



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2019

Ethik-Konsum. Empirische Annäherung auf drei analytischen Spuren

Gruhn, Lara

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-170334>

Book Section

Published Version



The following work is licensed under a Creative Commons: Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0) License.

Originally published at:

Gruhn, Lara (2019). Ethik-Konsum. Empirische Annäherung auf drei analytischen Spuren. In: Braun, Karl; Dieterich, Claus-Marco; Moser, Johannes; Schönholz, Christian. *Wirtschaften : Kulturwissenschaftliche Perspektiven*. Marburg: MakuFEE, 213-222.

Braun, Karl/Dieterich, Claus-Marco/
Moser, Johannes/Schönholz, Christian (Hrsg.):
Wirtschaften. Kulturwissenschaftliche Perspektiven.
Marburg 2019, S. 213–222.

Lara Gruhn

Ethik-Konsum

Empirische Annäherung auf drei analytischen Spuren

„Global denken – lokal handeln“¹ lautet die Kurzformel für ein Verbraucherbewusstsein, das der individuellen Verantwortung beim Konsum eine zentrale Bedeutung zuschreibt. Um der suggerierten moralischen Pflicht nachzukommen, wird zum Beispiel darauf geachtet, dass im Brotaufstrich kein Palmöl und im Pullover nur Bio-Baumwolle enthalten ist, mit *Fairphones* telefoniert, aus Glas- oder Edelstahlflaschen getrunken und keine Tomate im Winter gekauft wird.

Im Zentrum der Forschung steht die Frage, wie *Ethik-Konsum* gegenwärtig als alltägliche kulturelle Praxis funktioniert. Das Fragezeichen, welches im Sektionstitel zu finden ist, sollte demnach in Bezug auf diesen Beitrag nicht als Frage nach Nutzen- oder Wirkungsmacht verstanden werden, sondern als Frage nach der alltäglichen Funktionsweise dieser Form des Wirtschaftens. Es interessiert, wie sich Vorstellungen des *Ethik-Konsums* diskursiv konstituieren, wie sie vermittelt werden und wie sie sich *in Action* manifestieren. Der Fokus auf Wechselbeziehungen zwischen Wissensbeständen, praktischem Handeln, performativer Narration und Selbstdarstellung leistet einen Forschungsbeitrag, der sich von der – zwischen „Ohnmacht des Verbrauchers“ (Heidbrink et al. 2011) und „Moralisierung der Märkte“ (Stehr 2007) pendelnden – Nutzen- beziehungsweise Wirkungs-Debatte ab-, und zu normativen Sinnstiftungskonzepten und Deutungsmustern hinwendet.

In diesem Beitrag wird eine solche kulturwissenschaftliche Perspektive versucht; es wird nach den alltäglichen Funktionsweisen von *Ethik-Konsum* gefragt. Ausgangspunkt des Artikels bilden die in den Jahren 2016 und 2017 im Rahmen meines Promotionsprojekts durchgeführten Feldforschungen sowie ein Quellenkorpus, das sich aus all jenen Materialien speist, die im Verlauf dieser Forschungen an mich herangetragen wurden.² Der Aufbau gliedert sich wie folgt: Zunächst werden die theoretische

- 1 Hier zitiert nach Heath/Potter 2005: 363. Es ist davon auszugehen, dass dieser populäre Grundsatz aus dem Kapitel 28 der „AGENDA 21“ der Konferenz der Vereinten Nationen für Umwelt und Entwicklung in Rio de Janeiro aus dem Jahre 1992 hervorgeht. In diesem werden auf lokaler Ebene „Kommunale Initiativen zur Unterstützung der Agenda 21“ gefordert (Agenda 21 1992).
- 2 Das Quellenkorpus weist somit eine zeitliche Parallelität zur durchgeführten Feldforschung auf. Alle erwähnten oder ausgehändigten medialen/digitalen/analogen Erzeugnisse flossen in das

Rahmung des Beitrags sowie das kontextuelle Setting der Feldforschung dargelegt. Anschließend werden anhand eines empirischen Fallbeispiels entlang von drei analytischen Spuren (*Knowing, Doing, Showing*) je unterschiedliche Antworten skizziert, wie *Ethik-Konsum* als alltägliche kulturelle Praxis funktioniert. Den Schluss bildet ein explorativer Ausblick.

Wenn man vom Feld der Ethik spricht...

