

VERNETZUNGSSYMPOSIUM: KONSUM NEU DENKEN?

21./22. September 2015

AK Bildungszentrum, Theresianumgasse 16-18, 1040 Wien

Programm: 21. September 2015, Großer Saal

08.30 Uhr Registrierung

09.00 Uhr **Begrüßung**

Gabriele Zgubic, Abteilungsleiterin KonsumentInnenpolitik, Arbeiterkammer Wien

09.10 Uhr **Bisherige (Fehl-)Entwicklungen in KonsumentInnenpolitik, -bildung und –
forschung. Ein skeptischer Rückblick**

Karl Kollmann, Konsumforscher

09.30 Uhr **Herausforderungen am derzeitigen Zustand in KonsumentInnenpolitik, -bildung
und -forschung. Das Bamberger Manifest und dessen Weiterentwicklung**

Christian Fridrich, Pädagogische Hochschule Wien

Renate Hübner, Alpen-Adria Universität Klagenfurt

Nina Tröger, Arbeiterkammer Wien

10.00 Uhr Diskussion

10.30 Uhr Pause

11.00 Uhr **Herausforderungen für Forschung, Politik und Bildung**

Michael-Burkhardt Piorkowsky, Universität Bonn

Georg Tafner, PH Steiermark, Universität Graz und Humboldt-Universität zu Berlin

Franz Floss, Verein für Konsumenteninformation

11.45 Uhr **Die Schnittstelle zwischen Verbraucherschutz und Verbraucherpolitik - Die
Erfahrungen des Kompetenzzentrums Verbraucherforschung NRW**

Christian Bala, Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen

12.00 Uhr Diskussion

12.40 Uhr Mittagspause - Buffet

13.40 Uhr **Bestehende Netzwerke und zukünftige Potenziale im Themenfeld Konsum**

Kai-Uwe Hellmann, Technische Universität Berlin

14.00 Uhr **World Café (weitere Infos siehe weiter unten)**

16.00 Uhr Pause

16.30 Uhr **Ergebnisse des World Cafés – Wie geht's weiter?**

17.30 Uhr Snack und Getränke

Programm: 22. September 2015

09.00 Uhr Workshops

Workshop 1: Ideen- und Projektentwicklung, Raum 14A (Infos siehe unten)

Ulrike Seebacher, Universität Graz

Workshop 2: NachwuchswissenschaftlerInnen, Raum 25

Kai-Uwe Hellmann, Technische Universität Berlin

11.30 Uhr Pause

12.00 Uhr Plenum und Ausblick: Symposium 2016

13.30 Uhr gemeinsames Mittagessen/Ende der Tagung

Moderation an beiden Tagen: Karin Küblböck

WORLD CAFE

21. September, 14-16 Uhr

Tisch 1: Zum Beitrag von privaten und staatlichen Organisationen auf Konsum

Fokus: AkteurInnen/Institutionen

Christian Kornherr, Verein für Konsumenteninformation

Sebastian Nessel, Universität Graz

In diesem World Café soll einerseits ein Überblick über verschiedene Maßnahmen der österreichischen Verbraucherpolitik erarbeitet werden, die sich auf Konsum beziehen. Andererseits sollen Aktivitäten von privaten Organisationen in diesem Bereich vorgestellt werden (Verbraucher- und Umweltorganisationen, NGOs, lokale Initiativen und soziale Bewegungen). Konsum wird hierbei in einem weiten Verständnis gefasst, d.h. es soll nicht nur um konkrete Kaufakte und -hinweise (wie z.B. Warentests oder Informationsbroschüren) gehen, sondern auch um den Beitrag von Organisationen für die politische und ökonomische Vertretung von Konsumenten gegenüber Politik und Unternehmen, um das Thema Nachhaltigkeit oder um konkrete Praktiken im weiten Bereich des Konsums (Repair-Cafés, Konsumkooperativen etc.). Damit sollen verschiedene Strategien von staatlichen und privaten Organisationen sichtbar gemacht werden, die Konsummuster beeinflussen. Zugleich soll so ein Austausch darüber hergestellt werden, welche Erwartungen private Organisationen an die staatliche Verbraucherpolitik und an Konsumenten haben und wo gegenwärtig und zukünftig Handlungsbedarf gesehen wird.

