



# Der Kompass »Nachhaltiger Konsum«

Eine Orientierungshilfe





## Inhaltsverzeichnis

Vorspann: Was bietet diese Handreichung? .....	3
1. Nachhaltiger Konsum – ein sperriger Begriff .....	3
2. Wobei der Kompass unterstützen kann .....	4
3. Der Kompass: Leitfragen nachhaltigen Konsums .....	5
3.1 Wie ressourcenlastig ist unser Konsum?.....	5
3.2 Welche Umweltfolgen sind mit unserem Konsum verbunden? .....	6
3.3 Wie trägt unser Konsum zu (Un)Gerechtigkeit zwischen Nord und Süd bei?.....	7
3.4 Wie verändert unser Konsum unsere Gesellschaft? .....	8
3.5 Welche Funktionen erfüllt der Konsum in der Konsumgesellschaft? .....	9
3.6 Wie könnten nachhaltige Lebensstile aussehen? .....	9
3.7 Wie lassen sich Produkte umwelt- und sozialverträglicher herstellen? .....	10
3.8 Welche Wirtschaftsmodelle fördern eine nachhaltige Entwicklung? .....	11
4. Kritische Reflektion und Anwendungshinweise .....	12
4.1 Über die Nachhaltigkeit des Konsums.....	12
4.2 Nachhaltiger Konsum konkret: Dilemmata und Konflikte.....	13
4.3 Nachhaltiger Konsum als Korridor: Von der Gewissheit zur Vergewisserung .....	14
4.4 Nachhaltiger Konsum als Veränderung: Wie weit wollen wir gehen?.....	14
Drei Diskussionsanstöße für die Bildungspraxis.....	15
Literatur.....	16

Das vorliegende Dokument ist dazu bestimmt, den weiteren internen Arbeitsprozess im Rahmen des Projekts BINK zu unterstützen. Jede anderweitige Nutzung oder Veröffentlichung, auch auszugsweise, bedarf der vorherigen Zustimmung der Herausgeber. Die Bilder sind den lizenzfreien Bilddatenbanken stock.xchng sowie pixelio.de entnommen. Das Bild auf S. 10 ist der Webseite <http://www.world-of-eco-fashion.de/index.php/news-reader/items/trigema.html> entnommen. Die Bildrechte verbleiben bei den Urhebern.

Februar 2010

Institut für Umweltkommunikation (INFU)  
Leuphana Universität Lüneburg

Autor: Daniel Fischer





## Vorspann: Was bietet diese Handreichung?

Die vorliegende Handreichung möchte einen Beitrag leisten zur weiteren Verständigung über *den* zentralen Begriff im Projekt BINK: Nachhaltiger Konsum. Dazu wird im ersten Kapitel kurz auf den Hintergrund der bisherigen Diskussion eingegangen. Das zweite Kapitel umreißt, worum es dem Kompass Nachhaltiger Konsum geht, was er beinhaltet und wobei er unterstützen kann. Im folgenden Kapitel – dem Hauptteil des Kompasses – werden dessen acht Leitfragen erläutert und vertieft. Das vierte Kapitel diskutiert die Leitfragen kritisch im Zusammenhang und deutet dabei auf „unangenehme“ Aspekte hin, die der weiteren Klärung bedürfen. Zum Abschluss werden Thesen zur Diskussion gestellt, welche Impulse aus der Handreichung für die weitere Gestaltung der Interventionen gewonnen werden können. Es ist die Hoffnung des Autors, dass der Kompass dazu beitragen kann, nachhaltigen Konsum trotz seiner Unschärfe besser fassbar und in seiner Breite darstellbar zu machen.

*Die Absicht:  
Begriffsklärung weiter vorantreiben*

*„Unangenehme“ Aspekte nachhaltigen Konsums*

## 1. Nachhaltiger Konsum – ein sperriger Begriff

Der Begriff des nachhaltigen Konsums hat seit seiner „Erfindung“ Mitte der 1990er Jahre eine steile Karriere hinter sich und wird heute in der Wissenschaft, der Politik und der breiten Öffentlichkeit diskutiert. Dabei wird oftmals unterlassen zu bestimmen, was genau unter ihm zu verstehen sei.

*Steile Karriere eines Begriffs*

„Eine verbindliche definitorische Grundlage dessen, was unter 'nachhaltigem Konsum' verstanden werden soll, ist noch immer nicht verfügbar. Vielmehr steht dieser Begriff - so wie der Begriff der Nachhaltigkeit selbst - nach wie vor für vielfältige Interpretationen und Definitionen offen. Die gegenwärtige Beliebtheit, mit der dieser Begriff ausgefüllt werden kann, erscheint bedenklich.“ (Lübke 2003: 107)

Es gehört vielfach fast zum guten Ton, in Artikel und Handreichungen zum nachhaltigen Konsum die „Unschärfe“ und schlechte „Fassbarkeit“ des Begriffs zu beklagen. So zutreffend diese Diagnose auch sein mag, so birgt sie doch ein erhebliches Problem: Wie soll sich etwas, das so schwer zu bestimmen ist, gezielt fördern lassen?

*Kritik:  
„Unschärf“ und „schlecht fassbar“*

Im Projekt BINK wurde der Versuch unternommen, eine gemeinsame Verständigungsgrundlage zu schaffen. Dabei wurde die weithin geteilte sogenannte „Oslo-Definition“ nachhaltigen Konsums als Ausgangspunkt genommen. Der zufolge werden nachhaltige Produktion und nachhaltiger Konsum definiert als

*Oslo-Definition im Projekt BINK*

„die (Produktion) und die Nutzung von Gütern und Dienstleistungen, die elementare menschliche Bedürfnisse befriedigen und eine bessere Lebensqualität hervorbringen, wobei sie gleichzeitig den Einsatz natürlicher Ressourcen, toxischer Stoffe und Emissionen von Abfall und Schadstoffen über den Lebenszyklus hinweg minimieren, um nicht die Bedürfnisbefriedigung künftiger Generationen zu gefährden“ (Spangenberg 2003: 124)



Der breite Zuspruch zu der Oslo-Definition nachhaltigen Konsums wird auch damit erklärt, dass diese selbst als politische Konsens-Definition derart abstrakt und interpretierbar sei, dass sich in ihr auch konkurrierende Konzepte vereinen lassen. Die weitläufig geteilte allgemeine Definition des Gegenstandes „nachhaltiger Konsum“ bietet einen Ausgangspunkt für die Auseinandersetzung mit dem Thema, verstellt jedoch den Blick darauf, dass auf der Konkretisierungsebene verschiedene Fragen sehr kontrovers diskutiert werden. Der Kompass widmet sich diesen Fragen auf der Konkretisierungsebene nachhaltigen Konsums und führt damit die in der ersten Projekthälfte initiierte Begriffsklärung fort.

*Der Kompass als nächster Schritt*

## 2. Wobei der Kompass unterstützen kann

Der Kompass zielt darauf ab, einen Überblick über verschiedene Fragestellungen im Zusammenhang mit „nachhaltigem Konsum“ zu geben. Das Format dieser knappen Handreichung setzt diesem Versuch enge Grenzen. Das Ziel des Kompasses ist folglich nicht Vollständigkeit, sondern Orientierung in einer sehr vielfältigen Diskussion. Die Erarbeitung des Kompasses folgte daher zwei Prämissen:

*Ziel: Orientierung, nicht Vollständigkeit*

- a) Zum einen sollte die Breite des Spektrums möglicher Fragestellungen im Zusammenhang mit nachhaltigem Konsum angedeutet werden. Dazu wurde als Raster eine Vier-Felder-Tafel mit den Bereichen *Umwelt*, *Gesellschaft*, *Kultur* und *Wirtschaft* gewählt, die auch als „Dimensionen“ nachhaltiger Entwicklung bezeichnet werden (vgl. Stoltenberg & Michelsen 1999).
- b) Zum anderen sollten nicht lediglich verschiedene Inhalte gesammelt, sondern übergeordnete Fragestellungen ausfindig gemacht werden. Dazu wurden zunächst Inhalte identifiziert und dann in einem zweiten Schritt zu wenigen Gruppen zusammengefasst und schließlich zu „Leitfragen“ verdichtet.



