

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|-----------|
| Abbildungs- und Tabellenverzeichnis | 13 |
| Geleitwort | 15 |
| 1 Einleitung..... | 17 |
| 1.1 Kontroversen um die Consumer Social Responsibility..... | 18 |
| 1.2 Zum Stand der Forschung..... | 24 |
| 1.3 Moralphilosophische Herausforderungen und Ansatz der Arbeit | 29 |
| 1.4 Zur Methode und Vorgehensweise | 33 |
| 1.5 Einordnung..... | 37 |
| 2 Leitvorstellungen und Ansätze für eine nachhaltige Entwicklung..... | 41 |
| 2.1 Vorläufige Begriffsbestimmung..... | 41 |
| 2.2 Normativer Rahmen..... | 43 |
| 2.2.1 Inter- und intragenerationelle Gerechtigkeit | 43 |
| 2.2.2 Der Bedürfnisbegriff im Kontext einer nachhaltigen Entwicklung..... | 44 |
| 2.2.3 Diskursprinzip..... | 50 |
| 2.2.4 Zusammenfassung | 53 |
| 2.3 Dimensionen einer nachhaltigen Entwicklung..... | 54 |
| 2.3.1 Dimensionenmodell | 55 |
| 2.3.2 Kritik und Korrektur des Dimensionenmodells | 60 |
| 2.4 Verhandlungs- und Umsetzungsebene..... | 63 |
| 2.4.1 Verhandlungsebene: Politischer Rahmen | 63 |
| 2.4.2 Umsetzungsebene: Nachhaltiges Konsumieren und Produzieren | 67 |
| 2.4.2.1 Zielvorstellung des nachhaltigen Konsums | 68 |
| 2.4.2.2 Globale Wertschöpfungsprozesse und Lebenszyklusanalysen | 70 |
| 2.4.2.3 Ökologische und soziale Fußabdrücke | 73 |
| 2.4.2.4 Nachhaltigkeitsrelevante Bedarfsfelder..... | 75 |
| 2.4.2.5 Strategien nachhaltigen Konsumierens und Produzierens | 77 |
| 2.4.3 Zusammenfassung | 82 |

| | | |
|----------|--|------------|
| 3 | Das Konzept der Verantwortung..... | 83 |
| 3.1 | Begriffsgeschichte, Struktur und Merkmale | 84 |
| 3.1.1 | Begriffsgeschichte der Verantwortung | 84 |
| 3.1.1.1 | Die Frage der Zurechnung: Klassisches Modell..... | 86 |
| 3.1.1.2 | Verantwortung als moralphilosophischer Schlüsselbegriff..... | 87 |
| 3.1.1.3 | Verantwortung als zukunftsgerichtetes Prinzip komplexer Gesellschaftssysteme..... | 91 |
| 3.1.2 | Struktur, Eigenschaften und Merkmale der Verantwortung | 93 |
| 3.1.2.1 | Bipolarität der Verantwortung..... | 93 |
| 3.1.2.2 | Dimensionen der Verantwortungsrelation..... | 95 |
| 3.1.2.3 | Ebenen der Verantwortung..... | 97 |
| 3.1.2.4 | Zum Verhältnis von Pflicht und Verantwortung | 100 |
| 3.1.2.5 | Modalitäten der Verantwortung | 103 |
| 3.1.3 | Zusammenfassung | 104 |
| 3.2 | Zuschreibung von Verantwortung..... | 106 |
| 3.2.1 | Bedingungen der Zuschreibung von Verantwortung | 107 |
| 3.2.1.1 | Handlungs- und Verantwortungsfähigkeit..... | 108 |
| 3.2.1.2 | Kriterien der Zuschreibung von Verantwortung..... | 111 |
| 3.2.2 | Abwehr und Übernahme von Verantwortung | 116 |
| 3.2.2.1 | Abwehr- und Rechtfertigungsstrategien..... | 117 |
| 3.2.2.2 | Zur Übernahme von Verantwortung..... | 121 |
| 3.2.3 | Zusammenfassung | 126 |
| 3.3 | Formen kollektiven Handelns und kollektiver Verantwortung | 127 |
| 3.3.1 | Formen kollektiven Handelns | 128 |
| 3.3.2 | Korporative und institutionelle Akteure als verantwortliche Akteure..... | 131 |
| 3.3.3 | Zusammenfassung | 136 |
| 3.4 | Corporate Social Responsibility..... | 138 |
| 3.4.1 | CSR und Stakeholder | 141 |
| 3.4.2 | Modalitäten von CSR..... | 143 |
| 3.4.3 | Verantwortungsbereiche und Ebenen von CSR | 145 |
| 3.4.4 | Zusammenfassung | 149 |
| 4 | Consumer Social Responsibility | 151 |
| 4.1 | Zur Verantwortungsfähigkeit der Konsumenten am Markt | 154 |
| 4.1.1 | Der souveräne Konsument | 155 |
| 4.1.2 | Der passive und irrationale Konsument | 159 |
| 4.1.3 | Der souveräne <i>und</i> schutzbedürftige Konsument..... | 161 |
| 4.1.4 | Der autonome Konsument | 167 |

