

Journal für korporative Kommunikation

Mihir Nayak und Alexander Schüßler

Investor Relations as a means of Corporate Communication in times of crisis - A Case Study of Starbucks 2

Katharina Blennemann

Die neue Rolle von Unternehmen in der Gesellschaft..... 11

Fabienne Byosiere

Freundschaftsbeziehungen im Wandel: „Früher war alles besser!“ - Digitale Ermüdung als Chance für unsere analogen Freundschaftsbeziehungen?..... 21

Liz Krüger

Nachhaltiger Konsum zwischen Ethik und Moral 32

Nina Küster

Haltung und Konsum: Zwischen traditionellem Demonstrationskonsum und neuen Zugehörigkeiten 42

Thomas Oster

Politische Agenda und der Glaube an die Wahrheit 53

Katharina Preußnat

Bin ich es oder die KI? – Einstellungen, Haltungen und Verhalten von Konsumenten 64

Patrick Weber

Digitale Rituale? – Die Übertragung des Ritualbegriffs in Online-Kontexte und die Chancen für Unternehmen durch die Etablierung von Konsumrituale durch Online-Marketing 74

Ausgabe 1/2020

journal-kk.de - ISSN: 2365-6662 - Herausgeber: Dr. Jan Rommerskirchen

Liz Krüger: Nachhaltiger Konsum zwischen Ethik und Moral

Vor dem Hintergrund der sich verschärfenden Klimakrise ist es längst kein Geheimnis mehr, dass besonders das westliche Konsumniveau zu einer Verschlechterung der Umweltbedingungen und zu wachsender sozialer Ungerechtigkeit in unserer Welt beiträgt. Als Antwort darauf, haben sich in den letzten Jahren in Teilen der Gesellschaft alternative, umweltfreundlichere Lebensstile etabliert. Der sogenannte nachhaltige Konsumstil ist unter anderem gekennzeichnet durch den Kauf fairer, biologisch erzeugter oder regionaler Produkte. Dabei geht es in erster Linie darum die Umwelt zu schützen und soziale Gerechtigkeit auf der ganzen Welt zu fördern.

In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage nach der subjektiven Motivation hinter einem nachhaltigen Konsumstil, speziell dem Kauf fair gehandelter Lebensmittel. Dafür werden bestehende Erklärungen nachhaltigen Konsums aus sozialpsychologischer Sicht mit dem Modell der ethisch-moralischen Handlungsfelder von Rommerskirchen in Bezug gesetzt, um ein genaueres und erweitertes Verständnis über die subjektive Motivation hinter nachhaltigem Konsum zu gewinnen.

Studien, welche die sozialpsychologischen Modelle speziell auf den Konsum fair gehandelter Lebensmittel beziehen, können zeigen, dass die personale Norm, also eine tiefe, subjektive Überzeugung des Individuums, die ausschlaggebende Motivation hinter dem Kauf fair gehandelter Lebensmittel ist. Aus ethisch-moralischer Sicht entspricht die personale Norm einer ethischen Überlegung und damit der individuellen Überzeugung über das Gute einer Handlung. Für die zukünftige Entwicklung hin zu mehr Nachhaltigkeit ist es letztlich von großer Bedeutung, dass die Individuen als Mitglieder der Gesellschaft eigene, tiefe Überzeugungen ausbilden, um bewusster zu konsumieren.

„I want you to panic. I want you to feel the fear I feel every day. And then I want you to act. I want you to act as you would in a crisis. I want you to act as if our house is on fire. Because it is!“ (World Economic Forum 2019).

Mit dieser eindringlichen Forderung konfrontiert Greta Thunberg auf dem Weltwirtschaftsforum in Davos die versammelte globale Wirtschaftselite. Die Repräsentantin der internationalen Klimaschutzbewegung „Fridays for Future“ will mit ihrem dringlichen Appell die Menschen von der Notwendigkeit eines klimapolitischen Wandels überzeugen. Sie fordert ein sofortiges Umdenken und Handeln aller Politiker und Bürger in allen Lebensbereichen – hin zu mehr Nachhaltigkeit.

Dass die Menschen im 21. Jahrhundert über ihre Verhältnisse leben, ist nichts Neues. Der sogenannte „Earth Overshoot Day“, welcher jährlich von der Organisation „Global Footprint Network“ berechnet wird, zeigt auch im Jahr 2019 ein schockierendes Ergebnis. Bereits Mitte des Jahres, am 29. Juli, hatten wir Menschen alle natürlichen Ressourcen aufgebraucht, die von der Erde innerhalb eines Jahres reproduziert werden können (vgl. Umweltbundesamt 2019a: o. S.). Die Menschheit lebt somit weit über die natürlichen Kapazitäten der Erde hinaus. Gerade das

westliche Konsumniveau trägt in diesem Zusammenhang zu einer steigenden Umweltbelastung bei und hat einen erheblichen Einfluss auf die wirtschaftliche, soziale und ökologische Entwicklung unserer Welt, verbrauchen doch die reichsten 20% der Weltbevölkerung insgesamt 80% aller Waren und Ressourcen (vgl. Raschke 2015c: o. S.).

Während Konsum, also „sämtliche Verhaltensweisen, die auf die Erlangung und private Nutzung wirtschaftlicher Güter und Dienstleistungen gerichtet sind“ (Wiswede 2000: 24), in seiner ursprünglichen Form lediglich der Existenzsicherung galt, dient er heute der Befriedigung jeglicher materieller und immaterieller Bedürfnisse des Menschen (vgl. Gerold 2006: 14). Schon längst hat sich in der Konsumentenforschung herausgestellt, dass es dabei um viel mehr geht, als das bloße Kaufen von Waren – „was man konsumiert und welchen „lifestyle“ man verfolgt, bestimmen die Identität des zeitgenössischen Wirtschaftsbürgers“ (Kolowski/Priddat 2006: 7). Konsumstile „werden zu ganzen Lebensentwürfen“ (Kolowski/Priddat 2006: 7) und nehmen eine wichtige Rolle im sozialen Zusammenleben ein.

