigitta. 2018. Die hohe Informationslast beim Abschluss von Verträgen: Wie entscheiden Verbraucherinnen und Verbraucher wirklich und wie könnte das Recht sie dabei besser unterstützen? In: *Multiperspektivische Verbraucherforschung: Ansätze und Perspektiven*, hg. von Sebastian Nessel, Nina Tröger, Christian Fridrich und Renate Hübner, 113-137. Wiesbaden: Springer.
- Miller, Jacob C. und Tony Stovall. 2019. The “right to consume”? Re-thinking the dynamics of exclusion/inclusion in consumer society. *Consumption Markets & Culture* 22, Nr. 5-6: 568-581.
- Morgan, Bronwen. 1999. Oh, reason not the need: Rights and other imperfect alternatives for those without voice. *Law & Social Inquiry* 24, Nr. 1: 295-318.
- Nessel, Sebastian. 2017. Was macht Menschen zu Konsumenten? Dimensionen und Voraussetzungen der Konsumentenrolle in Geschichte und Gegenwart. In: *Verbraucher in Geschichte und Gegenwart*, hg. von Christian Bala, Christian Kleinschmidt, Kevin Rick und Wolfgang Schuldzinski, 36-54. Beiträge zur Verbraucherforschung 7. Düsseldorf: Verbraucherzentrale. doi:10.15501/978-3-86336-916-3.

- Nullmeier, Frank. 2002. Demokratischer Wohlfahrtsstaat und das neue Marktwissen. In: *Gut zu Wissen: Links zur Wissensgesellschaft*, hg. von Andreas Poltermann, 97-111. Münster: Westfälisches Dampfboot.
- Oka, Rahul Chandrashekar. 2014. Coping with the refugee wait: The role of consumption, normalcy, and dignity in refugee lives at Kakuma Refugee Camp, Kenya. In: *American Anthropologist* 116, Nr. 1: 23-37.
- Piorkowsky, Michael-Burkhard. 2017. Konsum im Fokus der Alltags- und Lebensökonomie. In: *Abschied vom eindimensionalen Verbraucher*, hg. von Christian Fridrich, Renate Hübner, Karl Kollmann, Michael-Burkhard Piorkowsky und Nina Tröger, 73-112. Kritische Verbraucherforschung. Wiesbaden: Springer VS.
- . 2012. Zunehmende Überschuldung privater Haushalte – Konsequenzen für die ökonomische Grundbildung. *Verbraucher und Recht*, Nr. 12: 383-391.
- Pross, Helge. 1971. *Abtreibung: Motive und Bedenken*. Urban-Taschenbücher 823, Reihe 80. Stuttgart: Kohlhammer.
- Rysst, Mari. 2013. The social importance of consumption for inclusion and exclusion among children in a multi-ethnic suburb of Oslo. *Nordic Journal of Migration Research* 3, Nr. 1: 19-26.
- Schneider, Norbert F. 2000. Konsum und Gesellschaft. In: *Konsum: Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven*, hg. von Doris Rosenkranz und Norbert F. Schneider, 9-22. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Selke, Stefan. 2017. The new economy of poverty. In: *Austerity, community action, and the future of citizenship in Europe*, hg. von Shana Cohen, Christina Fuhr und Jan-Jonathan Bock, 197-215. Bristol: Policy Press University of Bristol.
- Soper, Kate. 2006. Conceptualizing needs in the context of consumer politics. *Journal of Consumer Policy* 29, Nr. 4: 355-372. doi:0.1007/s10603-006-9017-y.
- Ulbricht, Dirk, Sally Peters, Andrea Hollweg und Erik Methner. 2019. *iff-Überschuldungsreport 2019: Überschuldung in Deutschland*. Hamburg: Institut für Finanzdienstleistungen e. V. <https://www.iff-hamburg.de/wp-content/uploads/2019/06/iff-%C3%9Cberschuldungsreport-2019.pdf> (Zugriff: 31. Oktober 2019).

- van Bavel, Ren und Lucia Sell-Trujillo. 2003. Understandings of consumerism in Chile. *Journal of Consumer Culture* 3, Nr. 3: 343-362. doi:10.1177/14695405030033003.
- Vandevoordt, Robin. 2017. The politics of food and hospitality: How syrian refugees in Belgium create a home in hostile environments. *Journal of Refugees Studies* 30, Nr. 4: 605-21. doi:10.1093/jrs/fex017.
- Williams, Colin C. 2002. Social exclusion in a consumer society: A study of five rural communities. *Social Policy and Society* 1, Nr. 3: 203-211. doi: 10.1017/S1474746402003044.
- Wiswede, Günter. 2000. Konsumsoziologie – Eine vergessene Disziplin. In: *Konsum: Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven*, hg. von Doris Rosenkranz und Norbert F. Schneider, 23-72. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Witterhold, Katharina und Maria Ullrich. 2019. *Verbraucherschutz und Konsumsozialisation von Geflüchteten: Qualitative Studie im Rahmen der Förderlinie Flucht und Integration des Ministeriums für Kultur und Wissenschaft des Landes Nordrhein-Westfalen*. Working Paper 4. Siegen. https://blogs.uni-siegen.de/marketintegration/files/2019/04/VuKS_Workingpaper-4_WitterholdUllrich.pdf.

Über die Autorinnen

Dr. Katharina Witterhold, Soziologin mit Schwerpunkt auf Konsum, Partizipation und Digitalisierung, leitet aktuell das Forschungsprojekt „Verbraucherschutz und Konsumsozialisation von Geflüchteten“ an der Universität Siegen.

Maria Ullrich, Politikwissenschaftlerin, setzt sich mit Citizenship im Kontext von Fluchtmigration auseinander. Sie ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im Projekt „Verbraucherschutz und Konsumsozialisation von Geflüchteten“ an der Universität Siegen.

Schwere Kost

Zur sozialen Ungleichheit von Fleischkonsum und Fleischverzicht in Deutschland

Laura Einhorn

Schlagwörter: Ernährungsverhalten, Konsumentenpräferenzen, Konsumentenverhalten, Kulturosoziologie, Sozialer Wandel, Soziale Ungleichheit, Sozialstruktur (STW) | Ernährungsverhalten, Konsumverhalten, Kulturosoziologie, kultureller Wandel, soziale Ungleichheit, sozialer Wandel, Sozialstruktur, sozioökonomischer Status (TheSoz)

Abstract

Eine Reduktion unseres Fleischkonsums ist nicht nur wünschenswert, sondern notwendig, konfrontiert jedoch nicht alle sozialen Gruppen mit den gleichen Herausforderungen. In diesem Beitrag skizziere ich auf Basis quantitativer und qualitativer Daten, wie und vor allem warum sozioökonomische Positionen in Deutschland Unterschiede im Fleischkonsum abbilden, und diskutiere Implikationen für Verbraucher-, Umwelt- und Sozialpolitik.

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz: Namensnennung 4.0 International | CC BY 4.0

Kurzform | <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Lizenztext | <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/de/legalcode>

1 Einleitung

Im Jahr 2019 wurde im Zuge klima- und umweltpolitischer Debatten vielfach über nachhaltigen Konsum und über nachhaltige Ernährung diskutiert. Dabei wurde auch der hohe Fleischkonsum in deutschen Privathaushalten zunehmend hinterfragt, und dies aus verschiedenen Gründen. Eine Reduktion von Fleischkonsum und -produktion würde sich positiv auf die Umwelt, unsere Gesundheit, auf das Wohl von Millionen von Nutztieren und auf die globale Ernährungssicherheit auswirken. Im Jahr 2020 rückten Corona-Ausbrüche in Fleischverarbeitungsbetrieben die Arbeitsbedingungen in der Fleischindustrie verstärkt in den Fokus. Die hohe Nachfrage nach und massenhafte Produktion von Fleischprodukten belastet ArbeiterInnen in den Betrieben, KonsumentInnen überall auf der Welt, schadet Tieren und Umwelt.¹ Dabei mangelt es keineswegs an Ideen, wie sich unser Fleischkonsum potenziell reduzieren ließe. Die Einführung einer Fleischsteuer wurde dabei des Öfteren kontrovers diskutiert. Dass die Einführung einer solchen Steuer „die soziale Frage des 21. Jahrhunderts“ stelle, entbehrt zwar nicht einer gewissen Polemik, ist im Kern aber durchaus richtig.

Fleisch ist in Deutschland, wie auch in vielen anderen westlichen Industrienationen, ein fest verankerter Teil kulturell gewachsener Traditionen und erfüllt wichtige soziale Funktionen (Fiddes 1991). Kochbücher, Menükarten, Kochausbildungen, sowie Speisepläne öffentlicher Einrichtungen zeugen auch in Deutschland von der signifikanten Rolle des Fleisches. Dennoch ist auch der Anteil der VegetarierInnen in Deutschland in den letzten Jahren signifikant angestiegen (Mensink, Barbosa und Brettschneider 2016). Warum ist es für einige Menschen so einfach, sich vom Fleisch zu lösen, wenn es doch gleichzeitig für viele so schwer scheint? Geschlechterrollen, Alters- und Kohorteneffekte sowie religiöse Vorschriften sind unbestritten relevant, und trotzdem möchte ich den Fokus hier auf die direkten und indirekten Auswirkungen der sozioökonomischen Position einer Person, also auf soziale Unterschiede, richten.

1 Ripple et al. 2013; Rulli, Savioli und D’Odorico 2013; Willett und Stampfer 2013; Tilman und Clark 2014; Hedenus, Wirsenius und Johansson 2014; Westhoek et al. 2014; Shen et al. 2015; Springmann et al. 2016.

Natürlich ist Konsumverzicht nicht direkt mit monetären Kosten verbunden, weswegen ein Argument, das unter anderem die Rolle materieller Ressourcen in den Blick nimmt, zunächst wenig plausibel erscheinen mag. Dennoch gibt es zahlreiche Mechanismen, auf deren Basis sich die ungleiche Verteilung von Ressourcen wie Bildung und Einkommen auf soziale Unterschiede in unserem Ernährungsverhalten auswirkt, und ein Verständnis eben jener Mechanismen ist zentral für jegliche Bemühungen, einer zunehmenden Polarisierung der Debatte um die „richtige Ernährung“ entgegenzuwirken.

In diesem Beitrag skizziere ich daher zunächst, in welcher Form formale Bildung, Einkommen und berufliche Stellung Unterschiede im Fleischkonsum in Deutschland abbilden. Im darauffolgenden Abschnitt gehe ich auf die Ernährungsideale ein, die Anlass für den Verzicht auf Fleisch oder für eine Reduktion des Fleischkonsums geben können. Im Hauptteil des Beitrages beschreibe ich einige direkte und indirekte Mechanismen, durch die Formen kulturellen und ökonomischen Kapitals² eine Reduktion des Fleischkonsums ermöglichen oder begünstigen. Zudem hebe ich die Rolle sozialer Bezugsgruppen und statusbildender Prozesse hervor. Ich schließe mit einer kurzen Zusammenfassung der Argumente sowie mit Implikationen für Sozial-, Klima- und Verbraucherpolitik.

2 Fleischkonsum und sozioökonomische Position

Zahlreiche Studien in unterschiedlichen Forschungsdisziplinen untersuchen, entlang welcher soziodemografischen Trennlinien Muster des Fleischkonsums in westlichen Industrienationen verlaufen. Eindeutige Zusammenhänge gibt es zwischen der Häufigkeit des Fleischkonsums und dem Geschlecht, dem Alter,

2 Ich bemühe hier die Terminologie Pierre Bourdieus (1986), der die soziale Position einer Person durch das Volumen und die Komposition ihrer Kapitalien (ökonomisches, kulturelles und soziales Kapital) beschreibt.

dem Bildungsniveau und den Haushaltstypen.³ Frauen und Personen mit hoher formaler Bildung essen tendenziell weniger Fleisch und ernähren sich häufiger vegetarisch als Männer und Personen mit geringerer formaler Bildung. Fleischkonsum folgt außerdem einer umgekehrt u-förmigen Altersverteilung, auch wenn sich dabei die Motive jüngerer und älterer Personen für reduzierten Konsum häufig unterscheiden. Der Zusammenhang zwischen Fleischkonsum und Einkommen ist hingegen bisher umstritten und es zeigen sich teils positive, teils negative und teils keine Zusammenhänge. Der Verzicht auf Fleisch bringt zunächst einmal keine direkten monetären Kosten mit sich und kann sogar Kosten sparen. Ein geringes Budget lässt eine Reduktion des Fleischkonsums möglicherweise sogar zu einer notwendigen Strategie werden. In der Literatur beschreibt der Begriff „Ökonomischer Vegetarismus“ (Lusk und Norwood 2016) den Verzicht auf Fleisch aus finanziellen Gründen, also aus Notwendigkeit und nicht aus Freiwilligkeit. Wenn wir über Vegetarismus sprechen, bezeichnen wir jedoch zumeist einen freiwilligen Verzicht. Das Zusammenfassen freiwilligen und notwendigen Verzichts könnte die ambivalenten Ergebnisse bisheriger Forschung zum Zusammenhang von Einkommen und Fleischkonsum erklären. Wichtig ist außerdem die Unterscheidung zwischen der Verzehrshäufigkeit von Fleisch und dem kompletten Verzicht auf Fleisch. Dies wird in einer Vielzahl von Studien deutlich und zeigt sich zudem in meinen eigenen Analysen der Daten der Einkommens- und Verbraucherstichprobe (EVS) sowie des deutschen Sozio-oekonomischen Panels (SOEP).⁴

Tabellen 1 und 2 stellen die Ergebnisse mehrerer Regressionsmodelle dar, auf deren Basis die Menge beziehungsweise die Häufigkeit des Fleischkonsums geschätzt wurde. Tabelle 1 (auf Basis des SOEP 2016) bezieht sich auf die Konsumhäufigkeit von Einzelpersonen und unterscheidet zwischen verschiedenen Fleischarten. Tabelle 2 (auf Basis der EVS 2013) bezieht sich auf den Konsum ganzer Haushalte und unterscheidet zwischen Gewicht, Preis und Wertigkeit des gekauften Fleisches. Tabelle 3 zeigt die Ergebnisse logistischer Regressionsmodelle, die die Wahrscheinlichkeit einer vegetarischen Ernährungsweise für Haushalte beziehungsweise Einzelpersonen schätzen.

3 Haveman-Nies et al. 2001; Gossard und York 2003; Bedford und Barr 2005; Heuer et al. 2015; Mensink, Barbosa und Brettschneider 2016; Pfeiler und Egloff 2018.

4 Weitere methodische Details, Do-Files, Interviewtranskripte und Codes sind auf Anfrage von der Autorin erhältlich.

	Rotes Fleisch	Geflügel	Gesamt
D-Ost	0.055*** (0.017)	0.054** (0.017)	0.111*** (0.027)
Metropole	-0.048*** (0.014)	0.045** (0.014)	0.002 (0.023)
Haushaltstyp (Ref.: Einzelhaushalte)			
Paar mit Kindern	0.272*** (0.022)	0.124*** (0.022)	0.395*** (0.035)
Alleinerziehende	0.041 (0.030)	0.129*** (0.030)	0.164*** (0.048)
Paar ohne Kinder	0.209*** (0.020)	0.066*** (0.021)	0.274*** (0.033)
Andere Haushalte	0.145*** (0.045)	0.033 (0.045)	0.174* (0.072)
Alter	-0.007*** (0.001)	-0.008*** (0.001)	-0.015*** (0.001)
Geschlecht (Ref.: männlich)	-0.363*** (0.013)	-0.029* (0.013)	-0.390*** (0.021)
Haushaltseinkommen	0.000 (0.000)	-0.000*** (0.000)	-0.000*** (0.000)
Bildungslevel (CASMIN)	-0.025*** (0.003)	-0.020*** (0.003)	-0.046*** (0.005)
Berufliche Stellung			
Studierende	-0.150*** (0.039)	0.115* (0.039)	-0.140* (0.063)
ArbeiterInnen	0.069** (0.025)	0.021 (0.025)	0.091* (0.040)
Arbeitslose	0.029 (0.033)	0.060 (0.033)	0.089 (0.052)
Selbstständige	-0.012 (0.033)	-0.078* (0.033)	-0.100 (0.052)
Pensionierte	0.034 (0.029)	0.001 (0.030)	0.031 (0.047)
Konstante	3.704***	2.978***	6.676***
Adjusted R²	0.069	0.054	0.071
Fallzahl	21559	21365	21314

Anm.: Lineare Regressionen mit Daten des SOEP 2016, ohne vegetarische Personen. Standardfehler in Klammern. Kontrolliert wurde zusätzlich für Migrationshintergrund.
*p < 0.05 **p < 0.01 ***p < 0.001.

Tabelle 1: Einflussfaktoren auf die Häufigkeit des individuellen Verzehrs von rotem Fleisch und Geflügel

	Gewicht (kg)	Preis (Euro)	Wert (Euro/kg)
D-Ost	1.10*** (0.019)	0.989 (0.015)	0.89*** (0.008)
Metropole	0.96** (0.014)	0.96*** (0.012)	1.013 (0.007)
Haushaltstyp (Ref.: Einzelhaushalte)			
Paar mit Kindern	1.22** (0.092)	1.83** (0.079)	0.957 (0.023)
Alleinerziehende	1.063 (0.058)	1.444 (0.051)	0.971 (0.019)
Paar ohne Kinder	1.73*** (0.045)	1.71*** (0.039)	0.981 (0.013)
Andere Haushalte	1.80*** (0.093)	1.77*** (0.080)	0.957 (0.024)
Alter des HH-Vorstands	1.01*** (0.001)	1.01*** (0.001)	1.00*** (0.000)
Geschlechterratio (0: alle männlich; 1: alle weiblich)	0.80*** (0.019)	0.84*** (0.018)	1.09*** (0.013)
Haushaltseinkommen	1.000 (0.000)	1.00*** (0.000)	1.00*** (0.000)
Durchschnittliches Bildungslevel (CASMIN)	0.95*** (0.004)	0.97*** (0.003)	1.03*** (0.002)
Berufliche Stellung des Haushaltsvorstands			
Studierende	0.70** (0.038)	0.70*** (0.034)	0.986 (0.027)
ArbeiterInnen	1.07* (0.036)	1.029*** (0.030)	0.93*** (0.016)
Arbeitslose	1.000 (0.044)	0.88*** (0.034)	0.85*** (0.019)
Selbstständige	0.88*** (0.033)	0.939 (0.031)	1.06*** (0.019)
Pensionierte	0.956 (0.030)	0.90*** (0.025)	1.06*** (0.015)
Konstante	2222.9***	16.82***	6.77***
Fallzahl	10881	11080	11080

Anm.: Negative Binomialregressionen mit Daten des EVS 2013, ohne vegetarische Haushalte. Standardfehler in Klammern. Kontrolliert wurde zusätzlich für Haushaltsgröße, Alter der HH-Mitglieder und Migrationshintergrund des Haushaltsvorstands. Inzidenzratenverhältnisse sind dargestellt.

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$ *** $p < 0.001$.

Tabelle 2: Einflussfaktoren auf Gewicht, Preis und Wertigkeit des im Laufe eines Monats in Haushalten erworbenen Fleisches

	Vegetarische Haushalte	Vegetarische Einzelpersonen
D-Ost	0.510***(0.106)	0.652** (0.096)
Metropole	1.020 (0.152)	1.504***(0.191)
Haushaltstyp (Ref.: Einzelhaushalte)		
Paar mit Kindern	0.129* (0.112)	0.419***(0.058)
Alleinerziehende	0.580 (0.288)	0.598***(0.110)
Paar ohne Kinder	0.236***(0.088)	0.502***(0.074)
Andere Haushalte	0.238 (0.196)	0.465* (0.153)
Alter	0.987 (0.007)	0.972***(0.005)
Geschlechterratio (0: alle männlich; 1: alle weiblich)	1.244 (0.222)	3.063***(0.361)
Haushaltseinkommen	0.999 (0.000)	0.999 (0.000)
Bildungslevel (CASMIN)	1.237***(0.049)	1.250***(0.030)
Berufliche Stellung		
Studierende	3.739***(1.432)	2.547***(0.429)
ArbeiterInnen	2.166 (0.895)	0.836 (0.212)
Arbeitslose	1.958 (0.842)	1.739* (0.417)
Selbstständige	2.388* (0.927)	2.816***(0.563)
Pensionierte	1.459 (0.560)	1.315 (0.345)
Angestellte	1.519 (0.468)	1.428** (0.191)
Konstante	0.012***	0.009***
Pseudo R²	0.134	0.072
Fallzahl	11398	3687

Anm.: Logistische Regressionen mit Daten der EVS 2013 für Haushalte und Daten des SOEP 2016 für Einzelpersonen. Standardfehler in Klammern. Kontrollvariablen wie in Tabellen 1 und 2. Odds Ratios sind dargestellt.

*p < 0.05 **p < 0.01 ***p < 0.001.

Tabelle 3: Einflussfaktoren auf die Wahrscheinlichkeit einer vegetarischen Ernährung

Die Ergebnisse zeigen, dass beide Phänomene – eine fleischlose beziehungsweise eine fleischreduzierte Ernährungsweise – durch unterschiedliche soziodemografische Merkmale beeinflusst sind. Auch der Konsum unterschiedlicher Fleischsorten folgt verschiedenen Einflüssen.

Die Wahrscheinlichkeit, sich vegetarisch zu ernähren, steigt mit dem formalen Bildungsniveau, außerdem bei Studierenden und Selbstständigen und in Singlehaushalten. Der Fleischkonsum nicht-vegetarischer Personen ist ebenfalls tendenziell geringer bei höherer Bildung, ebenso bei beruflicher Selbstständigkeit und unter Studierenden. Ein höheres Einkommen wirkt sich negativ auf den Konsum von Geflügelfleisch aus (Tabelle 1), hat aber sonst unter Kontrolle aller anderen Variablen keinen Einfluss. Mit höherem Einkommen wird zwar nicht mehr Fleisch konsumiert, dafür ist das erworbene Fleisch jedoch von höherem Wert (Tabelle 2). Während formale Bildung also die Wahrscheinlichkeit einer vegetarischen oder fleischreduzierten Ernährungsweise erhöht, verschiebt sich mit steigendem Einkommen die Tendenz hin zum „Flexitarismus“, der, wie auch der Vegetarismus, zumeist als freiwillige Ernährungsform definiert wird, die wenig, aber dafür hochwertiges Fleisch beinhaltet (Rothgerber 2015). Dies kann beispielsweise biologisch oder regional erzeugtes Fleisch sein und ist daher häufig auch mit höheren Kosten verbunden. Eine flexitarische Ernährungsweise ist also an die finanziellen Ressourcen gekoppelt, die das Kaufen von hochwertigeren Fleischprodukten erst ermöglicht.

Was aber erklärt den Zusammenhang zwischen formaler Bildung, Studienstatus, beruflicher Selbstständigkeit und reduziertem Fleischkonsum? Und spielen finanzielle Ressourcen noch auf anderem Wege eine Rolle? Auf Basis von 46 qualitativen Interviews mit vegetarisch und nicht-vegetarisch lebenden Personen in mehreren deutschen Großstädten stelle ich im Folgenden einige Argumente vor, die diese Zusammenhänge näher beleuchten.

3 Ernährungsideale

VegetarierInnen und FlexitarierInnen geben häufig verschiedene Gründe für ihre Ernährungsweisen an. Generell sind Umwelt-, Tierwohl- sowie gesundheitliche Aspekte am relevantesten (Greenebaum 2012; Ruby 2012; Rosenfeld und Burrow 2017), wobei strikte VegetarierInnen eher ethische Motive und FlexitarierInnen eher gesundheitliche Motive anführen. Dies bedeutet im Umkehrschluss allerdings nicht, dass Personen, die häufiger Fleisch essen, diesen Motiven keinen Wert beimessen. Das Wissen um gesunde Ernährung sowie der Wunsch, sich gesund zu ernähren, sind in fast allen KonsumentInnengruppen zu finden, unabhängig von der sozioökonomischen Position und der eigenen Ernährungsweise.⁵ Dies bestätigt sich auch in meinen Interviews – hier betonen alle außer drei Personen den Wunsch, sich gesund (beziehungsweise gesünder) zu ernähren. Ähnlich verhält es sich mit den ethischen Motiven, die als Grundlage für eine fleischreduzierte Ernährung gelten. Ein Großteil der Befragten ist sich der negativen Konsequenzen exzessiven Fleischkonsums für Gesundheit und Umwelt bewusst. Eine möglichst ressourcenschonende Ernährung ist der Mehrheit der Interviewten wichtig, darunter sowohl VegetarierInnen als auch Nicht-VegetarierInnen. Das Thema Regionalität und Saisonalität scheint dabei Nicht-VegetarierInnen stärker am Herzen zu liegen als VegetarierInnen, während es sich beim Thema Tierwohl andersherum verhält; keine der Thematiken wird jedoch für irrelevant gehalten. Ähnliche Ergebnisse zeigen sich in anderen Studien.⁶

Entgegen populärer Annahmen – etwa fehlendes Ernährungswissen oder mangelndes Interesse an Umweltschutz und Tierwohl – lässt sich also festhalten, dass sich unterschiedliches Ernährungsverhalten in Bezug auf Fleisch kaum durch unterschiedliche Ernährungsideale erklären lässt. Unterschiede im Kon-

5 Backett-Milburn et al. 2006; Fox und Ward 2008; Beagan et al. 2014; Cairns und Johnston 2015; Smith Maguire 2016; Baumann, Szabo und Johnston 2019; Beagan, Chapman und Power 2017; Fielding-Singh 2017; Stamer 2018; Oleschuk, Johnston und Baumann 2019.

6 Johnston, Szabo und Rodney 2011; Paddock 2016; Smith Maguire 2016; Beagan, Chapman und Power 2017; Oleschuk, Johnston und Baumann 2019.

sum manifestieren sich vielmehr durch die unterschiedliche Ausstattung von KonsumentInnen mit kulturellem, ökonomischem und sozialem Kapital (Bourdieu 1986), die eine Umsetzung alternativer Ernährungsformen erleichtert oder behindert.

4 Kulinarische Experimentierfreudigkeit und ökonomisches Kapital

Fleisch ist noch immer ein fundamentaler Bestandteil unserer Ernährung und zentrale Komponente einer „ordentlichen Mahlzeit“. Der Wechsel zu einer fleischlosen oder fleischreduzierten Ernährung macht daher das Substituieren von Fleisch oder das Wissen um alternative Rezepte, Zutaten und Zubereitungsweisen notwendig. Voraussetzungen dafür sind wiederum eine generelle Neugierde und Offenheit gegenüber Neuem sowie die Möglichkeit zur Aneignung alternativen kulinarischen Wissens. Diese „kulinarische Experimentierfreudigkeit“ ist eine der zentralen Voraussetzungen für eine dauerhafte Veränderung hin zu einer fleischlosen oder fleischreduzierten Ernährung, was auch in allen Interviews mit VegetarierInnen und FlexitarierInnen deutlich wird. Viele beschreiben mit großem Detailreichtum ihre Ernährungsgewohnheiten, das Entdecken neuer Produkte und Rezepte und eine große Bandbreite unterschiedlicher Lebensmittel. Natürlich gibt es auch Personen, die ein hohes Maß an kulinarischer Experimentierfreude aufweisen und ihren Fleischkonsum dabei nicht reduzieren. Die Experimentierfreudigkeit ist keine hinreichende, aber eine notwendige Bedingung für einen Wechsel zu einer fleischreduzierten oder fleischlosen Ernährung.

Ökonomisches Kapital spielt hier auf unterschiedliche Weise eine wichtige Rolle:

(1) Traditionelle Mahlzeitenstrukturen können aufrechterhalten werden, indem höherwertigere Fleischprodukte oder Fleischersatzprodukte erworben werden, die Mehrkosten verursachen.

(2) Alternatives kulinarisches Wissen kann direkt, zum Beispiel durch die Teilnahme an Kochkursen, durch das Bestellen von Kochboxen oder durch häufige Restaurantbesuche verschiedener Art, erworben werden. All dies verursacht nicht nur finanzielle, sondern auch zeitliche Mehrkosten.

(3) Alternatives kulinarisches Wissen wird oft auch indirekt als Nebenprodukt von anderen kostspieligen Konsumpraktiken erworben, wie zum Beispiel internationale Reisen, regelmäßige Restaurantbesuche oder geografische Mobilität.

