

SCIENTIFIC PAPERS
OF THE UNIVERSITY OF PARDUBICE
Series C
Faculty of Humanities
6 (2000)

KONSUMGESELLSCHAFT – HEUTE UND MORGEN

Ilona Bourová – Jitka Stružinská
Fakulta humanitních studií Univerzity Pardubice

FREIZEIT UND KONSUM

Freizeitgewohnheiten gestern und heute

Horst W. Opaschowski, einer der bekanntesten deutschen Freizeitforscher unserer Tage, hat sich sehr ausführlich mit der Entwicklung der Freizeitgestaltung seit Ende des Zweiten Weltkrieges beschäftigt.

Gegen Ende der fünfziger Jahre stieg die Geburtenrate in der Bundesrepublik zu ihrem Höhepunkt, und so bildete die Familie aus erklärlichen Gründen ihren Freizeitraum schlechthin. So gehörten die regelmäßigen Besuche in der Verwandtschaft zu den bedeutendsten Freizeitaktivitäten. 1957 wurde *Aus dem Fenster sehen* nach der Lektüre der Zeitung, der Gartenarbeit, dem Einkaufen, den kleineren Arbeiten am und im Haus, der Beschäftigung mit den Kindern an sechster Stelle der wichtigsten Aktivitäten in der Freizeit genannt, denn die Sechs-Tage-Woche beanspruchte körperliche und geistige Reserven in noch höherem Maße als heute.

Das Fernsehen verdrängte dann zu Beginn der sechziger Jahre den beruhigenden Blick auf das Geschehen auf der Straße. Die Beschäftigung mit der Familie trat an die Stelle des Spiels mit den Kindern. Die Zahl der Geburten ging zurück. Mit der Fünf-Tage-Woche änderte sich der Erholungsbedarf. Man ruhte sich mehr aus, schlief länger. Soziale Normen spielten eine größere Rolle als vielleicht heute. So war es einfach üblich, verschiedene Kulturveranstaltungen zu besuchen, ins Theater zu gehen, am (kirchlichen) Gemeindeleben teilzunehmen und etwas für die Allgemeinbildung zu tun.

In der Mitte der siebziger Jahre kündigte sich eine deutliche Veränderung an. Der Medienkonsum (Zeitschriften, Radio und Fernsehen) wurde zur dominanten Größe. Selbst das Verlangen, überhaupt nichts zu tun, wurde auf die weiteren Plätze verdrängt.

In den achtziger Jahren kam zu der intensiven Nutzung der Medien das Telefonieren hinzu. Von 100 Befragten nannten 1986 immerhin 44 Personen das Telefonieren als erstrangige Freizeitbeschäftigung. Das Telefon wurde zur *Kontaktbrücke nach außen* und zum *Instrument der Langweilverhinderung* (Opaschowski, 1997).

Was in den Jahren 1950 bis 1980 noch die Schallplatten waren, das sind heute CD und MC geworden. Die elektronischen Freizeitmedien sind unbestreitbar auf dem Siegeszug. Andererseits sind die neunziger Jahre in einer solchen Weise von Hektik und Konsumstreß geprägt, daß auch wieder Bücher sowie die Sehnsucht nach Ruhe und Nichtstun an Bedeutung gewinnen.

Freizeitthit Fernsehen – Segen oder Fluch?

Das Fernsehen gehört zu der Standardausrüstung jedes Wohnzimmers, in einigen Haushalten sind sogar Schlaf- und Kinderzimmer mit weiteren Geräten ausgestattet, damit im Bedarfsfall jedes Familienmitglied seine Lieblingssendung verfolgen kann. Für Millionen beginnt der Tag mit einer Tasse Kaffee und dem Frühstückfernsehen, in vielen Familien ist das Fernsehen treuer Begleiter durch den Alltag – es läuft pausenlos und dient so als *Hintergrundmusik*. Das Fernsehen schafft Ablenkung, vermittelt Information, baut Spannungen, läßt lachen, weinen, träumen etc. Zur Zeit erleben vor allem Katastrophen- und Actionfilme ihre Hochkonjunktur. Auch in Zukunft werden sich die Experten darüber streiten, ob das Fernsehen Gewaltbereitschaft fördert bzw. versteckten Aggressionen zum tragischen Durchbruch verhilft.

Ist wirklich der Bildschirm die einzige Möglichkeit der Freizeitgestaltung?

