

Editorial

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Rote Revue : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur**

Band (Jahr): **87 (2009)**

Heft 2

PDF erstellt am: **09.08.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

<http://www.e-periodica.ch>

Editorial

Es mag angesichts der Wirtschaftskrise etwas zynisch erscheinen, in der Roten Revue den Schwerpunkt auf Konsum, Konsumismus und Konsumgesellschaft zu setzen. In der Tat ist das reale Bruttoinlandprodukt (BIP) innert Jahresfrist um zwei Prozent geschrumpft, und auch die Konsumentenstimmung war in diesem Sommer so schlecht wie seit Mitte der 1990er-Jahre nicht mehr. Trotzdem rechnet das Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) für 2009 mit einer Zunahme des privaten Konsums um 0,8 Prozent. Trotz Krise wird also fleissig weiterkonsumiert – vorerst. Denn für das nächste Jahr erwarten die Experten nur noch einen Zuwachs von 0,3 Prozent. Daniel Lampart plädiert denn auch mit guten Gründen für konsumstützende Massnahmen, um aus der Krise herauszukommen. Diese müssen jedoch gezielt unteren und mittleren Einkommen zugute kommen, denn es lässt sich empirisch nachweisen, dass ein so eingesetzter Franken fast ganz wieder ausgegeben wird.

Doch stellt sich die Frage, wie dieser Franken ausgegeben wird. Es ist interessant zu sehen, dass selbst in Krisenzeiten die Verkäufe von Fair-trade- und Bio-Produkten überdurchschnittlich wachsen. Ethischer Konsum liegt eindeutig im Trend und verdient deshalb eine genauere und auch kritische Betrachtung. Franz Hochstrasser weist zum Beispiel auf subjektive Handlungshindernisse hin, die trotz Wissen ethisches Kaufverhalten oft erschweren, und er misst die zwar wachsende Marktmacht von Konsumenten im Kontext einer «Moralisierung der Märkte» an der Macht von Konzernen, der Politik Zugeständnisse abzupressen. Julia Lemmle macht ihrerseits deutlich, dass es ohne eine bisschen Mühe nicht geht, sich von buchstäblich inkorporierten Konsumgewohnheiten zu lösen, dass der Zugewinn dieser Veränderung jedoch in einer Befreiung von antrainierten Bedürfnissen besteht. Ausser Zweifel steht dabei, dass Konsumethik alleine nicht ausreicht, sondern stets in die Erkenntnis mündet, die kapitalistischen Verhältnisse politisch verändern zu müssen.

Wie dringend notwendig dies ist, wird aus dem einleitenden Artikel von Christian Pfister klar: Die Konsumgesellschaft der Nachkriegszeit basierte auf billiger Energie, und das heisst: auf einem unvorstellbaren Raubbau der fossilen Ressourcen in kürzester Zeit. So wird es nicht weitergehen. Es bedarf deshalb nichts weniger als einer Quadratur des Kreises: Wie kann ethischer Konsum nachhaltig gefördert werden, damit Volkswirtschaft und Energiesystem in ein neues Gleichgewicht kommen?

Die Redaktion