Doch haben sich im Zusammenhang mit der wachsenden Umweltbelastung und den präsenten Folgen des Klimawandels in den vergangenen Jahren auch

verschiedene soziale Protestbewegungen, wie die „Fridays for Future“ oder „Extinction Rebellion“ gebildet. Diese fordern eine Veränderung der Gesellschaft, hin zu mehr sozialer Gerechtigkeit und Umweltbewusstsein in allen Lebensbereichen. Im Zuge dieses Umdenkens haben sich in Teilen der Gesellschaft andere, genügsamere Konsumstile entwickelt, die das „stumpfe Kaufen“ von immer mehr Dingen ablehnen und Kaufentscheidungen von der Nachhaltigkeit der konsumierten Waren und Dienstleistungen abhängig machen.

Dieser nachhaltige Konsumstil ist „Teil einer nachhaltigen Lebensweise und ein Verbraucherverhalten, das unter anderem Umweltaspekte und soziale Aspekte bei Kauf und Nutzung von Produkten und Dienstleistungen“ (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit 2017: o. S.) hinterfragt und einbezieht.

Mittlerweile hat sich auch in Teilen der Gesellschaft die Erkenntnis durchgesetzt, dass nicht nur der Staat, sondern auch die Verbraucher selbst, als „Akteure der Umweltpolitik“ (Gerold 2006: 13) gelten und durch ihr „Konsumverhalten Einfluss auf die Produktionsbedingungen und damit auch auf den Zustand der Umwelt haben“ (Gerold 2006: 13). So wächst der Anteil nachhaltigen Konsums am Gesamtkonsum seit Jahren stetig und hat in Deutschland im Jahr 2016 einen Marktanteil von 8,6% erreicht, gemessen am Marktanteil von Produkten mit staatlichem Umweltzeichen (vgl. Statistisches Bundesamt 2018: 88).

Vor diesem Hintergrund haben sich in den vergangenen Jahren Wissenschaftler unterschiedlicher Disziplinen intensiv mit dem Thema des nachhaltigen Konsums beschäftigt. Hier liefert vor allem die Sozialpsychologie die entscheidenden Denkansätze. Besonders interessant erscheinen hier die sozialpsychologischen Modelle der Theorie des geplanten Verhaltens von Icek Ajzen und das Normaktivationsmodell von Shalom Schwartz, welche auch auf nachhaltiges Handeln angewendet werden können.

Was jedoch in der bisherigen Forschung noch nicht eingehend untersucht wurde, ist die Bedeutung dieser Erkenntnisse vor dem Hintergrund ethisch-moralischer Überlegungen zur Entwicklung eines nachhaltigen Konsumstils. Dabei geht es spezifisch um die subjektive Motivation, die hinter dem Entschluss zu einem nachhaltigen Konsumstil steht. Denn dieser Entschluss, in dieser Arbeit auch als Motivation zu verstehen, kann verschiedene ethisch-moralische Ansprüche haben. Gerade dieses Verständnis über die

subjektive Motivation scheint für die dauerhafte Etablierung eines nachhaltigen Konsumstils unerlässlich.

Aus diesem Grund werden innerhalb dieses Fachartikels die zwei sozialpsychologischen Theorien mit einer Betrachtung aus ethisch-moralischer Sicht gegenübergestellt, um ein genaueres und erweitertes Verständnis über die subjektive Motivation hinter nachhaltigem Konsum zu gewinnen.

Die Forschungsfrage lautet daher: Welche subjektive Motivation steht hinter dem Entschluss nachhaltig zu leben und fair gehandelte Lebensmittel zu konsumieren?

Dafür wird zunächst ein ethisch-moralisches Modell vorgestellt, welches Handlungen ethischer sowie moralischer Motivation voneinander abgrenzt und verschiedene Handlungsfelder eröffnet. Im Anschluss daran werden die zwei sozialpsychologischen Handlungsmodelle zur Erklärung des nachhaltigen Konsums erläutert.

Letztlich soll geprüft werden, ob und wie sich diese Ergebnisse auf das Modell der ethisch-moralischen Handlungsfelder übertragen lassen und welche weiteren Erkenntnisse für eine feste und dauerhafte Etablierung des nachhaltigen Konsums gewonnen werden können.

Ethik und Moral

Die Begriffe der Ethik und Moral werden im heutigen Alltag häufig als Synonyme genutzt, „um die Regeln des menschlichen Idealverhaltens systematisch zu erfassen“ (Antes 2005: 303). Doch unterscheiden sich beide Begriffe aus kommunitaristischer Sicht ganz deutlich in ihrer Bedeutung und müssen terminologisch voneinander abgegrenzt werden. Während der aus dem Griechischen stammende Begriff der Ethik ganz allgemein die „systematische Erörterung und Herleitung des Guten (...) im Gegensatz zum Bösen“ (Antes 2005: 304) beschreibt, meint der aus dem Lateinischen abgeleitete Begriff der Moral die „idealtypischen Verhaltensweisen, also das richtige Tun in konkreten Situationen“ (Antes 2005: 304). Moralische Handlungsentscheidungen fragen somit nach dem „Richtigen“, während die ethischen Handlungsentscheidungen nach dem „Guten“ fragen (vgl. Rommerskirchen 2015: 27f). Eine moralisch richtige Handlung ist somit jene Handlung, die von den Akteuren einer Gemeinschaft als „richtig“ und „gerecht“ angesehen wird, während eine ethisch gute Handlung

lediglich durch die subjektiven Überlegungen des Individuums als „gut“ legitimiert wird.

