



## Benjamin Möckel

Die Erfindung des moralischen Konsumenten.  
Globale Produkte und politischer Protest seit den  
1950er Jahren

Wallstein Verlag | Göttingen 2024  
618 Seiten, gebunden | 56,00 €  
ISBN 978-3-8353-5607-8

rezensiert von

**Reinhild Kreis**, Universität Siegen

Nach über 500 Seiten Lektüre zur Verschränkung von Konsum, Moral und Protest seit den 1950er-Jahren legt man das Buch beeindruckt und ernüchtert zugleich aus der Hand: beeindruckt von der Vielfalt und dem langen Atem der Versuche, bei Verbraucher:innen, Unternehmen und Regierungen ein Bewusstsein für die moralischen Dimensionen von Konsum zu etablieren – und ernüchtert davon, wie ausgesprochen zäh sich dieses Unterfangen bis heute gestaltet. Öko-Produkte und fair gehandelte Waren, die beiden Hauptuntersuchungsgegenstände des Buches, bleiben auch nach Jahrzehnten ein Nischenmarkt bei stetig wachsendem Gesamtkonsum, wie der Autor im Fazit betont. Die Kund:innen wählen weiterhin nach anderen Kriterien, unternehmerische Anstrengungen beschränken sich häufig auf die Selbstdarstellung, politische Rahmensetzungen sind moderat. Die Kategorien Erfolg und Misserfolg sind jedoch nicht das Thema der Habilitationsschrift von Benjamin Möckel. Ihm geht es sehr viel grundsätzlicher um die Frage, wie sich seit den 1950er- und vor allem seit den 1970er-Jahren ein »neues Verständnis von Konsum als eines politisch relevanten Handlungsfeldes« (S. 9) herausbildete. Dies ist auch gemeint, wenn im Buchtitel von einer »Erfindung des moralischen Konsumenten« die Rede ist.

Genau genommen handelt es sich dabei um eine Neu-Erfindung; Möckel betont gleich im ersten Kapitel die lange Geschichte der Verschränkung von Konsum und Moral in der Moderne. Aus dieser leitete sich jedoch kein Automatismus ab, sondern sich wandelnde ökonomische, gesellschaftliche und politische Bedingungen sowie Moralvorstellungen erforderten immer wieder neue Anstrengungen, Konsum in der Öffentlichkeit als politisch und moralisch zu perspektivieren. Mit Blick auf die zweite Hälfte des 20. Jahrhunderts grenzt sich Möckel von Interpretationen ab, die diesen Zeitraum durch eine stetig fortschreitende Moralisierung von Konsum oder aber als zunehmende Kommodifizierung von Moral gekennzeichnet sehen. Vielmehr will er moralische Konsumpraktiken in ihrer Verwobenheit mit den globalisierten Massenkonsumgesellschaften Großbritanniens und der Bundesrepublik (und somit nicht als ihr Gegenstück) zeigen. Als moralischen Konsum fasst Möckel dabei alle »Konsumpraktiken und -

produkte, die über ihren ökonomischen Wert hinaus auf spezifische soziale, politische oder ökologische Aspekte hin orientiert sind« (S. 13) – die im Buch exemplarisch behandelten Menschenrechts- und Umweltfragen sind also als wichtige Fallbeispiele eines weitaus umfassenderen Phänomens zu verstehen.

Im deutsch-britischen Vergleich spannt das Buch einen weiten Bogen. Den ersten inhaltlichen Schwerpunkt bilden Boykotte und Konsumproteste in der Menschenrechtsbewegung, insbesondere die großen und langjährigen Boykottaktionen gegen Nestlé sowie gegen Waren aus und Handelskontakte mit Südafrika. Im folgenden Kapitel rückt der alternative Handel von den westdeutschen Weltläden bis zu den britischen Charity Shops in den Fokus, danach die konsumbezogene Dimension der Umweltbewegung. Die Kapitel nähern sich ihren Gegenständen aus mehreren Perspektiven. Die inhaltlichen Auseinandersetzungen der Gruppen um die beste Strategie und die konkreten Aktionen werden ebenso untersucht wie die Medialität der Produkte sowie die räumlichen Zusammenhänge urbaner Gefüge, des Ladens und des Privathaushalts – jener Räume also, in denen Menschen mit dem Konnex von Moral und Konsum konfrontiert werden oder bestimmte Konsumpraktiken auf der Basis bestimmter moralischer Standards pflegen sollten. Der Vergleich erweist sich dabei als ausgesprochen ertragreich, zeigt er doch die enorme Bandbreite an Lösungsansätzen für drängende Menschenrechts- und Umweltprobleme sowie deren Prägung durch bestehende Infrastrukturen und jeweils aktuelle gesellschaftliche, politische oder ökonomische Herausforderungen. Es ist erhellend zu lesen, dass es beispielsweise angesichts der langen Tradition von Läden in der Trägerschaft von Charity-Organisationen in Großbritannien gar keine Frage war, ob politische Themen im Rahmen eines kommerziellen Geschäfts verhandelt werden sollten – eine Frage, die in westdeutschen Ladengruppen des alternativen Handels stets umstritten blieb. Umgekehrt erwies es sich für Ketten wie Oxfam mit ihrem Schwerpunkt auf dem Verkauf von Second-Hand-Kleidung als sehr viel schwieriger, Lebensmittel in den Verkauf zu integrieren. Oxfam musste also ausgerechnet auf die Produktgruppe weitgehend verzichten, die besonders stark genutzt wurde, um die moralische Dimension von Konsum im Alltaghandeln bewusst zu halten.

