



# Politik mit dem Einkaufswagen: Politischer Konsum im Alltag

Bürgeruniversität in der Forschung – Auftaktveranstaltung eines Citizen-Science-Projektes  
Ole Kelm & Marco Dohle

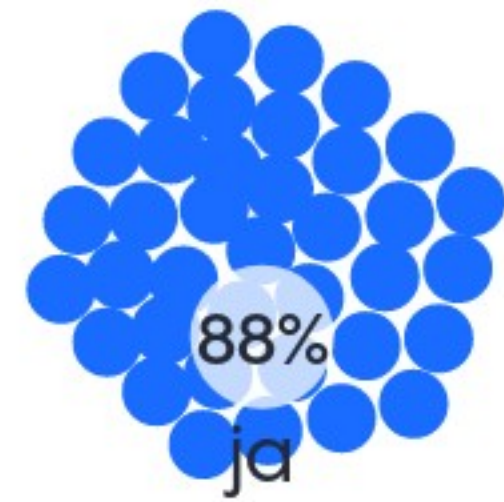
Haus der Universität Düsseldorf  
28.02.2024

# Politik mit dem Einkaufswagen

## Eigene Erfahrungen



# Haben Sie in den vergangenen 12 Monaten Produkte oder Dienstleistungen aus politischen, ethischen oder ökologischen Gründen boykottiert?





# Welche Gründe waren für Ihre Boykottentscheidung maßgeblich?

Produktionsstandort

Menschenrechtsverletzung,  
Tierleid

Leidvermeidung

Ethische und moralische  
Gründe

Ethische Überzeugung

Menschenrechte,  
Umweltschutz,

Umwelt

Saisonal

# Welche Gründe waren für Ihre Boykottentscheidung maßgeblich?

CO2, Monopolstellung,  
Ausbeutung

Gesundheit & Umwelt

Menschenrechtsverletzung

Tierschutz

Politische Nähe

Ausbeutung,  
menschenmissachtend,  
unmoralisch

Ökologische  
Verschmutzung vermeiden

Arbeitsbedingungen  
Tierschutz  
Gesundheit

# Welche Gründe waren für Ihre Boykottentscheidung maßgeblich?

Politische Gründe

Umweltschutz  
Steuerhinterziehungen

Biodiversität

Ökologische, Soziale,  
Gerechtigkeitsgründe

Menschenrechtsverletzungen  
Umweltschutz

Ökologie, Ethik  
Verantwortlich

Umweltschutz,

Tierleid,  
Produktionsstandort

# Welche Gründe waren für Ihre Boykottentscheidung maßgeblich?

Umwelt

Verletzung von Tierwohl,  
Umweltstandards

Verkauf an einen Großkonzern,  
Datenschutzverletzungen,  
Assoziierung mit staatlichen  
chinesischen Einrichtungen

Kosten

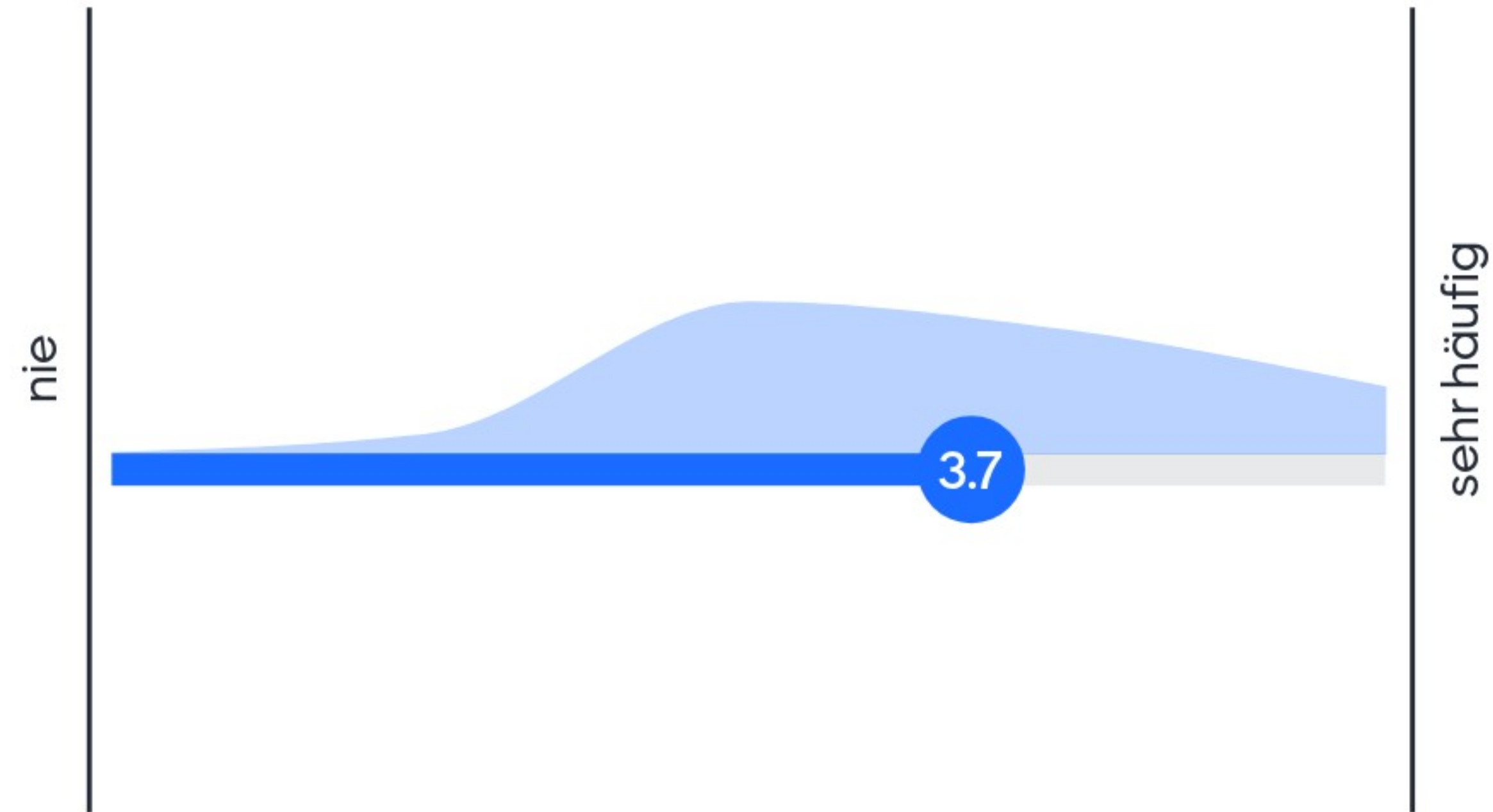
Verpackung -  
Ökologischer Impact -  
CO2 Footprint -  
Menschenrechte



# Woher stammen in der Regel die Informationen, die Ihnen bei politischen Boykottentscheidungen helfen?



# Wie oft sprechen Sie mit anderen Personen über politische, ethische oder ökologische Aspekte des Konsums?



DANKE!  
THANK YOU!  
MERCİ!  
GRAZIE!  
GRACIAS!  
DANK JE WEL!