Das Fehlen ökonomischen Kapitals erschwert auf der anderen Seite auf mehreren Wegen die Umsetzung alternativer Ernährungspraktiken:

(1) Das Abweichen von gewohnten Ernährungsmustern und das Ausprobieren neuer Zutaten und Rezepte kann insbesondere bei Kindern zu Ablehnung und zur Verschwendung von Lebensmitteln führen. Damit wird die Einführung alternativer Ernährungspraktiken insbesondere für Haushalte mit geringen Einkommen und mit Kindern erschwert (Dobson et al. 1994; Backett-Milburn et al. 2006; Daniel 2016). Da Ernährungsgewohnheiten und Mahlzeiten in Haushalten gemeinsam verhandelt und tendenziell synchronisiert werden, überrascht es auch nicht, dass vegetarische Personen überdurchschnittlich in Singlehaushalten zu finden und häufig kinderlos sind (Mensink, Barbosa und Brettschneider 2016; Allès et al. 2017; Tabelle 3).

(2) Verschiedene Präferenzen innerhalb eines Haushalts können alternativ durch das gleichzeitige Zubereiten verschiedener Mahlzeiten oder durch das Wahrnehmen gastronomischer Angebote (Außer-Haus-Essen, Lieferdienste) bedient werden, wobei beide Strategien wiederum mit Kosten verbunden sind.

(3) Der Umgang mit finanziellen Sorgen fordert Energie und mentale Ressourcen. Personen mit geringem Einkommen und anderen, oft damit verbundenen Stressfaktoren (Überarbeitung, familiäre Probleme, Einschränkungen körperlicher und psychischer Gesundheit, schlechte Infrastruktur, soziale Konflikte) schreiben Ernährung häufig eine untergeordnete, rein funktionale Rolle zu oder betrachten Ernährung als Mittel emotionaler Kompensation, das für einen kurzen Augenblick Entspannung, Vertrautheit oder Geborgenheit vermitteln kann (Backett-Milburn et al. 2006; Devine et al. 2006; Fekete und Weyers 2016; Fielding-Singh 2017; Smith und Anderson 2018).

Das Fehlen finanzieller Ressourcen kann also zum einen dazu führen, dass eine kulinarische Neugierde und Lust auf Neues nicht umgesetzt werden kann, zum anderen aber auch verhindern, dass sie überhaupt erst ausgeprägt wird.

5 Institutionalisiertes kulturelles Kapital

Auch formale Bildungsverläufe wirken sich auf unser Ernährungsverhalten aus:⁷

(1) Die soeben beschriebene kulinarische Experimentierfreudigkeit ist häufig eine Begleiterscheinung universitärer Bildung, da diese oft mit geografischer Mobilität und dem Kennenlernen alternativer Ernährungspraktiken (zum Beispiel durch das Zusammentreffen mit internationalen Studierenden, Auslandsstudium, oder die diverse Angebotsstruktur in Städten) einhergeht.

(2) Insbesondere tertiäre Bildung prägt die Art des Wissens, die Personen wertschätzen und nutzen, und wirkt sich auf die Fähigkeiten und Fertigkeiten aus, die eine Aneignung neuen Wissens begünstigen. Viele der Ernährungsideale, die eine fleischreduzierte Ernährungsweise propagieren, basieren auf Expertenwissen und auf wissenschaftlichen Erkenntnissen und Studien. Dies ist insbesondere für den Diskurs um gesunde Ernährung der Fall (Crawford 2006; Crawshaw 2007; Cairns und Johnston 2015), ebenso allerdings auch für Diskurse um Klima-, Umweltschutz und Ressourcenverbrauch. Der Zugang zu und das schnelle Verständnis dieser Form von Wissen wird durch tertiäre Bildungsinstitutionen erleichtert; ebenfalls entsteht hier eine Präferenz für wissenschaftliche Informationsquellen.

⁷ Ebenso spielt natürlich auch die Bildung eine Rolle, die wir im Rahmen unserer primären sowie sekundären Sozialisation, also innerhalb familiärer und schulischer Kontexte erlernen. Hier beschränke ich mich allerdings auf eine Diskussion der Rolle tertiärer Bildungswege.

Die überwiegende Mehrheit der vegetarischen und auch flexitarischen Interviewten hat Zeit in tertiären Bildungsinstitutionen verbracht oder hat enge soziale Kontakte zu Personen mit tertiärer Bildung. Vor allem vegetarische Befragte beziehen sich in großen Teilen der Interviews auf wissenschaftliche Studien und unterstützen ihre Aussagen mithilfe von medizinischen, biologischen oder anderen wissenschaftlichen Argumenten. Des Weiteren beschreiben viele von ihnen mit Leichtigkeit das Aneignen neuer Informationen über verschiedenste Informationskanäle. Dies sind häufig digitale Informationskanäle und Online-Ressourcen, außerdem zumeist wenig vorverarbeitete Primärquellen.⁸ Universitäre Bildung fordert daher nicht nur „scientific literacy“, sondern auch „digital literacy“, und beide Formen von Bildung begünstigen die Veränderung von Ernährungsmustern, fleischreduzierte Ernährungsmuster eingeschlossen.

6 Soziale Anerkennung und Distinktion

Die Reduktion von oder der Verzicht auf Fleisch sind vor dem kulturellen Hintergrund einer fleischbasierten Esskultur für den Großteil der KonsumentInnen noch immer als „alternativ“ oder „abweichend“ zu verstehen und stellen daher eine Veränderung dar. Besonders die plötzliche und strikte Veränderung von Ernährungsgewohnheiten, die oft charakteristisch für die Aneignung einer vegetarischen Ernährungsweise ist, ist daher häufig mit sozialen Konflikten verbunden. Alle vegetarischen Befragten berichten von einer Reihe mehr oder weniger heftiger Konflikte in ihrem sozialen, und besonders im familiären und teilweise beruflichen Umfeld.

Forschung aus Soziologie und Sozialpsychologie zeigt, dass soziale Anpassungsfähigkeit, Loyalität und Regelkonformität eher in Gruppen mit wenig

8 Diese Ergebnisse spiegeln die These, dass Internetaffinität im digitalen Zeitalter eine wichtige Form von Bildungskapital ist, die bestehende Bildungsungleichheiten tendenziell sogar noch verstärkt (Zillien und Hargittai 2009; Hargittai 2010; Van Deursen und Van Dijk 2014; Plessz et al. 2016).

Ressourcen wertgeschätzt werden, während Gruppen in höheren sozioökonomischen Positionen Einzigartigkeit, Individualität und Selbstoptimierungsbestrebungen positiv bewerten (Gillies 2005; Snibbe und Markus 2005; Stephens, Markus und Townsend 2007; Skeggs und Loveday 2012). Diese Erkenntnisse sowie meine eigenen Interviews stützen das Argument, dass es für Personen mit mehr kulturellem und ökonomischem Kapital weniger problematisch ist, angesichts sozialer Konflikte neue Ernährungsgewohnheiten durchzusetzen und beizubehalten als für Personen mit weniger Kapital. Bestimmte Ernährungsformen sind zudem in einigen sozialen Gruppen anerkannter als in anderen und „abweichendes Ernährungsverhalten“ wird jeweils anders gedeutet und sanktioniert.

7 Fazit und Implikationen

Konsummuster wie Praktiken des Fleischkonsums sind in Deutschland nicht zunehmend individualisiert, sondern in hohem Maße sozial stratifiziert. Dies lässt sich jedoch kaum durch unterschiedliche fleisch-bezogene Ernährungsideale erklären. Die Mehrzahl dieser Ernährungsideale ist durchaus bekannt, weitverbreitet und wird von vielen KonsumentInnen unterstützt. Allerdings wird die Umsetzung vieler Ernährungsideale, also das Etablieren und Beibehalten veränderter Ernährungspraktiken, durch ökonomisches und kulturelles Kapital in signifikantem Maße ermöglicht oder behindert. Die Diskrepanz zwischen Ernährungseinstellungen und Ernährungsverhalten ist also keinesfalls pathologisch, sondern der Normalfall. Das Augenmerk sollte darauf gerichtet sein, welche Ressourcen nötig sind, um Ernährungsideale in die Praxis umzusetzen.

Die folgenden, sich teilweise überschneidenden Mechanismen helfen dabei, den Zusammenhang zwischen sozioökonomischer Position und Fleischkonsum umfassender zu verstehen.

(1) Finanzielle Ressourcen erlauben den Kauf hochwertiger Fleischprodukte, die im Einklang mit bestimmten Ernährungsidealen sind. Es zeigt sich daher ein

eindeutiger Zusammenhang zwischen einer flexitarischen Ernährung und dem Einkommen einer Person oder eines Haushalts. Vegetarische Personen haben häufiger weniger ökonomisches Kapital als flexitarische Personen.

(2) Die Aneignung einer alternativen Ernährungsweise setzt vor dem Hintergrund einer traditionell fleischbasierten Esskultur Wissen über alternative Zutaten, Zubereitungstechniken und Rezepte voraus. Dieses Wissen, beziehungsweise eine Präferenz dafür, wird oft als indirekter Nebeneffekt internationaler Reisen, Restaurantbesuche und sozialer oder geografischer Mobilität erworben. Die Ausprägung dieser kulinarischen Experimentierfreudigkeit korreliert daher in hohem Maße mit ökonomischem, aber auch mit institutionalisiertem kulturellem Kapital und wird durch ein Fehlen dieser Ressourcen konterkariert. Ebenso wird hier deutlich, dass eine fleischreduzierte und daher ressourcenschonende Ernährung durch Praktiken vereinfacht wird, die wiederum äußerst ressourcenintensiv sein können.

(3) Viele der Argumente für eine Reduktion unseres Fleischkonsums entspringen wissenschaftlicher Forschung und sind spezielle Formen von Expertenwissen. Tertiäre Bildungsinstitutionen ermöglichen dabei nicht nur den Zugang zu zahlreichen Informationsquellen, sondern vermitteln eine positive Wertschätzung bestimmter Formen von Wissen sowie die Möglichkeiten und Fähigkeiten zu ihrer aktiven und schnellen Aneignung.

(4) Materielle Sorgen sowie andere Probleme, die mit fehlenden Ressourcen einhergehen, erfordern das Setzen anderer Prioritäten und die Fokussierung bestimmter Bedürfnisse. Diese einseitige Fokussierung kann in bestimmten Lebenssituationen für alle Personen relevant werden, betrifft aber überproportional Personen mit geringer Kapitalausstattung.

(5) Letztlich spielt auch der soziale Status, der mit der sozioökonomischen Position einhergeht, eine zentrale Rolle. Er erlaubt und fördert sogar in bestimmten Gruppen das Abweichen von sozialen Normen sowie eine positive Bewertung von Individualität und Unterscheidung, während in anderen Gruppen Gemeinschaft, Anpassungsfähigkeit und Konformität favorisiert werden. Die soziale Anerkennung und Unterstützung durch direkte Bezugsgruppen ist wichtiger für Personen mit einer geringen Ressourcenausstattung. Andere Personen können Teile ihrer sozialen Anerkennung durch den gesamtgesellschaftlichen Status

ihrer sozioökonomischen Position beziehen, sind finanziell unabhängiger und empfinden soziale Konflikte innerhalb ihrer direkten Bezugsgruppe daher als weniger existenzbedrohend. Gesamtgesellschaftliche Statusunterschiede, die auf sozialen Unterschieden beruhen, sowie gruppenspezifische Statusunterschiede, die verschiedene Verhaltensweisen belohnen oder sanktionieren, bilden daher – zusätzlich zu den direkten Effekten fehlender Ressourcen – wirkmächtige Barrieren für das Aneignen und Beibehalten neuer oder „untypischer“ Verhaltensweisen (wie alternativer Ernährungspraktiken).

Die auf Basis dieser Mechanismen entstehenden, sozial ungleichen Ernährungsweisen sind ein signifikantes Hindernis für eine nachhaltige Reduktion des gesamtgesellschaftlichen Fleischverbrauchs. Zudem bergen sie das Risiko, dass mit einem hohen Fleischkonsum verbundene Gesundheitsrisiken ebenfalls ungleich verteilt, und bereits benachteiligte Gruppen durch undifferenzierte Maßnahmen zur Reduktion des Fleischkonsums (zum Beispiel eine Fleischsteuer) überproportional belastet werden. Von Politik, Zivilgesellschaft und Wirtschaft vorgeschlagene Lösungsansätze sind bei fehlender Berücksichtigung sozialer Unterschiede nicht nur häufig ineffektiv, sondern können gar kontraproduktiv wirken, wenn die Lebensrealität einzelner Gruppen nicht ausreichend beachtet wird. Der Versuch, Ernährungspraktiken durch öffentliche Informationskampagnen zu steuern, bleibt beispielsweise oft erfolglos (Alkon et al. 2013; Dubuisson-Quellier und Gojard 2016; Thorslund und Lassen 2017), und könnte soziale Ernährungsungleichheit sogar noch verstärken, da auf Expertenwissen basierende Informationskampagnen nicht alle KonsumentInnen-Gruppen gleichermaßen ansprechen (Ricciuto, Tarasuk und Yatchew 2006; Thompson, Barnett und Pearce 2009; Darmon und Drewnowski 2015).

Materielle, kulturelle und soziale Faktoren zu vernachlässigen und Veränderungen in Konsumpraktiken universell einzufordern, kann Stigmatisierung, Schuldgefühle und Frustration befördern und damit ultimativ zur Polarisierung von Konsummustern und zur Entsolidarisierung von KonsumentInnen beitragen.

Zudem ist Fleisch in Produktions- und Versorgungssysteme eingebettet sowie Teil einer Angebotsstruktur, die die Handlungsspielräume von KonsumentInnen in unterschiedlich starkem Maße beeinflusst. Die Verantwortung für gesellschaftliche Veränderungen darf nicht allein auf den Schultern von KonsumentInnen lasten, sondern muss Fleischproduktion und Versorgungsstruk-

turen gleichermaßen mit einschließen. Das Schaffen einer Infrastruktur, die bezahlbare fleischlose Produkte und Mahlzeiten in städtischen und ländlichen Gebieten, in Stadtzentren und Randbezirken, in Mensen, Betriebskantinen, Kindergärten und Krankenhäusern verfügbar macht, ist essenziell. Langfristiges Ziel aller Bemühungen sollte die Bekämpfung materieller Notlagen und das Bereitstellen notwendiger Ressourcen für alle KonsumentInnen bleiben. Umwelt- und Klimapolitik stößt an ihre Grenzen, wenn Sozialpolitik nicht kontinuierlich mitgedacht wird.

Literatur

- Alkon, Alison Hope, Daniel Block, Kelly Moore, Catherine Gillis, Nicole DiNuccio und Noel Chavez. 2013. Foodways of the urban poor. *Geoforum* 48: 126-135. doi:10.1016/j.geoforum.2013.04.021.
- Allès, Benjamin, Julia Baudry, Caroline Méjean, Mathilde Touvier, Sandrine Péneau, Serge Hercberg, und Emmanuelle Kesse-Guyot. 2017. Comparison of sociodemographic and nutritional characteristics between self-reported vegetarians, vegans, and meat-eaters from the NutriNet-Santé Study. *Nutrients* 9, Nr. 9: 1-18. doi:10.3390/nu9091023.
- Backett-Milburn, Kathryn C., Wendy J. Wills, Susan Gregory, und Julia Lawton. 2006. Making sense of eating, weight and risk in the early teenage years: Views and concerns of parents in poorer socio-economic circumstances. *Social Science & Medicine* 63, Nr. 3: 624-635. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2006.02.011>.
- Baumann, Shyon, Michelle Szabo, und Josée Johnston. 2019. Understanding the food preferences of people of low socioeconomic status. *Journal of Consumer Culture* 19, Nr. 3: 316-339. doi:10.1177/1469540517717780.
- Beagan, Brenda L., Gwen E. Chapman, Josée Johnston, Deborah McPhail, Elaine M. Power und Helen Vallianatos. 2014. *Acquired tastes: Why families eat the way they do*. Vancouver: UBC Press.
- Beagan, Brenda L., Gwen E. Chapman und Elaine M. Power. 2017. Cultural and symbolic capital with and without economic constraint. *Food, Culture & Society* 19, Nr. 1: 45-70.
- Bedford, Jennifer L. und Susan I. Barr. 2005. Diets and selected lifestyle practices of self-defined adult vegetarians from a population-based sample sug-

- gest they are more 'health conscious'. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity* 2, Nr. 11-11. doi:10.1186/1479-5868-2-4.
- Bourdieu, Pierre. 1986. The forms of capital. In: *Handbook of theory and research for the sociology of education*, hg. von John G. Richardson, 241-258. New York: Greenwood Press.
- Cairns, Kate, und Josée Johnston. 2015. Choosing health: Embodied neoliberalism, postfeminism, and the "do-diet". *Theory and Society* 44, Nr. 2: 153-175.
- Crawford, Robert. 2006. Health as a meaningful social practice. *Health* 10, Nr. 4: 401-420. doi:10.1177/1363459306067310.
- Crawshaw, Paul. 2007. Governing the healthy male citizen: Men, masculinity and popular health in men's health magazine. *Social Science & Medicine* 65, Nr. 8: 1606-1618. doi:10.1016/j.socscimed.2007.05.026.
- Daniel, Caitlin. 2016. Economic constraints on taste formation and the true cost of healthy eating. *Social Science & Medicine* 148: 34-41. doi:10.1016/j.socscimed.2015.11.025.
- Darmon, Nicole und Adam Drewnowski. 2015. Contribution of food prices and diet cost to socioeconomic disparities in diet quality and health: A systematic review and analysis. *Nutrition Reviews* 73, Nr.10: 643-660. doi:10.1093/nutrit/nuv027.
- Devine, Carol M., Margaret Jastran, Jennifer Jabs, Elaine Wethington, Tracy J. Farell und Carole A. Bisogni. 2006. A lot of sacrifices: Work – family spill-over and the food choice coping strategies of low-wage employed parents. *Social Science & Medicine* 63, Nr. 10: 2591-2603. doi:10.1016/j.socscimed.2006.06.029.
- Dobson, Barbara, Alan Beardsworth, Teresa Keil und Robert Walker. 1994. *Diet, choice, and poverty: Social, cultural, and nutritional aspects of food consumption among low-income families*. London: Family Policy Studies Centre.
- Dubuisson-Quellier, Sophie und Séverine Gojard. 2016. Why are food practices not (more) environmentally friendly in France? The role of collective standards and symbolic boundaries in food practices. *Environmental Policy and Governance* 26, Nr. 2: 89-100.
- Fekete, Christine und Simone Weyers. 2016. Soziale Ungleichheit im Ernährungsverhalten. *Bundesgesundheitsblatt-Gesundheitsforschung-Gesundheitsschutz* 59, Nr. 2: 197-205. doi:10.1007/s00103-015-2279-2.
- Fiddes, Nick. 1991. *Meat: A natural symbol*. New York: Routledge.

- Fielding-Singh, Priya. 2017. A taste of inequality: Food's symbolic value across the socioeconomic spectrum. *Sociological Science* 4, Nr. 17: 424-48. doi:10.15195/v4.a17.
- Fox, Nick, und Katie J. Ward. 2008. You are what you eat? Vegetarianism, health and identity. *Social Science & Medicine* 66, Nr. 12: 2585-2595. doi: 10.1016/j.socscimed.2008.02.011.
- Gillies, Val. 2005. Raising the „meritocracy' parenting and the individualization of social class. *Sociology* 39, Nr.5: 835-853. doi:10.1177/0038038505058368.
- Gossard, Marcia Hill und Richard York. 2003. Social structural influences on meat consumption. *Human Ecology Review* 10, Nr. 1: 1-9.
- Greenebaum, Jessica. 2012. Veganism, identity and the quest for authenticity. *Food, Culture & Society* 15, Nr. 1: 129-144. doi:10.2752/175174412X13190510222101.
- Hargittai, Eszter. 2010. Digital na(t)ives? Variation in internet skills and uses among members of the “net generation”. *Sociological Inquiry* 80, Nr. 1: 92-113. doi:10.1111/j.1475-682X.2009.00317.x.
- Haveman-Nies, Annemien, Katherine L. Tucker, Lisette C. P. G. M. de Groot, Peter W. F. Wilson und Wija A. Van Staveren. 2001. Evaluation of dietary quality in relationship to nutritional and lifestyle factors in elderly people of the US Framingham Heart Study and the european SENECA study. *European Journal of Clinical Nutrition* 55, Nr. 10: 870-880. doi:10.1038/sj.ejcn.1601232.
- Hedenus, Fredrik, Stefan Wirsenius und Daniel J. A. Johansson. 2014. The importance of reduced meat and dairy consumption for meeting stringent climate change targets. *Climatic Change* 124, Nr. 1-2: 79-91. doi:10.1007/s10584-014-1104-5.
- Heuer, Thorsten, Carolin Krems, Kilson Moon, Christine Brombach und Ingrid Hoffmann. 2015. Food consumption of adults in Germany: Results of the German National Nutrition Survey II based on diet history interviews. *British Journal of Nutrition* 113, Nr. 10: 1603-1614. doi:10.1017/S0007114515000744.
- Honneth, Axel. 1996. *The struggle for recognition: The moral grammar of social conflicts*. Cambridge: MIT Press.
- Johnston, Josee, Michelle Szabo und Alexandra Rodney. 2011. Good food, good people: Understanding the cultural repertoire of

- ethical eating. *Journal of Consumer Culture* 11, Nr. 3: 293-318. doi:10.1177/1469540511417996.
- Lusk, Jayson L. und F. Bailey Norwood. 2016. Some vegetarians spend less money on food, others don't. *Ecological Economics* 130: 232-242. doi:10.1016/j.ecolecon.2016.07.005.
- Mensink, Gert, Clarissa Lage Barbosa und Anna-Kristin Brettschneider. 2016. Verbreitung der vegetarischen Ernährungsweise in Deutschland. *Journal of Health Monitoring* 1, Nr. 2: 2-14. doi:10.17886/RKI-GBE-2016-033.
- Oleschuk, Merin, Josée Johnston und Shyon Baumann. 2019. Maintaining meat: Cultural repertoires and the meat paradox in a diverse sociocultural context. *Sociological Forum* 34, Nr. 2: 337-360. doi:10.1111/sofc.12500.
- Paddock, Jessica. 2016. Positioning food cultures: „Alternative“ food as distinctive consumer practice. *Sociology* 50, Nr. 6: 1039-1055. doi:10.1177/0038038515585474.
- Pfeiler, Tamara M. und Boris Egloff. 2018. Examining the “Veggie” personality: Results from a representative German sample. *Appetite* 120: 246-255. doi:10.1016/j.appet.2017.09.005.
- Plessz, Marie, Sophie Dubuisson-Quellier, Séverine Gojard und Sandrine Barrey. 2016. How consumption prescriptions affect food practices: Assessing the roles of household resources and life-course events. *Journal of Consumer Culture* 16, Nr. 1: 101-123. doi:10.1177/1469540514521077.
- Ricciuto, Laurie, Valerie Tarasuk und Adonis Yatchew. 2006. Socio-demographic influences on food purchasing among canadian households. *European Journal of Clinical Nutrition* 60, Nr. 6: 778-790. doi:10.1186/s12889-018-6344-2.
- Ripple, William J., Pete Smith, Helmut Haberl, Stephen A. Montzka, Clive McAlpine und Douglas H. Boucher. 2013. Ruminants, climate change and climate policy. *Nature Climate Change* 4, Nr. 1: 2-5. doi:10.1038/nclimate2081.
- Rosenfeld, Daniel L. und Anthony L. Burrow. 2017. The unified model of vegetarian identity: A conceptual framework for understanding plant-based food choices. *Appetite* 112: 78-95. doi:10.1016/j.appet.2017.01.017.
- Rothergerber, Hank. 2015. Can you have your meat and eat it too? Conscientious omnivores, vegetarians, and adherence to diet. *Appetite* 84: 196-203. doi:10.1016/j.appet.2014.10.012.
- Ruby, Matthew B. 2012. Vegetarianism: A blossoming field of study. *Appetite* 58, Nr. 1: 141-50. doi:10.1016/j.appet.2011.09.019.

- Rulli, Maria Cristina, Antonio Savori und Paolo D'Odorico. 2013. Global land and water grabbing. *Proceedings of the National Academy of Sciences* 110, Nr. 3: 892-897.
- Sayer, Andrew. 2005. *The moral significance of class*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Shen, Jia, Kobina A. Wilmot, Nima Ghasemzadeh, Daniel L. Molloy, Gregory Burkman, Gium Mekonnen, Maria C. Gongora, Arshed A. Quyyumi und Laurence S. Sperling. 2015. Mediterranean dietary patterns and cardiovascular health. *Annual Review of Nutrition* 35, Nr. 1: 425-449. doi:10.1146/annurev-nutr-011215-025104.
- Skeggs, Beverley und Vik Loveday. 2012. Struggles for value: Value practices, injustice, judgment, affect and the idea of class. *The British Journal of Sociology* 63, Nr. 3: 472-490. doi:10.1111/j.1468-4446.2012.01420.x.
- Smith Maguire, Jennifer. 2016. Introduction: Looking at food practices and taste across the class divide. *Food, Culture & Society* 19, Nr. 1: 11-18. doi:10.1080/15528014.2016.1144995.
- Smith, Katherine E. und Rosemary Anderson. 2018. Understanding lay perspectives on socioeconomic health inequalities in Britain: A meta-ethnography. *Sociology of Health & Illness* 40, Nr. 1: 146-170. doi:10.1111/1467-9566.12629.
- Snibbe, Alana Conner und Hazel Rose Markus. 2005. You can't always get what you want: Educational attainment, agency, and choice. *Journal of Personality and Social Psychology* 88, Nr. 4: 703-720. doi:10.1037/0022-3514.88.4.703.
- Springmann, Marco, H. Charles J. Godfray, Mike Rayner und Peter Scarborough. 2016. Analysis and valuation of the health and climate change co-benefits of dietary change. *Proceedings of the National Academy of Sciences* 113, Nr. 15: 4146-4151. doi:10.1073/pnas.1523119113.
- Stamer, Naja Buono. 2018. Moral Conventions in food consumption and their relationship to consumers' social background. *Journal of Consumer Culture* 18, Nr. 1: 202-222. doi:10.1177/1469540516668224.
- Stephens, Nicole M., Hazel Rose Markus und Sarah S. M. Townsend. 2007. Choice as an act of meaning: the case of social class. *Journal of Personality and Social Psychology* 93, Nr. 5: 814-830. doi:10.1037/0022-3514.93.5.814.

- Thompson, Lee E., J. Ross Barnett und Jamie R. Pearce. 2009. Scared straight? Fear-appeal anti-smoking campaigns, risk, self-efficacy and addiction. *Health, Risk & Society* 11, Nr. 2: 181-196. doi:10.1080/13698570902784281.
- Thorslund, Cecilie A. H. und Jesper Lassen. 2017. Context, orders of worth, and the justification of meat consumption practices. *Sociologia Ruralis* 57: 836-858. doi:10.1111/soru.12143.
- Tilman, David und Michael Clark. 2014. Global diets link environmental sustainability and human health. *Nature* 515, Nr. 7528: 518-522. doi:10.1038/nature13959.
- Van Deursen, Alexander J. A. M. und Jan A. G. M. van Dijk. 2014. The digital divide shifts to differences in usage. *New Media & Society* 16, Nr. 3: 507-526. doi:10.1177/1461444813487959.
- Westhoek, Henk, Jan Peter Lesschen, Trudy Rood, Susanne Wagner, Alessandra De Marco, Donal Murphy-Bokern, Adrian Leip, Hans van Grinsven, Mark A. Sutton und Oene Oenema. 2014. Food choices, health and environment: Effects of cutting Europe's meat and dairy intake. *Global Environmental Change* 26: 196-205. doi:10.1016/j.gloenvcha.2014.02.004.
- Willett, Walter C. und Meir J. Stampfer. 2013. Current evidence on healthy eating. *Annual Review of Public Health* 34, Nr. 1: 77-95. doi:10.1146/annurev-publhealth-031811-124646.
- Zillien, Nicole und Eszter Hargittai. 2009. Digital distinction: Status-specific types of internet usage. *Social Science Quarterly* 90, Nr. 2: 274-91. doi:10.1111/j.1540-6237.2009.00617.x.

Über die Autorin

Laura Einhorn ist Doktorandin am Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung in Köln. Sie studierte Sozialwissenschaften (BA) an der Humboldt-Universität zu Berlin und Soziologie (MA) an der Freien Universität Berlin.

Selbstorganisation der Verbraucher*innen

Potenziale zur Vermeidung von sozialer Ungleichheit in Bedarfsfeldern des Konsums?

