

Konsumethik in der Wohlstandsgesellschaft

1997

Ferdinand Schöningh
Paderborn • München • Wien • Zürich

Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkungen 11

I. Teil

Der Konsum des Menschen in ökonomischer Sicht

1. Konsumieren oder haushalten?	17
1.1 <i>'Konsum' - eine Begriffsbestimmung</i>	18
1.2 <i>'Konsumismus' als einseitige Fehlorientierung des Menschen</i>	19
1.3 <i>'Haushalten' als gesamt menschliche Aufgabe</i>	22
2. Konsum und Wirtschaftsordnung	26
2.1 <i>Sackziel und Bestimmungsgründe der Wirtschaft</i>	26
2.1.1 <i>Universale Bestimmung der Güter und Privateigentum</i>	28
2.1.2 <i>Bezogenheit auf materielle Güter und Dienstleistungen</i>	30
2.1.3 <i>Knappheit der verfügbaren Mittel</i>	31
2.1.4 <i>Arbeitsteilung und Zusammenarbeit zum Wohle aller</i>	32
2.2 <i>Ordnungsvorstellungen der Wirtschaft</i>	33
2.2.1 <i>Die marktwirtschaftliche Ordnung</i>	33
2.2.2 <i>Die Zentralverwaltungswirtschaft</i>	36
2.3 <i>Die Vorzüge der Sozialen Marktwirtschaft</i>	38
2.3.1 <i>Freiheit der Konsumwahl</i>	40
2.3.2 <i>Kaufkräftige Nachfrage</i>	43
3. Möglichkeiten und Grenzen einer ökonomisch orientierten Sichtweise	48

II. Teil

Die Bedürfnisstruktur des Menschen und ihre menschlich-soziale Dimension

1. Die Bedürfnisse als Grundelement menschlicher Existenz	55
1.1 <i>'Bedürfnis' und 'Bedarf': Bestimmung zweier Begriffe</i>	57

1.2	<i>Die Vorstellung vom Menschen als Bedürfniswesen</i>	59
1.2.1	Ein Blick in die Reflexionsgeschichte	60
1.2.2	Maslow und seine Sicht der menschlichen Bedürfnisse	63
1.2.3	Objektive Determinanten menschlicher Bedürfnisse	67
1.3	<i>Die Bedürfnisstruktur des Menschen in ethischer Perspektive</i>	74
2.	Der Mensch vor den Herausforderungen der Konsumgesellschaft	77
2.1	<i>Von der Agrar- zur Industrie- und Dienstleistungsgesellschaft</i>	78
2.2	<i>Zum Unterschied zwischen 'Lebensqualität' und 'Lebensstandard'</i>	84
2.3	<i>Luxus-Konsum und seine ethische Beurteilung</i>	95
3.	Der Wohlstand und seine gesellschaftlich-sozialen Konsequenzen	101
3.1	<i>Eine Gesellschaft von Individualisten?</i>	102
3.2	<i>Die privaten Haushalte, ihr Lebensstandard und ihre Vermögenssituation</i>	108
3.3	<i>Zur Lebenslage der Familien</i>	115
3.4	<i>Freizeit und Konsum</i>	122

III. Teil

Zentrale Aufgabenfelder der Konsumethik

1.	Von der Nachhaltigkeit des Handelns	129
1.1	<i>Das Prinzip Verantwortung</i>	132
1.2	<i>Wesentliche Bezugsfelder eines verantwortlichen Konsumierens</i>	137
2.	Konsumethik als Aufgabe der Verbraucher und Produzenten	145
2.1	<i>Vor der Herausforderung einer Lebensplanung</i>	145
2.1.1	Die Pflicht zu einer maßvollen Haushaltsführung	147
2.1.2	Kritische Einstellung zum Wohlstand	150
2.1.3	Zur Bedeutung von Konsumverzicht und Askese	160
2.1.4	Von der Verantwortung im Marktgeschehen	165

2.2	<i>Der Beitrag der Produzenten</i>	182
2.2.1	Angebot und Qualität an Gütern und Dienstleistungen	183
2.2.2	Konsumgüterwerbung zur Erhöhung der Markttransparenz	189
2.2.3	Umweltgerechtes Wirtschaften als Chance	193
3.	Institutionen im Blickfeld einer Konsumethik	196
3.1	<i>Zentrale Aufgabenfelder staatlichen Handelns</i>	197
3.1.1	Maßnahmen zum Schutz der Konsumenten	199
3.1.2	Verbraucheraufklärung als Hilfe zur Selbsthilfe	203
3.1.3	Staatliche Verantwortungsbereiche und ihre konsumethische Relevanz	204
3.2	<i>Zentrale Aufgabenfelder öffentlicher Instanzen</i>	212
3.2.1	Verbraucherorganisationen, Bildungseinrichtungen, Medien	213
3.2.2	Die Kirchen und ihre konsumethische Verantwortung	219
3.3	<i>Von der Bedeutung der Familie - ein Ausblick</i>	227
	Quellen- und Literaturverzeichnis	231