• • • • •



- 1. Was ist politischer Konsum?**
- 2. Was wissen wir über politischen Konsum?**
- 3. Was wissen wir *nicht* über politischen Konsum?**
- 4. Was haben wir in unserem Projekt vor?**

# 1. Was ist politischer Konsum?

# 1. Was ist politischer Konsum?

## 1.1 Definition

“Political consumerism, formally defined as consumers’ use of the market as an arena for politics in order to change institutional or market practices found to be ethically, environmentally, or politically objectionable is a specific form of participation that characterizes individualized responsibility-taking” (Stolle & Micheletti, 2013, S. 39)

- Konsumententscheidungen sind ethisch, ökologisch, oder politisch motiviert
- Ziel: politische oder wirtschaftliche Veränderung
- Konsument\*innen selbst übernehmen Verantwortung
- Wirtschaft wird zu politischer Arena
- Konsum als politische Partizipationsform

# 1. Was ist politischer Konsum?

## 1.2 Beispiele

- Boykott britischer Waren in der indischen Unabhängigkeitsbewegung
- Boykott von Shell im Zuge der geplanten Versenkung der Ölplattform Brent Spar
- Boykott der FIFA-Fußball-Weltmeisterschaft der Männer in Katar
- BDS-Kampagne (Boycott, Divestment and Sanctions) gegen Israel
- Boykott deutscher Produkte aufgrund politischer Entscheidungen während der EU-Finanzkrise
- ...