| | | |
|---------|---|-----|
| 4.2 | Konsum und soziale Struktur | 169 |
| 4.3 | Kollektives Verantwortungsmodell für die Consumer Social Responsibility | 176 |
| 4.3.1 | Retrospektives Beitragsmodell | 177 |
| 4.3.1.1 | Relevanz des retrospektiven Beitragsmodells für eine Verantwortung der Konsumenten | 179 |
| 4.3.1.2 | Diskussion | 183 |
| 4.3.2 | Retrospektive Teilnehmungsmodelle | 186 |
| 4.3.2.1 | Relevanz retrospektiver Teilnehmungsmodelle für eine Verantwortung der Konsumenten | 191 |
| 4.3.2.2 | Diskussion | 196 |
| 4.3.3 | Zwischenfazit: Retrospektive Verantwortung der Konsumenten für Beitrag und Teilnehmung?..... | 198 |
| 4.3.4 | Prospektive Teilnehmungsmodelle..... | 202 |
| 4.3.4.1 | Relevanz prospektiver Teilnehmungsmodelle für eine Verantwortung der Konsumenten | 214 |
| 4.3.4.2 | Diskussion | 221 |
| 4.3.5 | Fazit 1: Positionsmo­dell der Zuschreibung von Verantwortung | 225 |
| 4.3.5.1 | Zuschreibungskriterien..... | 228 |
| 4.3.5.2 | Prinzipien der Verantwortungszuschreibung..... | 233 |
| 4.3.6 | Fazit 2: Consumer Social Responsibility | 235 |
| 4.4 | Handlungsbereiche der Consumer Social Responsibility | 241 |
| 4.4.1 | Erster Bereich: Information | 242 |
| 4.4.2 | Zweiter Bereich: Veränderung eigener Konsummuster..... | 247 |
| 4.4.2.1 | Bedarfsreflexion | 249 |
| 4.4.2.2 | Kauf, Ge- und Verbrauch und Entsorgung..... | 250 |
| 4.4.2.3 | Zusammenfassung und Diskussion | 252 |
| 4.4.3 | Dritter Bereich: Veränderung von Konsum- und Produktionsmustern (intern) | 254 |
| 4.4.3.1 | Horizontale Ausrichtung im Konsumentenkollektiv..... | 256 |
| 4.4.3.2 | Vertikale Ausrichtung im Produktlebenszyklus | 262 |
| 4.4.3.3 | Kooperativen und Genossenschaften..... | 271 |
| 4.4.4 | Vierter Bereich: Veränderung der Rahmenbedingungen (extern)..... | 275 |
| 4.4.4.1 | Einfluss auf politische Maßnahmen | 276 |
| 4.4.4.2 | Öffentlicher Diskurs | 280 |
| 4.4.4.3 | Zusammenfassung und Diskussion | 283 |
| 4.4.5 | Verhältnis der Verantwortungsbereiche..... | 284 |

