

Kaufen oder nicht kaufen?

(B. Gesang und R. Ullrich)

Einleitung

1

Wir leben in einer zunehmend globalisierten und vernetzten Welt - eine Entwicklung, die nicht nur unsere Lebens- und Kommunikationsgewohnheiten, sondern auch unser Konsumverhalten verändert. Betrachten Sie eine alltägliche Einkaufssituation wie das Einkaufen von Lebensmitteln in einem Supermarkt. Aufgrund globaler Wertschöpfungsketten ist eine breite Produktpalette zu erstaunlich günstigen Preisen verfügbar. Der einzelne Verbraucher profitiert zwar von dieser Bequemlichkeit, aber er kennt wahrscheinlich die Nachteile globaler Wertschöpfungsketten wie nicht nachhaltige Produktionspraktiken, Tierquälerei oder Ausbeutung von Arbeitnehmern.

Die Vermeidung derartiger negativer Auswirkungen stellt ein Ziel dar, das vielleicht erreicht werden kann, wenn eine ausreichende Anzahl von Menschen durch Veränderung ihrer Einkaufsgewohnheiten zusammenarbeitet. Die Unternehmen könnten auf Veränderungen der großflächigen Konsumgewohnheiten und Verbraucherpräferenzen reagieren, die durch den Aufstieg der Fair-Trade-Bewegung oder durch erfolgreiche Verbraucherboykotte plausibel gemacht werden können (O'Rourke, 2012). Jeder einzelne Verbraucher kann sich jedoch entscheiden, nichts zu ändern und sich stattdessen auf die Anstrengungen anderer verlassen. Er kann argumentieren, dass es unwahrscheinlich ist, dass Unternehmen ihre Produktion anpassen, weil ein einzelnes Produkt mehr oder weniger verkauft wird, und dass sein Kauf daher keinen Unterschied macht.

Das oben erwähnte Szenario stellt ein sogenanntes Problem kollektiven Handelns (vgl. z.B. Taylor, 1987) oder einen kollektiven Schadensfalls (Nefsky, 2015) dar: **Auf individueller Ebene scheint ein einzelner Akt keinen großen Unterschied zu machen, aber auf**

kollektiver Ebene führen akkumulierte Aktionen zu Schäden für andere - sei es für Menschen oder Tiere.

In diesem Vortrag untersuche ich Probleme kollektiven Handelns im Zusammenhang mit Kaufsituationen. Kann ich mit meinem Kauf einen Unterschied machen, zum Besseren, zum Schlechteren? Bin ich moralisch verpflichtet, auf bestimmte Einkäufe zu verzichten? Die Forschungsfrage F dieses Artikels lässt sich wie folgt artikulieren:

3

F: Wenn in einigen Fällen viele Einkäufe einen Unterschied in Hinsicht auf eine Schädigung von jemanden machen können - kann ein einzelner Kauf in diesen Fällen keinen moralisch relevanten Unterschied beim Verursachen von Schaden bewirken?

„Kann es wahr sein: Wenn eine ausreichend große Gruppe von Menschen etwas kauft, werden die Ergebnisse insgesamt schlecht sein, aber es scheint, dass es keinen Unterschied macht, was eine einzelne Person kauft.“ (Kagan 2011, 107)?

Um F zu studieren, werden wir den Konsequentialismus als normativen Rahmen bezeichnen. Der Konsequentialismus bewertet Handlungen auf der Grundlage ihrer Folgen. Probleme kollektiven Handelns, wie sie in F beschrieben sind, stellen eine grundlegende Herausforderung für die Logik des Konsequentialismus dar. Wenn eine einzelne Handlung keine negativen Folgen oder gar keine Konsequenzen hat, kann der Konsequentialismus die von Shelly Kagan dargestellte Handlung nicht moralisch verurteilen: "Denn wenn es tatsächlich Fälle gibt, die diese Art von Struktur haben (...), dann scheint der Konsequentialismus auch in seinem eigenen bevorzugten Terrain zu scheitern, wo es um Konsequenzen geht (...). Intuitiv (...) sind die fraglichen Handlungen wegen der Ergebnisse zu verurteilen, die sich daraus ergeben, dass sie von jedermann ausgeführt werden. (...) Trotzdem scheint es, als ob der Konsequentialist einfach nicht in der Lage ist, die entsprechenden Taten zu verurteilen (...) Das Problem ist im Grunde genommen folgendes: Der Konsequentialismus verurteilt meine Tat nur dann, wenn meine Tat einen Unterschied macht. Aber in der Art von Fällen, die wir uns vorstellen, spielt meine