Herbert Klemisch und Moritz Boddenberg

Schlagwörter: Armut, Soziale Ungleichheit, Wohnungsmarkt, Selbstorganisation, Genossenschaft (STW) | Armut, Soziale Ungleichheit, Wohnen, Selbstorganisation, Genossenschaft (TheSoz)

Abstract

*Potenziale für die Überwindung von Armut und sozialer Ungleichheit liegen auch heute in einer Rückbesinnung auf Eigenverantwortung und solidarische Werte, zum Beispiel wenn sich Initiativen und Unternehmen an genossenschaftlichen Prinzipien orientieren. Der Beitrag diskutiert, auf welche Weise Genossenschaften durch Eigeninitiative der Konsument*innen zur Reduzierung von Wohnungsnot sowie Energie- und Ernährungsarmut beitragen können. Damit werden die Potenziale von Selbstorganisation der Verbraucher*innen zur Überwindung sozialer Ungleichheit in den Blick genommen.*

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz: Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International | CC BY-SA 4.0

Kurzform | <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Lizenztext | <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/de/legalcode>

1 Beispiele für Armut in Konsumsektoren – Schlaglichter

Soziale Ungleichheit wird insbesondere seit der vielfach rezipierten Studie von Thomas Piketty über das „Kapital im 21. Jahrhundert“ (2014) vermehrt als gesellschaftliches Problem wahrgenommen und kontrovers diskutiert. Während die globalen Maßstäbe sozialer Ungleichheit häufig Gegenstand sozialwissenschaftlicher Debatte sind, zeigt sich auch innerhalb kapitalistischer Gesellschaften eine zunehmende Polarisierung der Sozialstruktur, die sich im Zuge der Corona-Pandemie noch weiter zu verschärfen droht. Marcel Fratzscher (2016) spricht in seiner Analyse „Warum Deutschland immer ungleicher wird“ von einem gesellschaftlichen Verteilungskampf und Christoph Butterwegge (2020) von einer zerrissenen Republik. Die Frage nach den Bedingungen und Auswirkungen sozialstruktureller Unterschiede ist durchaus umstritten, lässt sich soziale Ungleichheit doch anhand verschiedener Indikatoren ermitteln. Nach Uwe Schimank (2013, 84 ff.) ist vor allen Dingen das Erwerbseinkommen zentraler Faktor bei der Bestimmung sozialer Ungleichheit, wogegen beispielsweise Bildung und Konsum als kulturelles und soziales Kapital daraus abgeleitet werden (Bourdieu 1982). Eng verknüpft sind damit die Phänomene von Energie- und Ernährungsarmut sowie Wohnungsnot als Ausprägungen sozialer Ungleichheit im Feld des Konsums, die wir im Folgenden genauer in den Blick nehmen wollen. Denn in der Tat führt Armut in diesen Konsum- und Lebensbereichen zu starken Beeinträchtigungen und Benachteiligungen, deren Erforschung sich die kritische Konsumforschung stellen muss.

1.1 Energiearmut

Zunehmende soziale Ungleichheit wird besonders beim Thema Energiearmut sichtbar, die in Deutschland im Zuge der Energiewende zugenommen hat, was aber weniger auf den Ausbau der erneuerbaren Energien als auf die Privatisierung des Sektors zurückzuführen ist (Haas 2017, 397). Der Energiekonsum ist von zentraler Bedeutung für einen nachhaltigen Konsum und aus sozialwissenschaftlicher Perspektive (Brunner 2014, 14). Energieverbrauchsmuster

unterscheiden sich nicht nur nach Dimensionen wie Einkommen, Lebenszyklus, Wohnform und ethnischer Zugehörigkeit. Auch technisch-materielle Dimensionen wie Alter, Typ und Größe von Wohnungen und technischen Geräten spielen eine Rolle, ebenso wie Wissen, Einstellungen und soziale Normen (unter anderem Mentalitäten des Sparens oder Umwelteinstellungen). Steigende Energiepreise, sinkende oder stagnierende Einkommen und ein hoher Bestand energieineffizienter Gebäude und Wohnungen sind öffentlich wahrgenommene Aspekte von Energiearmut (Schaffrin, Smigiel und Großmann 2017). Hohe Energiekosten, Energieschulden, Abschaltungen sowie Einschränkungen des Energiekonsums auf Kosten der Gesundheit sind Charakteristika von Energiearmut, die sich aus dem Zusammenfallen von niedrigen Einkommen, hohen Energiepreisen und energieineffizienten Wohnungen und Geräten ergeben (Brunner 2014, 15). Hier fallen also die soziale, die ökonomische und die ökologische Dimension zusammen. Obwohl die einkommensschwachen Haushalte eine relativ niedrige energetische Lebensweise haben, sind die Lösungsmöglichkeiten in der Selbstorganisation begrenzt. Die Steigerung der Energieeffizienz von Gebäuden und technischen Geräten könnte ein Instrument zur Bekämpfung von Energiearmut sein, doch werden die Förderinstrumente zur Umsetzung in der Regel von tendenziell Einkommensstarken genutzt. Die Modernisierungsumlage zwingt Einkommensschwache dann zum Fortzug aus sanierten Wohnungen, wodurch sich die Polarisierung weiter verstärkt (Castello und Böcher 2018, 71 f.). Politische Forderungen zur Bekämpfung der Energiearmut liegen nach Ansicht der Verbraucherverbände daher in einer fairen Verteilung der Kosten der Energiewende, der Prüfung milderer Mittel vor Vollzug einer Energiesperre und dem flächendeckendem Ausbau von Beratungsangeboten (Schöllgen und Kosbab 2017, 486 ff.). Lösungsmöglichkeiten in Selbstorganisation lassen sich unter anderem in der sozialen Steuerung von Mieten sowie Modernisierungs- und Energiekosten durch Wohnungsgenossenschaften oder in der Umsetzung von Mieterstrommodellen mit sozialer Ausrichtung durch Energiegenossenschaften sowie im Engagement von Mieterinitiativen finden.

1.2 Wohnungsnot und Mietpreisbelastung

Neben der Energiearmut ist die Wohnungsnot ein weiterer Faktor der wachsenden sozialen Ungleichheit. Deutschland ist ein Mieter*innenland mit einer Quote von über 55 Prozent. In Großstädten wie Leipzig, Frankfurt oder Berlin

wohnen sogar über 80 Prozent der Bevölkerung zur Miete. Wohnen ist wieder zu einem zentralen sozialpolitischen Thema geworden, in der nicht zuletzt die Enteignung großer Wohnungsbaugesellschaften gefordert wird. Insbesondere in Ballungsgebieten kommt es häufig zu regionalen Verknappungen, die zum Teil zu drastischen Mietpreissteigerungen führen. Bezahlbaren Wohnraum zu finden ist für viele Menschen mit kleinem und mittlerem Einkommen ein immer größeres Problem (Bontrup 2018). Denn die Wohnverhältnisse werden von der sozialen Lage bestimmt. Je geringer das Einkommen, desto schlechter die Wohnbedingungen. Alle wohnungspolitischen Akteure sind sich einig, dass es in Deutschland zu wenige Wohnungen gibt, um den Bedarf zu decken. Die Lücke liegt je nach Schätzung zwischen 1 und 1,5 Millionen Neubauwohnungen. Eine Studie im Auftrag der Hans-Böckler-Stiftung, basierend auf Daten aus dem Jahr 2014, kommt zu dem Schluss, dass bundesweit 1,9 Millionen bedarfsgerechte Wohnungen fehlen, davon 310.000 in Berlin, 150.000 in Hamburg, 86.000 in Köln und 79.000 in München (Holm et al. 2018). Der Mangel zeigt sich hier vor allem im Fehlen bezahlbaren Wohnraums für die breiten Schichten der Bevölkerung mit niedrigem und mittlerem Einkommen, bei denen der Mietanstieg immer weitere Teile des Einkommens aufzehrt. Aufgrund der fehlenden bezahlbaren Wohnungen müssen viele Mieter*innen auf höherpreisige Angebote ausweichen und somit einen großen Teil ihres Einkommens für die Miete aufwenden. 19 Prozent der Mieter*innen müssen sogar mehr als 40 Prozent ihres Einkommens für die Miete aufwenden (Lebuhn et al. 2017). Die Einführung einer neuen Gemeinnützigkeit im Wohnungsbereich wäre neben dem Ausbau des öffentlich geförderten Wohnungsbaus ein erster Schritt zur Zurückdrängung der Privatisierungstendenzen im Wohnungsmarkt (Holm 2017). Genossenschaftliche Wohnprojekte oder solche, die ähnlichen Prinzipien folgen, sind Alternativen in der Form der zivilgesellschaftlichen Selbstorganisation. Sie haben ein hohes Potenzial, bezahlbaren Wohnraum zu schaffen, da sie den profitorientierten Wohnungsmarkt ein Stück weit unterlaufen (Schöning 2017, 20). Mitglieder einer Wohnungsgenossenschaft empfangen nämlich nicht nur Leistungen, sondern sind zugleich Eigentümer*innen und Mitentscheider*innen. Zudem ist der im genossenschaftlichen Besitz befindliche Grund und Boden der Spekulation entzogen.

1.3 Ernährungsarmut

Ernährungsarmut ist ein Thema der ernährungssoziologischen Forschung. Konstatiert wird auch in Deutschland eine latent vorhandene relative Ernährungsarmut. Die Betroffenheit von Ernährungsarmut ist, wie in den anderen Sektoren, gekoppelt an die finanzielle Kaufkraft und betrifft vor allem die unteren Einkommensschichten, Rentner*innen, Hartz-IV-Empfänger*innen und Kinder mit alleinerziehenden Eltern, aber auch Studierende. Problematisch ist, dass Ernährungsarmut in Deutschland tendenziell immer noch negiert und ihre Eindämmung an Institutionen der ehrenamtlichen Fürsorge und der Privatwirtschaft delegiert wird (Pfeiffer 2014). Modelle zur Beseitigung sind etwa Suppenküchen oder „Die Tafeln“, die seit 1993 in Deutschland existieren und mittlerweile auf circa 950 Vor-Ort-Organisationen (Stand 2019) angewachsen sind. Nicht wenige sehen die Tafeln jedoch kritisch, da sie den Staat partiell aus einer politischen Verantwortung entlassen. Im Unterschied zu einer tatsächlichen Selbstorganisation stellen Wohlfahrtsverbände als saturierte Träger das organisatorische Gerüst und den Zugang zur Ehrenamtsstruktur her (Selke 2011). Hinzu kommt, dass die Tafeln zwar gewachsen, aber nicht flächendeckend tätig sind. Insbesondere Menschen in ländlichen und ostdeutschen Regionen profitieren nicht von ihren Dienstleistungen. Ein weiterer Vorwurf ist, dass die Tafeln zwar zur Reduzierung des Wegwerfverhaltens, aber nicht zur Aktivierung in Richtung Selbstorganisation beitragen. Alternativen der Selbstorganisation mit einer Ausgestaltung in Richtung eines nachhaltigen Ernährungskonsums wären daher eher Initiativen der Solidarischen Landwirtschaft, Food-Coops, Initiativen zum Food Sharing, Abokistenanbieter oder Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaften. Diese kombinieren eine nachhaltige Ausrichtung mit Selbstorganisation und solidarischer Ausrichtung. Sie verbinden die Aspekte regionaler und gesunder Nahrungsmittelversorgung.

2 Selbstorganisation als Strategie zur Bekämpfung von Armut – Potenziale der Selbstorganisation

Gesucht wird bei der Behebung der Folgen sozialer Ungleichheit in der Regel nach staatlichen Lösungs- und Umverteilungsansätzen. Politik, aber auch die Sozialwissenschaften, fragen dagegen eher selten, welche Möglichkeiten im Eigenengagement der Konsumierenden als Hilfe zur Selbsthilfe und damit zur Überwindung oder Reduzierung von Armut liegen.

Dabei gibt es klassischerweise immer wieder Lösungen in der Selbstorganisation der Verbraucher*innen. Diese sind zwar nicht sonderlich verbreitet und nicht gesellschaftlicher Mainstream. Aber in letzter Zeit richtet sich das Interesse zumindest der Sozialwissenschaften wieder auf diese selbstorganisatorischen Projekte, die als „Reale Utopien“ (Wright 2017) oder „Halbinseln gegen den Strom“ (Habermann 2009) bezeichnet werden. Gesammelt, dokumentiert und zu Themenbezügen verdichtet werden diese Beispiele der Selbstorganisation unter anderem in den Publikationen „FuturZwei Zukunftsalmannach – Geschichten vom guten Umgang mit der Welt“ (Welzer, Giesecke und Tremel 2014; Giesecke, Hebert und Welzer 2016).

Anknüpfungspunkt in der Verbraucherforschung ist der schon etwas ältere Ansatz von Wilfried Nelles und Wolfgang Beywl (1984), die sich in einem vom BMBF geförderten Projekt mit der Frage beschäftigten, ob Selbstorganisation eine Alternative für Verbraucher*innen sei. Dabei unternahmen sie einen ersten Versuch, das zu quantifizieren, was sie als neue Selbstorganisation definiert hatten:

„Sie sind explizit nicht-kommerziell und basisdemokratisch, informell und wehren sich damit sowohl gegen die Steuerung durch Geld (Profit) als auch durch bürokratische Macht. (...). Konkrete Inhalte sind unter anderem die Betonung von Beziehungen und Gemeinschaftsleben, Entscheidungsfindung durch den Diskurs Gleichberechtigter, genossenschaftliches Eigentum an Produktionsmitteln und Wiederannäherung an ein ökologisch angepasstes Leben.“ (Nelles und Beywl 1984, 80)

Die Autoren unterscheiden dabei weiterhin zwischen den Handlungsformen „Selbsthilfe“ und „Widerspruch“ als Protestform. Ermittelt wurden im Jahr 1984 18.000 Selbsthilfegruppen, denen auch 2.000 Betriebe der alternativen Ökonomie zugeordnet wurden, und 13.000 Widerspruchsgruppen (Nelles und Beywl 1984, 91). Dies ist die letzte systematische Erfassung von Selbsthilfeansätzen unter dem Blickpunkt der Verbraucherforschung.

3 Genossenschaften als Teil einer Praxis der Selbstorganisation

Bei den wenigen Analysen des Bürgerengagements bleibt zudem eine Organisationsform weitgehend ausgeklammert, die entstanden ist, um soziale Ungleichheit durch gemeinsames wirtschaftliches Engagement ihrer Mitglieder abzubauen. Gemeint sind die Genossenschaften, die unter dem Motto „Was einer nicht vermag, das vermögen Viele“ (Friedrich Wilhelm Raiffeisen) gegründet wurden, um Auswüchse sozialer Ungleichheit oder Armut einzudämmen und die Mitglieder mit preiswertem Wohnraum, erschwinglichen Lebensmitteln und Elektrizität zu versorgen. Wohnungs-, Konsum- und Elektrizitätsgenossenschaften sind genau zu diesem Zweck seit den 1850er-Jahren entstanden (Novy und Prinz 1985).

Eine Weiterentwicklung stellt die wissenschaftliche Diskussion um den Dritten Sektor dar, den eine Studie aus 2012 anhand der Rechtsform wie folgt definiert und dem in diesem Zusammenhang der Organisationsform der Genossenschaft Potenziale für die Selbstorganisation der Bekämpfung sozialer Ungleichheit zuschreibt:

„Die Organisationen in den Rechtsformen von Vereinen, gemeinnützigen Gesellschaften mit beschränkter Haftung (GmbH), gemeinnützigen Genossenschaften und Stiftungen haben in Deutschland ein besonderes Gewicht. Sie bilden den sogenannten Dritten Sektor und vertreten Mitgliederinteressen sowie die Anliegen Dritter.“ (Priller et al. 2012, 9)

In einigen wissenschaftlichen Expertisen werden Genossenschaften dem Bereich der Non-Profit-Organisationen zugeordnet, obwohl ihr Satzungszweck wirtschaftlich ausgerichtet ist. Hier treten vor allem Sozialgenossenschaften in das Blickfeld der Betrachtung. Folgt man einem engen Verständnis, dann werden diese explizit dem Bereich der Sozialwirtschaft zugeordnet. Es lassen sich drei Formen unterscheiden: Sozialgenossenschaften Betroffener, solidarische Genossenschaften zur Förderung Dritter sowie professionelle Genossenschaften von Beschäftigten im Sozialen Sektor (Thürling 2017, 461). Einem weiten Verständnis nach kann man Sozialgenossenschaften als gemeinwesenorientierte Genossenschaften bezeichnen (Göler von Ravensburg 2015, 153 f.). Dies kommt dem hier verfolgten Verständnis von Genossenschaften nahe. Wir sehen Genossenschaften als Formen der Selbstorganisation zur Wahrnehmung von Aufgaben, die aufgrund des Versagens gesellschaftlicher und marktwirtschaftlicher Kräfte durch bürgerschaftliches Engagement ein Äquivalent schaffen. Diese nehmen wir in den Bereichen Energie, Wohnen und Ernährung näher in den Blick. Wir folgen dabei der Feststellung einer Studie für das BMWi zu den Gründungspotenzialen von Genossenschaften, in der die Autoren konstatieren: „Grundsätzlich ist die Genossenschaft die ideale Rechtsform für Unternehmensgründungen im Bereich des bürgerschaftlichen Engagements“ (Blome-Drees, Degens und Schimmele 2017, 426).

3.1 Genossenschaften als sozialreformerisches Experiment

Nicht alle Initiativen der Selbstorganisation von Verbraucher*innen sind Genossenschaften, doch viele Organisationen sind genossenschaftlich ausgerichtet, auch wenn sie nicht als Genossenschaft eingetragen sind. Generell arbeiten Genossenschaften nach dem Prinzip der Hilfe zur Selbsthilfe und der Selbstorganisation. Insbesondere die Genossenschaftsverbände in Deutschland versuchen eine Zuordnung zu einer sogenannten Alternativökonomie jedoch weit von sich zu weisen. In ihrer Sichtweise sind Genossenschaften Unternehmen, die sich an den Prinzipien der Marktwirtschaft orientieren. Sie stützen sich dabei auf das Genossenschaftsgesetz, das diese wie folgt definiert:

„Genossenschaften sind Gesellschaften von nicht geschlossener Mitgliederzahl, deren Zweck darauf ausgerichtet ist, den Erwerb oder die Wirtschaft ihrer Mitglieder oder deren soziale und kulturelle Belange durch gemeinschaftlichen Geschäftsbetrieb zu fördern.“ (Geschwandtner und Helios 2006, 37)

Hinsichtlich der Genossenschaftlichkeit von Unternehmen gilt es zwischen der rechtlichen Frage und der sozialen Organisation zu unterscheiden. Danach erscheint es sinnvoll, Genossenschaftlichkeit anhand der vier wesentlichen Charakteristika einer Genossenschaft zu reflektieren: dem Förder-, dem Identitäts-, dem Demokratie- und dem Solidaritätsprinzip (Klemisch und Boddenberg 2012, 571).

- Förderwirtschaftliches Agieren ist ein entscheidendes Charakteristikum genossenschaftlicher Unternehmen. Der förderwirtschaftliche Auftrag wurde für eingetragene Genossenschaften (eG) sogar im Gesetz verankert. Er besagt: Nicht die Verwertung von Kapital und das Erwirtschaften von Gewinn soll Hauptzweck einer Genossenschaft sein, sondern die Förderung der Mitglieder in dem Geschäftsfeld, in dem sie angesiedelt ist.
- Das empirisch am leichtesten überprüfbare genossenschaftliche Prinzip und somit das eindeutigste Erkennungsmerkmal stellt das Identitätsprinzip dar. Zwei Rollen, die sich sonst am Markt gegenüberstehen, fallen in der Personengruppe der Genossenschaftler zusammen. Bei der Wohnungsbau-genossenschaft sind es Mieter*innen und Vermieter*innen, in der Konsumgenossenschaft Verbraucher*innen und der Handel in der Produktivgenossenschaft Kapitaleigner und Beschäftigte.
- Mit dem dritten Prinzip, dem Demokratieprinzip „ein Mensch, eine Stimme“, werden Genossenschaften am stärksten verbunden. Unabhängig von der Anzahl der eingebrachten Kapitalanteile, der Erfahrungen oder der Position im Betrieb, verfügt jedes Mitglied in der Generalversammlung formal über das gleiche Stimmrecht (Klemisch und Vogt 2012, 23 f.).
- Das Solidaritätsprinzip als viertes Prinzip soll an dieser Stelle besonders betont werden, auch wenn es unter Genossenschaftstheoretikern als das umstrittenste gilt. Bekannter ist der Begriff „Genossenschaftsgeist“ (Hettlage 1990, 123-152). Mit diesem Prinzip wird das Thema Unternehmenskultur in besonderem Maße tangiert, geht es hierbei doch um die Ausprägung genossenschaftsspezifischer Werte, Einstellungen und Verhaltensweisen. Durch die Betonung und konsequente Anwendung bestimmter Werte und der damit verbundenen Verhaltensweisen kann in genossenschaftlichen Unternehmen eine höhere Stabilität erreicht werden. Das gilt vor allem für die Gründungsphase der Genossenschaft, aber auch für die Zeiten intensiver sozialer Konflikte oder wirtschaftlicher Turbulenzen. Kommt hier das Solidaritätsprinzip nicht zum Tragen, besteht die Gefahr, dass eine Grün-

derung scheitert oder die betreffende Genossenschaft in Krisenzeiten relativ schnell auseinanderfällt. Für das Solidaritätsprinzip stehen: gemeinsame Investitionen, Nachbarschaftshilfe, Wohnungstausch und das Teilen von Produkten und Dienstleistungen. Genossenschaften sind danach ein Teil der Selbstorganisation der Konsument*innen.

In Deutschland hat es historisch schon immer zwei Strömungen innerhalb der Genossenschaftsbewegung gegeben. Diese fanden in der von 1902 bis 1933 gespaltenen Geschichte der Genossenschaftsverbände ihren realen Ausdruck und hatten entscheidenden Einfluss auf die Frage der Verortbarkeit von Genossenschaften innerhalb der Diskussion um dezentrale Reformansätze. Für Arno Mersmann und Klaus Novy gelten Genossenschaften erst dann als sozialreformerisch,

„[...] wenn sie nicht bloß der Besserstellung einer Sondergruppe dienen, wenn umgekehrt also die wirtschaftlichen Vorteile der genossenschaftlichen Organisation prinzipiell verallgemeinerungsfähig sind. [...] [S]ozialreformerische Genossenschaften verstehen sich als Substitute zu Privateigentum und Marktwirtschaft („Kooperation statt Konkurrenz“, „Solidarismus“).“ (Mersmann und Novy 1991, 29 f.)

3.2 Genossenschaften und Solidarische Ökonomie

In der wissenschaftlichen Diskussion um die Praxis der Selbstorganisation der Verbraucher*innen kommt auch der Begriff „Solidarische Ökonomie“ ins Spiel. Für deren Umsetzung in die wirtschaftliche Praxis spielen sozialreformerische Genossenschaften eine bedeutsame Rolle (Kerber-Clasen 2012, 283). Die „Solidarische Ökonomie“ wird als Sammelbegriff für die vielfältigen Formen der alternativen Ökonomie gebraucht. Darunter werden sowohl sozialreformerische Produktivgenossenschaften als auch andere Formen alternativen Wirtschaftens verstanden. Gemeint sind damit unter anderem Energiegenossenschaften, Dorfläden, Konsumgenossenschaften, fairer Handel, Wohnprojekte, Gemeinschaftsgärten, aber auch Tauschringe oder Regionalwährungen (Übersichten bieten Giegold und Embshoff 2008; Voß 2014). All diese Projekte weisen auf die Organisations- und Handlungsprinzipien Solidarität, Selbstorganisation, Kooperation, Demokratie und Gemeinwohlorientierung hin und haben eine hohe Identität mit den genossenschaftliche Organisationsprinzipien (Elsen 2011: 93 ff.).

Entscheidend sind die Affinitäten zwischen einer genossenschaftlich orientierten Arbeitsweise und den verschiedenen Formen der alternativökonomischen Produktionsstrategien. Zwei Protagonisten dieses Diskussionszusammenhangs, Giegold und Embshoff (2008, 12 ff.), verstehen darunter Formen des Wirtschaftens, die menschliche Bedürfnisse auf der Basis freiwilliger Kooperationen, Selbstorganisation und gegenseitiger Hilfe befriedigen. Auch Altvater stellt fest, dass ein „nicht eng definierter Begriff der solidarischen Ökonomie möglicherweise der angemessenere [ist], um die Vielfalt des genossenschaftlichen und gemeinschaftlichen Wirtschaftens erfassen zu können“ (Altvater 2012, 55).

Große Übereinstimmung weist die Begrifflichkeit der Solidarischen Ökonomie mit den in Deutschland unter dem Begriff Gemeinwesenökonomie vertretenen Ansätzen auf. Bezogen auf ihre sozialen und politischen Ziele und auf ihre Arbeitsorganisation lassen sich Gemeinwesenökonomien der „Économie Sociale“ und somit dem „Dritten Sektor“ zwischen Staat und Markt zuordnen (Elsen 1998, 81). Da Genossenschaften Selbsthilfeorganisationen sind, die auf den Prinzipien der Selbstverwaltung und Selbstverantwortung beruhen, können sie somit als natürlicher Teil der solidarischen Ökonomie oder der Gemeinwohlökonomie beschrieben werden. Sie scheinen in hohem Maße geeignet für eine Selbstorganisation der Verbraucher*innen.

Genossenschaften können als relevanter Teil einer kooperativen Marktwirtschaft bezeichnet werden und sind damit Teil emanzipatorischer Alternativen, die Eric Olin Wright (2017) als „Reale Utopien“ bezeichnet. Für Wright sind Genossenschaften eine heterogene Gruppe von Wirtschaftsorganisationen. Er differenziert Genossenschaften in solche, die den Verbraucher*innen gehören und indirekt von ihren Mitgliedern gesteuert werden, indem diese den Vorstand wählen, und Erzeugergenossenschaften, die sich zu verschiedenen Zwecken zusammenschließen, aber insbesondere zum Vertrieb und zur Vermarktung von Lebensmitteln, Wohnungsgenossenschaften, Solidaritätsgenossenschaften und Arbeitnehmergenossenschaften (Wright 2019, 70 f.).

4 Projekte im Bereich Wohnen, Energie, Solidarische Landwirtschaft, Dorfläden

Relevante Bereiche, in denen Projekte auch zur Behebung von Armut und sozialer Ungleichheit beitragen können, sind:

- Neues Wohnen als selbstorganisierte Alternative zu Wohnungsnot, hohen Mieten und Immobilienpreisen (Mietshäuser Syndikat und Dachgenossenschaften).
- Wohnungs- und Energiegenossenschaften, die Strom für ihre Mitglieder (Mieterstrom) nach sozialen Kriterien verteilen können (zwischen 2007 und 2015 wurden fast 1.000 neu gegründet).
- Solidarische Landwirtschaft: Hier sind 200 Betriebe und 150 weitere Initiativen entstanden. Das Prinzip der Biiterrunden ermöglicht einkommensschwächeren Mitgliedern, sich an der Versorgung mit regionalen Lebensmitteln zu beteiligen.
- Etwa 200 Dorfläden versorgen Bewohner*innen der ländlichen Räume mit Bedarfsgütern des alltäglichen Lebens. Diese können als gemeinwesenorientierte Sozialgenossenschaften bezeichnet werden (Göler von Ravensburg 2015, 150 ff.).

Diese werden im Folgenden exemplarisch vorgestellt.

4.1 Neues Wohnen als selbstorganisierte Alternative zu Wohnungsnot, hohen Mieten und Immobilienpreisen

Der Mangel an bezahlbaren Wohnungen hat sich in den letzten Jahren in fast allen deutschen Großstädten bemerkbar gemacht. Eine Reurbanisierung der Lebensverhältnisse ist verbunden mit zunehmender Deregulierung, Privatisierung und dem Verlust preisgebundener Wohnungsbestände. Davon sind alle Mieter*innen abhängig, und das ist mehr als die Hälfte der deutschen Bevölkerung (Bontrup 2018, 119). Als Reaktion auf diese Entwicklung sind seit etwa 2010, oft unter dem Schlagwort „Recht auf Stadt“, lokale Protestbewegungen

gegen diese Entwicklungen entstanden. Häufig knüpfen sie an Traditionen des genossenschaftlichen Wohnungsbaus an, der in Deutschland auf eine breite Tradition zurückgreifen kann, mit einer Blütezeit in den 1920er-Jahren in enger Verbindung mit der Arbeiterbewegung. Sie sind entsprechend den genossenschaftlichen Grundprinzipien organisiert, in denen die Mitglieder der Genossenschaft sowohl Leistungsbeziehende (Mieter*innen), Kapitalgeber*innen und Entscheidungstragende sind. Heute tummeln sich unter dem Etikett des gemeinschaftlichen Wohnens sowohl privatwirtschaftlich ausgerichtete Baugruppen als auch Organisationen, die näher an der Gemeinwohlidee orientiert sind. Traditionelle Wohnungsgenossenschaften verfolgen mit ihrem genossenschaftlichen Förderzweck das Ziel, ihren Mitgliedern dauerhaft guten und bezahlbaren Wohnraum zur Verfügung zu stellen. Ihre Mieten (Nutzungsgebühren) liegen häufig unter den ortsüblichen Vergleichsmieten und denen kommunaler Gesellschaften. Ein Problem dieser Variante ist allerdings die Versorgung einkommensschwacher Gruppen mit bezahlbarem Wohnraum durch die sozio-kulturelle Exklusivität der Organisation und die Schwelle einer Kapitalbeteiligung. Neue Wohnungsgenossenschaften in Selbstorganisation gründen sich heute vielfach mit dem Ziel der Errichtung alternativer Wohnformen, sie tragen damit aber nur begrenzt zur Überwindung der Knappheit an preisgünstigem Wohnraum in den Ballungsgebieten bei.

