

Workshop Nachhaltiger Konsum

Katharina Gapp

Was ist nachhaltiger Konsum?

Wir unterscheiden nachhaltigen Konsum im weiteren und im engeren Sinn. Nachhaltiger Konsum im weiteren Sinn bedeutet, so zu konsumieren, dass sich die sozial-ökologischen Probleme im Vergleich zu konventionellen Gütern verringern. Es werden Produkte gekauft, die weniger nicht-nachhaltig sind als konventionelle Güter. Diese Art des nachhaltigen Konsums kann nur ein erster Schritt sein. Denn, wenn alle Menschen so konsumieren würden, verfehlen wir ja trotzdem das Ziel einer Nachhaltigen Entwicklung.

Nachhaltiger Konsum im engeren Sinn beschreibt eine Konsumweise, die für alle Menschen weltweit verallgemeinerbar wäre ohne das Ziel der Nachhaltigen Entwicklung zu gefährden und die Grenzen der natürlichen Tragfähigkeit zu überschreiten.

Welche Gründe gibt es für nachhaltigen Konsum?

Menschen versuchen aus unterschiedlichen **Motiven** nachhaltig zu konsumieren. Wir unterscheiden intrinsische und extrinsische Motive. Zu den intrinsischen Motiven zählen das Umweltmotiv, das Sicherheitsmotiv, das Qualitätsmotiv und das Wohlstandmotiv. Bei diesen Beweggründen kommt die Motivation von Innen. Ein Konsument kauft nachhaltige Produkte, weil er möchte, dass eine lebenswerte Umwelt für seine Kinder erhalten bleibt (Umweltmotiv) oder weil er weniger Schadstoffe aufnehmen möchte (Sicherheitsmotiv).

Bei den extrinsischen Motiven gibt es einen Anreiz von außen für den Kauf nachhaltiger Produkte. Wir alle kaufen keine 100 W Glühbirnen mehr, weil es eine Rechtsvorschrift gibt, die den Verkauf verbietet und diese müssen wir einhalten. Es können aber auch religiöse Vorschriften sein. So leben die Hindus (Gläubige des Hinduismus) vegetarisch, weil ihr Glaube ihnen das vorschreibt. Diese äußeren Reize können auch in der sozialen Anerkennung oder im Image liegen.

Welche Gründe gibt es, nachhaltige Produkte nicht zu kaufen?

Die Gründe, die Konsumenten haben, nachhaltige Produkte nicht zu kaufen, nennen wir **Kaufbarrieren**. Hier unterscheiden wir vier unterschiedliche Gruppen:

Informationsbedingte Kaufbarrieren

- Qualitätsunsicherheit
- Wissensdefizit
- Opportunismusrisiko (Vertrauensbarriere)
- Geringe Transparenz

Preisbedingte Kaufbarriere

psychologisch bedingte Kaufbarrieren

- Gewohnheitsbarriere
- Egoismusbarriere
- gesellschaftliche Akzeptanz
- Bequemlichkeitsbarriere

organisatorische Kaufbarrieren

- Verfügbarkeit
- Wege und Öffnungszeiten

Tipps für nachhaltigen Konsum:

Der Nachhaltige Warenkorb: <http://www.nachhaltiger-warenkorb.de/#/>

↳ Tipps für über 16 Konsumbereiche

WeGreen: <http://wegreen.de/>

↳ Suchmaschine für das nachhaltige Online Shopping