„Wenn man mit Anspruch auf Wissenschaftlichkeit Sachverhalte beobachten und beschreiben will, genügen die Worte des täglichen Lebens nicht. Man muß Begriffe bilden.“ (Luhmann 2008: 270). Dass diese mit viel Bedacht gewählt werden sollten, steht für Niklas Luhmann in *Die Moral der Gesellschaft* ebenfalls fest. Beim hier verwendeten Begriff des *Ethik-Konsums* handelt es sich um eben ein solches Begriffsgebilde, das nicht aus dem Feld, sondern aus der analytischen Perspektive der Wissenschaft heraus konzipiert wurde. *Ethik-Konsum* wurde sozusagen am Schreibtisch gebildet, um überhaupt eine Sprache für den Forschungsgegenstand zu haben. Dabei ist es mir ein Anliegen, dieses Begriffsgebilde nicht selbst als Forscherin ins Feld zu tragen; vielmehr ermöglicht die Benennung eine wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Bezeichneten. Im angelsächsischen Sprachraum ist der Begriff *Ethical Consumption* geläufig, dieser wird von Dorothea Kleine allgemein als „(...) a consumption pattern that goes beyond considerations of price to include for example social and environmental criteria“ definiert (Kleine 2013: 29f.). Lassen Sie mich die Verwendung des Begriffs *Ethik-Konsum* aus einer kulturanthropologischen Warte noch etwas genauer ausführen: Unter *Konsum* wird die Praxis des Kaufens/Einverleibens und die darin enthaltene Teilhabe an materieller Kultur verstanden (Simmel 1989; Kraemer 2003: 55ff.). Weiter wird davon ausgegangen, dass Konsum nicht kontextfrei geschieht, sondern von Vorstellungs-, Werte- und Normhorizonten symbolisch gerahmt und mit Handlungs- und Deutungsroutinen hinterlegt ist (Hengartner 2014: 17ff.). Beim Begriff der Ethik beziehe ich mich auf Moritz Ege und Johannes Moser. Die Autoren verstehen Ethik „(...) als Debatte über und praktische Auseinandersetzung um das gute und richtige Leben der Menschen, die (im Verständnis der AkteurInnen) einen Moment freier, reflektierter Entscheidung beinhaltet“ (Ege/Moser 2017: 238). Auch ich bediene mich bei der von Didier Fassin und Michael Lambek entwickelten *Moral Anthropologie* beziehungsweise *Ordinary Ethics* (Lambek 2010: 1ff.; Fassin 2012: 1ff.) und gehe vom *Ordinary* oder eben dem Gewöhnlichen aus, weil dann all das verhandelt und gefasst werden kann, was Menschen alltäglich tun, weil sie selbst dieses Tun als moralisch, als gut oder richtig empfinden (Fassin 2012: 3). Die theoretischen Gedanken

Korpus ein. Allen Gesprächspartnerinnen wurden zudem im Verlauf des Interviews Fragen zur eigenen Informationsbeschaffung und zu eigenen Bezugsquellen gestellt. So häufte sich ein Sammelsurium an Internetseiten, Blogs, Zeitschriften, Dokumentarfilmen sowie Publikationen von Vereinen und Organisationen etc. an.

der *Moral Anthropologie* bildeten das Grundgerüst für den Feldzugang, jedoch muss nach ersten empirischen Befunden darüber nachgedacht werden, inwiefern sich die Lehren von Fassin und Lambek überhaupt auf meine Forschung anwenden lassen. Die Frage richtet sich dahingehend, dass ich es bei meinen Feldforschungen oft mit einer sogenannten Hyperreflexion der AkteurInnen zu tun habe; eigene, einst als richtig und gut befundene Konsumententscheidungen, werden immer wieder von neuem hinterfragt und beurteilt. Dieses *doing Reflexion on doing* scheint ein elementarer Teil der Entscheidungsprozesse zu sein. In diesem Licht lässt sich der Ethikbegriff gleich im doppelten Sinne als Reflexionsebene der Moral verstehen: Erstens gelingt es mit dem heuristischen Begriff der Ethik, all jene Konsumhandlungen, die Menschen alltäglich tätigen, weil sie selbst diese als gut oder richtig empfinden, auf eine wissenschaftliche Reflexionsebene zu bringen. Ethik kann demnach als wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der (im Feld angetroffenen) Moral verstanden werden (Luhmann 2008: 270ff.). Zweitens kann Ethik nicht nur die analytische ‚Schreibtischebene‘ der Wissenschaft, sondern auch die im Feld selbst vorgefundene reflexive Dimension von Moral bezeichnen. *Ethik-Konsum* kann aus diesem dargelegten Verständnis heraus als Überbegriffsgebilde einer kulturellen, materiellen Praxis und der um die – in beiden Sinnen gedachte wissenschaftliche und im Feld selber vorgefundene – Reflexion erweiterte Dimension der Moral verstanden werden. Fragen, inwiefern sich die im Feld vorgefundene Reflexion überhaupt unabhängig von der wissenschaftlichen Praxis beschreiben lässt und welche Wechselwirkungen zwischen den beiden Reflexivitätsdimensionen bestehen, begleiten das weitere Arbeiten.

