

Vorwort und Einführung

Das Thema Resilienz findet seit den 1950er Jahren Beachtung in den Verhaltenswissenschaften. Während in früheren Ansätzen Resilienz allerdings eher als universelles Konstrukt verstanden wurde, hat sich heute eine Definition durchgesetzt, die von mehreren Resilienzen ausgeht, die kontextuell variieren können. Demnach verfügen Individuen über verschiedene Resilienzen, die in unterschiedlichen Kontexten (z. B. Verbraucherverhalten) unterschiedlich ausgeprägt sein können. In der Folge hat das Konstrukt der Resilienz in den letzten Jahren vereinzelt auch in die Verbraucherwissenschaften Einzug gehalten und das Interesse von Verbraucherwissenschaftler:innen geweckt. Dabei stellen neben Verbraucher:innen in ihrer Rolle als Einzelpersonen auch Haushalte die relevanten Betrachtungsobjekte dar. Wenngleich grundsätzlich rar, befassen sich entsprechende Forschungsarbeiten zuweilen entweder mit der Resilienz von Verbraucher:innen im Zusammenhang mit extremen Ereignissen, wie beispielsweise Hochwassern und Terroranschlägen oder aber wiederkehrenden Stressfaktoren, welche z.B. im Kontext des analogen oder digitalen Konsums verortet werden können. Die Betrachtung des Forschungsgebietes „Verbraucherresilienz“ zeigt insgesamt aber, dass es grundsätzlich wenige wissenschaftliche Arbeiten zu diesem wichtigen Thema gibt.

Vor diesem Hintergrund adressierten am 27. Oktober 2022 im Rahmen der Jahrestagung des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung mehrere Redner:innen aus Wissenschaft und Politik wichtige Fragen zum Thema Verbraucherresilienz. Der vorliegende Tagungsband beinhaltet demzufolge Manuskripte aus verschiedenen Disziplinen (z.B. BWL, Soziologie, Psychologie). Er soll die in diesem Zusammenhang gehaltenen Vorträge und Diskussion wiedergeben und hat insofern auch einen dokumentarischen Zweck.

Den Tagungsaufakt bildete die Begrüßung durch den amtierenden Sprecher des Koordinierungsgremiums im Bundesnetzwerk, **Jörn Laml**. In dieser betonte er zunächst den interdisziplinären Charakter des Netzwerks. Erst diese für die Verbraucherwissenschaften wesentliche, vielperspektivische und vielstimmige Ausrichtung, ermögliche es, der Aspekt-Vielfalt von Problemen und Erscheinungsformen des Konsums, des Gebrauchs, sowie der Versorgung gerecht zu werden. Dies sei auch im spezifischen Kontext notwendig, um einschätzen zu können, was Resilienz in diesem Zusammenhang genau meint und meinen kann, aber auch, um im zweiten Schritt entsprechende politische Handlungsstrategien sachangemessen zu adressieren.

Neben diesen grundsätzlichen Anmerkungen skizzierte Jörn Lamla dann einige wesentliche Aspekte der Tagung sowie deren Struktur.

In dem darauf folgenden Grußwort der Staatssekretärin im BMUV, **Christiane Rohleder**, betonte diese, dass eine wissenschaftliche Fundierung für die Verbraucherpolitik gerade in Zeiten der vielfachen Krisen bedeutender sei denn je. Forschungsergebnisse und Einschätzungen von Wissenschaftler:innen zum Thema Verbraucherresilienz dienten politischen Akteuer:innen als wichtige Informationsquelle für ihre Entscheidungen. Ergänzend hierzu stellte sie unter anderen die folgenden Fragen in den Raum:

- Wie kann in einem krisenhaften Umfeld die Energieversorgung nachhaltig gesichert werden?
- Wie können Verbraucherinnen und Verbraucher vor Energiearmut geschützt werden?
- Wie können die Verbraucherinnen und Verbraucher angesichts steigender Preise verhindern, in eine Überschuldungsspirale zu geraten?

Im Kern dieser Fragen, so Christiane Rohleder, geht es stets darum, mit welchen Lösungsansätzen Verbraucher:innen die aktuellen sowie künftige Krisen bewältigen können. Kurz gesagt, geht es darum, die Resilienz der Verbraucher:innen zu verbessern.

