

# GENÜGSAMKEIT STATT KONSUMISMUS

TRANSFORMATIONSPROZESSE FÜR EINEN ZUKUNFTSFÄHIGEN KONSUM



**Der gegenwärtige Konsumstil ist nicht zukunftsfähig.**

**Ein übertriebener Konsumismus schon gar nicht.**

**Der „nachhaltige Konsum“ – so wie er zur Zeit von der Politik gefördert wird –  
fokussiert auf effizientere, „grünere“ Produkte.**

**Sein Impact auf „Ressourcenschonung“, „Klima“ und „Lebensqualität“ ist begrenzt.**

**Ein gesellschaftlicher Diskurs über Genügsamkeit und Einfachheit  
im Konsum ist dringend erforderlich.**

**Statt moralisch zu argumentieren, müssen belastbare Strategien  
zur Änderung unseres Konsumstils erarbeitet werden.**

# Die Einladung

Liebe Gäste,  
sehr geehrte Teilnehmerinnen und Teilnehmer,

wir würden uns freuen, wenn Sie unserer Einladung folgen und am 1. Dezember mit uns über „Genügsamkeit und Konsumismus“ diskutieren. Das Thema unseres Workshops hat es in sich. Viele, mit denen wir im Vorfeld sprachen, waren angetan. Sehr wichtig sei das Thema und gut, dass ihr vom imug das mal aufgreift. Solche ersten Rückmeldungen freuen den Veranstalter, machen aber auch hellhörig. Nicht selten beschleicht einem ja das Gefühl, nicht nur keine Lösungen anbieten zu können, sondern selbst ein „Teil des Problems“ zu sein. Wenn wir ehrlich sind, müssen wir zugeben, dass „Genügsamkeit“ – in welcher Bedeutung auch immer – in unserer imug-DNA nicht angelegt ist. Und sich als moralinsaurer Konsumverweigerer zu positionieren, liegt uns auch nicht. Als Marketingexperten haben wir gelehrt und gelernt, die Bedürfnisse und Handlungsrestriktionen von Konsumenten in unterschiedlichen Lebenslagen genauer zu verstehen und zu „akzeptieren“. Das fällt umso schwerer, wenn wir feststellen, dass die Art wie wir in den entwickelten Ländern leben und konsumieren, womöglich nicht zukunftsfähig ist.

Wir wollen den „geschützten Raum“ eines imug-Workshop aus Anlass des 25-jährigen Bestehens nutzen, um mit Ihnen, also mit ausgewählten Freunden, Gästen, Experten über folgende Fragen zu diskutieren:

- ▶ Was kennzeichnet einen wirklich zukunftsfähigen Konsumstil?
- ▶ Welche Anknüpfungspunkte und Beispiele sind wichtig?
- ▶ Welche Widerstände, Hemmnisse hin zu einen zukunftsfähigen Konsumstil sind zu beachten?
- ▶ Welche Strategieempfehlungen können formuliert werden und welche Akteure sind wie einzubinden?

Wir würden uns auch freuen, wenn Sie auch Abends unsere Gäste sein würden, um – im Genügsamkeitsstil – auf die 25 Jahre imug Institut anzustoßen.



**Prof. Dr. Hans Raffée**  
Vorstand imug Institut



**Prof. Dr. Dr. h.c. Ursula Hansen**  
Vorstand imug Institut



**Dr. Ingo Schoenheit**  
Geschäftsführender Vorstand  
imug Institut  
Sprecher der imug Geschäfts-  
führung

## Programm und zeitlicher Rahmen

---

13.00	Ankommen
14.00	Workshop I
16.00	Pause / Kaffee, Tee
16.45	Workshop II
18.30	Schlusswort / Reden / Anstoßen
19.00	Apero
19.30	Buffet
20.30	Musikeinlagen
22.00	Tanz / Party

## imug – das Institut für Markt-Umwelt-Gesellschaft

---



Das Institut für Markt-Umwelt-Gesellschaft (imug) ist 1992 als ein „An-Institut“ an der Leibniz Universität Hannover auf Initiative von Frau Hansen und Herrn Schoenheit gegründet worden. Es steht ganz in der wissenschaftlichen Tradition des von Frau Prof. Dr. Dr. h.c. Ursula Hansen über 30 Jahre geleiteten Lehrstuhls für Markt und Konsum der Universität Hannover. Zusammen mit dem renommierten Marketingwissenschaftler Prof. Dr. Hans Raffée sind Frau Hansen und Herrn Dr. Ingo Schoenheit heute im Vorstand des imug Instituts tätig. Herr Schoenheit ist zugleich der Geschäftsführer. Als spin off des imug Instituts ist 1995 die imug Beratungsgesellschaft in der Rechtsform einer GmbH errichtet worden, um Beratungs- und Marktforschungsprojekte effizient zu realisieren.

