
Globale Konsumentenverantwortung – Überlegungen zu ihrer Konzeptualisierung und Begründung

Valentin Beck

Zusammenfassung

Dieser Aufsatz ist der begrifflichen Fassung und Begründung von Konsumentenverantwortung im globalen Zeitalter gewidmet. Dabei wird die Frage nach der globalen Verantwortung von Konsumenten affirmativ beantwortet: Konsumenten haben eine Verantwortung von prinzipiell globaler Reichweite, die jedoch nicht zu eng konzipiert werden darf. Hierzu werden zunächst der empirische Hintergrund und Kernaspekte der allgemeinen Theorie globaler Verantwortung dargelegt. Darauf aufbauend wird zunächst ein enges Verständnis von globaler Konsumentenverantwortung entwickelt, demzufolge diese innerhalb von interpersonellen Beziehungen mittels verschiedener Initiativen des ethischen Welthandels einzulösen sei. Dem wird in einem letzten Schritt ein weites Verständnis von Konsumentenverantwortung gegenübergestellt, das zwar die Teilnahme an solchen Initiativen einschließt, aber nicht durch sie erschöpft wird. Eine zentrale Rolle spielt dabei die Annahme, dass globale Verantwortung wesentlich als strukturelle Verantwortung zu verstehen ist.

Inhaltsverzeichnis

1	Zur Fragestellung	54
2	Empirischer Hintergrund und Kernaspekte der Theorie globaler Verantwortung	54
3	Globale Konsumentenverantwortung – eng verstanden	59
4	Globale Konsumentenverantwortung – weit verstanden	61
5	Konklusion.....	63
	Literatur	64
	Der Autor	65

1 Zur Fragestellung

Gibt es eine globale Konsumentenverantwortung? Was kann man sich darunter genauer vorstellen, und wie ließe sie sich begründen? Um diese Fragen soll es im Folgenden gehen. Dabei wird die Perspektive der praktischen Philosophie zur Geltung kommen, in der – zumindest nach einer weit verbreiteten Auffassung – ein besonderes Augenmerk auf der Begründung von Soll-Aussagen liegt. Es geht in dieser Disziplin also auch um den Anspruch, begründete Aussagen darüber zu treffen, was Menschen tun *sollen*, anstatt nur zu beschreiben, was Menschen *de facto* in verschiedenen sozialen Sphären tun, wie es für die empirischen Wissenschaften charakteristisch ist. Dies verdeutlicht die ethische Dimension der Auseinandersetzung mit der leitenden Frage nach der Reichweite und den Inhalten der grenzüberschreitenden Verantwortung von Konsumenten. Die im Folgenden zu entwickelnde Antwort wird affirmativ sein: Eine solche Verantwortung gibt es. Aber es soll sich auch zeigen, dass globale Konsumentenverantwortung – richtig verstanden – nicht strikt als *Konsumentenverantwortung* konzipiert werden darf. Was zunächst wie ein Widerspruch in sich klingt, entpuppt sich bei näherer Betrachtung als Paradoxon mit tieferem Sinn. Diesen gilt es im Folgenden zu Tage zu befördern und dadurch auch zur Aufklärung der generellen Beschaffenheit von Verantwortungsbeziehungen im globalen Zeitalter beizutragen.

Hierfür wird es zunächst um den empirischen Hintergrund der Fragestellung und um einige die Theorie der globalen Verantwortung betreffende Kernannahmen gehen (vgl. Kap. 2). Im Anschluss werde ich ein enges (vgl. Kap. 3) von einem weiten (vgl. Kap. 4) Verständnis von globaler Konsumentenverantwortung unterscheiden. Am Ende werden in knapper Form die Ergebnisse des Gedankengangs zusammengefasst (vgl. Kap. 5).

2 Empirischer Hintergrund und Kernaspekte der Theorie globaler Verantwortung

Eine Reihe von empirisch untersuchbaren Phänomenen, die auf komplexe Weise miteinander verknüpft sind, bildet den Hintergrund der Frage nach globaler Konsumentenverantwortung: globale Armut; menschenunwürdige Arbeitsbedingungen (u. a. in sogenannten „Sweatshops“ und im globalen Handel mit Rohstoffen); soziale Ungerechtigkeit und ökonomische Ungleichheit in globalen Zulieferketten; der Klimawandel und andere massive Umweltschäden; Kriege und andere Formen der Gewalt; der Umgang mit nicht-menschlichen Tieren in der globalen Nahrungsmittelproduktion.

Diese Probleme und die aus ihnen resultierenden Herausforderungen sind natürlich in ihrer Bedeutung zu gewichten und in Beziehung zueinander zu setzen. Eine solche Verhältnisbestimmung sollte eigentlich zu den Kernanliegen der zeitgenössischen Debatte über globale Gerechtigkeit gehören. Diese Debatte offenbart allerdings auch eine Reihe fundamentalere normativer Meinungsverschiedenheiten hinsichtlich der Reichweite, Inhalte und Gewichtung von Gerechtigkeitsforderungen (vgl. Hahn und Broszies 2010; Beck 2016a). Diese Differenzen verdanken sich teilweise der schon immer kontroversen Natur

von Gerechtigkeitsfragen, wozu Fragen der sozialen, politischen, distributiven und intergenerationellen Gerechtigkeit einschließlich der Klimagerechtigkeit gehören. Hinzu treten noch auf globale ökonomische und ökologische Interdependenzen verweisende Schwierigkeiten, das relative Gewicht von Gerechtigkeitsforderungen in unterschiedlichen sozialen Kontexten zu bestimmen (vgl. Beck 2016a und Beck 2016b).