In der dann folgenden Key-Note von **Martin Endreß** zum Thema „Resilient Verbrauchende – Resilienter Verbrauch“ bzw. im entsprechenden Beitrag verdeutlichte dieser zunächst, dass die Resilienzforschung seit der Jahrtausendwende und insbesondere nochmals in den vergangenen zehn Jahren interdisziplinär einen erheblichen Aufschwung erfahren hat. In der typischen Verwendung der Resilienzbegriffe dominiere dabei vor allem ein Gegenwartsbezug und damit ein sehr begrenzter Zeithorizont. Für diesen werde (mehr oder weniger) plausibel von Überschaubarkeit, hinreichender Erwartbarkeit, der Möglichkeit der Anwendbarkeit erprobten Wissens und somit insgesamt von der Handhabbarkeit der diagnostizierten Situation ausgegangen. Offenkundig wird so etwas wie ein „Normalzustand“, eine Richtgröße mit Blick auf die Situation, den Zustand oder die Konstellation angenommen, auf die hin von Resilienz gesprochen wird. In der Rede von Resilienz als einem Zustand sei solchermassen regelmäßig das Verständnis leitend, man könnte recht selbstverständlich und vor allem abschätzbar eine Zielvorstellung für eine bestimmte Einheit oder ein Phänomen (sei es eine Praxis, eine Person, eine Stadt oder eben ein ‚System‘) im Hinblick auf deren oder dessen Resilienz formulieren. Dies wiederum setze voraus, dass Klarheit nicht nur darüber besteht, unter welcher Perspektive die Betrachtung einer sozialen Einheit, also unter welchem und im Hinblick auf welchen Ge-

sichtspunkt diese unter Bezug auf „Resilienz“ vorgenommen wird, sondern auch, welche Maßstäbe für diese Betrachtung als relevant erachtet werden können und mit welchen Mitteln die damit angestrebten Ziele denn zu erreichen sind. Aufbauend auf diesen grundsätzlichen Aspekten gliederte sich sein Beitrag in vier Abschnitte. Im Anschluss an eine Vorbemerkung (1) gilt die Aufmerksamkeit zunächst der Darlegung eines reflexiven Resilienzbegriffs, die er in elf Thesen gegen einen analytischen Reduktionismus in der Resilienzforschung vorlegen möchte (2), bevor resilient Verbrauchende und resilienter Verbrauch in der Gegenwart im Zentrum dieses Beitrages stehen (3). Ein abschließender Ausblick (4) skizziert dann Implikationen und Optionen für eine aktuelle Verbraucherpolitik.

In dem der Key-Note folgenden Beitrag zum Thema „Digitaler Stress“ brachte und bringt **René Riedl** gleich zu Beginn zum Ausdruck, dass sowohl die wissenschaftliche Forschung als auch Einzelberichte aus der Praxis zeigen, dass der menschliche Umgang mit digitalen Medien und Inhalten wie Unternehmenssoftware, E-Mail, Smartphones, Videoconferencing-Tools, Tablets, PCs zu beträchtlichen Stresswahrnehmungen bei Benutzern führen kann. Von diesem Phänomen sind aufgrund der zunehmenden Verbreitung von Informations- und Kommunikationstechnologien immer mehr Menschen betroffen, und zwar im beruflichen sowie im privaten Umfeld. Forschungsergebnisse belegen die negativen Konsequenzen von digitalem Stress. Befunde von Studien zeigen aber auch, dass es wirksame Bewältigungsstrategien gibt, um die negativen Effekte von digitalem Stress zu vermeiden oder zumindest abzuschwächen. Der Beitrag von René Riedl skizziert dann auf einer wissenschaftlich fundierten Basis, welche Ansatzpunkt diesbezüglich in diesem spezifischen Kontext bestehen.

Hanna Schramm-Klein geht dann der Forschungsfrage nach wie Kinder, als vulnerable Verbraucher:innengruppe, Kaufkompetenzen entwickeln, was deren Kaufkompetenzen überhaupt sind sowie, welche Arten von Kaufkompetenzen sie erwerben sollten, um ein normales Kaufverhalten zu entwickeln, d.h. beispielsweise nicht in Überkonsum, Verschuldung etc. zu landen. Dabei wird auch die Kontroverse zwischen „Werbung für Kinder total verbieten“ und „Werbung ermöglichen damit Kinder lernen, diese als solche zu erkennen“ diskutiert. Im Hauptteil des Beitrags werden empirische Ergebnisse zum Kaufverhalten von Kindern geliefert. Diese liefern wichtige Erkenntnisse zu dem Thema was macht Kinder potenziell als Verbraucher:innen vulnerable? Wie könnte man diesem entgegensteuern (z.B. entsprechenden Unterricht in der Schule, Aufklärung über Kredite etc., angepasst an den jeweiligen Entwicklungsstand der Kinder). Der Beitrag endet mit einer Zusammenfassung der vorher in ihrem Kapitel diskutierten Thesen und Daten

und bringt sie in den Zusammenhang mit einer kritischen Diskussion des Ansatzes zum Schutz von Kindern als Verbraucher:innen durch Entwicklung von Kaufkompetenzen.

