

Geleitwort

Das Buch von Imke Schmidt setzt sich mit einem hoch aktuellen Thema auseinander: der Verantwortung von Verbrauchern für die Folgen ihres Konsums und ihrer Rolle bei der Förderung einer nachhaltigen Marktwirtschaft. Vor dem Hintergrund endlicher Ressourcen, wachsender Umweltprobleme und wiederkehrender Verstöße gegen soziale und moralische Standards ist neben den Unternehmen in den letzten Jahren auch der Konsument in den Fokus der wirtschaftsethischen Forschung gerückt. Gleichwohl befasst sich die Mehrzahl wissenschaftlicher Untersuchungen primär mit der Corporate Social Responsibility, der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen. Das Buch von Imke Schmidt richtet stattdessen unter dem Titel der Consumer Social Responsibility den Fokus auf die Verantwortung des Konsumenten und schließt damit eine Lücke in der wirtschafts- und unternehmensethischen Forschung.

Die besondere Leistung des Buches liegt nicht nur darin, eine Brücke zwischen Corporate Social Responsibility und Consumer Social Responsibility zu schlagen. Die Leistung des Buches besteht auch in der intelligenten Verbindung einer normativen Konsumentenethik mit pragmatischen Handlungsperspektiven. Imke Schmidt gelingt es in einer selten anzutreffenden Weise, kategorische moralische Gründe für die Verantwortung von Konsumenten mit praktischen Umsetzungskonzepten zu verknüpfen und dabei die konkreten Vorteile zu verdeutlichen, die eine forcierte Förderung nachhaltigen Konsumierens und Produzierens für globalisierte Marktwirtschaften hat. Ihr Buch zeigt, dass eine Verstärkung nachhaltiger Konsum- und Produktionsmuster nicht nur moralisch geboten ist, sondern es im aufgeklärten Eigeninteresse von Verbrauchern und Unternehmen liegt, durch gemeinsame Kooperationen vorhandene Marktrisiken zu reduzieren und durch den sparsameren Umgang mit Ressourcen und die Einhaltung von Sozialstandards zu einer Stabilisierung des Gesellschaftssystems beizutragen, dem Unternehmen ihre Operationsfähigkeit verdanken.

Damit überbrückt das Buch nicht nur auf eine überzeugende Weise den Graben zwischen ethischen und ökonomischen Ansätzen. Imke Schmidt gelingt es auch, die aktuelle Debatte um ein neues Konsumentenleitbild in ein anderes Licht zu stellen, indem sie deutlich macht, dass dem Konsumenten eine stärkere Übernahme von Marktverantwortung zugemutet werden kann, wenn die nötigen politischen und wirtschaftlichen Voraussetzungen hergestellt werden. Dem Buch

sind deshalb nicht nur möglichst viele Leserinnen und Leser aus der Wissenschaft, sondern auch aus der Wirtschaft und Politik zu wünschen!

Prof. Dr. Ludger Heidbrink

Christian-Albrechts-Universität zu Kiel
Universität Witten/Herdecke

Consumer Social Responsibility
Gemeinsame Verantwortung für nachhaltiges
Konsumieren und Produzieren
Schmidt, I.
2016, XVI, 428 S. 5 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-10865-6