Die folgenden drei Kapitel erweitern die bisherigen Themen. Zunächst richtet Möckel den Blick auf die globale Dimension der Anti-Apartheid-Kampagnen und der Nestlé-Boykotte sowie auf die Handelspartner des westdeutschen und britischen alternativen Handels. Auf der Basis von lokalen Archivbeständen, Interviews (die allerdings nicht näher quellenkritisch ausgeleuchtet werden) und gedruckten Quellen kann er beispielsweise zeigen, dass die oftmals westlichen Akteur:innen zugeschriebenen Protestaktionen Teil einer längeren Geschichte sind und ihre Wurzeln im globalen Süden haben. Im Falle der Nestlé-Boykotte trugen die Aktionen maßgeblich zur Herausbildung von Verbraucherschutzbewegungen bei, die auf die lokale Situation ausgerichtet waren. Auch die bei aller Rhetorik von Partnerschaft oftmals ungleichen Beziehungen der Geschäftspartner:innen treten deutlich hervor, die Produzent:innen des globalen Südens mussten oft genug ihre Mitspracherechte erstreiten. Bei allem Erkenntnisgewinn stellt sich die Frage, warum die globale Dimension in ein eigenes Kapitel ausgelagert wurde. Wenn es dezidiert darum geht, das Narrativ von westlichen Kampagnen, Hilfen und Solidaritätskampagnen zu brechen, müsste sich dieser Ansatz dann nicht auch im Aufbau der Untersuchung niederschlagen und die untrennbare Verwobenheit auch darstellerisch zeigen?

Die beiden abschließenden Kapitel zeigen zum einen die wirtschaftspolitischen Diskurse rund um neue Theorien wie »environmental economics«, »Umweltökonomie« und andere Ansätze, die umweltpolitische Themen in das wirtschaftliche Denken integrierten und Hoffnungen auf eine marktkonforme Lösung von Umweltproblemen weckten. Die unmittelbar erfahrbaren Umweltprobleme zogen in Großbritannien und der Bundesrepublik sehr viel mehr Aufmerksamkeit auf sich als die weit entfernt stattfindenden Menschenrechtsverletzungen im globalen Süden zogen. In diesem Zusammenhang interessierten sich auch Konzerne und Marktforschungsinstitute zunehmend dafür, inwiefern moralische Dispositionen Konsum-

entscheidungen prägten. Dies führte zu neuen Erhebungs- und Typologisierungsverfahren, wie das Buch für die USA, Großbritannien und die Bundesrepublik zeigt. Zuletzt untersucht das Buch Prozesse der »Vermarktlichung im moralischen Konsum«, angefangen vom »moral merchandise« über neue Formen der Konsumratgeber bis hin zu medial vermarkteten popkulturellen Großevents. Spätestens hier wird der Übergang von »Praktiken des boycotts zu solchen des boycotts« (S. 453) sichtbar, in dem die Möglichkeit des moralisch richtigen Konsums gegeben zu sein schien.

In der Trias Konsum, Protest und Moral werden nicht alle Leitdimensionen über die gesamte Strecke des Buches an jeder Stelle konsequent gleich stark berücksichtigt. Gerade was die moralische Aufladung von Produkten, Praktiken und Menschenbildern angeht, bleibt die Rezensentin an manchen Stellen neugierig zurück. Umweltschutz und Menschenrechte sind moralisch in viele Richtungen ausdeutbar. An etlichen Stellen wird ausgeleuchtet, welche moralische Dimension jeweils im Vordergrund stand, doch in der zweiten Hälfte des Buches spielt jenseits von Großschlagworten wie Verantwortung, Gesundheit oder Menschenrechte kaum mehr eine Rolle, was und wie moralisiert wurde. Auch die Mehrheit der nicht »öko« oder »fair« konsumierenden Menschen bleibt blass – wenn moralischer Konsum zur Option wurde, galten die sich dagegen Entscheidenden den Aktivist:innen dann als unmoralisch, und wenn ja, wie? Hier eröffnet das Buch viele weitere Fragehorizonte.

Das große Verdienst der Studie ist es, über breite Quellenbestände ein historisches Feld erschlossen zu haben, in dem es nicht nur um Politik, Konsum und Moral geht, sondern in dem auch (wissenschaftliche) Darstellungen und Deutungen dieser Zusammenhänge häufig von politischen und moralischen Positionen geleitet werden. Detailreich, an einigen Stellen allerdings auch mit Redundanzen, zeigt das Buch die historische Genese bzw. Neudefinition der Idee der Konsument:innenmacht in zwei Gesellschaften, die seit den 1950er-Jahren enorme Zuwächse an Wohlstand und Konsum erlebten und in denen Menschenrechts- und Umweltgruppen über den Hebel des Alltagskonsums moralisch konnotierte Veränderungen in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft erreichen wollten. Was vielen der damaligen Akteur:innen und auch vielen heutigen Darstellungen als »alternative« Konsumformen galt, zeigt sich in der historischen Analyse als inhärenter Teil der Konsumgesellschaft.

### **Zitierempfehlung**

Reinhild Kreis, Rezension zu: Benjamin Möckel, Die Erfindung des moralischen Konsumenten. Globale Produkte und politischer Protest seit den 1950er Jahren, Wallstein Verlag, Göttingen 2024, in: Archiv für Sozialgeschichte (online) 65, 2025, URL: <<https://library.fes.de/pdf-files/afs/82060.pdf>> [10.3.2025].