



KonsUmwelt

Ein Jugendbildungsprojekt zum Umwelt- und Ressourcenschutz
Für Jugendliche und SchülerInnen von 15-25 Jahren

Verantwortungsvoller Konsum: Wir können auch anders!

- Hintergrundinformationen, Arbeits- und Aktionsvorschläge
- Konsum, Klimawandel, Umweltzerstörung und Ressourcenverschwendung
 - Wachstum, Wohlstand und Glück
 - Beispiel Kleidung
 - Beispiel Handy
 - Verantwortungsvoller und kritischer Konsum: was kann ich tun?

www.konsum-welt.de

Inhalt

Einleitung und Informationen zum Projekt	3
1. Ressourcenknappheit, Klimawandel und Ökologischer Fußabdruck	4
2. Konsum, Konsumismus und Konsumgesellschaft	8
2.1 Werbung und Konsum	9
2.2 Wachstum, Wohlstand und Glück	10
3. Konsum konkret	14
3.1 Beispiel Kleidung	14
3.2 Beispiel Handy	17
4. Verantwortungsvoller Konsum	19
4.1 Alternative Strategien zum derzeitigen Konsummodell	19
4.2 Verantwortungsvoller und kritischer Konsum konkret	20
Weiterführende Informationen:	
Filme, Literatur	22
Links, Kampagnen und Organisationen	23

Einleitung und Informationen zum Projekt

Unsere derzeitigen Konsum- und Produktionsmuster führen zu einer permanenten Übernutzung der natürlichen Ressourcen und einem stetigen Anstieg der Treibhausgasemissionen. Sie sind nicht nur die Hauptursache für globale Umweltprobleme wie Klimawandel, Müllberge und Artensterben, sondern sind auch mit sozialen Problemen verbunden: Vor allem in Ländern mit niedrigen Sozial- und Umweltstandards kommt es nicht selten zu Menschenrechtsverletzungen.

Trotz des Wissens um die Begrenztheit unserer weltweiten Ressourcen wie Böden, Biodiversität, fossile Brennstoffe und Wasser sowie drohender Ressourcenknappheit ist ein weltweit steigender Ressourcenverbrauch und CO₂ Ausstoß zu beobachten. In Industrieländern geht der hohe Konsum von Gütern (und damit Energie) weiter, in Schwellenländern steigt der Verbrauch stetig an. Es ist dringend notwendig jetzt zu handeln und unsere Ressourcen sparsam einzusetzen und zu schonen.

Klar ist auch, dass wir unseren alltäglichen Konsum und damit den Energieverbrauch nicht auf dem heutigen viel zu hohen Niveau fortsetzen können. Stattdessen muss ein verantwortungsvoller Konsum nach dem Motto „mehr Qualität und weniger Quantität“ dazu beitragen unseren Naturverbrauch zu reduzieren. Dafür ist es notwendig zu wissen, wie und unter welchen Arbeitsbedingungen Konsumgüter hergestellt werden, welche Ressourcen dabei beansprucht werden, aber auch, welche Alternativen wir haben.

Hinweise zur Nutzung der Materialien

Mit den vorliegenden Bildungsmaterialien und dem Projekt „KonsUmwelt“ will die Agrar Koordination für einen bewussteren Umgang mit unseren Ressourcen sensibilisieren und Handlungsmöglichkeiten zum Einsparen von Ressourcen aufzeigen.

Neben der vorliegenden Bildungsmappe gibt es zwei weitere Einheiten zu den Themen **„Nahrungsmittelproduktion und -verschwendung“** sowie **„Verpackung und Müllvermeidung“**. Ziel des Projekts ist, dass die SchülerInnen sich über Umweltprobleme und deren Ursachen, Folgen und Zusammenhänge bewusst werden und Vorschläge für umwelt- und sozial verträgliches Verhalten im privaten und öffentlichen Leben reflektieren, selbst entwickeln und bewusst umsetzen.

Die Bildungseinheiten enthalten einen Mix aus Hintergrundinformationen, Aktionsvorschlägen und Arbeitsaufträgen. Außerdem wird auf Kampagnen, Informationsmöglichkeiten und Publikationen verwiesen. Weitere Einzelarbeitsblätter und aktuelle Informationen können auf der Homepage www.konsum-welt.de unter „Informationen für LehrerInnen“ herunter geladen werden. Die Materialien können für die Gestaltung von Projekttagen an Schulen eingesetzt werden.

Nach Beendigung der Projekttage können die SchülerInnen an einem **Schulwettbewerb** teilnehmen, im Rahmen dessen sie ihre Ideen und Aktionen vorstellen und tolle Preise gewinnen können. Weitere Informationen dazu befinden sich ebenfalls auf der Homepage.

Im Sinne der UN Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ will die Agrar Koordination mit dem Projekt „KonsUmwelt“ Jugendlichen nachhaltiges Denken und Handeln vermitteln. Sie sollen in die Lage versetzt werden Entscheidungen für die Zukunft zu treffen und dabei abzuschätzen, wie sich das eigene Handeln auf künftige Generationen und das Leben in anderen Weltregionen auswirkt.

In diesem Sinne wünschen wir viel Spaß und hoffentlich zahlreiche Anregungen durch die Materialien. Wir freuen uns darauf, die Ergebnisse der Diskussionen zu erfahren und Rückmeldungen zu erhalten, wo konkrete Verhaltensänderungen und weitere Projektideen entstehen.

Schicken Sie Ihre Anregungen und Feedback an
corina.schulz@agrarkoordination.de

Ihr Team der

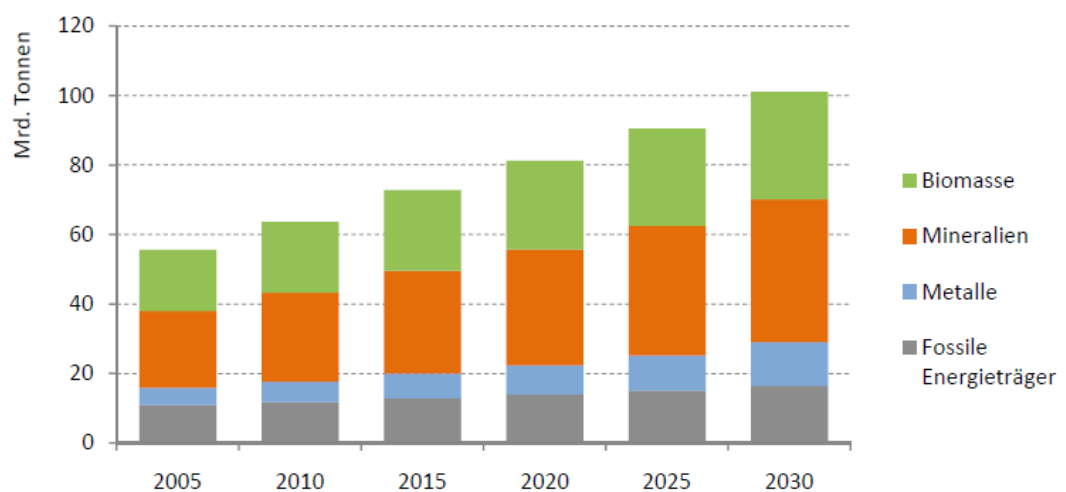
Agrar Koordination

Januar 2013

1. Ressourcenknappheit, Klimawandel und Ökologischer Fußabdruck

In den letzten 50 Jahren haben wir mehr Güter und Ressourcen verbraucht als alle Generationen vor uns zusammen. Natürliche Ressourcen (Wasser, Boden, Luft, Wälder, Artenvielfalt, Rohstoffe) sind die Lebensgrundlage auf unserem Planeten. Der wachsende Konsum und damit Verbrauch der Ressourcen bringt die Tragfähigkeit der Erde jedoch an ihre Grenzen. 70 Milliarden Tonnen Rohstoffe werden derzeit jährlich gefördert und konsumiert – das ist beinahe doppelt so viel wie vor 30 Jahren.¹ **Ein EuropäerIn verbraucht durchschnittlich 43 kg Rohstoffe pro Tag² (der globale Durchschnitt liegt bei 27 kg).** Durch das weltweite Bevölkerungswachstum und die Zunahme ressourcenintensiver Lebensstile auch in vielen sogenannten Schwellen- und Entwicklungsländern nimmt der Druck auf die noch verbleibenden Ressourcen stetig zu. Prognosen zufolge ist mit einem Anstieg des Ressourcenverbrauchs auf 100 Milliarden Tonnen Rohstoffe im Jahr 2030 zu rechnen.

Abb.: Ressourcenverbrauch



Quelle: SERI, Friends of the Earth Europe, Global 2000 (2009): Ohne Maß und Ziel? Über unseren Umgang mit den natürlichen Ressourcen der Erde, Wien, S. 27

Wusstest Du?

→ 1 Flugreise nach New York (hin und zurück) verbraucht 4,2 Tonnen CO₂. Um das 2 Grad Klimaschutzziel zu erreichen stünden jeder Person auf der Welt bis 2050 pro Jahr nur noch 2,7 Tonnen CO₂ zur Verfügung. Die durchschnittliche CO₂ Bilanz in Deutschland beträgt jedoch 11 Tonnen Person/ Jahr.

Quelle: Wissenschaftlichen Beirat der Bundesregierung für Globale Umweltveränderungen (WBGU), Atmosfair.

→ Gegenwärtig verbraucht die Menschheit innerhalb eines Jahres etwa so viele fossile Energieträger, wie die Erde innerhalb von einer Million Jahren herausgebildet hat.

Quelle: Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Entwicklung (2008): Zukunftsfähiges Deutschland in einer globalisierten Welt

Folgende Faktoren tragen zu dem prognostizierten wachsenden Ressourcenverbrauch bei:

- ▷ Ein gleichbleibend hohes Konsumniveau in Industrieländern
- ▷ Ein deutliches Anwachsen der Weltbevölkerung
- ▷ Eine Erhöhung des Ressourcenkonsums in Entwicklungs- und Schwellenländern, die einen ähnlichen materiellen Wohlstand und Lebensstil anstreben wie die westlichen Länder
- ▷ Produktinnovationen, wie Informations- und Telekommunikationstechnologien, die neue Ressourcen- und Energiebedarfe haben
- ▷ Das Modell des Wirtschaftswachstums (Studien zufolge war die Steigerung des Bruttoinlandsprodukts in den letzten Jahrzehnten immer von einer Zunahme des Energieverbrauchs begleitet)³

¹ Dittrich, Monika et al. (2012): Green economies around the world? Implications of resource use for development and the environment, Sustainable Europe Research Institute (SERI) (Hrsg.).

² Assadourian, Eric (2010): Aufstieg und Fall unserer Konsumkultur, in: Worldwatch Institute (Hrsg.): Zur Lage der Welt 2010.

³ Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hrsg.) 2012: Die Rohstoff- Expedition, Bonn; SERI, Friends of the Earth Europe, Global 2000 (2009): Ohne Maß und Ziel? Über unseren Umgang mit den natürlichen Ressourcen der Erde, Wien.

Das Vorkommen an natürlichen Ressourcen und die Biokapazität der globalen Ökosysteme sind jedoch begrenzt. Unter Biokapazität versteht man einerseits die Fähigkeit biotische Ressourcen zu produzieren und andererseits Emissionen und Abfälle aufzunehmen. Seit Mitte des 20. Jahrhunderts wurden ca. 60% der weltweiten Ökosysteme geschädigt oder übernutzt⁴. Abholzung der Wälder, Rückgang der Fischbestände, Wasserknappheit, Verschmutzung von Böden und Wasser, Verlust der Biodiversität sind die Folgen.

Bereits jetzt kommt es verstärkt zu Konkurrenz um die Nutzung der Ressourcen zwischen verschiedenen Regionen und um die Art der Nutzung – wird beispielsweise Boden für den Anbau von Nahrung, zur Produktion von (Agrar-)Treibstoffen oder für die Herstellung von Bioplastik verwendet?

„Noch bevor uns das Öl ausgeht, geht uns der Planet aus“ (Bill McKibben)

Neben der zunehmenden Ressourcenknappheit ergibt sich ein weiteres Problem aus dem hohen Naturverbrauch und der begrenzten Biokapazität: die abnehmende Fähigkeit der Erde, die Folgen unserer wirtschaftlichen Aktivitäten für die Umwelt aufzufangen. Die Erde kann den Abfall (CO₂, Plastik etc.) nicht schnell genug wieder aufnehmen und verwerten (in Ozeanen, der Vegetation oder mineralischen Verbindungen). Man spricht hier vom Problem der sogenannten „Senken“.⁵

Der **Klimawandel** gehört zu diesem Problemaspekt. Er wird durch die Anreicherung von Treibhausgasen in der Atmosphäre verursacht, welche durch menschliche Aktivitäten, wie das Verbrennen fossiler Brennstoffe, beschleunigt wird. Die Fähigkeit der Atmosphäre, der Böden, Ozeane und Wälder, die Treibhausgasemissionen zu absorbieren, nimmt immer mehr ab.

Der Hauptverursacher der Erderwärmung ist der hohe und steigende Verbrauch von Ressourcen und fossilen Energieträgern, wie Erdöl, Erdgas und Kohle. Bei der Energiegewinnung werden überwiegend fossile Energieträger verbrannt, wodurch Treibhausgase freigesetzt werden. Die den Klimawandel am stärksten beeinflussenden Treibhausgase sind dabei Kohlendioxid (CO₂), Methan (CH₄) und Lachgas (N₂O). Den Hauptanteil hat mit 60 Prozent Kohlendioxid. Es wird hauptsächlich durch die Verbrennung fossiler Energieträger, Waldrodungen und Bodenerosion freigesetzt. Methan hat einen Anteil von 15 Prozent und wird durch Reisanbau, Viehhaltung, Verbrennung von Biomasse aus Mülldeponien und die Nutzung fossiler Energieträger freigesetzt.

Durch die wachsende Weltbevölkerung, neue Technologien und Innovationen sowie steigenden materiellen Wohlstand in vielen Regionen werden ständig mehr Ressourcen und Energie bei der Produktion und Nutzung von Konsumgütern sowie zur Fortbewegung benötigt. Zudem werden vielfach Produkte hergestellt, die einen hohen Energie- und Ressourcenaufwand benötigen, jedoch nur eine kurze Lebensdauer haben.⁶



Bild © Jam / PIXELIO

Klimawandel kurz erklärt:

Der Anstieg der Konzentration von CO₂ (und anderer Treibhausgase) in der Atmosphäre verstärkt den natürlichen Treibhauseffekt, bei dem vereinfacht ausgedrückt einfallende Sonnenstrahlen absorbiert und in Wärme umgewandelt werden. Erhöht sich die Konzentration der Treibhausgase in der Erdatmosphäre, erhöht sich ebenfalls die Absorption der einfallenden Sonneneinstrahlung. Gleichzeitig wird die Wärmeabstrahlung ins Weltall vermindert. Die Folge: es wird wärmer auf der Erde.

Quelle: Ina Schäfer: *Der Mensch als Klimaveränderer*, in: Bundeszentrale für politische Bildung: *Dossier, Klimawandel*

Der Ökologische Fußabdruck

Wie viel Erde benötigt der Lebensstil eines Menschen? Der Ökologische Fußabdruck zählt die Ressourcen, die wir für den Alltag verbrauchen, und zeigt auf, wie viel Fläche benötigt wird, um all die Energie und Rohstoffe dafür zur Verfügung zu stellen. Berechnet wird der Fußabdruck anhand von Daten zu Wohnen und Energie, Konsum, Ernährung und Verkehr/ Fortbewegung.

Alle natürlichen Rohstoffe, die wir durch diese Handlungen tagtäglich verbrauchen, benötigen Platz zum Nachwachsen. Zudem benötigt die Natur Ressourcen und Flächen, um unsere Abfälle abzubauen (z.B. Wälder, um das CO₂ zu binden). Der ökologische Fußabdruck macht diesen **Flächenbedarf** deutlich und zeigt die **ökologischen Grenzen unseres Planeten** auf.

⁴TEBB (2008): *The economics of ecosystems and biodiversity*, Brüssel.

⁵Jackson, Tim (2011): *Wohlstand ohne Wachstum. Leben und Wirtschaften in einer endlichen Welt*, München.

⁶Bundeszentrale für politische Bildung: *Dossier Klimawandel*; IPCC 2008: *Klimaänderung 2007, Synthesebericht*.

Der Ökologische Fußabdruck ist nicht nur für Einzelpersonen berechenbar, sondern auch für ganze Länder. Das Ergebnis für Deutschland: der deutsche Fußabdruck ist 5,09 Hektar groß. Nachhaltig und fair wäre ein Ressourcenverbrauch, der zu einem Fußabdruck von 1,9 Hektar führen würde.

Somit ist der Ökologische Fußabdruck auch ein Gerechtigkeitsindikator, denn er basiert auf der Grundannahme, dass allen Menschen auf der Welt gleich viel Fläche (und Ressourcenverbrauch) zur Verfügung steht. Dazu wird die Biokapazität der Erde unter allen Menschen aufgeteilt.⁷

Der World Overshoot Day

Dieser Tag symbolisiert den Zeitpunkt, an dem wir unser „Naturbudget“ für das Jahr aufgebraucht haben. Ab diesem Datum lebt die Menschheit über ihre Verhältnisse. Sie hat bereits so viele Ressourcen verbraucht, wie die Erde in einem Jahr kompensieren kann. Der Termin wird vom Global Footprint Network jedes Jahr neu berechnet. Zu dem Zeitpunkt ist bereits mehr Kohlendioxid (CO₂) in der Atmosphäre und Müll auf den Kippen, als die Natur absorbieren kann. Wir nutzen mehr von Äckern, Feldern, Wäldern, Wasser, Tieren und aus den Fischgründen, als nachwachsen kann. Im Jahr 1995 war der World Overshoot Day am 21. November. Im Jahr 2012 fiel er schon auf den 22. August. www.footprintnetwork.org

Der Ökologische Rucksack

Das Konzept des ökologischen Rucksacks berücksichtigt die Menge an Ressourcen, die im vollständigen Lebenszyklus eines Produkts stecken. Je mehr Ressourcen ein Produkt verbraucht, desto schwerer ist folglich sein ökologischer Rucksack. Mit einberechnet werden dabei: die Rohstoffgewinnung und Produktion (Rohstoffförderung, Vorprodukte, Transport und Vertrieb), die Nutzung (Verbrauch, Transport, Reparatur) sowie die Entsorgung (Recycling, Wiederverwertung). Alle der Umwelt entnommenen Materialien, die im Lebenszyklus des jeweiligen Produkts anfallen, werden addiert. Bei der Produktion von industriellen Gütern gehen durchschnittlich 90% der natürlichen Ressourcen verloren. Unter natürliche Ressourcen fallen dabei biotische Rohmaterialien (Pflanzen, Tiere) und abiotische Materialien (z.B. Sand oder Erdöl), Wasser, Luft und Boden.

Ein T-Shirt wiegt ein paar Hundert Gramm, sein ökologischer Rucksack ist jedoch 226 kg schwer. Dieser setzt sich zusammen aus 2 kg abiotischen Rohmaterialien, 1,2 kg biotischen Rohmaterialien, 1480 kg Wasser, 12,5 kg Luft, 223 kg Erosion.⁸

Ein Laptop hat ein Gewicht von ca. 2 kg, sein ökologischer Rucksack wiegt ganze 745 kg. Der Großteil des ökologischen Rucksacks entfällt dabei auf den aufwendigen Abbau von Rohstoffen.⁹



200g

© Jürgen Oberguggenberger / pixelio.de



226kg

© Grzegorz Japol - Fotolia.com

Filmtipp: Zum Einstieg in das Thema eignet sich der 20-minütige Film „The Story of Stuff“. Auch wenn die Daten aus dem Film sich auf die USA beziehen, lassen sich doch viele Parallelen zu Deutschland und Europa ziehen. Die deutsche Version ist hier zu finden: <http://thestoryofstuff.de/>

⁷ www.footprint-deutschland.de, www.mein-fussabdruck.at

⁸ Ritthoff/ Rohn/ Liedtke 2002: MIPS berechnen: Ressourcenproduktivität von Produkten und Dienstleistungen, Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie (Hrsg.)

⁹ Bundesministerium für Bildung und Forschung (2012): Die Rohstoff-Expedition; www.nabu.de/themen/konsumressourcenmuell/waskannichtun/oekorucksack/

▷ Arbeitsvorschläge

1. Lebt Ihr auf zu großem Fuß? Berechnet Euren Ökologischen Fußabdruck auf www.footprint-deutschland.de

Wie groß ist der durchschnittliche Fußabdruck in Eurer Klasse? Liegt Ihr damit über oder unter dem Durchschnitt? Diskutiert das Ergebnis und überlegt Euch, welche Möglichkeiten Ihr persönlich habt, Euren Fußabdruck zu verringern.

2. Stellt eine Einkaufsliste zusammen. Welche Produkte konsumiert Ihr tagtäglich?

Berechnet auf der Seite des NABU www.nabu.de/themen/konsumressourcenmuell/waskannichtun/oekorucksack/, wie viele Ressourcen dafür verbraucht werden.

3. Rechercheaufgabe

Führt eine Internetrecherche zu den Folgen des Klimawandels in den verschiedenen Weltregionen durch. Teilt Euch dazu in Gruppen auf, die sich jeweils mit einer Region (Afrika, Asien, Australien und Neuseeland, Europa, Lateinamerika und Nordamerika) beschäftigen. Präsentiert Eure Ergebnisse der Klasse.

Recherchetipps:

- ▷ Informationsportal Klimawandel: <http://bildungsserver.hamburg.de/klimawandel/>
- ▷ Potsdam Institut für Klimafolgenforschung: www.pik-potsdam.de/
- ▷ Klimaportal des Umweltbundesamt: www.umweltbundesamt.de/klimaschutz/klimaaenderungen
- ▷ Bundeszentrale für politische Bildung: <http://www.bpb.de/gesellschaft/umwelt/klimawandel>

▷ Aktionsidee

Ein kleinerer Fußabdruck für unsere Schule

Ziel der Aktion: Entwickelt Ideen und Vorschläge, um den Ressourcen- und Energieverbrauch an Eurer Schule zu verringern.

Ausgangsbasis: Um Vorschläge zu entwickeln, müsst Ihr zunächst einmal den IST Zustand erfassen.

1. Teilt Euch in 4 Gruppen auf, die sich jeweils mit einem für den Ökologischen Fußabdruck/Ressourcenverbrauch relevanten Bereich a) Transport/Verkehr, b) Konsum, c) Ernährung, d) Energie beschäftigen.

2. Entwickelt in der Gruppe Fragen zu Eurem jeweiligen Bereich. Die Fragebögen könnt Ihr dann an andere Schulklassen (stichprobenartig z.B. an eine Klasse pro Jahrgang), an LehrerInnen bzw. die Verwaltung oder den Hausmeister weitergeben.

Tipp: Es kann auch sinnvoll sein, zwei verschiedene Fragenkataloge zu entwickeln: ein Fragebogen für SchülerInnen und einen für die Schulverwaltung/Hausmeister

Beispielfragen für die einzelnen Bereiche:

- Transport/ Verkehr:** ▷ Wie kommen die SchülerInnen (und LehrerInnen) zur Schule (Fuß, Rad, Bus, U-/S-Bahn, Auto)?
- Konsum:** ▷ Welches Papier wird im Unterricht verwendet (Recycling-Papier, weißes Papier)?
▷ Wie ist die Situation der Müllproduktion und -trennung?
- Ernährung:** ▷ Wie sieht das Angebot der Schulmensa/Cafeteria aus? Regional und biologisch erzeugtes Essen oder konventionell Produziertes, eher vegetarisch oder viel Fleisch?
- Energie:** ▷ **Strom:** Wird in den Pausen im Klassenzimmer das Licht ausgeschaltet? Gibt es eine Solaranlage? Woher wird der Strom bezogen?
▷ **Wärme:** Wird in den Klassenzimmer richtig gelüftet (Stoßlüftung, statt gekippte Fenster)? Welche Heizenergie wird bezogen? Ist das Schulgebäude energetisch saniert?

Sicherlich fallen Euch noch viel mehr Fragen ein! Zur Anregung können folgende Seiten dienen:

www.footprint-deutschland.de, www.footprint.at, www.bmu-klimaschutzinitiative.de/de/projekte_nki/co2rechner

3. Wertet die Ergebnisse Eurer Befragung in den jeweiligen Gruppen aus und überlegt, ob und wie es möglich ist Ressourcen und Energie einzusparen. Präsentiert die Ergebnisse aus Eurem Bereich der ganzen Klasse.

Diskutiert im Anschluss daran gemeinsam für alle Bereiche, welche Maßnahmen notwendig wären, um Ressourcen und Energie an Eurer Schule zu sparen.

Entwickelt gemeinsam Handlungsempfehlungen für SchülerInnen und die Schulleitung.

4. Präsentiert Eure Ergebnisse den Klassen, die an der Umfrage teilgenommen haben sowie der Schulleitung/ Verwaltung. Alternativ könnt Ihr auch einen Runden Tisch einberufen, im Rahmen dessen Ihr gemeinsam mit LehrerInnen, Schulleitung, der Schülermitverwaltung oder KlassensprecherInnen Möglichkeiten zum Ressourcensparen an Eurer Schule diskutiert.



© JiSIGN - Fotolia.com

2. Konsum, Konsumgesellschaft und Konsumismus

Konsumieren ist für Menschen in Industrieländern ein selbstverständlicher Teil des Alltagslebens. Konsumieren lassen sich nicht nur Produkte, die man kauft (Handy, MP3 Player, Kleidung etc.), sondern auch Dienstleistungen, die man nutzt (Reisen, im Internet surfen etc.). Soziologisch betrachtet ist Konsum soziales Handeln mit verschiedenen gesellschaftlichen und individuellen Funktionen. Konsum wird als mehrphasiger Prozess betrachtet:

1. **Entscheidungsphase: das Bedürfnis nach einem Konsumgut wird geweckt und der Kauf geplant**
2. **Kauf**
3. **Verwendungsphase: das Konsumgut wird genutzt oder verbraucht**
4. **Entsorgungsphase: Entsorgung oder Wiederverwertung des Konsumguts.**



© yvart - Fotolia.com

Konsum dient nicht nur der Befriedigung der elementaren Bedürfnisse (Beseitigung von Hunger, Durst, Bekleidung etc.), sondern auch der Selbstverwirklichung. Konsumgüter sollen nicht nur funktional sein, sie sollen zudem die eigene Persönlichkeit unterstreichen: So werden Schuhe nicht nur gekauft, weil sie die Füße schützen, sondern sie müssen zu einem passen und den eigenen Stil unterstreichen.¹⁰

Diese Funktion des Konsums als Selbstverwirklichung und der damit einhergehende Lebensstil wird auch als **Konsumismus** bezeichnet. Der Ökonom Paul Ekins definiert Konsumismus als „kulturelle Orientierung, in der Besitz und Gebrauch einer wachsenden Zahl von Gütern oberstes kulturelles Ziel ist und sicherster Weg zu persönlichem Glück, sozialem Status und nationalem Erfolg“.

Die Bedeutung des Begriffs „**Konsumgesellschaft**“ zielt in eine ähnliche Richtung: „Eine Konsumgesellschaft ist gekennzeichnet durch eine relativ hohe Massenkauftkraft, materiellen Wohlstand sowie durch Massenproduktion preisgünstiger und leicht beschaffbarer Verbrauchs- und Gebrauchsgüter. Bestimmt werden die Interessen der Bürger in einer Konsumgesellschaft weniger von eigenen Bedürfnissen und Interessen, als vielmehr durch Massenmedien, Werbung und politische Propaganda – diese Manipulation wird jedoch meist nicht wahrgenommen. Die Menschen in fast allen Industriestaaten gehören der Konsumgesellschaft an.“¹¹

Tatsächlich steigt das Konsumniveau stetig an: In den Industrieländern hat sich die Menge der gekauften Kleidung in den letzten 10 Jahren verdoppelt, der Kauf von elektronischen Geräten (Handy, Computer, Smartphones etc) nimmt zu. Gleichzeitig haben viele Produkte eine immer kürzere Lebensdauer und müssen so durch neue ersetzt werden.

Konsum hat **positive Seiten**: er befriedigt Bedürfnisse, ermöglicht Teilhabe am gesellschaftlichen Leben, führt zu Wertschöpfung und schafft Arbeitsplätze. Der Bereich des Konsums macht ca. 75 Prozent der Wirtschaftsleistung aus, privater Konsum hat einen Anteil von 50-60 Prozent daran. Das hohe Konsumniveau hat jedoch zahlreiche **negative Konsequenzen** für Umwelt, Menschen und künftige Generationen. Jedes Produkt muss produziert und transportiert werden, benötigt möglicherweise beim Gebrauch Energie und muss schließlich entsorgt werden. Damit einher gehen Ressourcen- und Energieverbrauch, Abfälle und Emissionen. Die Gewinnung der Rohstoffe, Produktion und Entsorgung der Konsumgüter sind außerdem oftmals mit schlechten Arbeitsbedingung, Ausbeutung und Gesundheitsgefahren verbunden.¹²

Millennium Consumption Goals

Als Ergänzung zu den Millenniumsentwicklungszielen der UN (MDGs -Millennium Development Goals) zur Armutsbekämpfung schlägt der Klimaforscher und Professor für Nachhaltige Entwicklung Mohan Munsinghe Millenniums-Konsum-Ziele (MCGs – Millennium Consumption Goals) vor. Vor dem Hintergrund, dass die reichsten 20 Prozent der Weltbevölkerung 80 Prozent aller Waren und Ressourcen konsumieren und 75 Prozent der Emissionen verursachen, fordert er acht Konsumziele für Reiche in Industrie- und Entwicklungsländern. Die Konsumziele umfassen die Bereiche Energie, Wasser, Nahrung, Transport, Abfall, CO₂-Emission, Landnutzung und Lebensstile.

www.millenniumconsumptiongoals.org

¹⁰ Tully, Claus J. (2012): Nachhaltiger Konsum, in: APuZ Aus Politik und Zeitgeschehen: Wohlstand ohne Wachstum?, Nr. 27-28/2012; Reinke, Christine (2012): Geographie Infothek, Infoblatt Werbung und Konsum, Ernst Klett Verlag;

¹¹ Reinke, Christine (2012): Geographie Infothek, Infoblatt Werbung und Konsum, Ernst Klett Verlag

¹² Grunwald, Armin (2012): Ende einer Illusion. Warum ökologisch korrekter Konsum die Umwelt nicht retten kann, München.

2.1 Konsum und Werbung

Die Sehnsüchte nach Zugehörigkeit und Identität, die durch den Akt des Konsumierens gestillt werden sollen, sind die Anknüpfungspunkte für Werbung und MarketingstrategInnen. Sie wollen ein Lebensgefühl mit verkaufen.

Marketing und Werbung wecken „Bedürfnisse“, die vor der Existenz mancher Produkte vielen Menschen niemals in den Sinn gekommen wären. Hierzu ein Zitat von dem Sozialpsychologen Harald Welzer: „[...] niemand wusste vor zehn Jahren, dass er so meschugge sein würde, mit einem Geländewagen durch Innenstädte zu fahren.“

Werbung ist überall zu finden: auf Plakaten an Bushaltestellen oder Gebäuden, im Internet, Zeitschriften, Fernsehen, Radio, Kino oder auf Labels an T-Shirts oder Taschen. Man kann ihr quasi nicht entkommen.

Werbung kann definiert werden als die Beeinflussung von bestimmten Zielgruppen durch spezifische Werbemittel mit dem Ziel der Verkaufsförderung oder Imagepflege eines bestimmten Produktes oder Unternehmens. Werbung spricht dabei bewusste und unbewusste Bedürfnisse an oder erzeugt neue. Das geschieht durch emotionale (Suggestion) oder durch informierende Werbebotschaften. Suggestive Werbung hat das Ziel bestimmte Gedankenverbindungen zu knüpfen und Gefühle anzuregen, die mit dem eigentlichen Produkt nichts zu tun haben. Dazu werden die „emotionalen Werte“ eines Produkts hervorgehoben. Bestimmte Lebensgefühle sollen insbesondere bei der sog. Lifestyle- und Imagewerbung mit dem Produkt in Verbindung gebracht werden. Durch den Kauf einer Marke wird dem/der KonsumentIn eine Aufwertung des eigenen Images vorgegaukelt. Auch wenn den meisten KonsumentInnen völlig klar ist, dass sie durch den Kauf eines bestimmten Parfums nicht plötzlich so sexy und cool wie der Schauspieler im Spot werden, wirken diese Werbungen schlicht dadurch, dass sich die Marke im Kopf festsetzt.¹³



© marlenne - Fotolia.com

Filmtipp: Kaufen für die Müllhalde (arte)

▷ Aufgabe

Im Text wurde Harald Welzer zitiert. Hier das vollständige Zitat: „Niemand wusste vor fünf Jahren, dass er ein iPad wollte, niemand vor zehn Jahren, dass er so meschugge sein würde, mit einem Geländewagen durch Innenstädte zu fahren“.

Diskutiert das Zitat.

Was denkt Ihr, will Welzer damit kritisieren? Stimmt Ihr seiner Kritik zu? Fallen Euch weitere Dinge, Dienstleistungen oder Produkte ein, die sich großer Beliebtheit erfreuen und deren Nutzen (zumindest Harald Welzer) für fragwürdig halten würde?

▷ Aktionsvorschlag-

Sammelt Werbung aus Zeitschriften, fotografiert Plakatwerbungen oder nehmt Fernsehwerbung auf.

Analysiert die Werbebotschaften. Welches Lebensgefühl will die Werbung übermitteln? Wodurch soll zum Kauf angeregt werden? Hat das suggerierte Image etwas mit dem realen Produkt zu tun? Welche Stilmittel (Musik, Bilder, Slogans) werden dafür verwendet?

¹³ David W.: Nicht denken! Konsumieren!, erschienen in Utopia, 24.12.2008; Reinke, Christine (2012): Geographie Infothek, Infoblatt Werbung und Konsum, Ernst Klett Verlag

Shoppern für die Selbstdarstellung? Konsum unter Jugendlichen in Deutschland

Die heutige Generation der Jugendlichen wird vielfach „Generation Konsum“ genannt, deren Lebensmotto „Ich konsumiere, also bin ich“ ist. Jugendliche in Deutschland verfügen über eine Kaufkraft von 22 Milliarden Euro. Das ist mehr als das Bruttoinlandsprodukt mancher Staaten (z.B. Mosambik ca. 7 Mrd. Euro) Die hohe Kaufkraft von Jugendlichen macht sie zu einer begehrten Zielgruppe für Marketing und Werbung. MarketingstrategInnen geben sich alle Mühe, die Jugendlichen mit immer neuen Strategien und Produkten anzusprechen.

Der Soziologe und Jugendforscher Claus Tully vom Deutschen Jugendinstitut München befragte Jugendliche zwischen 14 und 24 zu ihrem Konsumverhalten. Ergebnis: nicht alles, was gekauft wird, erschien den Jugendlichen wirklich wichtig, 50 Prozent wurde als überflüssig betrachtet.

Nach welchen Kriterien kaufen Jugendliche Konsumgüter? Eine Studie des Deutschen Jugendinstituts München kam bei einer Befragung von Jugendlichen zu folgendem Ergebnis:

- 8 Prozent der Jugendlichen kaufen Dinge, um bei FreundInnen Eindruck zu machen
- 19 Prozent achten darauf, dass die Güter, die sie kaufen, auch von FreundInnen positiv bewertet werden
- Für 27 Prozent sind Konsumartikel Mittel zur Selbstdarstellung
- 38 Prozent wollen stets über Produkte und Marken auf dem Laufenden sein
- 43 Prozent bevorzugen Markenprodukte

Quelle: 3Sat Wissen: Shoppen als Selbstzweck, abrufbar unter: <http://www.3sat.de/page/?source=/nano/gesellschaft/163223/index>

2.2 Wachstum, Wohlstand und Glück – Noch mehr ist immer noch nicht genug?

„Man gewöhnt sich so rasch. Man will Geld verdienen, um glücklich zu leben. Die ganze Anstrengung und die beste Kraft eines Lebens konzentrieren sich auf den Erwerb dieses Geldes. Das Glück wird vergessen, das Mittel wird zum Selbstzweck“

Albert Camus, Mythos des Sisyphos



© Daniel Ernst - Fotolia.com

Wirtschaftswachstum und Konsumsteigerung sind in den letzten Jahrzehnten zu einem wichtigen Ziel von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft geworden. Das westliche Wohlstands- und Konsummodell stößt jedoch an ökologische Grenzen angesichts der begrenzten Biokapazität der Erde. Würden alle Menschen auf der Erde einen ähnlich ressourcen-intensiven Lebensstil pflegen wie hier in Europa würde man drei Erden benötigen. Verstärkt kommt es daher in letzter Zeit auf politischer, zivilgesellschaftlicher und wissenschaftlicher Ebene zu einer Debatte um die Neudefinierung der Vorstellung von gesellschaftlichem Fortschritt. Die zentrale Frage dabei ist, wie das materielle und immaterielle Wohl einer wachsenden Weltbevölkerung innerhalb der Tragfähigkeitsgrenzen der Erde geschaffen und gesichert werden kann.¹⁴ Wie also kann Wohlstand in einer endlichen Welt aussehen, deren Ressourcen begrenzt sind? Wie kann eine wachsende Weltbevölkerung am Wohlstand teilhaben? Und: was sind Wohlstand und Lebensqualität eigentlich?

Häufig wird Wohlstand als wirtschaftliche Größe definiert und Wirtschaftswachstum gefordert, um den Wohlstand zu erhalten. Demnach sorgen höhere Einkommen für eine verbesserte Lebensqualität. Gemessen wird Wohlstand nach dieser Definition mit der Steigerung des Bruttoinlandsprodukts pro Kopf. Steigerung Pro-Kopf-BIP = gesteigerter Wohlstand. Das BIP ist der Wert aller Waren und Dienstleistungen, die in einem Land in einem Jahr hergestellt und verkauft wurden. Das BIP ist allerdings kein Indikator dafür, ob etwas den Menschen wirklich nützt und deren Lebensqualität steigert: Eine Umweltkatastrophe oder ein Autounfall beispielsweise tragen zur Erhöhung des BIP bei, da Unternehmen mit Beseitigung der Schäden beauftragt werden.¹⁵ Es wird also nicht unterschieden, ob produziert wird, um Schäden zu beseitigen oder um etwas Nützliches herzustellen.

