

01.10.2020

**Wie Arm und Reich konsumieren
Neuerscheinung zur sozialen Ungleichheit im Verbraucheralltag**

VZ NRW Die Covid-19-Pandemie hat uns erneut vor Augen geführt, dass Teilhabe am gesellschaftlichen Leben und der Zugang zu Konsumgütern direkt zusammenhängen. Eine NRW-Gymnasiastin, die Hartz IV-Leistungen bezieht, musste sich erst vor dem Landessozialgericht 150 Euro für ein Tablet vom Jobcenter erstreiten, um zu Hause überhaupt am digitalen Unterricht teilnehmen zu können, während Mitschüler bereits über Computer, einen schnellen Internetanschluss und Drucker verfügten. Der Sammelband „Armutskonsum – Reichtumskonsum: Soziale Ungleichheit und Verbraucherpolitik“ des Kompetenzzentrums Verbraucherforschung NRW (KVF NRW) will jetzt auf die konsum- und verbraucherpolitischen Auswirkungen sozialer Ungleichheit hinweisen. In sechs Beiträgen geben namhafte Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler Impulse, um den Zusammenhang zwischen Arbeit, Armut, Reichtum und Konsum stärker in den Fokus der Verbraucherforschung und Verbraucherarbeit zu rücken.

Konsum diente in den ersten Jahrzehnten der Bundesrepublik Deutschland als Mittel der Integration durch Wohlstandssteigerung, das Paradigma der „nivellierten Mittelstandsgesellschaft“ und der Slogan „Wohlstand für alle“ prägten die öffentliche Wahrnehmung und Debatte. Diese Basis der Sozialen Marktwirtschaft ist jedoch erodiert. Die Ungleichheit hinsichtlich der Einkommen, Vermögen und Aufstiegschancen hat seit Anfang der 1990er-Jahre zugenommen. Heute gelten 13,7 Millionen Menschen in Deutschland als arm oder armutsgefährdet. Überschuldung, Mietenarmut, sozialräumliche Segregation, Ernährungs- und Energiearmut – das sind die Probleme, mit denen Verbraucherzentralen und Mietervereine heute konfrontiert sind. Die Autorinnen und Autoren des Sammelbandes gehen daher der Frage nach, welche Auswirkungen die ungleiche Verteilung materieller Ressourcen auf Konsummuster, die Verbraucherarbeit und die Verbraucherpolitik haben. So beleuchten Christian Neuhäuser und Meike Drees aus einer philosophischen Perspektive, wie stark Konsumverhalten von den ökonomischen Verhältnissen abhängt und wie wichtig Konsum für den sozialen Status und ein Leben in Würde ist. Manuel David zeigt, wie die Verbraucherzentralen ein lebensnahes Modell der Verbraucherarbeit umsetzen: den aufsuchenden Verbraucherschutz in benachteiligten Wohngebieten.

Die „Beiträge zur Verbraucherforschung“ ist die Open-Access-Schriftenreihe des Kompetenzzentrums Verbraucherforschung NRW (KVF NRW). Die

*Mintropstraße 27
40215 Düsseldorf*

Tel. (0211) 38 09-101

Fax (0211) 38 09-216

presse@verbraucherzentrale.nrw

www.verbraucherzentrale.nrw

presseinfo presseinfo presseinfo

inzwischen zwölf Bände bieten einen verständlichen Zugang zu wissenschaftlichen Diskussionen aktueller und zukunftsorientierter Verbraucherthemen. Die Schriftenreihe dokumentiert die halbjährlichen Workshops des KVF NRW, welche die Diskussion zwischen Wissenschaft, Politik und der Zivilgesellschaft anregen sollen. Das KVF NRW ist ein Kooperationsprojekt der Verbraucherzentrale NRW mit dem Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MULNV) und dem Ministerium für Kultur und Wissenschaft (MKW) des Landes Nordrhein-Westfalen.

Mit Beiträgen von:

Christian Neuhäuser und Meike Drees (Technische Universität Dortmund), Katharina Witterhold und Maria Ullrich (Universität Siegen), Laura Einhorn (Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung, Köln), Herbert Klemisch und Moritz Boddenberg (Wissenschaftsladen Bonn und Universität Hamburg), Manuel David (Verbraucherzentrale NRW, Bundesprojekt „Verbraucher stärken im Quartier“) und Sally Peters (institut für finanzdienstleistungen, Hamburg).

Die Herausgeber:

Dr. Christian Bala ist Leiter der Stabsstelle Verbrauch erforschung der Verbraucherzentrale NRW und der Geschäftsstelle des KVF NRW. Wolfgang Schuldzinski ist Rechtsanwalt und Vorstand der Verbraucherzentrale NRW.

Publikation:

Bala, Christian und Wolfgang Schuldzinski, Hrsg. 2020. Armutskonsum – Reichtumskonsum: Soziale Ungleichheit und Verbraucherpolitik. Beiträge zur Verbrauch erforschung 12. Düsseldorf: Verbraucherzentrale. ISBN Print 978-3-86336-927-9 | ISBN E-Book (PDF) 978-3-86336-928-6.

Bezugsmöglichkeiten:

Kostenfrei als E-Book oder als Printversion (zuzüglich 2,50 Euro Versandkosten) über den Online-Shop der Verbraucherzentrale www.ratgeber-verbraucherzentrale.de/verbraucherforschung.

Hinweis für die Redaktion:

Rezensionsexemplare unter Tel: (02 11) 38 09-363 oder per E-Mail: publikationen@verbraucherzentrale.nrw

Mintropstraße 27
40215 Düsseldorf

Tel. (0211) 38 09-101
Fax (0211) 38 09-216

presse@verbraucherzentrale.nrw
www.verbraucherzentrale.nrw