

# Konsum-Korridore

## Suffizienz als Bestimmen des rechten Masses zwischen Freiheit und Vorgabe

Dr. Antonietta Di Giulio

## Hintergrund

### Themenschwerpunkt Nachhaltiger Konsum

- gefördert vom BMBF, Teil von SÖF/FONA
- 10 Verbände (rund 30 Einzelvorhaben, ca. 10 Mio. Euro)
- rund 100 Forschende aus mindestens 15 Disziplinen
- 1 Begleitforschungsprojekt (rund 1.4 Mio. Euro)
- rund 80 Praxispartner
- Dauer: 2008-2013  
(letzte Produkte unter der Federführung der BF noch 2014)

# Hintergrund

change

BF-Konsum



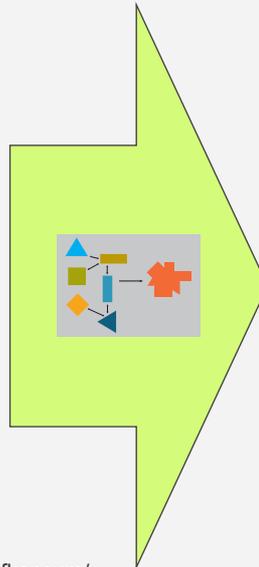
LIFEEVENTS



Intelliekon

Consumer/Prosumer

Energie nachhaltig konsumieren  
nachhaltige Energie konsumieren

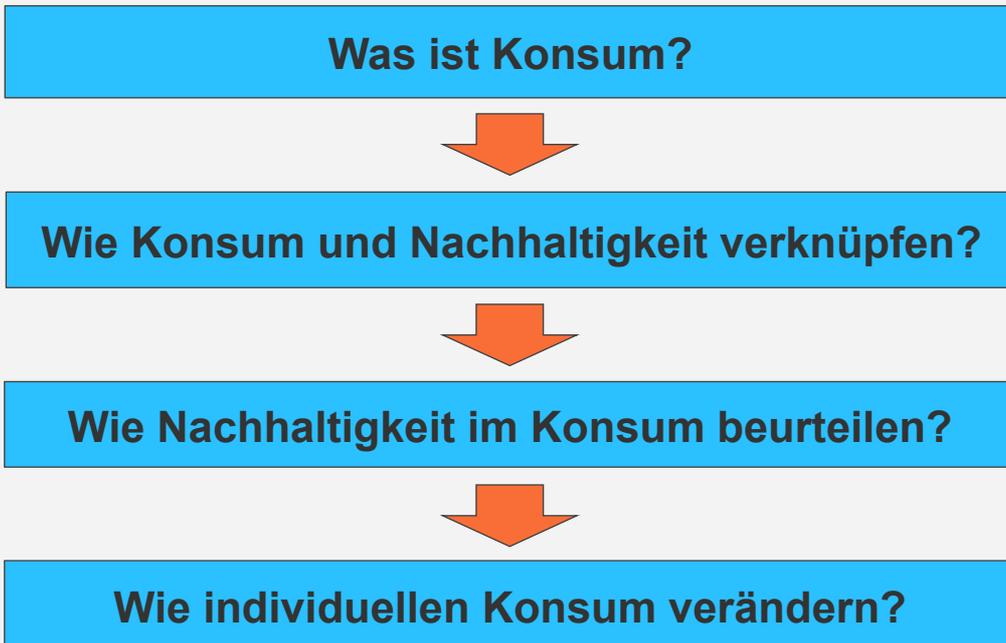


URL: [www.fona.de/de/9876/](http://www.fona.de/de/9876/); [www.ikaoe.unibe.ch/forschung/soefkonsum/sun21](http://www.ikaoe.unibe.ch/forschung/soefkonsum/sun21), Suffizienz Netzwerk Schweiz, Treffen 10. Juni 2014, Di Giulio



# Synthese – grundlegende Fragen

(Wesen und Wege nachhaltigen Konsums; D: 2011; E: 2012)



# Synthese – gesellschaftliche Gestaltung

(Blättel-Mink et al. 2013)

## Die Konsum-Botschaften – Struktur

- Name
- Kurzaussage (Kern der Botschaft)
- Mythos, auf den die Botschaft reagiert
- Gegenentwurf, der an die Stelle des Mythos gesetzt wird
- Entfaltung und Begründung Gegenentwurf
- Beispiele
- Empfehlungen für politische und zivilgesellschaftliche Akteure

