

19. November 2008  
16:57

## Wie KonsumentInnen die Welt verbessern

Die "Lohas" haben die klassischen "Ökos" abgelöst - Die Finanzkrise bremst sie zwar, langfristig werden sie jedoch Unternehmen nachhaltig beeinflussen



Bewusst einkaufen beschränkt sich mittlerweile nicht mehr nur auf Lebensmittel, sondern die meisten Produktgruppen.

"Ich bin der klassische Anti-Öko", sagt Fred Grimm über sich. Mit den Anfängen der Grünen Bewegung in den 70er Jahren konnte der deutsche Journalist wenig anfangen. Bei der Politik der Grünen fehlte ihm „die soziale Kompetenz, da wurde zu sehr aus dem Elfenbeinturm argumentiert.“ Irgendwann kam jedoch auch er um das Thema Nachhaltigkeit nicht mehr herum, und veröffentlichte das Buch "Shopping hilft die Welt verbessern - Der andere Einkaufsführer".

Was den klassischen Anti-Öko dazu bewegt hat? "Als ein McDonalds in Hamburg einem Bio-Supermarkt gewichen ist, wusste ich: da ist was passiert."

### Massenmarkt Lohas

Mittlerweile ist der Autor ein bewusster Konsument, zählt sich jedoch nicht zur Gruppe der Lohas. Der Begriff stammt aus den USA, ist die Abkürzung für "Lifestyle of Health and Sustainability" und bezeichnet jene Menschen, die diese Einstellung leben. Lohas ernähren sich gesund, setzen sich für Nachhaltigkeit und Gerechtigkeit ein. Sie pflegen sich mit Naturkosmetik, kleiden sich mit Öko-Textilien und machen vielleicht auch noch Yoga. Mit den „grünen Apokalyptikern“ aus den 70ern haben sie laut Grimm nicht mehr viel gemeinsam.

30 Prozent der US-BürgerInnen sind laut Marktstudien bereits Lohas. Meinungsforscher Rudolf Bretschneider von GfK Austria ist in Deutschland jeder Zehnte ein "Lohas", in Österreich dürften es derzeit noch weniger sein. Die [Wirtschaftskammer](#) hat deshalb für Klein- und Mittelunternehmen eine Checkliste erarbeitet, um die neue Zielgruppe zu erreichen. Autor Grimm hält die Bezeichnung Lohas jedoch für einen "unglücklichen Marketingbegriff. Die Gruppe, die damit gemeint ist, will sich eigentlich nicht so nennen."

"Ich praktiziere nachhaltigen Konsum nicht sklavisch. Es reicht schon, wenn man auf banale Sachen achtet, wie zum Beispiel das Auto in der Garage zu lassen", meint Grimm. Einen Wunsch hat er an die Technik: "Ich hätte gerne ein Öko-Handy, dass ich auch noch in 50 Jahren verwenden kann. Das wär doch toll!"

Auch Studentin Maria Binder will sich nicht auf diese Bezeichnung festlegen. "Ich achte schon darauf, Bio-Lebensmittel zu kaufen und Energie zu sparen. Aber als Öko sehe ich mich nicht." Zwar habe sie sich schon ein Regal und einen Stuhl getischlert, das habe jedoch weniger mit Nachhaltigkeit als mit ihrer Begeisterung für Handarbeit zu tun, sagt Binder, die außerdem eine Shiatsu-Ausbildung macht.

### Produktionszyklus unter der Lupe

Auch Maria Huber hat sich ihre Möbel vom Tischler anfertigen lassen. Die Projektassistentin des Forschungsbereich Ecodesign hat das aber bewusst gemacht: „Das ist zwar nicht gerade billig, dafür auf alle Fälle nachhaltig.“ Der Forschungsbereich an der Technischen Universität Wien beschäftigt sich schon seit 1996 mit der nachhaltigen Produktentwicklung.

Mehr zum Thema

- [Welt](#)  
PayLife: Sicher online shoppen und gewinnen
- [Handy](#)  
Den HEROLD gibt's jetzt auch am Handy!
- [kaufen](#)  
PayLife: Sicher online shoppen und gewinnen
- [Unternehmen](#)  
IBM Express  
Advantage für den Mittelstand
- [Internet](#)  
mPAY24 - Die Online-Zahlungslösung
- [Euro](#)  
Euro traden, Euro verdienen. CMC Markets
- [Geld](#)  
PayLife: Sicher online shoppen und gewinnen
- [bezahlte Einschaltungen](#)

Weiterlesen

[\[...\]](#) mit Geruchten aus und informiert über Grünes Internet

▶ [Wie KonsumentInnen die Welt verbessern \[12\]](#)

▶ ["Manche Leute betreiben es wie eine Religion. Das ist ein großer Fehler" \[50\]](#)  
  
 "Guardian"-Journalist Leo Hickman hat ein Jahr "ethisch korrekt" gelebt - Im derStandard.at-Interview spricht er über seine Erfahrungen