Steigerung Pro-Kopf-BIP = gesteigerter Wohlstand. Das BIP ist der Wert aller Waren und Dienstleistungen, die in einem Land in einem Jahr hergestellt und verkauft wurden. Das BIP ist allerdings kein Indikator dafür, ob etwas den Menschen wirklich nützt und deren Lebensqualität steigert: Eine Umweltkatastrophe oder ein Autounfall beispielsweise tragen zur Erhöhung des BIP bei, da Unternehmen mit Beseitigung der Schäden beauftragt werden.¹⁵ Es wird also nicht unterschieden, ob produziert wird, um Schäden zu beseitigen oder um etwas Nützliches herzustellen.

Weitere Gründe, die gegen das BIP als alleinigen Wohlstandsindikator sprechen, sind:

- ▷ die Verteilung von Einkommen und Reichtum fließen nicht in die Berechnung mit ein – dabei ist dies ganz entscheidend für die Bewertung des gesamtgesellschaftlichen Wohlstands in einem Land
- ▷ das BIP erfasst nur über den Markt vermittelte Arbeit und Wertschöpfung – ehrenamtliches Engagement oder Hausarbeit werden nicht berücksichtigt
- ▷ Eingang in das BIP findet auch nicht die Frage, ob die Produktion in einem Land auf der Ausplünderung der Naturressourcen beruht oder ob nachhaltig gewirtschaftet wird.¹⁶

¹⁴ Miegel, Meinhard (2012): Welches Wachstum und welchen Wohlstand wollen wir?, in: APuZ, Aus Politik und Zeitgeschehen, 27-28 / 2012.

¹⁵ BUND/ BUND Jugend: Wachstum ohne Ende? Was Wirtschaftswachstum mit Deinem Leben zu tun hat (online abrufbar)

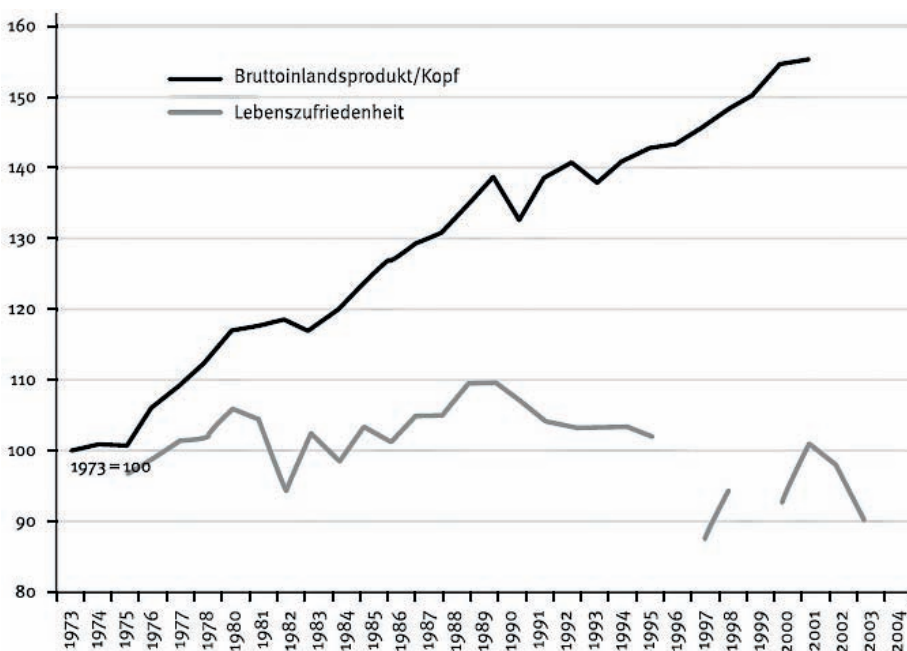
¹⁶ Diefenbacher, Hans/ Zieschank, Roland (2011): Woran sich Wohlstand wirklich messen lässt, Oekom-Verlag

Die Definition von Wohlstand und Fortschritt als Wirtschaftswachstum kommt daher zunehmend in Bedrängnis. Alternativen werden von WachstumskritikerInnen entworfen.

1. Die ökologisch ausgerichtete Postwachstumsdebatte, deren bekanntester Vertreter Tim Jackson (Wohlstand ohne Wachstum) ist, vertraut weder auf wirtschaftliches Wachstum noch auf technologische Lösungen, um Wohlstand trotz begrenzter Ressourcen zu schaffen und zu erhalten.¹⁷ Er skizziert ein nachhaltiges Wirtschaftssystem aus geeigneten politischen Rahmenbedingungen (z.B. eine ökologische Steuerreform, Festsetzung von Obergrenzen für den Ressourcenverbrauch und Emissionsausstoß), kulturell-gesellschaftlichen Veränderungen (Abbau des Konsumismus), Bekämpfung von sozialer Ungleichheit, Stärkung des Sozialkapitals der Menschen und Unterstützung der südlichen Länder beim (ökologischen) Umbau ihrer Wirtschaft.¹⁸

2. Die sogenannte **Glücksforschung** ist der zweite Strang der „Wachstums“debatte: Sie kommt zum Schluss, dass ab einem bestimmten Niveau die Erhöhung des Einkommens und materiellen Wohlstands keinen Zuwachs an Lebenszufriedenheit mit sich bringt. Wirtschaftswachstum ab einer bestimmten Einkommenshöhe trägt den ForscherInnen zufolge vielmehr zu sozialen Problemen bei, da Druck, Konkurrenz und Konsumismus zunehmen. Der Nutzen vieler Konsumgüter beruht auf sozialem Prestige, bewusster Abgrenzung oder der Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe. Es ist demnach ein immer höherer Konsum- und damit Zeit- und Geldaufwand notwendig, um ein bestimmtes Glücksgefühl, das aber sowieso nicht steigerbar ist, beizubehalten.¹⁹

Wirtschaftswachstum und Lebenszufriedenheit in Deutschland



Quelle: Wuppertal Institut für Klima, Umwelt und Entwicklung (2008): *Zukunftsfähiges Deutschland in einer globalisierten Welt*, S. 112

3. Der dritte Strang nimmt Motive sowohl aus der ökologischen Debattenrichtung als auch aus der Glücksforschung auf. Das Ergebnis lautet: die Menschen in den Industrieländern leben weit über ihre Verhältnisse. Das kann so nicht weitergehen. Die attraktive Botschaft dabei ist jedoch: die unabdingbare Reduzierung des Ressourcenverbrauchs kann mit einer stabileren wirtschaftlichen Versorgung und mehr Glück sowie subjektivem Wohlbefinden einhergehen. Der Weg dahin führt über „kreative Subsistenz“ (Eigenproduktion, Gemeinschaftsnutzung), Verringerung und Umverteilung der Arbeitszeit, Herstellung langlebiger Konsumgüter sowie regionale und lokale Produktion.²⁰

Alle Debattenstränge sind sich jedoch darüber einig, dass gesellschaftliche und politische Veränderungen notwendig sind, um die ökologischen und sozialen Probleme anzugehen und dass die Fixierung auf das Wirtschaftswachstum Teil des Problems und nicht die Lösung ist.²¹

¹⁷ APuZ Aus Politik und Zeitgeschichte: *Wohlstand ohne Wachstum?*, 27-28/2012.

¹⁸ Jackson, Tim (2011): *Wohlstand ohne Wachstum*, S. 175ff.; Brand, Ulrich (2012): *Wachstum und Herrschaft*, in: APuZ Aus Politik und Zeitgeschichte: *Wohlstand ohne Wachstum?*, 27-28/2012

¹⁹ Paech, Niko (2012): *Vom grünen Wachstumsmythos zur Postwachstumsökonomie*, in: Welzer, H./Wiegandt, K. (Hrsg.): *Perspektiven einer nachhaltigen*

Entwicklung. Wie sieht die Welt im Jahr 2050 aus?

²⁰ Paech, Niko (2012): *Befreiung vom Überfluss*, München

²¹ Brand, Ulrich (2012): *Wachstum und Herrschaft*.

ARBEITSBLATT

▷ Alternativen zum BIP - Wohlstandsindizes und –konzepte

▷ **Nationaler Wohlfahrtsindex (NWI)**: im Auftrag des Umweltbundesamtes haben der Ökonom Hans Diefenbacher und der Politologe Roland Zieschank diesen Index entwickelt. Das BIP wird mit insgesamt 21 für wirtschaftlich nachhaltige Entwicklung relevanten Bereichen verrechnet. Berechnet werden Einkommensverteilung, der Wert von Hausarbeit und ehrenamtlicher Arbeit, der Verbrauch von Rohstoffen, Investitionen in Gesundheit und Bildung. Abgezogen werden Kosten für Kriminalität, Umweltschäden, Verkehrsunfälle, alkoholbedingte Krankheiten. Der NWI fällt dabei kleiner aus als das BIP.

▷ **Happy Planet Index**: die durchschnittliche Lebenserwartung wird multipliziert mit der Lebenszufriedenheit und durch den Ökologischen Fußabdruck dividiert. www.happyplanetindex.org/

▷ **Der Human Development Index (HDI)** verrechnet das BIP/pro Kopf mit Lebenserwartung und Bildungsniveau. Da bislang ökologische Aspekte fehlen, wird diskutiert eine Verrechnung mit dem Ökologischen Fußabdruck mit einzubeziehen. <http://hdr.undp.org/en/statistics/>

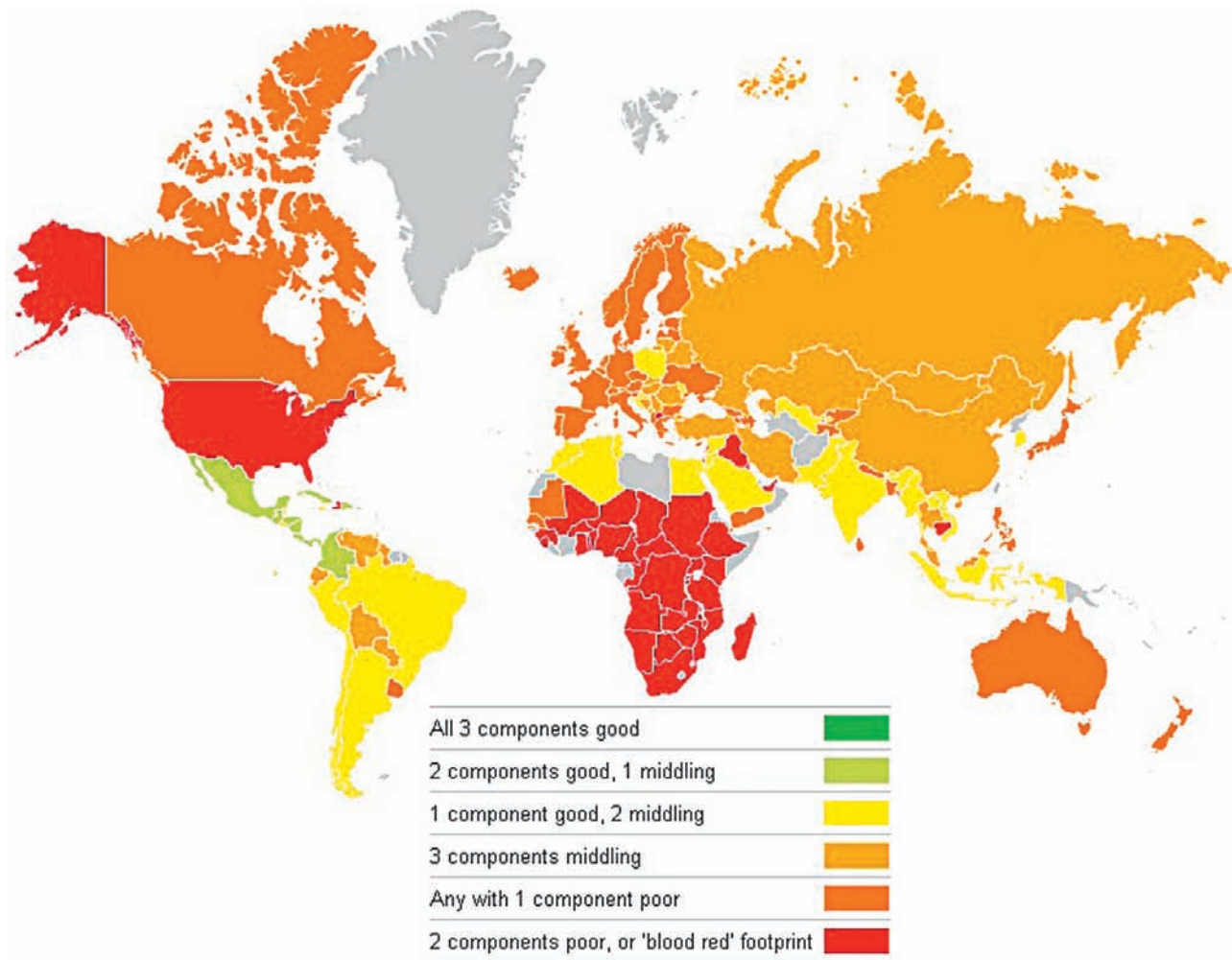
▷ **Der Genuine Progress Indicator – GPI**: zieht vom BIP die für den Wohlstand schädlichen Bereiche ab, berücksichtigt soziale Ungleichheit und den Schwund ökologischer Ressourcen und addiert soziale Faktoren wie Kriminalität, Scheidungen und Verschuldung.