Der Kompass als Orientierungshilfe

Um dem falschen Eindruck einer Eindeutigkeit vorzubeugen, soll an dieser Stelle deutlich gemacht werden, dass die im Folgenden erläuterten Inhalte durchaus aus verschiedenen Dimensionen thematisiert werden können und insofern nicht unabhängig und getrennt voneinander bestehen, sondern ausdrücklich zusammenhängen. So lässt sich etwa der Inhalt „Klimawandel“ sowohl im Hinblick auf Umweltfolgen, aber auch unter Gerechtigkeitsaspekten oder im Zusammenhang mit effizienteren Produktionsverfahren thematisieren (vgl. de Haan 2002: 19). Somit ist die dem Kompass zugrunde liegende Auswahl als ein *Vorschlag* zu verstehen, unter welcher verschiedenen Fragestellungen sich der Herausforderung „Nachhaltiger Konsum“ nähern lässt. Der Kompass wurde als ein Instrument entwickelt, das Praxisakteur(inn)en dabei unterstützen soll, eine Diskussion über die Wichtigkeit und Bedeutung verschiedener Inhalte sowie die Thematisierung von An- und Widersprüchen nachhaltigen Konsums in Bildungsaktivitäten anzuregen.

*Der Kompass als Vorschlag*



### 3. Der Kompass: Leitfragen nachhaltigen Konsums

Der Kompass besteht aus acht Leitfragen auf, die eine „Landkarte“ in der Diskussion um nachhaltigen Konsum aufspannen (vgl. Abb. 1). Im Folgenden werden diese acht Leitfragen erläutert.

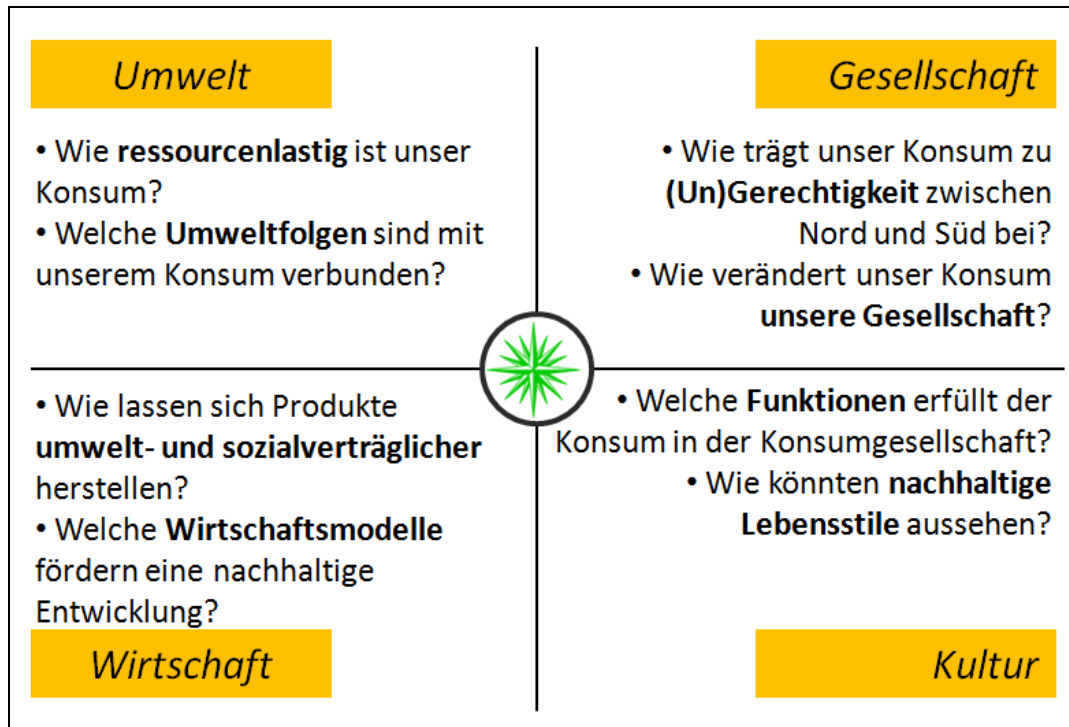


Abb. 1: Leitfragen im Kompass „Nachhaltiger Konsum“ (nach Fischer 2010)

#### 3.1 Wie ressourcenlastig ist unser Konsum?

Eine der am häufigsten gestellten Fragen im Zusammenhang mit nachhaltigem Konsum bezieht sich darauf, wie das Niveau des Ressourcenverbrauchs z.B. eines Produktes oder einer Person zu bemessen und bewerten ist, und wie vor diesem Hintergrund ein angemessenes, tragfähiges und „nachhaltiges“ Konsumniveau aussehen könnte. Tabelle 1 zeigt verschiedene Zugänge zur Gerechtigkeitsfrage auf.

*Welches Konsumniveau ist tragfähig?*

Konzept	Fragt nach	Gibt an
<b>Ökologischer Rucksack</b>	Was steckt tatsächlich in dem konsumierten Produkt / der konsumierten Dienstleistung?	Umweltverbrauch eines Produktes/einer Dienstleistung, gemessen als Gewicht (kg, t) mit der sog. MIPS-Formel (Material-Input pro Serviceeinheit)
<b>Ökologischer Fußabdruck</b>	Wie viel Fläche ist weltweit für Produktion und Konsum verfügbar, und wie viel wird (bzw. darf) davon von wem in Anspruch genommen (werden)?	Fläche, die benötigt wird, um die Energie für ein Produkt/eine Dienstleistung bereitzustellen und dessen Abfälle aufzunehmen (in m <sup>2</sup> )
<b>Umweltraum</b>	Was sind die Grenzen der Ressourcennutzung und des Emissionsausstoßes, und was ist eine minimal zu sichernde Nutzung für jeden Menschen?	Einen durch dynamische Ober- und Untergrenzen definierten Raum, innerhalb dessen Produktion und Konsum nachhaltig sind.

Tab. 1: Zusammenschau von Konzepten zur Ressourcennutzung (nach Missio 2003)



Während der ökologische Rucksack die „unsichtbaren“ Stoffströme sichtbar macht, die für die Produktion eines Gutes oder die Bereitstellung einer Dienstleistung anfallen, zielt der ökologische Fußabdruck stärker auf Gerechtigkeitsfragen ab, indem er die weltweit verfügbare Fläche durch die Anzahl der auf der Welt lebenden Menschen teilt und so ein „gerechtes“ Maß an Flächenverbrauch definiert. Durch die Berechnung globaler, nationaler bis hin zu individueller Fußabdrücke lässt sich so im Abgleich bestimmen, wer über und wer innerhalb dieser Grenzen lebt. Das verwandte Konzept des Umweltraums verzichtet auf eine Umwandlung in ein Maß wie Tonnen oder Hektar, legt jedoch ebenfalls das Verhältnis von Ressourcenentnahme und deren Regenerationsfähigkeit sowie von Emissionsausstoß und der Absorptionsfähigkeit zugrunde. Während dadurch die Obergrenzen definiert sind, sieht das Konzept auch ein Pro-Kopf-Recht auf gleiche Umweltraumnutzung und entsprechende Mindeststandards vor.



Ökologischer Fußabdruck

Kontroversen gibt es darum, ob das vorrangige Ziel nachhaltigen Konsums eine relative Verbesserung (im Sinne eines reduzierten Ressourcenverbrauchs) der Umweltbelastungen („schwacher nachhaltiger Konsum“) oder eine Einhaltung absoluter Belastungsgrenzen („starker nachhaltiger Konsum“) sein soll (vgl. Lorek 2009). Ebenfalls unklar ist, ob sich die Verallgemeinerbarkeit von Konsum im Sinne des Ressourcenverbrauchs auf einzelne Produkte („starke Verallgemeinerbarkeit“) oder das gesamte Konsumniveau einer Person („schwache Verallgemeinerbarkeit“) beziehen soll. Der erste Fall würde bedeuten, dass auch Produkte wie Hybridautos nicht-nachhaltig wären, da sie nicht weltweit auf über 6 Mrd. Menschen als Konsumstandard verallgemeinerbar sind, während im zweiten Fall Hybridautos doch nachhaltig wären, solange das Konsumniveau insgesamt verallgemeinerbar wäre (Belz & Bilharz 2005: 10).