▶ [Britisches Parlament beschloss drastisches Klimaschutzgesetz \[6\]](#)  
 Emissionen sollen bis 2050 um 80 Prozent sinken - Minister: "Das erste Gesetz dieser Art auf der Welt"

▶ [Obama verspricht "energisches" Engagement für Klimaschutz \[3\]](#)  
 Designierter US-Präsident: An den Klimazieleinstellungen soll trotz Finanzkrise festgehalten werden

▶ [Der Stromkrieg \[32\]](#)  
  
 Ende des 19. Jahrhunderts wollten zwei Erfinder die USA mit Strom versorgen: Edison setzte auf Gleichstrom, Westinghouse auf Wechselstrom - **Chronologie** eines Streits

▶ [Zukunftsmodell Güssing \[65\]](#)  
  
 Vom Ödland zum Energiewunder: Die Kleinstadt im Südburgenland ist mit Hilfe Erneuerbarer Energie seit Jahren energieautark

Suche:  SiteSearch »

Was nachhaltige Produktion ist, lässt sich laut Huber schwer auf einen Nenner bringen: "Dabei geht's nicht nur um Arbeitsbedingungen, sondern auch um Energieverbrauch bei Produktion und Transport." Als externe Berater analysieren die MitarbeiterInnen von Ecodesign zum Beispiel den Produktionszyklus eines Aufnahmegerätes. Dabei machen sie die Unternehmen darauf aufmerksam, welche alternativen Materialien verwendet werden können, wo bei den Teilen gespart werden kann, wie der Produktionsablauf effizienter gestaltet werden kann.

Das Interesse am Thema nachhaltiger Produktion sei in den letzten Jahren gestiegen, sowohl von Produzenten- als auch von Konsumentenseite. Damit die VerbraucherInnen ein Gefühl für nachhaltigen Konsum bekommen, hat Ecodesign 2007 die Plattform Ecoproduct ins Leben gerufen.

"Bewertungsplattformen im Internet gibt es ja schon länger. An unserer ist neu, dass die KundInnen anhand eines Fragenkatalogs die Nachhaltigkeit bewerten", erklärt Huber. Dabei muss unter anderem beantwortet werden, in welchem Land das Produkt hergestellt wurde oder welche Materialien verwendet wurden. Das Team von Ecodesign kontrolliert die KundInnenbewertungen ebenfalls.

Aber wie viel Einfluss haben die KonsumentInnen wirklich auf die Wirtschaft? Fred Grimm ist optimistisch: „Über kurz oder lang wird den Unternehmen nichts anderes übrig bleiben, als umzudenken." Natürlich habe die Macht auch seine Grenzen: „Man kann nicht alle Produktionsprozesse beeinflussen. Und in Deutschland sind die Subventionen für die Umstellung eines Bauernhofs auf Bio-Anbau derzeit sehr gering. Öko-Expertin Huber glaubt auch, dass KonsumentInnen Druck auf die Unternehmen ausüben können. Beide meinen, dass die VerbraucherInnen mehr Transparenz einfordern müssen.

#### **Finanzkrise bremst**

Möglich ist heutzutage aber schon vieles: H&M produziert eine Kleiderlinie aus Bio-Baumwolle, immer mehr Kosmetiklinien setzen auf Naturprodukte, und sogar die Tiefkühlpizza ist jetzt schon Bio. "Da fragt man sich aber, ob das wirklich sein muss", findet der Journalist.

Die Finanzkrise droht den Bio-Boom jedoch einzubremsen. Rund 580 Millionen Euro wurden in Österreich im Jahr 2007 durch den Verkauf von Bio-Produkten im Lebensmittel- und Drogeriehandel eingenommen, eine Steigerung von 20 Prozent gegenüber 2006. Einer Marktstudie des GfK-Instituts zufolge gingen die ÖsterreicherInnen im ersten Halbjahr 2008 aufgrund der Teuerung lieber zum Discounter als zum Bio-Supermarkt.

#### **Gekommen, um zu bleiben**

Sowohl Grimm als auch Huber glauben jedoch, dass sich langfristig der Trend zur Nachhaltigkeit durchsetzen werde. Für Unternehmen sei laut Huber die Wirtschaftskrise eine Chance, "eine Herausforderung, umzudenken." Nachhaltiger Produzieren und auch Konsumieren sei vielleicht anfangs teurer, spart jedoch langfristig viel Geld.

Grimm findet es sogar "bizarr, dass wegen der Finanzkrise Panik ausbricht und die Klimakrise noch immer nicht richtig ernst genommen wird." Als "einfache Konsumentin" macht sich Studentin Binder darüber kaum Gedanken: "Mir geht's darum, mich gesund zu ernähren, da spare ich lieber bei anderen Sachen." (Elisabeth Oberndorfer/derStandard.at, 19. November 2008)

---

#### **Links**

[Ecoproduct](#)

[Wirtschaftskammer: Lohas-Checkliste für KMUs](#)

[Fred Grimm: Shopping hilft die Welt verbessern](#)

[Lohas Lifestyle - Deutsche Plattform](#)