Es ist schon an der Zeit, das soziale Engagement in der Freizeit wiederzuentdecken. In unserem Beitrag versuchen wir, mögliche Hinweise und Tips in Kurzform für unser alltägliches Handeln und freiwilliges Engagement in der freien Zeit vorzulegen:

- Nehmen Sie sich die Zeit, die Sie brauchen!
- Machen Sie sich Tages- bzw. Wochenpläne!
- Richten Sie einen fernsehfreen Tag in der Woche ein!
- Entdecken Sie Ihre Lieblings-CD, mehr als eine können Sie sowieso nicht hören!
- Stehen Sie jeder Form von Werbung distanzierter gegenüber!
- Informieren Sie sich über umweltschonende Freizeitangebote in Ihrer Umgebug!
- Überlegen Sie, ob Sie sich bei sozialen Initiativen engagieren können!
- Kaufen Sie nie aus Kummer!
- Verreisen Sie möglichst mit der Bahn, meiden Sie Flüge!
- Geben Sie Hotelbesitzern Umwelt-Tips, wenn Sie unterwegs sind!
- Wenn Sie in die Ferne reisen, informieren Sie sich genau über Leben, Kultur und Besonderheiten, respektieren Sie andere Welten!
- Geben Sie den Anstoß zu dem Bau eines Kinderspielplatzes, zu der Gründung einer Freizeit-Theatergruppe, zu dem freiwilligen Tierschutz!
- Versuchen Sie grüne Patenschaften in Stadtvierteln zu übernehmen!
- Engagieren Sie sich bei der Freizeitgestaltung der Kinder und Senioren!

Solche und andere Freizeitaktivitäten binden einen Großteil der Energie vor Ort, sie ermöglichen neue Kontakte, stärken das Gemeinschaftsgefühl und vermitteln

die Perspektive, den heftigen sozialen, ökonomischen und ökologischen Wandlungsprozessen nicht völlig hilflos gegenüberzustehen.

Beginnen wir endlich gegen die Konsumgesellschaft zu kämpfen und beginnen wir gut zu leben statt viel zu haben!

Ein Beispiel des Konsumdenkens:

Es ist auffällig, wie der Freizeitsport immer mehr an Bedeutung gewinnt. Aus vereinsungebundener Tätigkeit ist er in den letzten Jahren zu einer regelrechten Massenbewegung geworden und hat immer wieder bestimmte Modewellen hervorgebracht: Aerobic, Surfen, Skilaufen, Tennis, Joggen u.a. Neben der körperlichen Regeneration spielen auch Statussymbole und gesellschaftliche Wertschätzung eine große Rolle. Oft handelt es sich bei der Sportkleidung um den Markendreß des persönlichen Sportlervorbildes, und selbst bei nichtsportlichen Menschen ist z.B. der Jogginganzug ein Muß, der jedoch einen höheren Stellenwert hat als aktives Joggen selbst.

Überdruß am Überfluß

In der heutigen und zukünftigen Gesellschaft besteht keine Gefahr an Wirtschaftskrisen mehr, sondern Krisen in den Voraussetzungen der Ökonomie, denn der Sinn der Ökonomie besteht nicht mehr darin, knappe Mittel im Kampf ums Überleben zu optimieren, sondern in einer Welt des Überflusses überwiegt die Vorherrschaft der Produktion im gesellschaftlichen Leben, die an Bedeutung verlieren müßte.

Die Fachleute, die sich mit dieser Thematik beschäftigen, treffen sich, so kann man sagen, mit der Skepsis des gesunden Menschenverstandes: Wozu der ganze Streß? Irgendwann müßte es mit dem Reichtum doch reichen!

Die Produkte dienen nicht mehr dem Kampf ums Überleben, sondern dem Ringen ums Erleben. Viele Produkte werden perfektioniert, bis sie die Endzone ihrer Entwicklungsmöglichkeiten erreichen. Nehmen wir z.B. Autos, die nicht mehr schneller und bequemer werden können, stellt man sie auf technologischen Genuß; Armbanduhren, welche die Zeit nicht noch zuverlässiger anzeigen können, bekommen mit eingebauter Stoppuhr ein sportliches Flair; Fernseher, deren Bilder nicht mehr schärfer werden können, vermitteln mit Großbildschirmen ein Kinogefühl. So kommt es in unserer Konsumgesellschaft zur Erschöpfung des objektiven Verbesserungspotentials der Warenwelt, wobei der objektive Nutzen der Ware vergessen und automatisch betrachtet wird.