# Synthese – gesellschaftliche Gestaltung

(Blättel-Mink et al. 2013)

Syntheseteam des Themenschwerpunkts  
*Vom Wissen zum Handeln –  
Neue Wege zum nachhaltigen Konsum*

## Konsum- Botschaften

Was Forschende  
für die gesellschaftliche Gestaltung  
nachhaltigen Konsums empfehlen

HIRZEL

Erschienen  
November 2013

## Konsum – mehr als Kaufen



www.komar.de

sun21, Suffizienz Netzwerk Schweiz, Treffen 10. Juni 2014, Di Giulio



7

## Konsum – ohne geht es nicht



sun21, Suffizienz Netzwerk Schweiz, Treffen 10. Juni 2014, Di Giulio



8

## Konsum – "satisfiers" und Bedürfnisse

"Distressing jeans requires a creative outlook. You should be able to visualize which parts should look worn out so that the jeans make a fashion statement. The act of distressing gives the jeans a unique and trendy look. Frequent use and washes give jeans such a look.



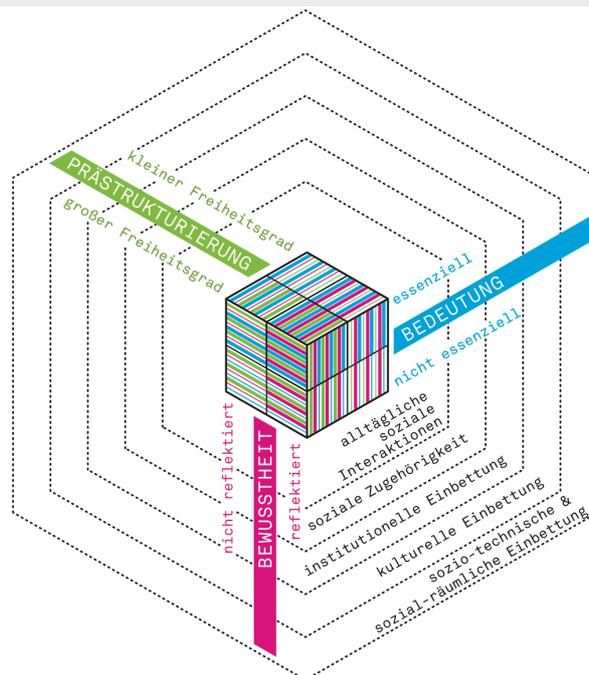
### Steps to Destroy Jeans

Destroyed jeans are the latest trend in teen fashion. Before we understand the steps of this, let us take a look at the tools you will require, all of which are easily available at home. (...)" <http://www.buzzle.com/articles/how-to-distress-jeans.html> (31.05.2014)

"(...) you do not need to wash your jeans as often as you think you do, if ever. 'These jeans are maybe a year old and (...) have yet to see a washing machine,' the CEO of Levi Strauss & Co., Chip Bergh, said Tuesday, referring to the jeans he was wearing during an interview at Fortune magazine's Brainstorm Green conference in California. 'I know that sounds totally disgusting,' Bergh said. (...) Despite the potential 'ick' factor, Bergh went on to explain that keeping your jeans out of the laundry will help keep their shape and color. 'If you talk to real denim aficionados, they tell you don't wash your blue jeans,' Bergh said."

<http://abcnews.go.com/blogs/lifestyle/2014/05/why-levis-ceo-says-to-stop-washing-your-jeans> (31.05.2014)

## Konsum – Dimensionen und Kontext

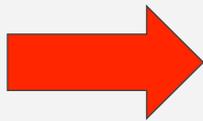


Defila et al. im Druck nach Kaufmann-Hayoz et al. 2011

## Nachhaltigkeit

### Ziel einer Nachhaltigen Entwicklung

- allen Menschen die Befriedigung ihrer Bedürfnisse und somit ein gutes Leben gewährleisten



**Zentrale Frage: 'Gutes Leben' = ?**

## Nachhaltigkeit



Fortuna schüttet vor Saxonica ihr Füllhorn aus, dessen Inhalt der Staatshaushalt fordert. Anton Dietrich, 1896 (© Rainer Boehme)



## Konsum – nicht ethisch neutral



www.indische-wirtschaft.de; posted by Stefan Mey (in Social Entrepreneurship, Unternehmen & Märkte, 30.06.2010, 15:04)

sun21, Suffizienz Netzwerk Schweiz, Treffen 10. Juni 2014, Di Giulio



13

## Nachhaltigkeit im Konsum



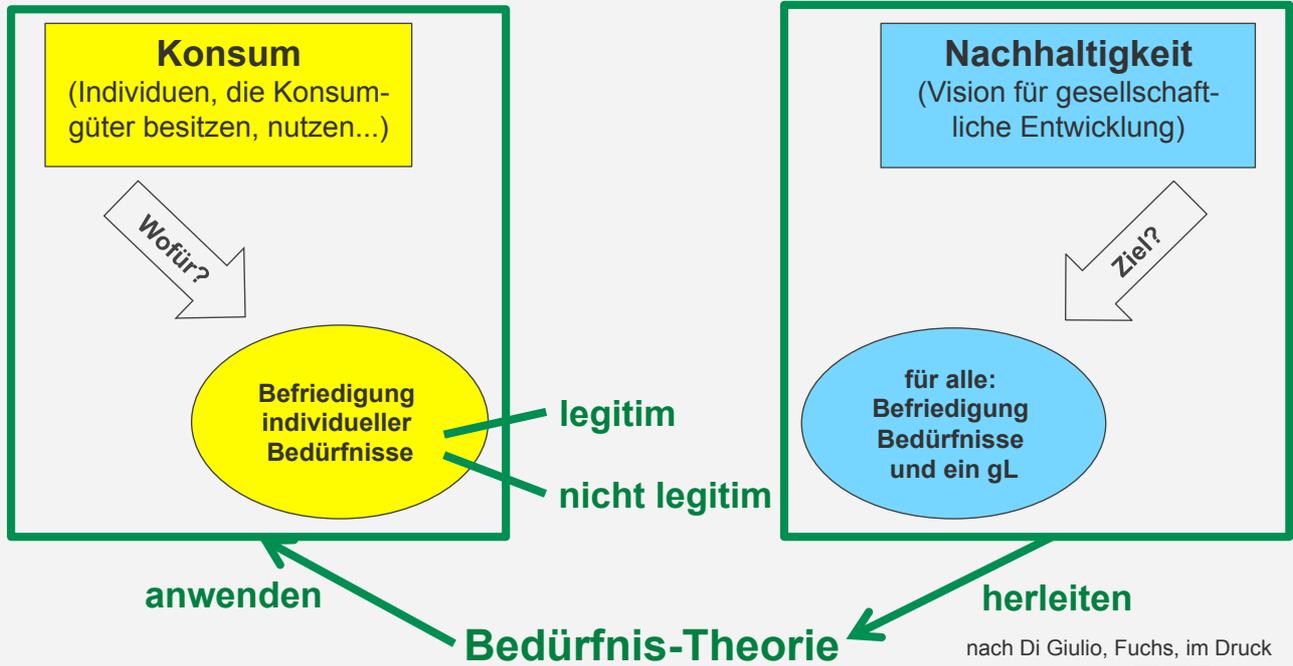
nach Di Giulio, Fuchs, im Druck

sun21, Suffizienz Netzwerk Schweiz, Treffen 10. Juni 2014, Di Giulio



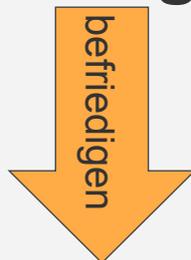
14

# Nachhaltigkeit im Konsum



# Nachhaltigkeit im Konsum

## Konsumgüter



## Bedürfnisse

legitime  
Bedürfnisse

subjektive  
Wünsche

Vorstellungen über  
Grad und Umfang  
der Befriedigung  
von Bedürfnissen,  
Wünschen

## Nachhaltigkeit im Konsum

# legitime Bedürfnisse



**subjektive  
Wünsche**



**Vorstellungen über  
Grad und Umfang  
der Befriedigung  
von Bedürfnissen,  
Wünschen**

## Nachhaltiger Konsum

**Konsumhandlungen sollten dazu  
beitragen, dass die externen  
Bedingungen, die für ein gutes  
Leben nötig sind, für alle  
Menschen geschaffen werden  
und erhalten bleiben!**

# Die "Korridor-Botschaft"

(Blättel-Mink et al. 2013)

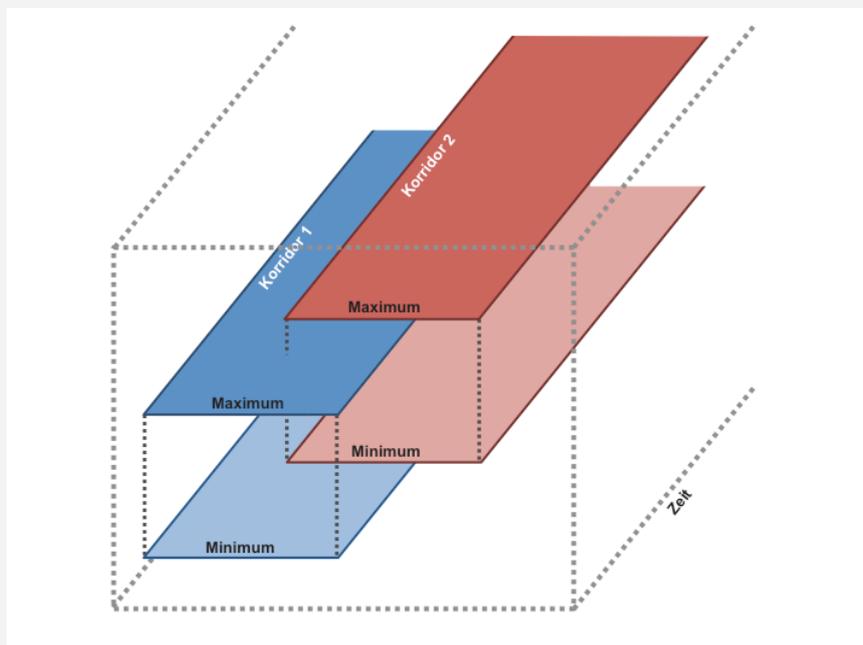


**Gutes Leben für alle als Ziel  
von Nachhaltigkeit erfordert  
Minimal- und  
Maximalstandards**

Maximum

Minimum

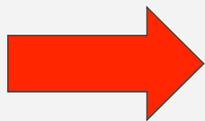
# Die Korridor-Idee



## Die Korridor-Idee

### Konkretisierung nachhaltigen Konsums

- legitime Bedürfnisse identifizieren
- benennen, welche Ressourcen zur Befriedigung legitimer Bedürfnisse nötig sind ('Ressourcen<sup>B1</sup>')
- identifizieren der Ressourcen<sup>B</sup>, die durch Konsumhandeln quantitativ oder qualitativ beeinträchtigt werden können
- Unter-Grenzen des Nötigen (Minimum) und Ober-Grenzen des Erlaubten (Maximum) bezogen auf Ressourcen<sup>B</sup> definieren



### Aushandlung und dynamische Anpassung

## Quellen

- Blättel-Mink B., Brohmann B., Defila R., Di Giulio A., Fischer D., Fuchs D., Gözl S., Götz K., Homburg A., Kaufmann-Hayoz R., Matthies E., Michelsen G., Schäfer M., Tews K., Wassermann S., Zundel S. (Syntheseteam des Themenschwerpunkts "Vom Wissen zum Handeln – Neue Wege zum nachhaltigen Konsum") (2013): Konsum-Botschaften. Was Forschende für die gesellschaftliche Gestaltung nachhaltigen Konsums empfehlen. Stuttgart: Hirzel Verlag.
- Defila R., Di Giulio A., Kaufmann-Hayoz R. (eds.) (2012): The Nature of Sustainable Consumption and How to Achieve it. Results from the Focal Topic "From Knowledge to Action – New Paths towards Sustainable Consumption". München: oekom.
- Defila R., Di Giulio A., Kaufmann-Hayoz R. (Hrsg.) (2011): Wesen und Wege nachhaltigen Konsums. Ergebnisse aus dem Themenschwerpunkt "Vom Wissen zum Handeln – Neue Wege zum nachhaltigen Konsum". München: oekom.
- Defila R., Di Giulio A., Kaufmann-Hayoz R. (im Druck): Sustainable Consumption – an Unwieldy Object of Research. In: GAIA.
- Di Giulio A., Fuchs D. (im Druck): Sustainable Consumption Corridors: Concept, Objections, and Responses. In: GAIA.