*Starker vs. schwacher nachhaltiger Konsum*

*Starke vs. schwache Verallgemeinerbarkeit*

### 3.2 Welche Umweltfolgen sind mit unserem Konsum verbunden?

Ein direkt mit der Frage der Ressourcennutzung verbundener Strang der Diskussion um nachhaltigen Konsum befasst sich mit den ökologischen Folgen verbreiteter Konsummuster und der ihnen vorausgehenden Produktionsprozesse. Zur Analyse von Umweltfolgen einzelner Konsumgüter und Dienstleistungen wurden inzwischen verschiedene Verfahren entwickelt. Ansätze des „Life Cycle Assessment“ (vgl. Hertwich 2005) nehmen von der Rohstoffentnahme bis zur Entsorgung den gesamten Lebenszyklus eines Produktes „von der Wiege bis zur Bahre“ in den Fokus und können auf diese Weise zur Berechnung der „Ökobilanz“ eines Produktes oder einer Dienstleistung herangezogen werden. Einige ausgewählte Umweltfolgen des Konsums sind:



Lebensweg einer Jeans

- **Verlust der biologischen Vielfalt:** Wie wirken sich gegenwärtige Produktions- und Konsummuster auf Lebensräume und Populationsbestände aus (z.B. Rodungen, Übertretung der Fangquoten)? Wie wirken sich Standardisierung, Monokulturen und Züchtungen in der globalisierten Agrarwirtschaft auf die (genetische) Vielfalt der kultivierten Pflanzen und Tierrassen aus?

*Umweltfolgen von Konsum*



- **Verlust an fruchtbaren Böden:** Wie tragen Monokulturen, maschinelle Bearbeitungsverfahren, einseitige Fruchtfolgen etc. zur Verlust von Bodenqualität bei?
- **Klimawandel:** Welchen Beitrag leisten Produktions- und Konsumweisen zum anthropogenen Treibhauseffekt und zur Beschleunigung des Klimawandels?

Konsum und Klimawandel

### 3.3 Wie trägt unser Konsum zu (Un)Gerechtigkeit zwischen Nord und Süd bei?

Mit den Konzepten der globalen Ressourcennutzung (3.1) und den Umweltfolgen gegenwärtiger Produktions- und Konsumweisen sind unmittelbar Gerechtigkeitsfragen verknüpft. Die Verteilung von Möglichkeiten, auf weltweit vorhandene Ressourcen zuzugreifen und diese zu nutzen, weist eine deutliche Schieflage auf. Die industrialisierten Länder, in denen etwa 20 Prozent der Weltbevölkerung lebt, verbrauchen allein etwa 80 Prozent der weltweiten Ressourcen und erzeugen dabei knapp 80 Prozent der weltweiten Umweltverschmutzungen (Peattie & Collins 2009: 108). Im Gegensatz dazu sind es in erster Linie die weniger entwickelten Länder, deren Bevölkerung von den daraus resultierenden Umweltfolgen wie Naturkatastrophen (z.B. Dürren, Fluten) und schleichenden Veränderungen (z.B. steigender Meeresspiegel) direkt betroffen ist, während sich die Hauptverursacher-Länder durch technische Innovationen (z.B. Entwässerungspumpen und Landgewinnungsverfahren in den Niederlanden) besser schützen und auf die Veränderungen einstellen können (WBGU 2005). Damit wird vor allem beklagt, dass das „Verursacherprinzip“, nach dem der Verursacher eines Schadens für dessen Behebung aufkommt, in der gegenwärtigen Weltordnung allzu oft außer Kraft gesetzt wird. Dies zeigt sich u.a. auch darin, dass unerwünschte Folgen unseres Konsums wie etwa beim Abfallexport außer Landes geschafft (vgl. RSU 2004) oder wie im Fall der Endlagerung des Atommülls folgenden Generationen als riskante Bürde mitgegeben werden (vgl. WBGU 2003). In der Diskussion darum, wie unser Konsum Gerechtigkeit bzw. Ungerechtigkeit verstärkt, werden verschiedene Gerechtigkeitsbegriffe ins Feld geführt.



Dammbauprojekt

Verursacherprinzip außer Kraft

Konzept	Erläuterung	Fragen in Bezug auf Konsum
<b>Bedürfnisgerechtigkeit/ Bedarfsgerechtigkeit</b>	Jeder Mensch sollte seine Bedürfnisse gleichermaßen entfalten können ( <i>maximal</i> ) bzw. jedermanns Grundbedürfnisse sollten gesichert sein ( <i>minimal</i> )	Was sind minimale zu sichernde Konsumbedürfnisse? Wie lassen sich Bedürfnisse anders befriedigen als über Konsum (s. auch Kap. 3.5)?
<b>Leistungsgerechtigkeit</b>	Jeder Mensch sollte nach seiner erbrachten Leistung belohnt und Ungleichheit entsprechend akzeptiert werden	Wo liegen die Grenzen akzeptabler Ungleichheit? Wie verhält sich Leistungsgerechtigkeit zu individuellen Voraussetzungen (Chancengerechtigkeit)?
<b>Besitzstandsgerechtigkeit</b>	Die wohlerworbenen Rechte und Besitzstände eines jeden Menschen sind zu sichern und schützen.	Wo liegen die Grenzen von Markteingriffen? Welche Güter und Dienstleistungen sind nicht an den Markt delegierbar und daher käuflich, sondern universelles Recht?

Tab. 2: Unterscheidung von Gerechtigkeitsbegriffen (nach Huber 1995: 87ff.)



Gerechtigkeitsfragen werden u.a. an folgenden Inhalten thematisiert:

- **Welternährungssicherung:** Hier stehen strukturpolitische Fragen im Mittelpunkt („Welche Auswirkungen hat die EU-Subventionspolitik auf die Wirtschaft der Entwicklungsländer? Welche Produktionssysteme dienen der Bedarfsdeckung der Weltbevölkerung?“ (Erdmann, Sohr, Behrendt & Kreibich 2003: 154)), die mit konkreten Konsumtrends in den industrialisierten Ländern in Beziehung gesetzt werden (vgl. von Koerber, Männle, Leitzmann, Franz & Becker 2004).
- **Politische Spannungen:** Inwiefern führt das auf dem Verbrauch nicht-erneuerbarer Ressourcen basierende hohe Konsumniveau in den industrialisierten Ländern angesichts deren Verknappung zu Spannungen, Konflikten und politischer Instabilität?
- **Menschenrechte und Lebensbedingungen:** Wie trägt unser Konsum zur Schaffung bzw. Verhinderung menschenwürdiger Arbeits- und Lebensbedingungen bei (z.B. Arbeitssicherheit, Gesundheit) und sichert die Wahrnehmung von Grundrechten (z.B. das Recht von Kindern auf Grundbildung)?
- **Nachholende Entwicklung:** Inwiefern stellt es ein Gerechtigkeitsproblem dar, Schwellen- und Entwicklungsländern eine den Industrieländern nachempfundene nachholende Entwicklung vorzubehalten?



Kinderarbeit als Gerechtigkeitsfrage

*Konsum und Menschenrechte*

*Gibt es ein Recht auf nachholende Entwicklung?*

### 3.4 Wie verändert unser Konsum unsere Gesellschaft?

Die Auswirkungen gegenwärtiger Produktions- und Konsumweisen wirkt sich auch darauf aus, wie sich unsere Gesellschaft verändert. Ein Trend in diesem Bereich ist die zunehmende Einbindung des Konsumenten/der Konsumentin in vormalig der vorgelagerten Produktion zugehörige Prozesse. Beispiele hierfür sind Self-Service-Angebote (insbesondere Automaten) etwa im Bereich von Bedienungs- (z.B. Bäckereien), Bezahl- (Self-Check-Out) oder Buchungssystemen (z.B. Bahn- und Flugverkehr).

