

## Das Prinzip der Konsumentensouveränität aus ethischer Sicht

Lerch, Achim

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

Rainer Hampp Verlag

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Lerch, A. (2000). Das Prinzip der Konsumentensouveränität aus ethischer Sicht. *Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik*, 1(2), 174-191. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-347330>

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

# Das Prinzip der Konsumentensouveränität aus ethischer Sicht

ACHIM LERCH<sup>1</sup>

*The principle of consumer sovereignty is recently increasingly criticized from the perspective of environmental ethics. The main subjects of this criticism are the instability of consumers preferences, incomplete knowledge of individuals referring to their real preferences and a hierarchy of preferences. In this paper, however, it is argued that although these objections against consumer sovereignty provide good reasons for restrictions of the concept, there is no need to give up the principle completely.*

## 1. Einleitung

Das Prinzip der Konsumentensouveränität zählt zum normativen Kern einer auf methodologischem Individualismus basierenden Ökonomie. In den Worten Samuelsons bedeutet Konsumentensouveränität: „...individuals' preferences are to 'count'“ (Samuelson 1975:223). Konsumenten sollen souverän gemäß ihren (üblicherweise als fix und gegeben betrachteten) Präferenzen ihre Konsumententscheidungen treffen dürfen (normative Ebene der Konsumentensouveränität). In der Idealwelt der vollkommenen Konkurrenz richten dann die Produzenten ihre Produktionsentscheidungen ausschließlich an den Präferenzen der Konsumenten aus, so dass letztlich die Konsumenten Höhe und Zusammensetzung des Güterangebots bestimmen (positiv-deskriptive Ebene).<sup>2</sup> Das Prinzip wird im allgemeinen bis auf Adam Smith zurückgeführt, der Begriff wurde vermutlich erstmals 1934 von William H. Hutt verwendet (Binder 1996).

Gegen das Prinzip wird aus normativ-ethischer Sicht seit jeher, in jüngster Zeit aber vor allem im Zusammenhang mit ökologischen Problemen der „Konsumgesellschaft“, Kritik erhoben. Diese Kritik bezieht sich insbesondere auf drei Bereiche: Erstens seien die Präferenzen langfristig nicht stabil, sondern wandelbar, weshalb ein langfristiges Konzept wie „Nachhaltigkeit“ auch eine Änderung (Beeinflussung) der Präferenzen beinhalten müsse. Zweitens würden die Individuen selbst ihre wahren Bedürfnisse z.T. nicht kennen, hätten vielmehr irrationale Präferenzen, weshalb ihre Souveränität eingeschränkt werden müsse. Und drittens gebe es eine Hierarchie der Präferenzen: Über unseren Präferenzen als Konsumenten stünden unsere Präferenzen als Bürger. Als solche hätten wir z.B. eine Präferenz für Umweltschutz, die in unseren Konsumenten-Präferenzen nicht zum Tragen käme. Insofern wäre es auch völlig verfehlt, über Zahlungsbereitschaftsanalysen Präferenzen für Natur- und Umweltschutz erheben zu wollen, wie

es Ökonomen versuchen. Im vorliegenden Beitrag werden diese und weitere Kritikpunkte diskutiert und es wird argumentiert, dass alle Einwände gegen die Konsumentensouveränität zwar gute Gründe für eine Einschränkung des Prinzips bieten, jedoch keineswegs zur Aufgabe des Konzepts insgesamt zwingen. Insbesondere ist die Frage nach den Alternativen zu stellen.

## **2. Wandelbare Präferenzen**

Insbesondere von Seiten der Ökologischen Ökonomie wird in jüngster Zeit vermehrt Kritik am Prinzip der Konsumentensouveränität erhoben, die sich vor allem auf die Tatsache stützt, dass Präferenzen, entgegen der Standardannahme neoklassischer Ökonomen, nicht stabil, sondern wandelbar sind. Die langfristige Bewahrung der Umwelt, wie sie etwa in dem Konzept der „nachhaltigen Entwicklung“ propagiert wird, verlange daher auch eine Beeinflussung der Präferenzen der Wirtschaftssubjekte. Die mit einem solchen Paternalismus verbundene Gefahr der Präferenzbeeinflussung durch einen totalitären Staat wird dabei von den Autoren selbst gesehen, aber relativiert: Man müsse eben dafür Sorge tragen, dass demokratische Prinzipien zum Tragen kämen und an die Stelle einer Konsumentensouveränität eine „community sovereignty“ träte. Schließlich, so ein weiteres Argument, würden auch momentan Präferenzen beeinflusst, und zwar ohne demokratische Kontrolle durch die Werbewirtschaft (Costanza et al. 1997:141 f., Norton et al. 1998:196). Zunächst müssten auf demokratischem Wege die Ziele der Gesellschaft abgesteckt werden, danach könne die Gesellschaft im Sinne dieser Ziele die Präferenzen ihrer Bürger „lenken“. Individuelle Souveränität würde insofern erhalten, als die Zielfindung im Rahmen eines „breiten Konsenses“ stattfinden müsse (Norton et al. 1998:209). Das evidente Problem des Willensbildungsprozesses innerhalb des demokratischen Systems, etwa das Problem des Minderheitenschutzes insbesondere bei knappen Mehrheiten, die Sensitivität bezüglich des Abstimmungsverfahrens und die Unmöglichkeit der Bildung einer eindeutigen kollektiven Präferenzordnung (Arrows Unmöglichkeitstheorem, Arrow 1951), wird hingegen nicht thematisiert.

Von diesen schwierigen Problemen abgesehen wäre zunächst grundsätzlich zu fragen, inwiefern die Stabilität der Präferenzen eine Voraussetzung für Konsumentensouveränität darstellt - bzw. umgekehrt inwieweit die Tatsache, dass Präferenzen wandelbar sind, zur Aufgabe des Prinzips der Konsumentensouveränität zwingt, wie dies die Autoren zumindest nahelegen: „If preferences are expected to change over time and under the influence of education, advertising, changing cultural assumptions, etc., the old assumption of ‘consumer sovereignty’ is not adequate“ (Norton et al.

1998:193). Selbstverständlich sind Präferenzen nicht stabil, und Ökonomen haben dies auch nie wirklich geglaubt. Aber „wenn wir dem Einfluss der Gesellschaft Raum geben, dem Einfluss der Müllers und der Reklame auf die Präferenzskala des Individuums, dann wird die Anordnung des Experiments in der Tat zu einer Plage“ (Robinson 1968:64). Das heißt, erst die Annahme der stabilen Präferenzen erlaubt das „ökonomische Experiment“, andernfalls hätten wir zwei Unbekannte in einer Gleichung. Doch kein ökonomisches Einführungslehrbuch, das nicht auf die Problematik hinweisen und die Annahme schließlich auch damit rechtfertigen würde, dass sich zumindest kurzfristig die Präferenzen in der Regel langsamer ändern, als die Beschränkungen, also etwa Einkommen und Preise. Dass die Präferenzen zum Beispiel durch Werbung beeinflusst werden, ist wohl unbestritten. Doch ist keineswegs völlig klar, wie genau die Präferenzbildung, und damit auch ihre Beeinflussung, vonstatten geht. Selbst in den Disziplinen, die zu dieser Frage sicher mehr substantielles beizutragen haben als die Ökonomie, wie insbesondere Psychologie und Anthropologie, weiß man nicht viel mehr, als dass Präferenzen sowohl zum Teil genetisch codiert sind, als sich auch zum Teil abhängig von sozialem und kulturellem Umfeld evolutionär entwickeln (und eben auch wandeln).

Die Beeinflussbarkeit der Präferenzen ist also unbestreitbar, doch kann die Stabilität der Präferenzen kaum sinnvollerweise als Voraussetzung für das Prinzip der Konsumentensouveränität angesehen werden. Andernfalls würde der Souveränitätsbegriff für jedwede menschliche Handlungen überhaupt keinen Sinn mehr machen. Mit der gleichen Argumentation könnte man dem Individuum Souveränität nicht nur als Konsument, sondern z.B. auch als Wähler absprechen, da auch Wählerpräferenzen instabil und durch Wahlwerbung beeinflussbar sind.<sup>3</sup> Autonome, gänzlich unbeeinflusste Präferenzen sind eine Fiktion. Aber: „Souveränität an einer unrealistischen, der menschlichen Natur widersprechenden Fiktion festzumachen, um sie damit auch gleich zur Strecke zu bringen, ist - vorsichtig ausgedrückt - eine problematische Vorgehensweise“ (Binder 1996:211). Gleichwohl ist die Tatsache der wandelbaren Präferenzen im Hinblick auf langfristig wirksame Folgen von Konsumententscheidungen natürlich von Bedeutung. Es erscheint dann z.B. durchaus legitim, wenn der Staat, etwa durch entsprechende Kampagnen des Umweltministeriums, versucht, die Präferenzen der Bürger in Richtung auf mehr „Umweltbewusstsein“ zu „beeinflussen“, dies wird ja auch bereits praktiziert. Aber wenn es um mündige Bürger geht, dann sollte sich dieses eher im Sinne von Aufklärung und Umweltbildung, und nicht von „Umwelterziehung“ vollziehen - dies ist keineswegs nur ein terminologischer Unterschied.<sup>4</sup>

Von derlei umweltbildenden Maßnahmen sollte indes nicht allzuviel erwartet werden, wie u.a. Hans Balz Peter feststellt: „Die Erfahrung lehrt,

daß der kollektive ökologische Fortschritt, der durch ökologisch motivierte Präferenzentwicklung realisiert wird, recht bescheiden geblieben ist, wenn er nicht durch entgegenkommende Strukturen gestützt wird. Die Präferenzen selbst erweisen sich indessen als recht stabil.“ (Peter 1997:80). Mit diesen Strukturen sind im Zusammenhang mit Konsumentenentscheidungen in erster Linie die relativen Preise der Güter gemeint. Selbst die „ökologischsten“ Präferenzen bleiben unwirksam, wenn die relativen Preise bei gleichzeitiger Budgetrestriktion der Realisierung dieser Präferenzen entgegenstehen. Diese Überlegung spricht für ökonomische Lösungen, die darauf hinaus laufen, durch Internalisierung externer Kosten umweltbelastendere Produkte mit entsprechend höheren Preisen zu versehen. Maßnahmen, mit denen der Staat direkt regulierend (mit Verboten) in die Konsumentenentscheidungen der Bürger eingreift, sollten demnach auch aufgrund der bekannten Effizienz Nachteile gegenüber ökonomischen Lösungen den Fällen vorbehalten bleiben, in denen starke ethisch-moralische Gründe gegen die Preislösung sprechen (wie z.B. beim „Organhandel“). Doch auch hier argumentieren einige Kritiker der Konsumentensouveränität aus dem Lager der Ökologischen Ökonomie genau entgegengesetzt: Da eine Erhöhung der Preise die Wohlfahrt der Konsumenten mindere, sei die Änderung der Präferenzen vorzuziehen. Wenn die Wirtschaftssubjekte deshalb weniger konsumieren, weil sie nun Präferenzen für weniger Konsum haben, würde ihre Wohlfahrt sogar erhöht (Norton et al. 1998:209). Dies ist zwar grundsätzlich richtig, klingt allerdings ein wenig so, als müsse man eben nur den „richtigen“ Geschmack entwickeln, damit auch bittere Pillen gut schmecken.

### **3. Irrationale Präferenzen**

Hiermit ist eine weitere, schon lange bezüglich der Konsumentensouveränität geäußerte Kritik angesprochen, die darauf hinaus läuft, dass die Individuen nicht selbst am besten wüssten, was gut für sie ist, sondern vielmehr z.T. irrationale Präferenzen besäßen (wie Binder anführt, ist diese Auffassung tatsächlich sehr viel älter als der Begriff der Konsumentensouveränität und geht schließlich bis auf verschiedene philosophische Schulen der Antike zurück, wie z.B. Kyniker, Epikureer oder Stoiker; siehe hierzu Binder 1996:201). Zu dem Argument ist zweierlei anzumerken: Erstens entsteht sofort die Frage, wer sonst wenn nicht das Individuum selbst die Rationalität seiner Präferenzen beurteilen soll. Die Annahme objektiver, von außen beobachtbarer „wahrer“ Präferenzen ist extrem fragwürdig, weshalb sich die Ökonomie auf einen zugegebenermaßen sehr eingeschränkten Rationalitätsbegriff zurückzieht: In dieser Sicht handelt z.B. auch der Übergewichtige, der seinen Nutzen durch Genuss kalorienreicher Speisen maximiert,

rational - ungeachtet gesundheitlicher Bedenken. Aber selbst dann, wenn wir unterstellen dass ein Außenstehender tatsächlich besser als das Individuum selbst dessen „wahren“ Bedürfnisse kennen sollte, ist zweitens fraglich, ob dies schon dazu berechtigen würde, anstelle des Betroffenen (paternalistisch) Entscheidungen zu treffen - sollte der Arzt eine Diät nicht nur empfehlen, sondern auch sanktionsbewehrt anordnen können? Die normative Interpretation des methodologischen Individualismus in klassisch-liberaler Sicht schließt ja gerade auch ein, dass ein Individuum auch selbstschädigend handeln darf, solange nicht die Rechte anderer berührt sind. In den Worten John Stuart Mills: *„Die einzige Absicht, um derentwillen Macht rechtmäßig über irgend ein Mitglied einer zivilisierten Gemeinschaft gegen seinen Willen ausgeübt werden kann, ist die, eine Schädigung anderer zu verhindern. Sein eigenes physisches oder moralisches Wohl ist kein ausreichender Grund. Er kann nicht rechtmäßig gezwungen werden, etwas zu tun oder zu unterlassen, weil es für ihn besser wäre, so zu handeln, weil es ihn glücklicher machen würde, weil so zu handeln nach der Meinung anderer klug oder sogar richtig wäre.“* (Mill 1969:16)

Das Mittel der ersten Wahl für den Umgang mit der „Irrationalität“ von Präferenzen in einer demokratisch verfassten Gesellschaft heißt Aufklärung und Bildung. Hierdurch müssen die Gesellschaftsmitglieder in die Lage versetzt werden, ihre Entscheidungen so informiert wie möglich zu treffen, doch kann und darf ihnen niemand die Entscheidung in Angelegenheiten abnehmen, die nur das Individuum selbst betreffen. Das eigentliche, auch von Mill selbst nicht gelöste Problem besteht bekanntlich in der Frage der Abgrenzung derjenigen Handlungen, die nur das Individuum selbst betreffen, und derjenigen, von denen auch andere betroffen sind. Letztlich gibt es wohl so gut wie überhaupt keine Handlungen eines Subjekts, die nicht irgendwie auch andere betreffen. Der Übergewichtige, der seine Gesundheit gefährdet, belastet damit vielleicht Familienangehörige, verursacht Arztkosten, die von der Gemeinschaft der Krankenversicherten getragen werden müssen, etc. Jenseits dieser Abgrenzungsschwierigkeiten erscheint es allerdings notwendig, die Argumente klar zu trennen: Mit dem Hinweis auf die Betroffenheit anderer Individuen ist es eben nicht mehr die Irrationalität der Präferenzen, die für eine Einschränkung der Konsumentensouveränität spricht, sondern die Tatsache, dass die Interessen Dritter berührt sind.

#### **4. Hierarchische Präferenzen**

Neben den angesprochenen Einwänden gegen die Konsumentensouveränität ist zusätzlich noch ein Grundvorbehalt zu diskutieren: Hinter der Kritik steht, implizit oder explizit, die Annahme, dass die Präferenzen der Konsumenten, oder jedenfalls einer Mehrheit unter ihnen, dem Umweltschutz und Naturerhalt abträglich sind und es deshalb mindestens einer

Einschränkung, wenn nicht Außerkraftsetzung des Prinzips der Konsumentensouveränität bedarf.<sup>5</sup> Ist diese Annahme aber überhaupt zutreffend? Zumindest sind auch zahlreiche Fälle bekannt, in denen „zu wenig Umweltschutz“ nicht aufgrund, sondern vielmehr entgegen den Präferenzen der jeweils betroffenen Individuen zu beobachten ist, also gegen das Prinzip der Konsumentensouveränität gerade verstoßen wurde. Unter anderem die in zahlreichen Studien ermittelte erhebliche Zahlungsbereitschaft für Umwelt- und Naturschutz ist ein Indiz hierfür.

Glauht man den zahlreichen empirischen Studien zu Einstellungen zur Umwelt (Zusammenfassung in WBGU 1999), so gibt es verbreitet Präferenzen für Umweltschutz auf hohem Niveau. Die gleichzeitig zu beobachtende Diskrepanz zwischen Umweltbewusstsein und Umweltverhalten lässt sich dann mit verschiedenen Hemmnissen erklären (WBGU 1999: 95 ff.). In ökonomischer Sicht sind es gerade die vielfältigen Fälle des „Marktversagens“, wie Externalitäten, öffentliche Güter oder fehlende Eigentumsrechte, die verhindern, dass Präferenzen pro Naturschutz wirksam werden. Weit davon entfernt, alle Umweltprobleme als externe Effekte (oder allgemein als Probleme des Marktversagens) zu betrachten und in der Etablierung von „mehr Markt“ ein Allheilmittel zu sehen, muss dieser Aspekt immer wieder betont werden, solange nicht in wesentlich größerem Umfang als bisher Instrumente zur Internalisierung eingesetzt werden und damit das Lösungspotential dieses Ansatzes stärker ausgenutzt wird.

Kritiker des Prinzips der Konsumentensouveränität stehen diesem ökonomischen Ansatz und der Methode der Zahlungsbereitschaftsanalyse hingegen in der Regel eher ablehnend gegenüber. Es wird in diesem Zusammenhang häufig eine Hierarchie der Präferenzen (bzw. eine lexikographische Präferenzordnung) unterstellt, etwa bei Mark Sagoff mit der Unterscheidung in *consumer preferences* und *citizen preferences* (Sagoff 1988:7 ff.): Demnach haben wir alle bestimmte Konsumentenpräferenzen bezüglich verschiedener Güter, aber gleichzeitig als Bürger („*citizen*“) gewisse höherwertige Präferenzen (eher: Werthaltungen), die, da auf einer höheren Ebene angesiedelt, auch nicht gegen die Präferenzen, die wir als Konsumenten haben, abgewogen werden (dürfen). Als Konsument, so das Argument weiter, verhalte ich mich eigennutzorientiert, verfolge die Ziele, die ich als Individuum habe. Als Bürger hingegen habe ich die kollektiven Interessen im Sinn, strebe eher nach dem Wohl der Gemeinschaft als nach dem eigenen Wohlergehen. Fragen des Umweltschutzes und Naturerhalts sind dann in dieser Sicht Fragen der *citizen preferences*, nicht der *consumer preferences*, weshalb bereits der Versuch der Ermittlung der Präferenzen über Zahlungsbereitschaftsanalysen zum Scheitern verurteilt ist. Unsere Wertschätzung für Natur sei nicht in Geld (und damit letztlich in Einheiten an Konsumgütern)

abzuwägen. Die *citizen preferences* in Quasi-Märkten mit Preisen versehen zu wollen, so Sagoff, sei ein Kategorienfehler im philosophischen Sinn (S. 10): Man stelle dann bezüglich objektiver Überzeugungen eine Frage, die nur für subjektive Bedürfnisse und Wünsche angemessen sei.

Drei Probleme sind evident, zwei grundsätzlich-logische und ein praktisches: Erstens ist durchaus fragwürdig, inwieweit die *Überzeugungen* von Individuen als objektiv, ihre *Bedürfnisse* hingegen als subjektiv zu betrachten sind. Zweitens gibt es keinen logischen Grund, warum die „gemeinwohl-orientierten“ *citizen preferences* hierarchisch zwangsläufig höher zu bewerten sind als die „eigennutzorientierten“ *consumer preferences* - dass auch (oder vielleicht besser: gerade) kollektive Präferenzen im moralischen Sinne kritikwürdig sein können und im Namen des „Gemeinwohls“ viel Unheil angerichtet wurde, ist hinlänglich bekannt. Schließlich besteht das offenkundige praktische Problem der Sagoffschen Unterteilung darin, dass Konsumenten- und Bürger-Präferenzen miteinander in Konflikt geraten können. Natürlich, so der Einwand der Ökonomen, kann ich als *citizen* hehre moralische Positionen einnehmen, solange es nichts kostet. Das Problem sind jedoch wirkliche Trade-off-Situationen, in denen die Frage relevant wird, ob ich bereit bin, für meine *citizen preferences* auf Einheiten an Konsumgütern zu verzichten. Genau das wollen Ökonomen erfragen, wenn sie Zahlungsbereitschaften für öffentliche Güter zu ermitteln versuchen. Sagoffs Gegenbeispiel an dieser Stelle ist daher auch nicht wirklich angemessen: Sagoff fragt die Befürworter der Kosten-Nutzen-Analyse (konkret Allen Kneese), ob auch die Verifizierung von Theorien über die Zahlungsbereitschaft stattfinden sollte und wieviel die Kosten-Nutzen-Theoretiker zu zahlen bereit wären, um ihre Theorie zu erhärten. Die Antwort ist offensichtlich: Unterschiedliche Theorien können nebeneinander existieren - dass ist sogar der Normalfall, nicht die Ausnahme in der Wissenschaft. In dieser Hinsicht gibt es keinen Trade-off. Geht es um unterschiedliche Folgen von sich widersprechenden Handlungsempfehlungen aufgrund verschiedener Theorien, so sind selbstverständlich Kosten und Nutzen der entsprechenden Handlungsfolgen zu erwägen<sup>6</sup> - aber die haben eben überhaupt nichts mit der Zahlungsbereitschaft der die jeweilige Theorie vertretenden Wissenschaftler zu tun. Insofern scheint Sagoff mit diesem Vergleich seinerseits einen Kategorienfehler zu begehen. Das Problem bleibt bestehen: In wirklichen Trade-off-Situationen ist eine Abwägung der *citizen preferences* gegen die *consumer preferences* unerlässlich.

Von Interesse sind in diesem Zusammenhang die Studien von Hanley und Milne (1996): In einer Befragung gaben 99% der Befragten an, dass wilde Tiere und Pflanzen („wildlife“) und Landschaft („landscape“) ein Recht auf Existenz besitzen. Darüber informiert, dass der Erhalt von beidem sowohl Geld als auch Arbeitsplätze kostet, fiel dieser Prozentsatz auf 49%, und



sogar auf nur 19%, als diese Kosten mit 25% ihres jeweiligen Einkommens beziffert wurden. Die Interpretationen dieser Ergebnisse sind indes unterschiedlich: Während die Autoren daraus schließen, dass eben nicht alle Individuen bereit seien, Naturerhalt gegen andere Güter abzuwägen (Argument der lexikographischen Präferenzen oder *citizen preferences*), betont David Pearce (1999:16) einen anderen Aspekt: Dass 80% der Befragten ihren Glauben an die Existenzrechte der Natur in dem Moment verloren, in dem sie mit der tatsächlichen Trade-off-Situation konfrontiert wurden. Ganz ähnliche Ergebnisse liefert für Deutschland die Studie von Kuckartz (1997): Obwohl fast zwei Drittel der deutschen Bevölkerung angeben, zugunsten des Umweltschutzes Verhaltensweisen zu ändern, schmilzt diese Zwei-Drittel-Mehrheit erheblich zusammen, wenn Kosten mit ins Spiel kommen. Insofern scheinen Zahlungsbereitschaftsanalysen, die von vornherein von einem Trade-off ausgehen, möglicherweise aussagekräftigere Ergebnisse zu liefern als abstrakte Fragen nach den Existenzrechten der Natur.

Es wurde bereits darauf hingewiesen, dass eine Hierarchie von Präferenzen in dem Sinne, dass die gemeinwohlorientierten *citizen preferences* prinzipiell höher zu bewerten sind als die (egoistischen) *consumer preferences*, durchaus fragwürdig ist. Im konkreten Fall der Umweltproblematik ist es natürlich überdies eine empirische Frage, ob die „kollektiven“ Bürger-Präferenzen („*community sovereignty*“), wie sie etwa in demokratischen Wahlen geäußert werden, auch wirklich ökologisch „besser“ sind als individuelle Präferenzen im Sinne von Zahlungsbereitschaften. (So wurden in letzter Zeit z.B. eher sinkende Wähleranteile für Grüne Parteien in Deutschland und Europa beobachtet). Da in den meisten westlichen Demokratien in der Regel nicht über einzelne umweltrelevante Projekte abgestimmt wird, sondern in Wahlen jeweils ein ganzes „Politikpaket“ zur Disposition steht, kann es durchaus sein, dass die Umwelt bei derartigen Wahlen „auf der Strecke“ bleibt, da die *citizen preferences* für andere Bereiche, z.B. Wirtschafts- und Arbeitsmarktpolitik, stärker sind. Gleichwohl können aber *consumer preferences* (bzw. Zahlungsbereitschaften) für Natur- und Umweltschutz, z.B. für konkrete Projekte, bestehen.

Wie ist also bei der „Präferenzbeeinflussung mittels demokratischer Prinzipien“ zu verfahren, wenn die Mehrheit die „falschen“ Präferenzen besitzt? Wer entscheidet überhaupt über „richtige“ und „falsche“ Präferenzen? Das Entscheidende an einer Naturschutzbegründung, die an den Rechten von (heutigen wie künftigen) Individuen, und nicht an den „richtigen“ kollektiven Präferenzen anknüpft, ist gerade, dass der Schutz der Natur nicht von wechselnden Mehrheiten abhängt.<sup>7</sup>

Schließlich stellt sich die Frage nach den Alternativen zu souveränen, an Präferenzen orientierten Konsumentenentscheidungen auch auf der ganz praktischen Ebene: Gerade für den Naturschutz resümiert Hampicke hier sehr pessimistisch: „Der bisherige, nicht an Präferenzen, sondern an bürokratischem Willen orientierte Naturschutz hat in der Bundesrepublik Deutschland zu Ergebnissen geführt, die kaum noch zu unterbieten sind: Es kann eigentlich nur besser werden.“ (Hampicke 1991:59). Ganz ähnlich auch Pearce (1999, S. 4): „Few Economists believe in wholly unfettered free markets. Most would claim a central role for enlightened intervention, for limits to human greed, but they would warn that the opposite assumption to consumer sovereignty, the well-motivated, representative and benign government, is just as much an artificial construct.“

## 5. Weitere Kritikpunkte

Neben den dargestellten Problemen (wandelbare, irrationale und hierarchische Präferenzen) bestehen noch weitere Einwände gegen das Prinzip der Konsumentensouveränität (vgl. Hampicke 1991: 57ff):

- Es werden teilweise Güter oder Leistungen nachgefragt, gegen die moralische Bedenken bestehen (z.B. Leihmutterchaft, Organhandel etc.). Dies ist zwar ein Argument für die Beschränkung der Konsumentensouveränität, aber nicht zwingend ein Argument gegen das Prinzip selbst. Es verweist vielmehr auf die Notwendigkeit einer Grundsatzentscheidung, in welchen Bereichen eine Marktkoordination greifen soll, und wo nicht.
- Ein großer Teil der Konsumenten ist in der Realität nicht souverän, sondern wird, wie insbesondere Kinder u. Jugendliche sowie wirtschaftlich abhängige Frauen, autoritär „beplant“. Die ökonomische Entscheidungszelle ist nicht das Individuum, sondern der Haushalt, in welchem sich häufig der (zumeist männliche) Haushaltsvorstand durchsetzt. Das Problem der „beplanten“ Individuen wird indes nicht dadurch gelöst, dass die Planung auf eine andere Ebene verlagert wird. Somit wäre eine mögliche Forderung, die aus diesem Argument abgeleitet werden kann, diejenige nach mehr (statt weniger) Konsumentensouveränität.
- Nicht die individuellen Präferenzen (die „Zahlungsbereitschaft“), sondern die zahlungskräftige Nachfrage (die „Zahlungsfähigkeit“) entscheidet am Markt, weshalb die Präferenzen reicher Subjekte mehr zum Zuge kommen als diejenigen ärmerer Subjekte. Dieses Verteilungsargument scheint zunächst das stärkste Argument gegen das Prinzip der Konsumentensouveränität zu sein. Es ist aber fraglich, ob die dahinter stehende Frage der Verteilungsgerechtigkeit sinnvoller-

weise auf der Ebene der Konsumentensouveränität diskutiert werden sollte. Ist eine (Ausgangs-)Verteilung als „gerecht“ anzusehen, ergibt sich kein Argument gegen das Prinzip der Konsumentensouveränität. Ist die Verteilung hingegen „ungerecht“, so ist dies direkt zu diskutieren. Eine Einschränkung oder gar Aufhebung der Konsumentensouveränität sorgt nicht zwangsläufig für mehr Gerechtigkeit.