# 1. Was ist politischer Konsum?

## 1.3 Formen

Boycott



Shell

Nestlé

„Buykott“



Diskursiver politischer Konsum



SLA  ERY



politische Lebensstilveränderung

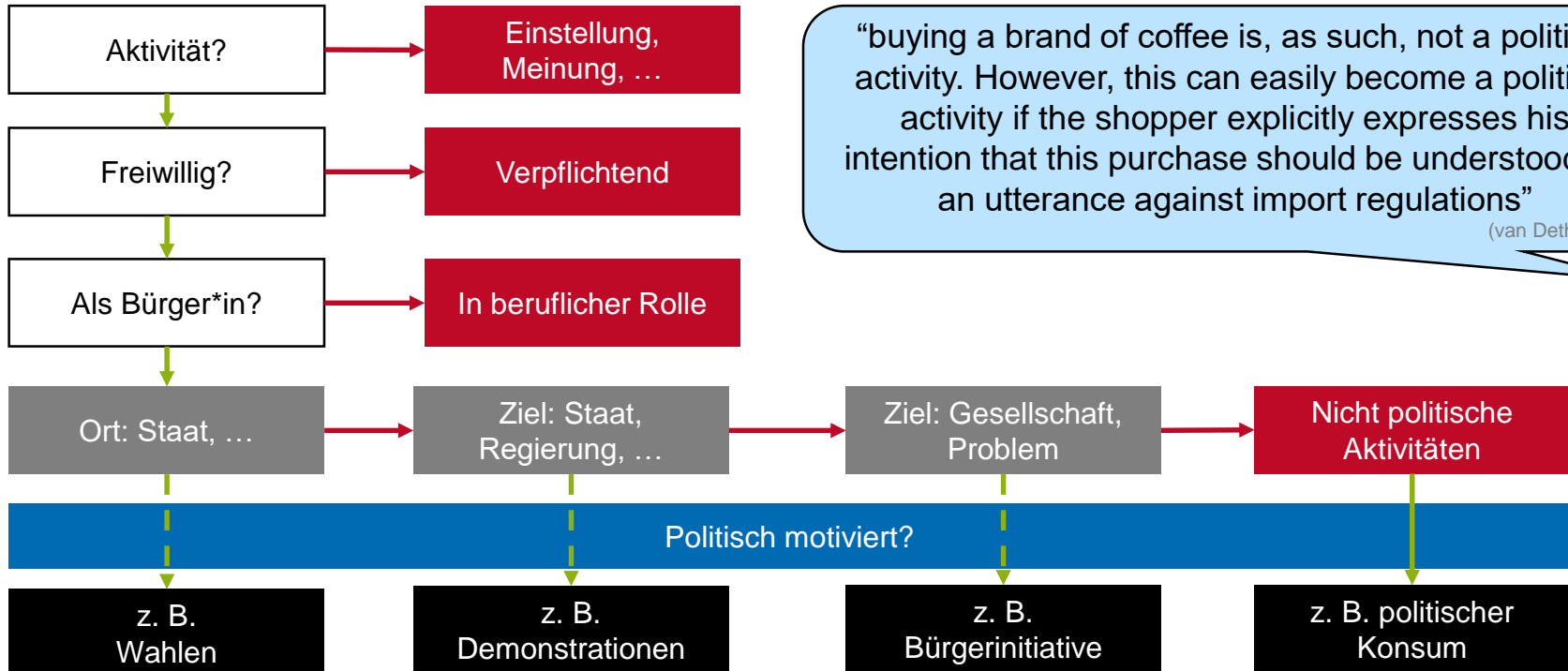


simplicity



# 1. Was ist politischer Konsum?

## 1.4 Politischer Konsum als politische Partizipation?

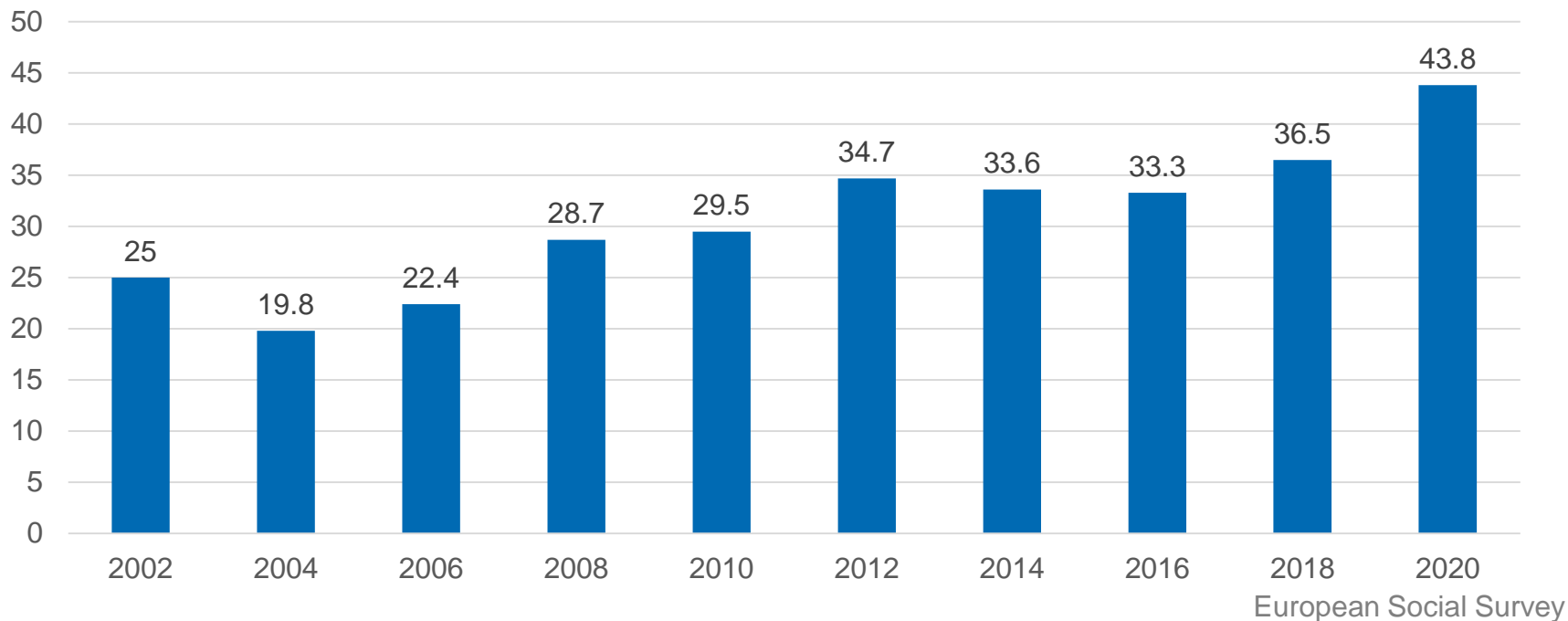


Vereinfachte Darstellung nach van Deth (2014)

## 2. Was wissen wir über politischen Konsum?

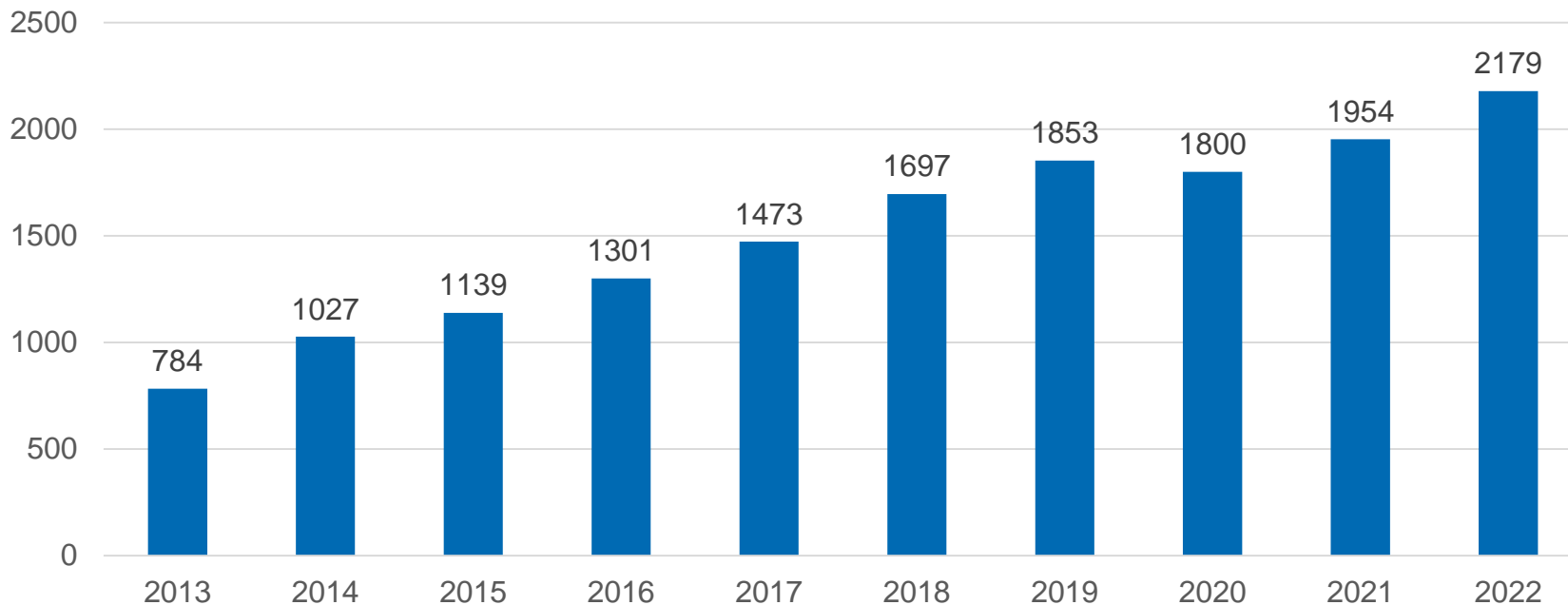
## 2. Was wissen wir über politischen Konsum?

### 2.1 Popularität von Boykotten in Deutschland (mindestens 1x im Jahr boykottiert)



## 2. Was wissen wir über politischen Konsum?

### 2.2 Gesamtumsatz des Fairen Handels in Deutschland (in Mio. Euro)

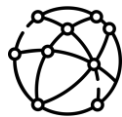


Forum Fairer Handel e.V., 2023

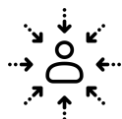
## 2. Was wissen wir über politischen Konsum?

