CONSUMER CITIZENSHIP

AUFGABE 1

Lest den vorliegenden Text sorgfältig durch.

a) Erläutert, was im Text unter Consumer Citizenship verstanden wird.

Consumer Citizenship

Wenn es eine Kennzeichnung für eine Produkteigenschaft gar nicht gibt, ein Unternehmen die Rechte der Verbraucher nicht beachtet oder Werbung nicht als solche erkennbar ist, dann wird es Zeit, dass sich daran was ändert.

Verbraucherinnen und Verbraucher haben viele Möglichkeiten sich gegenüber Unternehmen und Politik für ihre Anliegen einzusetzen und deren Beachtung einzufordern.

Wenn wir die Gesellschaft in unserem Interesse als Verbraucherinnen und Verbraucher verändern wollen, sprechen wir von Consumer Citizenship: Jedes Mal also, wenn wir unsere Konsumumgebung als Verbraucher (engl. Consumer) aktiv politisch beeinflussen oder beeinflussen möchten.

Dabei können unsere Aktionen entweder die Politik oder ein oder mehrere Unternehmen adressieren. Die Aktionen haben dabei zum Ziel, dass sich etwas an der Konsumumgebung, also am Verhalten von Unternehmen oder den gesetzlichen Rahmenbedingungen, ändert. Deshalb spricht man bei solchen Aktionen auch von politischem Konsum bzw. konsumbezogenen Handlungen.

© Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V / Gefördert durch das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg

Diese Handlungen werden in zwei unterschiedliche Arten eingeteilt: Solche, die direkt etwas mit Kaufen zu tun haben und solche, die nur indirekt etwas damit zu tun haben.

Die Aktionsart, die direkt in Verbindung mit Kaufen steht, ist der sogenannte Boykott. Unter Boykott versteht man, dass bestimmte Produkte oder auch verschiedene Produkte einer bestimmten Marke oder eines Unternehmens nicht mehr gekauft werden. Mit einem Boykott soll eine Veränderung des Unternehmensverhaltens erreicht werden.

Die zweite Aktionsart bezieht sich indirekt auf Kaufen und Konsum, denn auch mit dieser Art sollen ja die Rahmenbedingungen des Konsums geändert werden. Manche der zu dieser Art zählenden Aktionen sind konfrontativ und manche sind kooperativ.

Konfrontativ ist eine Aktion, wenn mit ihr etwa das Unternehmen, dessen Verhalten geändert werden soll, kritisiert oder verballhornt wird. Wenn zum Beispiel der Name oder das Logo eines Unternehmens verfremdet und damit satirisch aufs Korn genommen wird, handelt es sich um eine konfrontative Aktion. Dieses Verfremden von Markennamen oder Logos nennt man auch Culture Jamming.

Kooperativ ist eine Aktion, wenn versucht wird, gemeinsam mit Unternehmen oder Politikern die Konsumumgebung im Interesse der Verbraucher zu verändern. So zählen etwa Gespräche mit Unternehmen oder Politikern zu den kooperativen Aktionen. Eine weitere Handlungsmöglichkeit, die nur indirekt etwas mit Kaufen zu tun hat, ist, sich an eine Organisation zu wenden, die sich für die Interessen der Verbraucherinnen und Verbraucher einsetzt. Ziel dabei ist es, die Organisation als Fürsprecher gegenüber Unternehmen und Politik zu gewinnen. Beispielsweise setzen sich die Verbraucherzentralen für Verbraucherinteressen ein. Das machen sie, indem sie rechtlich gegen Unternehmen vorgehen, die die Rechte der Verbraucher nicht beachten, und indem sie durch Gespräche mit Politikern diese davon zu überzeugen versuchen, sich für Anliegen der Verbraucherinnen und Verbraucher einzusetzen.

Die möglichen Handlungsmöglichkeiten für Verbraucher sind also vielfältig: Sie können Unternehmen und Politik mit Interessen konfrontieren oder auf Zusammenarbeit und gegenseitiges Verständnis ausgerichtet sein. Außerdem müssen sie nicht unbedingt etwas mit Kaufen an sich zu tun haben, sondern können auch auf andere Weise unsere Interessen zum Ausdruck bringen. Solange diese Handlungen im Kontext unseres Verbraucherdaseins stehen, sprechen wir von Consumer Citizenship.