In meiner Forschung ist nicht ein bestimmtes soziales Milieu oder eine bestimmte Lokalität das Feld, welches es zu untersuchen gibt, sondern der *Ethik-Konsum* selbst. Im Sinne Pierre Bourdieus wird daher der Feldbegriff in erster Linie als theoretische Grösse beziehungsweise analytisches Konzept gedacht (Bourdieu 1992; Diaz-Bone 2010). So war es möglich, mich – ohne eine Vorstellung des konkreten ‚Inhalts‘ des mit *Ethik-Konsum* bezeichneten Feldes – nach Rolf Lindner auf „totale Weise“ dem Thema anzunähern und mich auf eine bodenlose Spurensuche zu begeben (Lindner 2003: 186f.). Ein unsystematisches Eintauchen bildete den ersten Einstieg. Der Frage ‚wo überall zeigt sich mein Thema?‘ folgend, stolperte ich über Produkte im Einkaufswagen, Talksendungen, Websites, Werbungen, Filme, Foren, Blogs, Ratgeberliteratur und landete bei einem Artikel, der im März 2016 in der NZZ-Campus unter dem Titel *Die jungen Mildten* erschien (Fischli 2016). In diesem wurden mehrere Menschen portraitiert, bei welchen *Ethik-Konsum* eine zentrale Rolle im Leben spielt – der Artikel wurde zu einer ersten Verbindungslinie zwischen medialem Diskurs und handelnden AkteurInnen im Feld. Durch ein reflektiertes Schneeballsystem, welches nach dem Prinzip funktioniert, dass mich Akteure im Feld an weitere mögliche InterviewpartnerInnen weitervermitteln, mir gemeinschaftliche Events, Unternehmungen oder Vereine empfehlen, sind viele weitere Zugänge entstanden. Zu den Hauptquellen meiner Forschung zählen neben qualitativen Leitfadeninterviews Protokolle von Teilnehmenden Beobachtungen und ein sich aus der Feldforschung entwickeltes Quellenkorpus.

Drei analytische Spuren

Nun lade ich Sie ein, mir ins Dickicht des empirischen Materials zu folgen. Die Route führt anhand drei analytischer Spuren – *Knowing, Doing, Showing* – durch den Ausschnitt eines Interviews, welches im Sommer 2016 im Rahmen meiner Feldforschung entstand. Die drei Spuren wurden aus dem empirischen Material heraus entwickelt, mit ihrer Hilfe ist eine „analytische Durchdringung“ des hier gewählten Samplings möglich (Breidenstein et al. 2013: 157). Eine Interviewpartnerin, ich nenne sie Amanda Ramseyer³, eine 31-jährige Hochbauzeichnerin aus Zürich, beantwortet meine Frage, wie sie überhaupt dazu gekommen sei, sich Gedanken zu machen, wie und was sie konsumiert:

„Also es ist natürlich, also ich habe mich extrem viel mit Dokumentationen rumgeschlagen, also ich habe mega viel gelesen und geschaut und diskutiert mit Leuten. Und habe ähm eben auch ein bisschen mehr herausgefunden, also was sind die grossen Konzerne, die ich nicht mehr unterstützen möchte. Aber das ist halt extrem viel Arbeit. Und darum weiss ich, für viele ist es einfach zu mühsam und darum machen die da das nicht. Und mir ist es halt mega wichtig geworden und darum habe ich gesagt: Ja, dann mache ich mir die Mühe und ich nehme mir die Zeit, um das rauszufinden, von wem das Produkt stammt. Und dann zu sagen... Also für mich der grösste Schritt war, das Mövenpick-Eis nicht mehr zu kaufen. (...) Für mich persönlich ist das eines der besten, wo es gibt. Ich liebe Schokoladen-Eis und ich habe dieses so geliebt wegen diesen Schokoladenstücken und so, der Geschmack und wie es zerläuft auf der Zunge und so, wunderbar. Aber ähm, wie ich bei meiner Recherche herausgefunden habe, gehört Mövenpick zu der Nestlé-Gruppe. Und durch die Dokumentation *Bottled Water* habe ich herausgefunden, wie eigentlich Nestlé Afrika abzockt. Ich meine, die Leute dort verdursten und wir zapfen denen ihr Grundwasser ab und verkaufen das so teuer, dass sie sich es nicht einmal kaufen können, äh leisten. Das finde ich einfach eine Schweinerei. Und klar, einerseits kann ich schauen, dass ich dieses Wasser nicht kaufe, aber noch viel mehr kann ich etwas unternehmen, weil Nestlé so eine grosse Gruppe ist, wo so viele Produkte auf dem Markt hat, kann ich schauen, dass ich möglichst keine Produkte von ihnen kaufe. Und sie über länger, oder ja, mit längerem Verzicht werde ich sicher auch etwas ausmachen, ähm, bewirken können. Weil ich bin nicht die einzige, die so mittlerweile denkt. Und das werden die irgendwann dann schon auch mal spüren, dass jetzt eine Frau aus Zürich nicht mehr ihr Eis isst.“ (Interview Ramseyer 2016).

Bei meiner Präsentation am dgv-Kongress haben Amandas Aussagen viele ZuhörerInnen zum Schmunzeln gebracht. Es stellt sich allerdings die Frage, wie wir nun damit umgehen beziehungsweise was sich aus kulturwissenschaftlicher Sicht aus diesem Interviewausschnitt herausziehen lässt. Ich versuche dieser Frage entlang von drei analytischen Spuren – *Knowing, Doing* und *Showing* – nachzugehen.

3 Alle Namen wurden anonymisiert.

Erste Spur: Knowing

Zuerst wandern wir auf der Spur des *Knowings*.⁴ Die erste Antwort auf die Frage nach der Funktionsweise von *Ethik-Konsum*, die ich hier skizzieren möchte, ist: Dass die als ‚richtig‘ bezeichneten Konsumpraxen immer im Zusammenhang mit vorhandenem Wissen begründet werden. *Ethik-Konsum* funktioniert, indem Wissen als zentrale Ressource fungiert. Hier möchte ich zwei Dinge hervorheben: Einerseits wie Wissen des *Ethik-Konsums* immer Kontextualisierung und Einordnung bedeutet. Andererseits wie die Erzählung über die mühselige Aneignung von Wissen zugleich als Positionierung und Abgrenzung funktioniert.

Amanda erzählt, dass sie durch einen Dokumentarfilm herausgefunden habe „wie eigentlich Nestlé Afrika abzockt“ (Interview Ramseyer 2016). Wie in diesem Beispiel ist es oft das Schauen eines Dokumentarfilmes, welches als erster Eintritt in ein neues Wissensgebiet beschreiben wird. Argumentiert man hier mit Ludwik Fleck, dann ist der Film *Bottled Life* (Schell 2014) für Amanda ein erstes Eintauchen in ein *Denkkollektiv*, eine katalytische Offenbarungserfahrung, welche durch neue Kontextualisierungsoptionen zu einer Veränderung im *Denkstil* führen kann (Fleck 1980: 135). Die Rahmung des Filmes, welcher Nestlé als Missstände verursachendes Großunternehmen zeigt, wird von Amanda adaptiert und fungiert fortan als ihr neues Ordnungssystem. Hier zeigt sich schön: Wissen des *Ethik-Konsums* entsteht – hier berufe ich mich auf die theoretischen Überlegungen Lars Winterbergs in *Ernährung und Wissen* – nicht in einem Mehr von Wissen, sondern in der Praxis der Kontextualisierung, Beurteilung und (Ein)Ordnung (Winterberg 2015: 19ff.). Wissen ist immer Einordnung und Ordnung zugleich. Die Leistung eines Filmes wie *Bottled Life* besteht in seiner Kontextualisierung von Wissensbeständen. Wissen ist auch Wissenspraxis – Dokumentarfilme, sowie andere Erweckungsmedien sind dabei immer auch Akteure der Wissensproduktion selbst. Sie liefern selektiv adaptierbare Ordnungsschemata, mit welchen KonsumentInnen die sie umgebende Wirklichkeit (neu) deuten können.

Amanda unterstreicht ihre eigene Recherchearbeit und Aktivität bei der Wissensaneignung und betont, wie viel Engagement es von ihrer Seite benötigte, um all diese vermeintlichen Zusammenhänge herauszufinden:

„(...) also ich habe mich extrem viel mit Dokumentationen rumgeschlagen, also ich habe mega viel gelesen und geschaut und diskutiert mit Leuten. (...) Aber das ist halt extrem viel Arbeit. Und darum weiss ich, für viele ist es einfach zu mühsam und darum machen die da das nicht.“ (Interview Ramseyer 2016).