### 2.3 Gründe für Popularität

■ **Globalisierung**



■ **Individualisierung**



■ **Wertewandel**

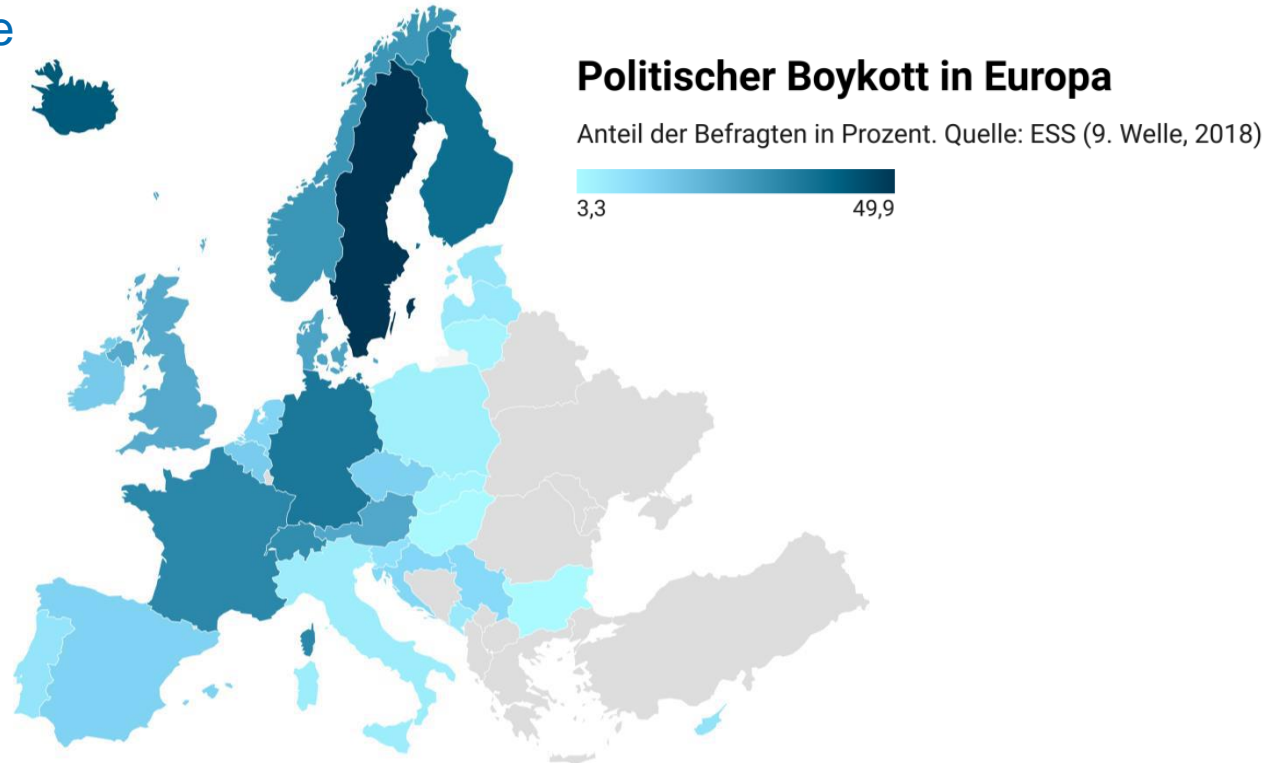


■ **Digitalisierung**



## 2. Was wissen wir über politischen Konsum?

### 2.4 Länderunterschiede



## 2. Was wissen wir über politischen Konsum?

### 2.5 Erklärungsfaktoren auf Makro-Ebene

■ Wohlstand



■ Relevanz grüner/links-orientierter Parteien



■ Demokratische Tradition



■ Hohes gesellschaftliches Vertrauen



## 2. Was wissen wir über politischen Konsum?

### 2.6 Erklärungsfaktoren auf Mikro-Ebene

#### ■ Politische Konsument\*innen sind eher ...

- weiblich,
- hoch gebildet,
- mittelalt,
- haben ein hohes politisches Interesse,
- eine linke/grüne politische Einstellung,
- wenig Vertrauen in die Fähigkeiten politischer Institutionen und
- nutzen intensiv digitale Medien





## 2. Was wissen wir über politischen Konsum?

### 2.7 Digitale Mediennutzung

- **Information**



- **Kommunikation**



- **Partizipation**

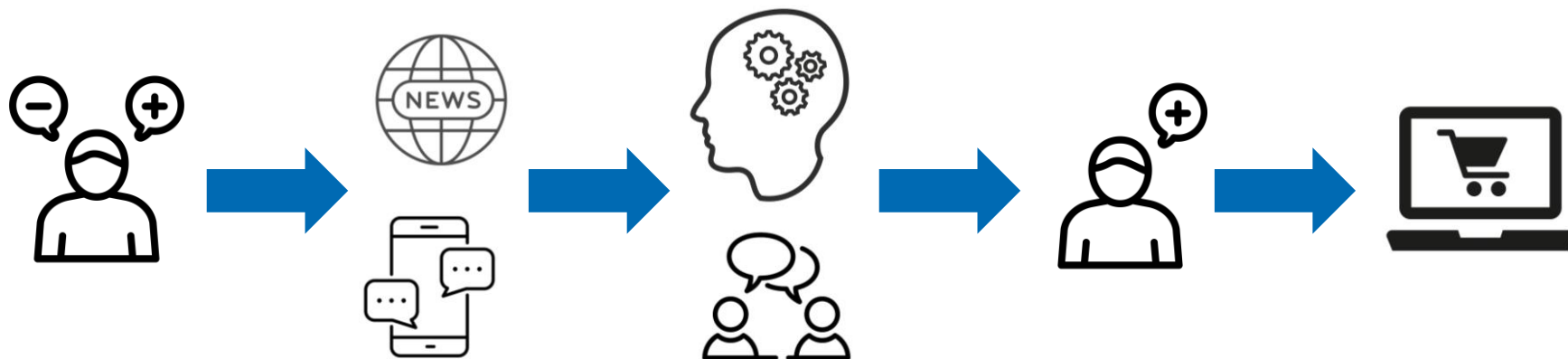


“Online media provide political consumers with greater access to *information*; Web 2.0 offers numerous channels for *communication* with like-minded others, and online marketplaces enable easier ways for *political consumerism*, for example, boycotting products which are rarely available in local supermarkets.”

