

Eva Schmierer

Grußwort

Sehr geehrter Herr Professor Lamla,
sehr geehrte Mitglieder des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung,
sehr geehrte Gäste aus Wissenschaft, Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Politik,

es ist mir wirklich eine ganz besondere Freude, Sie heute hier zur Jahreskonferenz des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung begrüßen zu dürfen. Herr Professor Lamla hat es schon gesagt: Zu Beginn der letzten Legislaturperiode sind Sie uns quasi ins Umweltministerium abhandengekommen. Umso schöner ist es, dass Sie jetzt wieder heimgekehrt sind. Deswegen: Herzlich willkommen zurück im Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz.

Die Verbraucherwissenschaften haben für uns und unsere verbraucherpolitische Arbeit eine nicht wegzudenkende Bedeutung. 2014 wurde die Geschäftsstelle dieses Bundesnetzwerks im BMJV eingerichtet. Ziel war es, die Vernetzung der Forschenden untereinander zu unterstützen und weiter auszubauen. Und ich glaube, man kann von einer Erfolgsgeschichte sprechen. Denn seitdem hat sich das Netzwerk nicht nur in den Mitgliederzahlen deutlich erhöht, sondern auch von seinen Formaten her weiterentwickelt. Auch die Jahreskonferenz, die es seit 2016 gibt, hat sich inzwischen in Ihrem Kreis als unverzichtbarer Termin etabliert und ist sozusagen ein fester Anker im Jahreskalender der deutschen Verbraucherforschung. Sie findet heute zum neunten Mal statt.

Digitalisierung, künstliche Intelligenz, nachhaltiger Konsum und Verbraucherbildung lassen sich jeweils in ihrer Komplexität nur multidisziplinär sachgerecht erfassen. Und gerade deswegen schätzen wir die fachliche Vielfalt der Konsumforschung im Netzwerk ungemein. Sie alle hier stehen für diesen multi- und interdisziplinären Ansatz. Wir brauchen diese Form von Vernetzung, damit wir valide Grundlagen für eine Verbraucherpolitik bekommen, die am Ende tatsächlich zugunsten der Verbraucherinnen und Verbraucher wirkt. Deswegen gilt mein ganz herzlicher Dank Ihnen allen, dass Sie sich für Verbraucherinnen und Verbraucher wissenschaftlich engagieren und uns Ihre Fachkompetenz zur Verfügung stellen. Mit Blick auf die heutige Veranstaltung danke ich Ihnen, Herr Professor Lamla, und Ihnen, Herr Professor Hohnsträter, ganz besonders, weil Sie das Ganze thematisch konzipiert und das durchaus inspirierende Programm zusammengestellt haben. Nicht vergessen möchte ich aber auch, bei der Gelegen-

heit die tatkräftige Unterstützung der Kolleginnen und Kollegen im „Team Kubat“ von Referat V A 3 zu erwähnen, die das Ganze hier mit begleitet haben und überhaupt über das Jahr das Netzwerk betreuen.

Meine Damen und Herren, „Zwischen Einverleiben und Entsorgen. Die Materialitäten des Konsums“ ist die Überschrift Ihres heutigen Austauschs, ein gleichermaßen anspruchsvolles wie zeitgemäßes Thema. Denn Konsum ist zentraler Bestandteil unseres Lebens. Er prägt nicht nur unsere täglichen persönlichen Entscheidungen, sondern auch das ökologische und soziale Umfeld, in dem wir leben. Unser Konsum hat direkte Auswirkungen auf den Ressourcenverbrauch, die Produktion von Abfall, Umweltbelastungen und damit auch auf unsere Lebensqualität. Angesichts des Klimawandels und der Endlichkeit von Ressourcen müssen wir unsere Gewohnheiten kritisch reflektieren. Dabei sind aber nicht nur Konsumentinnen und Konsumenten in der Pflicht. Unser ganzes Wirtschafts- und Konsumsystem ist in der Verantwortung, wenn Dinge hergestellt, gebraucht, verbraucht, entsorgt und damit wieder in den Kreislauf zurückgegeben werden.

Wenn Sie also heute die Materialitäten des Konsums in den Blick nehmen, dann richten Sie Ihren Blick über den reinen Erwerb und den Gebrauch von Gütern hinaus. Was konsumiert wird, ist oft nicht nur funktional, sondern auch ein Symbol für den eigenen Status, den Lebensstil oder die Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe. Konsum befriedigt nicht nur unmittelbare Bedürfnisse, sondern hat auch eine weitreichende kulturelle Dimension, eine Dimension, die eng mit der Wahrnehmung von Identität und Gesellschaft verknüpft ist.

Exemplarisch kann man das beim Konsum technischer Geräte sehen. Da entstehen regelmäßig vielfältige Interaktionen und Wechselwirkungen von Menschen und Dingen. Ein Smartphone ist zum Beispiel nicht nur ein technisches Gerät, sondern es verändert auch unsere Verhaltensweisen und die Art, wie wir mit unserer Umwelt, mit anderen Menschen interagieren. Ja, es verändert sogar unsere Wahrnehmung der Welt. Der Konsum eines solchen Geräts ist also weit mehr als der Akt des Kaufens und Benutzens. Wir inkorporieren Technologie in das eigene Leben und nehmen dabei in Kauf, dass unsere sozialen Strukturen und Praktiken dadurch beeinflusst, oft grundlegend verändert werden. Wer mit der Generation Z zu tun hat, wird wissen, dass das Kommunikationsverhalten junger Menschen ein ganz anderes ist als das meiner Generation, die noch vordigital großgeworden ist.

Konsum beeinflusst am Ende also, wie wir als Gesellschaft leben, welche Werte wir vertreten und wie wir unsere Zukunft gestalten. Verbraucherforschung ist dabei das zentrale wissenschaftliche Feld, um diese Zukunftsfragen zu reflektieren. Es geht darum zu verstehen, zu hinterfragen und Strategien zu entwickeln,

wie wir als Gesellschaft den Übergang zu einem nachhaltigeren, insgesamt verantwortungsbewussten, ja wertebewussteren Konsum gestalten können.

Und in diesem Sinne wünsche ich Ihnen spannende Vorträge, anregende Diskussionen und viel Rückfluss für uns als Politik für die künftige Gestaltung der Verbraucherpolitik. Ganz herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit und eine erfolgreiche Tagung.

