
Nachhaltigerer Konsum

Was kann ich als Verbraucherin oder Verbraucher tun?

Konkrete Handlungsmöglichkeiten

Nachfolgend einige Tipps und Leitfragen zu verschiedenen betroffenen Bereichen, die Dich dabei unterstützen sollen, dein Konsumverhalten zu hinterfragen und nachhaltigere Konsumententscheidungen zu treffen. Die Thematik um Nachhaltigkeit und nachhaltigeren Konsum ist sehr breit gefächert. Es werden hier nicht alle Lebensbereiche behandelt, sondern nur einige ausgewählte, um Dir einen ersten Impuls zu geben. Viele dieser Tipps und Leitfragen lassen sich jedoch auch auf andere, hier nicht beschriebenen Bereiche übertragen.

Die Entscheidung, ob etwas notwendig ist oder nicht und ob eine Verhaltensänderung machbar ist oder nicht, ist selbstverständlich individuell und kann nicht universell beantwortet werden. Beim Konsumverhalten spielen verschiedene Faktoren eine Rolle. Die untenstehenden konkreten Handlungsmöglichkeiten sind lediglich zur Unterstützung in alltäglichen Konsumsituationen gedacht.

Nachhaltiger zu konsumieren kann durchaus überfordernd sein, da es u.a. mit einem zusätzlichen Zeit- und Informationsaufwand verbunden ist. Wir empfehlen daher, nicht zu viel auf einmal zu versuchen, sondern zu Beginn erstmal ein spezifisches Konsumfeld vorzunehmen, bspw. Lebensmittel. Sobald sich der nachhaltigere Konsum routiniert hat, können weitere Konsumfelder angegangen werden. Es soll zudem darauf geachtet werden, dass kein sogenannter „Rebound-Effekt“ eintritt. Beim Rebound-Effekt werden „eingesparte“ Ressourcen oder die gesteigerte Effizienz in einem Bereich in einem anderen durch Mehrkonsum wieder „ausgegeben“. Ein Beispiel hierfür ist ein effizienteres, treibstoffsparendes Auto nutzen, aber dieses dafür länger bzw. öfter zu fahren oder die Einsparung durch aufwendige, energieintensive Ausstattungen (bspw. eine Musikkonsole) wieder zunichte zu machen (Holzinger 2020, 201).

Produktkauf

- » Brauche ich das Produkt tatsächlich? (Prinzip: rethink)
- » Ist es sinnvoll und möglich, das Produkt auszuleihen statt neu zu kaufen? (Prinzip: refuse)
Dies ist z.B. bei Werkzeugen oft über die Nachbarschaft oder Baumärkte möglich, aber teilweise auch bei Kleidung (insbesondere für besondere Anlässe) oder im Mobilitätsbereich über bspw. Car-Sharing oder Cargobike-Sharing. Ein Leihservice ist nicht nur im Sinne der Nachhaltigkeit von Vorteil, sondern oft auch aus finanzieller (ausgeliehene Produkte können günstiger oder sogar kostenlos angeboten werden) sowie aus praktischer Sicht erwägenswert sein (aus Platzgründen, Instandhaltung von größeren Maschinen oder Reinigung/Pflege von Kleidung).

- » Kann ich das Produkt gebraucht/Second-Hand statt neu kaufen? Insbesondere bei Kleidung, aber auch bei Möbeln, Deko und Elektrogeräten ist dies inzwischen über Online-Plattformen, wie beispielsweise Vinted oder Refurbished, oder Bücher über öffentliche Bücherregale gut möglich.
- » Falls das Produkt doch neu gekauft wird, können folgende Punkte beachtet werden:
 - » Gibt es das Produkt von ökologisch und sozial zertifizierten Marken oder Anbietern (den Herstellungsprozess soweit wie möglich hinterfragen)? Gibt es eine regionale bzw. eine transportärmere Alternative (bspw. Zucchini aus Deutschland statt solche aus Spanien oder Kerzen aus Europa statt aus China)?
 - » Handelt es sich um ein modulares Produkt? Können also einzelne Produktteile ersetzt oder repariert werden, ohne das gesamte Produkt austauschen zu müssen?
 - » Enthält das Produkt einen Recyclinganteil?

Wusstest du, dass...

die Herstellungsphase eines Smartphones mit 48kg CO₂e den größten Teil des ökologischen Fußabdrucks des Handys ausmacht? Der Teil, der die Nutzungsphase des Smartphones von drei Jahren ausmacht, ist mit 7 kg CO₂e allerdings relativ gering. Die Nutzungsphase, also die Nutzungsdauer, die korrekte Nutzung und die Pflege des Produktes, beeinflussen die Umweltbilanz des Produktes deutlich. Daher ist der Weitergebrauch des Smartphones oder der Kauf eines gebrauchten im Vergleich zu einem Neukauf die nachhaltigere Lösung (Furchheim et al. 2023, 10-11).

Entsorgung eines Produktes

- » Kann das Produkt wiederverwendet werden (bspw. eine Einkaufstasche oder die Papierbrottüte)?
- » Kann das Produkt repariert werden?
- » Kann das Produkt geup- oder gedowncycelt werden (Bspw. durch Reparatur, zwei Kleidungsstücke zu einer Tasche nähen oder daraus Putzlappen machen)?
- » Kann ich das vorhandene Produkt, das ich nicht mehr brauche oder möchte, verkaufen, verschenken, ausleihen oder spenden? Hier sollte bedacht werden, dass nicht jeder und jede den Wert eines Produktes gleich bewertet: Was eine Person als Schrott oder defekt ansieht, kann eine andere als noch brauchbar bewerten.
- » Falls das nicht möglich ist, kann das Produkt recycelt werden? Falls nicht, bitte richtig trennen und entsorgen.

Nutzung einer Dienstleistung

- » Brauche ich diese Dienstleistung tatsächlich? Gibt es eine umweltfreundlichere Alternative, die ich benutzen könnte (bspw. das Abbestellen von Newslettern, das Fahrrad statt E-Scooter oder Auto, Bahn statt Flugzeug, echter Ökostrom statt Graustrom, einen Pullover überziehen statt zu heizen, Geräte herunterfahren statt im Standby-Modus zu lassen, digitale Newsletter abbestellen)?

- » Muss ich diese Dienstleistung für die gesamte Verbrauchsdauer in Anspruch nehmen (bspw. den Wasserhahn während dem Zähneputzen laufen lassen, das Licht in einem Zimmer anlassen, in dem man sich nicht aufhält, oder auf höchster Stufe zu heizen, wenn man nicht zuhause ist)?

Ernährung/Lebensmittel

Kauf

- » Ist das Produkt regional? Die Begriffe „Region“, „regional“, „Heimat“ oder „von hier“ sind nicht gesetzlich geschützt, das heißt, dass die jeweiligen Definitionen unterschiedlich ausfallen können. Um lange, CO₂-intensive Transportwege zu vermeiden, sollte das Produkt bestenfalls aus dem Landkreis oder Bundesland erzeugt, verarbeitet und vermarktet werden – je näher, desto besser.
- » Ist das Produkt saisonal? Hier kann man sich an Saisonalitätskalendern orientieren.
- » Kann auf Produkte in Bio-Qualität oder mit Fairtrade-Siegel oder sonst sozial zertifiziert zurückgegriffen werden?
- » Wieviel Weiterverarbeitung steckt in dem Produkt? Je höher der Weiterverarbeitungsgrad, desto höher der Ressourcenverbrauch und desto niedriger der Nährstoffgehalt.
- » Ist das Produkt verpackt bzw. was für eine Verpackung hat das Produkt? Gibt es eine unverpackte oder umweltfreundlichere Alternative zur Verpackung?
- » Kann das Produkt in einer Mehrweg- statt einer Einwegverpackung gekauft werden? Kann ich mein Take-Away-Produkt in einer Mehrwegverpackung (kann ein Mehrwegsystem sein oder aber auch einen eigenen Behälter o.ä.) kaufen?
- » Gibt es Lebensmittel im Einkaufsladen, die ich ohnehin in naher Zukunft essen werde und die kurz vor dem Mindesthaltbarkeits- oder Ablaufdatum sind? Meistens liegen diese Lebensmittel in einer separaten Box und werden vergünstigt angeboten. Zudem ist häufig das Mindesthaltbarkeitsdatum oder Ablaufdatum erst einige Tage später. Mit dem Kauf und Verzehr dieser Produkte wird Food Waste vorgebeugt.