Das Modell ethisch-moralischer Handlungsfelder

Jeder Akteur trifft bei zahlreichen Handlungsentscheidungen, bewusst oder unbewusst, ethische und/oder moralische Überlegungen, die schließlich die darauffolgende Handlung legitimieren. Rommerskirchen stellt in seinem Werk ein Modell vor, in dem die Beziehung von Ethik und Moral in einem Koordinatensystem dargestellt wird. Dabei beschreibt die horizontale Achse „die moralische Legitimität einer sozialen Handlung auf der Bandbreite negativer bis positiver Sanktionen in der Gemeinschaft“ (Rommerskirchen 2019: 105). Auf der vertikalen Achse wird hingegen die ethische Legitimität einer sozialen Handlung beschrieben, hier „können wir unsere sozialen Handlungen als für uns mehr oder weniger ethisch gut verorten“ (Rommerskirchen 2019: 105).

So kann eine Handlung von der Gemeinschaft als moralisch richtig anerkannt werden, wenn die Handlung den gesellschaftlichen Normen, also den Geboten der Gemeinschaft, entspricht. Andererseits gilt eine Handlung als moralisch falsch, sobald diese nicht mehr den gesellschaftlichen Normen und damit den Verboten einer Gemeinschaft folgt. Jede Handlung kann außerdem auch für das Individuum als ethisch gut gelten, wenn die Handlung den Werten des Individuums entspricht. Gleichzeitig kann aber eine Handlung auch vom Individuum als ethisch schlecht charakterisiert werden, falls diese nicht auf den subjektiven Wertvorstellungen des Individuums beruht (vgl. Rommerskirchen 2019: 106).

Das Modell von Rommerskirchen gliedert sich so insgesamt in vier Quadranten, welche schließlich vier verschiedene Handlungsfelder der Ethik und Moral offenbaren. Ist eine Handlung an gesellschaftlichen Normen orientiert und basiert gleichzeitig auf ethischen Wertvorstellungen, dann ist eben diese Handlung „in hohem Maße kooperationsfördernd“ (Rommerskirchen 2019: 106) und damit förderlich für die individuelle und gesellschaftliche Entwicklung. Solches Handeln wird als „ethisch und moralisch akzeptiertes Handeln“ (Rommerskirchen 2019: 106) angesehen und ist im rechten oberen Quadranten des Modells anzusiedeln. Dem gegenüber beinhaltet das Modell aber auch Handlungen, die „weder ethisch noch

moralisch akzeptabel sind“ (Rommerskirchen 2019: 106). Diese Handlungen sind im unteren linken Quadranten angesiedelt und gelten als keineswegs förderlich für die Gemeinschaft.

Daneben gibt es noch „jene Bereiche, in denen Handlungen zwar moralisch legitim, für uns aber aus subjektiven ethischen Gründen unzulässig sind“ (Rommerskirchen 2019: 106), wie im unteren rechten Quadranten dargestellt. Dem gegenüber stehen im oberen linken Quadranten letztlich Handlungen, die zwar „unserer ethischen Überzeugung entsprechen, jedoch in der Gemeinschaft als moralisch inakzeptabel gelten“ (Rommerskirchen 2019: 106) (siehe Abb.1).



Abb. 1: Ethisch-moralische Handlungsfelder (Quelle: Rommerskirchen (2019), S. 106)

Zwischen diesen vier Quadranten, auch als Handlungsfelder angesehen, können in der Praxis menschlicher Handlungsentscheidungen auch Dilemmata entstehen (vgl. Rommerskirchen 2019: 110). Ethik und Moral stehen sich hier in einem Spannungsfeld gegenüber und stellen den Handelnden vor eine Alternative, die, gleich wie der Akteur entscheidet, zu einem unerwünschten, beziehungsweise unbefriedigenden Ergebnis führt.

Robert Brandoms Festlegungen

Robert Brandom spricht innerhalb der Kommunikation zwischen Akteuren von sogenannten behaupten-

den oder auch „doxastische(n) Festlegungen“ (Brandom 2000: 220), die als Basis einer Behauptung dienen. Er erkennt den Menschen als normorientiertes Wesen an und erklärt in Anlehnung an Kant, dass „wir Normen nicht nur *unterworfen*, sondern auch *sensibel* ihnen gegenüber sind“ (Brandom 2000: 76).

Rommerskirchen übernimmt in Anlehnung an Brandom den Begriff der Festlegungen und bezieht diesen auf sein Modell der ethisch-moralischen Handlungsfelder. Er erklärt, dass Normen erst dann handlungsleitend werden, wenn das Individuum auch ethische Überlegungen dazu trifft und die Norm als gut empfindet. Wie zuvor beschrieben, entstehen die geteilten Normen einer Gemeinschaft immer erst durch den kollektiven Austausch der einzelnen Werte oder Wünsche der verschiedenen Akteure. Rommerskirchen fügt hinzu, dass jedoch nicht „jeder subjektiv sinnvolle Wunsch auch die ethisch-moralische Anerkennung der ihn umsetzenden Handlung“ (Rommerskirchen 2019: 108) legitimiert. So ist beispielsweise der spontane Wunsch, heute in einem Fair-Trade-Geschäft Lebensmittel einzukaufen, zwar gut für den Moment, jedoch resultieren aus dieser unmittelbaren Entscheidung keine „Konsequenzen für meine ethischen Überlegungen oder gar die moralischen Positionen“ (Rommerskirchen 2019: 108). Würde ich hingegen aus ethischer Überzeugung und der Achtung vor sozialer Gerechtigkeit und Umwelt in dem Fair-Trade-Geschäft Lebensmittel einkaufen, dann wäre der Wunsch dort einkaufen zu gehen, die „Konsequenz meiner Überzeugung und prägend für mein Handeln“ (Rommerskirchen 2019: 109). Diese Wünsche, also die subjektiven Überlegungen der Akteure, können schließlich auch als Festlegungen, wie Brandom sie versteht, bezeichnet werden. Rommerskirchen unterscheidet dabei zwischen sogenannten „flachen“ und „tiefen“ Festlegungen (vgl. Rommerskirchen 2019: 109). Die flachen Festlegungen sind meist „situativ und eher kontingent“ (Rommerskirchen 2019: 109) und gelten daher auch als unbeständig und leicht veränderbar. Sie entspringen keinen tiefen ethischen oder moralischen Überlegungen und basieren viel mehr auf situativen Wünschen.