Trotz dieser weitreichenden Kontroversen offenbart die gegenwärtige Gerechtigkeitsdebatte jedoch auch Raum für einen theoretischen Konsens über den Gehalt und die Ausdehnung von minimalen Gerechtigkeits- bzw. Humanitätsforderungen (vgl. Beck 2016a, bes. Kap. V und VI). Es ist z. B. weitgehend konsensfähig, *dass* es eine dringliche globale Verantwortung zur Bekämpfung von globaler Armut gibt, auch wenn sich die Philosophen uneinig darüber sind, *warum* dies so ist. Darüber hinaus kann eine dringliche Verantwortung zur Bekämpfung des Klimawandels und der aus ihm resultierenden Schäden (durch die Reduktion von Treibhausgasemissionen und Adaptionenmaßnahmen) geltend gemacht werden. Diese ist zudem mit Armutsverantwortung verknüpft, da in Armut lebende Menschen in Entwicklungsländern schon jetzt und in Zukunft vermutlich noch stärker unter den Folgen der Erderwärmung zu leiden haben werden (Rahmstorf und Schellnhuber 2012, S. 78). Diese Situation könnte sich noch drastisch verschärfen, wenn die für die Bekämpfung der Armut und des Klimawandels nötigen Anstrengungen und politischen Schritte ausbleiben oder nicht in dem erforderlichen Ausmaß stattfinden. Eine ähnliche und prinzipiell ähnlich konsensfähige Schlussfolgerung lässt sich auch hinsichtlich der industriellen Massentierhaltung formulieren. Die derzeitige Behandlung von Tieren wird von verschiedenen normativen Positionen zur Mensch-Tier-Beziehung im Einzelnen zwar sehr unterschiedlich bewertet (vgl. Schmitz 2014). Trotz der Uneinigkeit darüber, aus welchen ethischen Gründen die industrielle Massentierhaltung inakzeptabel ist, gibt es jedoch ein vergleichsweise großes normativ-theoretisches Einigungspotenzial darüber, dass die derzeitigen Praktiken inakzeptabel sind – nicht zuletzt deshalb, weil die Massentierhaltung bekanntlich im Vergleich zur Produktion anderer Nahrungsmittel einen überproportional hohen Anteil am anthropogenen Treibhauseffekt besitzt.¹

Vor dem Hintergrund eines solchen begründungspluralistischen Konsenses (zu diesem Begriff vgl. Beck 2016a, bes. Kap. V und VI) soll hier vorausgesetzt werden, dass insbesondere der Klimawandel, einschließlich der diesen verursachenden oder verschärfenden Praktiken, und globale Armut, einschließlich der oft menschenunwürdigen Verhältnisse, unter denen die in Armut Arbeitenden schuften, besonders gravierende Probleme darstellen, die Individual- und Kollektivakteure zum Handeln auffordern.² Die folgenden Erörterungen

¹ Das Umweltbundesamt stellt hierzu fest: „Vor allem Fleisch und hoch konzentrierte Lebensmittel wie z. B. Käse haben einen hohen ökologischen Fußabdruck. Produkte auf pflanzlicher Basis (bspw. Obst, Gemüse) haben im Allgemeinen einen sehr geringen ökologischen Fußabdruck.“ Zitiert nach Sezgin 2014, S. 262.

² Thomas Pogge hat globale Armut als eine „Kernungerechtigkeit“ klassifiziert, deren Behebung eine besondere Dringlichkeit besitze, weil sie „die von Vertretern aller dominierenden Strömungen des westlichen normativ-politischen Denkens – wenn auch aus unterschiedlichen Gründen – als solche anerkannt werden muss“. Vgl. Pogge 2011, S. 262.

sind jedoch auf einer generellen Ebene angesiedelt, sodass sie auch auf die anderen Problemfelder wie die der globalen ökonomischen Ungleichheit und der intergenerationellen Ungerechtigkeit als Gegenstände der Konsumentenverantwortung übertragbar sind.

Individual- und Kollektivakteuren wie Staaten, Regierungen, Unternehmen und NGOs kann also, in leicht modifizierter Begrifflichkeit, eine prospektive, d. h. vorausschauende Verantwortung zur *Behebung* bzw. *Bewältigung* dieser Problemkomplexe zugeschrieben werden.³ Allerdings ist immer auch darüber nachzudenken, wer retrospektiv, also zurückblickend, für die *Entstehung* der genannten Probleme verantwortlich gemacht werden kann und in welchem normativen Verhältnis diese retrospektive zur prospektiven Verantwortung bei einzelnen Akteuren steht. Die prospektive Verantwortung hat eine prinzipiell globale Reichweite, insofern sie alle Menschen als Adressaten moralischer Rücksicht einschließt.⁴ Zudem kann die in diesem Sinn globale Verantwortung innerhalb von zwei Dimensionen des Handelns wahrgenommen werden, was auch für die Frage nach Konsumentenverantwortung wichtig ist: Sie kann *erstens* im Rahmen der Gestaltung lokaler, regionaler und globaler sozialer Strukturen zur besseren Realisierung derjenigen Normen, die für wichtig gehalten werden, zur Anwendung kommen (vgl. Beck 2016a, Kap. VII). Diese Verantwortung zur Gestaltung von Hintergrundstrukturen des Handelns nenne ich *strukturelle Verantwortung*.⁵ Für die inhaltliche Spezifizierung dieser Art der Verantwortung kommen verschiedene inhaltliche Normen in Frage. In vielen Handlungskontexten bieten sich Menschenrechtsnormen an, auf die sich unterschiedliche theoretische und ideologische Lager trotz konkurrierender Rechtfertigungen für diese Normen einigen können.⁶ Aber auch darüber hinausgehende Normen der sozialen Gerechtigkeit sowie des Tier- und Umweltschutzes können prinzipiell bei der inhaltlichen Spezifizierung der Verantwortung zur Gestaltung lokaler, regionaler und globaler Strukturen zum Tragen kommen.

Komplementär zu ihrer strukturellen Verantwortung haben Individual- und Kollektivakteure *zweitens* auch eine *interpersonale Verantwortung* im direkten Umgang mit Mitmenschen, Mitarbeitern sowie den Mitgliedern der jeweiligen sozialen Gemeinschaften, in denen sie handeln. Interpersonale moralische Verantwortung ist eine Verantwortung, die

³ Im den folgenden Absätzen verwende ich eine Grundbegrifflichkeit, die ich in Beck 2016a, bes. Kap. II, IV und VIII, entwickelt habe.

⁴ Vgl. Beck 2016a, bes. Kap. III und V. Viele Tierethiker würden hinzufügen, dass auch Tiere als Adressaten moralischer Rücksicht und damit als Adressaten (im Unterschied zu Subjekten) von Verantwortung gelten müssen. Der weiter oben beschriebene Handlungsbedarf hinsichtlich der Massentierhaltung kann jedoch mit Blick auf den engen kausalen Zusammenhang zur Erderwärmung selbst auf der Grundlage einer anthropozentrischen Moral geltend gemacht werden.

⁵ Vgl. im Einzelnen Beck 2016a, bes. Kap. IV.2. Der dort entwickelte Begriff struktureller Verantwortung ist mit demjenigen Iris Marion Youngs (2011) verwandt, unterscheidet sich aber auch in einigen zentralen Hinsichten.

⁶ Um der Gefahr einer Rechteninflation und der damit einhergehenden Abschwächung der Sprache der Menschenrechte entgegenzuwirken, ist es jedoch bedeutsam, den Kreis der für die Zuschreibung globaler Verantwortung relevanten Menschenrechte auf ein begrenztes Spektrum einiger basaler Rechte einzuschränken. Vgl. dazu im Einzelnen Beck 2016a, bes. Kap. VI.

Subjekten für gewisse Handlungsfolgen im mehr oder weniger *direkten* Umgang mit den Adressaten zugeschrieben wird (vgl. Beck 2016a, bes. Kap. IV.2). Diese Form der Verantwortung ist uns aus alltäglichen Kontexten der Verantwortungszuschreibung vertrauter als strukturelle Verantwortung. Erstere kommt u. a. zur Geltung, wenn sich Menschen Vorwürfe hinsichtlich des interpersonellen Umgangs machen oder wenn sie sich z. B. für diese oder jene Verfehlung gegenüber den jeweiligen Adressaten moralischer Rücksicht entschuldigen oder von anderen dafür zur Rechenschaft gezogen werden. Nicht nur Individuen, sondern auch genuinen Kollektivakteuren (wie Regierungsorganisationen, Unternehmen und NGOs) kann interpersonale Verantwortung zugeschrieben werden.⁷ Auch letztere Akteure können für gewisse Handlungen und deren Folgen im interpersonalen Bereich prospektiv und retrospektiv verantwortlich gemacht werden. Beispielsweise können Unternehmen vorausschauend dafür verantwortlich gemacht werden, dass sie gegenüber der Öffentlichkeit aufrichtig sein und gegebene Versprechen halten sollten.

Strukturelle Verantwortung im oben skizzierten Sinn unterscheidet sich von interpersonaler Verantwortung dadurch, dass die Handlung, für die das Subjekt verantwortlich ist, eine andere Ausrichtung aufweist. Diese Ausrichtung ist nun nicht mehr direkt, wie im Fall interpersonaler Verantwortung, sondern nur noch indirekt, weil die Handlung soziale Strukturen zum Gegenstand hat, die die Adressaten der Verantwortung betreffen. Insbesondere unter ungerechten Hintergrundbedingungen haben individuelle und kollektive Akteure neben ihrer interpersonalen auch eine strukturelle Verantwortung, die darin besteht, soziale Strukturen so zu reformieren, dass sie besser mit bestimmten für gültig befundenen Normen im Einklang stehen. Struktureller Verantwortung in diesem Sinn sollte aus mindestens drei Gründen ein ganz herausragender Stellenwert zuerkannt werden (vgl. dazu im Einzelnen Rawls 1971 und 2001 sowie Beck 2016a, Kap. IV.1). Erstens haben soziale Institutionen und Strukturen einen großen Einfluss auf die Herausbildung sozialer Identitäten, also darauf, wer wir (geworden) sind, wie wir uns verstehen und welche Ziele wir verfolgen.⁸ Zweitens haben soziale Strukturen auch einen großen Einfluss auf die Wohlfahrtschancen von Menschen, was durch eine bekannte Äußerung des Multi-Milliardärs Warren Buffet veranschaulicht werden kann, der sagte: „Wenn Sie mich nach Peru oder Bangladesch verpflanzt hätten, würden Sie schon sehen, wie viel mein Talent noch bringt, wenn es im falschen Boden wurzelt.“⁹ Drittens lassen sich durch soziale Institutionen aufgrund ihrer arbeitsteiligen Funktionsweise auch komplexere normative Zielsetzungen realisieren, was nicht zuletzt zur Entlastung individueller Verantwortungssubjekte beiträgt.

Für die Behebung und Bewältigung der oben genannten Problemkomplexe und Herausforderungen müssen soziale Institutionen und Strukturen in lokalen, regionalen und staatlichen Kontexten sowie im internationalen und globalen Kontext grundlegend reformiert werden. Diesbezüglich ist es essenziell, Individuen und Kollektivakteuren (in erster Linie

⁷ Vgl. List & Pettit 2011 für eine sozialontologische Untersuchung genuinen Gruppenhandelns.

⁸ Analoge Überlegungen lassen sich im Übrigen auch für den Einfluss sozialer Strukturen auf die Herausbildung der Identitäten von Kollektivakteuren wie Unternehmen anstellen.

⁹ Zitiert nach Singer 2010, S. 44.

Regierungen, aber auch Unternehmen und NGOs) neben ihrer interpersonalen auch eine strukturelle Verantwortung zuzuschreiben (vgl. Beck 2016a, Kap. VIII). Da die Reformierung sozialer Institutionen und Strukturen nur durch koordiniertes und gemeinsames Handeln möglich ist, spielen Kollektivakteure dafür sogar eine besondere Rolle. Denn diese haben nicht nur Einfluss auf die Herausbildung sozialer Strukturen, sondern sind selbst zugleich ein Teil des Systems, das es zu reformieren gilt. Deshalb ist die strukturelle Verantwortung einzelner Kollektivakteure jeweils von deren Position innerhalb des übergreifenden Systems abhängig. Unter ungerechten oder anderweitig normativ kritikwürdigen Hintergrundbedingungen hat strukturelle Verantwortung einen anderen Stellenwert als im Fall gerechter und stabiler Verhältnisse. Bei Unternehmen zeigt sich das daran, dass deren Rolle als primär eigeninteressiert handelnde wirtschaftliche Akteure, die nur bestimmten moralischen Beschränkungen im interpersonalen Bereich unterliegen, legitimiert werden kann, solange diese Tätigkeiten von demokratischen und sozial gerechten Institutionen angemessen reguliert werden. Unter solchen kontrafaktischen Bedingungen könnte man versucht sein, von der Zuschreibung von struktureller Verantwortung an Unternehmen gänzlich Abstand zu nehmen. Doch erstens muss es auch im Fall von Unternehmen zunächst einmal darum gehen, der Reformierung von sozialen Strukturen durch genuin politische Akteure, die auch als solche legitimiert sind, nicht im Wege zu stehen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass Unternehmen häufig stark in der Politikberatung tätig sind und durch Lobbyisten an der Gestaltung von sozialen Strukturen über längere Zeiträume mitwirken. Zweitens fehlt es derzeit an einer starken und fairen Regulierung unternehmerischer Tätigkeiten innerhalb und jenseits von Einzelstaaten. Deshalb sollten Unternehmen über die Erfüllung eines eher passiven, nicht-negativen Parts hinaus auch einen positiven Beitrag zur Reformierung von sozialen Strukturen leisten, wobei auch deren Verhältnis zu anderen Kollektivakteuren zu analysieren ist.¹⁰ Die Zuschreibung von struktureller Verantwortung an Unternehmen kann und sollte diesen beiden Aspekten Rechnung tragen.

Auch individuelle strukturelle Verantwortung ist abhängig von der sozialen Position des Subjekts und von dessen Einflussmöglichkeiten auf das Handeln von Kollektivakteuren und auf die Veränderung sozialer Strukturen. Individuen können und sollten sphärenspezifisch und positionsabhängig strukturelle Verantwortung übernehmen – sei es als Wähler von politischen Repräsentanten, als Konsumenten oder Boykottierer von Waren, als Unterstützer von Nichtregierungsorganisationen, in ihrem beruflichen Umfeld, und so fort. Individuen müssen ihrerseits Druck auf Regierungen und Konzerne ausüben, sodass diese ihrer strukturellen Verantwortung besser gerecht werden. Hierfür können sie z. B. NGOs finanziell und/oder ideell unterstützen, die über die nötigen Kompetenzen und das Wissen für die öffentliche Kommunikation von anspruchsvollen Zielsetzungen und für erfolgreiches kollektives Handeln verfügen.

¹⁰ Scherer, Palazzo & Buzz (2015) argumentieren dazu passend, wenn auch in etwas anderer Begrifflichkeit, für die genuin politische Verantwortung von Unternehmen.

3 Globale Konsumentenverantwortung – eng verstanden

Auf der Grundlage der im vorangegangenen Abschnitt skizzierten Theorie globaler Verantwortung können wir uns nun der leitenden Frage zuwenden, wie globale Konsumentenverantwortung konzeptuell gefasst und begründet werden kann. Hier spielen zwei Fragen eine wichtige Rolle: Die *erste* bezieht sich darauf, *wie viel* Einzelne konsumieren dürfen. Wenn man sich die quantitative Verteilung des Ressourcen-Konsums im globalen Kontext ansieht, so fällt ein enormes Ungleichgewicht auf: Menschen in wohlhabenden Ländern konsumieren sehr viele Ressourcen und haben einen entsprechend großen CO₂-Fußabdruck, während die Bevölkerungen armer Länder sehr viel weniger konsumieren.¹¹ Vor allem hinsichtlich der durch die Produktion von Konsumgütern verursachten Umweltschäden und hinsichtlich des Klimawandels stellt sich die Frage nach dem akzeptablen Ausmaß des individuellen und aggregierten Konsums. Die *zweite* Frage ist, was bzw. welche Produkte wir konsumieren dürfen. Im Folgenden wird der Schwerpunkt auf dieser zweiten Frage liegen, weil vorausgesetzt werden kann, dass wir schon allein aufgrund des Klimawandels und globaler Umweltverschmutzung unseren Konsum auf ein vertretbares Maß beschränken bzw. reduzieren sollten.

