

Pressemitteilung

Nachhaltig wirtschaften

03.11.2020. Gewinne maximieren auf Kosten von Klima, Menschen und Umwelt muss nicht sein. „Der Nachhaltige Warenkorb“ stellt Wirtschaftsmodelle vor, die die Zukunft im Blick haben. Das Portal der [Regionalen Netzstellen Nachhaltigkeitsstrategien \(RENN\)](#) gibt dazu praktische Tipps für Verbraucherinnen und Verbraucher.

Von Tauschbörsen bis hin zu Energiegenossenschaften – vor allem im zivilgesellschaftlichen und lokalen Bereich setzen sich immer mehr Initiativen für ein ökologisches, sozial verträgliches Wirtschaften ein. Denn eine Gesellschafts- und Wirtschaftsordnung, die auf Wachstum und Konsum um jeden Preis beruht, ist langfristig nicht tragbar. Deren Konsequenzen sind Gefährdung der Artenvielfalt auf unserem Planeten, Klimakrisen und ihre Folgen, Ausbeutung natürlicher Ressourcen und menschlicher Arbeitskraft. Was muss sich ändern? Ideen gibt es viele – für ein anderes Wirtschaften, das in ökologisch verträglichen Grenzen verläuft und sich am Wohlbefinden der Menschen orientiert, mit Chancen auf ein gutes Leben für alle.

Green Economy

Der Ansatz der Green Economy entstand bereits in den 1980er Jahren. Er beschreibt ein Wirtschaften, das soziale, ökologische und ökonomische Ziele miteinander verbindet. Ressourcen sollen so effizient wie möglich verwendet, Emissionen so weit wie möglich gesenkt und soziale Gerechtigkeit gefördert werden. Im Gegensatz zu anderen Ansätzen wird in der Green Economy (wirtschaftliches) Wachstum nicht ausgeschlossen. Der Wandel hin zu einer Green Economy erfordert eine weitreichende umweltverträgliche Modernisierung unseres Wirtschaftssystems. Dies umfasst die Reduktion von Ressourcenverbrauch und Emissionsraten sowie die nachhaltige Gestaltung von Produkten und Infrastrukturen. Weitere Veränderungen betreffen das Konsumverhalten sowie die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Menschen und Fragen nach sinnvollen Finanzierungsmodellen. Ein Beispielskonzept ist die Kreislaufwirtschaft, die Ressourcen schont und Müll reduziert, indem Produkte immer wieder recycelt werden.

Gemeinwohlökonomie

Der Ansatz der Gemeinwohlökonomie stammt aus dem Jahr 2010 und verspricht eine neue, gerechtere Form des Wirtschaftens. Unternehmen sollen ihren Erfolg am Beitrag zum Gemeinwohlprodukt messen, nicht an ihrem Einfluss auf das Bruttoinlandsprodukt. Indikatoren für das Gemeinwohlprodukt können Gesundheit, Bildung, sozialer Zusammenhalt, ökologische Stabilität, Sicherheit, subjektives Wohlbefinden und Teilhabe sein. Hierfür wird für jedes Unternehmen eine „Gemeinwohl-Bilanz“ erstellt: Neben Unternehmensgewinnen sollen in dieser auch Punkte für ökologisches Handeln, Solidarität oder Wertschätzung vergeben und bewertet werden.

Unternehmen werden also daraufhin geprüft, wie sinnvoll ihre Produkte und Dienstleistungen sind, wie ökologisch sie produzieren, vertreiben und entsorgen, unter welchen Bedingungen ihre Beschäftigten arbeiten und wie sie die Erträge verteilen. Nach außen hin wird die Bilanz über „Gemeinwohl-Ampeln“ sichtbar, die die Produkte von Unternehmen kennzeichnen. Verbraucherinnen und Verbraucher können sich so bewusst für Unternehmen und Dienstleistungen entscheiden, die einen Beitrag zum Gemeinwohl leisten. Um einen Anreiz für Unternehmen zu schaffen, sind positive Gemeinwohl-Bilanzen an bestimmte Vorteile verknüpft, zum Beispiel mit niedrigeren Steuern, Zöllen und Zinsen oder auch einen Vorrang beim öffentlichen Einkauf. Diese Vorteile können wiederum an Verbraucherinnen und Verbraucher durch günstigere Preise weitergeben werden. Ethische Produkte und Dienstleistungen werden so günstiger als unethische.