„Jochen Kühn, Wirtschaftswissenschaftler an der Uni Wuppertal, spricht vom ‚Involvement‘ des Kunden; das Unternehmen spart Arbeitszeit und der Passagier investiert Freizeit.“ (Pirich 2009)

Weitere Trends zielen auf eine zunehmende Standardisierung und Vereinheitlichung von Produktionsprozessen, Produktangeboten und Konsumabläufen. Beispiele hierfür sind der unter dem Schlagwort der „Aldisierung“ (Fritz 2005) diskutierte Vormarsch der Discounter im Lebensmitteleinzelhandel. Dem Verlust kleiner, flächendeckend verstreuter Lebensmittelgeschäfte steht die „Verlagerung der Hypermärkte ins Grünland“ (Brunner 2005: 199) mit verkehrsinduzierend wirkenden Folgen gegenüber. Der Soziologe Georg Ritzer prägte für die Prinzipien der Effizienz, Kalkulierbarkeit, Voraussagbarkeit und Kontrollierbarkeit den Begriff der „McDonaldisierung der Gesellschaft“ (Ritzer 2006), der sogar auf Tendenzen im Bildungssektor angewandt wurde (vgl. Hayes &



McDonaldisierung

*Aldisierung*

*McDonaldisierung als gesellschaftliches Phänomen*



Wynyard 2002).

### 3.5 Welche Funktionen erfüllt der Konsum in der Konsumgesellschaft?

Der Soziologe Jean Baudrillard (2006) sieht die moderne Gesellschaft durch eine „Pflicht zum Konsum“ gekennzeichnet. Er spielt damit darauf an, dass Konsum heute weit mehr Funktionen erfüllt als die bloße Befriedigung grundlegender physiologischer Bedürfnisse (z.B. Hunger, Schutz vor Kälte). Über das, was wir konsumieren, und die Art und Weise, wie wir es tun, signalisieren sich Menschen gegenseitig, wer sie sind, was sie denken und wem sie sich zugehörig fühlen. Konsum ist in der Konsumgesellschaft zu einem zentralen Kommunikations- und Ausdrucksmittel geworden, auf das sich nicht einfach verzichten lässt (s. auch die BINK-Handreichung des DJI zu Jugend und Konsum). Konsumgüter weisen in dieser Sichtweise neben ihren Gebrauchswerten „Fiktionswerte“ auf, die den Menschen „zusätzliche Möglichkeiten – schmeichelhafte Rollen in alternativen Biographien – verheißen“ (Ullrich 2008: 45), was insbesondere von der Werbeindustrie genutzt wird, da es die Schaffung immer neuer Werte bei gesättigten Gebrauchswarenmärkten verspricht. Konsum ist in dieser kulturellen Sichtweise nicht lediglich Ausdruck von *Sein*, sondern Möglichkeit des *Werdens*.

„Die Pflicht zum Konsum“



Konsum als Ermöglichung des Andersseins

„Auch sonst locken in Läden oft die Dinge, die man gar nicht zu kaufen vorhat: Für einen Moment mit ihrem Erwerb kokettierend, kann man Phantasien wecken, die sonst zu kurz kommen, oder sich in eine Lebensform hineinversetzen, die einem bisher fremd war. [...] Vor den Spiegeln der Umkleidekabinen [werden] alternative Lebensläufe skizziert.“ (Ullrich 2008: 48)

Konsum befriedigt nicht nur Grundbedürfnisse, sondern (zunehmend) auch Kulturbedürfnisse. Dieser Umstand wird auch als die „Achillesferse der späten Konsumgesellschaft“ (BUND & Misereor 1996: 216) bezeichnet. Ein vor allem sozial- und kulturwissenschaftlich orientierter Strang der Diskussion um nachhaltigen Konsum befasst sich mit der Frage, wie sich menschliche Bedürfnisse wie die nach Identität, sozialem Austausch, Sicherheit, Abwechslung und persönlichem Wachstum immateriell befriedigen lassen – also ohne dafür Dinge und Dienstleistungen zu konsumieren (vgl. Boulanger 2007, Schaefer & Crane 2005).

Konsum und Identität

### 3.6 Wie könnten nachhaltige Lebensstile aussehen?

Angesichts der Probleme, die mit gegenwärtigen „ressourcen-intensiven“ Konsumstilen einhergehen, wird die Verbreitung nachhaltiger Lebensstile als die große Herausforderung für eine „Kultur der Nachhaltigkeit“ angesehen. Lebensstile lassen sich verstehen als

Ressourcenleichte Lebensstile

„relativ beständige Verhaltens- und Selbstdarstellungsmuster [...], nach denen Menschen ihren Alltag in den verschiedenen *Bedürfnisfeldern* [...] organisieren. Das Lebensstilkonzept umfaßt dabei sowohl *objektive Lebensbedingungen* als auch *subjektive individuelle Lebensentwürfe* und angestrebte Ziele: Soziodemographische Faktoren, Lebensform, Lebenslage, soziale Beziehungen, Orientierungen an Leitbildern und das tatsächliche Verhalten gelten als die zentralen Dimensionen.“ (Reisch & Scherhorn 1998: 92)



Als Leitbilder, an denen sich nachhaltige Lebensstile ausrichten, werden diskutiert (Cervinka, Lanmüller & Klik 2003: 44f.):

- **De-Materialisierung des Konsums:** Hier geht es um die Idee, Konsumhandlungen insgesamt weniger materialintensiv zu gestalten. Die durchschnittliche Haushaltsgröße hat sich von 2,27 Personen im Jahr 1991 auf 2,07 Personen im Jahr 2007 verkleinert. Im Jahr 2007 war mehr als jeder dritte Haushalt ein Ein-Personen-Haushalt (vgl. Krapf & Wehlau 2009: 19). Mehr Hausstände bedeuten auch mehr Haushaltsgüter. Ansätze zur „De-Materialisierung“ (Wuppertal Institut 2008) des Konsums lassen sich in Slogans wie „nutzen statt besitzen“ (Erlhoff 1995), „Nutzen optimieren statt Produkte vermehren“ (Wuppertal Institut 2008) bzw. „Service rather than sell“ (Lebel & Lorek 2008) zusammenfassen.
- **Relevanz der Nähe:** Unter dem Schlagwort der „Glokaliät“ (Robertson 1995) wird das Spannungsverhältnis von Globalität und Lokalität im Kontext nachhaltiger Entwicklung diskutiert. Gefordert sind hier Konzepte, die den „Zwang zur Mobilität“ aufbrechen, indem sie regionalorientiert Distanzen zwischen Produzenten und Konsumenten sowie zwischen verschiedenen Lebenssphären (Arbeiten, Einkaufen, Wohnen, Freizeitaktivitäten, Kulturangebote) reduzieren.
- **Wohlstand durch Genügsamkeit:** Die Idee der Suffizienz bildet neben dem Ansatz der Effizienzsteigerung (s. Kap. 3.7) eine wichtige Strategie zur Erreichung nachhaltiger Entwicklung. Ihre zentrale Frage lautet: „Wie viel ist genug“ (Linz 2002)? Damit verbunden sind Vorstellung eines neuen Verhältnisses von Erwerbsarbeit und Freizeit (Work-Life-Balance), ein neues Verständnis von Zeit- und Güterwohlstand sowie von materiellen und immateriellen Werten. Slogans und Schlagworte in diesem Kontext sind „halb so viel, dafür doppelt so gut“ (Grober 2001), „Entschleunigung“ (Wuppertal Institut 2008) und „gut leben statt viel haben“ (BUND & Misereor 1996).



Was braucht man zum guten Leben?

*Zwang zur Mobilität aufbrechen*

*„Wie viel ist genug?“*

*„Halb so viel, doppelt so gut“*

Zwei exemplarische Trends, die im Bereich „neuer“ nachhaltiger Lebensstile ausgemacht werden, sind LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability, vgl. Ray & Anderson 2000) und LOVAS (Lifestyle of voluntary simplicity, vgl. Elgin 2000).

