

### **Aktiv für die Zukunft – Wege zum nachhaltigen Konsum**

**Dokumentation der Tagung der Evangelischen Akademie Tutzing in  
Kooperation mit dem Umweltbundesamt vom 3.-5. April 2000**

#### **Nachhaltiger Konsum - Ein schwieriges Thema gewinnt langsam Konturen**

Tagung des Umweltbundesamts und der Evangelischen Akademie Tutzing „Aktiv für die Zukunft -  
Wege zum nachhaltigen Konsum“ „Prozess zur nationalen Verständigung in Deutschland“

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

Mit der Tagung „Aktiv für die Zukunft – Wege zum nachhaltigen Konsum“ sollte wieder ein Stückchen mehr an Klarheit in das Gewirr an Problemstellungen gebracht werden. Klarheit darüber, welche politischen und instrumentellen Mechanismen notwendig sind, um einem nachhaltigen, also umwelt- und sozialverträglichen Konsum- und Lebensstil zum Durchbruch zu verhelfen. Die Tagung der Evangelischen Akademie in Tutzing vom 3. bis 5. April 2000 wurde zusammen mit dem Umweltbundesamt (UBA) vorbereitet und vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit gefördert.

Sie konnte auf einem Ansatz aufbauen, der in Tutzing bereits 1997<sup>1)</sup> vorgestellt wurde. Bereits damals haben die Evangelische Akademie und das UBA die Expertinnen und Experten, aber auch Vertreterinnen und Vertreter der vielen Akteure, die für dieses Thema wichtig sind, eingeladen, um

- innovative Projekte vorzustellen, die nachhaltige Konsum- und Lebensstile befördern helfen

- die Akteure über die “Tutzinger Erklärung zum nachhaltigen Konsum” miteinander ins Gespräch zu bringen und deren jeweiligen Rollen zu klären
- sowie die Ergebnisse einer Vorstudie des UBA zu präsentieren.

### **Wissenschaftliche Basis**

In der Folge startete das UBA sein Projekt “Demonstrationsvorhaben zur Fundierung und Evaluierung nachhaltiger Konsummuster und Verhaltensstile”, das vier Teilprojekte enthält.

Das Projekt setzte dabei auf verschiedenen Ebenen an. Folgende Fragen sollten beantwortet werden:

- Mit welchen Instrumenten kann der nachhaltige Konsum gefördert werden?
- Welche Lebensstiltypen gibt es und welche sind am ehesten für nachhaltige Konsummuster ansprechbar?
- Welche Handlungsmöglichkeiten haben die privaten Haushalte?

### **Politische Verständigung**

Parallel dazu versuchten sich die gesellschaftlichen Akteure, professionell moderiert, auf eine gemeinsame Stellungnahme zum nachhaltigen Konsum zu einigen – ein langwieriger und nicht immer einfacher Prozess. Denn zunächst musste sich jede Gruppierung intern über ihre Haltung klar werden und dann diese mit den anderen abstimmen. Es wurde deutlich, dass nur die wenigsten bereits ausgefeilte Positionen haben. Doch am Ende gelang es, einen Konsens zu finden, wenn er auch für einige nicht ausreichend ist. Die gemeinsamen Thesen sind daher knapp gehalten. Die Bandbreite der Meinungen kommt in den Positionspapieren zum Ausdruck.

Immerhin: Alle beteiligten Akteure wie z.B. Wirtschaftsverbände, Umwelt- und Verbraucherverbände, Kirchen, Gewerkschaften und Entwicklungsorganisationen verpflichten sich, in ihrem Bereich Verantwortung zur Förderung des nachhaltigen Konsum zu übernehmen.

### **Praktische Erfahrungen**

Für die Praxis ist es wichtig endlich die richtigen Maßnahmen zu realisieren, die es den Einzelnen leichter machen, ihre Konsumgewohnheiten umzustellen sowie, die bereits existierenden Beispiele – auf der Anbieter-, wie auch der Konsumentenseite – vorzustellen, auszuwerten, zu kommunizieren und zu propagieren. Und davon gibt es jede Menge. Und so standen auch bei dieser Tagung wieder die Praktikerinnen und Praktiker und deren Erfahrungen im Mittelpunkt des Interesses:

- Wie kann eine attraktives Car-Sharing-System aussehen, das von vielen Menschen angenommen wird?
- Sind Öko-Kaufhäuser ein neuer, zukunftsweisender Vertriebsweg für ökologische Produkte und Dienstleistungen?
- Wie schafften es die “Schönauer”, ihre Kommune für Öko-Strom zu begeistern?
- Oder: Wie können die Bedürfnisse nach neuen sozialen Wohnformen mit Umweltaspekten verknüpft werden?

Oft ist es das einzelne Beispiel, die Initiative, das Unternehmen, der Verein, die Kooperation, die etwas Neues wagen, das erst Aufsehen erregt (so was gibt es auch?), dann Interesse (wie machen die das?), dann Begeisterung weckt (das gefällt mir) und schließlich vielleicht ansteckend wirkt (das will ich auch tun/haben), sofern das Neue attraktiv genug ist weil es keine oder möglichst wenig zusätzliche Kosten oder Zeit verursacht.

Wenn die vielen Initiativen jedoch keine Nischen bleiben sollen, wenn sie in das Alltagshandeln eingehen und erst damit auch zu einem Faktor werden sollen, der die Nachhaltigkeit des Konsums in relevantem Ausmaß beeinflusst, dann bedarf es verschiedener politischer Instrumente mit denen die sehr unterschiedlichen Ebenen wirksam beeinflusst werden können – ohne die Verbraucherinnen und Verbraucher zu bevormunden und ohne die Vielfalt der Lebensstile zu negieren.

### **Internationale Dimension**

In Deutschland begann die Diskussion über Themen wie “Umweltschutz im Haushalt” oder “Ökologie im Alltag” Mitte der 80er Jahre. Jedoch gab es zunächst wenige, die sich der Themen annahmen. Mit der Konferenz für Umwelt und Entwicklung (UNCED) in Rio 1992 wurde die Debatte stark aufgewertet. Somit wurde Konsumverhalten ein Baustein der nachhaltigen Entwicklung. Seitdem haben sich auch diverse internationale Institutionen diesem Themenkomplex angenommen. Letztlich, so sieht es zumindest Professor Gerhard Scherhorn vom Wuppertal-Institut Klima Umwelt Energie, kommt der nachhaltige Konsum deshalb so langsam voran, weil

- das Ziel gesellschaftlich viel zu wenig kommuniziert werde,
- die institutionellen Bedingungen hinter her hinkten
- kooperatives Handeln - eine wichtige Voraussetzung für Erfolge auf dem Weg zur Nachhaltigkeit – nicht gefördert werde.

Der Weg zu nachhaltigen Konsum- und Lebensstilen ist noch weit, doch die Zielstellung wird inzwischen von allen gesellschaftlichen Gruppen ernst genommen. Das Thema sollte ein wichtiger Baustein in der “Nationalen Nachhaltigkeitsstrategie” sein.

1) Diese Tagung fand vom 7. bis 9. März an der Evangelischen Akademie in Tutzing unter dem Motto statt: “Trendsetter – Schritte zum nachhaltigen Konsumverhalten am Beispiel der privaten Haushalte. Initiativen - Projekte- Rahmenbedingungen”. Sie ist dokumentiert in der Reihe Texte des UBA 64/97, Berlin, ISSN 0722-186X.

\* Heike Leitschuh-Fecht (Jg. 1958) ist Autorin, Moderatorin und Beraterin mit dem Schwerpunkt Nachhaltige Entwicklung in Frankfurt am Main.

Kontakt: 069/70791284, Felei@t-online.de