Beispiele für die an der Gemeinwohlidee orientierte Variante sind vor allem das seit den 1990er-Jahren existierende Mietshäuser Syndikat sowie einige Dachgenossenschaften. Das Ziel des Mietshäuser Syndikats ist es, die angeschlossenen Projekte dauerhaft dem Markt zu entziehen. Obwohl es sich um eine Nische handelt, ist der Verbund in letzter Zeit exponentiell gewachsen: Ihm gehörten in 2016 über 100 Wohnprojekte mit weit über 2.000 Bewohnern an (Balmer und Bernet 2017, 264). Bis 2019 ist die Anzahl der Projekte auf circa 1.000 gestiegen. Zur solidarischen Überwindung der Wohnungsnot müsste also, wie beim Mietshäuser Syndikat oder einigen mittelgroßen Genossenschaften (etwa der WoGeno München), ein lokaler Solidartransfer-Mechanismus eingeführt werden, um das Solidaritätsprinzip umzusetzen. Hier gilt es einen Ausgleich zwischen oft älteren Wohnungsbesitzern und jüngeren Wohnungssuchenden herzustellen. Das bedeutet eine Vernetzung unter bestehenden Wohnprojekten und eine Strategie der Expansion, um mehr Mieter*innen, die bisher profitorientierten Anbietern ausgeliefert waren, einen Weg in die Selbstverwaltung zu ermöglichen (Novy 1982).

Die Perspektiven und Potenziale einer genossenschaftlichen Strategie gegen Wohnungsknappheit und hohe Immobilienpreise sollten dringend weiterverfolgt und untersucht werden, um auch die Rahmenbedingungen für Selbstorganisation zu verbessern. Um in diesem engen Markt Lösungsmodelle in Selbstorganisation wirksam werden zu lassen, müssten dachgenossenschaftliche Modelle wie das Mietshäuser Syndikat als Hilfe zur Selbsthilfe weiterverfolgt werden (Balmer und Bernet 2017).

4.2 Energiegenossenschaften

Auch Bürgerenergiegenossenschaften können Mechanismen zum solidarisches Ausgleich unter den Nutzern der selbst erzeugten Energie verankern. In Mieterstromprojekten lassen sich angepasste Tarife für sozial schwache Haushalte vereinbaren und, was bei genossenschaftlichen Projekten eine Einstiegsvoraussetzung zur Mitbestimmung ist, der Einstieg in die Genossenschaft durch einen für sozial schwächer gestellte Mitglieder erschwinglichen Genossenschaftsanteil ausrichten. Damit kann in einer Form der dezentralen selbstorganisierten Energieversorgung ein Beitrag zum Abbau von Energiearmut geleistet werden. Obwohl sich der Mieterstrom insgesamt besonders zur Umsetzung der Selbstorganisation eignet, also die Rolle von Erzeuger und Verbraucher zusammenführt, werden aktuell kaum Mieterstrommodelle realisiert. Weder Energieversorgungsunternehmen noch die Wohnungswirtschaft entwickeln beziehungsweise betreiben entsprechende Geschäftsmodelle in einem nennenswerten Umfang; daran hat auch das Mieterstromgesetz bisher wenig geändert. Die Energiegewinner eG aus Köln sind in Nordrhein-Westfalen die erste Bürgerenergiegenossenschaft, die erfolgreich Mieterstromprojekte realisiert hat, allerdings ohne eine soziale Ausgestaltung der Tarifstruktur.

4.3 Projekte der Solidarischen Landwirtschaft

In Deutschland existierten 2018 etwa 200 Betriebe der Solidarischen Landwirtschaft (SoLawi) sowie 125 Gründungsinitiativen. Welche Dynamik dieser Sektor aufweist, wird deutlich, wenn man dies mit den aktuellen Zahlen vergleicht. Heute sind 267 Betriebe der Solidarischen Landwirtschaft gelistet und 49 weitere in Gründung (Stand 10. Januar 2020) (Ernte teilen 2020). Geht man von 100 Aktiven

pro Initiative aus, bewegen sich bundesweit im Bereich der Solidarischen Landwirtschaft etwa 30.000 Menschen. Zur Weiterentwicklung wurde ein Netzwerk von Solawi-Betrieben und -Initiativen gegründet (Netzwerk Solidarische Landwirtschaft). Die beteiligten Betriebe unterstützen sich durch Erfahrungsaustausch und gegenseitige Beratung. Es handelt sich meist um kleinere Betriebe, die teilweise noch andere Vermarktungsstrukturen neben der Solawi nutzen und sich häufig in der Nähe urbaner Zentren befinden (Boddenberg et al. 2017).

In einigen Initiativen der Solidarischen Landwirtschaft findet ein sozialer Ausgleichsmechanismus statt. Dies sind unter anderem die sogenannten Bieterunden, in denen jedes Mitglied anonym angeben kann, wie viel sie oder er bereit ist, monatlich für die landwirtschaftlichen Produkte auszugeben. Das ist das solidarische Finanzierungssystem, weil diejenige, die wenig haben – Studierende oder Erwerbslose – in die Lage versetzt werden, einen reduzierten Beitrag zu leisten, der aber durch das Solidarverhalten anderer Gruppenmitglieder mitgetragen wird (Heintz 2018; Boddenberg et al. 2017).

Die Konfliktlinien in den Betrieben und Initiativen der Solidarischen Landwirtschaft verlaufen zwischen einer Commons-Orientierung und der wirtschaftlichen Ausrichtung, also zugespitzt zwischen einem warenförmigen und einem nicht warenförmigen Austausch. Hier sind die genossenschaftlichen Ausgestaltungen, wie das Kartoffelkombinat in München, eher an einem warenförmigen Austausch ausgerichtet, wogegen andere Beispiele sich der Form einer nachhaltigen Bewirtschaftung von lokalen Allmenderessourcen in Selbstorganisation und in starker Abgrenzung zu privatwirtschaftlichen Lösungen verpflichtet fühlen (Ostrom 1999).

4.4 Dorfläden

Im Bereich Handel sind es in erster Linie Dorfläden, in der Rechtsform der Genossenschaft und des wirtschaftlichen Vereins, die das Engagement der Bürger*innen nutzen können, um somit eine Alternative zur Fahrt in den außerhalb der Dörfer angesiedelten Discounter zu ermöglichen. Die Stärken von Dorfläden liegen in ihrer partizipativen und kooperativen Ausrichtung. Die Betreiber von Dorfläden ergeben sich nicht dem Schicksal der strukturellen Schwäche ländlicher Gebiete, sondern nehmen dieses als Hilfe zur Selbsthil-

fe selbst in die Hand. Durch die Kooperation mit regionalen Betrieben – zum Beispiel ansässigen Metzgereien, Bäckereien und landwirtschaftlichen Betrieben – können sie einen Beitrag zur Stärkung des regionalen Wirtschaftskreislaufs und der ökologischen Nachhaltigkeit leisten. Dorfläden stärken durch ihre Funktion den sozialen Austausch im Dorf und unterstützen zudem Möglichkeiten, dörfliche Kerne zu revitalisieren (Klemisch und Heins 2016).

Insgesamt wird die Zahl der Bürger-Dorfläden bundesweit auf über 200 geschätzt. Über 50 Dorfläden „von Bürgern für Bürger“, Initiativen und kommunale Nahversorger aus acht Bundesländern sind im Dorfladen-Netzwerk der „Bundesvereinigung multifunktionaler Dorfläden“ organisiert und erhalten zum Beispiel in Bayern auch eine staatliche Gründungsförderung. Auch wenn viele Dorfläden nicht in erster Linie darauf abzielen, hohe Gewinne zu erwirtschaften, so müssen sie sich doch langfristig auch ohne Subventionen finanziell tragen. Perspektivisch sollten Dorfläden nicht hauptsächlich ehrenamtlich betrieben werden. Es bedarf vielmehr der Zahlung anständiger Löhne, um das Engagement der Bürger entsprechend zu honorieren. Dabei ist ein Charakteristikum, dass es in diesen hybriden gemeinwirtschaftlichen Formen immer um ein Ausbalancieren von hauptamtlicher und ehrenamtlicher Tätigkeit geht. Dies gilt auch für die Lösungsmöglichkeiten in den anderen dargestellten Feldern.

5 Fazit – Potenziale der Selbstorganisation der Verbraucher*innen

5.1 Fazit I: Selbstorganisation der Verbraucher*innen

Über die dargestellten Beispiele hinaus gibt es eine Vielzahl von Projekten der Selbstorganisation der Verbraucher*innen. Dabei variieren die Formen von Selbstorganisation. Neben Bürgerenergie, Neuem Wohnen, der Solidarischen Landwirtschaft und Dorfläden wären hier unter anderem zu nennen:

Repair Cafes, Urban Gardening, Tauschbörsen, Car-Sharing, Initiativen zur Elektromobilität, Reparaturwerkstätten, Peer-to-Peer Sharing-Initiativen. Obwohl es keine empirischen Untersuchungen hierzu gibt, kann festgestellt werden, dass Vielfalt und Umfang von Problemlösung in Selbstorganisation der Verbraucher*innen wachsen. Dokumentierte Initiativen sind im „Zukunftsalmanach FuturZwei“ (Welzer, Giesecke und Tremel 2014; Giesecke, Hebert und Welzer 2016) oder im Internet unter der Nachhaltigkeitsplattform „Utopia“ (www.utopia.de) zu finden. Folgende gemeinsamen Merkmale lassen sich festhalten:

Bei nahezu allen Projekten der Selbstorganisation handelt es sich um soziale Innovationen, wenn man die Typen sozialer Innovation für nachhaltigen Konsum zugrunde legt (Jaeger-Erben, Rückert-John und Schäfer 2017, 36 ff.). Entstanden sind die Projekte der Selbstorganisation häufig aus einer ökologischen Motivation. Daher sind ökologische Entlastungseffekte und Ressourcenschonung nicht nur erwünscht, sondern auch fester Bestandteil der Motivation. Projekte der Selbstorganisation der Verbraucher*innen orientieren sich aber nicht nur an der ökologischen Zielstellung von Nachhaltigkeit, sondern auch an der sozialen Ausrichtung. Insofern sind Gemeinschaftsorientierung, Solidarität und Hilfe zur Selbsthilfe zur Überwindung von Armut und Knappheit vielen beschriebenen Ansätzen immanent oder aus einer spezifischen Motivation zur Überwindung der sozialen Problemlage entstanden.

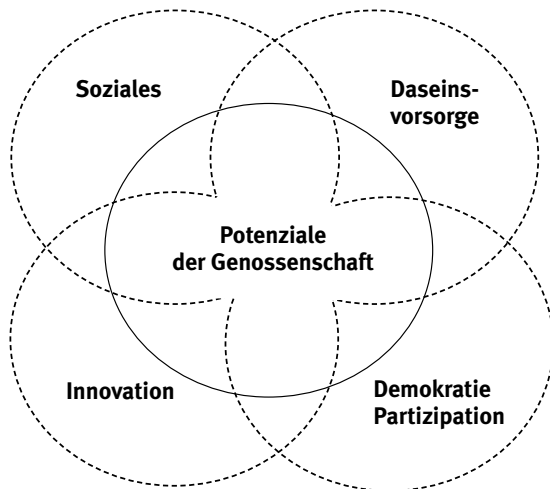


Abbildung 1: Potenziale der Genossenschaften (Eigene Darstellung).

5.2 Fazit II: Forschungsbedarf und Schlussfolgerungen

Eine Forschung zu Selbstorganisation als Möglichkeit der Verbraucherpolitik steht erst am Anfang. Dabei werden fast alle relevanten Bereiche der Verbraucherpolitik wie Ernährung und Gesundheit, Energie und Mobilität oder Wohnen tangiert. Hierzu werden Lösungen durch solidarisches Handeln auch zur Armut- oder Mangelbekämpfung erarbeitet, die eine Beteiligung der Betroffenen ermöglicht. Bisher existiert aber nur eine sektorale Forschung. So sind die Lösungen im Bereich der Vermeidung von Ernährungsarmut für Projekte wie „Die Tafel“ oder im Bereich der Modelle zur Bekämpfung der Wohnungsnot relativ gut dokumentiert. Selbstorganisatorische Lösungen im Sektor der Energiearmut oder der Aufrechterhaltung einer dörflichen Versorgungsstruktur in Eigeninitiative sind dagegen bisher noch wenig dokumentiert oder gar erforscht. Zudem fehlt ein systematisch gepflegtes Gesamtverzeichnis der Projekte und Initiativen. Ein solches Inventar aufzubauen, wie es zum Beispiel der Untersuchung der Dritten-Sektor-Organisationen zugrunde liegt, wäre ein erster Schritt. Gemeint ist damit die Erstellung einer Art Alternatives Branchenbuch.

Abschließen möchten wir unsere Ausführungen mit einem Plädoyer für mehr sozial-ökologische Forschung als Beitrag zur sozial-ökologischen Transformation in Richtung Selbstorganisation der Verbraucher*innen und Nachhaltigkeit. Bezogen auf den Aspekt von Armutskonsum müsste dies an einem Ausbau der regionalen Infrastrukturen. Dies wird auch deutlich durch die Auswirkungen der Corona-Krise, die auf ein privatisiertes und nicht auf ein am Bedarf und am Gemeinwohl orientiertes Gesundheitswesen stößt, so auch Heribert Prantl in seinem Kommentar „Bittere Medizin“ (Prantl 2020). Infrastrukturpolitik meint mit Wolfgang Streeck eine lokale Fundamentalökonomie mit einer strikten Dezentralisierung als Basis (Streeck 2019).

Aber nochmals: Die Forschung zur Selbstorganisation als Möglichkeit der Verbraucherpolitik steht erst am Anfang. Es werden nur vereinzelte sektorale Zugänge verfolgt, obwohl die Initiativen der Selbstorganisation, wie gezeigt, in fast allen relevanten Feldern des Verbraucherschutzes, von der Ernährung über das Wohnen bis hin zu Energie und Umwelt, gefunden werden können. Dies ist verbunden mit einem Ansatz, der sich auf dezentrale und am Gemeinwohl orientierte Initiativen jenseits des Kapitalismus ausrichtet. So wie Wolfgang Streeck (2019) in seinem Aufsatz „Der alltägliche Kommunismus“ für

eine lokale Fundamentalökonomie mit örtlichen Mittel-, Klein- und Kleinstunternehmen und vor allem auch mit Genossenschaften plädiert, die ein staatlich garantiertes Gemeineigentum mit einer strikten Dezentralisierung verbindet, um die Ungleichheit der Lebensverhältnisse vor allem in ländlichen Regionen auszugleichen.

Literatur

- Altwater, Elmar. 2012. Genossenschaft und gutes Leben – Der Sozialismus des 21. Jahrhunderts. *Blätter für deutsche und internationale Politik* 57, Nr. 4: 53-63.
- Balmer, Ivo und Tobias Bernet. 2017. Selbstverwaltet bezahlbar wohnen? Potentiale und Herausforderungen genossenschaftlicher Wohnprojekte. In: *Wohnraum für alle?! Perspektiven auf Planung, Politik und Architektur*, hg. von Barbara Schöning, Justin Kadi und Sebastian Schipper, 260-279. Bielefeld: transcript.
- Blome-Drees, Johannes, Philip Degens und Clemens Schimmele. 2017. Ist die eingetragene Genossenschaft eine geeignete Rechtsform für kleine Initiativen des bürgerschaftlichen Engagements? In: *Nonprofit-Organisationen und Nachhaltigkeit*, hg. von Ludwig Theuvsen, Rene Andeßner, Markus Gmür und Dorothea Greiling, 419-428. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Boddenberg, Moritz, Lenard Gunkel, Sarah Schmitz, Franziska Vaessen und Birgit Blättl-Mink. 2017. Jenseits des Marktes – Neue Praktiken der Versorgung in Zeiten der Krise. Das Beispiel solidarische Landwirtschaft. In: *Kapitalismus als Lebensform. Deutungsmuster, Legitimation und Kritik in der Marktgesellschaft*, hg. von Patrick Sachweh und Sascha Münnich, 245-274. Wiesbaden: Springer VS.
- Bontrup, Heinz-Josef. 2018. *Wohnst du noch...? Immobilienwirtschaft und Mieten kritisch betrachtet*. Hamburg: VSA.
- Bourdieu, Pierre. 1982. *Die feinen Unterschiede*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Brunner, Karl-Michael. 2014. *Nachhaltiger Konsum und soziale Ungleichheit*. Wien: Arbeiterkammer.
- Butterwege, Christoph. 2020. *Die zerrissene Republik. Wirtschaftliche, soziale und politische Ungleichheit in Deutschland*. Weinheim: Beltz Juventa.

- Castello, Melanie und Michael Böcher. 2018. Soziale Kälte bei der Wärmewende. *Soziologie und Nachhaltigkeit* 4, Nr. 3: 51-79.
- Elsen, Susanne. 1998. Gemeinwesenarbeit und Gemeinwesenökonomie im Zeitalter der Globalisierung. In: *Solidarische Ökonomie und Empowerment: Jahrbuch Gemeinwesenarbeit* 6, hg. von Tilo Klöck, 69-98. Neu-Ulm: AG SPAK.
- . 2011. Solidarische Ökonomie: Die Wiederentdeckung der Commons und die ökosoziale Entwicklung des Gemeinwesens. In: *Ökosoziale Transformation: Solidarische Ökonomie und die Gestaltung des Gemeinwesens*, hg. von Susanne Elsen, 90-114. Neu-Ulm: AG SPAK.
- Ernte teilen. 2020. Bestehende Solawis und Solawis i.G. *Solidarische Landwirtschaft*. <https://www.solidarische-landwirtschaft.org/solawis-finden/auflistung/solawis> (Zugriff: 10. Januar 2020).
- Fratscher, Marcel. 2016. *Verteilungskampf: Warum Deutschland immer ungleicher wird*. München: Hanser.
- Geschwandtner, Marcus und Marcus Helios. 2006. *Genossenschaftsrecht: Das neue Genossenschaftsgesetz und die Einführung der europäischen Genossenschaft*. Freiburg: Haufe.
- Giesecke, Dana, Saskia Hebert und Harald Welzer, Hrsg. 2016. *FuturZwei Zukunftsalmanach 2017/18: Geschichten vom guten Umgang mit der Welt*. Frankfurt: Fischer.
- Giegold, Sven und Dagmar Embshoff, Hrsg. 2008. *Solidarische Ökonomie im globalisierten Kapitalismus*, in Kooperation mit der „Bewegungsakademie“ und der „tageszeitung“. Hamburg: VSA.
- Göler von Ravensburg, Nicole. 2015. Sozialgenossenschaften in Deutschland. *Zeitschrift für das gesamte Genossenschaftswesen* 65, Nr. 2: 135-154.
- Haas, Tobias. 2017. Energiearmut als neues Konfliktfeld in der Stromwende. In: *Energie und soziale Ungleichheit*, hg. von Katrin Großmann, Andre Schaffrin und Christian Smigiel, 377-402. Wiesbaden: Springer VS. Habermann, Friederike. 2009. *Halbinseln gegen den Strom*. Königstein: Helmer.
- Heintz, Veiko. 2018. *Solidarische Landwirtschaft: Betriebsgründungen, Rechtsformen und Organisationsstrukturen*. Hamm: Abl.
- Hettlage, Robert. 1990. „Solidarität“ und „Kooperationsgeist“ in genossenschaftlichen Unternehmungen. In: *Kooperatives Management*, hg. von Arbeitskreis für Kooperation und Partizipation e. V., 123-152. Baden-Baden: Nomos.

- Holm, Andrej. 2017. „Neue Gemeinnützigkeit“ und soziale Wohnungsver-sorgung. In: *Wohnraum für alle?! Perspektiven auf Planung, Politik und Architektur*, hg. von Barbara Schöning, Justin Kadi und Sebastian Schipper, 135-152. Bielefeld: transcript.
- Holm, Andrej, Henrik Lebuhn, Stephan Junker und Kevin Neitzel. 2018. *Wie viele und welche Wohnungen fehlen in deutschen Großstädten? Die soziale Versorgungslücke nach Einkommen und Wohnungsgröße*. Working Paper 63. Düsseldorf: Hans-Böckler-Stiftung. https://www.boeckler.de/pdf/p_fofoe_WP_063_2018.pdf.
- Jaeger-Erben, Melanie, Jana Rückert-John und Martina Schäfer. 2017. Do-it-yourself oder do-it-together? Eine Typologie sozialer Innovationen für nachhaltigen Konsum. In: *Soziale Innovationen für nachhaltigen Konsum*, hg. von Melanie Jaeger-Erben, Jana Rückert-John und Martina Schäfer, 23-50. Wiesbaden: Springer VS.
- Kerber-Clasen, Stefan. 2012. Produktivgenossenschaften und solidarische Ökonomie als Forschungs- und Praxisfeld: Eine Skizze. *WSI Mitteilungen* 65, Nr. 4: 281-288.
- Klemisch, Herbert. 2014. Energiegenossenschaften als regionale Antwort auf den Klimawandel, In: *Genossenschaften und Klimaschutz*, hg. von Carolin Schröder und Heike Walk, 149-166. Wiesbaden: Springer VS.
- Klemisch, Herbert und Moritz Boddenberg. 2012. Zur Lage der Genossen-schaften – tatsächliche Renaissance oder Wunschdenken? *WSI-Mitteilungen* 65, Nr. 8: 570-580.
- Klemisch, Herbert und Bernd Heins. 2016. Strukturwandel im ländlichen Raum. *Zeitschrift für sozialistische Politik und Wirtschaft* 212: 55-60.
- Klemisch, Herbert und Walter Vogt. 2012. *Genossenschaften und ihre Potentiale für eine sozial gerechte und nachhaltige Wirtschaft*. Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Lebuhn, Henrik, Andri Holm, Stephan Junker und Kevin Neitzel. 2017. *Wohnverhältnisse in Deutschland – eine Analyse der sozialen Lage in 77 Großstädten: Bericht aus dem Forschungsprojekt „Sozialer Wohnungsbedarf“*. Düsseldorf: Hans-Böckler-Stiftung. https://www.boeckler.de/pdf_fof/99313.pdf.
- Mersmann, Arno und Klaus Novy. 1991. *Gewerkschaften, Genossenschaften, Gemeinwirtschaft: Hat eine Ökonomie der Solidarität eine Chance?* Köln: Bund.

- Nelles, Wilfried und Wolfgang Beywl. 1984. *Selbstorganisation: Alternativen für Verbraucher*. Frankfurt am Main: Campus.
- Novy, Klaus. 1982. Solidargemeinschaften für Wohnungsverwaltung und -neubau: Ein Modell: Anmerkungen zum Verhältnis von Trägerformen und Finanzierungsalternativen. *Arch+* 61: 52-53.
- Novy, Klaus und Michael Prinz. 1985. *Illustrierte Geschichte der Gemeinwirtschaft*. Bonn: Dietz.
- Ostrom, Elinor. 1999. *Die Verfassung der Allmende*. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Pfeiffer, Sabine. 2014. *Die verdrängte Realität: Ernährungsarmut in Deutschland: Hunger in der Überflussesgesellschaft*. Berlin: Springer.
- Piketty, Thomas. 2014. *Das Kapital im 21. Jahrhundert*. München: C. H. Beck.
- Prantl, Heribert. 2020. Kommentar „Bittere Medizin“ zum Artikel „Kein Abschied von den Liebsten“. *Süddeutsche Zeitung* (11. April). <https://www.sueddeutsche.de/politik/coronavirus-gesundheitswesen-kommerzialisierung-1.4873867?reduced=true> (Zugriff: 8. Mai 2020).
- Priller, Eckhard, Mareike Alscher, Patrick Droß, Franziska Puls, Clemens Poldrack, Claudia Schmeißer und Nora Waitkus. 2012: *Dritte-Sektor-Organisationen heute: Eigene Ansprüche und ökonomische Herausforderungen*. Berlin: WZB.
- Schaffrin, Andre, Christian Smigiel und Katrin Großmann. 2017. Energie und soziale Ungleichheit in Deutschland und Europa: Eine Einführung. In: *Energie und soziale Ungleichheit*, hg. von Katrin Großmann, Andre Schaffrin und Christian Smigiel, 1-26. Wiesbaden: Springer VS.
- Schimank, Uwe. 2013. *Gesellschaft*. Bielefeld: transcript.
- Schöllgen, Claudia und Stephanie Kosbab. 2017. Energiesperren vermeiden, Energiearmut lindern: Erfahrungen aus Nordrhein-Westfalen. In: *Energie und soziale Ungleichheit*, hg. von Katrin Großmann, Andre Schaffrin und Christian Smigiel, 475-492. Wiesbaden: Springer VS.
- Schöning, Barbara. 2017. Sechs Thesen zur wieder mal „neuen“ Wohnungsfrage: Plädoyer für ein interdisziplinäres Gespräch. In: *Wohnraum für alle?! Perspektiven auf Planung, Politik und Architektur*, hg. von Barbara Schöning, Justin Kadi und Sebastian Schipper, 11-26. Bielefeld: transcript.
- Selke, Stefan, Hrsg. 2011. *Tafeln in Deutschland: Aspekte einer sozialen Bewegung zwischen Nahrungsmittelumverteilung und Armutsintervention*. Wiesbaden: Springer VS.
- Streck, Wolfgang. 2019. Der alltägliche Kommunismus. In: *Blätter für deutsche und internationale Politik* 64, Nr. 6: 93-105.

- Thürling, Marlene. 2017. Sozialgenossenschaftliche Unternehmen in Deutschland: Begriff, aktuelle Entwicklungen und Forschungsbedarf. In: *Nonprofit-Organisationen und Nachhaltigkeit*, hg. von Ludwig Theuvsen, Rene Andeßner, Markus Gmür und Dorothea Greiling, 459-468. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Voß, Elisabeth. 2014. *Wegweiser Solidarische Ökonomie: Anders wirtschaften ist möglich!* Neu-Ulm: AG SPAK.
- Welzer, Harald, Dana Giesecke und Luise Tremel, Hrsg. 2014. *FuturZwei Zukunftsalmanach 2015/16: Geschichten vom guten Umgang mit der Welt*. Frankfurt: Fischer.
- Wright, Erik Olin. 2017. *Reale Utopien*. Berlin: Suhrkamp.
- . 2019. *Linker Antikapitalismus im 21. Jahrhundert*. Hamburg: VSA.

Über die Autoren

Dr. Herbert Klemisch ist Sozialwissenschaftler und Projektleiter im Wissenschaftsladen Bonn, Arbeitsschwerpunkte: Genossenschaften, Erneuerbare Energien und Nachhaltigkeit.

Moritz Boddenberg, M.A., ist Soziologe und wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Professur für Gesellschaftsanalyse und sozialen Wandel am Institut für Soziologie der Universität Hamburg. Arbeitsschwerpunkte: Praktiken des Transkapitalismus, Genossenschaften und Nachhaltigkeit.

Aufsuchender Verbraucherschutz im Quartier

Die zunehmende soziale Spaltung in deutschen Städten und ihre Implikationen für die Verbraucherarbeit

Manuel David

Schlagwörter: Stadtsoziologie (STW) | Verbraucherinformation, Verbraucherpolitik, Verbraucherschutz, Segregation, Wohnquartier (TheSoz)

Abstract

In Deutschland konzentrieren sich arme Menschen vermehrt in benachteiligten Quartieren. Die Wohnlage wirkt durch Gebietseffekte als zusätzlicher benachteiligender Faktor und schwächt die Bewohner auch in ihrer Rolle als Verbraucher. Um diese sogenannten verletzlichen Verbraucher zu erreichen, setzen die Verbraucherzentralen auf ein lebensnahes Modell der Verbraucherarbeit, den aufsuchenden Verbraucherschutz. Der folgende Aufsatz bettet diesen Ansatz in die Erkenntnisse der Quartiersforschung zu benachteiligten Wohngebieten ein und zeigt das Potenzial auf, das der aufsuchende Verbraucherschutz für die Quartiersentwicklung hat.