Mindestens haltbar bis, aber nicht schlecht nach Unterscheide diese 2 Begriffe:

„Mindestens haltbar bis...“

Das **Mindesthaltbarkeitsdatum** (MHD) dient als Orientierungshilfe und ist kein Wegwerfdatum. Die Produkte sind meist auch nach dem Ablauf des MHD noch uneingeschränkt genießbar.

„Zu verbrauchen bis...“

Das **Verbrauchsdatum** gilt für leicht verderbliche Lebensmittel. Die Lagerungsempfehlungen sollten eingehalten werden und die Produkte nach Ablauf des Verbrauchsdatums nicht mehr verwendet werden.

- » Gibt es Lebensmittel, die eher „imperfekt“ aussehen (bspw. krummes Gemüse oder eingebulte Verpackung)? Solche Produkte werden meist aussortiert, oft schon in früheren Lieferkettenstadien (dies ist der Fall bei Obst und Gemüse), da diese von Verbraucherinnen und Verbrauchern häufig nicht gekauft werden. Ein Grund dafür kann sein, dass das Produkt als minderwertig wahrgenommen wird, obwohl es die gleichen Eigenschaften wie ein „perfektes“ Produkt besitzt. So entsteht Food Waste (de Hooge 2022, 107).

- » Kann ich Lebensmittel auf eine andere Art und Weise retten (bspw. über die App ‚Too Good To Go‘, Läden mit einem ‚Gutes von Gestern‘-Konzept, bei denen z.B. Backwaren vom Vortag verkauft werden, oder Foodsharing)?
- » Kann der Weg zum Einkaufsladen zu Fuß, mit dem Fahrrad oder mit den ÖPNV statt mit dem Auto getätigt werden?

Zubereitung

- » Kann das Gericht fleischlos bzw. -arm zubereitet werden? Kann eine andere Proteinquelle für das Gericht gewählt werden (bspw. Hülsenfrüchte)?
- » Gibt es eine umweltfreundlichere Art, das Gericht zuzubereiten (bspw. den Topf mit Deckel benutzen)?

Lebensmittelverschwendung

- » Sich vor dem Einkaufen einen Überblick über die bereits zuhause vorhandenen Lebensmittel verschaffen und diese während des Einkaufens berücksichtigen.
- » Den Unterschied zwischen Mindesthaltbarkeits- (eine Empfehlung, kann nach dem Datum noch gut sein) und Ablaufdatum (sollte ab dem Datum nicht mehr verzehrt werden) kennen.
- » Auf die eigenen Sinne hören: Sieht das Produkt noch gut aus? Riecht oder schmeckt es anders?
- » Kreativ werden: neue Rezepte ausprobieren, um Essensreste oder Lebensmittel, die kurz vor dem Ablaufdatum sind, weiter zu verarbeiten. Verschiedene Apps können hier helfen (bspw. Restegourmet, Zu gut für die Tonne!), oder das Einmachen oder Tiefkühlen der Lebensmittel.
- » Auf die richtige Lagerung der Lebensmittel bspw. im Kühlschrank, Schrank, Vorratsraum, etc., achten.

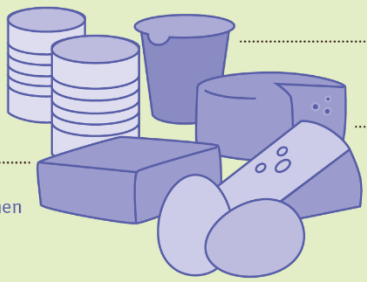
Insbesondere bei ressourcenintensiven Produkte, wie z.B. Avocados, Bananen oder tierischen Produkte darauf achten, dass diese rechtzeitig konsumiert und nicht verschwendet werden.