Handlung keine Rolle.“ (Kagan 2011, 107) In diesem Vortrag will ich die Forschungsfrage F mit der positiven Antwort konfrontieren, die Kagan ihr unten gibt. Dieser will allein aufgrund einer Erwartungsnutzenanalyse (EUA) die Relevanz eines Einzelkaufes belegen. Wir rekonstruieren diese Argumentation und wenden sie sodann auf das von Kagan gegebene Beispiel des Fleischmarktes an, den wir auf seine besonderen Bedingungen - insbesondere im Rahmen der Europäischen Union (EU) untersuchen. Als Fazit halten wir fest, dass der EU-Fleischmarkt ein durch politische Eingriffe zugunsten der Produzenten gekennzeichnete Markt ist, auf dem Kagans Argumentation, die letztlich vom Ideal eines Ausgleiches von Angebot und Nachfrage abhängt, nicht pauschal anwendbar ist.

5

Der LÖSUNgsansatz von Kagan

Der Philosoph Shelly Kagan hat vor kurzem eine Tradition wieder aufgegriffen, die darauf abzielt, eine Lösung für das oben erwähnte Problem von Konsequentialismus und kollektivem Handeln zu finden. In seinem Artikel "Mache ich einen Unterschied?" argumentiert er,

dass alle kollektiven Handlungsprobleme einen (oder mehrere) Schwellenwert(e) beinhalten. Vor Erreichen der Schwelle können mehrere Einzelhandlungen erfolgen, ohne dass ein Schaden entsteht. Sobald die Schwelle erreicht ist, löst eine einzige zusätzliche Aktion das schädliche Ergebnis aus. Es stimmt also, dass, während "die meisten Akte keinen Unterschied machen, [...] ein einzelner Akt einen großen Unterschied macht" (Kagan, 2011, S. 118). Kagan bezeichnet diese Fälle als Schwellenwert Fälle.

- 6 Um einen solchen Fall bei der täglichen Konsumententscheidung zu veranschaulichen, verwendet Kagan das Beispiel des Kaufs eines Hähnchens. Er geht davon aus, dass Hühner auf einer Hühnerfarm aufgezogen und geschlachtet werden, bevor sie an die Fleischereitheke eines Supermarktes geliefert werden. Auf den ersten Blick scheint der individuelle Hühnerkauf keinen Unterschied zu machen. Das Huhn ist bereits tot, wenn es im Supermarkt ankommt, und so ist der Schaden bereits entstanden und kann nicht auf den Akt des Einkaufs zurückgeführt werden. Dennoch könnte ein einziger Hühnerkauf die Bestellung (und damit den Tod) neuer Hühner

auslösen. In Kagans Szenario bestellt der Supermarkt nicht für jedes verkaufte Huhn ein neues Huhn. Stattdessen wird in festen Zyklen bestellt: Sobald T-Hühner verkauft sind, werden T-Hühner nachbestellt.

Die Hühnerfarm reagiert auf die Bestellung des Supermarktes, d.h. sie tötet die entsprechende Anzahl Hühner und brütet T neue Eier aus. Das Szenario ähnelt einem Schwellenwert Fall, in dem jeder T-te Kauf einen Schwellenwert darstellt. Wenn z.B. T gleich 25 ist, dann löst der 25., 50., 75. usw. Hühnerkauf den Tod von 25 Hühnern aus.

Für seine Analyse konzentriert sich Kagan auf die Kohortengröße, d.h. die Anzahl der Menschen, die an einem bestimmten Tag in einem bestimmten Geschäft Hühner kaufen (Annahme: 1 Huhn pro Person). Dabei lassen sich zwei Szenarien unterscheiden:

I) Die Kohortengröße ist gleich T (oder ein Vielfaches von T).

Wenn genau T (oder 2T, 3T usw.) Hühner verkauft wurden, kann jeder Hühnerkauf direkt mit dem Schaden verbunden werden, der mit dem

Tod der Hühner verbunden ist. Wenn ein Kunde nicht gekauft hätte, wäre die Schwelle von T nicht erreicht worden, und somit wären keine zusätzlichen T-Hühner bestellt und getötet worden. Da dies für jeden einzelnen Verbraucher gilt, kann man daraus schließen, dass jeder Kauf einen moralisch relevanten Unterschied macht.

II) Die Kohortengröße ist ungleich T (oder eines Vielfachen von T).

In diesem Szenario kann der individuelle Kauf nicht mehr mit dem Tod der Hühner in Verbindung gebracht werden. Selbst wenn ein einzelner Verbraucher auf seinen Kauf verzichtet hätte, wäre immer noch die gleiche Anzahl von Hühnern bestellt und getötet worden.

