

## Verantwortungsvoller Konsum – ist für alle machbar

und notwendig, wenn wir weiterhin ein gutes Leben führen wollen

Ein Beitrag von Dr. Ralf Nacke (Stand: 20. März 2020 / update 26.02.24)

Ein **verantwortungsvoller Konsument** stellt folgende Überlegungen beim Kauf an – gilt für Produkte\*:  
(\*als auch analog für Dienstleistungen/Services)

- |   |   |
|---|---|
| <p>(1) Brauche ich das Produkt wirklich? Was ist der Beweggrund (Motivation) für meinen Kauf?</p> <p>(2) Kann ich mir das Produkte auch leihen (Sharing mit anderen / z.B. in der Nachbarschaft)</p> <p>(3) Kommt das Produkt aus der Region und ist es saisonal (Ernährung, Blumen, ...)?</p> <p>(4) Ist das Produkt ethisch, fair und sozial hergestellt?</p> <p>(5) Ist das Produkt ökologisch und hat es einen möglichst geringen CO<sub>2</sub>-Fussabdruck? In welchem Umfang wurden im Herstellungsprozess und in der Logistik fossile Brennstoffe eingesetzt (Kohle, Öl und Gas)?</p> <p>(6) Ernährung: wie kann ich mich stärker vegetarisch und vegan ernähren (drastische Reduktion von Fleisch und tierischen Produkten / Argumente: Tierwohl, Gesundheit und CO<sub>2</sub>-Fussabdruck)</p> | <p>(7) Wieviel Verpackung ist mit dem Produkt verbunden? Kann ich die Verpackung im Geschäft gleich zurückgeben?</p> <p>(8) Wie hoch ist die Lebensdauer und die Qualität des Produkts?</p> <p>(9) Nehme ich lieber ein hochwertigeres Produkt und dafür weniger Teile (z.B. bei Textilien)</p> <p>(10) Kann ich das Produkt auch gebraucht kaufen (Second Hand)?</p> <p>(11) Welche Möglichkeiten habe ich, das Produkt später zu reparieren und einem Recycling zuzuführen?</p> <p>(12) Hat der Hersteller des Produkts einen guten Ruf bzw. Image in Sachen «Nachhaltigkeit»?</p> <p>(13) Hat der Hersteller/Händler ein Rücknahme-Konzept für seine Produkte?</p> <p>(14) Wie gut ist der Händler/Hersteller in den Themen «Reklamations-Management»?</p> |
|---|---|

Hinweis: nicht alle Informationen sind bei einem Einkauf sofort verfügbar und es tönt zunächst anstrengend/aufwendig. Je öfter Sie im Geschäft nachfragen, desto mehr Anreize erhält der Händler/Hersteller, Produkte entsprechend zu kennzeichnen (z.B. über Punkte einer Gemeinwohl-Bilanz), desto besser werden die Verkäufer geschult, Sie bekommen einen geschärften Blick für Nachhaltigkeitsanforderungen, Sie kaufen achtsamer sowie verantwortungsbewusster ein und leisten damit einen wichtigen gesellschaftlichen Beitrag («Be the Change Yourself»).

Unsere Lebensweise in der Schweiz und in den industrialisierten Ländern sprengt seit vielen Jahren die Möglichkeiten/Kapazitäten unseres Planeten (Schweiz 4,2 Planetennutzung p.a. unter Einbezug der Importe). Es gilt den menschenverursachten CO<sub>2</sub>-Fussabdruck gewaltig zu reduzieren (wichtigste Hebel: Ersatz fossiler Brennstoffe Öl/Gas/Kohle und deutlich weniger Tierhaltung) und wir brauchen einen verantwortungsvollen Umgang mit unseren Rohstoffen und Ressourcen (nur kaufen/mieten, was wir wirklich brauchen; Langlebigkeit; sharing, re-use; re-pair; re-cycling und Kreislaufwirtschaft).