Die tiefen Festlegungen hingegen stehen dem entgegen und „wurzeln in den tief gehenden ethischen Überzeugungen und den sozialisierten moralischen Haltungen, die unsere Identität als Person berühren“ (Rommerskirchen 2019: 109).

Schließlich fügen sich auch Brandoms Festlegungen zwanglos in das Modell der ethisch-moralischen

Handlungsfelder von Rommerskirchen ein. Die tiefen Festlegungen sind dabei jene, die sowohl ethischen als auch moralischen Überlegungen des Individuums entspringen und sich dadurch in dem kooperationsfördernden Quadranten befinden.

Wünsche oder vage Festlegungen können sich zu tiefen Festlegungen entwickeln und führen zu wahrhaftigen Überzeugungen, durch die sich ein gefestigter ethisch-moralischer Standpunkt manifestiert.

Des Weiteren differenziert Rommerskirchen noch zwischen „tiefen Festlegungen erster und zweiter Stufe“ (Rommerskirchen 2019: 110). So reflektiert die erste Stufe tiefer Festlegungen unsere ethische Haltung zu einer Handlung oder vielmehr dem Ziel einer Handlung (vgl. Rommerskirchen 2019: 110). In der zweiten Stufe tiefer Festlegungen werden „die moralischen Positionen hierzu, die wir der Gemeinschaft zuweisen, der wir uns verpflichtet fühlen“ (Rommerskirchen 2019: 110) miteinbezogen. Hier werden also auch die gesellschaftlichen Normen durch das Individuum geprüft.

Die Theorie des geplanten Verhaltens nach Icek Ajzen

Die „Theorie des geplanten Verhaltens“ (im Original: „Theory of Planned Behavior“ oder kurz „TPB“) wurde 1985 von dem Sozialpsychologen Icek Ajzen entwickelt, um menschliches Verhalten aus sozialpsychologischer Sicht zu erklären (vgl. Ajzen 1991: 181).

Die TPB besagt, dass jedes Verhalten durch die Absicht (Intention) bestimmt wird, dieses Verhalten auszuführen. Die Verhaltensabsicht gilt damit „als wichtigster Prädiktor (Vorhersageparameter) für die Ausführung einer Handlung“ (Graf 2007: 35). Des Weiteren gibt es drei Determinanten der Verhaltensabsicht. Die erste Determinante ist die subjektive „Einstellung gegenüber dem Verhalten“ (attitude toward the behavior) und bezieht sich auf die allgemeine Bewertung des Verhaltens, also ob eine Person eher eine positive oder negative Einstellung gegenüber dem Verhalten hat. Der zweite Prädiktor wird in der TPB als sozialer Faktor angesehen und wird als sogenannte „subjektive Norm“ (subjective norm) bezeichnet. Diese bezieht sich auf den wahrgenommenen sozialen Druck, den das Individuum verspürt, ein gewisses Verhalten auszuführen oder nicht auszuführen. Dabei geht es um die subjektive Überzeugung darüber, wie andere Personen das mögliche Verhalten bewerten (vgl. Ajzen

2005: 117f). Die dritte Determinante ist die „wahrgenommene Verhaltenskontrolle“ (perceived behavioral control), die sich auf den individuell wahrgenommenen Schwierigkeitsgrad der Ausführung des Verhaltens bezieht (vgl. Ajzen 1991: 188).

Die drei Determinanten der Verhaltensabsicht werden wiederum von weiteren Informationen und Einstellungen, die sich in Überzeugungen (Beliefs) äußern, bestimmt. Zusätzlich basieren diese Überzeugungen auf weiteren Hintergrundfaktoren, die sich grob in persönliche, soziale und informative Faktoren unterscheiden (siehe Abb. 2).

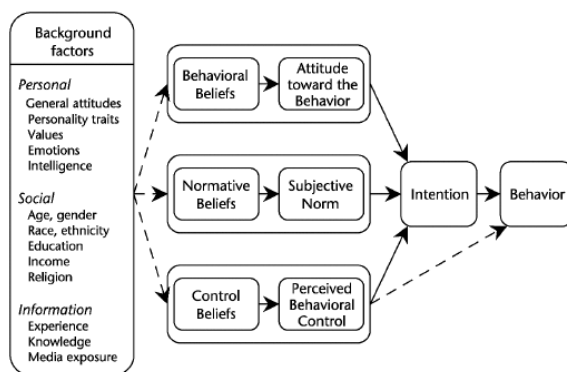


Abb. 2: The Theory of Planned Behavior (Quelle: Ajzen (2005), S. 135)

Die Theorie des geplanten Verhaltens und nachhaltiger Konsum von Fair-Trade-Lebensmitteln

Zahlreiche Studien haben bewiesen, dass die „Theorie geplanten Verhaltens“ neben allgemeinem Verhalten auch auf nachhaltiges Verhalten angewendet werden kann. So können unter anderem Armitage und Conner in einer vielbeachteten Metaanalyse von 185 unabhängigen Studien zeigen, dass eine hohe Korrelation von $r=0,47$ zwischen Verhaltensabsicht (Intention) und tatsächlichem Verhalten besteht (vgl. Armitage/Conner 2001: 485f).

Die Intention wirkt damit innerhalb der TPB als starker Prädiktor auf das tatsächliche Verhalten. Verschiedene Studien haben außerdem aufgezeigt, dass sich die „Vorhersage manifesten Handelns verbessert (...), wenn einbezogen wird, wie viel Kontrolle über das Verhalten vorliegt, beziehungsweise inwiefern ihm Hindernisse entgegenstehen“ (Armitage/Conner 2001: 485f). Berücksichtigt man also neben der Ver-

haltensabsicht zusätzlich die wahrgenommene Verhaltenskontrolle, erhöht sich die Vorhersagegüte der TPB weiter auf $r=0,52$ (vgl. Armitage/Conner 2001: 485f).