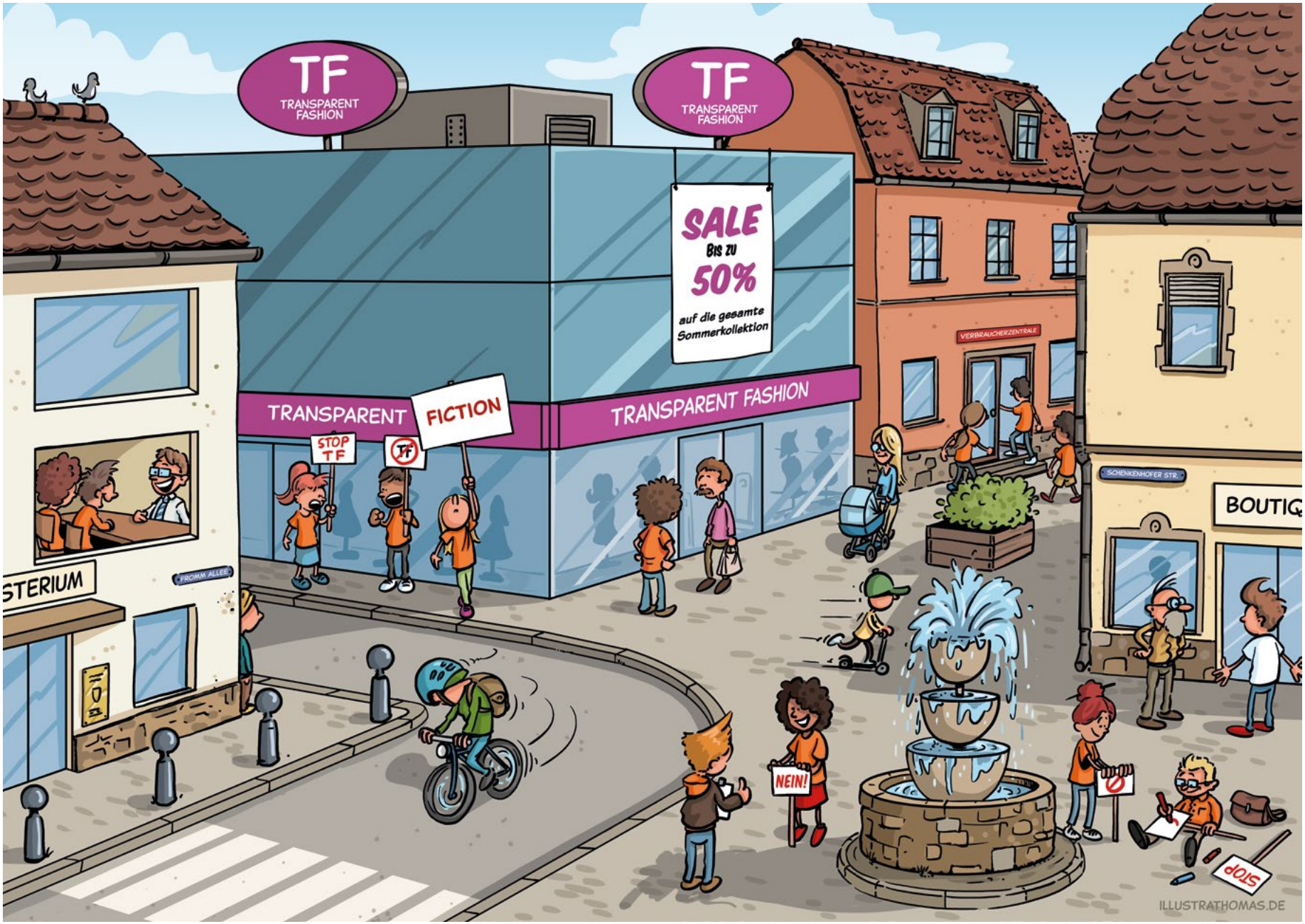
Eine einzige Aktion führt dabei meistens nicht zum Ziel. Es braucht oft einen langen Atem. Daher kann es sinnvoll sein, mehrere der Aktionen miteinander zu kombinieren und zeitgleich oder nacheinander über einen längeren Zeitraum durchzuführen.

© Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V / Gefördert durch das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg

b) Beschreibt die verschiedenen Arten von Handlungsmöglichkeiten, die Verbraucher gegenüber Unternehmen und Politik nutzen können.

c) Ordnet die herausgearbeiteten Arten Szenen in der Illustration zu.

© Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V / Gefördert durch das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg



© Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V / Gefördert durch das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg

d) Wie könnten diese Arten von Handlungsmöglichkeiten noch umgesetzt werden? Überlegt und nennt Beispiele.

© Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V / Gefördert durch das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg

AUFGABE 2

Überlegt euch, was euch als Verbraucher stört. Formuliert ein Ziel, das etwas daran ändern würde. Überlegt, mit welchen Aktionen ihr dieses Ziel erreichen könntet.

© Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V / Gefördert durch das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg