

Nachhaltiger Konsum

Einleitung

Konsum, d.h. der Kauf von Waren und Dienstleistungen, ist eine Voraussetzung für das Funktionieren unseres Wirtschaft und Finanzen|Wirtschaftskreislaufes]] bei dem immer wieder (neue) Interessen, Bedürfnisse und Wünsche beim Konsumenten geweckt werden müssen. Individuelle Konsumententscheidungen sind demnach für die Umsetzung einer nachhaltigen Entwicklung von entscheidender Bedeutung. Mit jedem Kauf eines Produktes oder einer Dienstleistung entscheidet der Konsument, in welchem Maße Stoffströme und Energie für die Befriedigung seines Konsumwunsches benötigt werden. Eine Nachhaltige Entwicklung erfordert einen drastischen Rückgang der Stoffströme und des Energieverbrauchs beim Konsum in den Industrieländern.

"Nachhaltige Entwicklung – das ist inzwischen Konsens – bedeutet für uns als reiches Land auch die Änderung von Lebens- und Konsumstilen. Denn der jetzige ist mit seinem hohen Ressourcenverbrauch weder zukunftsfähig was die Verantwortung für künftige Generationen angeht, noch im Hinblick auf eine gerechte globale Verteilung der natürlichen Ressourcen. Doch in kaum einem anderen Bereich der Nachhaltigkeit ist es so schwer, die notwendigen Schritte der Veränderung zu gehen, wie beim privaten Konsum. Kein Wunder: Kein anderes Thema ist derart komplex, kein anderes Thema bringt derart viele Akteure aufs Spielfeld, kein anderes Thema ist auch so stark mit individuellen Werthaltungen und psychologischen Verhaltensmustern besetzt wie dieses." Dokumentation der Tagung der Evangelischen Akademie Tutzing in Kooperation mit dem Umweltbundesamt im April 2000, an deren Ende die Tutzinger Erklärung aufgesetzt wurde.

Entstehung des Begriffs "Nachhaltiger Konsum"

Eingeführt wurde der Begriff des Nachhaltigen Konsums (englisch: "sustainable consumption") in der Agenda 21, die auf dem Weltgipfel von Rio 1992 verabschiedet wurde. Das Kapitel vier der Agenda 21 befasst sich mit den Änderungen der Konsumgewohnheiten (Consumption Patterns), die für eine nachhaltige Entwicklung unabdingbar sind. Auf dem Weltgipfel 2002 in Johannesburg wurde ein 10-Jahres Programm zur Stärkung des nachhaltigen Konsums beschlossen, dessen Konkretisierung im sogenannten Marrakesch-Prozess erreicht werden soll. Ziel ist, dass sich Politik, Wirtschaft und Finanzen|Wirtschaft]] und Gesellschaft über Ziele und innovative Ansätze für einen nachhaltigen Konsum, mit denen die Potenziale von Wirtschaft und zivilgesellschaftlichen Akteuren mobilisiert werden können, verständigen.

Allgemein versteht man unter dem Begriff "Konsum" den Gebrauch und Verbrauch von Gütern. Dieser Konsum kann in verschiedene Bedürfnisfelder unterteilt werden: Ernährung, Wohnen, Mobilität, Tourismus und Textilien.

Diese Bedürfnisfelder können je nach Konsum

- besonders energie- und materialeffizient sein (Effizienz),
- einen genügsamen Lebensstil (Suffizienz) darstellen, oder
- nicht nachhaltig sein.

Nachhaltiger Konsum in diesen Bedürfnisfeldern muss eine Mischung aus Suffizienz und Effizienz haben. Ein effizienter Konsum alleine reduziert nicht zwangsläufig den Energie- oder Materialverbrauch. Dafür sorgt der Rebound- oder Bumerang-Effekt. Er besagt, dass alle Einsparungen von Energie und Material letztlich durch einen quantitativ höheren Konsum überkompensiert wurden. Durch Effizienzverbesserungen können Produkte und Dienstleistungen zu einem günstigeren Preis angeboten werden, so dass sich alleine schon daraus eine Steigerung des Konsums ergibt und eine Konsumspirale in Gang gesetzt werden kann. Die entscheidende Herausforderung für einen nachhaltigen Konsum ist somit eher die Suffizienz und damit die Frage, welches Maß an Konsum ausreichend oder genügend ist. Dieser verbleibende Konsum sollte dann so effizient wie möglich realisiert werden. Weitere Informationen können Sie in den "Wuppertal Papers" mit dem Thema "Von nichts zu viel. Suffizienz gehört zur Zukunftsfähigkeit", des Wuppertal Instituts für Klima, Umwelt und Energie GmbH nachlesen.

Das Bayerische Landesamt für Umwelt hat einige Leitlinien herausgegeben, durch die der eigene Konsum nachhaltig gestaltet werden kann:

- "Umweltfreundlich: Energie- und Ökobilanzen der Produkte beachten, schadstoffarme Produkte wählen, Lebensmittel aus ökologischer Landwirtschaft bevorzugen.
- Regional: Produkte aus der Region kaufen, Aufträge an ortsansässige Handwerker vergeben, saisonale Lebensmittel kaufen.
- Fair: Produkte aus fairem Handel mit Entwicklungsländern und aus benachteiligten Regionen den Vorzug geben.
- Einkauf: Nicht mit dem Auto zum Einkaufen fahren.
- Planung: Nur wirklich benötigte Produkte anschaffen. Lebensmittel nicht verderben lassen, da dann der Energie- und Ressourcenverbrauch zur Herstellung umsonst war."

Kritik

So wichtig nachhaltiger Konsum auch ist, Kritiker warnen vor Handlungsanweisungen, die zwar nachhaltig scheinen, aber wichtige Aspekte in diesem komplexen Gefüge unberücksichtigt lassen. Folgende Beispiele sollen verdeutlichen, dass Anweisungen häufig nur Teilaspekte fokussieren:

- Regionale Ware ist nicht immer nachhaltiger als Importware. Denn die einfache Handlungsanweisung: "Kaufe nur regionale Produkte", missachtet, dass regionale Äpfel, die im Herbst geerntet wurden, im Kühlhaus bei +1 C° gelagert werden müssen, damit sie Monate später noch knackfrisch verkauft werden können.
- Digitale Musik ist nicht unbedingt nachhaltiger als CD's. Denn die Überlegung, dass digitale Musik im Gegensatz zur CD kein CO2 erzeugt, da sie nicht produziert und transportiert wird, übersieht, dass CD's zwar hergestellt werden müssen, die Lebensdauer aber auch deutlich länger ist. Außerdem muss die digitale Musikdatei zwar nicht materiell hergestellt werden, aber der Computer auf dem die Musik gespeichert und abgespielt wird. Hier müsste die sehr kurze Lebensdauer von Festplatten und die aufwändige Herstellung gegengerechnet werden.
- Bahn fahren ist nicht unbedingt nachhaltiger als Auto fahren. Denn wenn das Auto mit fünf Personen vollbesetzt ist, der Zug aber nur chronisch unterbesetzt, ist die Zugfahrt nicht unbedingt nachhaltiger.

Nachhaltiger Konsum in der Praxis

- Wichtig ist auch der jeweilige CO2-Verbrauch, der für die Produktion von Gütern und Dienstleistungen entsteht. Verschiedene Rechenmodelle stellen Informationen für die individuelle Berechnungen des CO2-Verbrauchs zusammen und vermitteln so, wie nachhaltig das eigene Verhalten ist (Ökologischer Fußabdruck).
- Das individuelle Konsumniveau hat nicht zwangsläufig mit der Lebensqualität oder der individuellen Zufriedenheit zu tun. Mit der Erforschung der Zusammenhänge zwischen Konsum und Glück bzw. Lebensqualität

sind derzeit verschiedene Forschungsinstitute befasst. Individuelles Glück oder Lebensqualität versucht z.B. der "Happy Planet Index" messbar zu machen, der von der "New Economics Foundation" herausgebracht und von "Friends of The Earth" unterstützt wird.

- Die "UN-Dekade für Bildung für Nachhaltige Entwicklung" setzt bei der Bildung von Schülerinnen und Schülern an. Dies ermöglicht eine Verfestigung des Themas Nachhaltiger Konsum von Kindesbeinen an und hat so eine hohe Wirkungsmöglichkeit.
- In diesem Lexikon können Sie Informationen und Anregungen und Tipps finden, wie man als Verbraucher bei beispielsweise folgenden Themen nachhaltig handeln kann: Nachhaltigkeit in der Lebensmittelbranche, Slow Food, Nachhaltigkeit in der Modebranche, Nachhaltigkeit in der Weinwirtschaft, Nachhaltige Kosmetik, Nachhaltige Möbel, Nachhaltiges Einrichten, Nachhaltige Verpackungen, Nachhaltiges Spielzeug, Nachhaltiger Tourismus, Nachhaltiges Waschen und Reinigen und Fairtrade.

Dokumente

Befragung des IÖW: "Unternehmen spüren steigendes Verbraucherinteresse an Nachhaltigkeit"

"Konsumkultur", in: Aus Politik und Zeitgeschichte (APuZ 32-33/2009), hg. von der

BpB

Wachstum

Teilhabe

Selbermachen

Trennen

Interne Links

- Nachhaltigkeit
- Nachhaltiger Konsum
- Nachhaltiger Konsum - kommentierte Linksammlung
- Dialogprozess Konsum
- Marrakesch-Prozess
- Nachhaltiger Lebensstil
- Nachhaltigkeitsstandards
- Nachhaltige Ernährung
- Grundsätze nachhaltiger Ernährung
- Nachhaltigkeit in der Lebensmittelbranche
- Nachhaltigkeit in der Modebranche
- Nachhaltige Kosmetik
- Nachhaltige Wasserwirtschaft
- Nachhaltigkeit in der Weinwirtschaft
- LOHAS
- Ressourcen
- Vegetarismus
- Fairtrade
- Nachhaltiges Einrichten

Externe Links

Faktor X: Rebound- oder Bumerang-Effekt

F.J. Radermacher bei Faktor X: Dematerialisierung und der Balanced Way

Christian Hagelüken bei Faktor X: Ein Handy zu recyceln ist ebenso Hightech wie es herzustellen

Bundeszentrale für politische Bildung: Nachhaltiger Konsum

Bundeszentrale für politische Bildung: Wohlstand ohne Wachstum?

Forschungsgruppe des Wuppertal Instituts zum Thema "Nachhaltig produzieren und konsumieren"

UBA: Umweltbewusstsein und nachhaltiger Konsum, die Kinderseite

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit mit einer Kinderseite

Informationsseite: "mehr wissen mehr tun"

Dialogprozess zur Förderung nachhaltiger Konsum- und Produktionsmuster

Informationsseiten des BUND

"Der Nachhaltige Warenkorb"

Aachener Stiftung Kathy Beys Kontakt / Impressum Hilfe