*LOHAS & LOVAS*

### 3.7 Wie lassen sich Produkte umwelt- und sozialverträglicher herstellen?

In der Suche nach Lösungen, wie sich das hohe Niveau der Ressourcennutzung verringern ließe und schädliche Umweltfolgen reduziert werden könnten, spielen Konzepte zur ökologischen Modernisierung von Produktionsabläufen eine vorrangige Rolle. Den verschiedenen Ansätzen geht es vorrangig darum, durch technische Innovationen und die Re-Organisation von Prozessabfolgen Effizienzgewinne zu erzielen. Verschiedenen Ansätzen zufolge sind Effizienzsteigerungen um den Faktor 4 (von Weizsäcker,

*Faktor 4*



Lovins & Lovins 1995) oder gar den Faktor 10 (Schmidt-Bleek 2000) möglich. Das würde bedeuten, dass Autos in Zukunft mit lediglich einem Viertel bzw. einem Zehntel des gegenwärtigen Treibstoffverbrauchs auskämen. Eine Relativierung erfährt das Konzept durch den sogenannten „Rebound-Effekt“. Damit wird der belegte Effekt beschrieben, dass die durch effizientere Technologien erzielten Einsparungen in aller Regel durch Mehrverbräuche mehr als aufgebraucht werden (vgl. Renner 2002). Darüber hinaus wird bei „zahlreichen wichtigen langlebigen Gebrauchsgütern [...] bis zu 80 Prozent der gesamten Umweltbelastung durch die Nutzung verursacht“ (Reisch 2005: 463).



100% kompostierbares T-Shirt

Im Gegensatz zur Effizienzstrategie setzt die Konsistenzstrategie darauf, die Stoff- und Energieströme an die Regenerationsfähigkeit der Ökosysteme anzupassen. Ein aufsehenerregender Ansatz wurde unter dem Namen „Cradle to Cradle“ (C2C) (Deutsch: Von der Wiege bis zur Wiege) entwickelt (McDonough & Braungart 2002). Das Konzept sieht vor, Produkte so zu gestalten, dass sie vollständig recycelt oder nach Gebrauch wieder rückstandslos der Natur zugeführt werden können. Die Konsequenzen erscheinen faszinierend: ein nach dem C2C-Prinzip gestaltetes T-Shirt lässt sich vollständig kompostieren, ein C2C-Bürostuhl kann komplett demontiert und wiederverwendet werden. So faszinierend die Aussichten sind, bleibt jedoch fraglich, inwiefern dies ein Prinzip sein kann, das einen unbegrenzten Verbrauch in allen Lebensbereichen ermöglicht.

*Cradle to Cradle*

Einen großen Bekanntheitsgrad hat inzwischen auch das Fair-Trade-Prinzip erlangt, das darauf abzielt, die wirtschaftliche Existenzfähigkeit von Erzeugern durch die Zahlung überdurchschnittlicher und verlässlicher Preise zu sichern. Der ursprünglich für den Handel zwischen Entwicklungs- und Industrieländern konzipierte Ansatz wird inzwischen auch auf regionaler Ebene innerhalb Deutschlands als ein Weg erprobt, dem verschärften und zum Teil ruinösen Preisdruck zu begegnen.

*Fair Trade in der Region*

### 3.8 Welche Wirtschaftsmodelle fördern eine nachhaltige Entwicklung?

Die Frage danach, wie gegenwärtige Wirtschaftsmodelle zu (nicht-)nachhaltiger Entwicklung beitragen, wird im Zusammenhang mit nachhaltigem Konsum auf mehreren Ebenen diskutiert. Zum einen werden konkrete Anreizstrukturen wie Subventionen (z.B. die Diskussion um „Butterberge“) oder die Möglichkeit der Kostenexternalisierung für Unternehmen (z.B. die durch die CO<sub>2</sub>-Emissionen im Flugverkehr verursachten Kosten) als Antreiber bzw. Verstärker problematischer Entwicklungen gesehen. Ein beispielhaftes Modell zur Gegensteuerung ist der „Top-Runner-Ansatz“ aus Japan. Dieser Ansatz schreibt vor, dass das energieeffizienteste Gerät auf dem Markt binnen weniger Jahre zum Standard wird und Geräte, die diese Norm dann nicht erfüllen, vom Markt genommen werden müssen.

Auf einer grundsätzlicheren Ebene bezieht sich die Diskussion auf die (etwas salopp formulierte) Frage, welchen übergeordneten



Welches Wachstum ist nachhaltig?



Zweck das Wirtschaften und eine wirtschaftspolitische Steuerung verfolgen sollten. So wird argumentiert, dass „eine gewisse 'Erziehung zum Überfluss' (Hunziker 1972) mittlerweile zum kulturellen Merkmal hochindustrialisierter Gesellschaften geworden“ sei, „zumal „'private Nachfrage' volkswirtschaftlich von grundlegender Bedeutung ist“ (Umweltbundesamt 2002: 450). Was folglich zu hinterfragen sei, ist das Verhältnis von Mittel und Zweck. Die Kritik lautet, dass vorherrschende Indikatoren für wirtschaftliche Entwicklung wie das Bruttoinlandsprodukt (BIP) den wesentlichen Zweck des Wirtschaftens, den Kritiker im Wohlbefinden und der Lebensqualität sehen, nur unzureichend abbilden (vgl. Williams & Millington 2004: 102). Darauf basierend wurden inzwischen alternative Messgrößen wie das Ökosozialprodukt entwickelt.

*Welches Wachstum wollen wir?*

Die von Frankreichs Präsident Sarkozy berufene Kommission um den Nobelpreisträger Stiglitz hat im Jahr 2009 ihren Abschlussbericht vorgelegt, der zwölf Vorschläge zur Reform des BIP als Wohlstandsindikator enthält (Stiglitz, Sen & Fitoussi 2009). In der Schriftenreihe des Umweltbundesamtes wurde jüngst ein Vorschlag für einen nationalen Wohlfahrtsindex in Deutschland veröffentlicht, der 21 Teilvariablen umfasst, die zum einen nicht über den Markt erzielte Wohlfahrtssteigerungen miteinbeziehen, zum anderen einige soziale Kosten und ökologische Schäden abziehen (Diefenbacher & Zieschank 2010).



Woran wollen wir Wohlstand messen?

Bundeskanzlerin Angela Merkel hat im Februar für einen neuen Wachstumsbegriff geworben. Die europäischen Länder müssten „über neue Formen des Wohlstands reden“. Ein Wachstumsbegriff für das 21. Jahrhundert dürfe sich nicht allein auf „klassische, ökonomische Wachstumsgrößen“ berufen, sondern müsse, so Merkel, „nachhaltigen Wohlstand“ sichern. Entscheidende Rollen spielten dabei „die Sicherheit, die Lebensqualität, die Gesundheit und der nachhaltige Umgang mit Rohstoffen“.<sup>1</sup>

## 4. Kritische Reflektion und Anwendungshinweise

### 4.1 Über die Nachhaltigkeit des Konsums

„Mit den Adjektiven werden Eigenschaften, Merkmale u.a. bezeichnet; der Sprecher/Schreiber gibt mit ihnen an, wie jemand oder etwas ist, wie etwas vor sich geht oder geschieht.“ (Gelhaus 1995: 253)

Ob nun das Adjektiv „nachhaltig“ *qualifizierend* (bewertend), *relational* (Zugehörigkeit bezeichnend) oder *klassifizierend* (einen Typus bezeichnend) verstanden wird – es unterscheidet einen nachhaltigen Konsum von andersartigem Konsum, indem es Konsum in den Kontext einer nachhaltigen Entwicklung setzt. Das Nachdenken über nachhaltigen Konsum erfordert daher, Konsum zurückzubinden an die allgemeine Idee der Nachhal-

*Nachdenken über nachhaltigen Konsum braucht Nachdenken über Nachhaltigkeit*

<sup>1</sup> Siehe Meldung des Rats für nachhaltige Entwicklung zum Video-Podcast der Kanzlerin (<http://www.nachhaltigkeitsrat.de/index.php?id=5195>)



tigkeit. Die Bezugnahme auf Nachhaltigkeit ist dabei grundlegend. Wann Konsum nachhaltig ist oder nicht, lässt sich nur in Bezug auf das zugrunde liegende Verständnis von Nachhaltigkeit entscheiden.