(Kelm & Dohle, 2018, S. 1524)

## 2. Was wissen wir über politischen Konsum?

### 2.7 Digitale Mediennutzung



Orientation – Stimulus – Reasoning – Orientation – Response (OSROR-Modell)

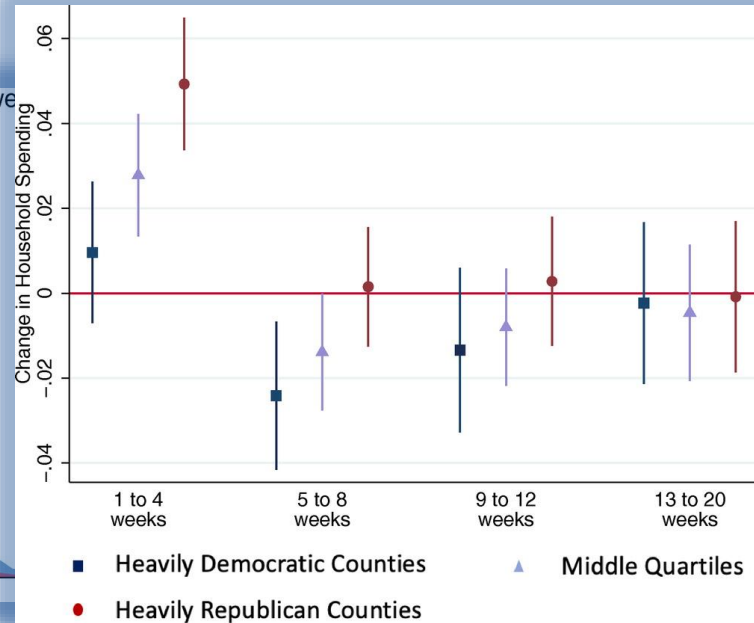
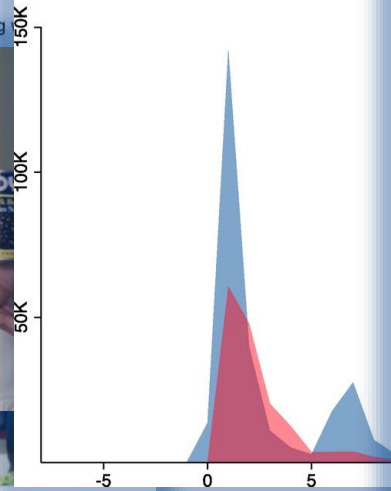
### 3. Was wissen wir *nicht* über politischen Konsum?

# 3. Was wissen wir *nicht* über politischen Konsum?

## 3.1 Was bringt politischer Konsum?



(a) Daily twe



Liukonytė et al., 2022

# 3. Was wissen wir *nicht* über politischen Konsum?

## 3.1 Was bringt politischer Konsum?

**Handelsblatt**  
Theo Müller macht Umgang mit rech mit Alice Weidel

**Anonymous Germany** @Anonymous00708 · 1. Dez. 2023  
AB SOFORT !!  
Boycott von Milchprodukten von #Müller # und #Landliebe!  
Braune Milch schmeckt ekelhaft!  
#fckafd #OpAfD #Merz #Illner handelsblatt.com/unternehmen/ha...

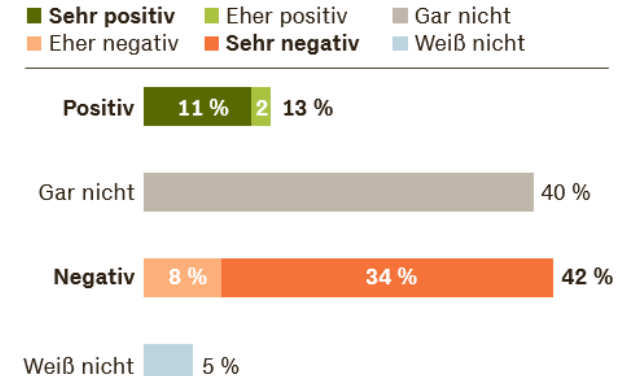
**DerZeitgeistjäger** @Honigschabe  
Die Sozialisten rufen wieder mal zum Boycott auf. Darauf erstmal #MuellerMilch! Prost!

**Molkerei-Milliardäre Müller bestätigt Kontakte zur AfD**

Theo Müller räumt ein, AfD-Chefin Weidel getroffen zu haben. Foto: Imago

### Treffen des Müller-Milch-Inhabers mit AfD-Chefin könnte Kunden abschrecken

**Umfrage:** Inwiefern beeinflussen die Treffen des Haupt-eigners der Unternehmensgruppe Theo Müller mit AfD-Chefin Alice Weidel Ihre Kaufentscheidung für Müllermilch und andere Marken der Gruppe?



Befragt wurden 5.000 Bürgerinnen und Bürger zwischen dem 13. und 15. Dezember. Die Ergebnisse gelten als repräsentativ.  
HANDELSBLATT • Quelle: Civey-Umfrage für das Handelsblatt

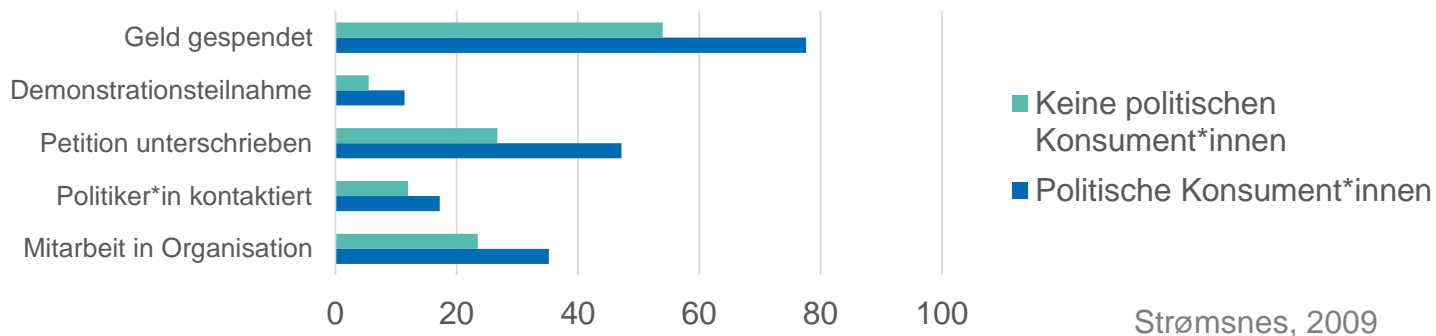
# 3. Was wissen wir *nicht* über politischen Konsum?