Carmela Aprea et al.'s Beitrag zur Tagung thematisierte welche wirtschaftlichen Schocks welche Bevölkerungsgruppen in Deutschland in der Pandemie zu verkraften hatten. Erste Auswertungen ihrer Projektergebnisse legen nahe, dass die finanziellen Auswirkungen der mit der Corona-Pandemie verbundenen wirtschaftlichen Schocks in Deutschland unterschiedlich in der Bevölkerung verteilt sind. Während die Mehrheit der an den Online-Erhebungen teilnehmenden Personen finanzielle Belastungen, in kurz- und mittelfristiger Perspektive, entweder gar nicht verzeichneten oder verhältnismäßig gut wegstecken konnten, berichten zu beiden Erhebungszeitpunkten rund ein Fünftel der Befragten, dass sie in der Corona-Pandemie Schwierigkeiten damit hatten, finanziell über die Runden zu kommen. Die Situation dieser Personen, die besonders stark von den finanziellen Folgen der Pandemie getroffen waren, und daher im Folgenden als vulnerabel bezeichnet werden, steht im Fokus des Beitrags.

Darin skizzieren die Autor*innen ein dynamisches, multidimensionales Resilienzkonzepts. Anschließend werden finanzielle Belastungen der Bevölkerung als Stressoren für Vulnerabilität in der Corona-Pandemie angesprochen. Hierbei wird auch auf deren Niederschlag im Belastungserleben eingegangen. Weiterhin werden demographische und soziökonomische Risikofaktoren für Verbraucher:innen im Zusammenhang mit finanzieller Vulnerabilität in der Corona-Pandemie dargestellt. Ergänzend wird auf finanzielle, soziale und psychische Ressourcen eingegangen, die als Schutzfaktoren gegen finanzielle Vulnerabilität verstanden werden können. Der Beitrag endet mit einem zusammenfassenden Fazit, welches auch erste Schlussfolgerungen für die Sozialpolitik und einen Ausblick auf weiterführende Forschung enthält.

Der Beitrag von **Sarah Schäfer** und **Anja Göritz** liefert einen sehr guten Gesamtüberblick über a) die psychologische Resilienzforschung, b) die Diskussion eines möglichen psychologischen Konzepts von Verbraucherresilienz und c) einige Vorschläge zu Planung und Durchführung von psychologischen Interventionsstudien um die Wirksamkeit von Interventionen zur Stärkung von Verbraucherresilienz zu überprüfen. Letzterer Ansatz ist vor allem auch für die Verbraucherpolitik interessant: wie und wann sollte man Interventionen zur Stärkung von Verbraucherresilienz starten? Wie könnten diese aussehen? Was sind für Effekte zu erwarten? Und natürlich auch: welche Kosten kämen bei der Einführung solcher Interventionen für (besonders) vulnerable Verbraucher:innengruppen auf die öffentliche Verwaltung zu? Welche Kosten würden dafür an anderer Stelle reduziert werden, weil die

Verbraucher:innen durch mehr Resilienz z.B. auch weniger gesundheitliche Probleme (z.B. Stress aufgrund finanzieller Probleme) entwickeln würden? Die beiden Autorinnen bieten sehr konkrete Überlegungen an, um Interventionen zur Verbraucherresilienz zu planen und durchzuführen, vor allem auch anhand sehr übersichtlicher Darstellungen. Bemerkenswert sind auch die ersten empirischen Daten basierend auf Interventionsstudien zur Stärkung der Verbraucherresilienz, wie sie in diesem Kapitel berichtet werden. Der Einsatz von so genannten Serious Games auf diesem Forschungsgebiet macht deutlich auf welche Weise man die Stärkung von Verbraucherresilienz angehen kann.