Tisch 2: Was bedeutet „Nachhaltiger Konsum“ in Zeiten ökonomischer Krisen

Fokus: Soziale Dimensionen „Nachhaltigen Konsums“ aus verschiedenen Blickwinkeln

Barbara Schmon, Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft

Stefan Wahlen, Universität Wageningen

Menschen lassen sich beim Konsumieren selten von rationalen Motiven leiten, sondern oft von Gewohnheiten, Geschmack oder Statusdenken. Die Konsummuster und Konsumpraktiken sind daher sehr heterogen, so dass es nicht möglich ist, von dem „nachhaltigen Lebensstil“ zu sprechen. Meist wird nachhaltiger Konsum aus der ökologischen Perspektive diskutiert - sozialen Aspekten einer nachhaltigen Entwicklung werden im Diskurs weniger Raum gegeben bzw. oft einseitig betrachtet. Gerade in Zeiten anhaltender wirtschaftlicher Krisen spielt soziale Nachhaltigkeit im Rahmen sozialer Ungleichheit eine wichtige Rolle. Diese Ungleichheiten können sich im Produktions- oder Herstellungsprozess manifestieren, wie z.B. in Produkten die mit Kinderarbeit hergestellt wurden. Auf der anderen Seite ist eine wachsende Kluft zwischen Arm und Reich zu verzeichnen, so dass alltägliche Konsummuster verschiedener Gesellschaftsschichten von ökonomischen Krisen betroffen sind. Themen wie Fleischkonsum, artgerechte Tierhaltung oder „Markenware“ im Bekleidungssektor machen uns die Verschränkungen von nachhaltigem Konsum, ökonomischer Krise und sozialer Ungleichheit deutlich.

Daher möchte dieser Tisch die folgenden Fragen aufwerfen:

- Aus welchen Gründen konsumieren Menschen „nachhaltiger“?
- Welche Rolle spielt das Thema „Suffizienz“ in Zeiten ökonomischer Krisen?
- Wieviel sind uns Produkte wert? Und welche Rolle spielen dabei unterschiedliche soziale Hintergründe?
- Welchen Beitrag leistet Konsum zur sozialen Ungleichheit?
- Welche Möglichkeiten sind gegeben bzw. welche Voraussetzungen müssen geschaffen werden um durch Konsum eine nachhaltige Inklusion zu fördern?

Gemeinsame Leitfrage: „Kann man durch nachhaltigen Konsum soziale Ausbeutung einerseits, aber auch gesellschaftliche Ungleichheit andererseits tatsächlich verringern?“

Tisch 3: Neue und alte Wege des Konsumierens

Fokus: Nachhaltigkeit

Anja Christanell, Österreichisches Institut für Nachhaltigkeit

Stefan Schridde, Murks? Nein danke!

Häufig wird unter Konsum der bloße Kaufakt verstanden. Dabei beginnt Konsum bei der Bedürfnisentstehung und endet meistens mit der Entsorgung. Und nicht immer steht in der Mitte dieses Prozesses ein Kaufakt. Immer häufiger werden Konsumgüter getauscht oder verschenkt. Die Sharing Economy mit ihren unterschiedlichen Ausprägungen, Angeboten und Definitionen gilt für die einen als Allheilmittel für solidarisches Miteinander und für die anderen als reine Fortsetzung des kapitalistischen Systems. Zeitgleich werden fast täglich neue Plattformen gebildet, die sich weniger um klare Zuordnungen kümmern, sondern in der Praxis agieren, indem sie auf verschiedensten Ebenen (lokal, national, international) teilen, reparieren oder verschenken. Am Tisch werden neue und alte Wege des Konsumierens von Konsum im Zusammenhang mit Lebensqualität und Nachhaltigkeit diskutiert.