▷ Regionale und länderspezifische Konzepte:

▷ **Das Bruttosozialglück**: Im Königreich Bhutan wird versucht Entwicklung im Gleichgewicht von nicht-ökonomischen und ökonomischen Zielen zu vereinbaren. Das Wohlbefinden der Menschen und Umweltschutz stehen vor der Steigerung des Wirtschaftswachstums. Das geschieht mittels vier Säulen: nachhaltige und gerechte sozio-ökonomische Entwicklung, Erhaltung der Umwelt, Bewahrung und Förderung der Kultur; gute Regierungsführung. www.grossnationalhappiness.com, www.gnhc.gov.bt

▷ Das Konzept des „**Buen Vivir**“: In Bolivien und Ecuador steht das „Buen Vivir“, das „gute Leben“ in der Verfassung. Das ganzheitliche Wohlergehen der Menschen soll im Mittelpunkt der Gesellschaft stehen. Zentral ist ein gemeinschaftliches Leben im Einklang mit und nicht auf Kosten der Natur und anderer Menschen sowie die Wahrung kultureller Identitäten. www.attac-netzwerk.de/ag-lateinamerika/buen-vivir/

▷ Die 2010 einberufene Enquete Kommission des Deutschen Bundestag „**Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität**“ kam zu dem Ergebnis, dass die Wohlfahrt der Gesellschaft künftig nicht mehr nur über das Bruttoinlandsprodukt (BIP) berechnet werden, sondern auch die Ökologie sowie die soziale Lage in der Bevölkerung und das Maß an Teilhabe am politischen Leben herangezogen werden soll. Im Rahmen eines sehr differenzierten statistischen Systems sollen die für die gesellschaftliche Wohlfahrt wesentlichen Kriterien „Materieller Wohlstand“, „Soziales und Teilhabe“ sowie „Ökologie“ mit Hilfe von zehn sogenannten „Leitindikatoren“ berechnet werden. www.bundestag.de/bundestag/gremien/enquete/wachstum/

Abb.: Die Länder der Welt bemessen nach ihrem Happy Planet Index

Quelle: www.bastiatinstitute.org

▷ Aufgaben:

1. Worin seht Ihr die Vor- und Nachteile der alternativen Wohlstandsindizes im Vergleich zum BIP?
2. Recherchiert, auf welchen Rang Deutschland beim BIP, dem Happy Planet Index und dem Human Development Index kommt. Gibt es große Unterschiede? Überlegt, woran das liegen könnte. Welcher Index überzeugt Euch am meisten?

▷ Was ist Glück für mich?

Was braucht Ihr, um glücklich und zufrieden zu sein? Was ist für Euch das Wichtigste im Leben?
z.B. Familie, Gesundheit, Karriere, FreundInnen, Geld, Liebe, Freizeit, Spaß, Sport, Natur
Benennt die drei Dinge, die Euch jeweils am Wichtigsten sind und erstellt daraus ein „Glücks-Klassen-Ranking“.

3. Konsum konkret

3.1. Das Beispiel Kleidung

▷ Der Konsum

Die Textilindustrie zählt zu den größten Konsumgüterbranchen in Deutschland. Die Deutschen sind schließlich auch Weltmeister im Klamottenverbrauch. JedeR Deutsche kauft im Durchschnitt 40-70 Kleidungsstücke pro Jahr (11-15 kg)²². Damit sind wir gemeinsam mit den USA und der Schweiz an der Weltspitze. Der durchschnittliche weltweite Textilverbrauch für Kleidung liegt bei 8 kg/pro Jahr. Ein Großteil der in Deutschland gekauften Bekleidung wird importiert, v.a. aus China, der Türkei und Bangladesch.

▷ Der Produktionsweg

Vom Baumwollfeld bis in den Kleiderschrank – bis ein Kleidungsstück im Schrank landet, hat es häufig bereits eine komplette Weltreise hinter sich.



©Joujou / pixelio.de

Los geht's mit der **Baumwollproduktion**: Rund die Hälfte aller Kleidung wird aus Baumwolle hergestellt. Hauptanbauggebiete sind die USA, China, Pakistan, Indien und Usbekistan. Weltweit wird auf ca. 34 Millionen Hektar Fläche Baumwolle angebaut.²³ Das entspricht in etwa der Fläche Deutschlands. Vom Anbaugebiet wird die Baumwolle zum **Verspinnen** (z.B. nach China), von dort in ein weiteres Land zum **Färben** (etwa nach Taiwan) und anschließend weiter zum **Nähen** verschickt. Diese Arbeiten werden vor allem in Asien, Lateinamerika oder Osteuropa ausgeführt – in Ländern, in denen billige Löhne und laxer Arbeitsschutz existieren. Von den Fertigungsländern werden die T-Shirts oder Jeans schließlich nach Deutschland transportiert, wo sie oft zu Schnäppchenpreisen verkauft werden. Auch teure Marken garantieren keine faire Entlohnung oder ökologische Produktion.

▷ Umweltauswirkungen der Kleidungsproduktion

Zu besonders starken Umweltbelastungen kommt es bei der **Produktion der Rohfasern** für Bekleidung. Ausgangsbasis für Textilien ist entweder Baumwolle oder Chemiefaser.

Der Anbau von Baumwolle ist mit zahlreichen Problemen für Umwelt und Gesundheit verbunden. Baumwollpflanzen benötigen sehr viel Wasser, wodurch Flüsse und Seen in den Anbaugebieten versiegen. Die Böden versalzen und der Grundwasserspiegel sinkt. Zudem werden auf den Baumwollplantagen enorme Mengen an chemischen Düngemitteln und Pestiziden verwendet – der Einsatz von Chemikalien ist ungefähr 8-mal so hoch wie beim Nahrungsmittelanbau. Ca. 25 Prozent des weltweiten Insektizidmarktes und 10 Prozent des Pestizidmarktes entfallen auf den Baumwollanbau. Dadurch kommt es zu Umweltschäden, wie der Verseuchung des Grundwassers und der Böden.

Die Produktion von Chemiefasern, die aus nicht erneuerbaren Ressourcen hergestellt werden, verbraucht jährlich 0,8 Prozent des geförderten Erdöls als Rohstoff. Das entspricht in etwa dem jährlichen Verbrauch Belgiens.²⁴

→ Die Herstellung von Kleidung aus Baumwolle schlägt mit weltweit durchschnittlich 11.000 Liter pro kg an virtuellem Wasser zu Buche. 85 % der Wassermenge ist für die Herstellung der Baumwolle erforderlich und davon weit mehr als die Hälfte für die Bewässerung der Felder. Die restlichen 15 % sind für alle weiteren Verarbeitungsschritte notwendig. Zum Vergleich: Mais benötigt 900 Liter pro kg an virtuellem Wasser, Kartoffeln 255 Liter pro kg und Weizen durchschnittlich 1300 Liter.

Quelle: www.virtuelles-wasser.de



Die Textilveredelung (Färben, Bleichen und Ausstattung mit besonderen Eigenschaften der Faser, des Garns oder der Rohware) führt ebenfalls zu einer starken Umweltbelastung durch die dafür eingesetzten Chemikalien. Diese sind zum Teil gar nicht oder nur sehr schwer abbaubar. Durch belastetes Abwasser werden Mensch und Natur vergiftet. Erlaubt sind weltweit ca. 7000 verschiedene Chemikalien zum Färben, Bleichen, Veredeln von Stoffen.

²² Greenpeace 2010: *Der Stoff, aus dem die Alpträume sind*, abrufbar unter www.greenpeace.de/themen/sonstige_themen/verbrauchertipps/artikel/kaufrausch/

²³ www.proplanta.de

²⁴ Umweltbundesamt 2011: *Nachhaltige Produktion. Textilindustrie*, abrufbar unter: <http://www.umweltbundesamt.de/nachhaltige-produktion-anlagensicherheit/nachhaltige-produktion/textilindustrie.htm>

→ Greenpeace testete 2012 im Rahmen einer Studie verschiedene Kleidungsstücke von großen Modekonzernen auf giftige Stoffe – bei rund 2/3 der getesteten Artikel wurde, neben anderen Chemikalien, NPE (Nonylphenoethoxylate) Rückstände gefunden. NPE wird zu giftigem Nonylphenol (NP) abgebaut, das über das Abwasser in Flüsse und Seen gelangt, sich dort anreichert und so in die Nahrungskette gelangt. Die Substanz ist hormonell wirksam und schon in geringer Konzentration schädlich.

Quelle: Greenpeace 2012: *Giftige Garne. Der große Textilien Test von Greenpeace.*

Transport und Handel der Textilien

Der Transport der Zwischen- und Enderzeugnisse verursacht CO₂ Emissionen. Modellrechnungen einer Enquete-Kommission „Schutz des Menschen und der Umwelt“ ermittelten einen durchschnittlichen Transportweg von 19.000km für ein Textilstück vom Rohstoff bis zum Fertigprodukt. Diese Transporte verursachen CO₂-Emissionen von 300-400g pro kg Bekleidung.²⁵ Alleine der Transport per Flugzeug verbraucht pro Tonne Jeans 131.040 Kilowattstunden Energie (das entspricht ungefähr der benötigten Energie für die Stromversorgung von 40 Haushalten in Deutschland für ein Jahr).²⁶

▷ Soziale und menschenrechtliche Probleme in der Bekleidungsindustrie

Die Arbeitsbedingungen auf den Baumwollfeldern, den Spinnereien und Nähereien sind oft katastrophal. Weltweit arbeiten rund 100 Millionen Menschen in der Baumwollproduktion. Die Arbeit ist meist sehr schlecht bezahlt. Zudem sind die ArbeiterInnen giftigen Pestiziden ausgesetzt, da sie vielfach nicht über adäquate Schutzkleidung verfügen. Die NäherInnen in den Fabriken arbeiten bis zu 16 Stunden am Tag, ohne soziale Absicherung. Der Lohn reicht häufig nicht aus, um die Familie zu ernähren.²⁷ Zudem sind die Sicherheitsvorkehrungen in den Fabriken oftmals mangelhaft. So kommt es immer wieder zu Berichten über Brände mit Todesopfern in Textilfabriken, wie unlängst in Bangladesch.²⁸

Einige Unternehmen haben auf öffentlichen Druck hin zwischenzeitlich sog. „**Codes of Conduct**“ aufgestellt. Das sind Verhaltenskodizes, durch die Unternehmen sich selbst verpflichten ihrer Unternehmensverantwortung in Hinblick auf Umwelt- und Verbraucherschutz, Arbeitsnormen und Menschenrechte nachzukommen. Allerdings sind diese oftmals nicht effektiv, da unabhängige Kontroll- und Überprüfungsmechanismen fehlen oder unzureichend sind. Außerdem erstrecken die Codes of Conduct sich häufig nicht auf die ganze Lieferkette. Da Codes of Conducts freiwillige Selbstverpflichtungen darstellen, gibt es auch keine Sanktionsmöglichkeiten.

→ **Von einer Jeans, die 50 Euro kostet, fließen lediglich 7 Euro zur Jeans-Fabrik. Die Lohnkosten machen gerade einmal 1% des Preises aus.**

- ▷ **1 %** des Jeanspreises geht als **Lohn** an alle ArbeiterInnen
- ▷ Die **Materialkosten** machen **13 %** aus.
- ▷ Die **Transportkosten** und sonstige Gebühren (z. B. Zoll) belaufen sich auf **11 %**.
- ▷ **25 %** des Jeanspreises fließen an die Markenfirma für Werbung, Forschung, Entwicklung und Design.
- ▷ Die restlichen **50 %** entfallen auf den **Einzelhandel** für Verkaufspersonal, Ladenmiete und Verwaltung + Gewinnspanne.

Quelle: Clean Clothes Campaign

Was tun?

- ▷ Trag Deine Klamotten länger und frag Dich beim Shoppen, ob Du das T-Shirt wirklich brauchst oder ob es nach ein paar Mal Tragen sowieso schon wieder out ist
- ▷ Deck Dich mit Klamotten vom Flohmarkt oder Secondhand Laden ein– dort gibt es häufig ausgefallene Teile, die nicht Jeder Zweite auch trägt
- ▷ Kauf Klamotten aus Biobaumwolle und Fairem Handel
- ▷ Erkundige Dich bei den Kleidungsherstellern nach den Produktionsbedingungen

²⁵ Umweltbundesamt 2011: *Nachhaltige Produktion. Textilindustrie,*

²⁶ Gesamttextil, 2001: *Lebenslauf von Textilien*

²⁷ <http://www.weltbewusst.org/konsum-kleidung/>; Kampagne für Saubere Kleidung

²⁸ <http://www.saubere-kleidung.de/index.php/discounter/236-wieder-brand-in-bangladesch>

▷ Aktionsideen:

Shoppen mal anders: Organisiert einen Kleidertausch-Tag an Eurer Schule oder in Eurer Klasse. Ihr findet bestimmt tolle neue Klamotten für Euch und spart finanzielle und ökologische Ressourcen.