Arnd Florack und **Maja Eilender** thematisieren in ihrem Beitrag die Themen des verantwortungsvollen Konsums und der Konsumreduktion. Sie liefern hierbei zunächst einen spannenden historischen Abriss des Themas Konsum als Motor unseres Wirtschaftssystems und als Spiegel von Veränderungen der Gesellschaft. Anschließend wird ebenfalls aus historisch und auch philosophischer Perspektive den Themen übermäßiger Konsum und früher Konsumkritik nachgegangen. Das Fazit lautet hier, dass es eine ganze Reihe von Hinweisen gibt, dass Menschen bei Konsumeinschränkungen enorme Anpassungsleistungen zeigen können und dass selbst gewählter Verzicht sogar psychologische Grundbedürfnisse befriedigen kann. Zahlreiche empirische Studien zeigen, dass eine stetige Steigerung des Konsums nicht unbedingt auch zu einer stetigen Steigerung des Wohlbefindens von Verbraucher:innen führt.

Um die Konsequenzen von Konsumreduktion breiter angelegt zu diskutieren, beschäftigt sich das Kapitel anschließend mit möglichen Gefahren der Konsumreduktion für die Gesellschaft. So kann laut Autor und Autorin innerhalb einer Gesellschaft unfreiwilliger Verzicht unter finanziell schwierigen Bedingungen trotz möglicher Anpassungsleistungen unerwünschte Folgen haben und zur Zementierung sozialer Ungleichheiten beitragen. Beispielsweise kann Konsumreduktion zu der Annahme führen, dass man als Verbraucher:in im sozialen Vergleich mit anderen Personen Ressourcen, Status und Ansehen verliert.

Abschließend fasst **Kathrin Loer** in ihrem Beitrag noch einmal die wesentlichen Ergebnisse zusammen und formuliert einen Ausblick auf die weitere Entwicklung in diesem verbraucherpolitisch und – wissenschaftlich relevanten Gebiet.

Wir hoffen, dass wir bis zu dieser Stelle dem interessierten Leser und der interessierten Leserin eine hinreichende Orientierung für die Lektüre der nun folgenden Beiträge geben konnten und möchten uns an dieser Stelle

bei allen Autorinnen und Autoren bedanken, die uns ohne zu zögern ihre Mitwirkung zugesagt und mit ihren Expertisen überhaupt erst das Entstehen des Werkes ermöglicht haben. Schließlich konnten wir bei der Endredaktion auf die engagierte Unterstützung von Frau Dr. Amira Atabaki, Frau Beate Beckert und Herrn Stefan Kubat zurückgreifen. Hierfür gilt unser besonderer Dank. Für die reibungslose Zusammenarbeit mit der Verlagsgruppe Nomos bei der Entwicklung und Drucklegung des Werkes möchten wir Frau Sandra Frey sowie Frau Joanna Werner ebenfalls unseren Dank aussprechen.

Wir würden uns freuen, wenn es uns mit dem vorliegenden Sammelwerk gelungen ist, einen Impuls für den Wissenstransfer zwischen Wissenschaft, Praxis und Politik zu geben. Ebenso verbinden wir mit dem vorliegenden Werk die Hoffnung, dass die innovative und wirkungsvolle Umsetzung von verbraucherwissenschaftlichen Erkenntnissen weiter voranschreitet.

Friedrichshafen und Düsseldorf, im August 2023

Univ.-Prof. Dr. Anja Achtziger

Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning

Inhalt

Begrüßung

Jörn Lamla 13

Grußwort

Christiane Rohleder 17

Resilient Verbrauchende – Resilienter Verbrauch

Martin Endreß 21

Digitaler Stress

René Riedl 39

Kaufkompetenz bei Kindern

Hanna Schramm-Klein 53

Multiple Facetten der Resilienz von vulnerablen Verbraucherinnen und Verbrauchern im Umgang mit finanziellen Schocks: Erkenntnisse aus der Corona-Pandemie

Carmela Aprea, Tabea Bucher-Koenen, Marius Cziriak, Donya Gilan, Max Lohner 69

Beitrag zum Tagungsband: Resilienz-Interventionen und ihre Anwendung im Bereich Verbraucherschutz

Sarah K. Schäfer und Anja Göritz 85

Verantwortungsvoller Konsum und Konsumreduktion

Arnd Florack und Maja Eilender 109

Zusammenfassung und Ausblick

Kathrin Loer 129

Autorenverzeichnis

137