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz: Namensnennung 4.0 International | CC BY 4.0

Kurzform | <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Lizenztext | <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/de/legalcode>

1 Einleitung

Die Distanz zwischen den Lebensverhältnissen der oberen Gesellschaftsschichten und denen der Bewohner¹ benachteiligter Quartiere wird immer größer. Die gegenwärtige Ungleichheit der Lebensverhältnisse in deutschen Städten zeigt sich am deutlichsten in der zunehmenden sozialen Spaltung der Wohnorte.

Das Wissenschaftszentrum für Sozialforschung Berlin veröffentlichte 2018 eine Studie über die soziale Spaltung in deutschen Städten. Die Ergebnisse sind alarmierend. In beinahe allen deutschen Städten bleiben arme Menschen vermehrt unter sich. In den Großstädten entstehen gemiedene Gebiete, in denen die Bewohner oft nur wohnen, weil es für sie keine finanzierbaren Alternativen gibt. An diesen Quartieren gehen positive wirtschaftliche Entwicklungen entweder völlig vorbei oder aber sie haben einen weitaus geringeren Effekt (Helbig und Jähnen 2018, 86). Die wachsende soziale Ungleichheit, unterstützt durch eine architektonische Ungleichheit der Lebenswelten, kann sich negativ auf das gegenseitige Verständnis innerhalb der Gesellschaft auswirken. Die Stigmatisierung der Bewohner dieser Quartiere reduziert ihre gesellschaftlichen Chancen und begünstigt die Entstehung eines Selbstverständnisses als ausgegrenzte Personengruppe.

Das ohnehin geringe Selbsthilfepotenzial der Bewohner wird durch sogenannte Gebietseffekte zusätzlich gemindert. Dadurch weisen sie in ihrer Rolle als Verbraucher eine besonders erhöhte Verletzlichkeit auf. Die Verbraucherzentralen setzen daher jüngst auf ein lebensnahes Modell der Verbraucherarbeit, den aufsuchenden Verbraucherschutz, um die Bewohner dieser Quartiere zu befähigen, ihren Verbraucherproblemen selbst zu begegnen.

Im Folgenden sollen auf der Makroebene die Trends und der derzeitige Stand der sozialen Spaltung der Wohnorte in deutschen Städten betrachtet werden, um dann auf der Mesoebene des Quartiers darzustellen, nach welcher Logik

¹ In dieser Arbeit wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit das Maskulinum verwendet. Weibliche und anderweitige Geschlechteridentitäten werden dabei ausdrücklich mitgemeint, soweit es für die Aussage erforderlich ist.

sich die Benachteiligung eines Quartiers manifestiert und stabilisiert. Anschließend soll auf der Mikroebene beleuchtet werden, welche Effekte der Wohnort im benachteiligten Quartier auf die soziale Realität der Bewohner hat. Das zweite Kapitel widmet sich der Verbraucherarbeit in benachteiligten Quartieren, der besonderen Verletzlichkeit der Bewohner im Quartier und dem aufsuchenden Verbraucherschutz als probatem Ansatz, um das Selbsthilfepotenzial der Bewohner zu stärken.

2 Die gespaltene Stadt: Herausforderungen des Lebens in benachteiligten Wohngebieten

2.1 Die Makroebene: Entwicklung und Status quo der residenziellen Segregation in deutschen Städten

Mit dem Start des Bund-Länder-Programms „Soziale Stadt“ im Jahr 1999 sollte eine „Stabilisierung und Aufwertung städtebaulich, wirtschaftlich und sozial benachteiligter Stadt- und Ortsteile“ (BBSR 2017, 10) durch ressortübergreifende investive Maßnahmen angegangen werden. Schon im Rahmen der ersten Evaluation, fünf Jahre nach dem Start des Programms, wurde klar, dass das Programm angesichts der multiplen und teilweise schwerwiegenden Problemlagen in den Quartieren keine „grundlegende Wende in der Quartiersentwicklung einleiten“ (Difu 2005, 47) wird. Dennoch wurde das Programm explizit als geeignetes Instrument zur Bekämpfung der „Verfestigung von sozialräumlichen Ausgrenzungen in den Städten“ (Difu 2005, 48) bewertet. Im Evaluationsbericht von 2017 kommen die Autoren hingegen bereits zu dem Ergebnis, „dass die sozialen Ziele [...] regelmäßig sehr bzw. zu hoch gesteckt“ (BBSR 2017, 114) gewesen seien. Auch für die Initiatoren der neuen Programmperiode im Bundesbauministerium steht fest, dass „sich sozialräumliche Polarisie-

nungstendenzen in vielen Kommunen in den vergangenen Jahrzehnten weiter verstärkt [haben]“ (BMI 2018, 11) und verstehen dies als weiter bestehenden Handlungsbedarf und Rahmenbedingung für eine Fortführung des Programms Soziale Stadt.

Auffällig ist, dass in der Diskussion um das gleiche Thema stets unterschiedliche Begriffe verwendet werden. Drei Beispiele hierfür finden sich bereits im Titel dieses Aufsatzes und im ersten Absatz dieses Kapitels: Soziale Spaltung, sozialräumliche Ausgrenzung, sozialräumliche Polarisierungstendenzen. Diese Begriffe sind vereinfachte Umschreibungen desselben Phänomens, der sozialen residenziellen Segregation.

Segregation bedeutet erst einmal die „Ungleichverteilung von Einheiten im Raum“ (Friedrich 1999, 271), auch bezeichnet man so den Prozess einer zunehmenden Entmischung heterogener Einheiten im Raum. Die residenzielle Segregation bezeichnet die ungleiche Verteilung der Wohnstandorte verschiedener Bevölkerungsgruppen in einem Raum (Helbig und Jähnen 2018, 1). Residenzielle Segregation kann nach unterschiedlichen Merkmalen dieser Bevölkerungsgruppen erfasst werden, um beispielsweise zu ermitteln, wo besonders viele ältere oder junge Menschen (demografisch), Menschen mit Migrationshintergrund (ethnisch) oder arme und reiche Menschen (sozial) leben. Letzterer Form der Segregation, der sozialen residenziellen Segregation, wollen wir uns im Folgenden mit Fokus auf die Situation in deutschen Städten widmen.

Das Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung stellte auf Basis von Daten der Innerstädtischen Raumbewertung des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (und anderen) fest, dass die soziale Segregation² in 74 deutschen Städten allein zwischen 2005 und 2014 um 10,5 Prozent gestiegen ist (Helbig und Jähnen 2018, 28). Zu beachten ist hierbei jedoch, dass der gesamtdeutsche Blick die Besonderheiten in einigen Städten teilweise noch beschönigt und insbesondere die Unterschiede zwischen ost- und westdeutschen Städten unterschlägt (Helbig und Jähnen 2018, 1). Besonders betroffen sind zudem Kinder in Haushalten mit SGB-II-Bezug. Stand 2014 gibt es 36 Städ-

2 Gemessen als Armutseggregation: Die ungleiche Verteilung von Personen mit Bezug von Leistungen nach dem Sozialgesetzbuch II im Stadtgebiet.

te mit Quartieren, in denen mehr als 50 Prozent der Kinder in Haushalten mit SGB-II-Bezug leben (Helbig und Jähnen 2018, 1).

Gerade in ostdeutschen Städten hat die Segregation seit der Wende erschreckende Ausmaße angenommen, insbesondere vor dem Hintergrund, dass 1995 noch eine sehr geringe soziale Segregation in Ostdeutschland beobachtet wurde (Harth, Herlyn und Scheller 1998, 28). Helbig und Jähnen stellen fest, dass es in Ostdeutschland in den letzten neun Jahren einen Anstieg der Segregation um 23,4 Prozent gab, während im Westen nur eine Zunahme um 8,3 Prozent erfolgte. 2014 befinden sich unter den 16 Städten mit den höchsten Segregationswerten neun ostdeutsche Städte (Helbig und Jähnen 2018, 29). Die Autoren sprechen daher von einer „massive[n] Veränderung der sozialen Architektur“, in deren Verlauf viele ostdeutsche Städte von ehemals gemischten Städten zu den am stärksten segregierten Städten in Deutschland geworden sind (Helbig und Jähnen 2018, 29). Dabei spielen Großsiedlungen eine besondere Rolle. In vielen ostdeutschen Städten erklärt sich die hohe soziale Segregation beinahe ausschließlich über die Ballung von SGB-II-Empfängern in Großsiedlungen (Helbig und Jähnen 2018, 1) und das, obwohl diese Siedlungen zu DDR-Zeiten durch eine altersspezifische Belegungspolitik von einer Bevölkerungsschicht bewohnt wurden, „die überproportional über bessere Qualifikationen verfügte“ (Harth, Herlyn und Scheller 1998, 29). Diese Gebiete sind demnach von der gesellschaftlichen Entwicklung zudem noch entkoppelt. Sie profitieren nicht in gleichem Maße wie andere Stadtgebiete von positiven wirtschaftlichen Entwicklungen, sondern verharren in ihrer wirtschaftlichen Randlage (Helbig und Jähnen 2018, 86).

2.2 Die Mesoebene: Quartiere in der Abwärtsspirale

Es ist auch für ein groß angelegtes Investitionsprogramm wie dem Programm „Soziale Stadt“ kein leichtes Unterfangen, die Abwärtsentwicklung benachteiligter Quartiere zu stoppen oder gar umzukehren. Keller spricht in diesem Zusammenhang von einer Beharrungskraft relativer Deprivationen (Keller 1999, 100 f.). Relative Deprivation bezeichnet die „Unterversorgung einer Person oder eines Haushalts in einem gegebenen Bereich“ relativ zu einer Bezugseinheit, etwa das durchschnittlich verfügbare Budget für Lebensmittel in Deutschland (Keller 1999, 89). Ebenso kann eine Person relativ privilegiert sein.

Eine Deprivation beziehungsweise Privilegierung durch das Quartier können die Bewohner nach Keller in drei Dimensionen erfahren:

- Die materielle Dimension umfasst alle räumlichen Gegebenheiten, wie das Gebaute, die Lage innerhalb der Stadt, die Infrastrukturausstattung oder den Wohnungsstandard.
- Die soziale Dimension wirkt durch das soziale Milieu, in dem sich die Bewohner bewegen und unter dessen Einfluss sie stehen.
- Die symbolische Dimension entsteht durch Deutungszuschreibungen von außen wie auch von innen. Das daraus resultierende Image des Quartiers kann für die Bewohner des Quartiers ein anderes sein als für die, die außerhalb des Quartiers wohnen.

Keller postuliert, dass benachteiligte Quartiere innerhalb dieser drei Dimensionen auf die Bewohner des Quartiers benachteiligend wirken können (Keller 1999, 89). Diese relative Deprivation entwickelt nach Keller zudem eine Beharrungskraft, also eine Dauerhaftigkeit, wenn die drei Dimensionen auf „jeweils bestimmte Art und Weise ineinandergreifen und sich [gegenseitig] stabilisieren“ (Keller 1999, 103).

Beispielhaft für eine starke Beharrungskraft sind viele Großsiedlungen. Die materielle Dimension ist hier sehr dominant. In diesen Siedlungen sind selbst umfassende Sanierungsmaßnahmen und Maßnahmen zur Verbesserung des Wohnumfelds sehr langwierig und können unter anderem an der Siedlungsgestalt wenig verändern. Doch gerade diese Gestalt ist es, die auf der symbolischen Ebene ebenfalls negativ wirkt. Die Großsiedlung steht in Westeuropa, wie keine andere Bauweise, symbolisch für sozialen Niedergang, Anonymität und abweichendes Verhalten. Hierdurch verringert sich auch die Chance, dass Bessergestellte zuziehen beziehungsweise im Quartier bleiben. Das Milieu bleibt unverändert und wirkt dabei, durch die Ballung von statusniedrigeren Bewohnern, ebenfalls auf die Innen- und Außenwahrnehmung. Diese Quartiere befinden sich durch multiple Deprivationen in allen drei Dimensionen in einer Abwärtsspirale.

Eine geringere Beharrungskraft lässt sich beispielsweise in innenstadtnahen Altbauquartieren, wie Berlin-Kreuzberg, beobachten. Hier konnte durch die Aufwertung der Bausubstanz (materielle Dimension) und die Aufbesserung der

Außenwahrnehmung (symbolische Dimension) der Verbleib und Zuzug Bessergestellter angeregt werden (soziale Dimension). Ein derartiger Aufwertungsprozess bleibt dabei natürlich mit der Frage verbunden, ob er einen Mehrwert für die „ursprünglichen“ Bewohner des Quartiers erzeugt oder primär deren Verdrängung befördert.

2.3 Die Mikroebene: Die soziale Realität in benachteiligten Quartieren

Mit Blick auf die möglichen Effekte eines Quartiers auf die Einstellungen und das Verhalten der Bewohner (Gebietseffekte) ist festzuhalten, dass die soziale Realität eines Quartiers immer individuell und nicht stabil ist (Keller 1999, 105). Daher sollen im Folgenden die Gebietseffekte benannt werden, die auftreten können, ohne dabei zu unterstellen, dass dies ein konkretes Abbild der Situation in allen benachteiligten Quartieren wäre. Ebenso teilen in den meisten benachteiligten Quartieren, wenn auch in geringerer Zahl, auch Bessergestellte die soziale Realität (Keller 1999, 89). Sie besitzen jedoch mehr Möglichkeiten, diese zu kompensieren. Blasius et al. sprechen in diesem Zusammenhang von einer „doppelten Benachteiligung“ der sozial schlechter gestellten Bewohner durch ihre individuellen Benachteiligungen (ökonomische Situation, unzureichende Qualifikationen, Diskriminierungen) und den Benachteiligungen, die sie durch ihren Wohnort erfahren (Blasius, Friedrichs und Fietz 2008, 8).

Jedes Wohngebiet weist für seine Bewohner innerhalb der oben genannten Dimensionen in unterschiedlichem Ausmaß Handlungsmöglichkeiten (Opportunitäten) oder Restriktionen auf (Blasius, Friedrichs und Fietz 2008, 11). Die materielle Dimension umfasst beispielsweise die Verkehrsanbindung, die Wohnungsausstattung oder die Verfügbarkeit von Freiflächen. Ebenso gehören hierzu die Verfügbarkeit von Institutionen wie Schulen, Kitas oder sozialen Trägern im Quartier sowie die Nahversorgungsinfrastruktur. Besteht ein Defizit materieller Opportunitäten, müssen die Bewohner entweder darauf verzichten oder mehr Ressourcen (Geld, Zeit) aufbringen, um sie zu erreichen.

Die soziale Dimension umfasst die „Opportunitäten und Restriktionen, die die Bewohner für sich gegenseitig darstellen“ (Blasius, Friedrichs und Fietz 2008, 11). Marginalisierung und Exklusion der Bewohner zeichnet sich durch ihr ge-

ringes soziales Kapital aus. Zwar bestehen im Quartier durchaus enge Kontakte und Netzwerke, diese sind jedoch nicht potent genug, um den erneuten Anschluss an gesellschaftliche Standards zu ermöglichen. Segregation vermindert die Chance, Kontakte zu Personen aufzubauen, die sich in einer besseren sozialen Lage befinden und mehr Ressourcen zur Problemlösung aufbieten können. Hinzu gesellt sich häufig noch ein erhöhtes Konfliktpotenzial, da die Bewohner des Quartiers aus Mangel an Alternativen eine Art Zwangskollektiv bilden und die typischen Bauformen benachteiligter Quartiere, wie Geschosswohnungsbau, ein erhöhtes Maß gegenseitiger Rücksichtnahme erfordern (Keller 1999, 107).

Milieukonflikte können zudem durch Außenstigmatisierung verstärkt werden (Keller 1999, 109). Die negative Symbolik des Quartiers, in Form eines schlechten Images, kann ein negatives Selbstbild der Bewohner im Quartier hervorgerufen. Die Beobachtung von physischer Unordnung, abweichenden Verhaltens³ und einer Häufung sozialer Probleme kann zur Einschätzung beitragen, in einem verfallenden, unsicheren und vergessenen Wohngebiet zu leben (Blasius, Friedrichs und Fietz 2008, 12). Dies kann einerseits dazu führen, dass die Beobachtung abweichenden Verhaltens als Legitimation genutzt wird, selbst abweichend zu handeln (Blasius, Friedrichs und Fietz 2008, 13), oder dass das schlechte Image auf andere Bewohner abgeschoben wird, von denen es sich daher abzugrenzen gilt (Keller 1999, 109).

3 Von sozialen Normen und Regeln abweichendes Verhalten, beispielsweise Kriminalität, Vandalismus, aber auch Müßiggang und Verwahrlosung.

3 Verbraucherarbeit in benachteiligten Stadtquartieren

3.1 Der verletzte Verbraucher

In einer Stellungnahme des Wissenschaftlichen Beirats Verbraucher- und Ernährungspolitik beim BMELV postulierten die Autoren, dass sich die deutsche und europäische Verbraucherpolitik bisher an einem realitätsfernen Verbraucher-Leitbild, dem des mündigen Verbrauchers, orientiert hatte (Micklitz et al. 2010). Sie forderten eine Abkehr vom Leitbild eines stets selbstbestimmten und wohl-informierten Verbrauchers, hin zu einer differenzierten Strategie, die berücksichtigt, dass Verbraucher je nach Themenbereich, Situation und persönlichen Ressourcen unterschiedliche Verhaltensmuster aufweisen (Micklitz et al. 2010). Diese Verhaltensmuster ordnen sie drei Idealtypen zu: dem „vertrauenden“⁴, dem „verantwortungsvollen“⁵ und dem „verletzlichen Verbraucher“. Insbesondere der Idealtyp des verletzlichsten Verbrauchers steht ihrer Ansicht nach „eher im Abseits der Verbraucherpolitik“ (Micklitz et al. 2010).

Nach Micklitz et al. fällt es immer mehr Verbrauchern schwer, „mit den Herausforderungen der Alltags- und Lebensökonomie zurechtzukommen“ (Micklitz et al. 2010). Dabei bezieht sich diese Formulierung bewusst nicht nur auf eine bestimmte Gruppe, denn jeder Verbraucher weist in gewissen Themenfeldern oder Situationen eine erhöhte Verletzlichkeit auf. Verletzlichkeit kann nicht nur

-
- 4 Der vertrauende Verbraucher kann oder möchte für seine Konsumententscheidung nicht viel aufbringen und verlässt sich auf ein angemessenes rechtliches Schutzniveau, die Vertrauenswürdigkeit der Anbieter oder auf glaubwürdige Institutionen des Verbraucherschutzes. Dieser Idealtyp erfasst den Großteil der Verbraucher (Micklitz et al. 2010).
 - 5 Der verantwortungsvolle Verbraucher ist stets bemüht, seine Konsumententscheidungen mit größter Verantwortung für sich selbst und seine Umwelt zu tätigen. Hierbei handelt es sich nach Micklitz et al. um eine „kleine, aber wachsende“ Konsumentengruppe (Micklitz et al. 2010).

entstehen, wenn es um Themen geht, in denen der Verbraucher schlechter informiert ist oder die er nicht versteht, sondern auch in bestimmten Situationen, wie beispielsweise in offensiven Verkaufsgesprächen.

Eine besonders erhöhte Verletzlichkeit weisen jedoch jene Verbraucher auf, die ohnehin ein niedriges Selbsthilfepotenzial besitzen. Je mehr Kapazitäten durch die Herausforderungen des Alltags gebunden werden, desto weniger Ressourcen (Zeit, Muße) stehen zur verantwortungsvollen Konsumententscheidung oder zur Lösung von Verbraucherproblemen zur Verfügung. Dazu gesellen sich Hürden, die der Aneignung von Wissen und der Durchsetzung von Verbraucherrechten im Wege stehen, beispielsweise mangelnde Sprachkenntnisse, geringe finanzielle Ressourcen oder eingeschränkte Mobilität. Es gibt also Personengruppen, die aufgrund unterschiedlicher Eigenschaften zu einer besonderen Verletzlichkeit neigen. Hierzu zählen beispielsweise ältere Menschen, Personen, deren Muttersprache nicht Deutsch ist, Jugendliche oder Menschen mit Behinderung. Innerhalb dieser Gruppen nehmen darüber hinaus die einkommensschwachen Verbraucher eine besondere Rolle ein, da sie umso mehr auf die effiziente Verwendung ihres ohnehin schon knappen Einkommens angewiesen sind (Thorun und Ludwig 2015, 1). Fehlentscheidungen oder fahrlässiges Handeln können hier existenzielle Folgen nach sich ziehen.

Eine prekäre ökonomische Situation und die damit verbundenen Benachteiligungen haben also Auswirkungen auf die Rolle, die Personen im marktwirtschaftlichen Geschehen einnehmen. Da die Bewohner benachteiligter Quartiere multiple Benachteiligungen durch Individualeffekte und Gebietseffekte erfahren, weisen sie in ihrer Rolle als Verbraucher eine besonders erhöhte Verletzlichkeit auf. Mit dem Ansatz der aufsuchenden Verbraucherarbeit im Quartier möchten die Verbraucherzentralen daher die Bewohner benachteiligter Quartiere gezielt erreichen und in ihrer Rolle als Verbraucher stärken.

3.2 Das Projekt „Verbraucher stärken im Quartier“

Den Startschuss für das erste Quartiersprojekt der Verbraucherzentralen gab das Bundesministerium für die Justiz und den Verbraucherschutz (BMJV) im September 2015 mit dem Pilotprojekt „Verbraucherinformation geht in die Quartiere“. Das Pilotprojekt sollte unter der Leitung der Verbraucherzentrale

NRW e.V. in den Quartieren Bonn-Tannenbusch, Halle-Neustadt und Halle-Silberhöhe erproben, ob besonders verletzte Verbraucher vor Ort besser erreicht werden und ihnen bei ihren Problemen im Verbraucheralltag effektiv geholfen werden kann. Neben einer regelmäßigen Informationssprechstunde wurden in den Quartieren Bildungseinheiten, öffentlichkeitswirksame Aktionen und Vernetzungsarbeit als flankierende Maßnahmen durchgeführt. Kurze Zeit später startete die vom Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz NRW geförderte „Verbraucherberatung im Quartier“ in drei Kölner Sozialräumen. Eine Kofinanzierung des Kölner Projektes aus Landes- und Kommunalmitteln ermöglichte, dass hier auch Rechtsberatung angeboten werden konnte.

Beide Ansätze erwiesen sich als wirksam⁶, um die Verbraucherkompetenzen in den Quartieren nachhaltig zu stärken. Daher wurde im Koalitionsvertrag von Februar 2018 festgelegt, dass die Initiative des aufsuchenden Verbraucherschutzes im Rahmen des Projekts Soziale Stadt weiterentwickelt werden solle (CDU, CSU und SPD 2018, 134). Diese Weiterentwicklung erfolgte dann durch die Bewilligung des Projekts „Verbraucher stärken im Quartier“ als Teil der ressortübergreifenden Strategie „Nachbarschaften stärken – Miteinander im Quartier“, die neben dem Verbraucherschutz noch neun weitere Handlungsfelder beinhaltet, die die soziale Quartiersentwicklung vorantreiben sollen.

Das Projekt „Verbraucher stärken im Quartier“ wird seit Herbst 2017 bis 2024 zusammen vom Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) und der Verbraucherzentrale NRW e.V. geleitet und in Zusammenarbeit mit den Landesverbraucherzentralen in 16 Quartieren des Programmgebiets der Sozialen Stadt bundesweit umgesetzt (je ein Quartier pro Bundesland).

Ziel des Projektes ist es, ein regelmäßiges Informations- und Unterstützungsangebot der Verbraucherzentralen in den Quartieren benachteiligter Stadtteile aufzubauen: in Bezirksrathäusern oder anderen städtischen Räumen, in Altenheimen, Jugendtreffs oder in Räumen zivilgesellschaftlicher Institutionen. Es sollen Kontakte mit Multiplikatoren in Wohnungsgenossenschaften, in Kirchengemeinden, in religiösen Vereinen, in sozialen und interkulturellen Ver-

6 Vgl. Verbraucherberatung im Quartier. Evaluationsbericht 2018. Zugriff auf: <https://cutt.ly/lrOe5FG>

bänden und Zentren, mit den Jobcentern und Sozialämtern sowie mit weiteren kommunalen Partnern geknüpft werden, um zu einer qualitativen und nachhaltigen Vernetzung zu führen. Auf Veranstaltungen für konkrete Zielgruppen, auf Quartiersfesten und in Schulen und Bildungseinrichtungen der Erwachsenenbildung und zu anderen Anlässen wird über aktuelle Verbrauchertemen informiert. Bedeutsam ist in diesem Zusammenhang der Hinweis, dass aus Bundesmitteln keine Rechtsberatung finanziert werden darf, sondern lediglich Verbraucherinformation. Die Verbraucherinformation wird durch konkrete Hilfestellungen im individuellen Fall in Form einer Lösungswegberatung und einer Lotsenfunktion in die örtlichen Beratungsstellen der Verbraucherzentralen und in weitere geeignete Hilfs- und Unterstützungsangebote ergänzt.

3.3 Verletzliche Verbraucher erreichen

So wie das Wohngebiet die Bewohner vor die Herausforderung stellt, mit den dortigen Gegebenheiten umzugehen (Kurtenbach 2017, 247), so fordert es die Projektmitarbeiter. Jedes Quartier im Projekt hat seinen eigenen Charakter und formt dadurch unterschiedlichste soziale Realitäten. Die Bewohner entwickeln verschiedene Strategien der Anpassung an diese Realitäten. Auch wenn die Quartiere sich von der Bebauung, der sozialen Zusammensetzung und dem Image teilweise kaum unterscheiden, berichten die Projektmitarbeiter des einen Quartiers von einem lebhaften Stadtteil mit starker kollektiver Identität, während die Projektmitarbeiter des anderen Quartiers von verwaisten öffentlichen Räumen und starken Milieukonflikten berichten. Die Methoden, die zum Erreichen der Quartiersbevölkerung dienen sollen, unterscheiden sich dementsprechend hinsichtlich ihrer Gewichtung, je nach Quartier.

Es hat sich bisher jedoch in allen Quartieren gezeigt, dass die bloße Bekanntmachung des Angebots durch die gängigen Methoden der Öffentlichkeitsarbeit nicht ausreichend ist, um gerade die besonders verletzlichen Verbrauchergruppen zu aktivieren. Daher nimmt die Vernetzung mit den vorhandenen Multiplikatoren im Quartier einen hohen Stellenwert ein. Multiplikatoren sind in diesem Falle nicht nur die Institutionen im Quartier wie Kitas, Schulen, Religionsgemeinschaften oder Träger der freien Wohlfahrtspflege, sondern auch alltägliche Anlaufpunkte für die Bewohner des Quartiers wie Kioske, Arztpraxen oder engagierte Bürger. Zudem sind die Quartiersmanager in den Quartieren

der Sozialen Stadt die ersten Ansprechpartner für den Beginn einer qualitativen Vernetzung.

Um von Marginalisierungs- und Diskriminierungserfahrungen geprägte Personengruppen zu erreichen, bedarf es des Aufbaus von Vertrauen. Durch den Fokus auf die Vernetzung profitieren die Mitarbeiter von dem Vertrauen, dass die Multiplikatoren sich in jahrelanger Arbeit aufgebaut haben. Erst wenn dieses Vertrauen den Mitarbeitern des Projekts ebenfalls zuteilwird, lassen sich die besonders schwer erreichbaren Zielgruppen dazu motivieren, sich mit ihren Verbraucherproblemen in die Sprechstunde zu begeben oder an Bildungsveranstaltungen teilzunehmen.

3.4 Stärkung der Verbraucher

Im Titel des Projekts ist ein zentraler Auftrag bereits festgeschrieben: Verbraucher zu stärken. Der Auftrag zur Stärkung der Verbraucher wird dabei nicht nur als Auftrag zur Verbesserung der Verbraucherkompetenzen verstanden, sondern auch als Auftrag, an der Verbesserung der Gesamtsituation im Quartier mitzuwirken, um den deprivierenden Effekten des Wohnortes entgegenzuwirken. Im Wissen um die beschriebenen Beharrungskräfte relativer Deprivationen und der damit einhergehenden Abwärtsspirale für die Quartiere fördern die Projektmitarbeiter, dass sich die Bewohner das Quartier sozial und symbolisch aneignen. Dies erfolgt zum einen durch eine konsequente Betonung des Vor-Ort-Charakters der Projektarbeit, verbunden mit der Annahme, dass dies unterstreicht, dass die lokalen Bedürfnisse und Sorgen anerkannt und wertgeschätzt werden und ein hohes Interesse seitens des Projekts besteht. Zum anderen steht bei der Materialerstellung und der Öffentlichkeitsarbeit die Hervorhebung der positiven Aspekte des Quartiers im Vordergrund. Die Verwendung von Slogans wie „I love Tannenbusch“ (Bonn-Tannenbusch) oder „Wir in Molschd“ (Mundart für Saarbrücken-Malstatt) stieß bei den Bewohnern auf große Gegenliebe und unterstrich, dass sich auch die Bewohner benachteiligter Quartiere auf positive Weise mit ihrem Wohnort identifizieren möchten.