JedeR bringt Kleidungsstücke mit, die er/sie zu viel hat, die Euch nicht mehr passen oder gefallen. Grundsätzlich gilt dabei natürlich, dass jedes Kleidungsstück, das mitgebracht wird, sauber und in gutem Zustand sein sollte.



© CHEN, PAO-CHIN - Fotolia.com

Tipps

Organisiert dafür eine Kleiderstange mit Bügeln, Tische für Pullover, T-Shirts und Accessoires und einen Spiegel.

Stellt Regeln auf, wie der Kleidertausch ablaufen soll (z.B. darf jedeR so viele Kleidungsstücke mitnehmen, wie er/sie mitgebracht hat oder so viele er/sie möchte; was passiert, wenn zwei Personen dasselbe Kleidungsstück haben wollen etc.)

Falls Ihr die Kleidertauschaktion in größerem Rahmen organisiert, ist es hilfreich Infozettel zu den Hintergründen der Aktion und den Problemen im Zusammenhang mit der Kleidungsproduktion zu verteilen.

Rollenspiel/ Talk Show

Ihr seid TeilnehmerInnen an einer Podiumsdiskussion zum Thema „**Mode -fair und ökologisch oder billig um jeden Preis?**“ Diese Fragen sollen dabei im Zentrum stehen:

1. **Mit welchen Problemen für Umwelt und Arbeitsrechte ist die Kleidungsproduktion verbunden?**
2. **(Wie) ist eine nachhaltige Kleidungsproduktion realisierbar?**
3. **Können KonsumentInnen zu einer fairen und ökologisch nachhaltigen Kleidungsproduktion beitragen?**

Es gibt 5 Rollen:

1 ModeratorIn, 1 VertreterIn einer Modefirma, 1 KonsumentIn, 1 NäherIn einer Zuliefererfabrik in Bangladesch, 1 UmweltaktivistIn

Teilt Euch in fünf Gruppen auf und sucht Euch eine Rolle aus.

Entwickelt in Eurer Gruppe Argumente für Eure Rolle und schreibt diese auf eine Karte/Papier. Macht Euch dazu Gedanken über Eure Ausgangssituation, Eure Wünsche, Spielräume und ggf. Forderungen. Wählt dann eineN VertreterIn aus Eurer Gruppe, der/die Eure Rolle bei der Podiumsdiskussion vertritt.

Hinweise zu den Rollen

▷ **ModeratorIn:** Du musst kurz in das Thema einführen, die Podiumsgäste vorstellen und dann die Diskussion leiten und strukturieren. Überlegt Euch dazu Fragen. Versuche zu berücksichtigen, dass jedeR Gast in der Diskussion ungefähr gleich viel Redezeit hat und seine Argumente vorbringen kann.

Am Ende der Podiumsdiskussion fasst ein anderes Mitglied aus der Gruppe die Ergebnisse der Diskussion kurz zusammen.

▷ **VertreterIn der Modefirma:** Du bist GeschäftsführerIn einer großen Modekette. In letzter Zeit ist diese immer wieder Kritik geraten, weil bei den Zulieferunternehmen schlechte Arbeitsbedingungen herrschen und giftige Abwässer in die Umwelt gelangten. Vor kurzem hat Euer Unternehmen einen Code of Conduct entwickelt, der sich allerdings nicht auf Zulieferunternehmen erstreckt. Das Unternehmen steht zudem im Preiskampf mit anderen Modefirmen, denn der Konkurrenzdruck ist groß. Und schließlich erwarten die KundInnen ja auch möglichst billige Klamotten.

▷ **KonsumentIn:** Du bist modebewusst und gehst gerne shoppen. Natürlich willst Du nicht, dass Menschen und Umwelt ausgebeutet werden, um Dein T-Shirt zu produzieren. Dennoch möchtest Du nicht zu viel Geld für Kleidung ausgeben.

▷ **NäherIn aus Bangladesch:** Du bist 20, lebst und arbeitest in der Fabrik, die auch für die anwesende Modefirma produziert. Du arbeitest 16 Stunden am Tag, der Lohn reicht kaum zum Überleben. Aufgrund der Chemikalien, denen Du ausgesetzt bist, hast Du Gesundheitsprobleme.

▷ **UmweltaktivistIn:** Du kämpfst gegen die Umweltbelastung, die mit der Kleidungsproduktion einher geht. Dich stört die Geiz-ist-geil-Mentalität und der gedankenlose Umgang der europäischen KonsumentInnen mit diesen ressourcenintensiven Konsumgütern. Außerdem kannst Du nicht verstehen, weshalb Modeketten sich nicht auf einheitliche verbindliche soziale und ökologische Standards bei der Produktion einigen können.

3.2. Das Beispiel Handy

▷ Der Konsum

Handys sind beinahe unverzichtbar geworden: auf 100 Jugendliche kommen 109 Handyverträge. Weltweit gibt es mehr als 4 Milliarden MobilfunknutzerInnen. 2012 existierten in Deutschland 114 Millionen Mobilfunkanschlüsse. Es werden zwischenzeitlich mehr Smartphones als „normale“ Handys verkauft (rund 16 Millionen).²⁹ Der Ressourcenverbrauch eines Smartphones ist jedoch dreimal höher als der eines herkömmlichen Handys.³⁰ Durchschnittlich wird ein Mobiltelefon nur ca. 1,5 Jahre benützt – kein elektronisches Gerät wird so oft gewechselt wie das Handy. Denn ständig kommen neue Produkte und Angebote auf den Markt.

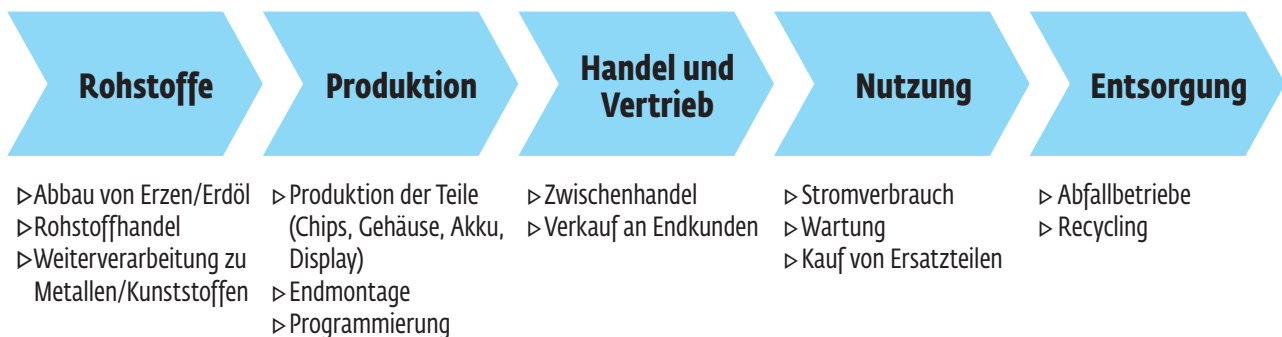
▷ Die Probleme

In der komplexen und globalisierten Produktionskette eines Handys kommt es im kompletten Lebenszyklus zu zahlreichen Problemen:

Bestandteile eines Handys

→ Ein Handy besteht aus verschiedenen Bauteilen (Gehäuse, Akku, Tastatur, Display, Mikrofon, Leiterplatte, Chip), zu deren Herstellung verschiedene Stoffe benötigt werden. Insgesamt sind das ca. 60 Rohstoffe: Kunststoffe, Metalle, Glas und Keramik. Unter den Metallen befinden sich z.B. Kobalt, Palladium, Gold, Silber sowie „Seltene Metalle“ und „Seltene Erden“. Seltene Metalle, die im Handy enthalten sind, sind Tantal (aus dem Erz Coltan gewonnen), Indium und Gallium. Sie werden aufgrund ihres begrenzten Vorkommens, der geographischen Lage und Preisentwicklung unter dem Begriff „Seltene Metalle“ zusammengefasst. „Seltene Erden“ hingegen sind nicht wirklich „selten“, allerdings finden sie sich eher selten zum Abbau geeignet, da sie nur jeweils in kleinen Mengen, in sehr vielen, weit verstreut lagernden Mineralien sowie als Beimischungen in anderen Mineralien vorkommen. „Seltene Erden“ kommen als Leuchtmittel, im Mikrofon oder den Lautsprechern vor.³¹

Abb. Die Wertschöpfungskette von Mobiltelefonen



Quelle: Hütz-Adams, Friedel 2012: Von der Mine bis zum Konsumenten. Die Wertschöpfungskette von Mobiltelefonen

▷ Phase I: Die Rohstoffförderung

Ein Handy enthält ungefähr 30 Metalle. Viele dieser Rohstoffe (Gold, Kobalt, Zinn) stammen aus Minen in Afrika oder Asien, wo sie unter gefährlichen Bedingungen unter Verletzung von internationalen Sozial-, Arbeits- und Umweltstandards abgebaut werden. Der Abbau der Rohstoffe führt zu enormen Umweltbelastungen. Die Gemeinden in der Umgebung sind davon ebenfalls betroffen- durch Verschmutzung von Luft, Wasser und Böden werden Trinkwasser und landwirtschaftliche Flächen unnutzbar. Für die Menge von 0,034 Gramm Gold, die für die Herstellung eines Handys benötigt werden, entstehen 100 kg Abraum, der häufig giftige Stoffe enthält. Denn es werden giftige Substanzen, wie Quecksilber oder Zyanid eingesetzt, um das Gold herauszutrennen.

Kleinschürfer, die etwa Tantal, Gold und Zinn abbauen, arbeiten unter schwierigen Bedingungen: geringe Einkommen, mangelnde Sicherheit und Schutzkleidung, gefährliche Arbeitsbedingungen. Auch das sog. „Blutmineral“ Tantal, welches aus dem Erz Coltan gewonnen wird, ist Bestandteil von Handys. 80% des Coltans liegt im Kongo, wo der seit 1998 dauernde Bürgerkrieg durch den Verkauf des Rohstoffes mitfinanziert wird.³²

²⁹ www.bitkom.org

³⁰ Enorm. Wirtschaft für den Menschen, Ausgabe 6/2012

³¹ Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hrsg.) (2012): Die Rohstoff- Expedition.



Greenpeace Protestaktion gegen die Arbeitsbedingungen bei Apple Zulieferer Foxconn; Quelle: Greenpeace Schweiz

► Phase II: Die Fertigung

Ein Handy besteht aus einer Vielzahl an Kleinteilen. Die Zulieferer der Teile sind über den Erdball verteilt. Ein Großteil der Unterhaltungselektronik wird in Entwicklungs- und Schwellenländern produziert. Um Kosten zu sparen, verlagerten die Hersteller in den letzten Jahren ihre Produktionsstätten immer wieder. Die Hälfte aller Handys wird zwischenzeitlich in China hergestellt.³³

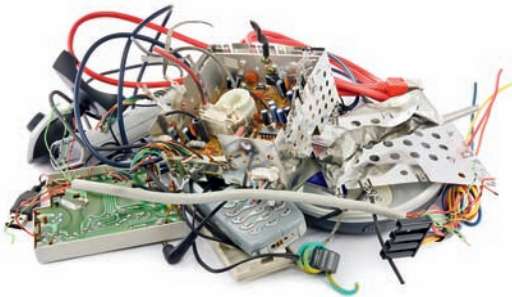
In der Produktion existieren verschiedene soziale und arbeitsrechtliche Probleme: lange und unregelmäßige Arbeitszeiten, exzessive Überstunden oder Strafen für z.B. Sprechen bei der Arbeitszeit. Zudem verfolgt die Elektronikindustrie häufig eine gewerkschaftsfeindliche Politik.

Auch von mangelnder Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz wird berichtet, was insbesondere aufgrund der eingesetzten toxischen Chemikalien und Schwermetalle eine Gesundheitsgefahr für die ArbeiterInnen darstellt.³⁴

Auch für die Umwelt entstehen in dieser Phase negative Auswirkungen: bei der Fertigung werden Ressourcen und Energie verbraucht, wobei insbesondere die Produktion von Chips und Leiterplatten sehr ressourcenintensiv ist. Hierbei fallen 40-50% der Umweltbelastung aus dieser Phase (Ressourcenverbrauch, Abfall/ Abwasser und CO₂ Emissionen) an. Zudem kommen verschiedene Chemikalien zum Einsatz. Der Transport der Einzelkomponenten verursacht Treibhausgase.

► Phase III: Die Verwertung

Problem Entsorgung: Jährlich landen in Europa 100 Millionen Handys auf dem Müll. In Deutschland verstauben rund 83 Millionen Handys in der Schublade - dabei könnten viele der darin enthaltenen wertvollen und knappen Materialien wiederverwendet werden.³⁵ 65-80% der Bestandteile eines normalen Handys könnten recycelt werden.



© Inga Nielsen - Fotolia.com

Weltweit werden nur ca. 3% der Handys fachgerecht recycelt. Jährlich entstehen 20 bis 50 Millionen Tonnen Elektroschrott aus Handys. Das ist insbesondere auch vor dem Hintergrund problematisch, dass die Geräte gefährliche Materialien, wie Quecksilber, Blei, Arsen und Cadmium enthalten. Mit diesem Elektroschrott wird häufig ein gefährlicher, zum Teil illegaler, Handel betrieben. In Ghana oder Indien werden die kaputten Teile unsachgemäß und auf Kosten von Gesundheit und Umwelt auseinandergenommen.