Postwachstumsökonomie

Im Kontext der Postwachstumsökonomie gibt es viele verschiedene Ansätze und Konzepte – ihnen allen gemein ist die kritische Hinterfragung des Wachstums als treibender Faktor unseres Wirtschaftens. Ideen hierfür kamen schon in den 1960ern auf, heute sind es vor allem Vertreterinnen und Vertreter aus Zivilgesellschaft und Wissenschaft, die Postwachstumsideen voranbringen. Übergeordnete Ziele sind die Schaffung von Wohlstand ohne Wachstum, die Verbesserung der Lebensqualität, die Reduzierung von Ungleichheiten und die Schaffung sinnvoller Arbeitsplätze. Die wichtigste Voraussetzung, um diese Ziele zu erreichen, sieht die Postwachstumsbewegung in der Überwindung der derzeitigen Wachstumsabhängigkeit. Vorschläge, wie wir dorthin gelangen, gibt es viele: Lokale Wirtschaftskreisläufe ermöglichen und stärken, Steuern auf (ökologisch und sozial) unverträgliches Verhalten erhöhen und auf erwünschtes Handeln senken, Arbeitszeiten verkürzen, Arbeit gerechter verteilen und die Lebensqualität verbessern, Ressourcenverbrauch senken und (soziale) Versorgungs- und Sicherungssysteme vom Wachstum unabhängiger machen.

Konsumententscheidungen

Was können Verbraucherinnen und Verbraucher tun, um an der Entwicklung mitzuwirken? Sie haben die Möglichkeit, durch ihre Konsumententscheidungen Unternehmen zu unterstützen, die ein nachhaltigeres Wirtschaften fördern. Außerdem können konkrete Alltagsentscheidungen einen Beitrag leisten. Zum Beispiel: Werkzeuge gemeinsam mit anderen in einer Offenen Werkstatt nutzen, den Fleischkonsum aufgeben oder reduzieren, beim Kauf von Lebensmitteln auf Regionalität achten, Kleidung nur dann kaufen, wenn diese wirklich benötigt werden und dann auf Secondhand-Mode zurückgreifen oder lieber das Fahrrad als das Auto für kurze Strecken nutzen.

Engagement

Außerdem engagieren sich viele zivilgesellschaftliche Nachhaltigkeitsinitiativen zu dem Thema. Menschen können dort gemeinsam etwas erreichen. Ausführliche Projektbeispiele finden sich im neuen Ideenportal „[Werkzeugkasten des Wandels](#)“ von RENN.süd. Weitere Möglichkeiten zum Engagement zu den Themen Postwachstum und Degrowth in Süddeutschland finden Interessierte auch auf der Website der Vernetzungsinitiative „[Wachstumswende.süd](#)“ von RENN.süd.

Nachhaltig konsumieren ist heute schon möglich: Wie es geht, zeigt „[Der Nachhaltige Warenkorb](#)“ der RENN. Der Einkaufsführer weist auf nachhaltige Konsum-Alternativen hin und gibt mit Faustregeln Orientierung für konkrete Konsumententscheidungen zu Lebensmitteln, Reisen und Mobilität, Wohnen und Bauen, Haushalt und Elektronik, Mode und Kosmetik.

Die [Regionalen Netzstellen Nachhaltigkeitsstrategien \(RENN\)](#) wurden 2016 auf Initiative des Rates für Nachhaltige Entwicklung (RNE) ins Leben gerufen. Ein neues Netzwerk von insgesamt 20 – vornehmlich zivilgesellschaftlichen – Akteuren aus allen 16 Bundesländern, gliedert in vier Netzstellen. Ihr Ziel: Die Umsetzung der Agenda 2030 in Deutschland vorantreiben. Vom Bund finanziert, von den Ländern benannt und bei der Projektdurchführung unabhängig, können die RENN dabei über die politischen Ebenen hinweg Akteure miteinander vernetzen, wie dies in einem föderal

organisierten Staat sonst kaum möglich ist. Das Projekt wird von der Bundesregierung zunächst für fünf Jahre gefördert. Für die Gesamtkoordination ist eine Leitstelle in der Geschäftsstelle des RNE eingerichtet.

[RENN.süd](#) ist die Regionale Netzstelle Nachhaltigkeitsstrategien für Süddeutschland. Sie trägt das Thema „Nachhaltig leben“ durch die Unterstützung zivilgesellschaftlicher Akteure und Aktivitäten in die Breite. Themenschwerpunkt von RENN.süd ist „Nachhaltiger Konsum“.

Medienkontakt:

Projektbüro „Der Nachhaltige Warenkorb“

c/o MediaCompany – Agentur für Kommunikation GmbH

Gunnar Hansen

Tel.: 030 2888453-12

E-Mail: kontakt@nachhaltiger-warenkorb.de

Facebook: www.facebook.de/nachhaltigerwarenkorb

Twitter: www.twitter.com/nachhaltigjetzt

www.nachhaltiger-warenkorb.de