Wusstest du, dass...

im Jahr 2020 in Europa 59.000.000 Tonnen Lebensmittel verschwendet worden sind? Das sind 131 kg pro Person pro Jahr. Von diesen 59 Megatonnen Food Waste wurde die Hälfte, also mehr als 31 Mt, auf Haushaltsebene verursacht (De Laurentiis et al. 2023, 3). Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland verschwenden jährlich um die 4.4 Millionen Tonnen an Lebensmitteln. Wenn man diese Menge in Euro umrechnet, sind das für ein Zwei-Personen-Haushalt etwa 150 Euro pro Jahr die in der Mülltonne landen (Hermanussen et al. 2022, 2).

Das Altern von Lebensmitteln

Lebensmittel sind auch nach Ablauf des MHD oft länger haltbar



Konserven: ungeöffnet und unbeschädigt bis zu mehrere Jahre

Butter: mehrere Wochen bis Monate

Eier: noch bis zu 2 Wochen bei guter Lagerung und gekocht genießbar

Joghurt: ungeöffnet Tage bis Monate, geöffnet ein paar Tage

Weichkäse: mehrere Tage bis Wochen

Hartkäse: mehrere Wochen bis Monate

Manche Lebensmittel werden bei **richtiger Lagerung** gar nicht schlecht. Dazu zählen:

- Trockenprodukte, wie Reis, Nudeln, Hülsenfrüchte
- Mehl
- Honig und Zucker
- Essig
- Konserven

Generell gilt: Je trockener das Lebensmittel ist, umso länger ist es haltbar.

Entsorgung

- » Ist das Produkt noch gut? Kann es bspw. an die Nachbarschaft verschenkt oder zu einem Fairteiler (öffentliche Regale oder Kühlschränke an denen Lebensmittel kostenfrei abgeholt oder vorbeigebracht werden können) gebracht werden
- » Falls nicht, auf die richtige Entsorgung über den Bio-Müll achten.

Energieverbrauch

- » Kann ich das Gerät herunterfahren anstatt es im Standby-Modus zu lassen?
- » Kann ich mein Gerät, das ich nicht mehr benötige, reparieren, weiterverkaufen oder aufwerten lassen?
- » Kann das Gerät Second-Hand, also „refurbished“, gekauft werden?
- » Kann ich einen Laptop statt einem Desktop-Computer verwenden? Ein Laptop gibt in der Herstellung weniger CO₂-Emissionen und verwendet in der Leistungsaufnahme weniger Watt als ein Desktop-Computer (Öko-Institut e.V. 2020, 9).
- » Ist der Stecker nach Gebrauch noch in der Steckdose?
- » Was für Strom/Gas beziehe ich? Gibt es eine umweltfreundlichere Alternative (bspw. echter Ökostrom statt Graustrom)?
- » Benutze ich während dem Fernsehen bzw. Streamen noch ein zweites Gerät (bspw. das Handy)?
- » Habe ich in meinem Postfach Emails, die gelöscht werden können? Kann ich Fotos oder andere Dateien auf meinem Rechner oder in der Cloud, die doppelt gespeichert sind oder nicht mehr benötigt werden, löschen?
- » Kann die Webcam während einer Videokonferenz ausgeschaltet werden?
- » Kann ich die Bildqualität beim Videostreaming oder Videoanruf reduzieren?
- » Ist es möglich, eine Wohnung mit einer kleineren Fläche zu beziehen? Jeder bewohnte Quadratmeter führt zu einem erhöhtem Energie- und Ressourcenverbrauch, da die Fläche beleuchtet, beheizt, möbliert, gereinigt und instandgehalten werden muss (UBA 2022).
- » Muss die Heizung für die gesamte Verbrauchsdauer an sein oder kann ich sie z.B. eine Stunde vorher ausmachen und die Restwärme benutzen? Muss die Heizung die ganze Gebrauchszeit auf der höheren Stufe sein oder kann sie heruntergestuft werden?

