

Stefan Wahlen

Vom Bedürfnis zur Resonanz: ein soziologisch-ideengeschichtlicher Exkurs

Bedürfnisse und Bedarfsbereiche in verschiedenen Konsumfeldern nehmen in der Ernährungs- und Verbraucherbildung eine zentrale Rolle ein. Die Konzeptualisierung von Konsum wird in diesem Beitrag ideengeschichtlich reflektiert, um den individualistischen Bedürfnisbegriff kritisch zu hinterfragen und mit dem Resonanzbegriff eine mögliche soziologische Alternative vorzustellen.

Schlüsselwörter: Bedürfnis, Resonanz, Konsum, Ernährung, Soziologie

From needs to resonance: a sociological and historical excursion

Needs and areas of need in various consumption fields play a central role in nutrition and consumer education. In this contribution, the conceptualization of consumption is reflected in terms of the history of ideas to critically question the individualistic concept of need and to present a possible sociological alternative with the concept of resonance.

Keywords: needs, resonance, consumption, nutrition, sociology

1 Einführung

Die theoretische Konzeptualisierung der *Bedürfnisse* und des *Bedarfs* spielen in der Ernährungs- und Verbraucherbildung eine nicht unerhebliche Rolle. Zentral stehen in der Verbraucherbildung die unterschiedlichsten Konsumfelder, wie zum Beispiel Essen und Trinken, Mobilität und Verkehr oder auch Freizeit und Kultur. Diese Konsumfelder leiten sich aus der Befriedigung individueller und sozialer Bedürfnisse her. Die Verbraucherbildung zieht dabei die Haushaltswissenschaften und die Wirtschaftswissenschaften als fachwissenschaftliche Grunddisziplinen und Ausgangspunkte heran (Schlegel-Matthies, 2004, Häußler, 2015). Schon in der frühen Haushaltswissenschaft stellt der Bedarfsbegriff eine grundlegende Analyseeinheit dar. Die oft als maßgebliche herangezogene Definition des Haushalts geht auf Erich Egner (1976) zurück. Dieser definiert den Haushalt in seiner volkswirtschaftlichen Gestalt als „*die Einheit der auf Sicherung der gemeinsamen Bedarfsdeckung einer Menschengruppe im Rahmen eines sozialen Gebildes gerichteten Verfügungen*“ (Egner, 1976, S. 34). Dabei grenzt er in volkswirtschaftlichem Gusto die Hauswirtschaften von Betriebs- bzw. Produktionswirtschaften ab.

In der durch die Wirtschaftswissenschaften geprägten Haushaltswissenschaft nimmt die *Bedarfsdeckung* daher einen zentralen Stellenwert ein, welche dann auch ihren Einzug in die Ernährungs- und Verbraucherbildung findet. Die individualistische und an ökonomischen Denkansätzen orientierte Konzeptualisierung der Bedarfsdeckung wird jedoch selten reflektiert und in Frage gestellt. Hier möchte dieser Beitrag verschiedene Ansätze bieten, um durch die Erläuterung der historischen Entwicklung der Konsumforschung den Bedürfnisbegriff besser zu verstehen. Darüber hinaus möchte der Beitrag mit dem soziologischen Resonanzbegriff eine mögliche Alternative aufzeigen und Impulse für eine Weiterentwicklung der Ernährungs- und Verbraucherbildung anbieten. Der Beitrag setzt sich kritisch mit den individualistisch geprägten wirtschaftswissenschaftlichen bzw. psychologisch orientierten Konzepten von Bedürfnissen und Bedarf auseinander. Eine Kritik der ökonomischen Betrachtungsweise fußt auf sozialwissenschaftlichen Ansätzen, deren historische Entwicklungen und zeitgenössischer Ausprägungen. Zunächst soll kurz erläutert werden, was unter Bedürfnis und Bedarf verstanden werden kann, um sodann vier verschiedene Wellen sozialwissenschaftlicher Ansätze der Konsumforschung zu skizzieren.

Auf diese historischen Überlegungen aufbauend, soll dann im soziologischen *Resonanzbegriff* eine mögliche Alternative zu bedürfnistheoretischen Ansätzen geliefert werden, um die Beziehung von Subjekten und der Welt im Lichte eines „guten Lebens“ zu betrachten. Im dritten Abschnitt wird der soziologische Ansatz der Resonanz als Weltbeziehung näher betrachtet. Dieser Ansatz hat in den letzten Jahren großes Interesse gefunden. Resonanz ist in zweierlei Hinsicht interessant für die Ernährungs- und Verbraucherbildung: Zum einen könnte Resonanz eine nicht unerhebliche Alternative zum Bedürfnis- und Bedarfsdenken der individualistischen Ansätze darstellen. Zum zweiten ist der Begriff interessant, da im Rahmen einer Resonanzpädagogik bereits erste Schritte gemacht wurden, den Begriff auch für den schulischen Unterricht handhabbar zu machen (siehe Rosa & Endres, 2016). Dies kann in der Kürze leider nur eher cursorisch geschehen und erfolgt in Teilen auch holzschnittartig. Daher soll dieser Beitrag eher als Impuls und Einladung betrachtet werden und zu weiterem Austausch und Diskussion anregen.

2 Konsumforschung und Bedürfnisse – eine kurze Ideengeschichte

Wie schon in der Einführung verdeutlicht wurde, unterscheidet die allgemeine Wirtschaftswissenschaft – im Zusammenhang mit anderen individualistisch orientierten Wissenschaften wie der Psychologie – zwischen Bedürfnissen und Bedarf. Die Bedürfnisse des Menschen werden in diesen individualistisch orientierten Ansätzen als ein entstandener Mangel aufgefasst, zum Beispiel hat ein Mangel an Nahrungsaufnahme zur Folge, dass ein Bedürfnis entsteht, welches landläufig als Hunger be-