Im bisherigen Projektverlauf hat sich jedoch auch gezeigt, dass jedes Quartier anders ist und derartige Slogans in manchen Quartieren nicht angenommen werden, weil sich die Bewohner dort als Zwangskollektiv verstehen. Sie möch-

ten dort nicht wohnen und das Leben im Quartier hat für sie keine positiven Effekte. Die Hervorhebung vermeintlich positiver Aspekte des Wohnorts hat für die Bewohner einen beinahe zynischen Beigeschmack. Diese unterschiedlichen Erfahrungen begründen auch die Vielfalt der Methoden, die das Quartiersprojekt für jedes Quartier individuell entwickelt hat.

Der Projektauftrag, Verbraucherkompetenzen zu stärken, muss sensibel umgesetzt werden, um nicht bevormundend oder stigmatisierend wahrgenommen zu werden. Das Quartiersprojekt legt einen Schwerpunkt auf die Stärkung der Verbraucherkompetenzen. Dies führt im öffentlichen Diskurs stets zu zustimmendem Nicken und Ausführungen darüber, welch ausufernden und unbedachten Konsumstil doch gerade diejenigen pflegen, die es sich am wenigsten erlauben können. Dieses Klischee ist indes kein neues Phänomen und bestimmt, begünstigt durch Boulevardmedien und Populismus, die gesellschaftliche Wahrnehmung der sogenannten „Unterschicht“ (Zander und Heusinger 2013, 100). Schon 1848 beschrieb Friedrich Engels die Klagen über die Lasterhaftigkeit der Armen, die sie in eine selbstverschuldete Notlage brächten:

„Die Fehler der Arbeiter lassen sich überhaupt alle auf Zügellosigkeit der Genusssucht, Mangel an Vorhersicht und an Fügsamkeit in die soziale Ordnung, überhaupt auf die Unfähigkeit, den augenblicklichen Genuss dem ferneren Vorteil zu opfern, zurückführen.“ (Engels 1845, 160)

Die Verbraucherzentralen wissen aus eigener Erfahrung, dass ein unangemessener Konsumstil nicht zu den primären Gründen für finanzielle Notlagen zählt. In den benachteiligten Quartieren manifestiert sich eher ein Ressourcenproblem, das die eigenständige Bewältigung von Verbraucherproblemen behindert beziehungsweise die Entstehung von Problemen begünstigt. So stellen mangelnde Sprachkenntnisse, niedrige Bildung bis hin zu Analphabetismus, Unkenntnis der Hilfe- und Unterstützungsstrukturen, geringes Sozialkapital und nicht zuletzt fehlende finanzielle Möglichkeiten die größten Hürden dar. Für diese Zielgruppe müssen die Maßnahmen daher niedrigschwellig, lebensnah und so ausgerichtet sein, dass sie auch ohne großen Ressourcenaufwand eine Lösung herbeiführen können.

Die Verbraucherarbeit im Quartier konzentriert sich dabei auf die Verbraucherfragen und -themen, die für die Lebenssituation besonders schutzbedürftiger

Verbrauchergruppen eine hohe und oft akute Bedeutung haben. Es geht um Verträge, die das verfügbare Einkommen überschreiten, um strittige und um nicht beglichene Rechnungen, um angeblich am Telefon abgeschlossene Verträge, um Kredite oder um Energieschulden, die man nur schwerlich begleichen kann.

3.5 Aufsuchende Verbraucherarbeit: Prävention, Vernetzung, Information

Die aufsuchende Verbraucherarbeit bringt im Gegensatz zur Komm-Struktur der Beratungsstellen die Verbraucherinformation dorthin, wo die verletzlichen Verbraucher leben. Um die Hürde eingeschränkter individueller Ressourcen zu überwinden, bedient sich das Quartiersprojekt zudem vereinfachter Darstellungen und Erläuterungen komplizierter Sachverhalte oder lässt zentrale Informationen in Präsentationen oder auf Handzetteln in die gängigsten Fremdsprachen im Quartier übersetzen. Durch Bildungseinheiten für die Verbraucher, aber auch für die Multiplikatoren, soll das notwendige Wissen zur Problemvermeidung vermittelt werden.

Dabei liegt der Fokus, im Gegensatz zur klassischen Verbraucherberatung, in der Prävention von Verbraucherproblemen. Für die Zielgruppe ist dies von hervorgehobener Bedeutung, da sie auf die effiziente Verwendung des ohnehin schon knappen Einkommens ganz besonders angewiesen ist (Thorun und Ludwig 2015, 1). Somit ist es natürlich am günstigsten, wenn Probleme gar nicht erst entstehen.

Deswegen enthält der Projektauftrag neben den beiden Elementen Prävention und Vernetzung auch eine regelmäßige Informationssprechstunde, die kostenlos im Quartier angeboten wird. Die Projektmitarbeiter bieten in dieser Sprechstunde eine qualifizierte Lösungswegberatung an und verweisen bei Bedarf an die nächste Beratungsstelle oder andere Netzwerkpartner. Für die Bewohner des Quartiers ist dies eine wichtige, niedrighschwellige erste Anlaufstelle für ihre Probleme. Dennoch wäre es natürlich eine Aufwertung der Verbraucherarbeit im Quartier, wenn die Verbraucher direkt vor Ort kostenfrei beraten werden könnten. Daher sucht das Quartiersprojekt aktiv nach ergänzenden Finanzierungsquellen auf Landes- und Kommunalebene für den Einsatz von Beratungs-

kräften im Quartier. Dies ist bisher bereits in Bonn-Tannenbusch und Hamburg-Harburg geglückt, wo die Projektmitarbeiter für die Sprechstunde von jeweils einer Beratungskraft unterstützt werden.

Der Erfolg der präventiven Kompetenzvermittlung und der Lösungswegberatung in den Sprechstunden fußt auf einem starken Vernetzungsgedanken. In vielen strukturell benachteiligten Stadtquartieren gibt es schon eine ausgewiesene Hilfe- und Vernetzungsstruktur, die aber oft nicht allen Bewohnern bekannt ist. Auf diesen vorhandenen Strukturen baut die aufsuchende Verbraucherarbeit auf. Durch die aufsuchende Verbraucherarbeit im Quartier werden keine Doppelstrukturen geschaffen, sondern vielmehr Synergieeffekte genutzt. Die Projektmitarbeiter sind die Augen und Ohren der Verbraucherzentrale im Quartier, ebenso ihre Netzwerkpartner. Das Netzwerk vor Ort hat eine Frühwarnfunktion für die Verbraucherprobleme, die im Quartier auftauchen können. So konnte beispielsweise schon mehrfach zeitnah und örtlich präzise betrügerischen Haustürgeschäften im Quartier mit Informationskampagnen gemeinsam entgegengewirkt werden.

Der aufsuchende Arbeitsansatz in der Verbraucherarbeit ist somit als Teil einer integrierten Quartiersentwicklung zu verstehen und gliedert sich als solcher in eine bereits bestehende differenzierte kommunale Beratungs- und Hilfestruktur ein. Vor diesem Hintergrund ist der Vernetzungsgedanke im Quartiersansatz immanent und ein unverzichtbarer Erfolgsfaktor.

4 Ausblick

Der Wohnstandort nimmt Einfluss auf die Befähigung seiner Bewohner, am Marktgeschehen teilzunehmen. Das Projekt „Verbraucher stärken im Quartier“ nutzt die Potenziale der Quartiersarbeit, um die Probleme der Bewohner in benachteiligten Quartieren zu lösen und Notlagen vorzubeugen. Dabei stößt das Projekt, ebenso wie die gesamte Städtebauförderung, regelmäßig an die Grenzen, die die gesamtgesellschaftliche Entwicklung setzt. Strukturelle Pro-

blemlagen wie die zunehmende Segregation, die Explosion der Wohnkosten und die daraus resultierende Frustration der Bewohner angesichts dauerhafter Marginalisierung, Stigmatisierung und Benachteiligung können die positiven Effekte solcher Mikrointerventionen überwiegen.

Das Quartiersprojekt ist nicht nur eine wichtige, sondern für viele auch die einzige Möglichkeit, Wege zu entwickeln, um finanziellen Notlagen vorzubeugen und die eigene finanzielle Situation zumindest zu stabilisieren. Dabei ist Vertrauen eine elementare Voraussetzung, um die Bewohner benachteiligter Quartiere zu erreichen und zu aktivieren. Vertrauen aufzubauen ist zeitaufwendig, es aufrechtzuerhalten ebenso.

Akteure und Bewohner benachteiligter Quartiere haben im Rahmen des Programms Soziale Stadt schon oft die Erfahrung machen dürfen, dass viele Einzelprojekte mit kurzen Laufzeiten kommen und gehen. Diese „Projektitis“ führt bei allen Beteiligten zu Frust und kann zu der Annahme verleiten, dass in strukturschwachen Gebieten „Anstrengungen und Investitionen vor Ort ausbleiben“, die helfen könnten, den „Herausforderungen im Alltag, wie dem steigenden ökonomischen Druck auf Geringverdiener oder Lücken in der Daseinsvorsorge, zu begegnen“ (Hillje 2018, 2) – mit dementsprechenden Folgen für das politische Klima im Quartier.

Eine Verstärkung von *Verbraucher stärken im Quartier*, sei es in Form einer Verlängerung der ressortübergreifenden Strategie „Soziale Stadt. Nachbarschaften stärken – Miteinander im Quartier“ oder über eine Kommunal- oder Länderfinanzierung, ist daher anzustreben, um die mit viel Ressourcenaufwand erreichten Erfolge nachhaltig zu verankern und ein Signal zu senden, dass die Notlagen und Probleme der Quartiersbewohner weiterhin ernst genommen werden.

Literatur

- BBSR (Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung), Hrsg. 2017. *Zwischenevaluierung des Städtebauförderungsprogramms Soziale Stadt*. Berlin: BBSR.
- Blasius, Jörg, Jürgen Friedrichs und Jennifer Fietz. 2008. *Doppelt benachteiligt? Leben in einem deutsch-türkischen Stadtteil*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- BMI (Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat). 2018. *Programmstrategie Soziale Stadt*. Berlin: BMI.
- CDU, CSU und SPD. 2018. Ein neuer Aufbruch für Europa, Eine neue Dynamik für Deutschland, Ein neuer Zusammenhalt für unser Land. Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD. 19. Legislaturperiode. Berlin. https://www.cdu.de/system/tdf/media/dokumente/koalitionsvertrag_2018.pdf?file=1
- Difu (Deutsches Institut für Urbanistik). 2005. *Zweiter fachpolitischer Dialog zur Sozialen Stadt: Ergebnisse der bundesweiten Zwischenevaluierung und Empfehlungen zum Ergebnistransfer*. Berlin: Deutsches Institut für Urbanistik gGmbH.
- Engels, Friedrich. 1845. *Die Lage der arbeitenden Klasse in England: Nach eigener Anschauung und authentischen Quellen*. Leipzig: Wigand. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ss0ar-59813-1>.
- Friedrich, Malte. 1999. Die räumliche Dimension städtischer Armut. In: *Modernisierte Stadt – gespaltene Stadtgesellschaft. Ursachen von Armut und sozialer Ausgrenzung*, hg. von Jens S. Dangschat, 263-289. Opladen: Leske + Budrich.
- Harth, Annette, Ulfert Herlyn und Gitta Scheller. 1998. *Segregation in ostdeutschen Städten*. Opladen: Leske + Budrich.
- Helbig, Marcel und Stefanie Jähnen. 2018. *Wie brüchig ist die soziale Architektur unserer Städte? Trends und Analysen der Segregation in 74 deutschen Städten*. Discussion Paper P 2018-001. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung.
- Hillje, Johannes. 2018. *Rückkehr zu den politisch Verlassenen. Gespräche in rechtspopulistischen Hochburgen in Deutschland und Frankreich*. Berlin: Das Progressive Zentrum e. V.
- Keller, Carsten. 1999. *Armut in der Stadt*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

- Kurtenbach, Sebastian. 2017. *Leben in herausfordernden Wohngebieten: Das Beispiel Köln-Chorweiler*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Micklitz, Hans-W., Andreas Oehler, Michael-Burkhard Piorkowsky, Lucia A. Reisch und Christoph Strünc. 2010. Der vertrauende, der verletzte oder der verantwortungsvolle Verbraucher? Plädoyer für eine differenzierte Strategie in der Verbraucherpolitik: Stellungnahme des Wissenschaftlichen Beirats Verbraucher- und Ernährungspolitik beim BMELV. Berlin, https://www.vzvb.de/sites/default/files/downloads/Strategie_verbraucherpolitik_Wiss_BeratBMELV_2010.pdf.
- Thorun, Christian und Norman Ludwig. 2015. *Gutachten im Auftrag der SPD-Fraktion im Landtag von Nordrhein-Westfalen zum Thema „Verletzte Verbraucher im Quartier“*. Schnittstellenmanagement von verbraucherrelevanten Beratungsleistungen im Quartier. Berlin: ConPolicy GmbH.
- Zander, Michael und Josephine Heusinger. 2013. Milieuspezifische Bewältigung prekärer Lebenslagen bei Pflegebedarf im Alter: Ausgewählte Befunde aus dem Projekt NEIGHBOURHOOD. In: *Alter im sozialen Wandel: Die Rückkehr der Altersarmut?*, hg. von Claudia Vogel und Andreas Motel-Klingebiel, 99-113. Wiesbaden: Springer VS.

Über den Autor

Manuel David ist Referent für aufsuchenden Verbraucherschutz der Verbraucherzentrale NRW e. V. im Bundesprojekt „Verbraucher stärken im Quartier“.

Armut, Überschuldung und Finanzdienstleistungen

Sally Peters

Schlagwörter: Armut, Finanzdienstleistungen, Kredit, Schuldnerberatung, Überschuldung (STW) | Armut, Finanzdienstleistung, Kredit, Schuldnerberatung, Überschuldung (TheSoz)

Abstract

Im Falle finanzieller Probleme kann ein Kredit die rettende Lösung sein oder aber aufgrund nicht passgenauer Beratung zu weiteren Problemen führen. Um grundsätzliche Erkenntnisse über die Kreditvergabe in Deutschland zu gewinnen, wurde daher ein Markttest durchgeführt. Anhand des Tests lassen sich verschiedene Problemfelder herausarbeiten.

1 Einleitung

Finanzdienstleistungen, die es ermöglichen, schnell und geräuschlos Zahlungen zu leisten, Vermögen zu bilden und Kredite aufzunehmen, leisten einen wesentlichen Beitrag zur Erhöhung, aber auch Stabilisierung der individuellen Wohlfahrt. So ermöglicht es die Aufnahme eines Kredites, ohne längere Ansparphasen abzuwarten, bereits jetzt in den Genuss einer größeren Anschaffung zu gelangen. Durch die Aufnahme eines Kredites kann es aber auch gelingen, Einbußen im Lebensstandard angesichts plötzlicher Einkommensausfälle zu vermeiden. In diesem Sinne stellt die Kreditaufnahme eine essenzielle Möglichkeit der Handhabung realisierter Risiken dar.

Obwohl Finanzdienstleistungen für jeden essenziell sind, sind insbesondere die unteren Einkommensklassen zahlreichen Zugangsbarrieren ausgesetzt. Dies trifft insbesondere auf Kredite zu. Hierbei beziehen sich die Zugangsbarrieren nicht notwendigerweise auf die Verfügbarkeit von Kredit überhaupt. Wesentlich bedeutsamer sind vielmehr die Konditionen, zu denen ein Kredit vergeben und gegebenenfalls prolongiert wird. Schlussendlich können sich hier Rückzahlungsforderungen auftürmen, die die Kreditnehmer in die Überschuldung treiben.

Finanzdienstleistungen jeglicher Art, besonders aber Kredite, basieren auf Verträgen zwischen ungleichen Partnern. Auf der einen Seite stehen die „Finanzprofis“, die zudem immer die freie Wahl haben, den Kredit zu geben oder abzulehnen, ohne in Existenznöte zu kommen. Auf der anderen Seite steht in aller Regel die „Finanzamateurin“ beziehungsweise der „Finanzamateur“, der dazuhin oftmals in der Kreditaufnahme die letzte Möglichkeit sieht, eine finanzielle Unterdeckung auszugleichen, vielleicht dringend ein Auto braucht, um ein bestimmtes Jobangebot annehmen zu können, oder aber möglicherweise auch ein dringendes Konsumbedürfnis befriedigen möchte. Diese Ungleichheit im Kreditvertragsverhältnis hat zu Regulierungen im Interesse des Verbraucherschutzes, und hierbei vor allem zur Vermeidung von Überschuldung, geführt. Allerdings findet sich in der Fachliteratur genügend Skepsis, ob die gesetzlichen Maßnahmen ausreichen, um einen wirksamen Beitrag zur Vermeidung von Überschuldung zu leisten (vgl. unter anderem Neuberger und Reifner

2019). In diesem Zusammenhang wurde auch der Begriff der „verantwortlichen Kreditvergabe“ geprägt (vgl. auch Reifner et al. 2013). Zwischen Verbraucherinnen und Verbrauchern und Bank liegt dabei ein offensichtliches Machtgefälle vor. Als ungleich mächtiger Vertragspartner ist es angemessen, der Bank somit eine Mitverantwortung für eine Kreditvergabepaxis zuzuordnen, die es der Kreditnehmerin beziehungsweise dem Kreditnehmer auf der Grundlage der gegebenen Einkommensverhältnisse ermöglicht, den Kredit zu tilgen. Gelingt dies, so kann eine verantwortliche Kreditvergabe einen wesentlichen Beitrag zur Armutsbekämpfung leisten. Im Umkehrschluss kann aber eine unverantwortliche Kreditvergabe Armut Vorschub leisten (vgl. auch Reifner et al. 2013; Größl und Peters 2019).

Um ihrer Rolle als Mittel zur Armutsvermeidung gerecht zu werden, darf sich die Verantwortlichkeit der Kreditvergabe allerdings nicht nur auf die Konditionen des Kredits beziehen, sondern muss die gesamte Laufzeit umfassen und hierbei insbesondere bei Zahlungsschwierigkeiten Lösungen umfassen, die eben nicht in Überschuldung beziehungsweise Insolvenz treiben, sondern zum Beispiel Aufschub gewähren.

Gerade Verbraucherinnen und Verbraucher mit geringerem Einkommen leiden regelmäßig darunter, dass sie kaum eine Wahl bei der Auswahl zwischen unterschiedlichen Kreditverträgen haben und somit nur die Wahl haben, ein konkretes Angebot anzunehmen oder abzulehnen. Das Problem unverantwortlicher Kreditvergabe kann sie daher besonders treffen. Haushalte, die sogar von Überschuldung bedroht sind, haben oftmals kaum finanzielle Rücklagen, geschweige denn Sicherheiten. (vgl. Hayen et al. 2005, 27 ff.; Tiffe 2008, 20; Bertsch und Just 2009, 23). Mehrfache Umschuldungen, überbeuerte Restschuldversicherungen oder auch Produkte wie Revolving-Kreditkarten stellen komplexe Anforderungen an Verbraucherinnen und Verbraucher und steigern dabei auch das Risiko der Überschuldung (vgl. Tiffe 2008, 8). Entsprechend wichtig ist eine Sensibilisierung sowohl aufseiten der Anbieter als auch bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern (vgl. Tiffe 2008, 8).

Ein verantwortliches Kreditgeschäft geht dabei über die gesetzlichen Pflichten hinaus und bezieht sich auch auf die soziale Verantwortung gegenüber den Kundinnen und Kunden. Diese soziale Verantwortung bezieht sich dabei auf den gesamten Prozess der Kreditvergabe, vom ersten Kundenkontakt, wie zum

Beispiel die Werbung, über die zur Verfügung gestellten Informationen, und zeigt sich auch bei der (gegebenenfalls vorzeitigen) Vertragsbeendigung (vgl. auch Tiffe 2008, 9). In der heutigen Konsumgesellschaft kommt Finanzdienstleistungen also eine entscheidende Bedeutung zu, denn „[...] die Art ihres Gebrauchs, der Zugang zu ihnen sowie ihre Wirkungen auf die Nutzer entscheiden über deren zukünftige Chancen im Leben“ (Reifner 2003, 28). Ein Girokonto ist zum Beispiel mittlerweile unverzichtbar geworden. Finanzdienstleistungen sind dabei einerseits „unentbehrlich“ beziehungsweise eine „Chance der Armutsbekämpfung“. Gleichzeitig sind sie aber auch Armut befördernd (vgl. Reifner 2003, 28). Reifner (2003, 27) zufolge gilt als arm in der Kreditgesellschaft „[...] wer kreditunwürdig ist und damit keinen Zugang zu Finanzdienstleistungen hat“ (Reifner 2003, 27). Der folgende Text soll für die Zusammenhänge zwischen Armut und Überschuldung sensibilisieren und vermag Hinweise darauf zu geben, welchen Einfluss Kreditvergabe auf Überschuldung haben kann. Der Überschuldungsreport zeigt, dass dabei Bankschulden 21,1 Prozent der Forderungen ausmachen (vgl. Ulbricht et al. 2019b, 18). Insofern stehen im Folgenden Bankkredite im Zentrum der Analyse. Dabei liegt der Schwerpunkt auf Ratenkrediten. Sie werden gerade von Verbrauchern mit niedrigerem Einkommen besonders nachgefragt, helfen sie doch zum Beispiel teure Überziehungskredite zu vermeiden.

2 Einblicke in die Kreditvergabepraxis in Deutschland

Das grundsätzliche Interesse an Ratenkrediten wächst weiterhin, die Zahl der Ratenkredite ist 2018 um 2,5 Prozent auf circa 18,4 Mio. angestiegen (vgl. SCHUFA Holding AG 2019, 13). Während jedoch die Zahl der abgeschlossenen Verträge gesunken ist, lässt sich gegenüber 2017 ein Anstieg der Kredithöhe pro abgeschlossenem Vertrag beobachten (vgl. SCHUFA Holding AG 2019, 12 und 15). Zwar wurden nahezu alle Ratenkredite, nämlich 97,9 Prozent, 2018 vertragsgemäß bedient, allerdings (und das wird oft nicht bedacht) stellt auch

eine Umschuldung eine vertragsgemäße Bedienung dar, selbst wenn gerade die Umschuldungen in eine Überschuldung führen. Insofern sagt diese Statistik nichts über die Entwicklung von Überschuldung aus.

Kreditinstitute werden immer wieder für Überschuldung verantwortlich gemacht. Obwohl es sich hier nicht immer um differenzierte Aussagen handelt, wird in der Literatur eine Mitverantwortung der Banken nicht abgestritten (vgl. zum Beispiel B. Korczak 2005, 8; Zahn 2011, 20). Zwar haben Banken grundsätzlich ein Eigeninteresse an der Rückzahlung der Kredite, gleichwohl gibt es aber Mechanismen, die eine unverantwortliche Kreditvergabe, die nicht mit der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit der Verbraucherinnen und Verbraucher im Einklang steht, begünstigen (vgl. Zahn 2011, 313). Bedingt wird dies unter anderem durch eine geringe Gewinnmarge, die sich nur rechnet, wenn Kredite in hoher Anzahl und in kurzer Zeit vergeben werden. Zu kurz kommt dabei dann zum Beispiel eine umfassende Haushaltsanalyse, die regelmäßig zeitintensiv ist (vgl. Zahn 2011, 313).

Hinweise auf das Vorgehen der Banken darauf vermag der Kredittest geben, den das iff (Institut für Finanzdienstleistungen e. V.) im Auftrag der Bürgerbewegung „Finanzwende“ im vergangenen Jahr durchgeführt hat. Dieser Test gibt Einblicke in die Kreditvergabepraxis der Banken und gibt dabei auch Hinweise auf leichtfertige Kreditvergabe. Anhand von deutschlandweiten Testkäufen wurden in 94 Tests 166 Ratenkreditangebote eingeholt. Die Untersuchung ist zwar nicht repräsentativ, aber dennoch eine der größten zuletzt durchgeführten Studien. Grundlage für die Auswertung war das 2013 vom iff entwickelte Konzept der *Fairen Kreditvergabe* (vgl. Reifner et al. 2013). Unfaire Kreditvergabe kann als ein Indikator für unverantwortliche Kreditvergabe gesehen werden.

Die Auswertung erfolgte anhand von 24 Pflichtkriterien und setzte den Schwerpunkt dabei auf die Kriterien Diskretion, Beratungsqualität, Nebengeschäfte und Preis (vgl. Ulbricht et al. 2019a, 14). Die zentrale Frage war es herauszufinden, inwieweit die Beratung dazu geeignet ist, den Kundinnen und Kunden ein geeignetes Produkt zu verkaufen, denn eine nicht passgenaue Beratung und hohe Kosten können bei einem Ratenkredit zu einem deutlich überhöhten Überschuldungsrisiko führen (vgl. unter anderem Ulbricht et al. 2019a, 8).

2.1 Prüfung der Kreditwürdigkeit

Anbieter haben in der Regel ein größeres Fachwissen über komplexe Finanzdienstleistungen als Verbraucherinnen und Verbraucher. Sie vermögen es auch, für den Einzelnen unvorhersehbare Ereignisse wie Trennung/Scheidung, Arbeitslosigkeit und Krankheit statistisch kalkulierbar zu machen. Zwar handelt es sich dabei um Durchschnittswerte aufgrund vieler Einzelfälle. Gerade diese aber sind für die Bank interessant und reichen für die Berechnung des tragbaren Kreditrisikos aus. Anders sieht es dagegen bei einzelnen Verbraucherinnen und Verbrauchern aus (vgl. Reifner 2003, 42). Für diese wäre es wichtig zu ermitteln, inwieweit sie oder er mit eigenen Mitteln die Realisierung auffangen kann, beziehungsweise inwieweit dann die Bank finanzielle Unterstützung bieten kann. Genau in der Einschätzung der eigenen finanziellen Möglichkeiten ist die Verbraucherin beziehungsweise der Verbraucher aber regelmäßig überfordert. Ursächlich dafür ist nicht nur ein Mangel an finanzieller Allgemeinbildung, vielmehr spielen auch Verhaltensheuristiken eine Rolle, die eine rationale Entscheidung verhindern (vgl. dazu auch Größl und Peters 2019). Der Gesetzgeber versucht diesem Ungleichgewicht zwischen der Bank als Experten und der Verbraucherin beziehungsweise dem Verbraucher als Amateur mit verschiedenen gesetzlichen Regularien Rechnung zu tragen. Hierzu gehören auch Regelungen zur Prüfung der Kreditwürdigkeit. § 491a Absatz 3 BGB begründet eine vorvertragliche Erläuterungspflicht, der zufolge der Interessentin beziehungsweise der Interessent vor Abschluss eines Verbraucherdarlehensvertrags „angemessene Erläuterungen“ erhalten muss, um dann entscheiden zu können, ob das Kreditangebot zum anvisierten Zweck und der Vermögenssituation passt. Der Anbieter muss außerdem die Folgen bei Zahlungsverzug erläutern. Wichtig zu wissen: § 505a BGB verpflichtet zwar den Kreditanbieter zu einer Kreditwürdigkeitsprüfung, offen bleibt dabei aber, *wie* diese durchgeführt wird. Das Einholen von Auskünften bei Verbraucherinnen und Verbrauchern oder/und Auskunftsteilen stellt hierbei lediglich eine Kann-Bestimmung dar (vgl. Zahn 2011, 225; Größl und Peters 2019).

Der zuvor erläuterte Test bezog sich nur auf das Beratungsgespräch. Es wurden von 25 Testerinnen und Testern 94 bewertbare Tests durchgeführt (vgl. unter anderem Ulbricht et al. 2019a, 8 ff.). Das Einkommen der Teilnehmenden war breit gefächert. Es lag zwischen 1.300 brutto und mehr als 2.500 Euro brutto (vgl. Ulbricht et al. 2019a, 11). Im Rahmen des Tests wurde beispielsweise unter-

sucht, wie ausführlich die Einkommens- und Ausgabesituation geprüft wurde. Die Klärung der Entwicklung der Einnahmen- und Ausgabesituation ist wichtig, um abzuklären, ob sich während der Kreditlaufzeit Änderungen ergeben, die sich auf die Fähigkeit zur Rückzahlung auswirken können (vgl. Ulbricht et al. 2019a, 16). Es kann hier sowohl um berufliche Risiken (zum Beispiel befristeter Vertrag) als auch private Veränderungen gehen (vgl. Ulbricht et al. 2019a, 24). Hinweise darauf gaben zum Beispiel das Besprechen von Kontoauszügen oder Rückfragen zu Ausgabeposten (vgl. Ulbricht et al. 2019a, 16). Die Studie hat unter anderem gezeigt, dass die Haushaltsanalyse unzureichend und häufig nur anhand von Budgets erfolgte (vgl. Ulbricht et al. 2019a, 15 f.). Beispielsweise dient die Frage nach den Ausgaben eigentlich der Klärung regelmäßiger Ausgaben, also Lebenshaltungskosten und aktuellen Schulden. Es geht um die Erörterung der Wohnsituation, andere Kreditverbindlichkeiten sowie mögliche Unterhaltspflichten. Ebenso sollte die künftige Einkommensentwicklung besprochen werden, zum Beispiel ob aufgrund eines Pflegefalls oder einer Geburt mit einer Einkommensreduktion zu rechnen ist (vgl. Ulbricht et al. 2019a, 15 f.). Ob dieser Aspekt durch Fragen oder die Vorlage von Unterlagen geklärt wird, ist dabei weniger relevant. Wird der Aspekt nicht berücksichtigt, werden womöglich Ausgaben übersehen beziehungsweise nicht realistisch eingeschätzt (vgl. Ulbricht et al. 2019a, 15 f.).

Die Abbildung gibt einen Überblick, inwiefern die Ausgabesituation thematisiert wurde. Die HypoVereinsbank erzielte hier das beste Ergebnis. In 86 Prozent der Tests wurden die Kontoauszüge besprochen und entsprechende Rückfragen zu Ausgaben gestellt. Besonders negativ fällt hier hingegen die Santander Bank auf, wo dies nur in rund jedem zehnten Fall erfolgte.

Die Einbeziehung der zukünftigen Einkommensentwicklung in Bezug auf Einnahmen als auch Ausgaben ist essenziell. Die Beraterin beziehungsweise der Berater sollten dabei während des Gesprächs auch für potenzielle Risiken sensibilisiert sein und diese in ihre Analyse einbeziehen. Die Beraterinnen und Berater erhoben bei den Tests meistens aber nur wenige Eckdaten wie Monatsgehalt und Miete und verließen sich bei der Haushaltsanalyse im Übrigen auf statistische Werte, ohne die tatsächliche finanzielle Situation der Testerinnen und Tester durch Rückfragen zu klären (vgl. Ulbricht et al. 2019a, 15 f.).

Bankengruppe	Tests insgesamt	Kontoauszüge geprüft und Nachfrage nach Ausgaben		Weder Kontoauszüge geprüft noch Nachfrage nach Ausgaben		Keine Kontoauszüge geprüft		Keine Rückfrage zu Ausgaben	
		Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
Commerzbank	8	4	50%	0	0%	3	38%	1	13%
Deutsche Bank	7	4	57%	1	14%	2	29%	2	29%
Hypovereinsbank	7	6	86%	1	14%	1	14%	1	14%
Postbank	11	6	55%	2	18%	4	36%	3	27%
Santander Bank	11	1	9%	4	36%	5	45%	9	82%
Sparda	11	7	64%	1	9%	4	36%	1	9%
Sparkasse	19	11	58%	2	11%	7	37%	3	16%
Targo Bank	10	1	10%	0	0%	9	90%	0	0%
Volks- und Raiffeisenbank	10	3	30%	0	0%	7	70%	0	0%

Abbildung 1: Haushaltsrechnung, Ausgaben (Quelle: Ulbricht et al. 2019a, 23).

Beispiele für solche Risiken waren in der vorliegenden Untersuchung ein Pflegefall in der Familie oder ein schadhaftes Kfz. Die Testerinnen und Tester haben beispielsweise die Gespräche stets mit einem Hinweis auf ein kaputtes Auto oder einen gerade eingetretenen Pflegefall in der Familie eröffnet. Beides deutliche Kostenrisiken, die erhebliche Auswirkungen auf die finanzielle Situation haben können. Die eingebrachten Probleme wurden zwar mit Bedauern zur Kenntnis genommen, aber nicht weiter einbezogen (vgl. Ulbricht et al. 2019a, 17). Einige der hier aufgeführten Rückmeldungen auf die genannten Hinweise verdeutlichen die Probleme sehr anschaulich: Auf den Hinweis eines anstehenden Pflegefalls in der Familie äußerte sich die Bankberaterin nur im Rahmen von Smalltalk auf das geäußerte Problem. Die Testperson schilderte anschließend den folgenden Eindruck:

„Ja, wurde gehört. Sie fragte aber eher nach der persönlichen Situation mit Vater/ Mutter und wie schwierig solche Lebenssituationen seien. Sie selber würde in einem Drei-Generationen-Haushalt leben. Über mögliche finanzielle Belastungen wurde nicht gesprochen.“

In einem anderen Test wurden Hinweise auf die Autoreparatur gegeben, auch hier geben die anschließenden Rückmeldungen der Testerinnen und Tester Grund zur Sorge. In dem Gespräch würde der Hinweis immerhin als Smalltalk-

Thema aufgegriffen, also wahrgenommen, aber (ebenso wie die offensichtliche Schwangerschaft) nicht innerhalb des Gesprächs in Sachen Einkommensentwicklung berücksichtigt:

„[...] scheinbar kaputttes Auto wurde nicht berücksichtigt, auch Schwangerschaft wurde nicht berücksichtigt, obwohl ich es angesprochen habe und es nicht zu übersehen ist.“

Häufig wurde der Kundenhinweis also wahrgenommen, aber hatte keine weitere Relevanz im Kreditgespräch, obwohl die dargestellten Situationen Auswirkungen auf die Einkommenssituation haben.

Auch in der Mehrzahl der anderen durchgeführten Tests wurden diese beiden Umstände kaum in die finanzielle Analyse der Haushaltssituation einbezogen. Die Berechnung der Kredit- und Ratenhöhe erfolgte dementsprechend in der Regel nicht an die Bedürfnisse beziehungsweise Lebensumstände angepasst. Ein solches Vorgehen kann mitunter dazu führen, dass die Betroffenen nicht in der Lage sein werden, einen Kredit auch über einen längeren Zeitraum zuverlässig abzuzahlen. Das Überschuldungsrisiko erhöht sich dann signifikant. Die

Bankengruppe	Tests insgesamt	Rückfrage zur Einkommensentwicklung und auf Hinweis eingegangen	Weder Rückfrage zur Einkommensentwicklung noch auf Hinweis eingegangen	Auf Entwicklung im Haushaltseinkommen eingegangen	Hinweis wahrgenommen	Auf Hinweis eingegangen					
Commerzbank	8	0	0%	6	75%	0	0%	2	25%	2	25%
Deutsche Bank	7	1	14%	4	57%	1	14%	4	57%	3	43%
Hypovereinsbank	7	0	0%	6	86%	1	14%	1	14%	0	0%
Postbank	11	0	0%	9	82%	1	9%	1	9%	1	9%
Santander Bank	11	0	0%	11	100%	0	0%	1	9%	0	0%
Sparda	11	0	0%	8	73%	3	27%	5	45%	0	0%
Sparkasse	19	0	0%	18	95%	0	0%	6	32%	1	5%
Targo Bank	10	0	0%	7	70%	1	10%	2	20%	2	20%
Volks- und Raiffeisenbank	10	0	0%	8	80%	2	20%	2	20%	0	0%

Abbildung 2: Entwicklung und Hinweise (Quelle: Ulbricht et al. 2019a, 24).

Tabelle zeigt auf, inwiefern Rückfragen zur beruflichen/privaten Planung gestellt wurden und ob auf den erwähnten Hinweis zu einem potenziellen Risiko eingegangen wurde.

Bis auf die Deutsche Bank ist in keinem der getesteten Fälle eine Rückfrage zur Einkommensentwicklung gestellt und auf den Risikohinweis eingegangen worden. Ebenso auffällig: Die Wahrnehmung des Hinweises ist nicht gleichbedeutend mit der Thematisierung für den Kreditantrag. Im Rahmen von Smalltalk wurde der Hinweis also teilweise genutzt, aber nicht in die Haushaltsanalyse miteinbezogen, obwohl sowohl ein Pflegefall in der Familie als auch ein schadhafte Kfz das Einkommen maßgeblich beeinflussen können (vgl. Ulbricht et al. 2019a, 24 f.). Bemerkenswert ist zudem, dass die Gespräche in jedem vierten Fall nicht in einem diskreten Gesprächsrahmen geführt wurden (vgl. Ulbricht et al. 2019a, 22).

Auch wenn die gesetzlichen Regelungen den Banken überlassen, wie sie die Kreditwürdigkeitsprüfung vollziehen, geben die Ausführungen doch beachtenswerte Hinweise darauf, dass die Prüfung in ihrer derzeitigen Ausgestaltung zu Problemen führen könnte.

2.2 Restschuldversicherung

Die Analyseergebnisse des Tests lassen nicht darauf schließen, dass die Banken ihrer Verantwortung angemessen gerecht werden. Anders gewendet, vermitteln die Testergebnisse den Eindruck, dass Banken zwar bemüht sind, sich selbst gegen das Kreditrisiko abzusichern – aber ohne, dass dies zulasten der Rendite geht. Die Maßnahmen aber gehen dann häufig zulasten der Kreditkundin beziehungsweise des Kreditkunden.

Ein Beispiel ist die Restschuldversicherung. Eine Restschuld- oder auch Restkreditversicherung sichert die Rückführung eines Kredites gegen Risiken ab. Risiken sind zum Beispiel Tod, Berufsunfähigkeit, Krankheit oder Arbeitslosigkeit. Je nach Ausgestaltung der Versicherung sichert diese einzelne oder alle diese Risiken ab. Restschuldversicherungen werden regelmäßig kritisiert (vgl. unter anderem Reifner, Knobloch und Knops 2010). Kritikpunkte sind dabei vor allem überhöhte Kosten, aber auch die fehlende Bedarfsgerechtigkeit. Den-

noch sind sie weit verbreitet, denn 32 Prozent aller Ratenkredite enthalten auch eine Restschuldversicherung (vgl. GfK SE 2018, 24). In der Mehrheit der Tests wurden Restschuldversicherungen angeboten. Bei elf der Tests wurden die Angaben nicht vollständig zur Verfügung gestellt. Es lag weder ein Vertragsentwurf noch ein Bildschirm Ausdruck oder ein handschriftliches Konditionenblatt vor (vgl. Ulbricht et al. 2019a, 18 ff.).

Oftmals war die fehlende Bedarfserhebung ein Problem. Für die Bedarfserhebung wären eigentlich zwei Fragen notwendig: Welche Personen müssen abgesichert werden? Gibt es bestehende Versicherungen? Die beiden Fragen wurden selbst bei der Bank mit dem besten Ergebnis nur in lediglich der Hälfte der Tests dokumentiert (vgl. Ulbricht et al. 2019a, 18, 26 f.).

Restschuldversicherungen wurden dabei durch erheblichen Verkaufsdruck teilweise sogar als zwingende Voraussetzung für eine Kreditvergabe verkauft. Das Thema wurde penetrant angesprochen, ungefragt in Angebote einbezogen. Teilweise wurde darauf verwiesen, dass sich die Zinsen massiv erhöhen, wenn keine Restschuldversicherung abgeschlossen wird. Es wurde nachdrücklich auf drohende Risiken für Familienangehörige verwiesen und die Kreditbewilligung teilweise vom Abschluss der Zusatzprodukte abhängig gemacht. Selbst wenn die Kosten der Restschuldversicherung zwingende Voraussetzung waren, wurden sie nicht immer im Effektivzins berücksichtigt (vgl. Ulbricht et al. 2019a, 26 ff.).

Es wurden bei 53 Verträgen auch Anzeichen auf Wucher, also „einen obligatorischen Abschluss und eine inklusive der Restkreditversicherung mehr als 100 Prozent über dem Marktzinssatz liegende Verzinsung“ gefunden (vgl. Ulbricht et al. 2019a, 32). Wucher trifft vor allem einkommensschwache Haushalte, denn das Problem wird oftmals in Zusatzprodukte verschoben oder entsteht durch die Aneinanderreihung verschiedener Kreditverträge (vgl. hierzu unter anderem auch Neuberger und Reifner 2019). Im Falle von Wucher wird ausgenutzt, dass Kundinnen und Kunden aufgrund begrenzter Ressourcen keine anderen Optionen haben und daher jedes Angebot annehmen müssen. Das Problem betrifft vor allem Personen, die kurz vor der Überschuldung stehen oder sich beispielsweise aufgrund sprachlicher Barrieren nicht wehren können. Kann der Kredit nicht mehr bezahlt werden, macht die Bank häufig ein Angebot, welches aber wiederum einen neuen Zinssatz, Produkte, Provisionen etc. ent-

halten kann. Auch die bereits genannten Restschuldversicherungen sind dabei wieder ein Problem, denn sie sind vergleichsweise teuer und entsprechen nur selten den Bedürfnissen der Kundinnen und Kunden.

2.3 Zwischenfazit: Banken in der Verantwortung

Es handelt sich zwar nur um eine Stichprobe von 166 Tests, gleichwohl aber um eindeutige Ergebnisse, die in einem kleinen Satz bemerkenswert sind und Anlass für weitere Forschung geben. Die Banken sprechen immer wieder von hoch standardisierten Verfahren. Es ist also davon auszugehen, dass es sich nicht nur um Ausnahmefälle handelt.

Insgesamt erschien die Beratung in den getesteten Beratungsgesprächen sehr häufig lückenhaft und nicht dazu geeignet, einem Kreditausfall und damit einhergehender Überschuldung vorzubeugen. Unverantwortliche Kreditvergabe stellt ein Risiko für Überschuldung dar. Aktuell gelten 6,9 Mio. Erwachsene in Deutschland als überschuldet. Eine mangelhafte Haushaltsanalyse bei der Kreditaufnahme kann das Überschuldungsrisiko signifikant erhöhen. Dabei ist wichtig, „die gesamte Prozesskette des Kreditgeschäfts auf einen verantwortlichen Umgang mit den Kunden umzustellen, angefangen von der Ansprache der Kunden über die Kreditkonditionen bis hin zum Umgang in Krisensituationen“ (Tiffe 2008, 77). Verantwortliches Kreditgeschäft bezieht sich nämlich nicht nur auf die Verhinderung von Überschuldung. Im Rahmen des erläuterten Tests wurde der Fokus nur auf das Beratungsgespräch gelegt.

Überschuldung wird nicht willentlich herbeigeführt – ganz im Gegenteil. Kredite werden grundsätzlich mit dem Vorhaben der vollständigen Rückzahlung abgeschlossen (vgl. Meilwes 1996, 22). Es ist jedoch möglich, dass die Konsequenzen eines Vertragsabschlusses für Verbraucherinnen und Verbraucher nicht vollends abschätzbar sind. Dies betrifft vor allem Entscheidungen, die vor dem Hintergrund komplexer Sachverhalte und unter Zeitdruck getroffen werden (vgl. Meilwes 1996, 22). Dient ein Kredit vor allem der Abwendung einer finanziell schwierigen Situation, handelt es sich fraglos um eine belastende Situation, die mitunter auch mit Fehlentscheidungen einhergehen kann (vgl. Meilwes 1996, 22). Insbesondere Banken als Kreditanbieter haben eine hohe Expertise im Kreditgeschäft. Sie sind der Person, die den Kredit beantragt, in

der Frage der Beurteilung der Rückzahlungsfähigkeit oftmals überlegen. Daraus aber erwächst für sie eine besondere Verantwortung. Ein Kreditvertrag ist eine übereinstimmende gegenseitige Willenserklärung des Kreditanbieters und der Person, die den Kredit beantragt. Damit ist bei Vertragsabschluss auch der Kreditanbieter der Auffassung, dass dieser Kredit vergeben werden sollte. Verbraucherinnen und Verbraucher sind besonders schutzwürdig, denn während sie auf Finanzdienstleistungen im Regelfall nicht verzichten können, können die Anbieter im Falle fehlender Gewinnerzielungsabsicht sehr wohl auf den Absatz verzichten (vgl. Reifner 2003, 41). Bertsch und Just betonen, dass Verbraucherinnen und Verbraucher bereits bei der Kreditaufnahme (und nicht erst im Falle einer Überschuldung) einen Anspruch auf die „sorgfältige Analyse der Leistungsfähigkeit“ haben (vgl. 2009, 22). Sie verweisen dabei zugleich auf eine starke Asymmetrie zwischen Verbraucherinnen und Verbrauchern und den Anbietern der Kreditwirtschaft. Ein Problem sei dies insbesondere bei Menschen mit geringem Einkommen. Die Bank könne hier ihre Marktmacht ausspielen, denn diese ist hier besonders groß (vgl. Bertsch und Just 2009, 23).

3 Ursachen von Überschuldung in Deutschland

Der Überschuldungsreport zeigt seit 2006 eindrücklich die Entwicklungen der Überschuldung in Deutschland auf. Die aktuelle Untersuchung basiert auf 124.997 Haushalten, bei denen die Schuldnerberatung zwischen den Jahren 2008 und 2018 begann (vgl. Ulbricht et al. 2019b, 37). Es konnten dabei die Daten von 44 Beratungsstellen bundesweit ausgewertet werden (vgl. Ulbricht et al. 2019b, 37). Datenquelle war dabei die Überschuldungssoftware CAWIN, die von den Beratungskräften genutzt wurde (vgl. Ulbricht et al. 2019b, 36). Die Analyse erfolgte dabei mittels deskriptiver Analyse der bei CAWIN eingegebenen Daten.

Als Faktoren, die eine Überschuldung begünstigen können, werden auch regelmäßig die Faktoren Kreditmarketing und Praxis der Kreditvergabe genannt (vgl. Bruckdorfer et al. 2018, 5). Insbesondere das Thema Kreditmarketing muss sorgsam beobachtet und in seinen Konsequenzen für die Schuldnerberatung beleuchtet werden, denn:

„Vor dem Hintergrund des sozialen und technischen Wandels wächst die Bedeutung der Sozialen Schuldnerberatung, um neue Formen digitaler und sozialer Ungleichheit präventiv zu vermeiden, die sich insbesondere über digitales Kreditmarketing und/oder über das ‚Online-Shopping‘ etablieren. Ihr sozialer und kultureller Nutzen im Bereich der Information, Aufklärung und in der Vermittlung von Wissen und Kompetenzen über Risiken einer modernen Kredit-/Konsum- und Wissensgesellschaft gewinnt stetig an Bedeutung.“ (vgl. Bruckdorfer et al. 2018, 6)

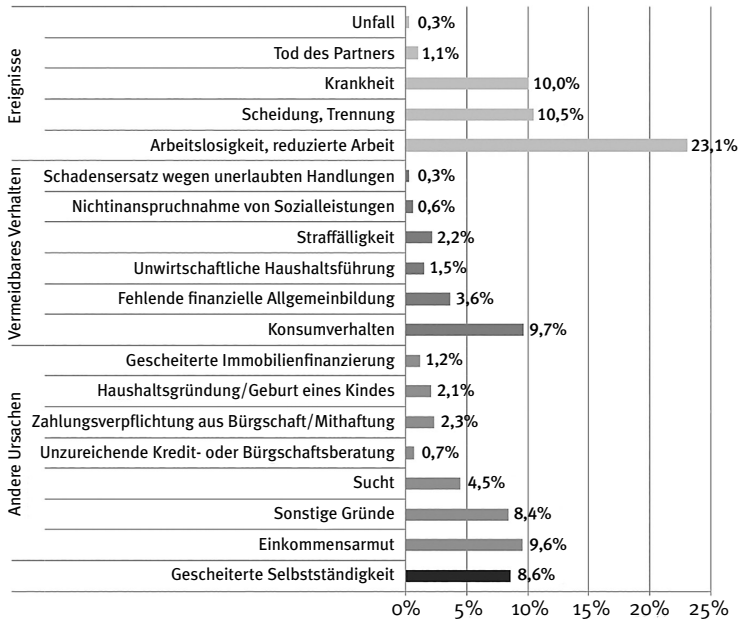
Im Zuge einer Konsumgesellschaft muss es im Kontext von Überschuldung also nicht nur darum gehen, Kredite daraufhin zu bewerten, sondern auch um Strategien, wie dem Überschuldungsproblem zu begegnen ist.

Eine weitere Rolle für Überschuldung spielt ebenfalls die in der Regel nicht bedarfsdeckende Höhe von Sozialleistungen (vgl. Bruckdorfer et al. 2018, 5). Das jeweilige Konsumverhalten einer Person ist zwar bedeutsam, aber nicht der entscheidende Faktor (vgl. Bruckdorfer et al. 2018, 5).

Zwar gilt die gesamtwirtschaftliche Lage ebenfalls als ein Einflussfaktor für Überschuldung (vgl. Ulbricht et al. 2019b, 9). Interessanterweise ging aber mit der jahrelangen guten wirtschaftlichen Lage kein Rückgang der Überschuldung einher. Trotz des Konjunkturaufschwungs bleibt die Zahl der Überschuldeten auf konstant hohem Niveau (vgl. unter anderem Ulbricht et al. 2019b, 13; Projektgruppe Gemeinschaftsdiagnose 2019, 10 f.).

Derzeit gelten 6,93 Mio. Erwachsene in Deutschland als überschuldet (vgl. Creditreform Wirtschaftsforschung 2019). Das iff unterteilt die wesentlichen Ursachen in drei Kategorien: Ereignisse, die man nicht beeinflussen kann, vermeidbares Verhalten und andere Faktoren.

Es ist besonders bemerkenswert, dass Arbeitslosigkeit mit 23,1 Prozent trotz des langen konjunkturellen Aufschwungs nach wie vor der mit Abstand höchste Wert ist. Mit deutlichem Abstand folgen die von Überschuldeten in der Regel



Quelle: CAWIN-Daten; Darstellung: iff, Anzahl auswertbare Daten für Beratungsneuzugänge 2018: 5.500. Aufgrund von Rundungsdifferenzen summieren sich die Anteile nicht auf 100%.

Abbildung 3: Hauptüberschuldungsgründe 2018 (Quelle: Ulbricht et al. 2019b, 6).

nur bedingt beeinflussbare Faktoren wie Scheidung, Trennung (10,5 Prozent), Krankheit (10 Prozent) und Einkommensarmut (9,6 Prozent). Auch das Konsumverhalten macht nur 9,7 Prozent aus, auch wenn die mediale Berichterstattung regelmäßig ein anderes Bild vermuten lässt (vgl. Ulbricht et al. 2019b, 6).

3.1 Arbeitslosigkeit und Überschuldung

Der signifikanteste Grund für Überschuldung, und das seit Jahren auf konstant hohem Niveau, ist die Arbeitslosigkeit (siehe Abbildung 4).

Die Arbeitslosenquote lag 2009 noch bei 8,1 Prozent, die gute wirtschaftliche Lage führte dazu, dass die Arbeitslosenquote zuletzt bei 5,0 Prozent lag (vgl. Bundesagentur für Arbeit 2020, o. S.). Gleichzeitig sind Arbeitslose einem hohen

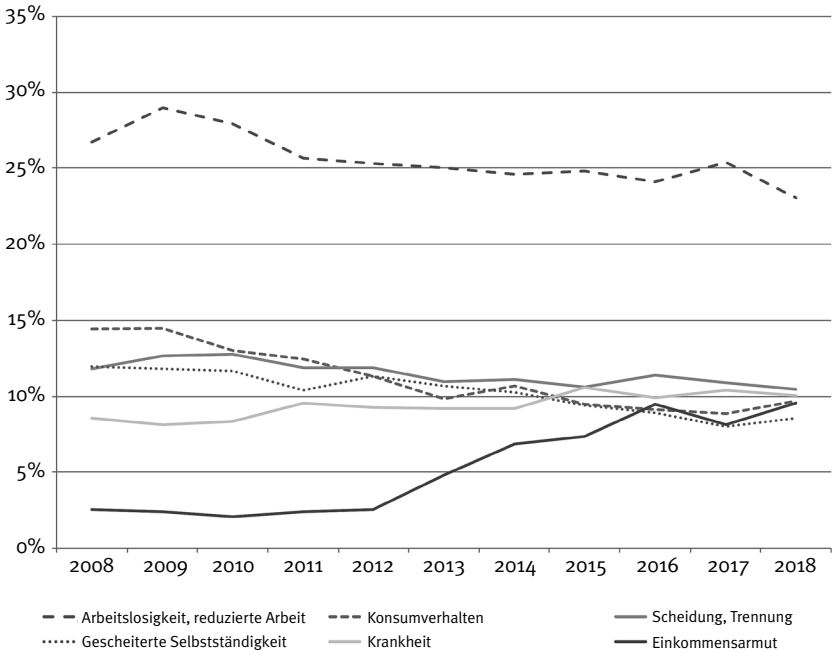


Abbildung 4: „Big Six“ der Überschuldungsgründe im Zeitverlauf
 (Quelle: Ulbricht et al. 2019b, 8).

Armutsrisiko ausgesetzt. 2016 lag das Armutsrisiko für Arbeitslose zum Beispiel bei 70,5 Prozent, während der bundesweite Durchschnitt bei 17,1 Prozent lag (vgl. Eurostat 2018, o. S.). Überschuldete profitieren weniger von der positiven Entwicklung des Arbeitsmarktes. Die überwiegende Anzahl der Ratsuchenden in der Schuldnerberatung ist erwerbslos. Rund 45 Prozent der Ratsuchenden beziehen SGB-II- oder SGB-III-Leistungen (vgl. Ulbricht et al. 2019b, 29). Destatis kommt zu ähnlichen Ergebnissen, demnach waren 2018 43 Prozent der beratenen Personen erwerbslos (vgl. Destatis 2019, 6).

Einkommensarmut als Überschuldungsursache war bei rund 9,6 Prozent der Fälle relevant. Die Armut der Überschuldeten nimmt dabei immer größere Ausmaße an. Hier dargestellt ist das preisbereinigte Medianeinkommen der Überschuldeten (unten) und die Armutsgrenze (= 60 Prozent vom Medianeinkommen) (oben, hellere Linie).

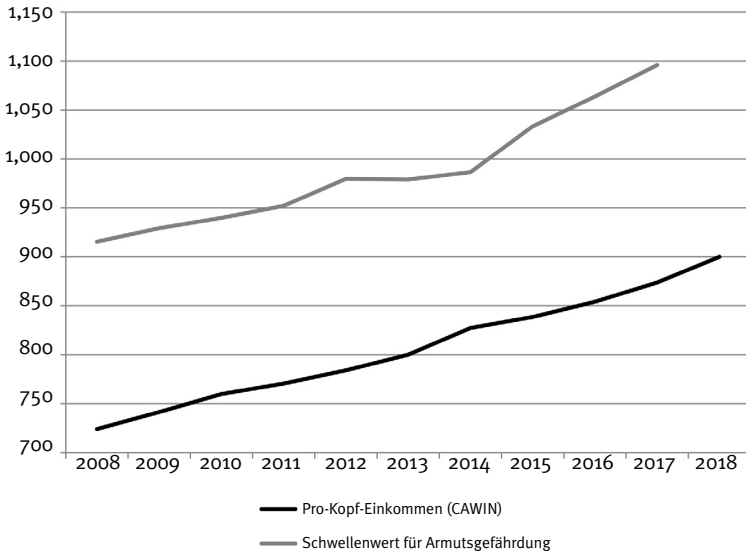


Abbildung 5: Pro-Kopf-Einkommen und Armutsschwelle im Zeitablauf
(Quelle: Ulbricht et al. 2019b, 28).

Während die Armutsschwelle zuletzt, das heißt mit der jüngsten Statistik, 2017 bei 1.115 Euro lag, lag das Medianeinkommen der Überschuldeten bei lediglich 900 Euro und somit bei rund einem Fünftel darunter (vgl. Ulbricht et al. 2019b, 27). Somit zählen Überschuldete zu den Ärmsten der Armen. Die Zahl der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer mit einem geringen Verdienst nimmt immer mehr zu, gleichzeitig sinken die Realeinkommen dieser Gruppe (vgl. BMAS 2017, 59 f.).

