

# Alle Macht den Käufer\*innen?

## Eine Kleingruppendiskussion zur Wirkmächtigkeit nachhaltigen Konsums

### Kurzbeschreibung

In dieser Methode reflektieren die Teilnehmenden ihre Macht und Verantwortung, um durch ihren Konsum den ökologischen und sozialen Wandel herbeizuführen.

In Kleingruppen diskutieren sie anhand von Zitaten und Graphiken die Wirkmächtigkeit der alternativen Konsummöglichkeiten Bio, Fair-Trade und Vegan/Vegetarisch. Im Plenum stellen sie ihre Diskussionsergebnisse gegenüber und erarbeiten sich einen Standpunkt zu der Frage: Wieviel Macht spürst du, mit deinem Konsum den negativen Folgen unseres derzeitigen Wirtschaftssystems entgegenzuwirken?.

### Ablauf

#### Vorbereitung





Die Blätter und Arbeitsaufträge für die Kleingruppen werden ausgedruckt. Falls es mehr als drei Kleingruppen sind, kann ein Thema auch mehrmals ausgedruckt werden.

#### Durchführung

##### 1. Einleitung (5 Minuten)

Zur Einleitung kann der/die Teamende das folgende Zitat vorlesen:

*„Theoretisch haben die Konsumentinnen und Konsumenten eine große Macht über die Märkte, weil sie mit ihrer Nachfrage das Angebot bestimmen können – sofern sie ihr Einkaufen nicht (nur) als Privatvergnügen betrachten, sondern als politische Handlung. Aber diese Macht haben sie jahrzehntelang kaum ausgeschöpft. Gegen ihren Willen kaufen sie Produkte und Dienstleistungen, die ihren ökologischen und sozialen Werten eigentlich widersprechen – oft aus Unwissenheit, oft aber auch aus Verblendung durch die Werbekampagnen der Industrie. Der Konsumgesellschaft ist es bislang gelungen, selbst die Kritik am Konsum zu vereinnahmen. Jedenfalls scheinen Jahrzehnte an Konsumkritik bislang kaum Wirkung gezeigt zu haben.“*

|   |   |
|---|---|
|    | 8 - 25  |
|    | 60 - 75 Minuten   |
|    | Moderationskarten in den Farben Rot, Gelb und Grün, jeweils in der Anzahl der Teilnehmenden<br>Arbeitsmaterial auf der CD: Arbeitsblätter und Material für die Kleingruppen |
|  | Es muss genügend Platz vorhanden sein, damit alle Kleingruppen in Ruhe arbeiten können, im Idealfall mehrere Räume.   |

*Dies scheint sich in den letzten Jahren zu ändern. Kritische Konsumenten vernetzen sich im Internet, die Medien haben ihr Thema – den ökologisch und sozial verantwortungsvollen Konsum – aufgegriffen und prägen damit auch das Konsumverhalten anderer gesellschaftlicher Milieus.“*

Quelle: Der kritische Agrarbericht 2009, Tanja Busse: Die Macht der Konsumenten

Der /Die Teamende leitet dann in die Methode über, indem er/sie die Frage stellt, ob die Konsument\*innen wirklich so viel Macht haben, den negativen Folgen des derzeitigen Wirtschaftens maßgeblich entgegenzuwirken.

## 2. Gruppenfindung

Die Teilnehmenden finden sich in Kleingruppen von 3 bis 6 Personen, je nach Interesse, zusammen. Mit ihrem Arbeitsmaterial suchen sie sich einen Ort, an dem sie ungestört diskutieren können.

## 3. Kleingruppendiskussion (20-25 Minuten)

Die Teilnehmenden folgen nun dem Arbeitsablauf (siehe Material):

Zunächst lesen sie den Einleitungstext und schauen sich dann das Material in Ruhe an. Sie entscheiden sich für ein Blatt, das ihnen am meisten zusagt. Es können mehrere Teilnehmenden das selbe Blatt aussuchen.

Nacheinander stellen sie sich nun gegenseitig ihre Blätter vor und begründen, warum sie dieses gewählt haben. Die anderen Teilnehmenden hören zu, ohne zu kommentieren.

Nun beginnt die Diskussion. Auf die folgende Frage soll die Gruppe eine gemeinsame Antwort finden:

- Glaubt ihr, mit dem Einkauf von Bio- und Fair Trade-Produkten bzw. mit vegetarischer/veganer Ernährung können ökologische und soziale Probleme weltweit gelöst werden?
- Wenn ja, warum? Wenn nein, warum nicht?

Die Gruppe wird gebeten, ihre Entscheidung und Begründung auf ein Plakat zu schreiben, um es später im Plenum zu präsentieren.

## 4. Präsentation im Plenum (15-20 Minuten)

Die einzelnen Kleingruppen stellen nun die Ergebnisse ihrer Diskussion vor, zunächst unkommentiert durch die anderen Gruppen. Dabei beschreiben sie ihre Entscheidung und die wichtigsten/strittigsten Diskussionspunkte.

## 5. Auswertung (15-20 Minuten)

Für die Auswertung nehmen sich die TN jeweils eine Karte der drei Farben Rot, Gelb und Grün.

Nun wird die folgende Frage gestellt:

Nach dem gerade Gehörten: *Wieviel Macht spürst du, mit deinem Konsum den negativen Folgen unseres derzeitigen Wirtschaftssystems entgegenzuwirken?*

Die TN positionieren sich individuell, indem sie eine Karte einer Farbe vor sich ablegen (grüne Karte = viel Macht, gelbe Karte = begrenzte Macht, rote Karte = keine Macht). Der/Die Teamende geht nun auf die Positionierung der Teilnehmenden ein, indem er/sie Einzelne dazu interviewt.

Im Anschluss können folgende weitere Auswertungsfragen gestellt werden:

- Wie geht es dir nach der Diskussion?
- Im Gegensatz zur Macht, wie viel Verantwortung spürst du? (Unterschied Macht/Verantwortung herausarbeiten)
- Was macht dieses Verantwortungsgefühl mit dir?
- Welcher Akteur\*innengruppe wird gesellschaftlich/medial am meisten Macht/Verantwortung zugesprochen? Wem nützt das?
- Bei welchen Akteur\*innen siehst du noch Verantwortung und Macht, Veränderungen herbeizuführen? Wie?
- Welche Möglichkeiten kennst du, außerhalb der kapitalistischen Wirtschaftslogik Lebensmittel zu beziehen?

Möglichkeiten zur Weiterarbeit

Im Anschluss daran kann zu Alternativen gearbeitet werden, beispielsweise mit der Methode „Alternative zu was?“