# Workshop & Programm

Ausgewiesene Experten aus den Feldern Nachhaltigkeit, Konsum, Transformation tragen vor und diskutieren.

Weitere Experten ergänzen durch Kurzstatements / Alle diskutieren mit.

---

## MEIN KONSUMISMUS EINE LEIDENSGESCHICHTE

Prof. Dr. Dr. h.c. Ursula Hansen



---

„Produktnutzen, der Zusatznutzen, der ökologische Rucksack: darüber kann man forschen. Die Herrschaft der Dinge kann man erleben.“

---

Emeritierte Professorin  
des Lehrstuhls für Marketing und Konsum  
Leibniz Universität Hannover

Vorstand  
imug Institut

### THEMEN:

Marketingethik / Konsumforschung / nachhaltiger und ethischer Konsum /  
Handelsmarketing / Verbraucherpolitik / Stiftung Warentest

# Workshop & Programm

Ausgewiesene Experten aus den Feldern Nachhaltigkeit, Konsum, Transformation tragen vor und diskutieren.

Weitere Experten ergänzen durch Kurzstatements / Alle diskutieren mit.

---

# DIE GROSSE TRANSFORMATION – ENTKOPPELUNG VON TECHNOLOGISCHER EFFIZIENZ UND WOHLSTAND

Prof. Dr. Christa Liedtke



---

„Wohlstand und Ressourcenschonung sind vereinbar. Es ist eine Frage der Gestaltung und des Willens dazu – und zwar jetzt und nicht erst morgen.“

---

Director in Design  
Sustainable Production and Consumption  
Wuppertal Institute for Climate, Environment and Energy

Professor for Sustainability Research in Design  
Industrial Design  
Folkwang University of the Arts

## THEMEN:

Nachhaltiges Produzieren und Konsumieren / Ressourcenschonung /  
Nachhaltigkeit (Indikatorensysteme) von und in Wertschöpfungsketten /  
Nachhaltigkeitsforschung im Design

# Workshop & Programm

Ausgewiesene Experten aus den Feldern Nachhaltigkeit, Konsum, Transformation tragen vor und diskutieren.

Weitere Experten ergänzen durch Kurzstatements / Alle diskutieren mit.

---

## SUFFIZIENZ IM ALLTAG – WAS KANN DAS BEDEUTEN?

Prof. Dr. Rainer Grießhammer



---

„Flächendeckendes Tempo 30  
in der Stadt!  
Zeitvorteil für ÖPNV und Fahrrad.  
Weniger Lärm, weniger Unfälle.  
Und schon ändern sich  
die Lebensstile.“

---

Mitglied der Geschäftsführung  
Öko-Institut

### THEMEN:

Produktbezogener Umwelt- und Klimaschutz und nachhaltige Transformationen

# Workshop & Programm

Ausgewiesene Experten aus den Feldern Nachhaltigkeit, Konsum, Transformation tragen vor und diskutieren.

Weitere Experten ergänzen durch Kurzstatements / Alle diskutieren mit.

---

## BEWUSSTE EINFACHHEIT ALS KONSUMSTIL

Univ.-Prof. Dr. Ingo Balderjahn



---

„Eine spannende Frage ist, ob genügsame Konsumstile glücklicher machen. Dazu habe ich neue Erkenntnisse.“

---

Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre  
mit dem Schwerpunkt Marketing  
Universität Potsdam

### THEMEN:

Nachhaltiges Management / Nachhaltiger und ethischer Konsum /  
Empirische Studien

# Workshop & Programm

Ausgewiesene Experten aus den Feldern Nachhaltigkeit, Konsum, Transformation tragen vor und diskutieren.

Weitere Experten ergänzen durch Kurzstatements / Alle diskutieren mit.