3.2 Wohnen

Hohe Wohnkosten können zu materieller Deprivation führen, ihre Höhe entscheidet sowohl über den Anspruch auf Sozialleistungen als auch über das verfügbare Einkommen (vgl. Spellerberg und Giehl 2018, 270, 272). Dass hohe Mieten in hohem Maße Armut fördernd sind, zeigt der Umstand, dass 10 Prozent der Großstadthaushalte nach der Mietzahlung ein Einkommen unterhalb der Grenzen von SGB-II- und SGB-XII-Leistungen haben (vgl. Spellerberg und Giehl 2018, 72). Die SOEP-Daten zeigen, dass seit Mitte der 2000er-Jahre die

Zahl der Haushalte mit einer überdurchschnittlichen Mietbelastung steigt (siehe Spellerberg und Giehl 2018, 273). Die durchschnittliche Mietbelastung lag 2014 bei Haushalten in Großstädten bei 27 Prozent (vgl. Lebuhn et al. 2017, 71). Haushalte mit Alleinerziehenden hatten eine Belastung in Höhe von 32 Prozent, während sie bei Haushalten unterhalb der Armutquote sogar 39 Prozent betrug. Keine Gruppe hat höhere Werte (vgl. Lebuhn et al. 2017, 71).

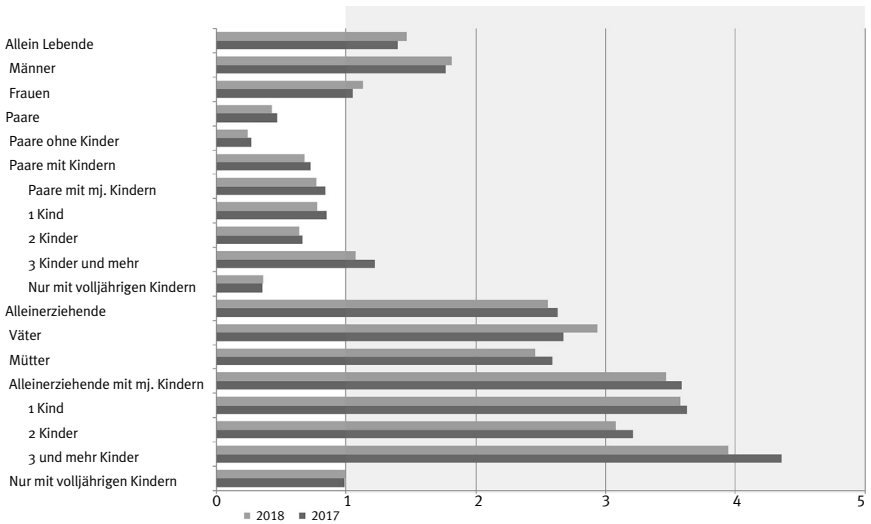
Überschuldete sind ebenfalls mit hohen Wohnkosten belastet. 26,1 Prozent geben mindestens 50 Prozent ihres Einkommens für Wohnkosten aus. Ungefähr jede Vierte beziehungsweise jeder Vierte gibt 40 Prozent bis 50 Prozent für Wohnkosten aus (vgl. Ulbricht et al. 2019a, 29). Grundsätzlich wird eine Belastung erreicht, wenn mehr als 30 Prozent des Einkommens für Miete aufgewendet werden muss (vgl. Lebuhn et al. 2017, 14). Lebuhn et al. kritisieren allerdings zugleich, dass es sich bei der 30-Prozent-Marke um eine willkürlich gesetzte Marke handelt, da sie mittlerweile kaum noch eingehalten werden kann (vgl. Lebuhn et al. 2017, 14).

3.3 Betroffenheit

Bestimmte Gruppen sind übermäßig von Überschuldung betroffen. Der dargestellte Betroffenheitsindex gibt den Anteil der jeweiligen Gruppe im Verhältnis zum Anteil in der Gesamtbevölkerung wieder. Ist der Anteil größer als 1, ist die Gruppe häufiger in der Schuldnerberatung zu finden (roter Bereich).

Überaus deutlich wird: Kinder sind ein Überschuldungsrisiko für Alleinerziehende, das mit der Zahl der Kinder zunimmt. Alleinerziehende kommen 2,6-mal so häufig unter Beratenen vor wie in der Gesamtbevölkerung. Alleinerziehende mit mindestens drei Kindern trifft es besonders oft, sie sind 3,9-mal häufiger betroffen. Wenig überraschend: Paare ohne Kinder haben mit Abstand das niedrigste Überschuldungsrisiko. Ein doppeltes Einkommen schützt vor Überschuldung.

Der Index der Betroffenheit zeigt auch auf, dass Aspekte wie Kindererziehung oder Scheidung (im Gegensatz zu früher) nicht mehr generell im Familienverbund getragen werden, sondern oftmals allein gelöst und entsprechend auch mit der individuellen Einkommenssituation getragen werden müssen (vgl. dazu



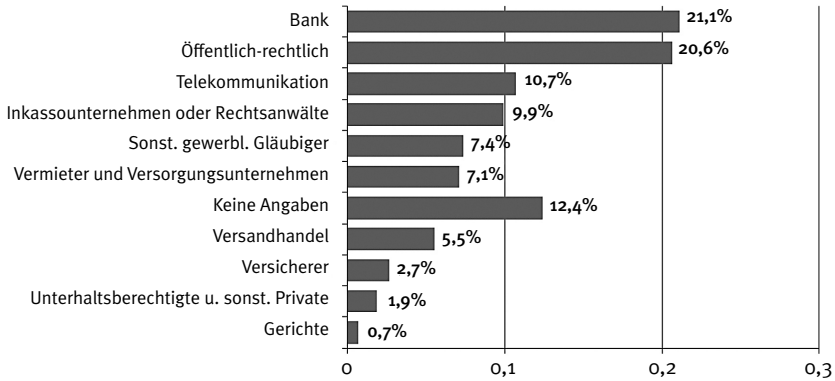
Die Betroffenheit bezeichnet den Quotienten nach den Anteilen 2017 bei den Überschuldeten (Dividend) und der Bevölkerung (Divisor), siehe auch Fußnote 36 auf S. 28. Ein Wert von größer eins zeigt ein häufigeres Vorkommen der jeweiligen Gruppe bei den Ratsuchenden, als in der Gesamtbevölkerung an (roter Bereich). Quelle: CAWIN, Statistisches Bundesamt (Destatis) 2017a, N=11.682.

Abbildung 6: Betroffenheitsindizes nach Haushaltsform 2017 und 2018 (Quelle: Ulbricht et al. 2019b, 25).

unter anderem auch Reifner 2003, 30). Fallen Konsum, Vorsorge und Einkommen (zeitweise) auseinander, können Finanzdienstleistungen hierbei vorübergehend unterstützen. Krediten kommt eine zentrale Funktion zu, denn in finanziell schwierigen Lebenssituationen wie Arbeitslosigkeit, Krankheit oder Trennung können sie finanzielle Notlagen überbrücken. Finanzdienstleistungen werden also zu „[...] modernen Ersatzmechanismen für traditionelle Formen der Lebensgestaltung, indem sie einerseits eine Individualisierung des Lebens, zum anderen eine gesellschaftliche Bewältigung individueller Problemlagen ermöglichen“ (Reifner 2003, 32). In einer Kreditgesellschaft läuft der Zugang zu Lebensbedürfnissen fast ausschließlich über Geldkapital, welches somit zu einer zwingenden Notwendigkeit wird. Menschen mit geringem Einkommen verfügen eben gerade hierüber nicht und sind daher in besondere Maße auf Kredite angewiesen (vgl. dazu unter anderem auch Reifner 2003, 32).

3.4 Gläubiger

Die Grafik zeigt die größten Gläubiger auf. Den größten Anteil verzeichnen die Banken und die öffentlich-rechtlichen Gläubiger, ihr Anteil liegt jeweils bei rund 21 Prozent.

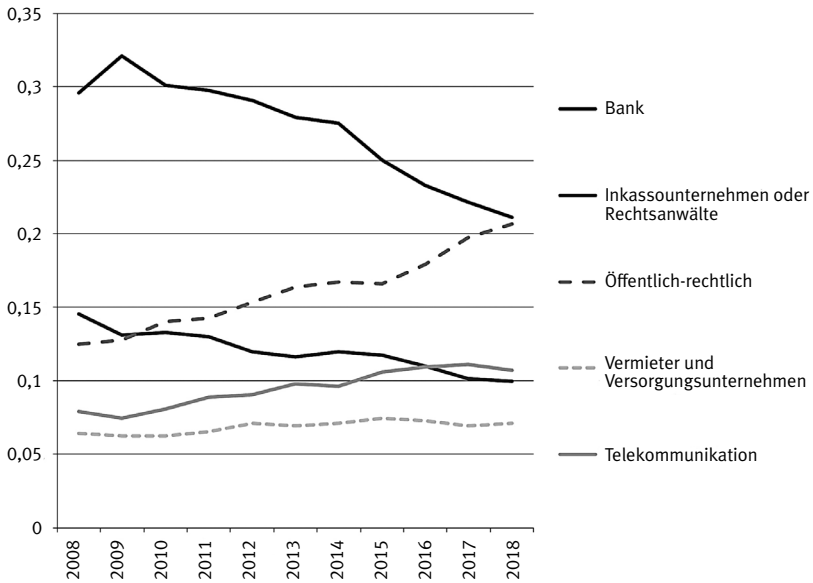


Quelle: CAWIN-Daten; Darstellung: iff. Für diese Statistik werden zuerst für jeden einzelnen Haushalt die Prozentualen Anteile der Forderungen berechnet. In einem zweiten Schritt wurden die Mittelwerte der Anteile über alle Haushalte nach Gläubigerarten ermittelt, die hier dargestellt sind. N=119.360.

Abbildung 6: Anteile der Gläubigerarten 2018 (in Prozent)
(Quelle: Ulbricht et al. 2019b, 18).

Der Anteil der Schulden der öffentlich-rechtlichen Gläubiger nimmt im Zeitverlauf beständig zu. Er hat sich im selben Zeitraum fast verdoppelt.

Verschiedene Gründe (Verzweiflung, sozialer Druck oder auch die Notwendigkeit einer Umschuldung) führen dazu, dass die Betroffenen immer weitere Schulden aufnehmen. Häufig genug treffen sie dabei auf Banken, die ihre Kreditvergabestandards mittlerweile bedenklich tief angesetzt haben. Der Konsumentenkredittest des iff hat sehr deutlich gemacht, dass bereits grundlegende Fragen zur Überschuldungsprävention in den Kreditgesprächen meist nicht gestellt werden.



Quelle: CAWIN-Daten; Darstellung: *iff*. In der Abbildung wurden aus Gründen der Übersicht lediglich die fünf wichtigsten Gläubigerarten berücksichtigt. 2018: N=119.360. Statt der fünfgrößten Gruppen, sonstige gewerbliche Gläubiger, sind hier aufgrund ihrer Bedeutung für die Lebenshaltungskosten Vermieter und Versorgungsunternehmen ausgewiesen.

Abbildung 8: Entwicklung der Zusammensetzung der Gläubiger (in Prozent)
(Quelle: Ulbricht et al. 2019b, 19).

4 Ausblick

Der eingangs erläuterte Kreditstess gibt Hinweise auf eine Kreditvergabepraxis, die verantwortlicher Kreditvergabe nicht gerecht wird. Auch wenn das Ausmaß bei den einzelnen Banken unterschiedlich ausgeprägt ist, lassen sich diese Beobachtungen bei allen getesteten Banken machen. § 505a BGB gewährt Banken zwar einen Ermessensspielraum, offensichtlich wird dieser aber nicht umfänglich für eine ausführliche Haushaltsanalyse genutzt, sondern das Kreditausfallrisiko lieber auf eine Restschuldersicherung verlagert, die mit erhöhten Kosten für die Verbraucherinnen und Verbraucher einhergeht (vgl. hierzu auch Größl und Peters 2019).

Zusammenfassend lassen sich also folgende Feststellungen machen: Rasch werden die Ursachen für Überschuldung an fehlender finanzieller Kompetenz festgemacht, dies verkennt jedoch die strukturellen Ursachen von Armut. Die Vertragsgestaltung von Krediten ist mitunter komplex und für Verbraucherinnen und Verbraucher schwer zu durchblicken (vgl. unter anderem Jérusalmy 2019, 9). Zwar können Lücken in der finanziellen Allgemeinbildung bei einer Kreditaufnahme zu Fehleinschätzungen hinsichtlich der eigenen Leistungsfähigkeit führen, indem die langfristigen Folgen nicht eingeschätzt werden (vgl. Kohler-Gehrig 2019, 40), aber ebenso erwartet werden muss, dass die Bank im Sinne einer verantwortlichen und fairen Kreditvergabe „ausreichend auf die individuelle Situation“ eingeht und die Kundinnen und Kunden „alle notwendigen Informationen“ erhalten (Reifner et al. 2013, 29). Dies umfasst „auch Alternativen – also andere Kreditformen, andere Laufzeiten etc. – und die Erläuterung des Kredits und seiner Funktionsweise, insbesondere wenn sich Situationen des Verbrauchers verändern“ (Reifner et al. 2013, 29). Nur ein solches Vorgehen kann der ungleichen Position zwischen Kreditgeber und Interessentinnen beziehungsweise Interessenten Rechnung tragen (vgl. Jérusalmy 2019, 9).

Menschen in prekären Lebenssituationen können „kognitiv, aber auch emotional überfordert“ sein, sich mit ihrer finanziellen Situation auseinanderzusetzen (vgl. Mayer 2018., 414). Bestimmte Risiken wie zum Beispiel alleinerziehend sein, hohe Wohnkosten, aber auch Arbeitslosigkeit, scheinen das Risiko einer Überschuldung signifikant zu erhöhen. Mangelnde Kreditwürdigkeit führt ohnehin zu einem begrenzten Angebot (vgl. Reifner 2003, 43). Zu bedenken ist zudem:

„Armutsprävention durch Bildung der Betroffenen ist dort ein unmittelbar wirksames Mittel, wo die Betroffenen es selber in der Hand haben, sich vor Armut zu schützen“ (Reifner 2003, 40).

Finanzielle Bildung nützt aber nichts, wenn es an angepassten Finanzdienstleistungen fehlt beziehungsweise der Zugang dazu verwehrt ist (vgl. Reifner 2003, 40). Finanzielle Bildung wird immer wieder als Verhinderer von Überschuldung genannt, und ohne Frage bedarf es niedrigschwelliger Weiterbildungsmöglichkeiten in diesem Bereich. Die eben vorgestellten Ergebnisse zeigen aber auch: Es bedarf gleichzeitig Verbraucherschutz und Finanzmarktregulierung. Der Überschuldungsreport und die Untersuchung zu Konsumentenkrediten zeigen

dabei verschiedene Forschungsbedarfe auf. Fragen, die im Weiteren zu untersuchen wären, sind zum Beispiel: Wie gehen Menschen mit wenig Einkommen mit Einkommenslücken um? Gibt es Alternativen zu klassischen Krediten? Welche Rolle spielt ein niedriges Einkommen für den Zugang zu Kredit?

5 Handlungsempfehlungen an die verbraucherpolitischen Akteure – Thesen für eine gute Verbraucherpolitik

Mehr Fairness und Transparenz bei der Kreditvergabe: Banken beziehungsweise Händler spielen eine entscheidende Rolle, denn sie entscheiden über die Kreditvergabe und wie diese im Falle einer finanziellen Krise angepasst werden können. Problematisch sind zum Beispiel Zusatzkosten, Umschuldungen von Ratenkrediten und der Verkauf überteuerter Restschuldversicherungen. Im Falle von Restschuldversicherungen entsteht für Verbraucherinnen und Verbraucher oft der Eindruck, dass der Abschluss dieser Versicherung Voraussetzung ist, um einen Kredit abzuschließen. Verbraucherkredite gibt es aber auch ohne Restschuldversicherung. Vor allem durch fehlende Beratung seitens der Kreditgeber, unvollständige Informationen und intransparente Kreditbedingungen können Verbraucherinnen und Verbraucher schnell unverschuldet in die Schuldenfalle geraten.

Mehr Forschung zu finanzieller Bildung und Überschuldung: Die Themen finanzielle Bildung und Überschuldung hängen zwar zusammen, es gibt aber keinen klaren Beleg, dass eine mangelhafte finanzielle Bildung zu Überschuldung führt. Es kursiert noch häufig die irrige Annahme, dass Überschuldung vor allem individuelles Fehlverhalten ist und die Lösung in Lern- und Bildungsangeboten liegt. Gleichzeitig gibt es aber kaum Forschungsergebnisse zur Wirksamkeit von Projekten zur Vermittlung von Finanzkompetenz, dafür bräuchte es zum Beispiel Langzeitstudien.

Öffentliche Berichterstattung und gesellschaftliche Wahrnehmung entstigmatisieren: Die öffentliche Wahrnehmung privater Schulden ist nach wie vor besorgniserregend. Schulden gelten als normal, Überschuldung hingegen wird als abweichendes Verhalten gesehen und ist gesellschaftlich hoch stigmatisiert. Es überrascht entsprechend auch nicht, dass die Schuldnerberatung einen hohen Anteil an Betroffenen nicht erreicht.

Literatur

- Bertsch, Frank und Werner Just. 2009. Suche der Verbraucher nach verantwortlichen Kreditinstituten. *Aus Politik und Zeitgeschichte* 59, Nr. 26: 20-25.
- BMAS (Bundesministerium für Arbeit und Soziales). 2017. *Lebenslagen in Deutschland: Der Fünfte Armuts- und Reichtumsbericht der Bundesregierung. Kurzfassung*. Bonn. http://www.bmas.de/SharedDocs/Downloads/DE/PDF-Pressemitteilungen/2017/5-arb-kurzfassung.pdf?__blob=publicationFile&v=2 (Zugriff: 5. März 2019).
- Bruckdorfer, Matthias, Heinrich Wilhelm Buschkamp, Bernd Krüger, Uwe Schwarze, Michael Weinhold und Cornelius Wichmann. 2018. *Soziale Schuldnerberatung: Konzept*. Aachen: Caritasverband für das Bistum Aachen e. V. https://www.agsbv.de/wp-content/uploads/2018/04/2018_04_03_Konzept-Soziale-Schuldnerberatung_AGSBV.pdf (Zugriff: 21. Mai 2018).
- Bundesagentur für Arbeit. 2020. Arbeitslosenquote in Deutschland im Jahresdurchschnitt von 2004 bis 2020. *Statista*. 30. April. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1224/umfrage/arbeitslosenquote-in-deutschland-seit-1995/> (Zugriff: 17. Juni 2020).
- Creditreform Wirtschaftsforschung. 2019. *SchuldnerAtlas Deutschland: Überschuldung von Verbrauchern*. Neuss. https://www.creditreform.de/fileadmin/user_upload/central_files/News/News_Wirtschaftsforschung/2018/Analyse-SchuldnerAtlas-Deutschland-2018.pdf (Zugriff: 12. Juli 2019).
- Destatis (Statistisches Bundesamt). 2019. *Statistik zur Überschuldung privater Personen: Fachserie 15 Reihe 5*. Wiesbaden. https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/Vermoeigen-Schulden/Publikationen/Downloads-Vermoeigen-Schulden/ueberschuldung-2150500187004.pdf?__blob=publicationFile (Zugriff: 17. Juli 2019).
- Eurostat. 2018. Armutsgefährdungsquote nach sozialen Transfers, aufgeschlüsselt nach dem häufigsten Erwerbsstatus, 2016 (in %). *Eurostat*. 9. November. [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Armutsgefährdungsquote_nach_sozialen_Transfers,_aufgeschlüsselt_nach_dem_häufigsten_Erwerbsstatus,_2016_\(in_%25\)_YB18.png](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Armutsgef%C3%A4hrdungsquote_nach_sozialen_Transfers,_aufgeschl%C3%BCsselt_nach_dem_h%C3%A4ufigsten_Erwerbsstatus,_2016_(in_%25)_YB18.png) (Zugriff: 17. Juli 2019).

- GfK SE, Consumer Panels. 2018. *Marktstudie 2018 – Konsum- und Kfz-Finanzierung*. Nürnberg. https://www.bfach.de/media/file/24871.Marktstudie_2018_Konsum-Kfz-Finanzierung_BFACH.pdf (Zugriff: 31. Juli 2019).
- Größl, Ingrid und Sally Peters. 2019. Verantwortliche Vergabe von Ratenkrediten durch Banken: Konzeption, Praxis und Potenziale. *Vierteljahreshefte zur Wirtschaftsforschung – Schulden – Segen oder Fluch?* 88, Nr. 4: 103-113. doi:10.3790/vjh.88.4.103.
- Hayen, Dagmar, Martina Sauer, Jan Evers, Michael Unterberg und Marco Habschick. 2005. *Migranten und Finanzdienstleistungen: Schlussbericht*. Hamburg: evers & jung GmbH. http://tk.eversjung.de/www/downloads/Migranten_und_FDL_BMVEL_2005.pdf (Zugriff: 17. Juli 2019).
- Jérusalmy, Olivier. 2019. *What makes credit so risky? A consumer perspective: A paper on the development of consumer credit markets from ancient times to the present*. Brüssel: Finance Watch. https://www.finance-watch.org/wp-content/uploads/2019/06/What-makes-credit-so-risky_FW-paper_June2019.pdf (Zugriff: 11. Juli 2019).
- Knobloch, Michael und Udo Reifner. 2009. *iff-Überschuldungsreport 2009: Überschuldung in Deutschland*. Hamburg: Institut für Finanzdienstleistungen e. V. <http://www.iff-ueberschuldungsreport.de/media.php?id=4364> (Zugriff: 20. Juni 2017).
- Kohler-Gehrig, Eleonora. 2019. *Armut heute: Eine Bestandsaufnahme für Deutschland*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Korczak, Dieter. 2005. *Verantwortungsvolle Kreditvergabe: Forschungsprojekt*. München: GP FORSCHUNGSGRUPPE: Institut für Grundlagen- und Programmforschung. https://gp-f.com/de/pdf/ak_kredi.pdf (Zugriff: 11. Juli 2019).
- Lebuhn, Henrik, Andrej Holm, Stephan Junker und Kevin Neitzel. 2017. *Wohnverhältnisse in Deutschland – Eine Analyse der sozialen Lage in 77 Großstädten. Bericht aus dem Forschungsprojekt „Sozialer Wohnversorgungsbedarf“*. Düsseldorf: Hans Böckler Stiftung. https://www.boeckler.de/pdf_fof/99313.pdf.
- Mayer, Nadine. 2018. *Financial Capability in der Kunde-Bank-Beziehung: Eine wissensbasierte Analyse und Modellkonzeption*. Wiesbaden: Springer Gabler. doi:10.1007/978-3-658-21017-5.
- Meilwes, Michael. 1996. *Konsumentenkredit – soziale Ausgrenzung – Schuldnerberatung*. Reihe „Quellen und Forschungen zum evangelischen sozia-

- len Handeln 7“. Hemmingen: Verlag Sozialwissenschaftlicher Studiengesellschaft.
- Neuberger, Doris und Udo Reifner. 2019. *Systemic usury and the European Consumer Credit Directive*. Thünen-Series of Applied Economic Theory – Working Paper, Nr. 161. Rostock: Universität Rostock, Institut für Volkswirtschaftslehre. <http://hdl.handle.net/10419/209120> (Zugriff: 5. März 2020).
- Projektgruppe Gemeinschaftsdiagnose. 2019. *Gemeinschaftsdiagnose #1-2019: Konjunktur deutlich abgekühlt – Politische Risiken hoch*. Halle (Saale). http://gemeinschaftsdiagnose.de/wp-content/uploads/2019/04/GD1_2019_final_20190408.pdf (Zugriff: 31. Juli 2019).
- Reifner, Udo. 2003. *Finanzielle Allgemeinbildung: Bildung als Mittel der Armutsprävention in der Kreditgesellschaft*. Baden-Baden: Nomos.
- Reifner, Udo, Michael Knobloch und Kai-Oliver Knops. 2010. *Restschuldversicherung und Liquiditätssicherung*. Norderstedt: Books on Demand.
- Reifner, Udo, Helena Klinger, Michael Knobloch und Achim Tiffe. 2013. *Fairness und Verantwortung im Konsumentenkredit – Ein Bewertungsprojekt*. Hamburg: Institut für Finanzdienstleistungen e. V.. https://www.iff-hamburg.de/wp-content/uploads/2013/12/Bericht_Fairness_20131118_FO1UR.pdf (Zugriff: 12. Juli 2019).
- SCHUFA Holding AG. 2019. *SCHUFA Kredit-Kompass 2019: Empirische Untersuchung der privaten Kreditaufnahme in Deutschland: Finanzkompetenz im digitalen Zeitalter*. Wiesbaden. https://www.schufa.de/media/editorial/ueber_uns/bilder/studien_und_publicationen/kredit_kompass/skk_2019/SCHUFA_Kredit-Kompass-2019_ES_web.pdf (Zugriff: 11. Juli 2019).
- Spellerberg, Annette und Christoph Giehl. 2018. Armut und Wohnen. In: *Handbuch Armut: Ursachen, Trends, Maßnahmen*, hg. von Petra Böhnke, Jörg Dittmann und Jan Goebel, 270-291. Opladen: Barbara Budrich.
- Tiffe, Achim. 2008. *Best Practice beim verantwortlichen Kreditgeschäft - Corporate Social Responsibility in der Bankenpraxis: Studie im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbandes (vzbv)*. Hamburg: Institut für Finanzdienstleistungen e. V. https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/iff_gutachten_csr_2008_10_12.pdf (Zugriff: 18. September 2019).
- Ulbricht, Dirk, Michael Feigl, Ulrike Freistedt, Sally Peters und Gideon Schacht. 2019a. *Faire Kreditvergabe: Schlussbericht*. Hamburg: Institut für Finanzdienstleistungen e. V. https://www.iff-hamburg.de/wp-content/uploads/2019/02/Faire_Kreditvergabe_Layout.pdf (Zugriff: 11. Juli 2019).

Ulbricht, Dirk, Sally Peters, Andrea Hollweg und Erik Methner. 2019b. *iff-Überschuldungsreport 2019: Überschuldung in Deutschland*. Hamburg: Institut für Finanzdienstleistungen e. V. <https://www.iff-hamburg.de/wp-content/uploads/2019/06/iff-%C3%9Cberschuldungsreport-2019.pdf> (Zugriff: 12. Juli 2019).

Zahn, Marcus. 2011. *Überschuldungsprävention durch verantwortliche Kreditvergabe: Gleichzeitig ein Beitrag zur Verbraucherkreditrichtlinie 2008/48/EG und ihrer nationalen Umsetzung*. Reihe „Untersuchungen über das Spar-, Giro- und Kreditwesen. Abteilung B: Rechtswissenschaft 192“. Berlin: Duncker & Humblot. doi:10.3790/978-3-428-53684-9.

Über die Autorin

Dr. Sally Peters ist Sozialpädagogin/Sozialarbeiterin und Geschäftsführerin am Institut für Finanzdienstleistungen (iff e. V.) in Hamburg. Ihre Schwerpunkte umfassen Überschuldung, Armut und finanzielle Bildung.

Impressum

Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V.
Mintropstraße 27, 40215 Düsseldorf
Telefon: 0211 3809-0, Telefax: 0211 3809-235
www.verbraucherzentrale.nrw

Die „Beiträge zur Verbraucherforschung“ werden von Dr. Christian Bala (für das Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW) und Wolfgang Schuldzinski (für die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V.) herausgegeben. Das KVF NRW ist ein Kooperationsprojekt der Verbraucherzentrale NRW e. V. mit dem Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MULNV) und dem Ministerium für Kultur und Wissenschaft (MKW) des Landes Nordrhein-Westfalen.

Die in diesem Band versammelten Beiträge geben die Meinung und die wissenschaftlichen Erkenntnisse der Autorinnen und Autoren wieder und müssen nicht mit den Meinungen und Positionen des KVF NRW, der Verbraucherzentrale NRW e. V., des MULNV und des MKW übereinstimmen.



Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft,
Natur- und Verbraucherschutz
des Landes Nordrhein-Westfalen



Ministerium für
Kultur und Wissenschaft
des Landes Nordrhein-Westfalen



Kontakt:

Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V.
Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW (KVF NRW)
Mintropstraße 27, 40215 Düsseldorf
Telefon: 0211 3809-0
E-Mail: verbraucherforschung@verbraucherzentrale.nrw
www.verbraucherforschung.nrw

Lektorat: Christina Seitz

Redaktion: Michaela Eich und Tamara Heilig

Gestaltung: Grazyna Rojek, Essen

Gestaltungskonzept: punkt8, Braunwald+Walter GbR, www.punkt8-berlin.de.

Druck: rewi druckhaus, Wissen

Gedruckt auf 100 Prozent Recyclingpapier.

Redaktionsschluss: Mai 2020