Es ist die Erzählung einer Aufklärungs- und Bildungsarbeit in Selbstregie. Anschaulich zeigt sich, dass sich die *Ethik-Konsumentin* immer auch als aufgeklärte Konsumentin sieht. Mit der Betonung der Mühseligkeit funktioniert hier die Erzählung der Wissensaneignung sowohl als Aufopferung, wie auch als Positionierung. Erst durch

⁴ Das *Present Progressive*, mit welchem ich alle meine Analysekatoren benenne, verweist auf die jetzige, unmittelbare Formation von Wissen und Tun. Die historische Konstituierung von *Ethik-Konsum* tritt so in den Hintergrund.

das vermeintliche Mehr an Wissen, wird eine Abgrenzung zu jenen möglich, die dieses Wissen angeblich nicht haben oder mit den Worten Amandas: denen es „einfach zu mühsam“ ist (Interview Ramseyer 2016). Bei dieser Erzählung schimmert ein Aufklärungsimperativ durch, welches besagt, dass nur ein aufgeklärter Bürger seine Konsumpflichten ‚gegenüber der Welt‘ wahrnehmen kann. Dies führt zu einer folgenreichen Aufteilung in nichtwissende ‚unaufgeklärte‘ Konsumenten und wissende ‚aufgeklärte‘ Konsumenten. Interessant dabei ist, dass das vermeintliche Wissensdefizit bei ‚unaufgeklärten‘ Konsumenten zwar als Abgrenzungsinstrument funktioniert, dies aber meist mit der Rücksicht eines weisen Lehrers, der Verständnis für das Unwissen der Schüler aufbringt: „Dann gehen sie halt in den Lidl, sie wissen es ja nicht besser“ (Interview Keller 2016).⁵ Hingegen werden Wissende, die scheinbar ihren Pflichten nicht nachkommen, verurteilt. So war auch ich immer wieder um Rechtfertigungen bemüht, wenn mir als Forscherin im Feld Rückfragen nach meinem eigenen Konsum gestellt wurden: „Warum machst du es denn nicht, wenn du es doch weißt?“ (TB Veganer-Stammtisch 2016).

Zweite Spur: Doing

Genau diese Frage bringt uns zur zweiten analytischen Spur, jener des Tuns. Die Antwort, die ich hier skizziere, ist: *Ethik-Konsum* funktioniert, indem das eigene Tun in Bezug zu diesem Wissen gesetzt wird. Indem angeeignete Wissensbestände auf das praktische Tun der eigenen Alltagswelt übertragen werden, entstehen unausgesprochene Alltagslogiken, aus welchen wiederum individuelle Handlungsstrategien abgeleitet werden.

Die Wissenskonstruktion, die der Dokumentarfilm transportiert, lautet etwas salopp: ‚Je weniger Menschen Nestlé-Produkte konsumieren, desto weniger Leid wird verursacht‘. Dies hat aber keine Konsequenz für mein Tun, wenn ich diese Wissenskonstruktion nicht auf mich beziehe. Denn, die unausgesprochene Alltagslogik, welche Amanda daraus entwickelt, lautet: ‚Ich, als einer dieser Menschen, sollte daher weniger Nestlé-Produkte konsumieren‘. Das konsumarische Ich wird in Bezug zu der neu angeeigneten Wissensordnung gesetzt und daraus eine individuelle Konsequenz abgeleitet. Judith Butler macht in ihrer Auseinandersetzung mit Louis Althusers Anrufungslehre in *Psyche der Macht* auf den Umstand aufmerksam, dass dieses Auf-sich-beziehen einer allgemeinen Anrufung auch einer Selbstzuschreibung von Schuld gleichkommt (Butler 2015: 101ff.). Butler versteht die Lehre der Interpellation auch als unausgesprochene Lehre vom Gewissen, in welcher das Subjekt, um Identität zu gewinnen, breitwillig Schuld anerkennt (Butler 2015: 101ff.). Von diesen theoretischen Überlegungen ausgehend, könnte das Auf-sich-Beziehen als Grundlage des Tuns im *Ethik-Konsum* als individuelle Übernahme von Schuld verstanden werden. Bezogen auf das empirische Sampling würde dies heißen, dass *Ethik-Konsum*

⁵ Sinngemäße Wiedergabe des Gesprächs nach dem aufgezeichneten Interview.

vom Individuum folgendes Selbsteingeständnis fordert: ‚Ich trage durch *mein* Konsumverhalten Schuld an den Missständen der Welt‘. Es wäre somit diese Übernahme von Verantwortung und die Bildung eines Gewissens, mit gleichzeitiger Annahme einer Identität, welche es zu untersuchen gilt. Nicht nur durch Einordnung und Kontextualisierung von Wissen, sondern durch die Annahme einer allgemeinen Anrufung und die Überführung von Wissen in die eigene praktische Lebenswelt funktioniert *Ethik-Konsum*.

