



Nachhaltigkeits-Special 

Nachhaltig Einkaufen

- WIE GEHT DAS?



”
Kauft weniger,
sucht es sorgfältig
aus, lasst es
beständig sein.

Vivienne Westwood

Wir alle sind ständige Verbraucherinnen und Verbraucher. Wir kaufen, essen und trinken, kleiden, bewegen uns, was das Zeug hält. Tag für Tag, Monat für Monat, Jahr für Jahr. Und unser Handeln hat Auswirkungen auf Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt.

Photo: Astrid Steinbrecher-Raitmayr Fotos Fairtrade, Shutterstock

80



as und wie wir einkaufen, das beeinflusst das Warenangebot in den Supermärkten und somit die Entscheidung der Unternehmen, für welche Produkte sie menschliche Arbeitskraft und Umweltgüter einsetzen. Nachhaltig einkaufen heißt also, Produkte zu kaufen, deren Herstellung und Nutzung energiesparend und umweltfreundlich ist. Nachhaltig einkaufen heißt auch, dass die Menschen, die die Waren herstellen, angemessen bezahlt werden und unter fairen Bedingungen arbeiten. Und last but not least: Die eingekauften Produkte sollen keine Eintagsfliege sein, sondern sich möglichst lange nutzen und danach recyceln lassen. Nachhaltigkeit beim Einkaufen lässt sich Stück für Stück in den Alltag integrieren.

Es ist Zeit. Schlechte Angewohnheiten loszuwerden ist nicht immer einfach. In den Industrienationen leben die Menschen seit Jahrzehnten über ihre Verhältnisse – verbrauchen also mehr als nachwachsen kann. Das wirkliche Leiden findet aber in den Produktionsländern unserer Kleidung und in den Schlachthöfen statt, von denen unser Billigfleisch stammt. Wenn wir ein T-Shirt um drei Euro kaufen, können wir uns auch vorstellen, zu welchen Bedingungen es produziert wurde. Und das Gleiche gilt für billiges Fleisch. Lange Zeit galt es als verstaubt, sich mit nachhaltigem Konsum auseinanderzusetzen, bewusst und reflektiert einzukaufen und sich fortlaufend darüber zu informieren, wo die Güter herkommen, die man konsumiert. Langsam, aber sicher kommt nachhaltig einkaufen auch im Mainstream an. Nachhaltig einkaufen wird also nicht nur immer wichtiger, sondern auch immer angesagter. Das ist gut, denn dadurch steigt der Druck auf die Produzentinnen und Produzenten, offener und transparenter zu werden und ihre Bedingungen zu verbessern, wenn Konsumentinnen und Konsumenten beim Einkaufen von Kleidung, Lebensmitteln und anderen Konsumgütern vielleicht auch stärker auf Labels achten.

Nur das kaufen, was man wirklich braucht. Wir tendieren alle dazu, mehr zu kaufen, als wir brauchen. Hier hilft ein einfacher Trick: vor dem Wochen-Ein-

kauf eine Liste schreiben – und sich daran dann auch halten! Am besten funktioniert das, wenn man schon vor dem Einkaufen den Menüplan entwirft. Dabei gilt es, auch die Dinge einzubeziehen, die noch im Kühlschrank oder in der Vorratskammer vorhanden sind, und nur die fehlenden Zutaten nachzukaufen. So vermeiden wir Ressourcenverschwendung und sparen Energie, welche nämlich die Herstellung der Produkte verschlingt, die wir hinterher wieder wegwerfen. Noch vor einigen Jahren waren Bio-Lebensmittel im Supermarkt Mangelware. Grundsätzlich ist sicher jedes Lebensmittel in Bio-Qualität schon einmal unter besseren Bedingungen hergestellt worden als eines ohne. Noch besser ist es, regionalen Produkten mit Bio-Standard den Vorzug zu geben. Bei regionalen Produkten fällt meistens der lange Transportweg, den zum Beispiel Bananen oder Avocados am Transport zurücklegen, weg. Allerdings sollte man hier verschiedene Faktoren beachten: Eine Kartoffel, gekauft am Wochenmarkt von einer Bäuerin oder einem Bauern, der zwar keinen langen Transportweg hat, dafür seine Lebensmittel mit Pestiziden behandelt, hat auch nicht die beste Nachhaltigkeitsbilanz. Grundsätzlich sollte man also überlegt entscheiden. Und reflektierter Konsum ist allemal besser als ein blindes Zugreifen beim Discounter.

Slow Shopping. Das Modegeschäft wird immer schnelllebiger. Bis zu 24 Kollektionen bringen große Ketten jährlich auf den Markt. Das ist mehr, als wir überhaupt nutzen können. Jedes fünfte Kleidungsstück tragen wir nie. Für die Umwelt sind diese Mengen eine Katastrophe. Die Produktion eines einzelnen T-Shirts verbraucht mindestens 2.000 Liter Wasser und setzt etwa elf Kilo CO₂ frei. Wie kommen wir also zu einem nachhaltigen Konsumverhalten? Bevor man sich eine neue Garderobe zulegt, sollte man einen Blick in den eigenen Schrank werfen. Denn – wir kennen es alle – darin könnten durchaus vergessene Teile versteckt sein, die man vielleicht gerne wieder anzieht. Überflüssiges kann aussortiert, gespendet, getauscht oder verkauft werden. Wegwerfen ist Verschwendung, vor allem, wenn die Kleidung noch brauchbar ist. Sind die Altlasten reduziert, gilt es, in

der Zukunft verstärkt auf ein nachhaltiges Shoppingverhalten zu achten. Statt sogenannte Fast Fashion zu shoppen, wäre ein Umstieg auf Slow Fashion ratsam. Viele umweltfreundliche Bio-Labels bieten modische Kleidung in guter Qualität und zu fairen Preisen an. Einige produzieren bewusst nur in Österreich oder in Europa. Wer bei den Bio-Labels nichts Passendes findet, kann sich auch in Secondhand-Läden umsehen.

Online oder im Geschäft kaufen?

Viele Menschen sind immer noch der Meinung, dass sie der Umwelt einen Gefallen tun, wenn sie nicht lokal einkaufen gehen, sondern online bestellen. Schließlich falle dadurch die Fahrt mit dem Auto weg, so die häufigste Argumentation. Grundsätzlich ist das richtig, jedoch wirken sich andere Aspekte negativ auf die Umwelt aus: Die CO₂-Emissionen, die bei der Pakettlieferung mit dem LKW entstehen, sind in der Regel höher als bei einer Fahrt mit dem PKW. Dazu kommt, dass die meisten Artikel gar nicht behalten, sondern zurückgeschickt werden, was dann zusätzliche Fahrten zur Folge hat. Hier ist die beste Lösung also: mit den Öffis fahren.

Wieso ist Ressourcenschutz so wichtig? Weil wir momentan über unsere ökologischen Verhältnisse leben. Ein Großteil der natürlichen Ressourcen →

Nachhaltigkeits-Special



ist nur in begrenztem Umfang vorhanden und nicht erneuerbar. Der eigene Lebensstil bestimmt die Größe unseres ökologischen Fußabdrucks. Dieser steht exemplarisch für den Naturverbrauch, für unser Konsumniveau und für die Beanspruchung unserer Lebensgrundlage. Weniger Rohstoffe und Materialien zu verbrauchen gehört zu den zentralen Herausforderungen einer nachhaltigen Gesellschaft im 21. Jahrhundert. Ein schonender und zugleich effektiver Umgang mit natürlichen Ressourcen wird eine Schlüsselkompetenz zukunftsfähiger Gesellschaften sein.

Was ist der ökologische Fußabdruck?

Er zählt alle Ressourcen, die für den Alltag benötigt werden, und zeigt auf, wie viel Fläche gebraucht wird, um all die Energie und Rohstoffe zur Verfügung zu stellen. Anschließend wird dieser Flächenverbrauch auf alle Menschen hochgerechnet und mit den auf der Erde real verfügbaren Flächen verglichen. Somit stellt der Fußabdruck nicht nur quantitativ die CO₂-Bilanz dar, sondern auch qualitativ den Flächenbedarf. Zudem ist der ökologische Fußabdruck ein Angebot- und Nachfragemodell, welches anschaulich widerspiegelt, wie groß die Biokapazität der Erde ist (also was wir von ihr nutzen können) und wie viel die Menschheit von ihr nutzt.



ZEICHEN-TRICKS

Konsumentinnen und Konsumenten sind bei ihrem Einkauf mit zahlreichen Gütesiegeln, Gütezeichen und Qualitätszeichen konfrontiert. Greenpeace hat die wichtigsten Gütezeichen genauer unter die Lupe genommen. Davon wurden die Lebensmittel-Gütesiegel von AMA Bio, Bio Austria, Demeter, Prüf Nach!, Wiesenmilch, BIO vom BERG, denn's, ECHT BIO, Ein gutes Stück Heimat, Ja! Natürlich, NATUR aktiv, Natur*pur, natürlich für uns bio und Zurück zum Ursprung als „absolut vertrauenswürdig“ ausgezeichnet. Bei den Textilsiegeln sind das IVN Best, GOTS und OEKO-TEX Made in Green. Weitere Informationen unter www.greenpeace.at

GREEN BRANDS zeichnen ökologisch nachhaltige Marken aus. Bio ist nicht gleich bio und Artikel mit einem Umweltaufkleber nicht automatisch gesund. Aber wie kann man sichergehen, dass ein Produkt entlang seinem gesamten Produktions- und Lebenszyklus umweltverträglich und verantwortungsbewusst hergestellt worden ist? Durch Gütesiegel, auf die man sich verlassen kann. Geschäftsführer Norbert Lux im Gespräch.

Unser look! Salzburg: Herr Lux, was genau ist GREEN BRANDS?

Norbert Lux: Das ist eine internationale Markenbewertungs-Organisation. Wir verleihen in einem zweijährigen Auszeichnungsverfahren das Gütesiegel **GREEN BRANDS**.

Wie kam es zu der Idee, ein grünes Gütesiegel zu kreieren?

Weil immer mehr größere Unternehmen für ihre Produkte eigene „grüne

Siegel“ mit intransparenten Maßstäben entwickelten. **GREEN BRANDS** schuf daraufhin ein unabhängiges, transparentes Verfahren für Produkte und Lebensmittel, Unternehmen und Dienstleisterinnen und Dienstleister, also eine „Dachauszeichnung“ für alle Bereiche.

Wer nominiert und bewertet die Marken?

In Kooperation mit dem Marktforschungsinstitut Ipsos werden in rund 62 Kategorien besonders umweltfreundliche, ökologische, nachhaltige Marken ermittelt. Auch NGOs und Interessensverbände, unsere Medienpartnerinnen und -partner, bereits ausgezeichnete **GREEN BRANDS** und die Mitglieder der nationalen Jury können nominieren.

Auch bei dm haben Sie Produktlinien ausgezeichnet. Welche?

Alverde Naturkosmetik haben wir seit 2012 schon mehrmals ausgezeichnet, dmBio 2017 zum ersten Mal. ●