Doch damit wandelt sich das Verhältnis des Konsumenten zu seinem Produkt. Es wird flüchtiger und zwiespältiger. Nicht mehr die Mittel sind knapp und die Ziele klar, wie noch in kargen Zeiten, sondern die Möglichkeiten sind reichlich, aber die Ziele verschwommen.

Die Befriedigung der konsumdenkenden Gesellschaft hängt von einem Akt der Selbstreflexion, von einem inneren Kompaß, und nicht einfach von der äußeren Ausrüstung ab. So entsteht eine Situation, die leicht zum Überdruß am Überfluß

führt. *Was will ich?* und *Wer möchte ich sein?* sind Fragen, die tagtäglich bei Kaufentscheidungen entstehen, deren Lösung aber immer unsicher und illusionär bleibt. Der Verdacht, nicht die richtige Wahl getroffen zu haben, die Sorge, etwas zu verpassen – dies führt zur Enttäuschung des Konsumgenusses.

Es ist bewiesen, daß derjenige, der besonders konsummaterialistisch orientiert ist, die höchsten Chancen hat, enttäuscht zu werden, denn der Absatz von Waren ist mit der Identitätsbildung der Menschen verbunden. Der Konsum ist gebrochen, weil er ohne die innere Zustimmung der Menschen nicht auskommt. Darin liegt die Stärke und die Schwäche der Konsumgesellschaft zugleich; ihre Stärke, weil damit Absatz jenseits von Sättigung möglich ist, ihre Schwäche aber, weil sie mehr von den Erwartungen und Ansprüchen der Menschen abhängig wird.

Eleganz der Einfachheit

In der heutigen Konsumgesellschaft hat jeder Haushalt durchschnittlich 10 000 Dinge zur Verfügung, die selbstverständlich zur Zeitknappheit führen müssen. Güter, große wie kleine, wollen ausgewählt, eingekauft, hingestellt, gebraucht, erlebt, gepflegt, aufgeräumt, entstaubt, repariert und entsorgt sein; auch die schönsten und wertvollsten Gegenstände werden zu Zeitdieben. Weil in den Wohl-

standsgesellschaften die Zahl der Möglichkeiten – Güter, Dienste, Ereignisse – explodiert ist, doch der Tag in seiner konservativen Art weiterhin nur 24 Stunden hat, sind Hektik und Streß zur Signatur ihres Alltags geworden. Zeitknappheit ist die Nemesis, die Rachegöttin, des Wohlstands.

Es ist wissenschaftlich bewiesen, daß nur eine Minderheit von ungefähr 16 Prozent der Bevölkerung bei zusätzlichem Wohlstand einen Gewinn an Zufriedenheit erwartet. Befriedigung hat, genau gesehen, zwei Dimensionen, eine materielle und eine immaterielle.

Wer allerlei Lebensmittel einkauft und ein mehr-gängiges Menü zubereitet, hat den materiellen Nutzen darin, daß er satt wird, aber den immateriellen darin, daß ihm das Kochen, vielleicht sogar mit anderen, Freude macht, das Essen gut gelungen ist und ihm eine freundliche und gemütliche Tafel Genugtuung bereitet.

Diese alltägliche Erfahrung kann verallgemeinert werden: Die meisten Güter entfalten erst ihren vollen Wert, wenn sie in Tätigkeit umgesetzt, erlebt, mit Anteilnahme begleitet und ausgekostet werden. Diese innere Befriedigung jedoch verlangt Zeit. Und da tut sich das Dilemma auf: zahlreiche Güter können der Zufriedenheit in die Quere kommen. Die Schlußfolgerung liegt auf der Hand: Materielle und immaterielle Befriedigung können nicht gleichzeitig maximiert werden, es gibt eine Grenze der Güterausstattung, jenseits deren die Zufriedenheit nicht mehr mitwächst. Mit anderen Worten: Viel-Haben tritt in Widerspruch zum Gut-Leben.

Die Nachhaltigkeit – ein Ausweg?

Unter dem Begriff *die Nachhaltigkeit* (Sustainable Consumption) verstehen wir eine dauerhafte, zukunftsfähige oder zukunfts offene Entwicklung.