Vermeir und Verbeke übertragen die TPB in einer Studie speziell auf den Konsum von Fair-Trade-Lebensmitteln und untersuchen die einzelnen Prädiktoren innerhalb der TPB auf ihre Anwendbarkeit in diesem Themenbereich. Insgesamt stellt sich dabei die „Einstellung gegenüber dem Verhalten“ als Hauptprädiktor der Intention heraus, wodurch also eine positive Einstellung zu fair gehandelten Produkten wiederum als wichtigste Determinante der Verhaltensabsicht (Intention) gilt (vgl. Vermeir/Verbeke 2008: 548).

Des Weiteren können Andorfer und Liebe zeigen, dass „Sanktionen aus dem nahen Umfeld des Konsumenten (Unterstützung/Missbilligung durch Freunde und Bekannte) die Kaufentscheidung mitbestimmen“ (Schenk 2016: 63f). Damit erhält die subjektive Norm als Prädiktor ebenso einen positiven Effekt auf den Kauf fair gehandelter Lebensmittel.

Armitage und Conner stellen jedoch in ihrer Metaanalyse heraus, dass innerhalb der drei Determinanten, die auf die Intention wirken, die subjektive Norm der schwächste Prädiktor beim Kauf fair gehandelter Produkte ist (vgl. Armitage/Conner 2001: 471).

Ozcaglar-Toulouse et al. können innerhalb einer Studie schließlich zeigen, dass das Hinzufügen zwei weiterer Prädiktoren, der „ethischen Verpflichtung“ und der „Selbstidentität“, zu einer höheren Varianzaufklärung innerhalb der Intention zum Kauf von Fair-Trade-Lebensmitteln führt (vgl. Ozcaglar-Toulouse et al. 2013: 512). Somit ist anzunehmen, dass gerade bei nachhaltigem Handeln, spezifisch dem Kauf von fair gehandelten Lebensmitteln, die drei Kern-Determinanten nicht als alleinige Prädiktoren ausreichend sind, um ein Verhalten umfassend zu erklären. Zwar hat sich die „Einstellung gegenüber dem Verhalten“ als stärkster Prädiktor auf die Verhaltensabsicht herausgestellt, doch verbessert sich die Varianz der Intention ebenso durch das Hinzufügen weiterer Kern-Determinanten und damit weiterer Prädiktoren auf die Verhaltensabsicht.

Eine weitere entscheidende Studie über die Anwendbarkeit der TPB auf nachhaltiges Handeln kommt von Godin et al., die den Einfluss einer moralischen Norm innerhalb der TPB untersuchen. Sie können zeigen, dass Intentionen, „die auf personalen

Normen beruhen, Handeln, das als moralisches Handeln verstanden wird, besser vorhersagen können als solche, die im Sinne der TPB auf Einstellungen basieren“ (Strubel 2017: 91). Dieses Ergebnis spricht dafür, dass bei dem Kauf fair gehandelter Lebensmittel, personale Normen als Prädiktoren für Intentionen eine bedeutende Rolle spielen.

Das Normaktivationsmodell nach Shalom Schwartz

Das „Normaktivationsmodell“ (im Original: „Norm Activation Model“ oder kurz „NAM“) wurde im Jahr 1977 von dem Sozialpsychologen Shalom Schwartz entwickelt, um ursprünglich altruistisches Handeln, also in erster Linie soziales Handeln, zu erklären (vgl. Schwartz 1977: 227f). Innerhalb des NAM wird Handeln durch die Aktivierung der sogenannten „personalen Norm“ ausgelöst und gesteuert. Schwartz berichtet, dass die Erwartungen, Verpflichtungen und Sanktionen, die personale Normen darstellen, zwar aus der sozialen Interaktion stammen, jedoch nur im Selbst verankert sind (vgl. Schwartz 1977: 223). Somit ist die personale Norm als ein „moralisches Verpflichtungsgefühl“ (Schwartz 1977: 223) aufzufassen, dass nur im Inneren des Individuums ausgelöst wird.

Um innerhalb des NAM die personale Norm zu aktivieren und daraufhin eine Handlung zu generieren, müssen zuvor einige Bedingungen erfüllt sein. Schwartz erläutert dabei vier Phasen innerhalb seines Modells, die wiederum verschiedene Teilschritte beinhalten (siehe Abb. 3).

<p>I. Activation steps: perception of need and responsibility</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Awareness of a person in a state of need 2. Perception that there are actions which could relieve the need 3. Recognition of own ability to provide relief 4. Apprehension of some responsibility to become involved <p>II. Obligation step: norm construction and generation of feelings of moral obligation</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Activation of preexisting or situationally constructed personal norms <p>III. Defense steps: assessment, evaluation, and reassessment of potential responses</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Assessment of costs and evaluation of probable outcomes (The next two steps may be skipped if a particular response clearly optimizes the balance of costs evaluated in step 6. If not, there will be one or more iterations through steps 7 and 8.) 7. Reassessment and redefinition of the situation by denial of: <ol style="list-style-type: none"> a. state of need (its reality, seriousness) b. responsibility to respond c. suitability of norms activated thus far and/or others 8. Iterations of earlier steps in light of reassessments <p>IV. Response step</p> <ol style="list-style-type: none"> 9. Action or inaction response

Abb. 3: The Norm Activation Model

(Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Schwartz (1977), S. 241)

In der ersten Phase (I) geht es zunächst um die Aktivierung einer Handlung, indem das Individuum Bedürftigkeit wahrnimmt und Verantwortung entwickelt. In der zweiten Phase (II) wird eine Verbindung zu der ethisch-moralischen Haltung des Individuums aufgebaut, die personale Norm wird aktiviert, indem ein inneres Gefühl der Verpflichtung hervorgerufen wird. In einer darauffolgenden Abwehrphase (III) wird die Situation nach Kosten und Nutzen bewertet und neu eingeschätzt. So entsteht in der vierten Phase (IV) schließlich eine Handlung oder Nicht-Handlung, basierend auf den vorherigen Schritten (vgl. Schwartz 1977: 241).

Diesen vier Phasen sind wiederum verschiedene Einzelschritte (1-9) untergeordnet, welche den Modellprozess schließlich detaillierter erläutern.