Konsum ist daher mehr als nur ein „Motor“ von Nicht-Nachhaltigkeit, er ist auch ein Schauplatz, an dem die Kontroversen um nachhaltige Entwicklung ausgetragen werden. Wie z.B. sind die verschiedenen „Dimensionen“ (Umwelt, Gesellschaft, Kultur, Wirtschaft) zu gewichten? Sind sie gleichberechtigt und damit auch gleich wichtig? Hat nicht die Befriedigung menschlicher Grundbedürfnisse höhere Priorität als der Umbau der Wirtschaft? Stellen nicht die Regenerationsfähigkeit unserer Umwelt und deren Fähigkeit, unsere Schadstoffe aufzunehmen, ohne selbst Schaden zu leiden, etwas wie „ökologische Leitplanken“ dar, die auf keinen Fall übertreten werden dürfen („Primat der Ökologie“ bzw. „starker nachhaltiger Konsum“)? Und wie lässt sich die Forderung umsetzen, zukünftigen Generationen die Möglichkeit zu erhalten, ihre (welche?) Bedürfnisse zu befriedigen? Leitet sich daraus eine Pflicht zur Erhaltung möglichst aller (erneuerbaren und nicht-erneuerbaren) Ressourcen ab, oder können manche Ressourcen auch aufgebraucht werden, wenn dafür wiederum neue Ressourcen geschaffen und zukünftigen Generationen übergeben werden (*starke* oder *schwache* Nachhaltigkeit)?

*Konsum als Motor und Schauplatz von (Nicht-)Nachhaltigkeit*



Ökologische Leitplanken?

Nachhaltiger Konsum unterscheidet sich durch das Adjektiv und das Leitbild der Nachhaltigkeit von anderem Konsum. Die Klärung dessen, was ein nachhaltiger Konsum sein könnte, setzt die Überprüfung des eigenen Verständnisses von Nachhaltigkeit voraus.

*Konflikte um Nachhaltigkeit sind auch Konflikte um nachhaltigen Konsum*

## 4.2 Nachhaltiger Konsum konkret: Dilemmata und Konflikte

Mit den Kontroversen um das Leitbild der Nachhaltigkeit rücken auch die Dilemmata und Konflikte um nachhaltigen Konsum in den Fokus. Die im Kompass diskutierten Konzepte und Ideen ergeben keineswegs ein harmonisches und in sich stimmiges Gesamtkonzept nachhaltigen Konsums, das es „einfach“ umzusetzen gelte. Dies wird spätestens dann deutlich, wenn man anhand konkreter Beispiele im Alltag versucht, die verschiedenen Aspekte gleichermaßen zu berücksichtigen.

„Soll man beispielsweise die in der Region konventionell angebaute Birne oder aber die teurere, von einer Kleinbauernkooperative produzierte Bio-Papaya aus „fairem“ Handel kaufen? Soll man Altkleider wegwerfen oder an Sekundärmärkte nichtindustrialisierter Länder weitergeben, die zum Ruin des lokalen Schneiderhandwerks und Verlust handwerklicher Traditionen beitragen? [...] Selbst grundsätzlich nützliche Entscheidungshilfen wie „regional, kleinräumig, saisonal, dezentral“ etc. sind nicht immer anwendbar: So ist es beispielsweise ökologisch sinnvoller, in der Bundesrepublik – trotz des Transportweges – oberflächennah abgebaute australische Kohle zu verfeuern als die tiefgeschürfte deutsche Bergbaukohle.“ (Reisch & Scherhorn 1998: 93-94)



Dilemmata beim nachhaltigen Konsum



Konflikte gibt es also sowohl zwischen als auch innerhalb der einzelnen Dimensionen. Diese sind zum Teil grundlegend und unumgänglich: Die Bedürfnisbefriedigung und Wirtschaftswachstum stehen im Konflikt zur Ressourcenschonung, Wachstum und Gewinnmaximierung zur sozialen Gerechtigkeit, das (lokale, nationale, globale?) Allgemeinwohl im Konflikt zu Partikularinteressen (vgl. BMZ & KMK 2007). Hierin liegt zweifelsohne ein großes „Vermittlungsproblem“ in konkretes Handeln, zugleich jedoch auch ein fruchtbares Feld für eine ganzheitliche, problemorientierte und zeitgemäße Bildung.

*Komplexität als Vermittlungsproblem und Bildungsanlass*

### 4.3 Nachhaltiger Konsum als Korridor: Von der Gewissheit zur Vergewisserung

Nicht umsonst wird gemeinhin lieber von „nachhaltiger Entwicklung“ als von „Nachhaltigkeit“ gesprochen, da im ersten Fall viel deutlicher zutage tritt, dass es sich um einen Prozess handelt, der an einem (abstrakten) Leitbild ausgerichtet ist. Auch für die Suche nach dem nachhaltigen Konsum gilt, dass diese „ein ständiger Optimierungsprozess“ ist (Spangenberg & Lorek 2001: 24). Damit dieser Optimierungsprozess und die damit zusammenhängenden Klärungen nicht allein „top down“ entschieden werden, sondern eine breite öffentliche Beteiligung ermöglicht wird, braucht es einen weiten Begriff nachhaltigen Konsums, der über die Ansprache der Konsumierenden als Käufer hinausgeht. Ein nachhaltiger Konsument ist in diesem Verständnis nicht lediglich ein nachhaltig orientierter Käufer, sondern ein nachhaltiger Konsumbürger, nachhaltiger Konsum nicht lediglich ein bedachter Kauf-, Nutzungs- und Entsorgungsakt, sondern eine kritische Auseinandersetzung mit unserer Art zu leben und zu wirtschaften. Damit weitet sich auch das Spektrum der Themen und Bezüge, in die Konsum gestellt wird, weg von der Produktorientierung hin zu einem Mit-Streiten und Mit-Entscheiden darüber, wie wir in Zukunft das Verhältnis von Arbeit, Konsum und einem guten Leben ausgestalten. Nachhaltiger Konsum braucht das Nachdenken über die Reform oder Transformation unserer Konsumkultur.

*Ein weiter Begriff nachhaltigen Konsums*



Nachhaltiger Konsum als Korridor

### 4.4 Nachhaltiger Konsum als Veränderung: Wie weit wollen wir gehen?

Verschiedene Ansätze und Strategien zur Erreichung einer nachhaltigen Entwicklung lassen sich danach systematisieren, welche Art von Veränderung sie anstreben (Rees 1995). Einen interessanten Blickwinkel, der auch auf den nachhaltigen Konsum übertragbar ist, bietet die grobe Unterscheidung von drei Orientierungen (s. Tab. 3).

*Konsum: Reformieren oder Transformieren?*

Typ	Perspektive	Beispiele
<b>Status Quo</b>	Nachhaltiger Konsum kann in den bisherigen Strukturen erreicht werden.	Recycling, Energiesparprodukte, Fairer Handel
<b>Reform</b>	Nachhaltiger Konsum braucht eine grundlegende Reform der Strukturen, ohne jedoch völlig mit den existierenden Arrangements zu brechen.	Ökologische Modernisierung (z.B. effizientere Produktionsweisen), Kosteninternalisierung, Verursacherprinzip
<b>Transformation</b>	Nachhaltiger Konsum braucht eine radikale Transformation, da die Wurzeln der Probleme in den ökonomischen und Machtstrukturen liegen.	Neue Formen der Bedürfnisbefriedigung, nachhaltige Wirtschaftsordnung, globale Solidarität

Tab. 3: Unterscheidung von Veränderungsorientierungen (nach Hopwood, Mellor & O'Brien 2005)



Vereinfacht gesagt ließe sich das Unterscheidungsmerkmal am Grad der Radikalität festmachen. Ansätze und Vorschläge für einen nachhaltigen Konsum gibt es aus allen drei „Lagern“. Status-quo-orientierte Ansätze stellen einen Weg dar, Nicht-Nachhaltigkeit zu verringern, indem innerhalb bestehender Strukturen „bessere“ Alternativen angeboten und verfolgt werden, die vergleichsweise geringen Aufwand erfordern. Ansätze wie der Handel mit CO<sub>2</sub>-Zertifikaten stellen den Versuch dar, die Verursacher von Emissionen für die durch ihr Handeln hervorgerufenen Schäden stärker haften zu lassen. Sie weisen damit einen Weg, gewachsene Strukturen zu reformieren und dem bisherigen Handeln neue, zu mehr Nachhaltigkeit führende Regeln zu geben. Transformationsorientierte Ansätze, wie sie insbesondere neue kulturelle Deutungen von Wohlstand, Lebensqualität und Gerechtigkeit bedeuten, erfordern den Bruch mit überkommenen Gewissheiten und sind strukturverändernd ausgerichtet. Das Nachdenken über nachhaltigen Konsum erfordert vor diesem Hintergrund stets auch die offene, kritische und selbst-reflexive Einschätzung, welche Veränderungen (in welchem Ausmaß) tatsächlich gewollt sind, und wie groß die Bereitschaft ist, diese Veränderungen selbst aktiv voranzutreiben und mitzugestalten.