Der einzelne Konsument kennt die Größe seiner Kohorte nicht und hat daher keine Ahnung, ob er mit Szenario I oder II konfrontiert ist. Um diesem Problem Rechnung zu tragen, verwendet Kagan das Konzept des Erwartungsnutzens (EUA). Die EUA ist die Summe der Nutzenwerte der Ergebnisse einer Handlung multipliziert mit den jeweiligen Wahrscheinlichkeiten, dass diese Ergebnisse real werden (Briggs, 2016):

$$\text{EUA} = \sum [\text{Utility (Outcome}_i\text{)} * \text{Probability}_i]$$

In Bezug auf das Beispiel des Hühnerkaufs besteht der (positive) Nutzen, der mit dem Kauf verbunden ist, in dem Vergnügen, das sich aus dem Verzehr des Huhnes ableiten lässt. Der Tod des Hähnchens stellt eine Disutilität dar, die ebenfalls in Betracht gezogen werden muss.

EUA one chicken: Expected Pleasure (EP) + Expected Harm (EH)

9 Kagan geht davon aus, dass der Schaden, der durch die Tötung des Huhns entsteht, größer ist als der Genuss, der durch seinen Verzehr entsteht. Nachdem diese Annahmen getroffen wurden, kann die EUA für den Kauf eines Hähnchens nun wie folgt berechnet werden:

Relation EUA- Purchase (REUA): EP EH

Der Schaden, der mit dem Kauf im Supermarkt verbunden ist, hängt von der Größe der Kohorte ab, zu der der Verbraucher gehört. Wenn die Kohortengröße gleich (ein Vielfaches von) T (Szenario I) ist, ist der Kauf mit dem Tod weiterer T-Hühner verbunden. Ist dies nicht der Fall (Szenario II), kann dem Kauf kein Schaden zugeschrieben werden.

Während erstere relativ unwahrscheinlich ist (korrespondierende Wahrscheinlichkeit $1/T$), ist letztere bei weitem das wahrscheinlichere Szenario (korrespondierende Wahrscheinlichkeit $(T-1)/T$). Beide Szenarien müssen bei der Berechnung von EH berücksichtigt werden. Wie in der Berechnung angedeutet, stellt sich heraus, dass EH aus genau einem toten Huhn besteht.

10

$$\begin{aligned} EH_{\text{Purchase}} &= \frac{1}{T} * T \text{ (dead chicken)} + \frac{T-1}{T} * 0 \text{ (dead chicken)} \\ &= \frac{1}{T} * T \text{ (dead chicken)} \\ &= 1 \text{ (dead chicken)} \end{aligned}$$

In einem letzten Schritt kann EP mit EH verrechnet werden. Da das Vergnügen, das Huhn zu verzehren, nicht größer ist als der Schaden, der durch die Tötung entsteht (per annahme REUA), wird die EUA mit Sicherheit negativ sein.

$$EUAPurchase = EPPurchase + EHPurchase \mid (\text{gegeben } EPPurchase < EHPurchase)$$

EUAP-Kauf < 0

Der Konsequentialismus verurteilt Handlungen mit einer negativen EUA, so dass Kagan zu dem Schluss kommt, dass der Verzicht auf den Kauf des Huhns die überlegene Alternative darstellt.

Alles in allem gibt Kagan eine positive Antwort auf F: Alle Probleme, die sich aus kollektiven Kaufmustern ergeben, beinhalten eine Schwelle, die mit einem einzigen Kauf überschritten werden kann. Das Überschreiten der Schwelle führt zur Produktion zusätzlicher Produkte (Hühner, Sweatshirts etc.) und damit zur Entstehung zusätzlichen Leids. Auch wenn der Verbraucher nicht weiß, ob sein bestimmter Kauf tatsächlich eine neue Produktion auslöst (oder genauer: ob er zu einer Kohorte der entsprechenden Größe gehört), weiß er, dass er das könnte. Insgesamt ist es die Möglichkeit, Schaden anzurichten, die zu einem negativen EUA führt und damit den Kauf moralisch inakzeptabel macht.

Die SYMMETRY-These

Nach Kagans Argument löst der T-th-Kauf die Bestellung (und damit die Produktion) weiterer T-Produkte aus. Für jeden einzelnen Kunden beträgt die Wahrscheinlichkeit, den Schwellenwert zu überschreiten, $1/T$, während der maximale Schaden, der durch die auslösende Aktion verursacht wird, genau T ist. Wenn T z.B. 10 ist, hat jeder Einzelne eine Chance von $1/10$, für den Tod von 10 weiteren Hühnern verantwortlich zu sein. Wenn T gleich 1.000 ist, ist die Chance, Schaden zu bewirken, $1/1.000$ und der damit verbundene Schaden würde in dem Tod von 1.000 zusätzlichen Hühnern bestehen. Beachten Sie, dass die Wahrscheinlichkeit, den Schwellenwert zu überschreiten, kleiner wird, wenn T größer wird, während der Schaden, der mit der auslösenden Aktion verbunden ist, größer wird. Die Wahrscheinlichkeit, dass der Auslöser ausgelöst wird, verhält sich für jede einzelne Aktion umgekehrt proportional zum Schaden, der durch diese Aktion möglicherweise verursacht werden kann (Matheny, 2002). Diese Beziehung ist ein wesentliches Merkmal von Kagans Argument und wird auch als "Symmetrie-These" bezeichnet (Gesang, 2017, S. 6). Die

Symmetrie-These hat einen wesentlichen Einfluss auf die EUA-Berechnung: Aufgrund des Verhältnisses zwischen der auslösenden Zahl und dem verursachten Schaden hebt sich T in der Berechnung auf (wie es sowohl im Zähler als auch im Nenner erscheint) und somit bleibt die EUA konstant, unabhängig vom tatsächlichen Wert von T.

	Probability of triggering $\frac{1}{T}$	Harm T
$T = 1$	$\frac{1}{1} = 1$	1
$T = 10$	$\frac{1}{10} = 0.1 = 10\%$	10
$T = 100$	$\frac{1}{100} = 0.01 = 1\%$	100
$T = 1,000$	$\frac{1}{1,000} = 0.001 = 0.1\%$	1,000
$T = 10,000$	$\frac{1}{10,000} = 0.0001 = 0.01\%$	10,000
$T \uparrow$	probability \downarrow	harm \uparrow

As T increases [decreases], the probability of hitting the trigger decreases [increases]. The harm associated with the triggering action, however, increases [decreases].

Mit zunehmendem T-Wert nimmt die Wahrscheinlichkeit, den Auslöser zu treffen, ab. Der Schaden, der mit der auslösenden Aktion verbunden ist, nimmt jedoch zu.

Warum die Symmetriethese falsch sein könnte

Eine Kritik an der Symmetrie-These wird von Julia Nefsky geäußert: "Es gibt keine Garantie dafür, dass der erwartete Nutzen in jedem auslösenden Fall negativ ausfällt. Ob es das tut oder nicht, hängt von den Wahrscheinlichkeiten und von der Güte und Schlechtigkeit der relevanten Konsequenzen ab." Anderenorts habe ich zu zeigen versucht, dass die Symmetrie-These im Kontext der Klimaethik versagt (Gesang 2017).

14

Es wird offensichtlich, dass wir einen genaueren Blick darauf werfen müssen, wie Kagan die Symmetrie verteidigt, um in der Realität zu bestehen. **Kagan begründet seine Symmetrieannahme mit dem Hinweis auf die Beziehung von Angebot und Nachfrage.** In Bezug auf sein Beispiel hebt er hervor, dass der Metzger "seine Bestellung an die Nachfrage anpasst". (Kagan 2011, S. 124). Außerdem will der Metzger "weder hinter der Nachfrage zurückbleiben, noch mit einer größeren Anzahl unverkaufter verrottender Hühner enden". (Kagan 2011, S. 142). Kagan kommt daher zu dem Schluss, dass "die Anzahl der

Hühner, die der Metzger bestellt, mehr oder weniger die gleiche ist wie die Anzahl der Käufe, die erforderlich sind, bevor eine neue Bestellung ausgelöst wird" (Kagan 2011, S. 124). Oder anders ausgedrückt: Das Angebot wird mehr oder weniger der Nachfrage entsprechen.

In seiner Argumentation bezieht sich Kagan nicht auf ökonomische Konzepte, sondern stellt sein Szenario mit "vermutlich funktioniert es etwa so [...]" vor (Kagan 2011, S. 122). Für uns ist dieses Verfahren
15 nicht überzeugend, da ein solides Fundament fehlt. Im Folgenden wollen wir daher neue Perspektiven entwerfen und Kagans Szenario aus ökonomischer Sicht analysieren.

Angebot und Nachfrage

In der Wirtschaftstheorie sind Angebot und Nachfrage die wichtigsten Marktkräfte einer Marktwirtschaft. Das Verhältnis von Angebot und Nachfrage bestimmt die Preise in der Wirtschaft und damit letztlich die Ressourcenallokation. Wenn das Angebot größer ist als die Nachfrage (und umgekehrt), besteht ein Druck auf den Preis, sich zu ändern.