Das Normaktivationsmodell und nachhaltiger Konsum von Fair-Trade-Lebensmitteln

Sunderer und Rössel beziehen das NAM in einer Studie speziell auf den Konsum fair gehandelter Produkte. Innerhalb dieser wird zunächst untersucht, inwieweit moralische Motive und wirtschaftliche Faktoren den Kauf von Fair-Trade-Produkten beeinflussen.

Die empirischen Ergebnisse der Analyse zeigen, dass die Auswirkungen moralischer Motive größer sind, als die der wirtschaftlichen Faktoren. Außerdem können Sunderer und Rössel belegen, dass sich unter allen moralischen Faktoren, die personale Norm als besonders erklärend herausstellt und eine hohe Korrelation zum Kauf fair gehandelter Lebensmittel aufweist (vgl. Sunderer/Rössel 2012: 244).

So können des Weiteren Bamberg und Möser innerhalb einer Metaanalyse, basierend auf insgesamt elf Studien, zeigen, dass die Korrelation zwischen personaler Norm und Verhalten bei $r = 0,39$ liegt. Dabei stellt sich des Weiteren heraus, dass Intentionen, die auf personalen Normen beruhen, sogar eine Korrelation von $r = 0,59$ aufweisen (vgl. Strubel 2017: 88).

Die personale Norm erweist sich letztlich auch im NAM als entscheidende Determinante mit dem stärksten Einfluss auf die Handlungsintention bzw. die Handlung selbst.

Somit wiegt schließlich ein tiefes, subjektives Gefühl moralischer Verpflichtung über die Richtigkeit des Kaufs fair gehandelter Lebensmittel.

Die subjektive Handlungsmotivation des Kaufs fair gehandelter Lebensmittel im ethisch-moralischen Handlungsfeld

Bezieht man schließlich diese Erkenntnisse über die Motivation hinter dem Kauf fair gehandelter Lebensmittel aus den sozialpsychologischen Handlungsmodellen auf die ethisch-moralischen Handlungsfelder von Rommerskirchen, lassen sich einige Bezüge herstellen.

Betrachtet man in einem ersten Schritt die horizontale Achse des Koordinatensystems, auf der die moralische Akzeptanz einer Handlung bewertet wird, so zeigt sich, dass der Kauf fair gehandelter Lebensmittel innerhalb der rechten Hälfte des Koordinatensystems, auf dem moralisch legitime Handlungen verortet sind, angesiedelt werden muss. Entscheidend ist hier, dass der Kauf fair gehandelter Lebensmittel durch akzeptierte Normen des Umweltschutzes und der sozialen Gerechtigkeit geleitet wird und somit wichtigen, moralischen Grundsätzen unserer Gesellschaft entspricht.

Betrachtet man nun die vertikale Achse des Koordinatensystems, so ist hier die ethische Bewertung einer Handlung durch das Individuum auf einer Skala von „gut“ bis „schlecht“ zu positionieren. Wie sich herausgestellt hat, ist die personale Norm, als internalisierte moralische Sollens-Vorstellung, die entscheidende Komponente, die das nachhaltige Handeln beeinflusst. Sie ist das Ergebnis individueller Überlegungen zu Handlungen, deren Ziel der Akteur bewertet und als „gut“ erkannt hat.

Aus ethisch-moralischer Sicht und im Verständnis von Rommerskirchen repräsentiert die personale Norm somit individuelle Werte und Überzeugungen des Handelnden und entspricht damit dem ethischen Wert, den das Individuum einer Handlung zuordnet. Aus diesem Grund ist es richtig, den Konsum fair gehandelter Lebensmittel innerhalb der ethisch-moralischen Handlungsfelder weiter einzugrenzen und schließlich in den oberen, rechten Quadranten des ethisch-moralischen Koordinatensystems einzuordnen. Nur hier finden sich Handlungen, die sowohl die moralische Akzeptanz unserer Gesellschaft finden und auch vom Individuum als mehr oder weniger gut anerkannt werden.

Darüberhinausgehend ist das Modell der ethisch-moralischen Handlungsfelder auch dazu geeignet, die Entstehung und Verfestigung von Überzeugungen an-

hand flacher und tiefer Festlegungen eines Individuums zum nachhaltigen Konsum durch ein System von ethisch-moralischer Rückkopplung zu beschreiben. Auch die Ausbildung gesellschaftlicher Normen lässt sich innerhalb des Modells grafisch darstellen.

In der weiteren Betrachtung dazu wird nur der rechte obere Quadrant des Koordinatensystems beachtet. Alle anderen Quadranten haben für den Kauf fair gehandelter Lebensmittel in der heutigen westlichen Gesellschaft wohl keine Bedeutung. Es wird angenommen, dass es anfangs oft flache Festlegungen sind, die das Individuum in einer sozialen Gemeinschaft bildet. So kann der Handelnde zunächst zufällig zu dem Kauf fair gehandelter Lebensmittel gelangen, wenn zum Beispiel in der Nachbarschaft ein Fair-Trade-Geschäft eröffnet. Der darauffolgende Kaufakt ist als situativ zu betrachten. Die Handlung ist noch nicht ethisch bewertet, da das Individuum dazu noch keine tieferen Überlegungen angestellt hat. Eine solche flache Festlegung kann sich dann jedoch nach und nach zu einer tiefen Festlegung entwickeln. Dies geschieht dann, wenn das Individuum für sein Handeln positiv sanktioniert wird und daraufhin in einem ersten Schritt den ethischen Wert hinter dem Kauf fair gehandelter Lebensmittel erkennt. Die flache Festlegung würde sich so zu einer tiefen Festlegung erster Stufe entwickeln. In einem nächsten Schritt prüft das Individuum den Anspruch der moralischen Normen des Fair-Trade-Gedankens und bewertet die Idee und Ziele des fairen Handels als „gut“ und „richtig“. Sobald die Normen also der subjektiven Prüfung standhalten, findet ein Internalisierungsprozess statt und aus einer tiefen Festlegung erster Stufe entwickelt sich aufbauend eine tiefe Festlegung zweiter Stufe (siehe Abb. 4).