Die Schwierigkeit ist bei der Beantwortung der zweiten Frage nun, dass die Bedingungen des An- und Abbaus von Rohstoffen und die globalen Produktions- und Handelsketten nicht transparent sind – zumindest nicht aus der Perspektive von Konsumenten. Ist deshalb der Kauf sozial und ökologisch zertifizierter Welthandelsprodukte die Lösung? Zertifizierungssysteme wie *Fairtrade* können schließlich auch als Versuche verstanden werden, die Bedingungen des An- und Abbaus von Rohstoffen sowie der Herstellung von und des globalen Handels mit Waren und Dienstleistungen transparent zu machen, sodass Konsumenten die Möglichkeit gegeben wird, durch den Kauf von ethisch zertifizierten Produkten verantwortlich zu handeln. Es gibt mittlerweile ein großes und offenbar immer noch wachsendes Spektrum von Initiativen und Projekten, die der Einhaltung sozialer und ökologischer Standards im Welthandel gewidmet sind. Darunter fallen erstens Zertifizierungssysteme wie das von Fair Trade Labelling Organizations (FLO) betriebene *Fairtrade*, dem es primär um die Einhaltung von Sozialstandards geht, oder die Forest-Stewardship-Council (FSC)-Initiative, bei der die Einhaltung ökologischer Mindeststandards im Zentrum steht. Zweitens gibt es politische Instrumente, die auf die freiwillige Normenkonformität von Unternehmen bauen, wie z. B. der UN-Global Compact, die ILO-Kernarbeitsnormen und die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen. Diese und andere politische Initiativen können als Versuche angesehen werden, die Konformität mit sozialen und ökologischen Standards im Welthandel durch die Formulierung von dem Anspruch nach universal geltenden, jedoch oft nicht rechtlich implementierten bzw. sanktionierten Regelwerken zu verbessern. Als dritte Kategorie sind Unternehmen oder Produkte zu nennen, die sich über die Einhaltung sozialer und ökologischer Standards im Herstellungsprozess definieren. Ein Beispiel hierfür ist das *Fairphone* – ein Produkt, in dessen Zentrum die Realisierung sozialer

¹¹ Vgl. Tukker, Bulavskaya et al. 2014.

und ökologischer Standards steht. Dieses Produkt unterscheidet sich von anderen zertifizierten Welthandelsprodukten dadurch, dass es nicht nur ein Etikett für die Einhaltung bestimmter Standards angehängt bekommt, sondern dass es sich primär über die Realisierung relativ ambitionierter Standards definiert.

Der Kauf zertifizierter Produkte sowie der Kauf von Produkten der zweiten und dritten Kategorie kann jedoch nicht die alleinige Antwort auf die Frage nach globaler Konsumentenverantwortung sein. Dagegen sprechen empirische und grundsätzliche Überlegungen. Zunächst zu ersteren: Freiwillige Initiativen zur Implementierung sozialer und ökologischer Standards im Welthandel decken zwar ein wachsendes, aber längst noch nicht das gesamte Spektrum von global hergestellten und gehandelten Produkten ab.¹² Zudem ist auch die systeminterne Normenkonformität i. d. R. noch verbesserungsfähig, auch wenn die genannten Initiativen im Vergleich mit regulär gehandelten Produkten der Tendenz nach zu deutlich besseren Arbeitsbedingungen (einschließlich der Bezahlung höherer Löhne) und höheren Umweltstandards sowie zur Realisierung von Bildungsprojekten und Gesundheitsprojekten in der Region beitragen. Dies gilt auch für Zertifizierungssysteme wie *Fairtrade* oder Produkte wie das *Fairphone*, die jeweils für die Implementierung vergleichsweise anspruchsvoller Standards stehen. Die systeminterne Normkonformität geht jedoch auch in diesen Fällen bei genauer Betrachtung nicht weit genug. Empirische Studien zeigen zwar, dass es den Produzenten innerhalb des *Fairtrade*-Systems besser geht als denen außerhalb (vgl. u. a. Nicholls & Opal 2004). Dennoch sind viele der Arbeiter immer noch arm, und zwar nicht nur relativ zum Einkommens- und Wohlfahrtsniveau der wohlhabenden Länder, sondern auch absolut betrachtet. Zusätzlich wäre es wünschenswert, wenn auch die Einhaltung von Umweltschutznormen im Rahmen von ethischen Welthandelsinitiativen noch höheren Ansprüchen genügen würde. Das Beispiel des *Fairphones* kann dies verdeutlichen. Obwohl dieses tatsächlich unter Bezugnahme auf eine ganze Reihe von sogenannten Best Practices hergestellt wird, kann es den selbst formulierten hohen Ansprüchen nicht vollumfänglich gerecht werden. Die für die Herstellung von Handys, Computern und anderer Elektronik benötigten Rohstoffe werden größtenteils in sogenannten Konfliktregionen abgebaut, wobei der Handel mit Rohstoffen häufig ein ursächliches Moment für diese kriegerischen Konflikte darstellt (vgl. Wenar 2015). Obwohl die Hersteller des *Fairphones* bemüht sind, „konfliktfreie“ Produkte zu verwenden, geben sie selbst zu, dass sie dieser anspruchsvollen Zielsetzung nur tendenziell, nicht jedoch zu hundert Prozent entsprechen können.¹³ Daran zeigt sich, dass es aufgrund der Komplexität von Zulieferketten je nach Produkt unmöglich sein kann, bestimmten ethischen Forderungen wie derjenigen nach „Konfliktfreiheit“ vollumfänglich zu entsprechen. Es soll hier keineswegs darum gehen, ambitionierte Initiativen wie diese zu diskreditieren, zumal gar nicht nur eine Handvoll

¹² Laut Bähge 2017 (in diesem Band, S. 67ff.), betrug im Jahr 2014 der Anteil fair gehandelter Produkte am Gesamtumsatz des deutschen Lebensmitteleinzelhandels nicht einmal 1 Prozent. Dass es sich bei dieser Art von ethischem Konsum immer noch um ein Nischenprodukt handelt – zumal im Weltmaßstab –, betont auch Stolle 2017 (in diesem Band, S. 3 ff.).