Aus diesem Auf-sich-Beziehen und der auf den eigenen Alltag heruntergebrochene Logik wird eine Handlungsstrategie für das eigene Konsumverhalten entwickelt. Amandas Handlungsstrategie ist jene, dass sie möglichst keine Produkte von Nestlé kauft. Sie sagt: „Ich nehme mir die Zeit, um das rauszufinden, von wem das Produkt stammt“ (Interview Ramseyer 2016). Fortan muss jedes Produkt dieser Prüfung standhalten. Besonders einschneidend empfindet sie die Entdeckung, dass Mövenpick auch zur Nestlé-Gruppe gehört. Nach der entwickelten Alltagslogik hat dies die Konsequenz, dass Amanda auf ihr geliebtes Schokoladeneis, welches „so wunderbar auf der Zunge zerläuft“ verzichtet (Interview Ramseyer 2016). Inwiefern bei dieser Erzählung des Verzichts auch ein Aufopferungsnarrativ mitschwingt, sei an dieser Stelle nur angedacht.

Etwas, das ich bereits in der theoretischen Kontextualisierung des *Ethik-Konsum*-Begriffes angesprochen habe, möchte ich bei der Spur des *Doings* noch herausstreichen: Die Dimension des Tuns beinhaltet auch das ständige Abwägen, das ‚Hin und Her‘ bei Kaufhandlungen unter Berücksichtigung von Größen wie Geld und Zeit, aber eben auch Genuss oder Vergnügen. *Ethik-Konsum* als Praxis beinhaltet also immer das selbstdenkende Subjekt, das die Fähigkeit besitzt, das eigene Tun zu hinterfragen und zu reflektieren und daraus wiederum neue individuelle Konsequenzen abzuleiten. Interessant wird dieses *doing Reflexion on doing* vor allem da, wo neben den Alltagslogiken auch Kompensations- oder Legitimationsstrategien entstehen. So hat Amanda zwar beschlossen, alle Nestlé Produkte zu boykottieren, jedoch weiterhin mit dem Flieger in die Ferien nach Mexico zu reisen: „Für mich ist das halt so die Ausnahme. Wo ich sage: mit dem kann ich leben, oder: das gönne auch ich mir. Ich muss ja nicht für die ganze Welt verzichten“ (Interview Ramseyer 2016). Dieses Aushandeln und Aushalten von Dissonanzen muss als eine weitere wichtige Funktionsdimension des *Ethik-Konsums* untersucht werden.

Dritte Spur: Showing

Eigentlich könnten wir hier, nach der Wanderung auf den zwei Spuren *Knowing* und *Doing*, den Ausflug ins empirische Material beenden. Aber nach dem Interview geschah Folgendes: Amanda drückte mir zum Abschied zwei DVDs in die Hand und sagte, ich solle diese unbedingt schauen und dann an andere Leute weitergeben. Im Deckel der DVD fand ich diesen Text: „Wir gratulieren – Du hast eine unserer Weitergabe-DVDs bekommen! (...) Sei Botschafter! (...) Werde Teil eines Netzwerks... (...)

Wissen weitergeben und ein neues Bewusstsein erschaffen helfen.“⁶ Ich möchte daher noch eine dritte Antwort auf die Frage wie *Ethik-Konsum* eigentlich funktioniert skizzieren: *Ethik-Konsum* bedingt die Vermittlung und Weitergabe von Wissen und Praxis. Wenn man davon ausgeht, dass sich sowohl Wissen wie auch Praxis im Zeigen zeigen, dann bildet *Showing* einerseits eine Schnittmenge der beiden anderen Analyse Spuren, wird aber zugleich als eigenständige „mehrdimensionale Grundtätigkeit“ des *Ethik-Konsums* verstanden (Schmidt et al. 2011).