- Am Markt könnten uneigennützig (altruistische) Motive nicht wirksam werden, Individualismus und Konsumentensouveränität erzeugen Egoismus. Dieser Einwand ist empirisch eher fraglich. Geschenke, die am Markt gekauft werden oder die Etablierung teilweise enormer Spendenmärkte (insbesondere anlässlich akuter Notlagen wie Erdbeben, Überschwemmungen o.ä.) zeigen, dass sehr wohl auch uneigennütziges Verhalten auf Märkten zu beobachten ist.
- Souverän dürfe das Individuum nur in Dingen entscheiden, die es allein betreffen. Bei allen Fragen bezüglich der Umweltnutzung seien jedoch andere, auch künftige Individuen betroffen, weshalb die Konsumentensouveränität hier einzuschränken sei. Dies ist - neben dem Distributionsargument - der für den vorliegenden Zusammenhang entscheidende Einwand. Eine Einschränkung der Konsumentensouveränität bedeutet jedoch nicht zwangsläufig die völlige Negierung des Prinzips. Es wurde auch bereits in Abschnitt 2 darauf hingewiesen, dass in diesem Zusammenhang nicht nur Effizienzgründe für einen weitreichenden Einsatz ökonomischer Instrumente sprechen, welche die Rahmenbedingungen (die relativen Preise) so verändern, dass umweltbelastende Präferenzen verteuert werden und Präferenzen pro Umweltschutz überhaupt wirksam werden können. Dass ein Bereich verbleibt, der nicht der Marktkoordination überlassen werden sollte, sondern durch Normen (z.B. Verbote für Giftstoffe, Sicherheitsauflagen für Atomkraftwerke, etc.) geregelt werden muss, steht außer Frage.

## **6. Schlussfolgerungen**

Fasst man das Ergebnis der vorangehenden, sehr knappen Diskussion um Konsumentensouveränität zusammen, scheinen folgende Punkte zentral:

- Weder die Wandelbarkeit, noch die Irrationalität individueller Präferenzen liefern zwingende Gründe für eine Abkehr von diesem Prinzip. Hätte Konsumentensouveränität stabile Präferenzen zur Voraussetzung, so wäre der Souveränitätsbegriff gänzlich fragwürdig, was zu schwerwiegenden Folgen, etwa auch bezüglich der Legitimation demokratischer Entscheidungsprozesse, führen würde. Auch irrationale Präferenzen sind kein schlüssiges Argument gegen Konsumentensouverä-

nität: Solange das Individuum allein betroffen ist, sind Eingriffe in die Entscheidungsautonomie kaum begründbar. Sind andere betroffen, so ist dies der Grund für Einschränkungen der Souveränität, nicht die (vermeintliche) Irrationalität der Präferenzen.

- Es ist überaus fragwürdig, ob „kollektive“ Präferenzen zwangsläufig eine vorzugswürdige Alternative zu individuellen Präferenzen darstellen. Von dem ganz erheblichen Problem der Bildung kollektiver Präferenzordnungen (Arrows Unmöglichkeitstheorem) einmal abgesehen, gibt es keinerlei Evidenz dafür, dass kollektive Präferenzen grundsätzlich moralisch höher zu bewerten sind als individuelle Präferenzen.
- Die Annahme einer Hierarchie der (individuellen) Präferenzen (lexikographische Präferenzen, *citizen* versus *consumer preferences*) ist problematisch, da sie in wirklichen Entscheidungssituationen (trade-off) keinerlei Hilfestellung liefert und zudem die Gefahr eines elitären Paternalismus in sich birgt.
- Das entscheidende Argument für eine Einschränkung der Konsumentensouveränität folgt aus der Betroffenheit Dritter. Die Wirksamkeit individueller Präferenzen ist überall dort zu begrenzen, wo die Rechte jeweils anderer (auch künftiger) Individuen berührt sind. Dass solche Begrenzungen leichter durchzusetzen sind, wenn sich die Präferenzen der Betroffenen entsprechend ändern, und dass daher eine Beeinflussung der Präferenzen in dieser Richtung (z.B. durch Aufklärung und Umweltbildung) zulässig ist, ist unbestritten. Doch bedeutet dies keineswegs die Aufgabe der Konsumentensouveränität als normatives Prinzip - gerade der aufgeklärte Konsument sollte seine Entscheidungen souverän treffen können.

---

<sup>1</sup> Für wertvolle Hinweise danke ich Stefan Kyora (Luzern) und Olaf Schumann (Tübingen).

<sup>2</sup> Eine Sammlung ähnlich lautender Definitionen der Konsumentensouveränität findet sich bei Penz (1986:13 f.).

<sup>3</sup> Dies wird ja z.T. auch getan, und die Klage über die „unmündigen Bürger“ gehört seit jeher zum Standard-Repertoire der Demokratie-Kritiker.

<sup>4</sup> Auch solche staatliche Aufklärung und Umweltbildung könnte allerdings - wie ein staatliches Bildungswesen generell - bereits als (unzulässige) Einschränkung der Konsumentensouveränität aufgefasst werden. Sie ist in liberaler Sicht jedenfalls begründungsbedürftig. Solche Gründe können z.B. in den aus der Bildungsökonomie bekannten Argumenten (z.B. die Problematik öffentlicher Güter bzw. positiver Externalitäten) gesehen werden. Entscheidend für den vorliegenden Zusammenhang scheint mir, dass staatliche Umwelt**bildung** sehr viel weniger starke Voraussetzungen benötigt (und damit leichter begründbar ist) als staatliche Umwel**erziehung**.

- <sup>5</sup> Explizit z.B. schon im Titel des Beitrags von Norton et al. (1998), „Why ‘sovereign’ preferences may not lead to sustainable policies...“.
- <sup>6</sup> Für den Fall, dass die entsprechenden Kosten und Nutzen nicht korrekt ermittelt werden können (wie z.B. bei der Klimaproblematik), sind Entscheidungsregeln unter Unsicherheit zu entwickeln, doch auch hier spielen Kostenüberlegungen eine Rolle, etwa bei der Maximin-Strategie, die jeweils höchstmögliche Kosten (genauer: Verluste) vergleicht und zu minimieren trachtet.
- <sup>7</sup> Eine andere Möglichkeit, Umweltschutzanliegen langfristig Geltung unabhängig von wechselnden Mehrheiten zu verschaffen, könnte in der Festschreibung von Umweltschutz als Staatsziel in der Verfassung gesehen werden. Von einer solchen abstrakten Zielbestimmung bis zu konkretem tagespolitischen Handeln ist jedoch bekanntermaßen ein weiter Weg.

## Literatur

**Arrow, K.J. (1951):** Social Choice and Individual Values. New York. ► **Binder, S. (1996):** Die Idee der Konsumentensouveränität in der Wettbewerbstheorie. Teleokratische vs. nomokratische Auffassung. Frankfurt a.M. u.a. ► **Costanza, R./Cumberland, J./Daly, H./Goodland, R./Norgaard, R. (1997):** An Introduction to Ecological Economics. Boca Raton, Florida. ► **Hampicke, U. (1991):** Naturschutzökonomie. Stuttgart. ► **Hanley, N./Milne, J. (1996):** Ethical Beliefs and Behaviour in Contingent Valuation. Discussion Papers in Ecological Economics, Department of Economics, University of Stirling, 96/1. ► **Kuckartz, U. (1997):** Umweltgoldmedaille für Deutschland - oder: Wie umweltbewußt sind die Deutschen im internationalen Vergleich? Berlin. ► **Mill, J.St. (1969):** Über Freiheit. Frankfurt a.M. (Erstveröff. 1859). ► **Norton, B.G./Costanza, R./Bishop, R.C. (1998):** The evolution of preferences. Why ‘sovereign’ preferences may not lead to sustainable policies and what to do about it. *Ecological Economics* 24: 193-211. ► **Pearce, D. (1999):** Economics and Environment. Essays on Ecological Economics and Sustainable Development. Cheltenham, UK Northampton, MA, USA ► **Penz, G.P. (1986):** Consumer sovereignty and human interests. Cambridge u.a. ► **Peter, H.B. (1997):** Markt und Umwelt. Ethische Konfliktfelder ökonomischer Theorie und Praxis. In: Holderegger, A. (Hg.): Ökologische Ethik als Orientierungswissenschaft. Freiburg (Schweiz), S. 71-99. ► **Robinson, J. (1968):** Doktrinen der Wirtschaftswissenschaft. München. ► **Sagoff, M. (1988):** The economy of the earth. Cambridge u.a. ► **Samuelson, P. (1975):** Foundations of Economic Analysis. 10<sup>th</sup> Printing. Cambridge, Mass. London. ► **WBGU (Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen) (1999):** Welt im Wandel: Umwelt und Ethik. Sondergutachten 1999. Marburg.

### **Zum Autor**

Dr. Achim Lerch  
Universität Gh Kassel  
FB 07,  
34109 Kassel  
Tel.: ++49-(0)561/8043062  
Fax: ++49-(0)561/8043062  
Email: [lerch@wirtschaft.uni-kassel.de](mailto:lerch@wirtschaft.uni-kassel.de)

Dr. Achim Lerch, geb. 1964, ist wissenschaftlicher Assistent am Fachgebiet „Theorie öffentlicher und privater Unternehmen“, Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Universität Gesamthochschule Kassel. Hauptarbeitsgebiete sind Mikroökonomie/Allokationstheorie, Institutionenökonomie, insbes. ökonomische Analyse von Eigentumsrechten, sowie Umwelt- und Ressourcenökonomie/ Ökologische Ökonomie, einschl. Umweltethik.