¹³ Vgl. Fairphone 2017.

weniger Produkte, sondern ein sehr breites Spektrum von Produktkategorien betroffen ist (vgl. Wenar 2015). Vielmehr können diese Beispiele verdeutlichen, dass globale Konsumentenverantwortung nicht nur durch die Partizipation an solchen Initiativen des ethischen Welthandels wahrgenommen werden kann.

Der Kauf zertifizierter Produkte ist schlechterdings nicht ausreichend, wenn das Ziel die vollumfängliche Realisierung von anspruchsvollen Standards in der Herstellungs- und Zulieferkette ist. Hierfür sprechen neben den gerade angeführten empirischen Gesichtspunkten zu den Herstellungsbedingungen global behandelte Produkte auch grundsätzlichere Überlegungen. Generell ist festzustellen, dass die (größere) Fairness innerhalb von Markttransaktionen nicht mit der Fairness dieser Markttransaktionen selbst verwechselt werden sollte. Diese Einsicht lässt sich im Rahmen philosophischer Gerechtigkeitsüberlegungen entwickeln (vgl. u. a. Rawls 1993, 7. Vorlesung). Die Markttransaktionen im Rahmen von verschiedenen ethischen Welthandelsinitiativen sind in diesem Sinne keine gerechten Markttransaktionen in einem anspruchsvolleren Sinn, da dies erst dann der Fall wäre, wenn auch die Hintergrundbedingungen solcher Markttransaktionen hinreichend gerecht wären. Hierfür wiederum müssen soziale Institutionen innerhalb und jenseits von Nationalstaaten gesamtgesellschaftlich reformiert werden.

4 Globale Konsumentenverantwortung – weit verstanden

Auf die vorangegangenen Überlegungen aufbauend stellt sich die Frage, ob Initiativen des ethischen Welthandels, wie *Fairtrade* und *Fairphone*, auf einem rein interpersonalen Verständnis von globaler Verantwortung basieren. Kommt hier ein defizitäres Verständnis von globaler Verantwortung zur Geltung, insofern diese Initiativen nur dem Ziel dienen, bestimmten normativen Standards *innerhalb von* Markttransaktionen zu entsprechen? Bleibt dabei die nötige Reformierung von strukturellen Hintergrundbedingungen außen vor, sodass es nicht um gerechte(re) Marktinteraktionen in einem diese Hintergrundstrukturen einschließenden Sinn geht? Wird die Bedeutung von struktureller Verantwortung von den genannten Initiativen des ethischen Welthandels vernachlässigt?

Eine solche Kritik an derartigen Initiativen greift zu kurz, wie sich im weiteren Verlauf zeigen wird. Zunächst ist es jedoch eine wichtige allgemeine Einsicht, dass Konsumentenverantwortung auch entlang des Paradigmas von struktureller Verantwortung konzipiert und übernommen werden sollte. Globale Sozialstrukturen können und müssen grundlegend reformiert werden. Konsumenten haben – entsprechend der weiter oben dargelegten Kernaspekte der Theorie globaler Verantwortung – zahlreiche Möglichkeiten, hierzu beizutragen. Sie können und sollten ihrer strukturellen Verantwortung durch klassische Kanäle politischer Mitbestimmung gerecht werden: durch die Wahl und Kontrolle von politischen Repräsentanten (oder auch ergänzend durch die Mitgliedschaft und das aktive Engagement in einer politischen Partei), um so auf inner- und zwischenstaatliche Regelsetzungsprozesse Einfluss zu nehmen und die Hintergrundstrukturen globaler ökonomischer Beziehungen gerechter zu gestalten. Dabei sollten u. a. die Beschaffenheit von internationalen Handels-

abkommen und die internationale Zusammenarbeit im Kampf gegen Steuervermeidung und Steuerhinterziehung – jeweils zugunsten der weltweit am schlechtesten Gestellten – im Fokus stehen. Ergänzend können und sollten Konsumenten struktureller Verantwortung aber auch gerecht werden, indem sie öffentlich Druck auf global agierende Konzerne ausüben. Denn Unternehmen sind, wie weiter oben gezeigt wurde, nicht nur selbst Akteure, die strukturelle Verantwortung wahrnehmen können und sollten, sondern sie sind zugleich auch Teil der Sozialstrukturen, die es zu reformieren gilt. Dieser Tatsache können Konsumenten Rechnung tragen, indem sie Unternehmen zur Änderung von mittel- und längerfristigen Zielsetzungen bewegen, die diese auf verschiedenen Organisationsebenen verkörpern und die in Dokumenten wie Unternehmenssatzungen und Jahres- oder CSR-Berichten einsehbar sind.

Unternehmen sind also nicht nur Subjekte von struktureller Verantwortung, sondern zugleich auch Objekte, auf die Konsumenten einwirken und so strukturelle Verantwortung wahrnehmen können (vgl. Beck 2016a, Kap. VIII). Dazu können sie z. B. Petitionen unterzeichnen oder NGOs unterstützen, die es sich zum Ziel setzen, das Handeln von Unternehmen transparent zu machen und öffentlich anzuprangern, insofern es dazu Anlass gibt. Darüber hinaus können sich Konsumenten z. B. auch an sinnvoll konzipierten Boykott-Kampagnen beteiligen.¹⁴ Im Rahmen solcher Kampagnen erhält der Verzicht auf Waren eine andere – nämlich politische – Bedeutung als unter sonst gleichen Bedingungen. Individuelle Konsumententscheidungen sagen zwar stets sehr viel über die jeweiligen Werte, geschmacklichen Vorlieben und andersartigen Präferenzen der Käufer aus. Konsumenten können sich aus einer Vielzahl von Gründen – religiöser, moralischer oder prudenzieller Art – dafür entscheiden, auf den Kauf von Produkten zu verzichten. Eine dezidiert politische Bedeutung erhalten solche Entscheidungen zum Produktverzicht aber erst dann, wenn sie im Rahmen von gut konzipierten, ethisch gerechtfertigten und öffentlich kommunizierten Boykott-Kampagnen stattfinden, die die jeweiligen Gründe für den Kaufverzicht offenlegen. Wenn nun die entsprechenden Kampagnen auf strukturelle Veränderungen unternehmerischen Handelns abzielen, dann kann die Teilnahme an diesen Boykotten durch Konsumenten auch als Akt der Übernahme von struktureller Verantwortung angesehen werden.

Auch der Kauf von sozial zertifizierten Produkten muss jedoch nicht auf einem defizitären Verständnis von globaler Verantwortung fußen. Diese Diagnose wäre zu streng, weil wir auch durch den Kauf von sozial und/oder ökologisch zertifizierten Produkten nicht nur die Einhaltung von Standards *innerhalb von* Markttransaktionen unterstützen können, sondern zugleich auch zur Veränderung derjenigen sozialen Strukturen beitragen können, in die diese Transaktionen eingebettet sind. Erstens sollte erwähnt werden, dass Zertifizierungssysteme wie *Fairtrade* selbst soziale Institutionen darstellen, die Governance-Strukturen etablieren, die insbesondere in Kontexten schwacher Staatlichkeit eine wichtige Rolle für die Erfüllung elementarer Menschenrechte spielen können (vgl. Beck 2009, S. 20f.). Im Fall von *Fairtrade* werden z. B. durch die neben den Mindestlöhnen bezahlte Sozialprämie

¹⁴ Vgl. auch Stolle 2017 (in diesem Band, S. 3 ff.).

Gesundheits- und Bildungseinrichtungen sowie Infrastrukturprojekte in den Anbauregionen finanziert. Zweitens kann die Partizipation von Konsumenten an Systemen wie *Fairtrade* auch deshalb als Wahrnehmung von struktureller Verantwortung verstanden werden, weil diese Initiativen auch auf dem Feld der Öffentlichkeitsarbeit viel leisten. Initiativen wie *Fairtrade* und *Fairphone* tragen seit Längerem dazu bei, die Aufmerksamkeit von Konsumenten auf tiefgreifende Ungerechtigkeiten im Welthandel zu lenken. Eine solche Öffentlichkeitsarbeit ist auch für die umfassende Veränderung von Welthandelsstrukturen unverzichtbar, sollte jedoch auch ein klares Bekenntnis zu einem weiteren Verständnis von globaler (Konsumenten-)Verantwortung und zu grundlegender Fairness im Welthandel beinhalten.

Aus der Kritik an einem zu engen Verständnis von globaler Konsumentenverantwortung folgt daher nicht, dass der Kauf von zertifizierten Produkten sinnlos oder irregeleitet wäre. Denn diese Systeme können, wie gezeigt, erstens zu inkrementellen Verbesserungen innerhalb globaler Produktions- und Zulieferketten führen. Zweitens können sie eine positive Rolle hinsichtlich des umfassenderen Ziels der Reform sozialer Hintergrundstrukturen spielen, vorausgesetzt freilich, dass sie kein falsches Verständnis von globaler Verantwortung auf Seiten von Konsumenten und der Zivilgesellschaft erzeugen. Beide Bedingungen sind derzeit offenbar erfüllt, bedürfen aber der kontinuierlichen empirischen Überprüfung. Aus der Kritik an einem zu engen Verständnis von globaler Konsumentenverantwortung folgt nur, dass der Kauf zertifizierter Produkte (sowie der Verzicht auf bestimmte mit problematischen Produktionsbedingungen im Zusammenhang stehende Produkte) allein nicht ausreicht. Weil globale strukturelle Verantwortung wie gezeigt ein besonderes Gewicht hat, ist dieser Kauf zwar bei etablierten Systemen *prima facie* ratsam, aber vermutlich nicht einmal kategorisch verpflichtend, da sich Konsumenten unter Umständen alternative (und ggf. auch effektivere) Wege bieten können, zur Veränderung von Strukturen beizutragen.

5 Konklusion

Globale Konsumentenverantwortung ist im oben beschriebenen Sinn weit zu verstehen. Konsumenten sollten also – das ist vielleicht die wichtigste Schlussfolgerung – komplementär zu interpersonaler auch strukturelle Verantwortung wahrnehmen. Die Frage, was wir als Konsumenten zu tun haben, weist deshalb darüber hinaus, welche und wie viele Produkte wir konsumieren sollten. Konsumenten könnten und sollten nicht nur durch den Kauf von zertifizierten Produkten globale Verantwortung wahrnehmen. Sie sollten auch andere ihnen offen stehende Möglichkeiten der politischen Mitbestimmung nutzen:

1. indem sie den politischen Druck auf Konzerne ausüben bzw. erhöhen (u. a. in Form von öffentlichem Protest oder durch die Teilnahme an organisierten Konsumentenboykotten);
2. indem sie NGOs finanziell oder ideell unterstützen, die in der Öffentlichkeitsarbeit aktiv sind und die sozialen Protest effektiv bündeln und sich mit anderen Gruppierungen abstimmen und koordinieren können;

3. indem sie politische Repräsentanten auf klassischeren Wegen beeinflussen (u. a. durch demokratische Abstimmungen und durch Mitgliedschaft in Parteien).