Die sogenannte „Weitergabe-DVD“ stammt von einem Schweizer Verein namens *Filme für die Erde*, welcher sich laut Onlineportrait folgendes Ziel gesetzt hat: „Wir wollen mit ausgewählten Filmen möglichst viele Menschen erreichen, Wissen über Nachhaltigkeit weitergeben und zum Handeln inspirieren.“ (Homepage Filme für die Erde 2017). Das Beispiel der Weitergabe-DVD führt zwei Umstände vor Augen: Erstens, dass jedes Zeigen sowohl Subjekt, Objekt aber eben auch einen Adressaten braucht. Die im *Ethik-Konsum* inhärente Logik, dass dieser nur im Plural seine Wirkung entfalten kann, bedingt eine dritte Position. *Ethik-Konsum* benötigt demnach etwas, auf das gezeigt wird, jene, die zeigen, aber vor allem eben auch diejenigen, denen gezeigt wird. Zweitens zeigt sich an diesem Beispiel anschaulich, dass von diesem Zeigen auch *Communitybuilding*-Prozesse ausgehen und soziale Netzwerke entstehen. So fordert der Text in der DVD-Hülle zu einer gesellschaftlichen Positionierung auf, indem dazu eingeladen wird, Teil eines sogenannten Botschafter-Netzwerkes und Mitglied beim Verein *Filme für die Erde* zu werden. Bei der Spur des *Showings* geht es daher sowohl um Fragen zu Arten von Sichtbarmachung und Funktion der Weitergabe von Wissensbeständen und Praktiken, aber auch um Fragen zu gesellschaftlicher Positionierung, Netzwerk- und Gruppenbildung und sozialem Engagement.

Ausblick

Mit einem Dokumentarfilm beginnt und endet dieser Ausflug ins empirische Material. Hier möchte ich in aller Kürze das Skizzierte zusammenfassen. *Ethik-Konsum* funktioniert, (1) indem Wissen als zentrale Ressource fungiert, (2) durch das In-Beziehung-Setzen des eigenen Tuns mit diesem Wissen und die sich daraus entwickelnden Alltagslogiken und Handlungsstrategien, und (3) indem Wissensbestände und Konsumpraxen weitervermittelt und Netzwerke gebildet werden.

Zum Schluss möchte ich einen Schritt zurücktreten und mich von den drei analytischen Spuren und der entworfenen Skizze distanzieren. Denn es stellt sich die Frage, in welchem Licht diese Ergebnisse verhandelt werden sollen. Anhand eines kurzen explorativen Ausblicks möchte ich Angebote vorstellen, wie ich mich als Kulturwissenschaftlerin an das eben Skizzierte herantaste. Ich möchte drei kulturwissenschaftliche Zugänge beziehungsweise drei unterschiedliche Beleuchtun-

6 Weitergabe-DVD der Organisation *Filme für die Erde*. Aufkleber im Deckel von: Psihoyos, Louie: *Racing Extinction*. Das Ende der Artenvielfalt? Discovery Channel, DVD 2016.

gen vorstellen, anhand welcher Erklärungs- und Deutungsansätze entwickelt werden können. Diese Zugänge sind als theoretische Scheinwerfer zu verstehen, welche sich auf die hier vorgestellten analytischen Spuren richten und je unterschiedliche Facetten des *Ethik-Konsums* kulturanthropologisch ausleuchten. Den ersten Scheinwerfer bilden wissenstheoretische und ethisch-philosophische Zugänge. Damit kann *Ethik-Konsum* als Feld der angewandten Ethik beleuchtet werden. In diesem Lichtkegel können populäre Wissenskonstrukte untersucht und Deutungsmodelle zu den individuellen Konsequenzen entwickelt werden. Den zweiten Scheinwerfer bilden subjektivierungs- und ermächtigungstheoretische Zugänge. Im Licht dieses Scheinwerfers kann *Ethik-Konsum* als Feld der Selbstermächtigung verhandelt und können reflexive, subjektformierende und performative kulturelle Praxen untersucht werden. Den dritten Scheinwerfer bilden ideologisch-ethische & aktivismustheoretische Zugänge. Mittels dieses dritten Scheinwerfers können Dimensionen der Vermittlung von *Communitybuilding*, Engagement bis hin zu missionarischen Ausprägungen beleuchtet und untersucht werden. Inwiefern sich diese drei theoretischen Scheinwerfer für mein Dissertationsprojekt als fruchtbar erweisen, wird sich im weiteren Verlauf des Forschungsprozesses zeigen.