## 3.2 Ist politischer Konsum kontraproduktiv?

### ■ Kritik

- Politischer Konsum nicht effektiv
- Zeitliche Kapazitäten politischer Konsument\*innen fehlen an sinnvollerer Stelle
- Politische Entscheidungsträger\*innen sollten stärker unter Druck gesetzt werden

### ■ Berechtigt?



# 3. Was wissen wir *nicht* über politischen Konsum?

## 3.3 Messung

„Es gibt verschiedene Möglichkeiten, mit denen man versuchen kann, etwas in Deutschland zu verbessern oder zu verhindern, dass sich etwas verschlechtert. Haben Sie im Verlauf der letzten 12 Monate bestimmte Produkte boykottiert?“

European Social Survey

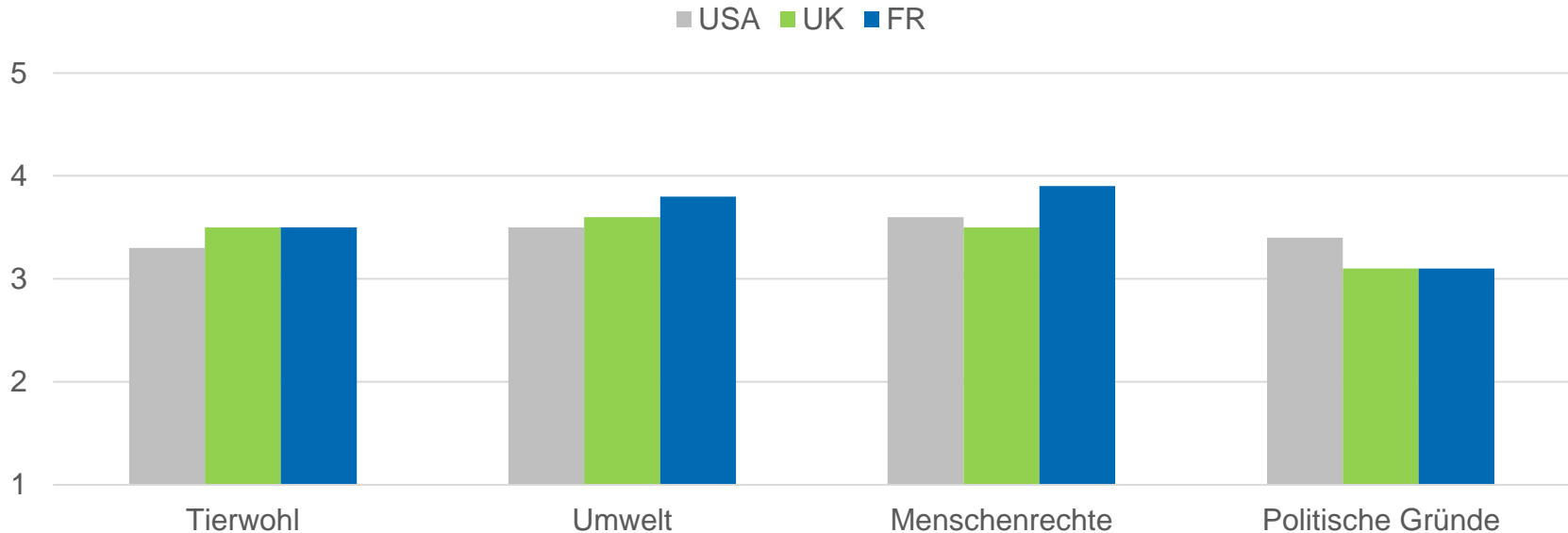
Ja oder nein

- Nur „in Deutschland“?
- Welche Motive?
- Welche Produkte/Dienstleistungen?
- Wie häufig?
- Buykott?
- Diskursiver politischer Konsum?
- Politische Lebensstiländerungen?



