



# ICH KAUFE, ALSO BIN ICH?

Von der Konsumgesellschaft zum guten Leben für alle

## IMPRESSUM

### Text und Konzeption:

Robin Stock, Leonie Renelt

**Lektorat:** Jenny Blekker, Carla Noever Castelos

### Illustrationen und Gestaltung:

Annika Huskamp / annikahuskamp.com

### Herausgeberin:

Jugend im Bund für Umwelt und Naturschutz  
Deutschland e.V.

Kaiserin-Augusta-Allee 5, 10553 Berlin

V.i.S.d.P.: Antonia Müller

Dezember 2018

### Druck:

www.lokay.de / Mit Farben aus nachwachsenden Rohstoffen auf 100 % Recyclingpapier, ausgezeichnet mit dem Blauen Umweltengel.

### Anmerkungen:

In diesem Heft verwenden wir den Gender-Stern (\*), um sichtbar zu machen, dass es mehr als zwei Geschlechter gibt. Außerdem sprechen wir von Ländern des Globalen Südens und Nordens. Diese Begriffe sind nicht geographisch gemeint, sondern beziehen sich auf Länder in unterschiedlichen weltpolitischen und -wirtschaftlichen Positionen. Sie verweisen außerdem auf die unterschiedlichen Erfahrungen mit Kolonialismus und Ausbeutung, die der heutigen Zuordnung zugrunde liegen.



## AUF DIE SCHNÄPPCHEN, FERTIG, LOS!

Jedes Jahr im November ist es soweit: Angelockt von Rabatten und begleitet von großangelegten Werbeaktionen verfallen die Menschen am „Black Friday“ dem Kaufrausch. An diesem Tag, der in den USA seit Jahrzehnten das Weihnachtsgeschäft einläutet, gehen mittlerweile auch in Deutschland die Konsument\*innen in den Geschäften und im Internet auf Schnäppchenjagd. Der Einzelhandel macht ein Milliardengeschäft und Menschen stehen schon frühmorgens Schlange vor den Läden, um die besten Sonderangebote zu ergattern. Rund 600 Milliarden Euro geben wir in Deutschland

jedes Jahr für Konsumartikel aus. Immer mehr davon kaufen wir mittlerweile per Mausclick; allein 2017 wurden 3,4 Milliarden Online-Bestellungen verschickt. Ausgehend von einer mittleren Pakethöhe von 20 cm würden all diese Pakete aufeinandergestapelt fast einmal bis zum Mond und zurück reichen. Und das, obwohl die Kleiderschränke prall gefüllt sind, das Bücherregal überquillt und wir mit Elektrogeräten wie Smartphone, Tablet, Spielkonsolen und Co. bereits bestens ausgestattet sind. Durchschnittlich besitzt jede Person in Deutschland insgesamt 10.000 Gegenstände. Und weil wir oft gar nicht mehr wissen, wohin mit all den Dingen, entstehen unter dem Schlagwort „self storage“ bundesweit Lagerboxen, um unsere unzähligen Habseligkeiten unterzustellen. All das macht deutlich: Wir leben in einer Konsumgesellschaft – oder vielmehr in einer Konsumsteigerungsgesellschaft. Denn unser Wirtschaftssystem beruht darauf, dass wir laufend Neues kaufen und verbrauchen. Darüber, wo all die Dinge herkommen, machen sich die wenigsten Gedanken: nicht über die Arbeitsbedingungen der Menschen, die unsere Kleidungsstücke oder Smartphones produzieren; nicht über die Ressourcen, die dafür abgebaut; die Natur, die dadurch zerstört oder die CO<sub>2</sub>-Emissionen, die dabei freigesetzt werden und den Klimawandel befeuern. Was interessieren uns die Mülldeponien, auf denen unser Wohlstandsschrott eines Tages landet? Und die wenigsten hinterfragen, ob noch mehr Kaufen und Besitzen uns wirklich zu glücklicheren und erfüllteren Menschen macht. Aber halt: Das stimmt nicht! Während einerseits fröhlich

immer weiter konsumiert wird, gibt es auch immer mehr Menschen, die das Überangebot an Waren, die omnipräsente Werbung und die überquellenden Schubladen als Zumutung und Überfluss empfinden; denen nicht egal ist, auf wessen Kosten unser Lebensstil und Konsumverhalten geht. Menschen, die sich auf den Weg machen, um andere Lebensweisen auszuprobieren, und von der Politik Rahmenbedingungen einfordern, die ein gutes Leben für alle ermöglichen.

## 'CAUSE WE ARE LIVING IN A MATERIAL WORLD ...

Konsumiert wird, seit es die Menschheit gibt. Denn schon immer haben Menschen Dinge gebraucht und verbraucht, die zum Leben nötig waren, wie vor allem Nahrung und Kleidung. Heute aber leben wir in Deutschland in einer Gesellschaft, in der die materiellen Grundbedürfnisse der meisten Menschen mehr als ausreichend abgedeckt sind. Unser Konsum dient schon lange nicht mehr nur dem Ziel, unseren Hunger zu stillen und uns vor Wind und Wetter zu schützen. Shopping ist zur Freizeitbeschäftigung und das Einkaufszentrum zum beliebten Treffpunkt geworden. Stehen wir vor dem Supermarktregal können und müssen wir wählen zwischen dutzenden Sorten Pasta oder Joghurt. Und im Klamottenladen erschlägt uns fast die Vielzahl der Hosen, Shirts und Pullis. Wir leben im Überfluss.