Literatur

- Bourdieu, Pierre (1992 [1988]): *Homo academicus*. Frankfurt/M.
- Breidenstein, Georg/Hirschauer, Stefan/Kalthoff, Herbert u. a. (2013): *Ethnografie. Die Praxis der Feldforschung*. Konstanz/München.
- Butler, Judith (2015 [2001]): *Psyche und Macht. Das Subjekt der Unterwerfung*. Frankfurt/M.
- Diaz-Bone, Rainer (2010): *Kulturwelt, Diskurs und Lebensstil. Eine diskurstheoretische Erweiterung der Bourdieuschen Distinktionstheorie*. Wiesbaden.
- Ege, Moritz/Moser, Johannes (2017): *Urbane Ethiken. Debatten und Konflikte um das gute und richtige Leben in Städten. Projektvorstellung*. In: *Österreichische Zeitschrift für Volkskunde*, LXXI/120, S. 237–249.
- Fassin, Didier (2012): *Introduction: Toward a Critical Moral Anthropology*. In: Ders. (Hrsg.): *A Companion to Moral Anthropology*. Oxford, S. 1–18.
- Fleck, Ludwik (1980): *Entstehung und Entwicklung einer wissenschaftlichen Tatsache. Einführung in die Lehre vom Denkstil und Denkkollektiv*. Frankfurt/M.
- Heath, Joseph/Potter, Andrew (2005): *Konsumrebell. Der Mythos der Gegenkultur*. Berlin.
- Heidbrink, Ludger/Schmidt, Imke/Abaus, Björn (2011): *Einleitung – Der Konsument zwischen Markt und Moral*. In: Dies. (Hrsg.): *Die Verantwortung des Konsumenten. Über das Verhältnis von Markt, Moral und Konsum*. Frankfurt/M., New York.
- Hengartner, Thomas (2014): *Konsum als kulturelle Praxis*. In: *SuchtMagazin*, 4: S. 17–19. Onlineressource: <http://www.zora.uzh.ch/id/eprint/109364/1/HengartnerKonsum%20als%20Kulturelle%20Praxis.pdf> (18.08.2017).
- Kleine, Dorothea (2013): *Placing and scaling ethical choices: ethical consumption and ethical public procurement*. In: Helena Röcklingsberg/Sandin Per (Hrsg.): *The ethics of consumption. The citizen, the market and the law*. Uppsala, S. 29–30.
- Kraemer, Klaus (2003): *Konsum als Teilhabe an der materiellen Kultur*. In: Scherhorn, Gerhard / Weber, Christoph (Hrsg.): *Nachhaltiger Konsum. Auf dem Weg zur gesellschaftlichen Verankerung*. München, S. 55–62.

- Lambek, Michael (2010): Introduction. In: Ders. (Hrsg.): *Ordinary Ethics. Anthropology, Language and Action*. New York, S. 1–36.
- Lindner, Rolf (2003): Vom Wesen der Kulturanalyse. In: *Zeitschrift für Volkskunde* 99, S. 177–188.
- Luhmann, Niklas (2008): *Die Moral der Gesellschaft*. Frankfurt/M.
- Schmidt, Robert/Stock, Wiebke-Marie/Volbers, Jörg (Hrsg.) (2011): *Zeigen. Dimensionen einer Grundtätigkeit*. Weilerswist.
- Simmel, Georg (1989 [1900]): *Philosophie des Geldes*. Frankfurt/M.
- Stehr, Nico (2007): *Die Moralisierung der Märkte. Eine Gesellschaftstheorie*. Frankfurt/M.
- Winterberg, Lars (2015): Ernährung und Wissen: Theoretische Annäherungen an eine Ethik des Essens und Trinkens. In: Hirschfelder, Gunther u. a. (Hrsg.): *Was der Mensch essen darf. Ökonomischer Zwang, ökologisches Gewissen und globale Konflikte*. Wiesbaden, S. 19–33.

Quellen

- AGENDA 21. Konferenz der Vereinten Nationen für Umwelt und Entwicklung. Rio de Janeiro, Juni 1992. Abgerufen unter: http://www.un.org/depts/german/conf/agenda21/agenda_21.pdf (21.11.2016).
- Amanda Ramseyer, Interview vom 22.07.2016 in Zürich.
- Homepage: Filme für die Erde. Onlineresource: <https://filmfuerdieerde.org/ueber-uns> (18.08.2017).
- Protokoll Teilnehmende Beobachtung vom 11.08.2016: Veganer-Stammtisch, Restaurant Linde Oberstrasse, Zürich.
- Psihoyos, Louie: *Racing Extinction. Das Ende der Artenvielfalt?* Discovery Channel, DVD 2016.
- Schnell, Urs: *Bottled Life. Das Geschäft mit dem Wasser*. DVD 2014.
- Simone Keller, Interview vom 15.06.2016 in Basel.