

## 9 Nachhaltiger Konsum

### Was Sie wissen sollten und worüber Sie nachdenken sollten

- Warum spielt das Handlungsfeld des Konsums so eine große Rolle für nachhaltige Entwicklung?
- Was ist nachhaltiger Konsum?
- Warum ist es wichtig, den gesamten Lebenszyklus eines Produkts in den Blick zu nehmen, um seine Nachhaltigkeit zu beurteilen?
- Wie unterscheiden sich die drei Ansätze der Effizienz, der Konsistenz und der Suffizienz voneinander? Welchen Ansatz halten Sie persönlich für besonders vielversprechend? Warum?
- Warum ist nachhaltiger Konsum (auch) ein psychologisches Thema?
- Von welchen Variablengruppen wird nachhaltiger Konsum beeinflusst? Wie kann man, aufbauend auf diesem Wissen, nachhaltigen Konsum fördern?
- Welche Möglichkeiten gibt es neben nachhaltigem Konsum, um als Individuum zu einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen? Wie schätzen Sie die Wirksamkeit dieser unterschiedlichen Handlungsmöglichkeiten ein?

### Wie Sie Erfahrung durch Projektarbeit sammeln können

Bilden Sie mehrere Gruppen (ca. 5 Studierende pro Gruppe) und wählen Sie pro Gruppe ein Produkt des täglichen Gebrauchs aus. Überlegen Sie, analog zum Beispiel des T-Shirts aus dem Kapitel, welche Etappen im Lebenszyklus des Produkts für die Beurteilung seiner Nachhaltigkeit besonders wichtig sind. Ergänzen Sie Ihre Überlegungen durch gezielte Recherchen. Hierzu bietet es sich besonders an, nach Ökobilanzen zu den entsprechenden Produkten zu recherchieren.

Stellen Sie sich nun die Frage, an welchen Stellen im Lebenszyklus des Produkts menschliches Handeln und Entscheiden eine Rolle spielen, also wo psychologische Faktoren ins Spiel kommen. Arbeiten Sie diese heraus und notieren Sie, welche psychologischen Interventionsmöglichkeiten es gibt, um an diesen Stellen nachhaltigen Konsum zu fördern. Beziehen Sie dabei sowohl Interventionen ein, von denen Sie beobachtet haben, dass sie bereits praktiziert werden, als auch eigene zusätzliche Ideen.

Wählen Sie drei Interventionen aus, die Sie für besonders wirkungsvoll halten und stellen Sie sich diese gegenseitig vor. Diskutieren Sie, welchen Einfluss das ausgewählte Produkt auf die Art der Interventionen hat. Welche Interventionen lassen sich auf viele Produktkategorien anwenden? Welche Interventionen sind sehr spezifisch für bestimmte Produkte? Als Variation können Sie sich auf die gleiche Weise mit Dienstleistungen beschäftigen.

Wenn Sie noch weitergehen möchten, können Sie eine ausgewählte Interventionsmaßnahme mit passenden Kooperationspartnern (z. B. Supermarkt, Textileinzelhandel, Weltladen) umsetzen und ihren Erfolg anschließend z. B. anhand der Entwicklung der Verkaufszahlen auswerten. Überlegen Sie hierzu, welche Maßnahmen jeweils gut zu dem entsprechenden Produkt passen und wägen sie mögliche Nachteile, die durch die Interventionsmaßnahme entstehen können (z. B. Rebound-Effekte), sorgfältig ab.