Viele rufen nach der Politik und fordern überzeugende Nachhaltigkeits-Massnahmen in Wirtschaft und Unternehmen. Gefordert ist aber auch ein Umdenken und verantwortungsvolles Handeln bei den Konsument\*innen. Unternehmen reagieren sehr schnell auf veränderte Kundenerwartungen und auch die Politik wird die richtigen Massnahmen verordnen, wenn die Bürger\*innen dieses tatsächlich wollen. Solange die meisten Konsument\*innen aber ihre Kaufentscheidungen nur über den Preis treffen

werden und sich nicht bzw. kaum dafür interessieren, wie diese Produkte und Dienstleistungen hergestellt werden (ökologische und soziale Nachhaltigkeitsanforderungen bei der Herstellung, Tierwohl, mangelnde Qualität von Billigprodukten, Fairness, ethisches Verhalten, ...) wird sich nichts verändern. Wir brauchen als Gesellschaft einen kulturellen Wandel, eine Rückbesinnung auf wichtige Werte für unser Zusammenleben und eine Änderung vieler «Glaubenssätze» (möglichst billig; Geiz ist geil; immer mehr und immer schneller ist cool; ...).

Grafik: Die grosse Beschleunigung! Unsere Wirtschaftsleistung sprengt bereits seit den 80er Jahren die Grenzen unseres Planeten (heute: 1,75 Welten). Und in den letzten 10 Jahren hat sich die Situation noch mehr zugespitzt.

Die günstigen Bedingungen des **Holozäns** (stabiles Klima bei 350 ppm CO<sub>2</sub>-Konzentration, ausreichend Süsswasser, florierende Artenvielfalt, gesunde Weltmeere, ...) könnten noch weitere 50'000 Jahre anhalten – wenn sie nicht beeinträchtigt würden.

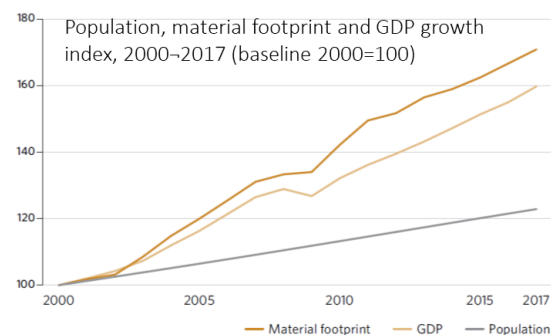
Aber: die **grosse Beschleunigung** (Zunahme menschlicher Aktivitäten) zwischen 1950 und 2010

- ✓ Weltbevölkerung: Faktor 3 – von 2,5 Mrd. auf 6,9 Mrd. Menschen (8,0 Mrd. Ende 2022)
- ✓ Reales Welt-BIP: Faktor 7 (Faktor 11 Ende 2022)
- ✓ Süsswasserverbrauch: Faktor 3
- ✓ Energieverbrauch: Faktor 4 (Faktor 7 Ende 2022)
- ✓ Einsatz Düngemittel: Faktor 10

Seit 1970 ist die Anzahl der Säugetiere, Vögel, Reptilien, Amphibien und Fische weltweit um 68% zurückgegangen.

Das Ausmass der chemischen Verschmutzung ist bislang noch nicht quantifiziert. Mikro- und Nano-Plastik werden zunehmend ein Problem.

Zu stellende **Frage**: «Wie beeinflusst die Art, wie ich einkaufe, esse, reise, meinen Lebensunterhalt verdiene, wähle, meine Bankgeschäfte erledige und mich generell verhalte, die sozialen und planetaren Grenzen?»



Quelle Donut-Ökonomie, Kate Raworth / Grafik: The Sustainability Development Goals Report 2019, UN 2019

Was kann Konsument\*innen davon überzeugen, dass wir insgesamt weniger und bewusster konsumieren? Es geht ja nicht nur um den Klimawandel und die Übernutzung unserer Ressourcen. Parallel stellt uns die Verschmutzung (Plastik, ...) und weitere Erwärmung der Meere, die Belastungen unseres Grundwassers (u.a. durch die Landwirtschaft, aber auch Antibiotika, ...) und die riesigen Abfallmengen (Food-Waste 50%, Verpackungen, ...) vor riesige Probleme.

«Verzicht» kommt bei uns Menschen i.d.R. schlecht an. Wir meinen, unsere Lebensqualität wird dadurch eingeschränkt. Aber setzen wir uns wirklich damit auseinander, was Lebensqualität wirklich ausmacht und was uns z.B. glücklich macht. Geld und Konsum sind hilfreich, aber nicht der Schlüssel zum persönlichen Glück.

Wichtig für uns alle ist ein gewisses Einkommen, damit wir unsere Grundbedürfnisse decken können (Essen, Wohnen, Kleidung, Ferien, ...). Und es wichtig, dass wir sozial gut eingebunden sind (Partner, Familie, Freunde, Bekanntenkreis, Nachbarschaft, ...). Wir brauchen Liebe, Anerkennung und Wertschätzung durch andere. Zudem benötigen wir Aufgaben und Herausforderungen, damit wir uns mit unseren Potentialen

#### Mit Geld

- kann man ein Haus kaufen, aber kein Heim;
- kann man ein Bett kaufen, aber nicht den Schlaf;
- kann man eine Uhr kaufen, aber nicht die Zeit;
- kann man ein Buch kaufen, aber nicht das Wissen;
- kann man einen Status erwerben, aber nicht die Achtung;
- bezahlt man den Arzt, aber nicht die Gesundheit;

verwirklichen können (Beruf, Haushalt, Kindererziehung, Pflege, Freizeit/Sport/Kultur, Ehrenämter, ...). Und wir sehnen uns nach Sicherheit (Frieden, stabiles Umfeld, Gesundheit, ...), und Gemeinschaft sowie aber auch nach Zeit für uns selbst.

- kann man die Seele kaufen, aber nicht das Leben;
- erwirbt man Sex, aber keine Liebe.

*Quelle: altbekannte Weisheit aus China*

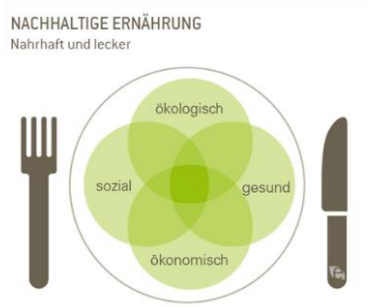
Einige Fragen an Sie:

- Sind Sie wirklich glücklich? Sind Sie mit sich selbst im Reinen? Wo stehen Sie auf einer Skala von 0-10 (unglücklich = 0 bis 10 = sehr glücklich)? Können Sie sich so annehmen, wie Sie sind (Eigen-/Selbst-Liebe)? Was hindert Sie daran?
- Nehmen Sie sich ausreichend Zeit für sich selbst? Gibt es Rückzugsmöglichkeiten für Sie?
- Praktizieren Sie Meditation, Yoga oder Pilates? Regelmässig?
- Ernähren Sie sich gesund? Kochen Sie frisch für sich selbst?
- Gehen Sie gern in die Natur und lassen sich dort inspirieren?
- Denken Sie beim Einkauf darüber nach, ob sie das betreffende Produkt oder die Dienstleistung wirklich benötigen? Lassen Sie sich von anderen Menschen bei ihren Konsumentscheidungen beeinflussen und wenn ja, in welcher Form?
- Geben Sie anderen gern die Schuld, wenn Sie sich schlecht fühlen?
- Können Sie gut schlafen? Sind Sie ausgeglichen?
- Haben Sie schon mal Ihren CO<sub>2</sub>-Fussabdruck erstellt und dabei die wichtigsten Hebel für eine mögliche Absenkung Ihrer CO<sub>2</sub>-Emissionen identifiziert?

Bei den meisten Menschen führen die Themen «Mobilität», «Ernährung», «Konsum» und «Wohnen» sowie auch Abfälle zu den meisten CO<sub>2</sub>-Emissionen. Mit recht einfachen Massnahmen kann jeder – ohne gleich Verzicht zu üben – seinen Fussabdruck gravierend reduzieren. Denken Sie einfach mal darüber nach und probieren Sie einzelne oder alle Massnahmen für sich aus. TIPPS dafür:

### A. Mobilität

- (1) Verzicht auf Flugreisen (Urlaub und Beruf)
- (2) Öffentliche Verkehrsmittel priorisieren
- (3) Fahrrad und E-Bike für Kurzstrecken
- (4) Car-Sharing
- (5) E-Mobilität
- (6) Ressourcenschonendes Fahren (Fahrzeugtyp und Fahrverhalten)
- (7) Arbeitsplatz in der Nähe und Home-Office-Möglichkeiten



### B. Ernährung

- (1) Gesunde Ernährung (kein fast food, frisch kochen, ...)
- (2) Halbierung Fleischkonsum
- (3) Regionale und saisonale Produkte (keine Luftfracht)
- (4) Viel Gemüse und Obst (frisch oder tiefgefroren)
- (5) Bio- und ökologisch nachhaltige Produkte
- (6) Bewusster Konsum von Kaffee und alkoholischen Getränken
- (7) Verwertung von Essensresten und Reduktion Ernährungsabfälle
- (8) Einkauf: Adieu Plastiktüte und Verzicht auf Verpackungen

### C. Konsum

- (1) Regional einkaufen und KMUs bevorzugen
- (2) «Weniger ist mehr», gute Qualität und den Grenznutzen betrachten
- (3) «Sucht» -Verhalten überprüfen (Rauchen, Alkohol, Erwartungen von aussen, der nächste «Kick», ...)
- (4) Langlebigkeit von Produkten und Recyclbarkeit
- (5) Gebrauchte Güter und Sharing: Kleidung, Möbel, Elektronik, Pkw, ...
- (6) Urlaub zu Hause oder in der Region
- (7) Priorisierung nachhaltiger Tourismusangebote



### D. Wohnen

- (1) Ökologische und CO<sub>2</sub>-sparende Bauweise und Wohnen + Begrünung / Urban Gardening
- (2) Verdichtetes Wohnen/Bauen und Begrenzung des m<sup>2</sup>-Raums pro Bewohner (45 m<sup>2</sup> Ø/Einw.)
- (3) Verzicht auf fossile Brennstoffe (und Kernkraft)
- (4) Eigenerzeugung erneuerbare Energien (Sonne, Wind, Geothermie, ...)
- (5) Energieeffizienz (Kühlaggregate, Waschmaschinen & Trockner, Spülmaschine, Licht sparen, LED, ...)
- (6) Wäsche auf der Leine trocknen
- (7) Heizen bis max. 20 °C im Winter

Und bitte beachten Sie grundsätzlich bei all Ihren Konsumententscheidungen: nur kaufen/mieten, was wir wirklich brauchen (Werbung und Angebote können verführerisch sein), achten Sie auf Langlebigkeit der Produkte, Sharing (Nutzung mit anderen gemeinsam), Re-use (gebrauchte Produkte), Re-pair (lassen Sie reparieren), Re-cycling (welche Teile können noch als wertvolle Ressourcen weiterhin genutzt, d.h. einer Wiederverwendung zugeführt werden) und Kreislaufwirtschaft (Abfälle sind wichtige Ressourcen und können bei richtiger Trennung und Aufbereitung wieder verwertet oder organischen Kreisläufen zugeführt werden).

Haben Sie schon mal über «**Suffizienz – weniger ist mehr**» nachgedacht (z.B. hochwertigere und regionale Produkte und dafür etwas weniger). Eine bewusste Lebensführung mit Achtsamkeit, Dankbarkeit und Work-Life-Balance steigert Ihre Lebensqualität. Abfallvermeidung sowie sorgfältige Mülltrennung und Rückgabe sind effektiv. Produktangebote können Sie auf deren «Nachhaltigkeit» überprüfen. Regionalität und regionales Einkaufen fördern die heimische Wirtschaft.

Wir brauchen für einen verantwortungsvollen Konsum den Austausch mit anderen – Familie, Freunde/Bekannte, Arbeitskollegen, ... - über bewusste Lebensführung und die vorstehenden Tipps. Und es wäre super, wenn Sie sich als Person nicht nur auf sich fokussieren, sondern sich in der Nachbarschaft, Gemeinde, sozialen Organisationen und in Vereinen engagieren und so einen wertvollen Beitrag zum Gemeinwesen leisten.

Nützliche Tipps:

Vermeide **Foodwaste**:

Rette leckeres Essen und bekämpfe die Verschwendung – Lade „[Too Good To Go](#)“ herunter und schlies dich der Food Waste Revolution an.

#### Wie funktioniert Too Good To Go?



Im Internet gibt es viele wertvolle Informationen zu «nachhaltig einkaufen» – ob als Suchmaschine (Ecosia), Informations-Portale oder Shops mit nachhaltigen Produkten im Bereich Lebensmittel, Kleidung, Möbel, ... Und es gibt natürlich noch viel mehr. Wir arbeiten daran, diesen Bereich für Sie auszubauen.



22 nützliche Links für nachhaltiges Einkaufen in der Schweiz (Links aus der Label-Grafik – alphabetisch):

<p>(1) <a href="http://www.biovision.ch">www.biovision.ch</a> – Nachhaltig konsumieren – Vermittlung von Wissen und konkreten Handlungstipps für verantwortungsbewusstes Einkaufen</p> <p>(2) <a href="http://www.claro.ch">www.claro.ch</a> – Lebensmittel und Kunsthandwerkserzeugnisse, die nach den Kriterien des Fairen Handels im Weltsüden hergestellt werden</p> <p>(3) <a href="http://www.changemaker.ch">www.changemaker.ch</a> – stil- und sinnvolle Dinge zum Wohnen, Leben und Wohlfühlen, die Lifestyle und Design mit Nachhaltigkeit und Fairness verbinden</p> <p>(4) <a href="http://www.ecosia.org">www.ecosia.org</a> – Suchmaschine Ecosia, die ihre Gewinne ausschliesslich in die Pflanzung von Bäumen investieren</p> <p>(5) <a href="http://www.energiegenossenschaft.ch">www.energiegenossenschaft.ch</a> – Planung und Bau Solaranlagen – Stromallmend: Netzwerk für Solarstrom Produzenten und Konsumenten (Gemeinwohl-Bilanz erstellt)</p> <p>(6) <a href="http://www.faircustomer.ch">www.faircustomer.ch</a> – Nachhaltige Produkte von über 300 Händlern aus der Schweiz: soziale Institutionen, fairtrade Initiativen, nachhaltige Startups.</p> <p>(7) <a href="http://www.fairphone.com/de">www.fairphone.com/de</a> – weltweit erstes ethisch korrektes, modulares Smartphon – <a href="http://www.faircustomer.ch/de/635-fairphone">www.faircustomer.ch/de/635-fairphone</a></p> <p>(8) <a href="http://www.farmy.ch">www.farmy.ch</a> – Online-Hofladen für lokale Produkte</p>	<p>(12) <a href="http://www.gebana.com/shop">www.gebana.com/shop</a> – Weltweit ab Hof beste Bio Lebensmittel direkt von Kleinbauern</p> <p>(13) <a href="http://www.grueneerde.com">www.grueneerde.com</a> – nachhaltige &amp; faire Öko Produkte – für den gesunden Schlaf, Massivholzmöbel, Heimtextilien, Wohnaccessoires, Öko Mode und Naturkosmetik</p> <p>(14) <a href="http://www.hessnatur.com/ch">www.hessnatur.com/ch</a> – gesunde und biologische Textilien – faire Mode und natürlich produzierte Heimtextilien (z.B. Bettwäsche), hergestellt mit natürlicher Bio Baumwolle und unter Berücksichtigung der hessnatur Sozialstandards</p> <p>(15) <a href="http://www.konsumentenschutz.ch/wo-kann-ich-nachhaltig-einkaufen">www.konsumentenschutz.ch/wo-kann-ich-nachhaltig-einkaufen</a> – mit diversen Links</p> <p>(16) <a href="http://www.labelinfo.ch">www.labelinfo.ch</a> – für den Durchblick im Label-Dschungel – inkl. die meistbesuchten Labels in der Schweiz</p> <p>(17) <a href="http://www.nachhaltigleben.ch">www.nachhaltigleben.ch</a> – Informationen rund um nachhaltiges Leben – das grösste Schweizer Medium zum Thema Nachhaltigkeit, Ökologie, nachhaltigen Konsum und Lebensstil</p> <p>(18) <a href="https://naturfaser.ch">https://naturfaser.ch</a> – Online-Shop Schweiz für nachhaltige und ökologische Kleidung und Mode – aus Hanf, Biobaumwolle, vegane Mode und andere Artikel aus naturbelassenen Fasern und Werkstoffen</p> <p>(19) <a href="http://www.sharely.ch">www.sharely.ch</a> – Miet- und Vermietplattform für Alltagsgegenstände. Regional – in deinem Quartier, in deiner Stadt</p>
---	--

(9) [www.favorite-fair.ch](http://www.favorite-fair.ch) – Onlineshop für nachhaltige Mode! Fair produzierte Mode aus biologischen und veganen Materialien

(10) <https://foifi.ch> FOIFI: Züri's erster ZeroWaste Quartierladen & Café. Möglichkeit für ein unverpacktes, plastikfreies Einkaufen

(11) **Garten- und Vertragslandwirtschaftskooperativen** (Auswahl) – unter [www.konsumenten-schutz.ch/wo-kann-ich-nachhaltig-einkaufen](http://www.konsumenten-schutz.ch/wo-kann-ich-nachhaltig-einkaufen)

(20) <https://rrrevolve.ch> – breite Auswahl an nachhaltiger und fair produzierter Kleidung

(21) [www.umweltarena.ch](http://www.umweltarena.ch) – 45 interaktive Ausstellungen zu Nachhaltigkeit, erneuerbare Energie und Natur in Spreitenbach

(22) [www.unverpackt.ch](http://www.unverpackt.ch) – wo man einkaufen kann ohne Verpackung

[www.sharely.ch/de](http://www.sharely.ch/de) - Miete, was du brauchst, wann du es brauchst

Die grösste Schweizer Mietplattform für Gegenstände aller Art. Einfach und nah.



Sharely ist die Miet- und Vermietplattform für Alltagsgegenstände.  
In deinem Quartier, in deiner Stadt. [www.sharely.ch](http://www.sharely.ch)



Die zehn meistgesuchten Labels (10 Treffer)

[www.label.info.ch](http://www.label.info.ch)

 <b>Coop Naturaplan</b> Gütesiegel der Firma Coop für Lebensmittel aus biologischer Landwirtschaft	 <b>Migros Bio</b> Gütesiegel der Firma Migros für Lebensmittel aus biologischer Landwirtschaft	 <b>Knospe Bio Suisse</b> Gütesiegel der Bio-Suisse für Lebensmittel aus biologischer Landwirtschaft. Bio Suisse Knospe (mit Schweizer Kreuz): Min.	 <b>Fairtrade Max Havelaar</b> Gütesiegel der Max Havelaar Stiftung für fair gehandelte Produkte	 <b>Aus der Region. Für die Region.</b> Gütesiegel der Migros für regional produzierte Nahrungsmittel
 <b>Coop Naturafarm</b> Gütesiegel der Firma Coop für Schweizer Fleisch und Eier aus tierfreundlicher Auslaufhaltung	 <b>ASC</b> Gütesiegel des Aquaculture Stewardship Council für Fisch aus nachhaltiger Fischzucht	 <b>Demeter</b> Gütesiegel des Demeter-Bundes für Produkte aus biologisch-dynamischer Landwirtschaft	 <b>IP-Suisse</b> Gütesiegel der IP-Suisse für Lebensmittel aus integrierter Produktion	 <b>Heidi</b> Gütesiegel der Firma Migros für Milch- und Trockenfleischprodukte aus Schweizer Berggebieten