---

## MIT NUDGING ZUR GENÜGSAMKEIT?

Prof. Dr. Lucia Reisch



---

„Entscheidungsarchitekturen können neue Konsumstile selbstverständlich machen.“

---

Professorin  
Department of Management, Society and Communication  
Copenhagen Business School

Vorsitzende  
Sachverständigenrat für Verbraucherfragen

Professorin  
Zeppelin Universität gemeinnützige GmbH

### THEMEN:

Verbraucherschutz / Nachhaltigkeit /  
Verhaltensökonomik und Gesundheitswissenschaften



# Workshop & Programm

Ausgewiesene Experten aus den Feldern Nachhaltigkeit, Konsum, Transformation tragen vor und diskutieren.

Weitere Experten ergänzen durch Kurzstatements / Alle diskutieren mit.

---

## DIE KUNST DES AUFHÖRENS

Luise Tremel



---

„Wir haben nur eine Chance, die Transformation zu bewältigen, wenn wir die möglichen Entwicklungen unerschrocken in den Blick nehmen – und wenn wir sie gemeinschaftlich gestalten, d.h. politisch.“

---

Historikerin, Doktorandin  
Europa-Universität Flensburg

Fellow  
FUTURZWEI

Geschäftsführerin  
INJU GmbH

### THEMEN:

Dynamik langfristiger gesellschaftlicher Veränderungsprozesse /  
Ende der Sklaverei als Vorbild für einen Prozess des Aufhörens /  
Sharing und wirkliches Teilen

# Workshop & Programm

Ausgewiesene Experten aus den Feldern Nachhaltigkeit, Konsum, Transformation tragen vor und diskutieren.

Weitere Experten ergänzen durch Kurzstatements / Alle diskutieren mit.

---

# DAS ANTIKONSUMISTISCHE MANIFEST – KEINE GUTE PROJEKTIDEE

Dr. Ingo Schoenheit



---

„Konsumkritik, die auf der Höhe ihrer Zeit sein will, muss sich verantwortungsethisch auf die Nachhaltigkeitsdebatte beziehen. Die Herrschaft der Dinge ist beherrschbar.“

---

Geschäftsführender Vorstand  
imug Institut

Lehrbeauftragter  
Ostfalia – Hochschule für angewandte Wissenschaften

Sprecher der imug Geschäftsführung

## THEMEN:

Corporate Social Responsibility / Nachhaltigkeit / Konsum / Verbraucherinformation / Sustainable Finance und das neue Denken in Wirtschaft und Gesellschaft.

# Statements / Positionen / Interventionen

Ausgewiesene Experten aus den Feldern Nachhaltigkeit, Konsum, Transformation tragen vor und diskutieren.

Weitere Experten ergänzen durch Kurzstatements / Alle diskutieren mit.

---



**Dr. Michael Bilharz**

Autor von „Key Points‘ nachhaltigen Konsums“

Umweltbundesamt (UBA)  
Bereich nachhaltiger Konsum

---



**Prof. Dr. Gerhard Prätorius**

Leiter Nachhaltigkeit  
Volkswagen Aktiengesellschaft

---



**Dr. Günther Rosenberger**

eh. Vorstand der Stiftung Verbraucherinstitut,  
später vzbv (Forschung)  
und Vereinsmitglied des imug Instituts  
Autor des imug newsletter „Verbraucherforschung“

---



**Ingmar Streese**

Leiter Geschäftsbereich Verbraucherpolitik  
beim Bundesverband Verbraucherzentrale  
Verbraucherzentrale Bundesverband

# Statements / Positionen / Interventionen

Ausgewiesene Experten aus den Feldern Nachhaltigkeit, Konsum, Transformation tragen vor und diskutieren.

Weitere Experten ergänzen durch Kurzstatements / Alle diskutieren mit.

---



**Prof. Dr. Thorsten Hennig-Thurau**

Professor für Marketing & Medien

Westfälischen Wilhelms-Universität Münster

---



**Dr. Thomas Weber**

Leiter des Referates VA4 Nachhaltigkeit

Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz

---



**Yvonne Zwick**

Wissenschaftliche Referentin

Geschäftsstelle des Rates für  
Nachhaltige Entwicklung (RNE)



SCHWANENBURG

## SCHWANENBURG LIMMER

Wunstorfer Straße 14  
30453 Hannover

[www.schwanenburg.net](http://www.schwanenburg.net)