Im Jahre 1963 wurden erste Konzepte entwickelt, 1968 wurde CLUB ROOM von 36 Wissenschaftlern und Ökonomen aus Europa gegründet, die begannen, sich mit dem globalen Problem der Nachhaltigkeit zu befassen. In den nächsten Jahren folgten verschiedene Aktionen, wie Konferenzen, Tagungen, Gründungen von Parteien etc. Unter ihnen ist vor allem die Konferenz in Rio de Janeiro, veranstaltet 1992, erwähnenswert. Zu den wichtigsten Beschlüssen gehören u.a.:

- Klimaschutzkonvention (z.B. Sonnenstrahlung für Wärme ausnützen)
- Artenschutzkonvention (z.B. Pflanze- und Tierarten schützen, nicht reduzieren)
- Walddeklaration (z.B. Schutz der Wälder)
- Wüstenerklärung (bezieht sich vor allem auf afrikanische Staaten)
- Gründung der Enrwicklungskommission
- Rio-Deklaration (umfaßt 27 Grundsätze – z.B. Recht des Menschen auf die Gebundenheit an die Natur)

-Agenda 21 (d.h. Aufgaben, Vorschriften und Bildung von Kommunen für einzelne Regionen – Lokale Agenda), zielgesetzt für folgende Bereiche:

- Armutsbekämpfung
- Bevölkerungswachstum
- Siedlungsentwicklung
- Gesundheitsförderung
- Klimaschutz
- Ressourcenschutz
- Schutz der Wälder
- Schutz der Meere
- u.a.

Eckpunkte für die Nachhaltigkeit

Aus der umfangreichen Literatur lassen sich für die Nachhaltigkeit folgende Eckpunkte nennen. Sie beziehen sich auf die Art und Menge der Stoffe und Energien und auf den Umgang mit ihnen. Sie beziehen sich auf die Bewertung und den Umgang mit Raum und Zeit. Und sie beschreiben die neuen Bedingungen für ein gutes Leben in den neuen stofflich-energetischen, räumlichen und zeitlichen Konfigurationen.

1. Wirtschaften mit laufendem Einkommen

Nachhaltiges Wirtschaften wird sich wieder, wie Jahrtausende vor dem Irrweg des Industrialismus, auf das *laufende Einkommen* der Erde gründen, auf die Sonnenenergie mit ihren Derivaten vom Wind bis zur Biomasse und auf nachwachsende Rohstoffe.

Es muß eine sehr starke energetisch-stoffliche, ökonomisch-technische Ab-rüstung durchgeführt werden, um eine Chance der solaren und naturstofflichen Basis wieder zu geben, sonst wird aufgrund des Industrialismus die gigantische energetische und stoffliche Verschwendung weiter dauern und drohen.

3. Sanfte Techniken

Die zukunftsfähigen Techniklinien werden sich von den gegenwärtigen harten Ausplünderungs- und Raubtechniken des Industrialismus sehr unterscheiden. Sie werden sanft, naturangepaßt, fehlerfreundlich, rückholbar, demokratisierbar und sinnenreflexiv sein, um nur einige der erforderlichen Kriterien zu nennen.

4. Raumorientierung

Der gegenwärtig noch ungebrochene Trend zu immer größeren Wirtschaftsräumen, in denen energieaufwendig Produkte und Personen um den Globus gehetzt werden, um irgendwelche privatwirtschaftlichen Vorteile auszuschöpfen, ist in gar keiner Weise zukunftsfähig. Eine nachhaltige, energetisch und stofflich abgerüstete solare Naturstoffwirtschaft wird notwendiger Weise im Hauptteil eine regional-orientierte Raumwirtschaft sein mit überwiegend kurzen und geschlossenen Kreisläufen für Energien, Stoffe, Produkte, Daten und Geld.

5. Entschleunigung

Die besinnungslose Raserei der Industrialisierung, das ständige Schneller, Weiter, Mehr, können nicht in das *Projekt der Nachhaltigkeit* übernommen werden. Langsamer, näher, weniger sollten die Losungen der neuen Zeit lauten. Für das Ziel der Nachhaltigkeit müssen fast alle gegenwärtigen Prozesse entschleunigt, entdynamisiert werden. Behutsamkeit, die Logik der Schonung, die Ästhetik und Produktivität der Langsamkeit sind wiederzuentdecken.