| | | |
|----------|--|------------|
| 4.5 | Verantwortungsinstanzen..... | 290 |
| 4.6 | Modalitäten der ConSR..... | 292 |
| 4.7 | Zur Rolle des Eigeninteresses..... | 295 |
| 4.8 | Fazit 3: Consumer Social Responsibility..... | 299 |
| 5 | Untersuchung öffentlicher Verantwortungsattributionen | 303 |
| 5.1 | Untersuchungsfeld: Klimaschutz im Bedarfsfeld Ernährung..... | 304 |
| 5.2 | Datengrundlage..... | 306 |
| 5.3 | Vorgehensweise bei der Auswertung..... | 308 |
| 5.3.1 | Artikelebene..... | 309 |
| 5.3.2 | Inhaltsebene..... | 309 |
| 5.4 | Consumer Social Responsibility für den Klimaschutz im Ernährungsfeld..... | 314 |
| 5.4.1 | Zuständigkeitsattributionen an Konsumenten..... | 314 |
| 5.4.1.1 | Ernährungsgewohnheiten..... | 315 |
| 5.4.1.2 | Einkauf/Übergang vom Anbieter zum Konsumenten..... | 318 |
| 5.4.1.3 | Aufbewahrung und Verwendung..... | 324 |
| 5.4.1.4 | Kultur- und Systemwandel..... | 327 |
| 5.4.2 | Verstärkende Argumente für die ConSR..... | 328 |
| 5.4.2.1 | Katastrophenszenarien..... | 328 |
| 5.4.2.2 | Vorteile für die Konsumenten..... | 329 |
| 5.4.3 | Begründung der ConSR..... | 331 |
| 5.4.3.1 | Verringerung des Schadens..... | 332 |
| 5.4.3.2 | Fürsorgeverantwortung..... | 333 |
| 5.4.3.3 | Partizipation im „falschen“ System..... | 334 |
| 5.4.3.4 | Einfluss und Position innerhalb des Systems..... | 336 |
| 5.4.4 | Individuelle und kollektive Dimension der Verantwortungsattribution..... | 340 |
| 5.4.5 | Diskussion der Attribution von Verantwortung an Konsumenten..... | 342 |
| 5.4.5.1 | Einwände gegen die ConSR..... | 342 |
| 5.4.5.2 | Argumente für die ConSR..... | 353 |
| 5.4.6 | Zusammenfassung..... | 354 |
| 5.5 | Corporate Social Responsibility für den Klimaschutz im Ernährungsfeld..... | 356 |
| 5.5.1 | Zuständigkeitsattributionen an Unternehmen..... | 356 |
| 5.5.1.1 | Landwirte..... | 356 |
| 5.5.1.2 | Industrie: Lebensmittelherstellung..... | 358 |
| 5.5.1.3 | Handel..... | 361 |

| | | |
|----------|--|------------|
| 5.5.1.4 | Logistik | 362 |
| 5.5.1.5 | Elektronikbranche | 363 |
| 5.5.1.6 | Stromanbieter und IT..... | 363 |
| 5.5.1.7 | Gastronomie | 364 |
| 5.5.1.8 | Regionale Kreislaufwirtschaft als Beispiel für nachhaltiges Unternehmertum..... | 364 |
| 5.5.2 | Begründung der CSR..... | 365 |
| 5.5.2.1 | Kausaler Beitrag..... | 365 |
| 5.5.2.2 | Einfluss auf andere Akteure in der Wertschöpfungskette..... | 366 |
| 5.5.2.3 | Gesellschaftliche Funktion von Unternehmen..... | 367 |
| 5.5.2.4 | Stakeholderansprüche..... | 369 |
| 5.5.2.5 | Zusammenfassung..... | 370 |
| 5.5.3 | Diskussion der CSR..... | 371 |
| 5.5.3.1 | Fehlende Standards zur Berechnung des PCF..... | 371 |
| 5.5.3.2 | Unsicherheiten über die richtigen Lösungen..... | 372 |
| 5.5.3.3 | Institutionelle Barrieren..... | 373 |
| 5.5.3.4 | Fehlende Einflussmöglichkeiten | 374 |
| 5.5.3.5 | Abhängigkeit von der Nachfrage und vom Verhalten der Konsumenten | 374 |
| 5.5.4 | Zusammenfassung | 376 |
| 5.6 | ConSR und CSR für den Klimaschutz im Bedarfsfeld Ernährung.... | 377 |
| 5.7 | Zusammenfassung und Diskussion | 380 |
| 6 | Synthese und Schlussbemerkungen..... | 383 |
| 6.1 | Synthese zum Verhältnis von Consumer und Corporate Social Responsibility | 383 |
| 6.1.1 | Gegenmachtszenario..... | 384 |
| 6.1.2 | Grünes Wachstum..... | 386 |
| 6.1.3 | Isolationsszenario..... | 390 |
| 6.1.4 | Verantwortungsgemeinschaft | 394 |
| 6.1.5 | Zusammenfassung | 398 |
| 6.2 | Schlussbemerkungen | 399 |
| | Literaturverzeichnis | 407 |

Der Anhang ist unter www.springer.com auf der Produktseite dieses Buches verfügbar.