„Und wo stehe ich?“

*Nachhaltiger Konsum braucht Offenheit und Selbst-Reflexion*

## Drei Diskussionsanstöße für die Bildungspraxis

### These 1: Konsum nachhaltig thematisieren

Die Vielfalt an Inhalten im Zusammenhang mit Konsum ist keineswegs allein beklagenswert wie unter dem Gesichtspunkt der ‚schlechten Vermittelbarkeit‘ oftmals moniert, sondern bietet für Bildungseinrichtungen große Chancen im Bereich der Vernetzung und Kooperation (siehe hierzu auch die BINK-Handreichung „Die Umsetzung von Nachhaltigkeit in Bildungsinstitutionen“ von Matthias Barth). Inhalte wie „Energieverbrauch“ können dem Vorschlag de Haans (2002) folgend unter verschiedenen Aspekten thematisiert werden – etwa unter der Perspektive von Gerechtigkeit, unter der Perspektive von Ressourcenproduktivität oder im Hinblick auf Lebensstile.



Nachhaltiger Konsum fordert ungewohnte Perspektiven

Bildungseinrichtungen mit ihrer Fächervielfalt sind ideale Orte, um dieselben Konsuminhalte unter verschiedenen Leitfragen zum Thema zu machen. Bildungsinterventionen zur Förderung nachhaltigen Konsums sollten von dieser Möglichkeit Gebrauch machen und durch die Heranziehung anderer Sichtweisen und Perspektiven Konsum nachhaltig (im Sinne verschiedener Dimensionen) thematisieren.



Nachhaltiger Konsum: Transformation wagen

### These 2: Bildung muss Transformation wagen

Wenn wir Bildungseinrichtungen als Orte verstehen wollen, die einen Erfahrungs- und Experimentierraum für junge Menschen darstellen, die ein eigenes politisches Gemeinwesen ausbilden, in dem man "im Kleinen die Versprechungen und Schwierigkeiten der großen res publica erfährt, sich und seine Ideen erprobt und die wichtigsten Tätigkeiten übt" (Hentig 1996: 126f.), dann sollten diese Orte „Treibhäuser der Zukunft“ sein, die über den Status Quo und die Reform hinaus auch die Fragen nach einer anderen, nachhaltigen Gesellschaft zulassen, diese ernsthaft diskutieren und zum Experiment ermutigen. Partizipative Ansätze bieten hierzu einen Anlass.



### These 3: Nachhaltigen Konsum präventiv fördern

Mit dem Konzept der Bildung für nachhaltige Entwicklung sind eine Abkehr von einer „Katastrophendidaktik“ und ein Wechsel vom Bedrohungs- zum Modernisierungsszenario verbunden (vgl. de Haan 2006). In der Gesundheitsbildung wurde dieser Kurswechsel bereits vor langer Zeit unter dem Stichwort der „Salutogenese“ vorgenommen. Hier wurde Gesundheit nicht länger definiert als die Abwesenheit von Krankheit, sondern eine proaktive Sichtweise eingenommen. Wie der Kompass zeigt, wird die Diskussion von nachhaltigem Konsum nach wie vor sehr stark bestimmt vom Problem der Nicht-Nachhaltigkeit – dies ist sogar sein Begründungshintergrund in der Agenda 21. Wie könnten neue, proaktivere und „salutogenetische“ Wege aussehen, nachhaltigen Konsum zu fördern? Gefordert wären dann weniger „problematisierende“ und „defizitorientierte“ Maßnahmen, sondern solche, die die Fähigkeiten der Individuen und der Gemeinschaft, Bedürfnisse immateriell zu befriedigen, stärken und ausbauen. In diesem Sinne eröffnen sich ganz neue Perspektiven auf Interventionsmaßnahmen, die nachhaltigen Konsum präventiv fördern (vgl. auch Schlegel-Matthies 2002).



Nachhaltiger Konsum – präventiv?

## Literatur

- Baudrillard, J. (2006). *The consumer society: Myths and structures*. Theory, culture & society. London: Sage Publications
- Belz, F.-M. & Bilharz, M. (2005). *Nachhaltiger Konsum: Zentrale Herausforderung für moderne Verbraucherpolitik*. Consumer Science, Bd. 1. München: Technische Universität München
- Boulanger, P.-M. (2007). *Sustainable consumption: a general framework for transition management: Consensus Project WP 1 (Draft)*. Ottignies: Institut pour un Développement Durable.
- BUND & Misereor (1996). *Zukunftsfähiges Deutschland: Ein Beitrag zu einer global nachhaltigen Entwicklung*. Basel: Birkhäuser Verlag
- BMZ & KMK - Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung & Kultusministerkonferenz (2007). *Orientierungsrahmen für den Lernbereich Globale Entwicklung im Rahmen einer Bildung für nachhaltige Entwicklung*. Bonn.
- Cervinka, R., Lanmüller, U. & Klik, K. (2003). *Wohlbefinden und nachhaltiges Konsumverhalten (Wolk): Zukunftsfähiger Lebensstil - Ansatzpunkte zur Förderung nachhaltigen Konsumverhaltens entsprechend dem Leitziel 1 der österreichischen Nachhaltigkeitsstrategie*. Wien: Lebensministerium der Bundesrepublik Österreich.
- Diefenbacher, H. & Zieschank, R. (2010). *Wohlfahrtsmessung in Deutschland: Ein Vorschlag für einen nationalen Wohlfahrtsindex* (Texte, Nr. 02/2010). Dessau-Roßlau: Umweltbundesamt.
- Elgin, D. (2000). Voluntary Simplicity and the New Global Challenge. In: Schor, J. & Holt, D. B. (Hrsg.). *The Consumer Society Reader* (S. 397–413). New York: The New Press.
- Erdmann, L., Sohr, S. & Behrendt, S., et al. (2003). *Nachhaltigkeit und Ernährung*. Werkstattberichte, Bd. 57. Berlin: Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung (IZT)