Tisch 4: Konsum als Thema der sozio-ökonomischen Bildung

Fokus: Bildung

Ulrike Danier, Universität Köln

Dietmar Lasinger, Österreichisches Gesellschafts- und Wirtschaftsmuseum

Zu den Aufgaben jeder Schule gehören unter anderem die Heranbildung selbständiger Urteilsfähigkeit junger Menschen und deren Befähigung zur Teilhabe am Wirtschafts- und Kulturleben. Die Schule muss Menschen dazu befähigen, ihre Rollen als Erwerbstätige und Verbraucher/innen kompetent und moralisch verantwortlich wahrzunehmen. Die hohe Bedeutung dieser Thematik ist beispielsweise aus dem Grundsatzterlass „Wirtschafts- und Verbraucher/innenbildung“ vom Juni 2015 des Österreichischen Bundesministeriums für Bildung und Frauen zu ersehen. Die zu vermittelnden Kompetenzen sollen dabei nicht nur über die Inhalte bestimmter Fächer angesteuert werden. Das Unterrichtsprinzip „Wirtschafts- und Verbraucher/innenbildung“ macht ökonomische Bildung vielmehr zu einem fächerübergreifenden komplexen und vielschichtigen Anliegen. Auf welcher Ebene kann der bestmögliche Zugang gefunden werden um diese Anliegen zu vermitteln?

Diese und folgende Leitfragen stehen am Tisch 4 zur Diskussion:

- Die ökonomische Ebene: Welche Bedeutung hat (privater) Konsum für die Wirtschaft?
- Der/Die "mündige" Konsument/-in: Welche Rechte (Konsumentenschutz, Konsumentenrecht etc.) und welche Pflichten haben Konsumenten und Konsumentinnen?
- Die Bildungsebene: Wie kann das Thema "Konsum" als Teil der Bildung bestmöglich vermittelt werden?

Tisch 5: Konsumkompetenzen – und motivationen: Ideale und Realitäten

Fokus: Verbraucherbilder

Sepp Eisenriegler, RUSZ

Bernadette Kamleitner, Wirtschaftsuniversität Wien

- Welche Konsumkompetenzen und -motivationen haben/benötigen KonsumentInnen?
- Wie gelingt eine nachhaltigere Nutzung von Gütern? Was sind die größten Hürden auf Seiten der Konsumenten?
- Wie entstehen Produktbindungen, wie können diese (politisch) gefördert werden?
- Welches Konsumentenbild wäre für eine nachhaltigere Nutzungsweise Voraussetzung, wie kann man das Verhalten der KonsumentInnen in dieser Hinsicht fördern?
- Reparieren – wie kann das Teil von Konsummustern sein?
- Kompetenzen – was müssten KonsumentInnen wissen oder können, damit alternative Angebote genutzt werden können?

Der Hausverstand sagt uns, dass permanentes materielles Wachstum auf unserem endlichen Planeten nicht möglich ist. In allen einschlägigen Umfragen sagen rund 80% der EU-KonsumentInnen, dass sie langlebige, reparierbare Produkte bevorzugen. Warum kaufen wir dann 2015 dreimal so viele Wegwerfwaschmaschinen wie 2008? Warum wollen wir ein Smartphone nicht länger als 2,7 Jahre verwenden? – Wieweit sind Werbung, sozialer Alltag, Bedürfnisse und Werte an diesem Verhalten beteiligt?

WORKSHOP "IDEEN UND PROJEKTE"

22. September 2015, AK-Bildungszentrum, Raum 14A

Moderation: Ulrike Seebacher, Universität Graz und Karin Küblböck

Dieser Workshop bietet den TeilnehmerInnen die Gelegenheit, Wissen und Erfahrungen mit anderen Disziplinen und beruflichen Hintergründen auszutauschen. Der aktuelle Handlungsbedarf in KonsumentInnenpolitik, -forschung und -bildung und neue Ansätze standen am ersten Tag des Symposiums im Mittelpunkt. Mit Blick darauf sammeln wir Ideen für Forschungs- und Umsetzungsprojekte und legen den Grundstein für weitere Kooperationen.

Ziele des Workshops

Den TeilnehmerInnen erhalten die Möglichkeit, entweder an der Konkretisierung ihrer (mitgebrachten oder am Vortag entstandenen) Projektidee zu arbeiten oder sich im Austausch mit anderen TeilnehmerInnen zu neuen Ideen inspirieren zu lassen.