Nehmen wir zum Beispiel an, dass die Nachfrage nach einem Produkt plötzlich sinkt. Das Angebot wird dann größer sein als die Nachfrage und der Preis des Produkts wird ebenfalls sinken. Bei einem niedrigeren Preis werden mehr Menschen bereit sein, das Produkt zu kaufen, d.h. die Nachfrage steigt wieder an. Irgendwann wird es einen Preis geben, der Angebot und Nachfrage ausgleicht, eine Situation, die gemeinhin als Marktgleichgewicht bezeichnet wird (Mankiw & Taylor, 2014).

- 16 Kann man auf der Grundlage des Gesetzes von Angebot und Nachfrage davon ausgehen, dass Unternehmen ihr Angebot automatisch anpassen, wenn sich die Nachfrage ändert? Nicht unbedingt. Zunächst einmal müssen wir einen Zeitrahmen eingrenzen, der in unserer Analyse berücksichtigt werden soll. Die Frage, ob und wie sich die individuelle Nachfrage auf das Angebot auswirkt, ist eine Frage der Zeit. In der Wirtschaftstheorie lassen sich zwei verschiedene konzeptionelle Zeiträume unterscheiden: die kurze und die lange Frist. Die Unterscheidung zwischen den verschiedenen Zeiträumen hat direkte Relevanz für die Entscheidungen eines Produzenten: Kurzfristig

sind einige Produktionsfaktoren fixiert und können daher nicht verändert werden (Mankiw & Taylor, 2014). So ist z.B. die Kapazität einer Produktionsanlage fixiert und kann nicht von einem Tag auf den anderen erhöht werden. Folglich kann ein Unternehmen, wenn es einen Nachfrageanstieg feststellt, gleichwohl kurzfristig nicht in der Lage sein, seine Produktion entsprechend zu erhöhen. Auch bei einem Nachfragerückgang könnte das Unternehmen nicht sofort in der Lage sein, die Produktion zu drosseln. Langfristig können alle Produktionsfaktoren verändert werden (Mankiw & Taylor, 2014).

17

Dadurch ist ein Unternehmen langfristig flexibler in seinen angebotsbezogenen Entscheidungen. So könnte sie beispielsweise beschließen, ein neues Werk als Folge der gestiegenen Nachfrage zu eröffnen oder als Reaktion auf einen Nachfragerückgang nach geografisch neuen Märkten zu suchen. In Bezug auf unsere Leitfrage F ist es daher wichtig, den fraglichen Zeitrahmen zu spezifizieren. **Eine Änderung der Nachfrage dürfte sich zwar kurzfristig nicht auf das Produktionsniveau auswirken, langfristig aber durchaus möglich sein.**

Der Fleischmarkt und die Politik

Um die langfristigen Einflüsse in Kagans Beispiel abzuschätzen, müssen wir die Tatsache berücksichtigen, dass die von Kagan gewählte Industrie (Fleischindustrie) eine sehr spezifische ist. **Fleisch ist ein landwirtschaftliches Erzeugnis und unterliegt als solches einer Vielzahl von politischen Regeln und Regulierungen.** F1 Hier unterscheiden sich die verschiedenen Fleischmärkte. Wir nehmen im Folgenden den EU-Markt in den Blick, während Kagan wahrscheinlich eher den US-Markt thematisiert hätte, würde er seiner Argumentation solche empirischen Bezüge geben. Die besondere staatliche Einflussnahme auf den EU-Fleischmarkt wird in der Literatur seit langem betont.

Inbesondere in der Vergangenheit wurde die Fleischproduktion systematisch subventioniert, mit bis zu 15 Milliarden Euro jährlich in den 1980 Jahren. Seit 2014 sind die direkten Subventionen für die Produktion größerer Fleischmengen in Europa mit Ausnahmen in Frankreich, Österreich und Dänemark abgeschafft. Zwar gibt es noch

diverse staatliche Hilfen (z.B. in Deutschland die Mehrwertsteuerreduktion für Fleisch), diese sind aber aktuell nicht übermäßig.

Der entscheidende Punkt beim Thema Subventionen ist nun aber folgender: Sie wurden „abgeschafft“, da die Fleischindustrie sie gerade nicht mehr brauchte, und wenn sich das wieder ändert, besteht die Möglichkeit, sie jederzeit wieder einzuführen. F1 Damit drohte EU-Landwirtschaftskommissar Ciolos bereits. Die Subventionen werden also gerade nicht angewendet, sind aber eher ausgesetzt als abgeschafft.