Auf all diesen Wegen können und sollten wir auf die Herausbildung globaler Sozialstrukturen derart Einfluss nehmen, dass diese besser im Einklang mit Normen stehen, die wir für begründet und wichtig halten.

Literatur

- Bähge, S. (2017). Verändert der Faire Handel die Gesellschaft? – Erkenntnisse aus einer Trend- und Wirkungsstudie. In: Kenning, P. & Lamla, J. (Hrsg.), *Entgrenzungen des Konsums*. Wiesbaden: Springer Verlag, S. 67ff.
- Beck, V. (2016a). *Eine Theorie der globalen Verantwortung. Was wir Menschen in extremer Armut schulden*. Berlin: Suhrkamp.
- Beck, V. (2016b). Über den Zusammenhang von nationaler und globaler Verteilungsgerechtigkeit. In Dhoub, S. (Hrsg.), *Gerechtigkeit in transkultureller Perspektive*. Weilerswist: Velbrück, S. 287-304.
- Beck, V. (2009). Interaktionale und institutionelle Relationen der Verantwortung. Überlegungen zu *Fairtrade* aus gerechtigkeitstheoretischer Perspektive. In: InIIS-Arbeitspapier Nr. 36. Bremen: Institut für Interkulturelle und Internationale Studien.
- Broszies, C. & Hahn, H. (Hrsg.) (2010). *Globale Gerechtigkeit. Schlüsseltexzte zur Debatte zwischen Partikularismus und Kosmopolitismus*. Berlin: Suhrkamp.
- Fairphone (2017). Understanding the Materials in Mobile Phones. <https://www.fairphone.com/en/project/understanding-materials-mobile-phones/>
- List, C. & Pettit, P. (2011). *Group Agency. The Possibility, Design, and Status of Corporate Agents*. Oxford: Oxford University Press.
- Nicholls, A. & Opal, C. (2004). *Fair Trade, Market-Driven Ethical Consumption*. London: SAGE Publications.
- Pogge, T. (2011). *Weltarmut und Menschenrechte. Kosmopolitische Verantwortung und Reformen*. Berlin, New York: de Gruyter.
- Rahmstorf, S. & Schellnhuber, H. J. (2012). *Der Klimawandel*. München: Beck.
- Rawls, J. (1971). *Eine Theorie der Gerechtigkeit*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp 1975.
- Rawls, J. (1993). *Politischer Liberalismus*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp 1998.
- Rawls, J. (2001). *Gerechtigkeit als Fairneß*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp 2006.
- Scherer, A. G., Palazzo, G. & Buzz, A. (2015). Die neue politische Rolle von Unternehmen in einer globalisierten Welt. Ein kritischer Überblick über die internationale Forschungslandschaft. In: van Aaken, D. & Schreck, D. (Hrsg.), *Theorien der Wirtschafts- und Unternehmensethik*. Berlin: Suhrkamp, S. 340-384.
- Schmitz, F. (Hrsg.) (2014). *Tierethik. Grundlagentexte*. Berlin: Suhrkamp.
- Sezgin, H. (2014). *Artgerecht ist nur die Freiheit. Eine Ethik für Tiere oder Warum wir umdenken müssen*. München: Beck.
- Stolle, D. (2017). Kaufen um die Welt zu retten: Wie Verbraucherinnen und Verbraucher globale Probleme lösen wollen. In: Kenning, P. & Lamla, J. (Hrsg.), *Entgrenzungen des Konsums*. Wiesbaden: Springer Verlag, S. 3 ff.
- Singer, P. (2009). *Leben Retten. Wie sich die Armut abschaffen lässt – und warum wir es nicht tun*. Zürich/Hamburg: Arche 2010.

-
- Tucker, A., Bulavskaya, T. & al. (2014). *The Global Resource Footprint of Nations. Carbon, water, land and materials embodied in trade and final consumption calculated with EXIOBASE 2.1*. Leiden/Delft/Vienna/Trondheim.
- Wenar, L. (2015). *Blood Oil. Tyrants, Violence, and the Rules that Run the World*. Oxford: Oxford University Press.
- Young, I. M. (2011). *Responsibility for Justice*. Oxford: Oxford University Press.

Der Autor

Dr. Valentin Beck ist wissenschaftlicher Mitarbeiter im Arbeitsbereich Praktische Philosophie des Instituts für Philosophie der Freien Universität Berlin. Seine wissenschaftlichen Schwerpunkte liegen auf Fragen der Praktischen Philosophie allgemein, besonders aber der Politischen Philosophie und der Moralphilosophie, darunter Fragen der globalen distributiven Gerechtigkeit, der Menschenrechte und korrelierender Verantwortung sowie der Klimagerechtigkeit. Seit September 2011 ist er Mitglied des Herausgeberkreises der Open Access Zeitschrift *Global Justice: Theory, Practice, Rhetoric*. Seit 2013 ist er assoziiertes Mitglied in der DFG-Kollegforschergruppe „Justitia Amplificata – erweiterte Gerechtigkeit: konkret und global“.