## Leute machen Kleider

Wirf doch mal einen Blick in deinen Kleiderschrank. Na, was siehst du? Deine liebsten Teile, aber vermutlich auch stapelweise Klamotten, die die du schon ewig nicht mehr getragen hast.

95 Kleidungsstücke besitzt ein Mensch in Deutschland im Durchschnitt. Das sind fast doppelt so viele wie noch vor 15 Jahren. Rund 60 neue Teile kommen jedes Jahr dazu, jedes fünfte davon wird gekauft, aber nie getragen. „Fast fashion“ heißt diese immer schneller wechselnde Abfolge von Modetrends. Bis zu 24 neue Kollektionen bieten Marktführer wie Zara und H&M jedes Jahr an - und das zu verlockend günstigen Preisen. T-Shirt, Pulli, Jeans und Sneakers ... ein komplett neues Outfit ist in Läden wie Primark für unter 50 Euro zu haben. Doch wie ist das möglich?



Der Großteil unserer Kleidung wird heute in Textilfabriken in Asien produziert, wo die Produktionskosten für die Industrie am günstigsten sind. Die Arbeitsbedingungen für die Menschen hingegen sind miserabel. Die Arbeiter\*innen – hauptsächlich Frauen – arbeiten bis zu 16 Stunden am Tag und das fast ohne Pause. Nur etwa 1 % des Kaufpreises eines T-Shirts verdienen die Näher\*innen, die oft von weniger als 35 Euro im Monat leben müssen. Zudem herrschen fürchterliche sanitäre und gesundheitliche Bedingungen, denen sie tagtäglich ausgesetzt sind. Wer sich wehrt, wird entlassen. Gewerkschaftliche Organisation ist kaum möglich. Im April 2013 waren die Augen der Welt für einen kurzen Augenblick auf die globale Textilindustrie gerichtet, als in Bangladesch die Textilfabrik Rana Plaza einstürzte. 1.100 Arbeiter\*innen starben bei dem Unfall, 2.400 weitere wurden verletzt. Geändert hat sich an den katastrophalen Bedingungen, unter denen unsere Kleidung produziert wird, seither jedoch fast nichts.

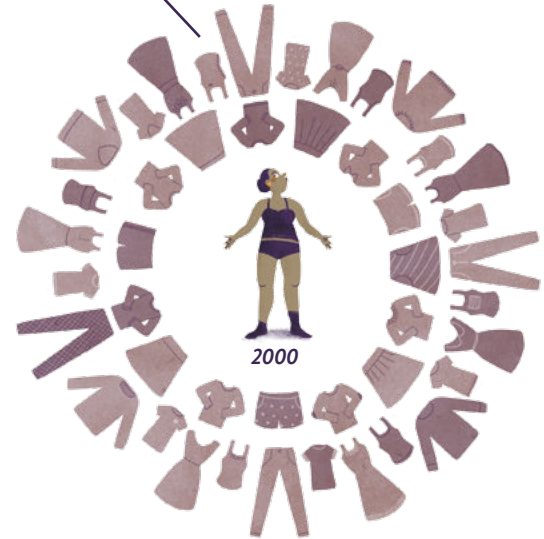
## Für 13 Euro um die Welt

Bevor die neue Jeans bei dir im Kleiderschrank landet, hat sie bereits einen weiten Weg rund um den Globus hinter sich. Die Baumwolle kommt z.B. aus Kasachstan, wird in der Türkei zu Garn gesponnen und anschließend in Taiwan zu Jeansstoff gewebt. Die in Polen hergestellte Jeansfarbe Indigo wird zur Einfärbung der Stoffe nach Tunesien geliefert. In China wird anschließend der Stoff mit Knöpfen und Nieten aus Italien zusammengenäht, um abschließend in Frankreich mit Bimssteinen

95 Kleidungsstücke besitzt ein Mensch in Deutschland im Durchschnitt, Strümpfe und Unterwäsche nicht mitgerechnet.



Das ist fast doppelt so viel wie noch vor 15 Jahren!



40 % der Kleidung wird selten oder nie getragen.



1,3 Millionen Tonnen Kleidung werden jedes Jahr in Deutschland entsorgt.  
Quelle: Greenpeace

aus Griechenland gewaschen zu werden und den beliebten „Stone-washed-Effekt“ zu erhalten. 50.000 Kilometer legt eine Jeans somit ungefähr zurück, bis sie bei uns im Laden ankommt.

Der Herstellungsprozess verursacht dabei enorme Umweltbelastungen: Der Baumwollanbau setzt große Mengen an Pestiziden frei, Anbau und Produktion verbrauchen enorm viel Wasser, bei der Färbung werden Gewässer verunreinigt und der Transport bringt hohe CO<sub>2</sub>-Emissionen mit sich. Waschmaschinen in Europa spülen jährlich 30.000 Tonnen Kunststofffasern aus Kleidung in Abwässer, die im Meer, in Tiermägen und in unserem Trinkwasser landen.

Und weil Mode so günstig ist, ist sie zur Wegwerfware verkommen: Die Trends von heute sind der Müll von morgen. 1,3 Millionen Tonnen Kleidungsstücke werden in Deutschland jedes Jahr weggeschmissen. Davon eignet sich etwa die Hälfte für den Secondhand-Gebrauch. Der Rest wird zu Putzlappen oder Ähnlichem verarbeitet oder muss als Müll entsorgt werden.

Nicht nur Textilien, sondern der Großteil aller Konsumgüter, die uns im Leben umgeben, werden unter menschenunwürdigen Bedingungen hergestellt und verbrauchen Unmengen Ressourcen. Die damit einhergehende massive Schädigung von Umwelt und Klima wird einfach in Kauf genommen.

***Wenn alle Menschen so leben würden, wie wir es hier in Deutschland tun, dann bräuchten wir die Ressourcen von drei Erden.***

## ICH KAUFEN, ALSO BIN ICH?

Wenn die Produktionsbedingungen so schlecht sind und die Kleiderschränke schon überquellen, warum kaufen wir dann immer neue Klamotten?

Einen Pulli tragen wir nicht nur, um uns warm zu halten. Mit der Wahl unseres Kleidungsstückes wollen wir auch unseren Geschmack und damit einen Teil unserer Persönlichkeit nach außen tragen. Neben dem unmittelbaren Gebrauchswert sind materielle Güter für uns so wichtig, weil Konsum eine Form der Kommunikation und Symbolsprache geworden ist. Wir konsumieren also auch, um uns mit einer sozialen Gruppe zu identifizieren, um uns in dieser zu positionieren und von anderen Gruppen zu unterscheiden. Vergleichen wir uns anhand von Konsumgütern mit den Menschen um uns herum, so erleben wir immer wieder den Impuls, uns durch neue, modernere, ausgefallenerere Produkte von der Masse abheben zu wollen.

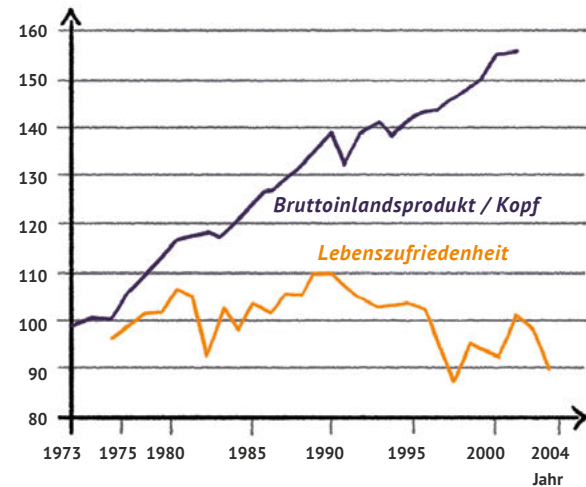
***„Wir kaufen Dinge, die wir nicht brauchen, mit Geld, das wir nicht haben, um Leute zu beeindrucken, die wir nicht mögen.“ (aus dem Film „Fight Club“)***

## Kauf dich glücklich?

Gehen wir shoppen, wird im Körper die „Glücksdroge“ Dopamin freigesetzt, das Belohnungszentrum im Gehirn wird aktiviert. So erklären uns die Neurowissenschaften die Freude am Kauf neuer Dinge. Ein kurzer Kick, doch dann ist das Glück auch schon wieder verfliegen. Um es zu erneuern, folgt das nächste Shopping-Erlebnis. Das kann abhängig machen – mehr als 5 % der Bevölkerung in Deutschland gelten bereits als kaufsüchtig.

Die Erklärung der klassischen Wirtschaftswissenschaften geht in etwa so: Wächst die Wirtschaft, also das Bruttoinlandsprodukt (BIP), steigen auch die verfügbaren Einkommen und damit die Konsummöglichkeiten der Menschen. Können wir uns mehr Dinge leisten, die wir gerne haben möchten, dann – so die Annahme – steigert das unser Wohlbefinden und unsere Lebensqualität. Konnten sich viele Menschen in den 50er Jahren noch keinen Kühlschrank oder keine Urlaubsreise leisten, führte die Eröffnung dieser Konsummöglichkeiten offenbar zu einem deutlichen Zuwachs an Wohlbefinden. Studien belegen jedoch, dass ab einem Netto-Jahreseinkommen von 25.000 Euro (das entspricht etwas mehr als dem derzeitigen durchschnittlichen Jahreseinkommen in Deutschland) ein Zuwachs an Einkommen – und damit an Konsummöglichkeiten – keinen weiteren Zuwachs mehr an Lebensqualität mit sich bringt. Wenn es lediglich um die Frage geht, ob unsere Kühl-Gefrier-Kombi auch einen Eiswürfel-Macher eingebaut hat oder ob die Urlaubsreise lieber in die Karibik als nach Mallorca geht, dann ist eine Steigerung unserer Lebenszufriedenheit nur noch minimal oder gar nicht mehr gegeben. Wer im Grunde schon fast alles hat, wird nicht glücklicher durch

noch mehr Dinge. Im Gegenteil: Die Wahl zwischen unzähligen Konsumoptionen kann zur Qual werden. Um uns die Vielzahl der Konsummöglichkeiten erschließen zu können, müssen wir zudem mit dem steigenden Druck und Wettbewerb der Erwerbsarbeit mithalten und im Arbeitsleben mit immer mehr Stress umgehen. Gleichzeitig wollen die vielen erworbenen Dinge und Freizeitoptionen dann auch noch irgendwann genutzt werden, wofür uns im durchgetakteten Alltag häufig kaum Zeit bleibt.



**Relative Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes pro Kopf und der Lebenszufriedenheit in Deutschland**

Quelle: BUND, Brot für die Welt & EED (2008):  
Zukunftsfähiges Deutschland in einer globalisierten Welt.



## WERBUNG – TRIFFT JEDE\*N

Unser Konsumdrang kommt nicht nur aus unserer eigenen Motivation, er wird auch ständig und überall aufs Neue befeuert: durch Werbung. Diese ist in unserem Leben omnipräsent. Mehrere tausend Werbebotschaften sollen es sein, die uns durchschnittlich pro Tag begegnen: im öffentlichen Raum, beim Blättern in der Zeitung, beim Surfen im Netz, im Kino oder Fernsehen und selbst in Videospielen. Die Message: kaufen, kaufen, kaufen. Gemäß dem Slogan „öfter mal was Neues“ preist uns die Werbeindustrie immer neue Produkte an, um den fortlaufenden Absatz der Unternehmen sicherzustellen. Denn ein System, das auf permanentes Wachstum angewiesen ist, kommt nicht aus, ohne immer neue Bedürfnisse zu wecken.

### Haste was, biste was

Werbung beeinflusst unsere Lebens- und Kaufentscheidungen, indem sie durch direkte und indirekte Botschaften Bedürfnisse in uns anspricht oder neue erzeugt. Sie zielt darauf, Produkte und Dienstleistungen zu verkaufen und die Bekanntheit einer Marke zu stärken. Häufig sind die Werbeträger\*innen bekannte Persönlichkeiten aus Sport, Film und Mode.

Die Werbebotschaften versprechen uns zum Beispiel Attraktivität durch ein neues Parfum, oder Fitness durch einen neuen Getreideriegel. Sie wollen uns glauben machen, wir könnten durch den Erwerb von Produkten oder Dienstleistungen unsere Bedürfnisse nach Zugehörigkeit, Freiheit, Abenteuer, Anerkennung oder dergleichen befriedigen.

**Neben der klassischen Werbung auf Plakatwänden, in Broschüren und Werbespots spielt „influencing“ in den sozialen Medien für das Marketing von Unternehmen eine zunehmend wichtige Rolle.**

**Influencer\*innen präsentieren sich und ihr Leben in Form von Fotos und Videos auf ihren Social-Media-Kanälen und erreichen damit ein Millionen-Publikum. Ob sie die neuen Sneaker dabei ganz zufällig tragen oder für das Schwärmen über ein bestimmtes Parfum bezahlt werden, ist für ihre Follower oft gar nicht erkennbar. Für ihre Fans sind sie Stars, für die Werbeindustrie ein neuer Markt, um insbesondere junge Menschen für ihre Produkte zu gewinnen.**

Häufig spielt Werbung dabei mit stereotypen Rollen und Klischees: Tätigkeiten oder Eigenschaften werden als typisch weiblich oder männlich dargestellt, Menschen auf ihr Aussehen reduziert und Normvorstellungen von Körpern propagiert. Diese Darstellungen bedienen Vorurteile und verstärken nicht selten Rassismus und Sexismus.

Werbung führt zudem zur Kommerzialisierung aller Lebensbereiche und macht auch vor dem öffentlichen Raum nicht halt, wo uns mittlerweile immer mehr digitale Werbetafeln in riesigem Format mit Konsumbotschaften bombardieren. Werbung ist somit einer der stärksten Treiber der Konsumgesellschaft und dient nicht nur der Bewerbung einzelner Produkte, sondern auch der Förderung von Konsum als Lebensart, also der Konsumkultur.



### **Bäume statt Werbetafeln ...**

... so lautet das Motto der französischen Stadt Grenoble, die zum europäischen Vorreiter für werbefreie Städte geworden ist. Über 300 Reklametafeln in der Stadt wurden abgebaut. An deren Stelle hat die Stadt Bäume gepflanzt und Platz für Begegnung geschaffen. Die Bürger\*innen sprechen von einer Befreiung, da sie das Gefühl haben, dass ihnen nun weniger aufgezungen wird.

## **Mit Shopping die Welt retten?**

Angesichts der gravierenden ökologischen und sozialen Folgen, die der Massenkonsum mit sich bringt, kaufen immer mehr Menschen bewusster ein. Mit dem gezielten Kauf umwelt- und sozialverträglich hergestellter Produkte setzen sich Konsument\*innen für eine nachhaltige Lebensweise ein: bio statt konventionell, Fairphone statt iPhone, Jutebeutel statt Plastiktüte, ... Mit diesem nachhaltigen oder strategischen Konsum, so die Idee, werden unmittelbar Ressourcen und die Umwelt geschont. Unternehmen sollen dazu bewegt werden, ihre Produkte und Produktionsbedingungen an die Nachfrage und die Marktmacht der Verbraucher\*innen anzupassen und es sollen neue – ökologisch und sozialorientierte – Unternehmen entstehen.

Studien belegen: Verbraucher\*innen fragen zunehmend „grüne“ Produkte nach und zeigen eine große Bereitschaft zum Umstieg auf umweltfreundliche Alternativen. Einkaufsratgeber und eine Vielzahl von Siegeln

geben Hilfestellung und Orientierung für besonders umweltverträglichen oder fairen Konsum. Plattformen wie utopia.de und Messen wie „Karma Konsum“ oder der „Heldenmarkt“ sind beliebte Formate, auf denen sich nachhaltig-bewusste Konsument\*innen treffen. Beispiel Fairer Handel: Für die mit dem Fair-Trade-Siegel zertifizierten Produkte erhalten die Erzeuger\*innen in den Ländern des Globalen Südens bessere Preise und Arbeitsbedingungen. Die Verbraucher\*innen sind bereit, dafür einen etwas höheren Preis zu bezahlen und somit einen Beitrag für einen gerechteren Welt-handel zu leisten. Fast 1,5 Milliarden Euro wurden 2017 in Deutschland für fair gehandelte Produkte ausgegeben, fünfmal so viel wie noch vor 10 Jahren.



## Umweltfreundlich mehr verbrauchen

Die Idee des nachhaltigen Konsums ist vielversprechend: Wenn genug Menschen bewusster einkaufen, werden die Unternehmen gezwungen, ihre Produktionsbedingungen zu verändern. Umweltfreundliche und sozialverträgliche Produkte setzen sich durch. Die Nachfrage bestimmt das Angebot. Doch auf den zweiten Blick zeigt sich: Die Idee, allein mit dem Einkaufswagen die Welt verändern zu wollen, greift zu kurz.

Es gibt immer mehr ökologisch und fair hergestellte Produkte, doch wer kann und mag sich diese eigentlich leisten? Während das Umweltbewusstsein in der Bevölkerung und besonders bei jungen Menschen hoch ist, liegt der Marktanteil der ökologisch produzierten Lebensmittel nur bei rund 5 %. Lediglich 18 Euro pro Kopf gaben Verbraucher\*innen 2017 durchschnittlich für Produkte aus fairem Handel aus. Es ist ein kleiner Kreis Gutverdienender, der sich durch den Kauf nachhaltiger Produkte ein „grünes Gewissen“ verschafft. Zugleich verursachen gerade diejenigen, die über ein hohes Einkommen verfügen, durch ihren Lebensstil einen besonders hohen Ressourcenverbrauch, auch wenn sie ein starkes ökologisches Bewusstsein haben.

Kaufen wir das öko-faire T-Shirt und tragen es in der Recycling-Tragetasche nach Hause, gibt uns das das Gefühl, etwas für die Umwelt getan zu haben. Dass es der Natur noch viel besser gehen würde, hätten wir gar kein neues Shirt gekauft, sondern unser altes weitergetragen oder eins aus dem Secondhand-Laden, blenden wir gerne aus. Ist unser Gewissen durch den Kauf eines nachhaltig produzierten Produkts erstmal beruhigt, können wir

es auch viel leichter mit uns selbst vereinbaren, an anderer Stelle weniger auf die ökologischen Auswirkungen unserer Lebensweise zu achten. Das lässt sich zum Beispiel beobachten, wenn Menschen mit dem SUV zur Biobäckerei um die Ecke fahren.

Während viele Menschen bewusster konsumieren und versuchen, im Alltag nachhaltiger zu leben, steigt der Ressourcenverbrauch in Deutschland insgesamt immer weiter an.

## GUT LEBEN STATT VIEL HABEN

**„Wer unter einer Lawine von kaum mehr überschaubaren Konsummöglichkeiten zu ersticken droht, verzichtet nicht, sondern befreit sich von überflüssigem Ballast.“**

*Niko Paech - Ökonom*

Statt nur besser oder anders zu konsumieren, sollten wir uns fragen: Wie können wir mit absolut weniger Dingen und weniger Ressourcenverbrauch auskommen? Das ist die Grundlage von **Suffizienz**. Suffizienz bedeutet also eine neue Bewertung dessen, was für uns als Gesellschaft erstrebenswert ist: Vom „Mehr, Weiter, Schneller“ für Einzelne hin zu einer Gesellschaft, die die Fürsorge für sich, andere und die Natur ins Zentrum rückt. Ziel einer suffizienten Gesellschaft ist es, nicht mehr auf Kosten kommender Generationen, der Menschen im Globalen Süden und der Natur leben zu müssen.

Ein suffizienter Lebensstil bedeutet, nicht nur dieselbe Menge wie gewohnt in „grün“ zu konsumieren, sondern

den Konsum insgesamt herunterzufahren; uns also zu fragen: Brauche ich das fünfte Paar Schuhe wirklich? Macht mich das neueste Smartphone-Modell tatsächlich zu einem glücklicheren Menschen? Minimalismus als Lebensstil, Entschleunigung und Achtsamkeit sind voll im Trend. Immer mehr Menschen haben genug vom Dauerstress, wollen mit weniger Dingen auskommen und suchen Ruhe und Ausgleich in sich selbst anstatt in der Shopping-Mall. Das Netz ist voll von Do-it-yourself-Tutorials, hunderte Reparatur-Initiativen und offene Werkstätten gibt es in Deutschland und in vielen Städten finden Kleidertausch-Events und Ähnliches statt. Eine Vielzahl digitaler Plattformen macht es möglich, Gebrauchsgegenstände oder Autos zu teilen und auszuliehen, anstatt sie selbst zu besitzen. Eine Gesellschaft suffizient zu gestalten, bedeutet also auch, neue Formen des gemeinsamen und solidarischen Miteinanders zu erproben, die Spaß machen und Gemeinschaft stiften. Es geht nicht nur um ein reines „Weniger“, sondern auch um ein „kreatives Anders“. Noch ist es eine Minderheit, die sich dem alltäglichen Konsumwahnsinn entzieht. Doch wir werden immer mehr.

**Stell dir vor, eines Tages ist „Black Friday“ - und keine\*r geht hin!**

#### **Suffizienz ...**

... strebt den geringeren Verbrauch von Ressourcen (Energie, Material, Fläche, ...) und damit den Schutz des Klimas und der Umwelt an. Das passiert durch eine verringerte Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen und durch eine entsprechende Veränderung der Wirtschaftsweise.

Suffizienz lenkt unsere Aufmerksamkeit in erster Linie auf die Fragen: Was brauchen wir wirklich? Und: Wieviel ist genug?

**Zum Weiterlesen:** BUNDjugend (2018): Jetzt reicht's! Mit Suffizienz zum guten Leben für alle.

## **Ein nachhaltiger Lebensstil: nicht allein deine persönliche Verantwortung!**

*Kennt du das auch? Du überlegst dir zweimal, ob du dir wirklich etwas Neues kaufen musst, nutzt Second-hand-Läden und flickst deine Hose und auf dem Weg nach Hause wirst du fast platt gedrückt von Leuten mit ihren prall gefüllten Einkaufstüten?*

*Du willst dein defektes Smartphone reparieren, aber Ersatzteile kriegst du keine, weil Hersteller dazu bisher nicht verpflichtet sind?*

*Im Fernsehen mahnen Politiker\*innen mal wieder, wie wichtig es ist, die Umwelt und Menschenrechte zu schützen, aber verbindliche Gesetze zu Arbeits- und Umweltstandards für Unternehmen werden nicht erlassen.*

Das eigene Leben so korrekt wie möglich zu gestalten, während um dich herum die riesigen Werbetafeln mit immer neuen Dingen locken, die Geschäfte fast platzen vor Konsumangeboten und die Wirtschaftspolitik weiterhin auf Wachstum statt auf ein gutes Leben setzt, ist verdammt schwer und oft frustrierend.

Mit dem Einkaufswagen Politik zu machen und das eigene Leben so nachhaltig wie möglich zu gestalten, ist ein wichtiger Schritt. Und Ansätze von Suffizienz kann jede\* im Alltag praktizieren und damit einen wichtigen Beitrag leisten. Doch die Verantwortung für Umweltschutz und die Einhaltung von Menschenrechten kann nicht allein auf die Konsument\*innen abgewälzt werden. Es braucht politische Rahmenbedingungen, die ein ressourcenleichtes und nachhaltiges Leben innerhalb der ökologischen Grenzen des Planeten möglich machen. Ein Leben, in dem wir nicht länger auf Kosten anderer leben (müssen). Das ist gemeint, wenn von **Suffizienzpolitik** die Rede ist.



## UND JETZT? AKTIV WERDEN FÜR EIN GUTES LEBEN FÜR ALLE

„Die politischen Rahmenbedingungen müssen sich ändern!“ Das ist leichter gesagt als getan. Doch es gibt viele Ansätze und Beispiele, wie das gelingen kann. Das gute Leben für alle kommt nicht von alleine und es ist noch ein weiter Weg bis dahin. Umso wichtiger ist es, schon heute damit zu beginnen. Also: Ärmel hochkrempeln und loslegen!

## Niemand soll immer mehr haben wollen müssen

### *Was wir fordern:*

Werbung gibt einen der wichtigsten Impulse, um immer neuen Konsum zu generieren und ist daher mitverantwortlich für unseren enormen Ressourcen- und Energieverbrauch. Um dem Überkonsum und der Übernutzung unseres Planeten Einhalt zu gebieten, sollte Werbung eingeschränkt werden. Dies gilt besonders für Werbung, die sich an Kinder und Jugendliche richtet oder für Dinge wirbt, die besonders schädlich für das Klima oder die Gesundheit sind. Und für Werbung im öffentlichen Raum, die auch den letzten freien Flecken ökonomisch auszunutzen versucht.

### *So kannst du aktiv werden:*

Orte wie Grenoble (Frankreich) machen es vor: Eine Stadt ohne Werbeflächen im öffentlichen Raum ist eine lebenswertere Stadt. In Berlin setzt sich die Gruppe „Berlin werbefrei“ mit einem Volksbegehren für die Reduzierung der Werbung im öffentlichen Raum ein. Warum nicht auch in deiner Stadt eine solche Initiative starten?

Im Alltag kannst du dich den Botschaften der Werbeindustrie, wo immer möglich, verweigern. Klebe zum Beispiel einen Hinweis auf deinen Briefkasten: „Bitte keine Werbung!“. Nutze einen Werblocker in deinem Internetbrowser. Und trage dich auf der sogenannten „Robinson-Liste“ ein, einer Schutzliste, um keine unaufgeforderte Werbung zu erhalten. Aktivist\*innen wie „Dies Irae“ verleihen ihrer Kritik an Werbung durch das sogenannte „Adbusting“, also das kreative Verfremden von Werbetafeln, Ausdruck.

## Rechte für Menschen – Regeln für Unternehmen

### *Was wir fordern:*

Während in Deutschland der Mindestlohn gilt, Arbeitsrechte vergleichsweise gut sind und Umweltauflagen eingehalten werden müssen, sind diese Standards in den Herkunftsländern unserer Klamotten oftmals nicht gegeben. Die Politik ist hier gefragt, verbindliche gesetzliche Regeln zu schaffen und nicht länger nur auf freiwillige Selbstverpflichtungen der Unternehmen zu vertrauen. Mit Importbeschränkungen oder gestaffelten Zöllen könnte beispielsweise die Europäische Union die Einfuhr sozial und ökologisch bedenklicher Textilien einschränken und nachhaltige Kleidung fördern. Für die Konsument\*innen würde das etwas höhere Preise bedeuten. Wir würden sicherlich weniger Klamotten kaufen und sie dafür wieder länger tragen. Kleidung wäre nicht länger ein Wegwerfprodukt und durch bessere Qualität und längere Lebensdauer würden auch Secondhand-Märkte und Kleidertausch zunehmen und somit der Ressourcenverbrauch gesenkt werden.

### *So kannst du aktiv werden:*

Schnell organisiert und voll im Trend ist die Kleidertauschparty. Gemeinsam mit anderen kannst du ein nettes Event organisieren, bei dem ihr die Klamotten, die ihr nicht mehr tragt, untereinander tauscht. Dazu Musik und gute Laune – so macht Ressourcenschutz richtig Spaß!

Um Menschen zu informieren und auf die Produktionsbedingungen aufmerksam zu machen, könnt ihr die Kleidertauschparty in die Einkaufsstraße verlegen und mit einer Protestaktion gegen Textilkonzerne eurer Wahl verbinden. Ladet Abgeordnete aus eurem Wahlkreis ein, um mit ihnen über eure Forderungen für faire und ökologische Bedingungen in der Textilindustrie zu diskutieren. Oder verlangt von eurer Stadt, mit gutem Beispiel voranzugehen und für die städtischen Betriebe zukünftig nur noch faire Kleidung einzukaufen.

## **Für ein Recht auf Reparatur!**

### ***Was wir fordern:***

Appelle an die Verbraucher\*innen, Produkte länger zu nutzen und zu reparieren, sind wichtig und gut. Doch dafür braucht es auch entsprechende Rahmenbedingungen: Herstellende Unternehmen müssen gesetzlich verpflichtet werden, ihre Produkte langlebig und reparierbar zu produzieren. Dafür könnten beispielsweise die Gewährleistungszeit verlängert und Unternehmen zur Bereitstellung von Ersatzteilen zu angemessenen Preisen verpflichtet werden. Ein gesenkter Mehrwertsteuersatz auf Reparaturdienstleistungen – wie kürzlich in Schweden eingeführt – kann das Reparieren attraktiver machen. Zudem sollten Kommunen Freiräume und Infrastrukturen für Reparatur-Initiativen fördern.

### ***So kannst du aktiv werden:***

Tu dich mit anderen schraubbegeisterten Menschen zusammen und verwandle den Marktplatz oder den Uni-Vorraum kurzzeitig in einen Ort zum Reparieren und Vernetzen! Informiere andere darüber, was die Politik tun müsste, um ein Recht auf Reparatur durchzusetzen. Vielleicht könnt ihr eure\*n Wahlkreisabgeordnete\*n auch fürs Werkeln begeistern und einladen? Informiere dich darüber, welche Produkte besonders reparaturrelevant sind oder schnell den Geist aufgeben. Um dagegen zu protestieren, könntest du Aufkleber mit Botschaften wie „Hält garantiert zwei Wochen! Für ein Recht auf Reparatur“ erstellen und an geeigneten Stellen platzieren.

## **Besser leben ohne Konsum**

### ***Was wir fordern:***

In unseren Städten gibt es immer weniger Orte, an denen Menschen sich aufhalten und treffen können, ohne zum Konsum angehalten zu werden. Die Gehsteige sind gesäumt von Tischen der Cafés und Restaurants. Urbane Gärten und subkulturelle Zentren müssen dem Bau von Einkaufszentren und Luxuswohnungen weichen. Schluss mit der fortschreitenden Kommerzialisierung des öffentlichen Raumes! Kommunen sollten nicht-kommerzielle Räume der Begegnung, der (Sub-)Kultur, der Stadt-Natur und des guten Lebens jenseits von Konsum erhalten und fördern.

### **So kannst du aktiv werden:**

Während am „Black Friday“ die Konsument\*innen in die Geschäfte stürmen, um die angepriesenen Sonderangebote zu erwerben, rufen konsumkritische Gruppen zum „Kauf-nix-Tag“ auf. Anstatt den Konsumverlockungen auf den Leim zu gehen, setzt die Aktion ein Zeichen gegen Verschwendung, Ausbeutung und Überfluss.

Verlegt doch an diesem Tag mal euer Wohnzimmer in die Einkaufsstraße, macht es euch mit Sesseln, Tee und Gebäck gemütlich und bietet Skill-Sharing-Workshops für die Passant\*innen an. Ein möglicher Bündnispartner für solche Aktionen, mit denen ihr gegen Konsumwahn und die Kommerzialisierung des öffentlichen Raums eintreten könnt, sind „Recht auf Stadt“-Initiativen, die vielerorts gegen Verdrängung und für ein gutes Leben für alle aktiv sind.

Du willst mehr darüber wissen, wie ein gutes Leben für alle möglich werden kann? Du interessierst dich für Hintergrundinfos, Aktionsideen und weitere Möglichkeiten, aktiv zu werden? Dann schau mal hier vorbei: <https://www.bundjugend.de/gutesleben>



## **ZUM WEITERLESEN**

### **Publikationen von BUNDjugend und BUND zur Vertiefung:**

- BUNDjugend (2018): Jetzt reicht's! Mit Suffizienz zum guten Leben für alle.
- BUNDjugend (2018): Ende der Verschwendung. Mit der Ressourcenwende zum guten Leben für alle.
- BUND (2018): Perspektive 2030: Suffizienz in der Praxis. Online unter: [www.bund.net/suffizienz-dossier](http://www.bund.net/suffizienz-dossier)
- BUND und BUNDjugend Baden-Württemberg (2017): Ein gutes Leben für alle! Eine Einführung in Suffizienz. Online unter: [www.bund-bawue.de/gutes-leben](http://www.bund-bawue.de/gutes-leben)
- BUND (2017): Besser (und) weniger. Ansätze für ressourcenschonendes und abfallarmes Handeln. Online unter: [www.bund.net/service/publikationen/detail/publication/besser-und-weniger/](http://www.bund.net/service/publikationen/detail/publication/besser-und-weniger/)
- BUNDjugend (2016): Worauf warten? Online unter: [www.bundjugend.de/worauf-warten](http://www.bundjugend.de/worauf-warten)



• BUNDjugend (2012): Wachstum ohne Ende? Online unter: [www.bundjugend.de/wachstum-ohne-ende](http://www.bundjugend.de/wachstum-ohne-ende)

## Bücher zur Vertiefung:

- I.L.A. Kollektiv (2019): Das gute Leben für alle! Wege in die solidarische Lebensweise.
- Michael Kopatz (2018): Ökoroutine. Damit wir tun, was wir für richtig halten.
- I.L.A. Kollektiv (2017): Auf Kosten anderer? Wie die imperiale Lebensweise ein gutes Leben für alle verhindert.
- Tim Jackson (2017): Wohlstand ohne Wachstum.
- Greenpeace (2017): Konsumkollaps durch Fast Fashion.
- Uwe Schneidewind und Angelika Zahrnt (2013): Damit gutes Leben einfacher wird. Perspektiven einer Suffizienzpolitik.



Diese Broschüre ist im Rahmen des Projekts „Ein gutes Leben für alle“ entstanden. Das Projekt wurde gefördert durch das Umweltbundesamt und das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit. Die Mittelbereitstellung erfolgt auf Beschluss des Deutschen Bundestages.

## WER STECKT HINTER DIESEM HEFT?



Die **BUNDjugend** engagiert sich für Umweltschutz und globale Gerechtigkeit. Wir wollen eine Zukunft, in der wir lebenswerte Städte und die Vielfalt der Natur erleben können. Eine Zukunft in einer weltoffenen Gesellschaft, die alles daransetzt, die Klimakrise aufzuhalten. Eine Zukunft mit fairem Welthandel, 100 % erneuerbaren Energien, sauberem Wasser, Artenvielfalt und glücklichen Tieren.

### Gemeinsam können wir viel erreichen!

Als unabhängiger Jugendverband des BUND (Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V.) sind wir bundesweit aktiv. Wir sind Teil des Netzwerkes Young Friends of the Earth und so mit jungen Menschen aus der ganzen Welt verbunden.

Vor Ort kannst du dich in Repair-Cafés, Stadtgärten oder auf Streuobstwiesen engagieren. Du kannst in deinem Bundesland an Seminaren und Freizeiten teilnehmen oder dich an bundesweiten Aktionen und Kampagnen beteiligen. Auf [bundjugend.de](http://bundjugend.de) findest du aktuelle Angebote und Termine zum Mitmachen, Material und Anlaufstellen.

**Es geht um unsere Zukunft ...** und die nehmen wir selbst in die Hand! Wir fordern ein Umdenken von der Politik, aber fangen auch bei uns selbst an. Wenn du auch etwas verändern möchtest und jünger als 27 Jahre alt bist, dann bist du bei der BUNDjugend genau richtig. Bei uns kannst du mitreden, mitmischen und aktiv werden.

[www.bundjugend.de](http://www.bundjugend.de)



**BUNDJUGEND.DE**