Diese produzentenfreundliche Grundhaltung bringt auch die offizielle Definition der Landwirtschaftspolitik der EU insgesamt zum Ausdruck:

Die Europäische Union verfügt über eine so genannte Gemeinsame Agrarpolitik (GAP), die die Versorgung mit Agrarprodukten steuert und regelt. Ziel der GAP ist es, "einen angemessenen Lebensstandard für die Landwirte zu gewährleisten und gleichzeitig Anforderungen an Tiergesundheit und Tierschutz, Umweltschutz und Lebensmittelsicherheit zu stellen" (Europäische Kommission, 2017).

In Bezug auf unsere Forschungsfrage F ist die GAP ein relevanter Faktor, der in unserer Analyse berücksichtigt werden muss. **Die Lenkungskraft der GAP verändert die Spielregeln und beeinflusst wesentlich die produktionsbezogenen Entscheidungen der Landwirte F1** (z.B. was / wie / wie / und wie viel zu produzieren).

Unter der Fleischindustrie hat die Politik ein Auffangnetz gespannt, das unsensibel für Nachfrageschwankungen machen kann F2!!: Die Politik wird die Produzenten in Krisenzeiten wahrscheinlich auffangen.

~~As a matter of fact, the subsidies implemented by the CAP provide a financial incentive to produce meat.~~ Ob dieser Einfluss lang-oder kurzfristig ist, entscheidet sich daran, wie lange diese bestimmte politischen "Marktverzerrungen" aufrecht erhalten werden. Diese Verzerrungen sind schon geraume Zeit existent und ihr Wegfall ist nicht wahrscheinlich, solange Lobbyismus die Agrarpolitik mitbestimmt. Solange diese Verzerrungen gegeben sind, muss findet ~~jedenfalls ganz gezielt~~ kein Ausgleich von Angebot und Nachfrage stattfinden, der nötig wäre, um kleinen Nachfrageschwankungen, wie

sie von individuellen Kaufhandlungen ausgehen, Einfluss zu verschaffen.

Korrelationen zwischen Angebot und Nachfrage aufzustellen, die dies missachten, ist daher falsch. So gibt es die These von Norwood und Lusk, dass durch jeden Verzicht auf ein Ei die Gesamtproduktion um 0.91 Eier fallen wird. Beim Verzicht auf ein Kilo Rindfleisch um 0,68 kilo usw. (Norwood, Lusk 2011, 223) Das Absinken der Produktion um eine ganze Einheit bei einem ebensolchen Verkauf wird nicht angenommen und allein über Nachfrage und Preiseffekte erklärt. Dabei wird jedoch nur das Verhältnis von Angebot, Lagerbeständen, Nachfrage und Preis beachtet. Der Staat oder Staatenverbünde als einen Nachfragemangel ausgleichende Instanzen fehlen wie bei Kagan.

Sicherlich ist damit die Relevanz der Nachfrage nicht nivelliert. Sie wird weiterhin eine wichtige Rolle auf den Fleischmärkten spielen. Sie bestimmt auch mit, welche gesetzlichen Regeln aufrechterhalten werden. Wenn die Nachfrage wirklich einbricht und der Staat diesen Einbruch ausgleicht, wird dies umso teurer, je größer der Nachfragerückgang ist, was zur Verringerung des Ausgleichs und

letztlich zur Verringerung der Produktion führen könnte. Allerdings muss man dazu erforschen, wie machtpolitische Kämpfe in der Agrarindustrie ablaufen. Eine Möglichkeit wäre: Es gibt die Partei A die ihre Produzenten schützen will, ganz gleich was es kostet. Und es gibt die Partei B die diese Subventionen einstellen will, egal wie hoch eventuelle Nachfrageeinbrüche sind. Wer sich durchsetzt hängt nicht von Nachfragedaten, sondern von Machtpolitik ab, für die Schwellenwerte keine Rolle spielen. Aber es könnte auch anders verlaufen, so dass aktuelle Nachfragezahlen wichtige Argumente sind. Das alles kann man nicht wissen *und erst recht nicht in Form einer Erwartungsnutzenanalyse kalkulieren.*

Um gezielt zu entscheiden und F zu beantworten, ist also empirisch zu evaluieren, wie groß der Einfluss der Nachfrage auf ein konkretes Produkt und wie stark die Lobby, die dieses Produkt schützt, ist. F2

Ob die Reaktion beim Produzenten so „feinkörnig“ ausfällt, dass jeder einzelne Kauf zählt, zumindest als einer, der *möglicherweise* (gegeben die je aktuellen politischen Konstellationen) einen Schwellenwert über- oder unterschreitet, ist jeweils zu überprüfen. Angesichts der

Tatsache, dass derart komplexe, auf viele Akteure zurückgehende Mechanismen im Spiel sind, ist die Prognose nicht selbstverständlich, ja manchmal unwahrscheinlich, dass ein einzelner Kauf eine Wirkung haben *kann*. **Kagans apriorische Ausblendung der Marktspezifika ist jedenfalls zu hinterfragen, das ist mein Hauptergebnis F2** Jedes Produkt hat unterschiedliche Dimensionen und ist gesondert auf seine Nachfragelastizität zu untersuchen. Nehmen wir Hühnerbrüste und Hühnerschenkel.

- 23 Tatsache ist, dass bestimmte Fleischexporte aus der EU stetig wachsen. 2012 wurden für rund zwei Milliarden Euro Hühnerfleisch exportiert. Fleisch, das nicht innerhalb der EU verkauft werden kann (das gilt für Hühnerschenkel, anders als für Hühnerbrüste), wird in Afrika zu wesentlich niedrigeren Preisen angeboten. Die preisgünstigen Fleischimporte aus Europa drücken die Preise nach unten und drängen damit die lokalen Produzenten aus dem Markt (Obert, 2014). Bislang ist es keinem Entwicklungsland gelungen, ein Verbot solcher Dumpingpraktiken durch die Welthandelsorganisation erfolgreich durchzusetzen (Benning et al., 2014).

Daraus folgt, dass nicht jeder einzelne Fleischkauf tatsächlich Auswirkungen auf die Zahl der insgesamt aufgezogenen und getöteten Tiere hat. Man muss das Zusammenspiel von GAP, den GAP installierenden Kräften, Produktart und Märkte genau analysieren. Oft gilt: Wenn ich nicht kaufe, wird es sicher jemand anderes (in Afrika?) tun. Anstatt die Zahl der Zuchthühner zu reduzieren, könnte mein Verzicht auf den Kauf nur dazu führen, dass mehr Hühner zu Dumpingpreisen in Afrika angeboten werden. Berücksichtigt man die mit dieser Praxis verbundenen Schäden, wie z.B. die mit dem Transport verbundenen Treibhausgasemissionen oder die Arbeitslosigkeit und Verarmung der lokalen Hühnerproduzenten, so könnten die Folgen, wenn man einen Hühnerschenkel kauft, schlimmer sein als beim Kauf eines Hühnerschenkels.

In der Philosophie lässt sich das oben erwähnte Szenario am besten als Fall von Überbestimmung beschreiben. In solchen Szenarien der Überbestimmung ist "das Ergebnis gleich, unabhängig davon, was ein Individuum tut oder nicht tut" (Killoren & Williams, 2013, S. 295). Oder anders ausgedrückt:

F3 Wechsel:

“ÜB (Effekte von A1): Bei einer Einzelaktion A1 kann es eine Menge S von Einzelaktionen {A2...An} geben, wobei jedes Element von S die gleichen Effekte wie A1 hervorrufen kann. Wenn es Instantiierungen von Elementen von S gibt, dann ist die Wirkung von A1 überbestimmt. (Gesang 2017)

25 Kagans Methode zur Vermeidung von Problemen im Falle von Überbestimmung funktioniert dort nicht, wo die Symmetrie-These nicht standhält. Damit ist der Weg frei für die Empirie, die auf vielfältige Weise in Kagans apriorischen Turmbau zu Babel einschlägt.

FAZIT

Kagans Argument ist überzeugend, wenn (und nur wenn) wir es mit einem Markt zu tun haben, in dem sich Angebot und Nachfrage ausgleichen. Unter diesen Umständen wird seine Symmetrieannahme so erfüllt, dass sich der EU eines Einzelkaufs als positiv erweist und somit durch den Konsequentialismus verurteilt werden kann. Ich will zeigen, dass in anderen Marktkonstellationen Kagans

Argumentationslinie versagt, so dass es möglich ist, dass man F eine negative Antwort geben muss. Regeln und Vorschriften, die durch staatliche Eingriffe auferlegt werden, können die Anreizstruktur in einer Marktwirtschaft verändern. In Bezug auf die Fleischindustrie sind staatliche Eingriffe (wenigstens im EU-Markt) durchaus üblich, um Arbeitsplätze zu sichern, Lebensmittelsicherheit und erschwingliche Preise zu garantieren. Die Vorschriften und Verordnungen, die z.B. durch die GAP auferlegt werden, haben erhebliche Auswirkungen auf die Fleischversorgung. Infolgedessen ist das Angebot möglicherweise nicht symmetrisch zur Nachfrage.

(Wechsel F)

Ein einzelner Fleischkauf ist daher mitunter wahrscheinlich überdeterminiert und macht daher keinen Unterschied in Bezug auf die Gesamtmenge des erzeugten und verkauften Fleisches.