# 3. Was wissen wir *nicht* über politischen Konsum?

## 3.4 Motive

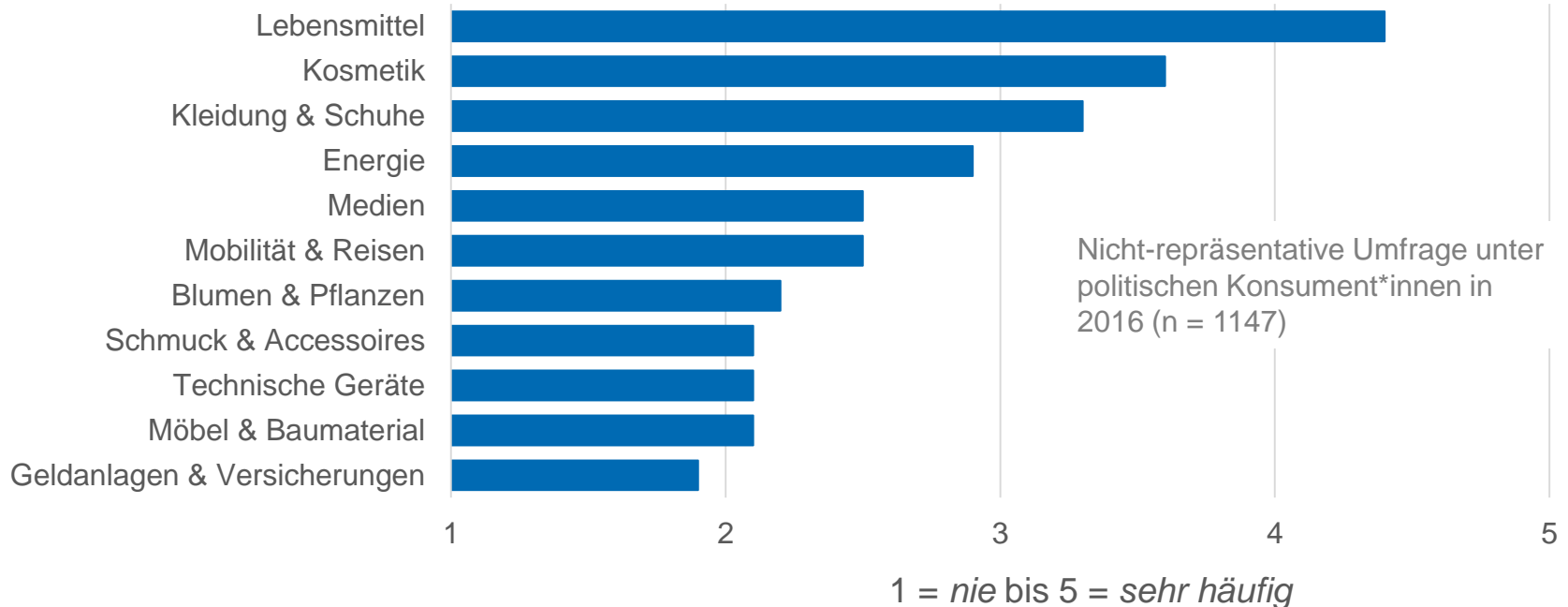


1 = *überhaupt nicht wichtig* bis 5 = *sehr wichtig*



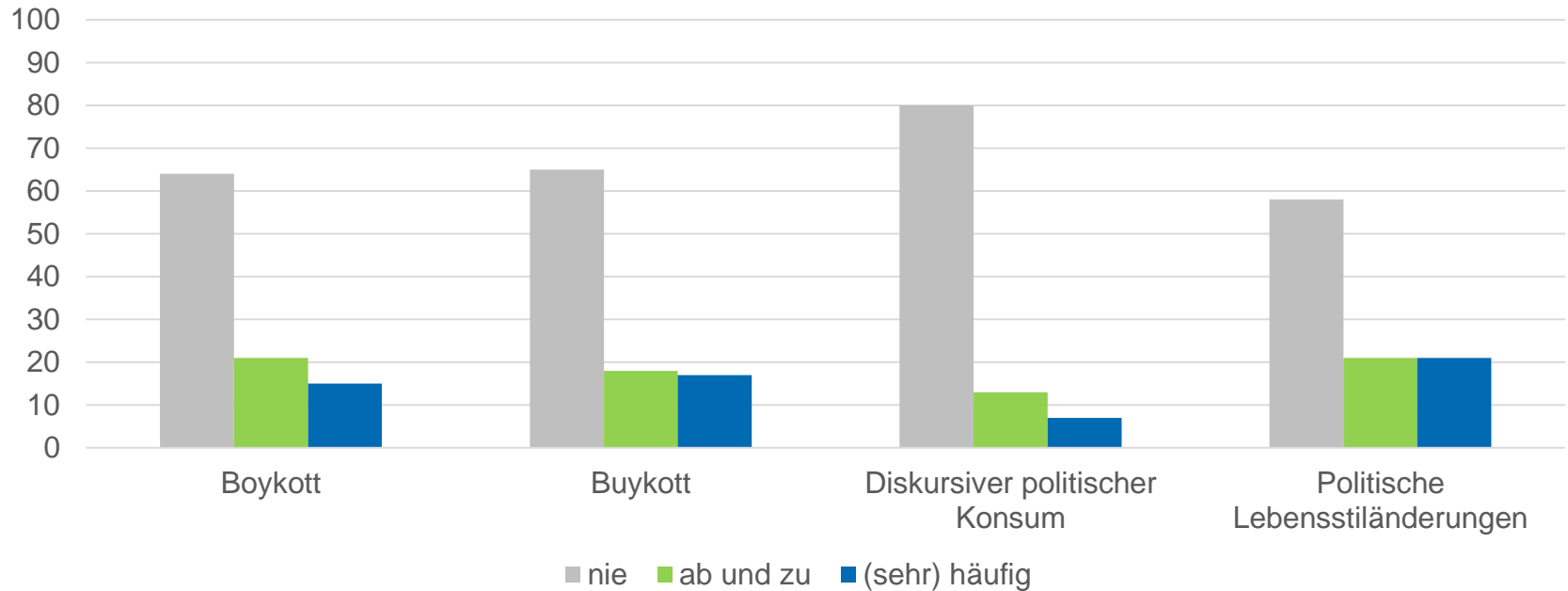
# 3. Was wissen wir *nicht* über politischen Konsum?

## 3.5 Produktbereiche



# 3. Was wissen wir *nicht* über politischen Konsum?

## 3.6 Häufigkeit des politischen Konsums

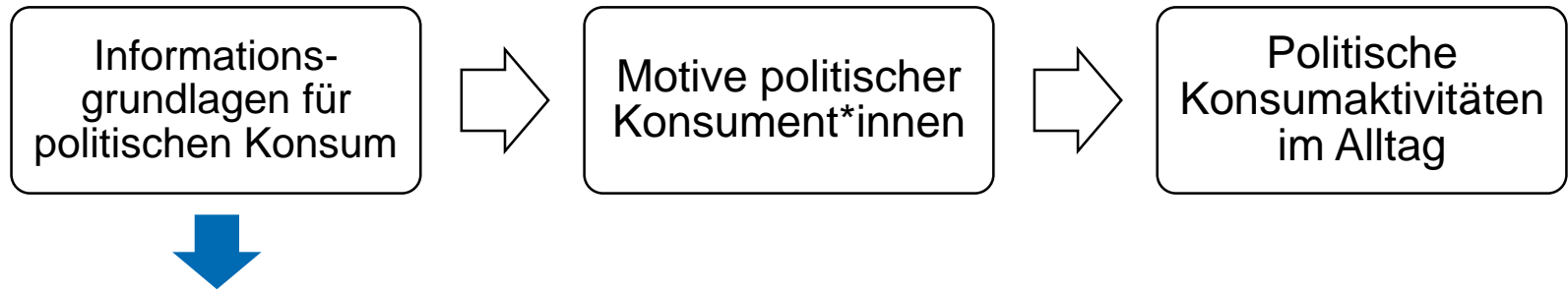


Kelm, unveröffentlicht

## 4. Projektvorstellung

## 4.1 Forschungsfragen

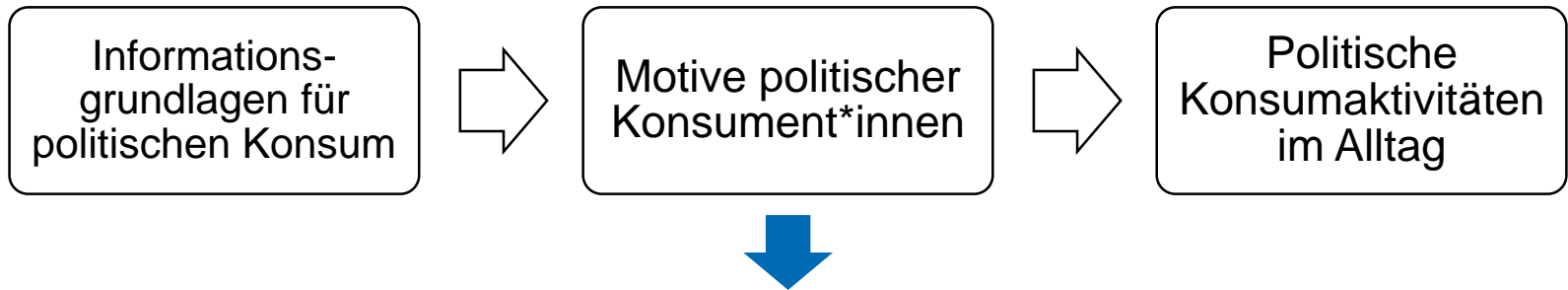
**Wie und aufgrund welcher Informationsgrundlage sowie Motivation konsumieren Bürger\*innen in ihrem Alltag politisch?**



- Wie häufig und wo kommen Bürger\*innen mit relevanten Informationen in Kontakt?
- Wie relevant sind Hinweise von Journalist\*innen, Expert\*innen oder Bekannten?
- ...