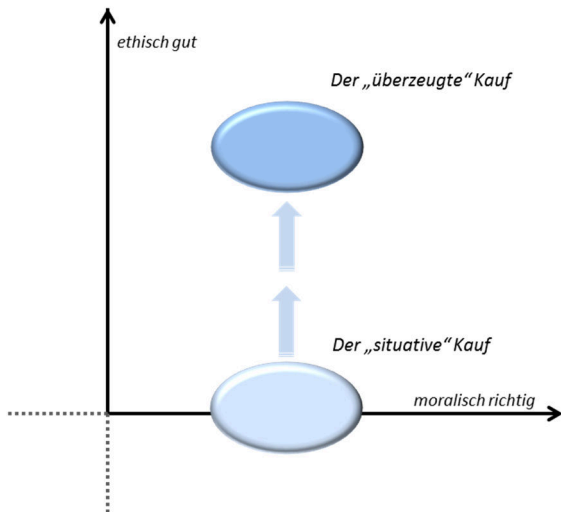


Abb. 4: Die Entwicklung tiefer Festlegungen beim Kauf fair gehandelter Lebensmittel
(Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Rommerskirchen (2019), S. 106)

Entwickelt sich nun innerhalb der Gesellschaft aus dem Handeln von zunächst nur wenigen Individuen, durch die prägende Kraft positiver Sanktionen und zunehmender Legitimierung, eine „kulturelle Praxis“ (Rommerskirchen 2019: 106) von Vielen, so entsteht nach und nach eine gesamtgesellschaftlich verbindliche, handlungsleitende Norm. Treibende Kraft dieses Prozesses ist das wechselseitige Wirken von positiver Sanktion und individueller Anpassung der Individuen in der Gemeinschaft. Der nachhaltige Konsum, speziell der Kauf fair gehandelter Lebensmittel, wird so für den Einzelnen als Mitglied einer Gemeinschaft zu einer „verbindlichen Regel“. In der grafischen Sprache des Modells „wandert“ die Handlung dann weiter nach rechts oben (siehe Abb. 5).

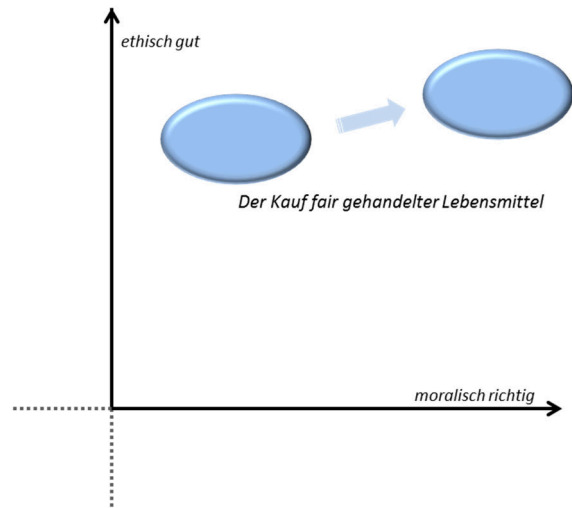


Abb. 5: Die Entwicklung einer kulturellen Norm zum Kauf fair gehandelter Lebensmittel
(Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Rommerskirchen (2019), S. 106)

Fazit und Ausblick

Vor dem Hintergrund der sich verschärfenden Klimakrise wird dem Thema Nachhaltigkeit eine immer größere Bedeutung zukommen. Dabei trägt im Besonderen auch das westliche Konsumniveau zu einer Verschlechterung der Umweltbedingungen und zu wachsender sozialer Ungerechtigkeit in unserer Welt bei. So haben sich in den letzten Jahren in Teilen der Gesellschaft alternative, umweltfreundlichere Lebensstile etabliert. Ein solcher nachhaltiger Konsumstil kann sich anhand des Kaufs fairer, biologisch erzeugter oder regionaler Produkte äußern - dabei geht es in erster Linie darum, die Umwelt zu schützen und soziale Gerechtigkeit auf der ganzen Welt zu fördern.

In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage nach der subjektiven Motivation hinter dem Kauf fair gehandelter Lebensmittel.

Wissenschaftler unterschiedlicher Disziplinen haben sich in den letzten Jahren intensiv mit dieser Frage beschäftigt. So untersuchen besonders Umweltpsychologen menschliches Verhalten speziell in Bezug zur Umwelt und versuchen die Motivatoren nachhaltigen Konsums anhand sozialpsychologischer Modelle zu erklären. Unter den bekanntesten Modellen finden sich die „Theorie des geplanten Verhaltens“ von Icek Ajzen und das „Normaktivationsmodell“ von Shalom Schwartz sowie deren spezifische Weiterentwicklungen.

Es lässt sich zeigen, dass die personale Norm ausschlaggebend für den Kauf fair gehandelter Lebensmittel ist. Deutlich weniger handlungsleitend beim Kauf fair gehandelter Lebensmittel sind hingegen äußere Einflüsse, wie der gefühlte soziale Druck gesellschaftlicher Erwartungen.

Aus ethisch-moralischer Sicht entspricht die personale Norm einer ethischen Überlegung und damit der inneren Überzeugung über das Gute der Handlung. Gemäß dieser Entsprechung lassen sich die Erkenntnisse über die sozialpsychologische Handlungsmotivation übertragen auf das Modell der ethisch-moralischen Handlungsfelder von Rommerskirchen.

Die Entstehung eines dauerhaft nachhaltigen Konsumstils, speziell des Kaufs fair gehandelter Lebensmittel, lässt sich durch eine Erweiterung des Rommerskirchen-Modells anhand der Entwicklung tiefer Festlegungen erläutern und visualisieren. Entscheidend für die Entwicklung tiefer Überzeugungen im Sinne der personalen Norm ist dabei ein Rückkopplungsprozess, in dem das Individuum anhand von erfahrenen Sanktionen seine ethischen Überlegungen fortlaufend überprüft, präzisiert und vertieft. So wird im besten Falle aus ehemals situativen und kontingenten Kaufentscheidungen ein überzeugter, dauerhafter Konsumstil und es entsteht eine Kultur der Nachhaltigkeit.

In diesem Zusammenhang bekommen Max Webers Worte wieder aktuelle Bedeutung, der einst schon vor einer geistlosen Gesellschaft warnte, die „Fachmenschen ohne Geist und Genussmenschen ohne Herz“ (Weber 1963: 203f) hervorbringt. Einer Gesellschaft, in der die Menschen sich nicht mehr ihres eigenen Verstandes bedienen, keine eigenen Überlegungen treffen und aufhören „gut“ und „böse“ gegeneinander abzuwägen.

Für die zukünftige Entwicklung hin zu mehr Nachhaltigkeit wird es also entscheidend sein, dass die Individuen als Mitglieder der Gesellschaft eigene Überzeugungen ausbilden und wieder bewusster konsumieren.

Die Forschung sollte sich deshalb zukünftig auch Strategien widmen, die das Ziel verfolgen, ein inneres Verpflichtungsgefühl im Konsumenten zu erwecken. Konsumenten sollten auch seitens der Politik und Medien angeregt werden, ihre Konsumententscheidungen auf tiefen Festlegungen aufzubauen und feste Standpunkte zu etablieren. Nur so wird unsere Gesellschaft den notwendigen Wandel vollziehen können.

Literaturverzeichnis

- Ajzen, I. (1991)
The theory of planned behavior, in: *Organizational behavior and human decision processes*, Vol. 50, No 2, 1991, pp. 179-211.
- Ajzen, I. (2005)
Attitudes, Personality and Behavior, 2nd Edition, New York 2005.
- Antes, P. (2005)
Ethik/Moral, in: Auffarth, C./Bernhard, J./Mohr, H./Imhof, A./Kurrse, S. (Hrsg.): *Metzler Lexikon Religion. Gegenwart – Alltag – Medien* (Band 1, S. 303-310), Stuttgart 2005.
- Armitage, J./Conner, M. (2001)
Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: A meta-analytic review, in: *British Journal of Social Psychology*, Vol. 40, 2001, pp. 471-499.
- Brandom, R. (2000)
Expressive Vernunft. Begründung, Repräsentation und diskursive Festlegung, Frankfurt a. M. 2000.
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (2017)
Nachhaltiger Konsum, verfügbar unter: <https://www.bmu.de/themen/wirtschaft-produkte-ressourcen-tourismus/produkte-und-konsum/nachhaltiger-konsum/> (26.09.2019).
- Gerold, S. (2006)
Nachhaltiger Konsum. Theoretische Grundlagen und aktuelle Recherchen zum nachhaltigen Warenkorb, Saarbrücken 2006.
- Graf, D. (2007)
Die Theorie des geplanten Verhaltens, in: Krüger, D./Vogt, H. (Hrsg.): *Theorien in der biologiedidaktischen Forschung*, Berlin Heidelberg 2007, S. 33-43.
- Kolowski, P./Priddat, B. (2006)
Die konsumistische Revolution entlässt ihre Kinder. Einleitung, in: Kolowski, P./Priddat, B. (Hrsg.): *Ethik des Konsums*, München 2006, S. 7-9.
- Ozcaglar-Toulouse, N./Shiu, E./Shaw, E. (2013)
In search of fair trade: ethical consumer decision making in France, in: *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 30, No. 5, 2006, pp. 502-514.
- Raschke, J. (2015c)
Lexikon der Nachhaltigkeit. Ressourcenverbrauch, verfügbar unter: https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/ressourcenproduktivitaet_1880.htm (22.10.2019).
- Rommerskirchen, J. (2015)
Das Gute und das Gerechte. Einführung in die praktische Philosophie, 1. Auflage, Wiesbaden 2015.
- Rommerskirchen, J. (2019)
Markt und Moral – was man für Geld (nicht) kaufen kann, in: Kemming, J. D./Rommerskirchen, J. (Hrsg.): *Marken als politische Akteure* (S. 99-117), Wiesbaden 2019.
- Schenk, P. (2016)
Die soziale Einbettung moralischer Kaufentscheidungen. Eine integrative Erklärung des Konsums fair gehandelter Produkte, Zürich, Universität Zürich, Dissertation, 2016.

Schwartz, S. H. (1977)

Normative Influences on Altruism, in: *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 10, 1977, pp. 221–280.

Statistisches Bundesamt (2018)

Nachhaltige Entwicklung in Deutschland. Indikatorenbericht, verfügbar unter: <https://www.destatis.de> › Publikationen › indikatoren-0230001189004 (12.11.2019).

Strubel, I.T. (2017)

Nachhaltiger Konsum, Fairer Handel und Gerechtigkeit. Eine multimethodale psychologische Untersuchung gerechtigkeits- und verantwortungsbezogener Motive, Frankfurt am Main, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt, Dissertation, 2017.

Sunderer, G./Rössel, J. (2012)

The impact of moral motives and economic factors on the purchase of fair trade groceries, in: *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 36, pp. 244–250.

Umweltbundesamt (2019)

Earth Overshoot Day 2019: Ressourcenbudget verbraucht, verfügbar unter: <https://www.umweltbundesamt.de/themen/earth-overshoot-day-2019-ressourcenbudget> (16.10.2019).

Vermeir, I./Verbeke, W. (2008)

Sustainable food consumption among young adults in Belgium: Theory of planned behaviour and the role of confidence and values, in: *Ecological Economics*, Vol. 64, No. 3, pp. 542-553.

Wiswede, Günther (2000)

Konsumsoziologie - eine vergessene Disziplin, in: Rosenkranz, D./Schneider, N. F. (Hrsg.): *Konsum: soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven* (S. 23-72), Opladen 2000.

World Economic Forum (2019)

Greta Thunberg: Our House Is On Fire! YouTube, 25.01.2019, verfügbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=M7dVF9xylaw> (12.11.2019).