Würden mehr Mobiltelefone recycelt, müssten weniger Metalle abgebaut werden und weniger gefährliche Substanzen würden die Umwelt schädigen! 41 Handys enthalten so viel Gold wie eine Tonne Erz!³⁶

→ Kennst Du die „eSchrott App“? Sie nennt 12.000 Adressen von kommunalen und privaten Sammelstellen. Die App ist gratis erhältlich unter: www.umweltmanager.net/recyclingsuche-app

Was tun?

- Handys und Smartphones länger benutzen, auch wenn schon ein neueres Modell auf dem Markt ist – das schont die Umwelt, Ressourcen und den Geldbeutel
- Funktioniert das Handy noch, verschenke es! Dann kann es von FreundInnen, Verwandten oder sozialen Einrichtungen weiterverwendet werden. Im Internet gibt es außerdem eine Vielzahl an Verschenkportalen
- Wenn das Handy tatsächlich nicht mehr funktioniert, nicht einfach wegwerfen, sondern recyceln: Bei vielen Netzbetreibern kann das alte Handy im Laden zurückgegeben werden.

Zum Weiterlesen: Hütz-Adams, Friedel 2012: Von der Mine bis zum Konsumenten. Die Wertschöpfungskette von Mobiltelefonen, SÜDWIND e.V. (Hrsg.), Siegburg.

³² Hütz-Adams, Friedel 2012: Von der Mine bis zum Konsumenten. Die Wertschöpfungskette von Mobiltelefonen; Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hrsg.) (2012): Die Rohstoff- Expedition,

³³ Germanwatch (Hrsg.) 2010: Unterrichtseinheit: Folgen der Globalisierung der IT-Branche am Beispiel Handy, S. 5f.

³⁴ Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hrsg.) (2012): Die Rohstoff- Expedition, S. 18; Germanwatch (Hrsg.) 2010: Unterrichtseinheit: Folgen der Globalisierung der IT-Branche am Beispiel Handy, S. 5f.

³⁵ www.bitkom.de

³⁶ NABU: Naturschutz heute, Ausgabe 3/11.

▷ Aufgabe:

Was weißt Du über Dein Handy? Recherchiert die folgenden Fragen im Internet oder kontaktiert Eure Mobilfunkanbieter.

- ▷ Wie viele Handys hattest Du schon?
- ▷ Wie oft wechselst Du Dein Handy durchschnittlich?
- ▷ Was hast Du mit Deinen alten Handys gemacht?
- ▷ Von welchem Hersteller ist Dein aktuelles Handy? Wo wurde es produziert?
- ▷ Welches sind die fünf größten Markenhersteller?
- ▷ Was hat Dein Handy gekostet?
- ▷ Wie hoch ist der durchschnittliche Stundenlohn von ArbeiterInnen in der Handyproduktion?
- ▷ Wie viel Prozent der nicht mehr benützten Handys werden in Deutschland recycelt?

Recherchetipps: www.germanwatch.org/makeitfair, www.die-rohstoff-expedition.de

▷ Aktionsvorschlag:

Druck auf Unternehmen ausüben.

Unternehmen beklagen sich über ein angeblich geringes Interesse der VerbraucherInnen an den sozialen und ökologischen Aspekten rund um die Handynutzung.³⁷ Das könnt Ihr bestimmt ändern! Kontaktiert Mobilfunkanbieter! Verfasst gemeinsam in Eurer Klasse einen Brief, in dem Ihr Euch nach den ökologischen und sozialen Produktionsbedingungen Eurer Handys erkundigt und deutlich macht, dass es Euch wichtig ist, wie Euer Handy produziert wird. Vielleicht könnt Ihr ja auch FreundInnen und Verwandte dazu motivieren, den Brief abzuschieken.

▷ Handy-Sammel-Aktion

Startet an Eurer Schule eine Handy-Sammel-Aktion. Die gesammelten Handys könnt Ihr z.B. in den Recyclinghof bringen, wo die Geräte an Hersteller oder Recyclingunternehmen weiter gegeben werden. Informiert Euch im Internet, wie das in Eurer Stadt funktioniert. Die Deutsche Umwelthilfe hat ebenfalls eine Althandyinitiative: **www.handysfuerdieumwelt.de**

4. Verantwortungsvoller Konsum

4.1 Alternative Strategien zum derzeitigen Konsummodell

Unsere derzeitigen Konsum- und Produktionsmuster, die zu einer permanenten Übernutzung der Ressourcen, wie fruchtbarer Boden, Wald, Wasser, Fischbestände, fossiler Brennstoffe und anderer Rohstoffe, und einem stetigen Anstieg der Treibhausgasemissionen führen, sind mit die Hauptursache für die globalen Umweltprobleme wie Klimawandel, Müllberge und Artensterben.

Die zentrale Frage ist also, wie es möglich ist, allen Menschen und auch zukünftigen Generationen, innerhalb der ökologischen Grenzen der Erde, ein gutes Leben zu ermöglichen. Insbesondere die folgenden drei Strategien werden diskutiert, um den Ressourcen- und Energieverbrauch unseres Konsums und die Überschreitung der ökologischen Belastungsgrenzen zu verringern: Konsistenz, Effizienz und Suffizienz.

Die Konsistenzstrategie:

Setzt auf die Anpassung der Stoff- und Energieströme an die Regenerationsfähigkeit der Ökosysteme. Es geht um die naturverträgliche Bewirtschaftung der Materialflüsse. Ziel ist der Übergang zu naturverträglichen Technologien, weniger die Senkung des Konsumniveaus.³⁸ Ein Beispiel für die Konsistenzstrategie ist der Cradle to Cradle Ansatz („von der Wiege bis zur Wiege“), bei dem es darum geht, Produkte durch zyklische Ressourcennutzung so zu gestalten, dass sie komplett recycelt oder wieder der Natur zugeführt werden können.³⁹ Ein weiteres Beispiel ist die Ersetzung nicht-erneuerbarer Ressourcen, insbesondere bei der Energiegewinnung, durch erneuerbare Ressourcen.



www.facebook.com/Polypix

³⁷ Schelhove/Heydenreich 2012: Noch keine Fairen Handys, Germanwatch (Hrsg.), online abrufbar.

³⁸ DNR Themenheft 1/2011: Ressourceneffizienz. Alles ist nur einmal da.

³⁹ Environmental Protection and Encouragement Agency (EPEA): Cradle to Cradle; <http://epea-hamburg.org>

Die Effizienzstrategie:

Diese Strategie zielt auf die Erhöhung der Ressourcenproduktivität, das heißt dieselbe Menge an Gütern soll mit geringerem Rohstoff- und Energieeinsatz pro Produktionseinheit hergestellt werden. Ziel ist die Entkopplung des Wirtschaftswachstums von Umwelt- und Ressourcenverbrauch, um langfristiges Wachstum mit weniger ökologischen Problemen zu realisieren. Ein Problem bei dieser Strategie ist jedoch der sogenannte „Rebound Effekt“: Effizienzgewinne führen nicht zur Reduzierung des absoluten Verbrauchs, sondern werden zur Konsumsteigerung genutzt (Bsp.: man kauft sparsame Elektrogeräte, dafür gibt es aber mehr davon im Haushalt als zuvor).⁴⁰

Die Suffizienzstrategie:

Hierbei handelt es sich um eine veränderte Lebens- und Wirtschaftsweise, die dem übermäßigen Ressourcenverbrauch ein Ende setzen soll. Es geht um die quantitative Begrenzung von Wirtschaftswachstum durch Reduzierung von Produktion und Konsum. Suffizienz setzt bei Konsumverhalten und Konsummustern an und zielt auf ein Weniger- und Anders- Konsumieren. Durch Einstellungsänderungen sowie politische Steuerungsmechanismen (z.B. Preisgestaltung und Steuern) soll nachhaltiger konsumiert werden.⁴¹

4.2 Verantwortungsvoller und kritischer Konsum konkret:

Der Gedanke des nachhaltigen und kritischen Konsums basiert auf der Überzeugung, dass jedeR Einzelne durch seine Kauf- oder Nichtkaufentscheidungen die Macht hat, Dinge zu verändern. Als KonsumentInnen stehen wir am Ende einer globalen Produktionskette, die in vielen Fällen mit Menschenrechtsverletzungen und Umweltzerstörung verbunden ist. Durch unser persönliches Kauf- und Konsumverhalten können wir alle mit beeinflussen, wie und mit welchen Folgen für Mensch und Umwelt bestimmte Produkte hergestellt werden und wie viele Ressourcen für unseren Lebensstil verbraucht werden.

Die 6 R-Regeln für verantwortungsvolles Konsumieren

▷ 6 leicht zu merkende Leitlinien: Rethink, Refuse, Reduce, Re-use, Repair, Recycle

- Rethink:** Brauchst Du das Ding wirklich?
- Refuse:** Weigere Dich, alles immer gleich zu kaufen: Vieles kannst Du bestimmt auch leihen, teilen oder tauschen
- Reduce:** Reduziere den ökologischen Fußabdruck und negative Auswirkungen auf andere Menschen, indem Du Konsumgüter kaufst, die wenig Energie verbrauchen und fair hergestellt wurden
- Re-use:** Benütze Konsumgüter möglichst lange
- Repair:** Repariere Dinge und behandle sie so, dass sie lange halten
- Recycle:** Vermeide Abfall – und recycle.

Quelle: abgewandelt nach Bundesministerium für Bildung und Forschung: Die Rohstoff-Expedition

Generation Konsum oder Generation Tauschen und Teilen? Tipps und Initiativen

▷ Do-it-yourself 2.0 - Selbermachen

Immer beliebter werden in letzter Zeit Do-it-yourself Initiativen: Offene Werkstätten des Selbermachens, Gemeinschaftsgärten und sogenannte Fab-Labs („Fabrikationslabore“).

Solche Initiativen wollen verloren gegangenes Wissen zurückgewinnen, Kaputttes reparieren, statt Neues zu kaufen und Dinge des alltäglichen Lebens auch selbst herstellen können: Es geht ihnen darum, die Reduzierung auf den Konsumentenstatus zu überwinden und gegen die in allen Lebensbereichen vorherrschende Kommerzialisierung und Massenware vorzugehen.

Beispiele sind: das „Kartoffelkombinat“ in München, die „Prinzessinnengärten“ in Berlin, die „workstation“ (Berliner Ideenwerkstatt für Recycling und mehr), offene Werkstätten wie die „Open Design City“ (Berlin), die „Dingfabrik“ (Köln) oder das „FabLab“ (in Hamburg). Dabei geht es den meisten Teilnehmenden um Kooperation, Teilen (von Wissen), Solidarität, Kreativität und Lust am Selbermachen sowie gemeinsam Spaß haben.⁴²

⁴⁰ Misereor/ Welt-sichten 2011: In den Grenzen von morgen. Für ein neues Verhältnis von Entwicklung, Wirtschaftswachstum und Umwelt, Dossier.

⁴¹ DNR Themenheft 1/2011: Ressourceneffizienz. Alles ist nur einmal da.; Wuppertal Institut 2008: Zukunftsfähigkeit in einer globalisierten Welt.

⁴² Baier, Andrea: Selbermachen statt Konsumieren. Zur überraschenden Wiederkehr der Subsistenz, in FORUM Wissenschaft (02.07.2012).

▷ Kollaboratives Shoppen – Tauschen, Teilen und Leihen

Collaborative consumption – so der englische Begriff, beruht auf der Idee, gemeinsam weniger zu konsumieren und einzukaufen, ohne dabei notwendigerweise auf bestimmte Dinge verzichten zu müssen. Das Motto lautet: Teilen statt kaufen oder nutzen statt besitzen

Umsonstladen

In vielen Städten gibt es solche Läden: man kann Dinge, die man nicht mehr braucht, die aber zu schade zum Wegwerfen sind, dort hinbringen. Und andere Sachen, die man selbst benötigt, mitnehmen. Adressen von Umsonstläden findet ihr hier: www.umsonstladen.de, www.alles-und-umsonst.de

Give -Box

Ähnlich wie Umsonstläden, nur mit weniger Organisationsaufwand verbunden, funktionieren sog. Give-Boxes. Das kann man auch ganz unkompliziert z.B. an der Schule einrichten – eine Kiste/ ein Tisch mit Büchern und anderen Dingen, die man verschenken möchte.

Leihladen

Mitglieder bringen einen oder mehrere Leihgegenstände mit und können sich viele andere ausleihen. Denn mal zugegeben, mehr als ein paar Mal im Jahr wird das Raclette oder die Bohrmaschine nicht genutzt und liegt somit nur zu Hause herum. Leihen und Teilen spart Geld und schont die Umwelt.

Link: www.leila-berlin.de

▷ Auch im Internet gibt es verschiedene Plattformen

- ▷ **Netcycler:** kostenloser Tausch- und Verschenkservice - www.netcycler.de
- ▷ **Leihgrube:** www.leihgrube.de
- ▷ **Plattform frents:** man kann sich eine Gemeinschaft aus FreundInnen und NachbarInnen aufbauen, mit denen man teilen und verleihen kann. www.frents.com
- ▷ **Foodsharing:** Internet-Plattform, die Privatpersonen, Händlern und ProduzentInnen die Möglichkeit gibt, überschüssige Lebensmittel kostenlos anzubieten oder abzuholen. Über www.foodsharing.de kann man sich auch zum gemeinsamen Kochen verabreden, um überschüssige Lebensmittel mit Anderen zu teilen, statt sie wegzuerwerfen.

▷ Engagieren

Ein nachhaltiger Lebensstil kann also auch da beginnen, wo etwas nicht gekauft wird. Wir müssen unseren Konsum bewusst gestalten, statt kopflos zu Shoppen: denn jeder Konsum ist mit sozialen und ökologischen Folgen verbunden. Um individuell verantwortungsvolles Konsumieren wirklich wirkungsvoll werden zu lassen, sind allerdings auch entsprechende politische Rahmenbedingungen notwendig. Strategischer Konsum braucht ebenso politischen Rückhalt und Gesetze, die Unternehmen auf den richtigen Kurs bringen und zu ökologisch nachhaltig und menschenrechtskonformen Handeln verpflichten. Daher ist es sinnvoll zweigleisig zu fahren: anders zu konsumieren und sich umwelt- oder sozialpolitisch zu engagieren. Links zu Organisationen und Kampagnen findet Ihr auf der letzten Seite.



Prinzessinnengärten Berlin

Quelle: <http://prinzessinnengarten.net/fotogalerie/>



Givebox in Berlin, Quelle: www.givebox.net

Weitere Informationen, Filme, Literatur und Kampagnen

Filmtipps



- ▷ **Der Preis der Blue Jeans (2012):** Die Doku folgt den Spuren der Jeans von deutschen Textiläden zurück zu ihren Produktionsorten in China. Wer bezahlt den Preis für unsere modischen Schnäppchen? Abrufbar in der ARD Mediathek oder auf Youtube
- ▷ **The Story of Stuff:** Deutsche Version unter: <http://thestoryofstuff.de/>
- ▷ **Kaufen für die Müllhalde (2011):** Die Arte Dokumentation wirft einen kritischen Blick auf die Entstehung der heutigen Konsumgesellschaft.
- ▷ **Voices of Transition (2011):** von Nils Aguilar. Der Dokumentarfilm zeigt, wie es lokale Initiativen schaffen können, den Herausforderungen von Klimawandel, Ressourcenverknappung und drohenden Hungersnöten zu begegnen.
- ▷ **Aral – The Lost Sea:** von Isabel Coixet, Englisch: Die Dokumentation beschreibt die Auswirkungen des intensiven Baumwollanbaus auf den ehemals viertgrößten See der Welt.
- ▷ **Schick aber schädlich. Kleidung, die krank macht. (2010):** Arte Dokumentation über giftige Stoffe in Kleidung

Literatur



- ▷ Brodde, Kirsten (2009): Saubere Sachen: **Wie man grüne Mode findet und sich vor Öko-Etikettenschwindel schützt**
- ▷ Brot für die Welt/ Evangelischer Entwicklungsdienst (2011): **Darf's ein bisschen mehr sein? Von der Wachstumsgesellschaft und der Frage nach ihrer Überwindung**
- ▷ Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): APuZ Aus Politik und Zeitgeschichte: **Wohlstand ohne Wachstum?**, 27-28/2012
- ▷ Bundeszentrale für politische Bildung: **Dossier Klimawandel**, www.bpb.de/gesellschaft/umwelt/klimawandel/
- ▷ Busse, Tanja (2006): **Die Einkaufsrevolution. Konsumenten entdecken ihre Macht.**
- ▷ Gronemeyer, Marianne (2002): **Die Macht der Bedürfnisse, Überfluss und Knappheit**, Darmstadt.
- ▷ Grunwald, Armin (2012): **Ende einer Illusion. Warum ökologisch korrekter Konsum die Umwelt nicht retten kann**
- ▷ Habermann, Friederike (2009): **Halbinseln gegen den Strom. Anders leben und wirtschaften im Alltag**, Sulzbach.
- ▷ Hütz-Adams, Friedel (2012): **Von der Mine bis zum Konsumenten. Die Wertschöpfungskette von Mobiltelefonen**, SÜDWIND e.V. (Hrsg.), Siegburg.
- ▷ Jackson, Tim (2011): **Wohlstand ohne Wachstum. Leben und Wirtschaften in einer endlichen Welt**, München.
- ▷ Klein, Naomi (2002): **No Logo! Der Kampf der Global Players um die Marktmacht**. München.
- ▷ Le Monde Diplomatique (2012): **Atlas der Globalisierung. Die Welt von morgen.**
- ▷ Misereor/ Welt-sichten (2011): **In den Grenzen von morgen. Für ein neues Verhältnis von Entwicklung, Wirtschaftswachstum und Umwelt**, Dossier
- ▷ Ostrom, Elinor (2011): **Was mehr wird, wenn wir teilen. Vom gesellschaftlichen Wert der Gemeingüter**, München.
- ▷ Paech, Niko (2012): **Befreiung vom Überfluss. Auf dem Weg in eine Postwachstumsökonomie**
- ▷ Passadakis, Alexis/Schmelzer, Matthias (2011): **Postwachstum. Krise, ökologische Grenzen und soziale Rechte**, Hamburg.
- ▷ Pinzler, Petra (2011): **Immer mehr ist nicht genug! Vom Wachstumswahn zum Bruttosozialglück**, München.
- ▷ Reller, Armin/ Holdinghausen, Heike (2011): **Wir konsumieren uns zu Tode. Warum wir unseren Lebensstil ändern müssen, wenn wir überleben wollen**, Verlag Westend.
- ▷ SERI/ Friends of the Earth Europe/ Global 2000 (2009): **Ohne Maß und Ziel? Über unseren Umgang mit den natürlichen Ressourcen der Erde**, Wien.
- ▷ Welzer, Harald/ Wiegandt, Klaus (2011): **Perspektiven einer nachhaltigen Gesellschaft. Wie sieht die Welt von morgen aus?** Frankfurt.
- ▷ Welzer, Harald/ Rammler, Stephan (2012): Der FUTURZWEI-Zukunftsalmanach 2013: **Geschichten vom guten Umgang mit der Welt**
- ▷ Worldwatch Institute/ Heinrich-Böll-Stiftung/ Germanwatch (2012): **Zur Lage der Welt 2012: Nachhaltig zu einem Wohlstand für alle: Rio 2012 und die Architektur einer weltweiten grünen Politik**
- ▷ Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie (2008): **Zukunftsfähiges Deutschland in einer globalisierten Welt. Ein Anstoß zur gesellschaftlichen Debatte**, Frankfurt

Links

- ▷ www.bundjugend.de/themen/postwachstum
Website der BUNDJugend, die sich mit dem Thema Postwachstum beschäftigt
- ▷ www.konsumpf.de Konsumpf -Forum für kreative Konsumkritik
- ▷ www.futurzwei.org Geschichten und Informationen über gelingende Gegenstrategien
- ▷ www.utopia.de Die Plattform bietet viele Hintergrundinformationen und Vorschläge, wie man den Lebensstil nachhaltig verändern kann.
- ▷ www.umweltbundesamt.de/klimaschutz Klimaschutzportal des Umweltbundesamt
- ▷ www.ipcc.ch Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) Zwischenstaatlicher Ausschuss für Klimaänderungen Sachstandsberichte zu verschiedenen Aspekten des Klimawandels
- ▷ www.oeko-fair.de Öko-fair.de - das Internetportal zum öko-fairen Handel(n)
- ▷ www.greenpeace.de/themen/klima Themenseite von Greenpeace zum Klimawandel
- ▷ www.virtuelles-wasser.de Infos zum Konzept des virtuellen Wasser und Produktbeispiele

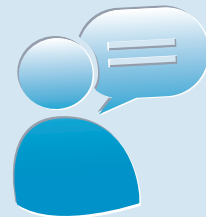


- ▷ Ökologischer Fußabdruck: www.footprint-deutschland.de
- ▷ Dein Wasserfußabdruck: www.water-footprint.org
- ▷ Deine CO2 Emissionen: http://uba.klimaktiv-co2-rechner.de/de_DE/page

Ökologische (Fußabdruck) Rechner

- ▷ **Attac:** www.attac.de arbeitet neben vielen weiteren Themen rund um die Globalisierung auch speziell zu: Fairer Handel statt Freihandel, Solidarische Ökonomie und Konsum- und Konzernkritik
- ▷ **Fairtrade:** www.fairtrade.de
- ▷ **Germanwatch:** arbeitet zu den Themen Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel und Unternehmensverantwortung, www.germanwatch.org
- ▷ **MakeITfair** ist eine Kampagne von Germanwatch:
<http://germanwatch.org/de/thema/unternehmensverantwortung/projekt-makeitfair>
- ▷ **Greenpeace:** www.greenpeace.de Informationen zum Klimawandel und Chemikalien in der Kleidungsproduktion
- ▷ **Detox-Kampagne:** www.greenpeace.de/themen/chemie/kampagnen/
- ▷ **Kampagne für Saubere Kleidung:** www.saubere-kleidung.de
- ▷ **Klima-Allianz:** Bündnis für Klimaschutz von zahlreichen umwelt- und entwicklungspolitischen Organisationen:
www.die-klima-allianz.de/
- ▷ **Weltbewusst: Kampagne der BUND Jugend und Weltladen Dachverband** zu verantwortungsvollem Konsum und Globalisierung: <http://www.weltbewusst.org/>

Kampagnen/ Organisationen:



Klima:

- ▷ BUND Jugend Nordrheinwestfalen, Eine Welt Netz NRW (2012): **Krimi, Killer & Konsum, Das etwas andere Klima**, Münster.

Handy und Rohstoffe:

- ▷ Bundesministerium für Bildung und Forschung (2012): **Die Rohstoff-Expedition. Entdecke, was in (d)einem Handysteckt!** Lern- und Arbeitsmaterial, Bonn
- ▷ Germanwatch (2010): **Unterrichtseinheit: Folgen der Globalisierung der IT-Branche am Beispiel Handy.** Abrufbar im Internet unter: www.germanwatch.org/corp/it-unt.htm

Wachstum:

- ▷ Fairbindung e.V./ BUND Jugend/ Konzeptwerk neue Ökonomie (2013): **„Endlich Wachstum! Wirtschaftswachstum - Grenzen, -Alternativen“**

Verantwortungsvoller Konsum:

- ▷ AeJ, BUNDJugend, Brot für die Welt, EED (2010): **Und Ihr bewegt sie doch! Ideen und Anregungen für junge Menschen zum nachhaltigen Konsum**, www.zukunft-einkaufen.de

Weitere Bildungsangebote:



KonsUmwelt

Ein Jugendbildungsprojekt zum Umwelt- und Ressourcenschutz
Für Jugendliche und SchülerInnen von 15-25 Jahren

Die Agrar Koordination arbeitet seit 1982 bundesweit auf dem Gebiet der entwicklungspolitischen Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit zu den Bereichen: Weltagrarhandel, Welternährung, Gentechnik in der Landwirtschaft, Biopiraterie und Patente auf Leben, Agrobiodiversität, Agrarkraftstoffe, Klima und Landwirtschaft.

Die Agrar Koordination publiziert Bildungsmaterialien, Filme und Ausstellungen, veranstaltet Seminare und Workshops und vermittelt ReferentInnen. Neben KonsUmwelt führt die Agrar Koordination ein weiteres Bildungsprojekt mit dem Namen "BIOPOLI" zu agrarpolitischen Themen durch. Hierfür können Sie ReferentInnen für Ihre Schule oder Jugendgruppe einladen.

Der Trägerverein der Agrar Koordination ist das „Forum für Internationale Agrarpolitik e.V.“

Weitere Publikationen im Rahmen von KonsUmwelt sind die Bildungseinheiten „Nahrungsmittelproduktion und -verschwendung“ und „Verpackung und Müllvermeidung“. Sie können sie kostenlos bei uns bestellen unter: bestellung@agrarkoordination.de



Weitere Informationen über das Projekt
KonsUmwelt finden Sie unter:
www.konsum-welt.de

IMPRESSUM

Text: Corina Schulz

Redaktion: Sandra Blessin,
Mireille Remesch

Herausgeber:
Agrar Koordination
Nernstweg 32
22765 Hamburg
Tel. 040 392526
Fax 040 39 90 06 29
Corina.schulz@agrarkoordination.de
www.agrarkoordination.de

Layout und Druck:
Druckerei in St. Pauli, Hamburg

DIESES PROJEKT WIRD GEFÖRDERT VON:



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz
und Reaktorsicherheit

Umwelt
Bundes
Amt 
Für Mensch und Umwelt

Die Verantwortung für den Inhalt dieser
Veröffentlichung liegt bei den AutorInnen.

ISBN: 978-3-9815727-0-4
Februar 2013