

## **Tagungsbericht**

### **„Die Rolle des Konsumenten in der Wirtschaftsethik“**

Eine Veranstaltung des Center for Responsibility Research am Kulturwissenschaftlichen Institut Essen (29.-30. November 2011)

Von Imke Schmidt

Durch eine bewusste Entscheidung für sozial und ökologisch verträgliche Produkte können Konsumenten einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung leisten. Das ist eine der Übereinkünfte der Tagung „Die Rolle des Konsumenten in der Wirtschaftsethik“, die am 29. und 30. November im KWI stattfand.

Die Tagung begann mit der Buchpräsentation des kürzlich erschienenen Sammelbandes „Die Verantwortung des Konsumenten. Zum Verhältnis von Markt, Moral und Konsum“ durch die Herausgeber Ludger Heidbrink, Imke Schmidt und Björn Ahaus und einer Paneldiskussion zum Thema. Im Mittelpunkt stand die Debatte, wie man nachhaltige Konsummuster fördert: Neben Verbraucherbildung und Verbraucherrechten wurde auch die Möglichkeit diskutiert, geschickte Anreize für einen nachhaltigen Konsum zu setzen. Man war sich einig, dass nur ein Zusammenspiel der einzelnen Konsumenten, Unternehmen und der Politik eine nachhaltige Entwicklung fördern könne.

Der anschließende Abendvortrag von Josef Wieland (Hochschule Konstanz) zum Verhältnis von Konsumentenethik und Unternehmensethik eröffnete die internationale Tagung, an der Wissenschaftler aus den USA, Australien und Europa zusammenkamen, um die Rolle des Konsumenten aus der Sicht der Wirtschafts- und Unternehmensethik zu diskutieren. Durch lebhaftes Kontroversen wurde deutlich, dass eine Ethik des Konsums sehr unterschiedliche Facetten vom ehrlichen Einkauf bis hin zum umfassend nachhaltigen Lebensstil aufweist. Einstimmig war man dabei der Meinung, dass Konsumenten über ihr Kaufverhalten durchaus großen Einfluss auf die Strategien von Unternehmen haben.

Welchen moralischen Status sie dabei neben den Unternehmen jedoch genau einnehmen und in welchem Verhältnis ihre Verantwortung zu der von Unternehmen steht, muss sowohl in theoretischer als auch in empirischer Hinsicht noch weiter geklärt werden.