## 4.1 Forschungsfragen

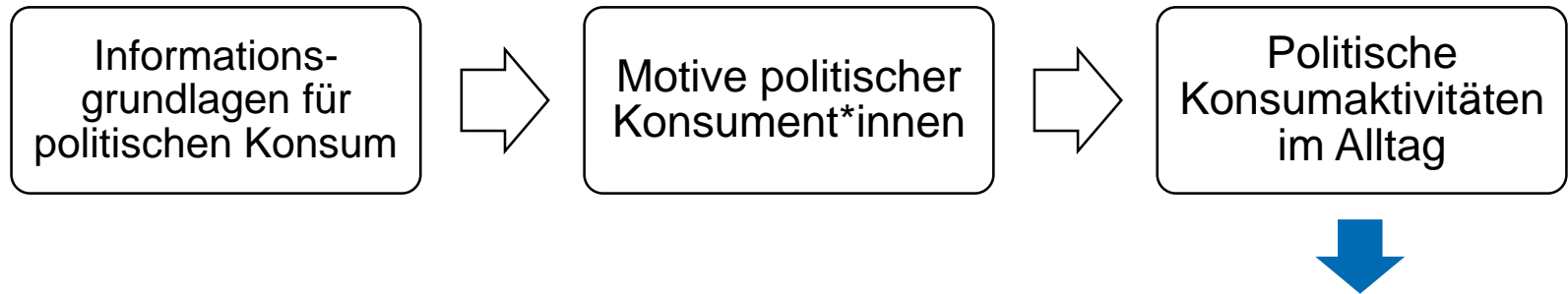
**Wie und aufgrund welcher Informationsgrundlage sowie Motivation konsumieren Bürger\*innen in ihrem Alltag politisch?**



- Was sind die mit politischen Konsumaktivitäten verbundenen Ziele?
- Inwiefern handelt es sich um gewohnheitsmäßige oder eigens geplante Aktivitäten?
- ...

## 4.1 Forschungsfragen

**Wie und aufgrund welcher Informationsgrundlage sowie Motivation konsumieren Bürger\*innen in ihrem Alltag politisch?**



- Was genau wird wie regelmäßig boykottiert oder buykottiert?
- Wie verbreitet sind umstrittene Formen des politischen Konsums?
- ...

# 4. Projektvorstellung

## 4.2 Methodische Anlage

- **Bürger\*innen gestalten als *Citizen Scientists* den Forschungsprozess mit und sind Bestandteil der Forschungsgruppe**
- Konzeption, Durchführung und Auswertung von **zwei empirischen Studien**
  - **Tagebuchstudie**
    - Einblicke in den politischen Konsumalltag von ca. 40 Bürger\*innen
    - Ergebnisse auch als Basis für die standardisierte Befragung
  - **Standardisierte bevölkerungsrepräsentative Befragung**
    - Generalisierung der Ergebnisse
    - Umfassendes Bild über alltäglichen politischen Konsum in Deutschland



## 4. Projektvorstellung

### 4.3 Beteiligungsansatz

- Basis der Zusammenarbeit: ca. **fünf Workshops** und **regelmäßige Online-Treffen**
- Gemeinsame Erarbeitung einer **Kommunikationsstrategie** mit dem Ziel, Projektthema und -ergebnisse in die Stadtgesellschaft zu vermitteln
- **Tagebuchstudie:** *Citizen Scientists* führen selber Tagebuch und leiten andere Bürger\*innen an
- **Befragungsstudie:** Gemeinsame Konzeption des Fragebogens und Interpretation der Ergebnisse
- **Öffentliche Abschlussveranstaltung**, auf der *Citizen Scientists* Projekterfahrungen und -ergebnisse vorstellen können
- **Aufwandsentschädigungen**



## 4. Projektvorstellung

### 4.4 Was interessiert Sie?

- **Citizen Science = Bürger\*innen gestalten den Forschungsprozess mit**
- **Hier und heute startet die Beteiligung**
  - Welche Fragen sollten Ihrer Meinung nach in dem Projekt untersucht werden?
  - Was wünschen Sie sich von dem Projekt?
  - Was interessiert Sie besonders?
  - ...
- **Schreiben Sie Ihre Anregungen auf die grünen Karten – Stifte werden verteilt**
- **Die Karten werden eingesammelt und systematisiert**

## 4. Projektvorstellung



### 4.5 Interesse geweckt?

- **Weitere Informationen:** <https://www.sozwiss.hhu.de/politischer-konsum>
- **Kontakt:** [politischer-konsum@hhu.de](mailto:politischer-konsum@hhu.de)



Vielen Dank für Ihr Interesse!

- Boulianne, S., Copeland, L., & Koc-Michalska, K. (2022). Digital media and political consumerism in the United States, United Kingdom, and France. *New Media & Society*, 146144482210830. <https://doi.org/10.1177/14614448221083025>
- European Social Survey. <https://www.europeansocialsurvey.org/>
- Forum Fairer Handel e.V. (2023). *Aktuelle Entwicklungen im Fairen Handel*. [https://www.forum-fairer-handel.de/fileadmin/user\\_upload/Dateien/Publikationen\\_FFH/2023\\_Aktuelle-Entwicklungen-im-FH\\_web.pdf](https://www.forum-fairer-handel.de/fileadmin/user_upload/Dateien/Publikationen_FFH/2023_Aktuelle-Entwicklungen-im-FH_web.pdf)
- Kelm, O., & Dohle, M. (2018). Information, communication and political consumerism: How (online) information and (online) communication influence boycotts and buycotts. *New Media & Society*, 20(4), 1523-1542. <https://doi.org/10.1177/1461444817699842>
- Liaukonytė, J., Tuchman, A., & Zhu, X. (2022). Rejoinder: Spilling More Beans on Political Consumerism: It's More of the Same Tune. *Marketing Science*, Article mksc.2022.1411. Advance online publication. <https://doi.org/10.1287/mksc.2022.1411>
- Stolle, D. & Micheletti, M. (2013). *Political consumerism: Global responsibility in action*. Cambridge University Press.
- Strømsnes, K. (2009). Political Consumerism: A Substitute for or Supplement to Conventional Political Participation? *Journal of Civil Society*, 5(3), 303-314. <https://doi.org/10.1080/17448680903351834>
- van Deth, J. W. (2014). A conceptual map of political participation. *Acta Politica*, 49(3), 349-367.
- van Deth, J. W. (2021). What is political participation? In J. W. van Deth (Ed.), *Oxford Research Encyclopedia of Politics*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.68>