Ausblick:

In einer letzten Bemerkung soll noch ein kurzer Ausblick auf bewusstes Konsumverhalten als Motor wirtschaftlicher Veränderung geworfen werden. Als Konsequenz dieser Arbeit könnte man meinen, es sei unendlich schwierig hier die richtigen Entscheidungen zu treffen, so dass man sich lieber erst gar nicht engagiert. Dieser Schluss ist ein Fehlschluss.

27 (Wechsel F)

In der Tat ist es schwierig, zu entscheiden, ob und wann ein Einzelkauf die Welt verbessert. Diesen Effekt erreicht man oft wirksamer, wenn man *zertifizierten Wohltätigkeitsorganisationen das Geld spendet*, das man für bewussten Konsum alternativer **Produkte einsetzen könnte.** Auch dabei muss man sich informieren, jedoch ist das vergleichsweise einfach (MacAskill 2016).

Aber kann man sicher sein, dass Spenden wirklich ihr Ziel erreichen? Dies wird von Zertifizierungsorganisationen wie „giving what we can“

untersucht. Aber sie erfassen nur kurzfristige Hilfe, bei langfristigen auf Nachhaltigkeit zielenden Strategien kommt jede Prognose an Grenzen, allein schon aufgrund fehlender Daten. Daher gibt es Risiken, ob die Ziele, die man mit Spenden erhoffen kann, erreicht werden. **So ist es vielleicht nicht ungeschickt Risiko zu streuen und wie in der Finanzwirtschaft ein Portfolio aus diversen Strategien zu entwickeln.**

Wenn ein Pferd scheitert, wird das andere vielleicht durchs Ziel laufen.

28 Eine Bedingung für solche Portfolios, die wir aus der Finanzwirtschaft kennen, ist hier erfüllt. So sind die Optionen Spenden und ethischer Konsum nicht korreliert (Laux Entscheidungstheorie). Weitere effektive Bedingungen scheint es nicht zu geben, denn wie der Mannheimer Finanzwirtschaftler m. Weber festgestellt hat, sind komplizierte Anlagestrategien hier nicht wirksamer als Alltagsintuitionen. Konsumentenethik kann man als alternative Risikooption ergänzend zum Spenden verfolgen.

Zudem kann man einige einfache Maximen auffinden, die *Doppeleffekte* versprechen. So kann man z.B. die eigene Gesundheit in den Vordergrund stellen. Der Konsum von „rotem“ Fleisch ist laut

WHO gesundheitsschädlich. Ebenso sind die in der konventionellen Tierhaltung eingesetzten Antibiotika sehr bedenklich. Folglich wäre weniger Fleischkonsum sicher ratsam und Biofleisch dürfte gesünder als konventionell erzeugtes Fleisch sein. Also würde weniger und wenn Biofleisch essen aus gesundheitlichen Gründen vorteilhaft sein und dass eine geringer Fleischproduktion ökologisch sinnvoll ist, während Biofleisch dem Konventionellen tierethisch überlegen ist, ist zudem unstrittig. Wenn also die eigene Nachfrage einen Effekt machen sollte, wäre er hier erwünscht. Wenn nicht wäre eine Verhaltensumstellung jedenfalls gesund.

Schokolade wird oft unter menschenverachtenden Bedingungen produziert (Schwartz). Statt sich damit auseinanderzusetzen, welche Sorte nun welchen Standards genügt, könnte man einfach weniger davon konsumieren. Das würde den ebenfalls sehr gesundheitsschädlichen Zuckerkonsum reduzieren und Geld sparen.

In der Nachhaltigkeitsforschung ist seit langem bekannt, dass das Wegwerfen älterer Geräte und die Ersetzung durch Neugeräte ökologisch unsinnig ist, selbst wenn die neuen Geräte etwas effizienter

sind (Paech). Zudem ist es oft billiger, z.B. ein repariertes Secondhand Handy zu kaufen, als alle zwei Jahre ein neues. So gibt es einige Strategien die Geldbeutel und Gesundheit schonen und zudem das Potenzial haben, in der Welt etwas zu verbessern. Solche Strategien gilt es ausfindig zu machen, um ohne viel Informationsaufwand sinnvoll den eigenen Konsum zu gestalten.

Zudem könnte man sich vorstellen, dass nach vorher festgelegten und die wesentlichen Problembereiche (insbesondere Menschenrechtsverletzungen und mangelnde Nachhaltigkeit) erfassenden ethischen Standards (vgl. Gesang 2016) Produkte entweder von Behörden oder von privaten Unternehmen zertifiziert werden, was dem Verbraucher die Qual der Information nimmt.