6. Die Dominanz der Lohnarbeit ist nicht zukunftsfähig

Die Tempomanie und grenzenlose Unersättlichkeit haben die Psyche und Seele der Menschen sehr ungesund beeinflußt. Den größten Anteil daran hat die Institution der Lohnarbeit. Die Menschen werden aufgetrennt, in einen Lohnarbeiter, der unabhängig von seinen Interessen arbeitet, und in einen Konsumenten, der vergeblich alle seine Bedürfnisse durch den Kauf von Waren und Dienstleistungen zu befriedigen sucht und schließlich unabhängig von seinen Bedürfnissen konsumiert. Solche Menschen sind für das Projekt der Nachhaltigkeit nicht tragfähig.

Nachhaltigkeit im Alltag

kann in folgenden vier Punkten ausgedrückt werden:

1. regional einkaufen
2. nutzen statt besitzen
3. langlebige, reparierbare Produkte
4. Entschleunigung

ad 1) Zusammengefaßt verstehen wir unter dem regionalen Einkaufen nicht nur das Einkaufen in der eigenen Region, sondern das Einkaufen von einheimischen umweltfreundlichen Produkten.

Ein paar Tips in Kurzform:

- Kaufen Sie nach Möglichkeit fair gehandelte Produkte!
- Überlegen Sie im besonderen, ob das Produkt mit Kinderarbeit verbunden sein könnte!
- Vermeiden Sie jedweden Verpackungsmüll!
- Greifen Sie selten auf Fertiggerichte zurück!
- Geben Sie den Mahlzeiten den zeitlichen Rahmen, den sie verdient haben!
- Essen Sie zu möglichst festgesetzten Zeiten!
- Bevorzugen Sie pflanzliche Lebensmittel!
- Verzehren Sie reichlich unerhitzte Frischkost!
- Geben Sie gering verarbeiteten Lebensmitteln den Vorzug!
- Verwenden Sie wenig Fett!
- Meiden Sie Lebensmittelzusatzstoffe!
- Vermeiden Sie Nahrungsmittel aus bestimmten Technologien!
- Kaufen Sie zunehmend Erzeugnisse aus ökologischer Landwirtschaft!
- Bevorzugen Sie Vollkornprodukte!
- Ersetzen Sie tierisches Eiweiß stärker durch pflanzliches Eiweiß!
- Essen Sie langsam und bewußt!
- Verfolgen Sie aufmerksam die Medien mit Blick auf die Welternährungsfrage!

ad 2) Die Erfahrungen von Generationen zeigen zusammenfassend, daß der Weg zu einem gelungenen Leben über die Ansammlung von Gütern führt. Will man sich von dieser Güteranhäufung befreien, muß man allmählich zu einem einfachen Lebensstil gelangen. Zur Zeit ist es sichtbar, daß eine Überzahl von Dingen den Alltag verstopft, die Aufmerksamkeit zerstreut, die Energie verzettelt und die Kraft schwächt, denn Leerlauf und Schrott sind die Feinde des Glücks. Einer umfassenderen Nutzung steht die Tatsache entgegen, daß viele Güter zum individuellen Besitz gekauft werden. Nutzen muß aber keinesfalls an Besitz gebunden sein. Schließlich geht es dem Kunden in erster Linie um die Dienstleistung, die ihm ein Produkt bringt und nicht um seinen Besitz, der ihm neben dem Vergnügen auch manchen Ärger bringen kann. Moderne leistungsstarke Staubsauger, Leitern, Rasenmäher, Skiausrüstungen etc. werden ja meist nur für einige Stunden oder Tage eingesetzt und stehen für den größten Teil ihrer Lebenszeit nutzlos herum. So könnten z.B. Nachbarsgeschäfte, -werkstätten und -büros einen Verleihdienst einrichten, und dadurch würde sich die Zahl der Werkzeuge und Ausrüstungsgegenstände, die sich im Umlauf befinden, reduzieren. Kurzum, eine Konsumgesellschaft, die zukunftsfähig bleiben will, sollte sich auf die Nutzung und nicht auf den Besitz orientieren.

ad 3) In aller Welt ist es erwünscht, langlebige, reparierbare Produkte zu produzieren, um Material, Arbeitskräfte, Geld und Zeit für Reparaturen zu ersparen. Die meisten Reparaturen sind nämlich oft viel teurer als ein neues Produkt. Als Lösung kann ein neues Gesetz erwähnt werden, das in den USA vorgeschlagen und diskutiert wird, die Garantie der Produkte wesentlich zu verlängern. Ein Beispiel für alle:

für eine Hose bekommt man die Garantie 20 Jahre. Aber das stößt auf das Problem, denn der Einfluß der Mode ist sehr stark.

ad 4) In der heutigen Konsumgesellschaft soll allmählich zur Entschleunigung kommen, die zum Bestandteil des menschlichen Konsumdenkens werden muß. Auch heute unternehmen die Leute genauso viel wie früher – manchmal sogar leichter mit Hilfe der neuen Technik – aber da die menschlichen Aktivitäten über die nicht nur regionalen, sondern auch staatlichen Grenzen hinausgehen, vergrößert sich die Mobilität, die immer höheren Verbrauch an Materialien, Zeit, Geld verursacht, wobei einerseits unsere Umwelt beeinflußt wird, andererseits man unter Streß und Hektik leidet.

Als eine der Lösungen der Änderung von Konsumgewohnheiten ist die Projektbildung, an der sich verschiedene Organisationen beteiligen. Als Vorbild könnten wir die schon in Deutschland entstandene und erfolgreich wirkende *Abfall- und Umweltberatung der Verbraucher-Zentrale NRW* nennen. Die Verbraucher-Zentrale hat es sich hier zur Aufgabe gemacht, eine Strategie für die Kommunikation von Nachhaltigkeit zu entwickeln. Dabei geht es weniger um die bloße Verbreitung des Begriffes als vielmehr darum, ihn in seiner Komplexität auf konkrete Verhaltensweisen und praktische Hilfestellungen zu reduzieren. Da heißt es dann also nicht *Schützt das Klima*, sondern den Verbrauchern wird konkret benannt, mit welchen Maßnahmen sie dazu beitragen können, und wo sie bei Bedarf vor Ort die entsprechenden Produkte und Angebote finden. Ein weiterer Faktor, der – unabhängig von der Aktionsform – von entscheidender Bedeutung ist, ist ihre Glaubwürdigkeit.

Generell umfaßt das Aufgabenspektrum der VZ-NRW Verbraucherinformation, Verbraucherberatung, Verbraucherschutz und Interessenvertretung für alle konsumrelevanten Fragestellungen. Die Beratungskräfte vor Ort bieten sowohl persönliche und telefonische Beratungen als auch Kurse und Vorträge für bestimmte Zielgruppen an. Sie halten schriftliche Informationsmaterialien bereit und sind mit ihren Themen in den lokalen Medien präsent. Im Zusammenhang mit Aktivitäten zur Lokalen Agenda 21 werden vor Ort wichtige Funktionen übernommen:

- Ergebnisse der Diskussionen vor Ort an die Verbraucher herantragen und dazu themenspezifische Aktionen durchführen
- die Verbraucherpositionen zu bestimmten Themen einholen und vertreten, etwa im Rahmen von Arbeitskreisen, Runden Tischen, Diskussionsveranstaltungen
- ihre Erfahrungen mit der Veränderung von Konsumgewohnheiten im Rahmen von Foren und Fachgruppen einbringen
- verschiedene Initiativen, die es vor Ort zu einem Thema gibt, vernetzen, mit dem Ziel, zu vergleichen, um konkrete Beiträge für den Agenda-Prozeß zu erarbeiten
- Erfahrungen und Umsetzungsideen zur Lokalen Agenda aus anderen Städten vermitteln.

Es gibt heute bereits zahlreiche Projekte, Initiativen und Einzelpersonen, die auf vielfältige, kreative und inovative Arten und Weisen Nachhaltigkeit initiieren, fördern, erproben etc.

Es wurden in Deutschland insgesamt 176 Projekte und Initiativen ermittelt und ausgewertet.

Aufgrund dessen wurde eine Studie erarbeitet, deren Ergebnisse und einige der recherchierten praktischen Projekte veröffentlicht wurden.

Zum Schluß möchten wir aufgrund der erwähnten Studie einen kurzen Einblick in die Projekte und Initiativen vermitteln.

Total tote Dose!

Total tote Dose! ist eine vom Jugendbüro Göttingen getragene Kampagne, die weit über Göttingen hinausstrahlt. Ziel der beteiligten Jugendlichen ist der Boykott und das Verbot von Weißblechdosen. In vielen Orten Deutschland arbeiten rund 100 Jugendgruppen gegen den Verkauf von Getränkedosen.

Materialbörse

Die Idee der *Materialbörse* besteht darin, die Lebens- und Nutzungsdauer von Produkten zu verlängern. In Berlin werden z.B. Spielsachen, Kinderfahrzeuge und Kleinmöbel gesammelt und repariert. Die erneuerten Produkte werden dann wieder an gemeinnützige Organisationen, Kindergärten oder bedürftige Familien verteilt.

Bauernläden in Bremen

Träger des Projektes *Bauernläden* ist die Bremer-Erzeuger-Verbraucher-Genossenschaft (EVG), ein ökologisch-ökonomischer Zusammenschluß von über 500 Verbrauchern und Erzeugern aus Bremen und dem Umland. Ziele sind die Förderung der ökologischen und kleinbäuerlichen Landwirtschaft, faire Erzeuger- und Verbraucherpreise, eine kooperative, regionale Direktvermarktung und eine umwelt- und gesundheitsverträgliche Ernährung. 1989 wurden fünf selbstorganisierte Bauernläden gegründet. Die Verbraucher versorgen sich hier mit frischen Lebensmitteln aus ökologischem Anbau der Region, sie organisieren selbständig den Ein- und Verkauf der Waren, sie bieten Hofbesichtigungen, Hoffeste, praktische Mitarbeit, Ferien auf dem Bauernhof und Informationsveranstaltungen an.

Netzkauf Schöнау

Das Projekt *Netzkauf Schöнау* wird von mehreren lokalen Energieinitiativen getragen. Ziele der Initiativen ist die Übernahme der Energieversorgung in Schöнау. Das Schönauer Projekt will vor allem das Privatengagement des Einzelnen steigern.

Folgerungen

Verbände, Umwelt- und Entwicklungsorganisationen, Verbraucherberatungen, Frauenverbände, Bildungseinrichtungen, Initiativen, Einzelpersonen – kurz: Teile der Zivilgesellschaft – haben sich auf den Weg gemacht, um nachhaltigen Konsum und nachhaltige Lebensstile von der puren Theorie in vielfältige Praxis zu transferieren. Die Studie kommt zu dem Ergebnis, daß Förderungsbedarf insbesondere in folgenden Bereichen besteht:

- Absicherung der Finanzierung
- Strukturelle und organisatorische Weiterentwicklung (Projektmarketing, Marktforschung, Projektmanagement, Evaluation etc.)
- verbesserte Rahmenbedingungen
- Vernetzung und Beratung

Bei allen Forderungen nach Förderungen von Projekten und Initiativen ist jedoch eins zentral zu beachten: Alle Maßnahmen müssen Angebotscharakter haben und dürfen die Projekte und Initiativen in ihrer ursprünglichen Intention, Unabhängigkeit und Motivation nicht durchkreuzen.

Literatur:

Ferenschild, S. - Schoppenhorst, T.M. (1998) Weltkursbuch – Globale Auswirkungen eines zukunftsfähigen Deutschlands, Basel.

Thomas, V. (1997) in: PZ Nr.90, S. 26.

Opaschowski, H.W. (1997) in: Global Denken – Lokal Handeln – Lokale Agenda 21 in: Knackpunkt, S.12.

Nuscheler, F. (1998) Lern- und Arbeitsbuch – Entwicklungspolitik, Berlin.

Zeitschrift ZUKÜNFT (1997), 6. Jahrgang.

Verbraucher – Zentrale NRW (1997): Herausforderung Sustainability – Konzepte für einen zukunftsfähigen Konsum, Nr.6.

Verbraucher – Zentrale NRW (1996, 1997): Jahresbericht, Düsseldorf.

Verbraucher – Zentrale NRW (1995): Klimaschutz in Aktion, Düsseldorf.

Resumé:

Článek se zabývá problematikou konzumní společnosti dneška a zítřka. V úvodu nastiňuje vývoj utváření volného času ve společnosti od padesátých let až po současnost. Na základě výzkumu patří elektronická média společně s telefonováním k nejrozšířenější formě lidské zábavy, avšak i touha po klidu a „nic nedělání“ se postupně stávají jejich konkurencí.

Na základě použitých pramenů předkládáme několik možných tipů aktivit, kterými lze obohatit volný čas, probudit v člověku sociální angažovanost a změnit jeho konzumní způsob života a myšlení.

Těžiště článku však tvoří kapitoly zabývající se dalším vývojem konzumní společnosti, představuje na základě současných aktivit v Německu několik možných řešení a projektů, jak odvrátit člověka od přetechnizované společnosti k přirozenému způsobu života, změnit jeho způsob myšlení a potřebu honby za majetkem a nadbytkem.