- Erlhoff, M. (1995). *Nutzen statt besitzen*. DesignEssays. Göttingen: Steidl
- Fischer, D. (2010). Sustainable Consumption - Mapping the Terrain: Contested Themes and their Representation in Consumer Education. *The International Journal of Environmental, Cultural, Economic and Social Sustainability*, 6, (3), 207-226.
- Fritz, W. (2005). *Die Aldisierung der Gesellschaft: Eine ökonomische Perspektive*. Institut für Wirtschaftswissenschaften der Technischen Universität Braunschweig, Bd. 05/02. Braunschweig: Techn. Univ.
- Gelhaus, H. (1995). Die Wortarten. In: Drosdowski, G. Bibliographisches Institut & F. A. Brockhaus AG. (Hrsg.). *Der Duden: Grammatik der deutschen Gegenwartssprache* 5., völlig neu bearb. und erw. Aufl. (S. 85–398). Mannheim: Dudenverl.
- Grober, U. (2001). Die Idee der Nachhaltigkeit als zivilisatorischer Entwurf. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, (24), 3–5.
- Haan, G. de (2002). Die Kernthemen der Bildung für eine nachhaltige Entwicklung. *ZEP - Zeitschrift für internationale Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik*, (1), 13–20.
- Haan, G. de (2006). Bildung für nachhaltige Entwicklung - ein neues Lern- und Handlungsfeld. *Unesco heute*, 53, (1), 4–8.
- Haughton, G. (1999). Environmental Justice and the Sustainable City. *Journal of Planning Education and Research*, 18, (1), 233–243.
- Hayes, D. & Wynyard, R. (Hrsg.) (2002). *The McDonaldisation of higher education*. Westport, Conn.: Bergin & Garvey
- Hentig, H. v. (2007). *Bildung: Ein Essay* (7. Aufl.). Weinheim: Beltz Verlag
- Hertwich, E. G. (2005). Life cycle approaches to sustainable consumption: A critical review. *Environmental Science & Technology*, 39, (13), 4673-4684.
- Hopwood, B., Mellor, M. & O'Brien, G. (2005). Sustainable Development: Mapping Different Approaches. *Sustainable Development*, 13, (1), 38–52.
- Huber, J. (1995). *Nachhaltige Entwicklung: Strategien für eine ökologische und soziale Erdpolitik*. Berlin: Ed. Sigma
- Koerber, K. v., Männle, T. & Leitzmann, C., et al. (2004). *Vollwert-Ernährung: Konzeption einer zeitgemäßen und nachhaltigen Ernährung*. Heidelberg: Verlag Karl F. Haug
- Krapf, H. & Wehlau, D. (2009). *Klimawandel, Preisentwicklung und Konsum – Konsumenten zwischen steigendem Umweltbewusstsein und sinkenden ökonomischen Handlungsspielräumen* (artec-paper, Nr. 161). Bremen: artec Forschungszentrum Nachhaltigkeit.
- Lebel, L. & Lorek, S. (2008). Enabling Sustainable Production-Consumption Systems. *Annual Review of Environment and Resources*, 33, 241–275.
- Linz, M. (2002). *Warum Suffizienz unentbehrlich ist* In: Linz, M.; Bartelmus, P.; Hennicke, P.; Jungkeit, R.; Sachs, W.; Scherhorn, G.; Wilke, G. & Winterfeld, U. von Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie (Hrsg.): *Von nichts zu viel. Suffizienz gehört zur Nachhaltigkeit*. Wuppertal Papers, Bd. 125 (S. 7–14). Wuppertal: Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie
- Lorek, S. (2009). *Debunking Weak Sustainable Consumption: Towards Strong Sustainable Consumption Governance*. Helsinki: University of Helsinki
- Lübke, V. (2003). Informationskonzepte für einen nachhaltigen Konsum. In: Schwarz, M. & Linne, G. (Hrsg.). *Handbuch Nachhaltige Entwicklung. Wie ist nachhaltiges Wirtschaften machbar? Handbücher* (S. 107–118). Opladen: Leske + Budrich.
- McDonough, W. J. & Braungart, M. (2002). *Cradle to cradle: Remaking the way we make things*. New York, NY: North Point Press
- Missio - Päpstliche Missionswerke (2003). *Als hätten wir vier Erden ... oder: Nachhaltigkeit als Lebensstil* (Werkmappe Weltkirche, Nr. 127). Wien.
- Peattie, K. & Collins, A. (2009). Perspectives on Sustainable Consumption: Guest Editorial. *International Journal of Consumer Studies*, 33, (2), 107–112.
- Pirich, C. (12.09.2009). Der Irrsinn mit den Extras. *TAZ - die tageszeitung*. Verfügbar unter: <http://www.taz.de/1/archiv/print-archiv/printressorts/digital/artikel/?ressort=wu&dig=2009%2F09%2F12%2Fa0038&cHash=cdde66b09a> [Letzter Zugriff am: 21.02.2010].



- RSU - Rat von Sachverständigen für Umweltfragen (2004). *Umweltgutachten 2004: Umweltpolitische Handlungsfähigkeit sichern* (Verhandlungen des Deutschen Bundestages: Drucksachen; 5/3600). Berlin.
- Ray, P. H. & Anderson, S. R. (2000). *The cultural creatives: How 50 million people are changing the world*. New York, NY: Three rivers press
- Rees, W. E. (1995). Achieving Sustainability: Reform or Transformation? *Journal of Planning Literature*, 9, (4), 343–361.
- Reisch, L. (2005). Kommunikation des nachhaltigen Konsums. In: Michelsen, G. & Godemann, J. (Hrsg.). *Handbuch Nachhaltigkeitskommunikation. Grundlagen und Praxis* (S. 461–471). München: Oekom.
- Reisch, L. A. & Scherhorn, G. (1998). Auf der Suche nach dem ethischen Konsum: Wie könnten nachhaltige Lebensstile aussehen? *Nachhaltigkeit, Lebensstile und Konsumentenverhalten. Der Bürger im Staat*, (2), 92–99.
- Renner, A. (2002). *Nachhaltigkeit und Globalisierung, Partizipation, Demokratie – Identifizierung von Zusammenhängen und Gestaltungsansätzen: Endbericht der Kurzstudie für den Rat für Nachhaltige Entwicklung*. Bensheim / Berlin: Institut für Organisationskommunikation.
- Ritzer, G. (2006). *Die McDonaldisierung der Gesellschaft* (4., völlig neue Aufl.). Konstanz: UVK-Verlagsges.
- Robertson, R. (1995). Glocalization, time-space ad homogeneity-heterogeneity. In: Featherstone, M. (Hrsg.). *Global modernities. Theory, culture & society* (S. 25–44). London: Sage Publications.
- Schaefer, A. & Crane, A. (2005). Addressing Sustainability and Consumption. *Journal of Macromarketing*, 25, (1), 76–92.
- Schefold, B. (1994). *Wirtschaftsstile, Band I: Studien zum Verhältnis von Ökonomie und Kultur*. Fischer-Taschenbücher Wissenschaft, Bd. 12243. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag
- Schlegel-Matthies, K. (2002). Das Modell der Salutogenese als Handlungsanleitung für haushaltsbezogene Bildung? - Fragen und Folgerungen. *Haushalt und Bildung*, (3), 24–33.
- Schmidt-Bleek, F. (2000). *Das MIPS-Konzept: Weniger Naturverbrauch - mehr Lebensqualität durch Faktor 10*. München: Droemersch Verlagsgesellschaft Th. Knauer Nachf.
- Spangenberg, J. H. (2003). Vision 2020: Arbeit, Umwelt, Gerechtigkeit - Strategien für ein zukunftsfähiges Deutschland. In: Spangenberg, J. H. (Hrsg.). *Vision 2020. Arbeit, Umwelt, Gerechtigkeit Strategien für ein zukunftsfähiges Deutschland* (S. 19–144). München: Oekom.
- Spangenberg, J. H. & Lorek, S. (2001). Sozio-ökonomische Aspekte nachhaltigkeitsorientierten Konsumwandels. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, (24), 23–29.
- Stiglitz, J. E., Sen, A. & Fitoussi, J.-P. (2009). *Report of the commission on the measurement of economic performance et social progress*. Paris.
- Stoltenberg, U. & Michelsen, G. (1999). Lernen nach der Agenda 21: Überlegungen zu einem Bildungskonzept für eine nachhaltige Entwicklung. *NNA-Berichte*, 12, (1), 45–53.
- Ullrich, W. (2008). *Habenwollen: Wie funktioniert die Konsumkultur?* (2. Aufl.). Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag (Erstveröffentlichung 2006).
- Umweltbundesamt (2002). *Nachhaltige Entwicklung in Deutschland: Die Zukunft dauerhaft umweltgerecht gestalten*. Berlin: Verlag Erich Schmidt
- Weder, D. J. (2003). *Umwelt: Bedrohung und Bewahrung*. (Bundeszentrale für politische Bildung, Hrsg.). Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung
- Weizsäcker, E. U. v., Lovins, A. B. & Lovins, L. H. (1995). *Faktor vier: Doppelter Wohlstand - halbiertes Naturverbrauch: Der neue Bericht an den Club of Rome*. München: Droemersch Verlagsgesellschaft Th. Knauer Nachf.
- Williams, C. C. & Millington, A. C. (2004). The diverse and contested meanings of sustainable development. *The Geographical Journal*, 170, (2), 99–104.
- WBGU - Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen (2003). *Energie-wende zur Nachhaltigkeit: Jahresgutachten 2003*. Welt im Wandel. Berlin: Springer
- WBGU - Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen (2005). *Armutskämpfung durch Umweltpolitik: Jahresgutachten 2005*. Welt im Wandel. Berlin: Springer
- Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie (2008). *Zukunftsfähiges Deutschland in einer globalisierten Welt: Ein Anstoß zur gesellschaftlichen Debatte*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag