

# Nachhaltiger Konsum



## **Ulf Schrader / Ursula Hansen [Hg.]**

Konsumenten als Käufer und Nutzer von Gütern sind für die Realisierung einer ökologisch, sozial und ökonomisch nachhaltigen Entwicklung von entscheidender Bedeutung. Allerdings stellt sich die Frage, wie nachhaltiger Konsum inhaltlich zu bestimmen und praktisch umzusetzen ist.

In dem vorliegenden Buch geben renommierte Autoren aus Wissenschaft und Wirtschaft sowie aus Verbraucher- und Umweltverbänden darauf eine Antwort. Zunächst wird Klarheit geschaffen über den Begriff "Nachhaltiger Konsum", der sowohl Leitbild als auch Leerformel sein kann. Danach steht die Umsetzung im Mittelpunkt: Anhand der zentralen Bedarfsfelder Ernährung, Kleidung und Waschen, Mobilität, Bauen und Wohnen sowie ethisches Investment werden grundlegende Konzepte und wegweisende Beispiele diskutiert.

# Inhalt

Vorwort .....	11
<b>A Einführung</b>	
<i>Ursula Hansen und Ulf Schrader</i>	
Nachhaltiger Konsum – Leerformel oder Leitprinzip? .....	17
<b>B Das Konzept des nachhaltigen Konsums</b>	
<i>Michael-Burkhard Piorkowsky</i>	
Sub-Paradigmen des Nachhaltigkeitsparadigmas .....	49
<i>Christoph Weber</i>	
Nachhaltiger Konsum – Versuch einer Einordnung und Operationalisierung .....	63
<i>Frank Wimmer</i>	
Forschungsüberlegungen und empirische Ergebnisse zum nachhaltigen Konsum.....	77
<i>Rainer Griefhammer</i>	
TopTen-Innovationen für einen nachhaltigen Konsum .....	103
<i>Ingo Schoenheit</i>	
Denkanstöße zum Konzept des nachhaltigen Konsums.....	117

## C Ansätze zur Nachhaltigkeit im Bedarfsfeld Bauen und Wohnen

*Margrit Kennedy und Doris Haas-Arndt*

Ökologisch Bauen – Vom linearen Modell zum  
Kreislauf-Modell ..... 127

*Hartmut Hübner und Andreas Hermelink*

Mieter im Passivhaus – Nutzungsorientierte Gestaltung  
als Voraussetzung für nachhaltiges Wohnen ..... 137

*Bärbel Gebert, Gabi Hinzen und Birgit Reichert*

Nachhaltige Wohnungspolitik durch Wohnungsanpassung –  
Das Modellprojekt „Wohnberatung für Bürgerinnen und  
Bürger in NRW“ ..... 149

*Peter Hansen*

Die soziale Komponente des Nachhaltigkeitsleitbildes  
im Bereich Wohnen ..... 161

*Ulrike Niedergesäß*

Denkanstöße zum nachhaltigen Konsum  
im Bedarfsfeld Bauen und Wohnen ..... 169

## D Ansätze zur Nachhaltigkeit im Bedarfsfeld Ernährung

*Rolf Wüstenhagen, Alex Villiger und Arnt Meyer*

Bio-Lebensmittel jenseits der Öko-Nische ..... 177

*Gerhard Bodenstein und Achim Spiller*

Preispolitik des deutschen Lebensmitteleinzelhandels  
und Preisbereitschaft der Konsumenten bei  
ökologischen Lebensmitteln ..... 189

*Georg Schweisfurth*

Basic-Bio-Supermärkte –  
Erfahrungen eines Unternehmensgründers ..... 209

*Stephanie Dorandt und Ingrid-Ute Leonhäuser*

Aus der Region – für die Region: Förderung eines  
nachhaltigen Lebensmittelkonsums in privaten Haushalten ..... 215

*Dieter Overath*

TransFair – Ein Siegel für Nachhaltigkeit..... 227

*Jürgen Lackmann*

Denkanstöße zum nachhaltigen Konsum  
im Bedarfsfeld Ernährung ..... 233

## E Ansätze zur Nachhaltigkeit im Bedarfsfeld Mobilität

*Hansjörg Gaus und Cornelia Zanger*

Ansatzpunkte eines integrativen Erklärungsmodells  
des Umwelthandelns am Beispiel Mobilität..... 241

*Frank-Martin Belz*

Mobility CarSharing – Erfolgreiche Vermarktung von öko-  
logischen Leistungen durch konsequente Kundenorientierung ..... 257

*Ulf Schrader und Petra-Sibylle Koch*

Kundenorientierte Gestaltung von Verfügungsrechten  
und -pflichten – Das Beispiel VW-MIETERMOBIL ..... 269

*Beate Gebhardt*

Ist der gebildete „Müsliman“ ein ökologischer Vielfahrer? –  
Mobilitätsverhalten im Ökozentrum Rommelmühle..... 291

---

<i>Wolf Michael Iwand</i>	
Ferntourismus – Risiko oder Chance für eine nachhaltige Entwicklung? .....	309
<i>Frank-Martin Belz</i>	
Denkanstöße zum nachhaltigen Konsum im Bedarfsfeld Mobilität: Ansatzpunkte einer normativ-reflexiven Konsumethik .....	321
<b>F Ansätze zur Nachhaltigkeit im Bedarfsfeld Kleidung und Waschen</b>	
<i>Dirk Fischer und Christiane Wöhler</i>	
Mode, Design, Funktion und Ökologie.....	335
<i>Bernd Hirschl</i>	
Produkte länger und intensiver nutzen - Das Beispiel private Textilwäsche .....	355
<i>Manuela Cruel</i>	
Gewerbliche Nassreinigung – ökonomische und ökologische Textilreinigung heute .....	371
<i>Christiane Dudda und Stefan Thomas</i>	
„Functional Services“ – Ein Konzept für die ressourceneffiziente Nutzung von Weißer Ware .....	379
<i>Thomas Rusche</i>	
Denkanstöße zum nachhaltigen Konsum im Bedarfsfeld Kleidung und Waschen.....	389

## G Ansätze zur Nachhaltigkeit im Bereich ethisches Investment

*Henry Schäfer*

Ethisch-ökologische Geldanlagen zwischen  
„hell- und dunkelgrün“ ..... 397

*Kirein Franck*

Der Markt für sozial-ökologische Geldanlagen  
in Deutschland und Europa ..... 413

*Jan Devries*

Denkanstöße zum ethischen Investment ..... 423

## H Zukunftsperspektiven für einen nachhaltigen Konsum

*Gerd Billen*

Nachhaltiger Konsum – eine Frage des Müssens,  
Wollens und Könnens ..... 431

*Günther Rosenberger*

Denkanstöße zu den Zukunftsperspektiven des  
nachhaltigen Konsums ..... 437

Autoren ..... 445

Stichwortverzeichnis ..... 465

## 2 Zu diesem Buch

Nachhaltige Entwicklung und damit eine Bedürfnisbefriedigung, die weder zu Lasten heute lebender Menschen noch auf Kosten zukünftiger Generationen erfolgt, ist seit dem „Erdgipfel“ von Rio 1992 erklärtes Ziel von Staaten, Nichtregierungsorganisationen und zahlreichen Unternehmen. Je länger die Diskussion um nachhaltige Entwicklung andauert, umso deutlicher wird, dass der notwendige Wandel des Wirtschaftens in den entwickelten Ländern nur bei einem entsprechend veränderten Konsumverhalten gelingen kann. Nachhaltiger Konsum ist Voraussetzung der nachhaltigen Entwicklung. Darüber, was genau unter dem Konzept des nachhaltigen Konsums zu verstehen ist und wie es sich im Alltag umsetzen lässt, existieren jedoch recht unterschiedliche Ansichten.

Entstehungshintergrund dieses 10. Bandes der Reihe „Marketing und Verbraucherarbeit“ ist eine Tagung, die der Lehrstuhl Marketing I: Markt und Konsum der Universität Hannover aus Anlass seines 25-jährigen Bestehens in Kooperation mit dem Institut für Markt-Umwelt-Gesellschaft, Hannover, und der Stiftung Verbraucherinstitut, Berlin, im November 2000 durchführte. Um auf dieser Veranstaltung möglichst viele neue und weiterführende Ideen zu Gehör zu bringen, wurden die meisten Referenten auf Basis eines breit gestreuten „Call for Proposal“ ausgewählt. Der angestrebte Dialogcharakter spiegelt sich in dieser Auswahl wider, die Beiträge sowohl aus verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen als auch aus der unternehmerischen sowie der umwelt- und verbraucherpolitischen Praxis zusammenführt. Für dieses Buch wurden die Tagungsbeiträge um die „Denkanstöße“ der Moderatoren der verschiedenen Dialogforen ergänzt.

Das Buch und die Tagung wären nicht möglich gewesen ohne die großzügige Unterstützung der Nord/LB und der Niedersächsischen Umweltstiftung, für die wir uns an dieser Stelle herzlich bedanken. Unser Dank gilt zudem Jan-Philip Riehle, Silja Halbes und insbesondere Manuel Heichlinger für die Hilfe bei der Erstellung des Manuskriptes sowie Liesel und Dr. Manfred Schrader für das Korrektur lesen.

Hannover, im September 2001

Ulf Schrader  
Ursula Hansen