Wusstest du, dass

die insgesamt 45 Milliarden Server in den weltweit verteilten Rechenzentren für ihre Funktion und Kühlung Unmengen an Energie und Wasser verbrauchen? Der flächendeckende Betrieb für Deutschland benötigt etwa so viel Strom wie die Jahresleistung von vier mittleren Atomkraftwerken (VerbraucherService Bayer 2019; Tretter et al. 2020, 132). Der Versand einer normalen Email ohne Anhang hat bereits einen CO₂-Ausstoß von 10 Gramm, das der Klimabilanz einer Plastiktüte entspricht. Der Ressourcenverbrauch durch die Speicherung von Emails, Newsletter, usw. im Postfach ist somit enorm (VerbraucherService Bayern 2019).

Kleidung

Kauf

- » Brauche ich das Produkt tatsächlich?
- » Ist das Produkt so qualitativ hochwertig, dass es für eine längere Zeit intakt bleiben wird?
- » Folgt das Produkt einem sogenannten „Micro-Trend“ oder werde ich es auch in den nächsten Jahren tragen?
- » Wenn es für einen temporären Gebrauch gedacht ist, kann ich es ausleihen?
- » Kann ich das Produkt gebraucht/Second-Hand kaufen?
- » Stammt das Produkt aus einer sozial zertifizierten Produktion (faire Arbeitsbedingungen)?

Entsorgung

- » Kann das Produkt repariert werden? Ist ein Up- (aus verschiedenen Stücken ein neues Kleidungsstück zusammennähen) / Downcycling (bspw. Putzlappen) möglich?
- » Kann das Produkt verkauft, ausgeliehen, verschenkt oder gespendet werden?

Wusstest du, dass

im Jahr 2020 rund 8.7 Millionen Tonnen an fertigen Textilprodukten, vor allem aus China, Bangladesh und der Türkei, in die EU importiert wurden? Der Verbrauch von Ressourcen, wie Land und Wasser für Kleidungsstücke von der Herstellung bis zur Nutzung und Pflege auf Ebene des/r VerbraucherIn ist immens (EEA 2022). Die Produktion eines einzigen Baumwoll-T-Shirts braucht um die 2.700 Liter Süßwasser – also etwa so viel wie eine Person in 2.5 Jahren trinkt (EP 2020). Umgewandelt in Treibhausgas-Emissionen hat der Textilkonsum im Jahr 2020 in der EU 121 Millionen Tonnen CO₂e emittiert. Das sind 270kg Treibhausgase pro Person (EEA 2022).

Was ist nachhaltigerer Konsum?

Durch die Globalisierung, den Technologiefortschritt, die Etablierung von Online-Shopping und einen in den industrialisierten Ländern verbreiteten materiellen Wohlstand haben sich Konsummuster verändert (Frick & Santarius 2019, 40-41; Gossen et al. 2021, 4; Belz & Bilharz, 2007, 21). Es ist heutzutage möglich, jedes Konsumgut weltweit binnen kurzer Zeit zu sich nachhause liefern zu lassen, in einem Supermarkt in Deutschland tropische Früchte zu jeder Jahreszeit zu finden oder über Soziale Medien in Echtzeit zu erfahren, was am anderen Ende der Welt passiert. Auch in der Mobilität, sowie in vielen anderen Bereichen, lassen sich technologische Veränderungen feststellen. Diese Entwicklung geht mit hohen Emissionsausstößen einher, was natürlich auch verheerende Auswirkungen auf Umwelt und Klima hat (Arora, Mishra 2023, 1; Balaji et al. 2022, 4). Nachhaltiger zu konsumieren bedeutet somit in erster Linie, dass klassische, etablierte Konsummuster hinterfragt werden.

Nachhaltig zu konsumieren würde bedeuten, emissionsarm und mit so wenig Impact auf die Umwelt und das Klima wie möglich zu leben. Aber das ist in der heutigen Zeit unter aktuellen Marktbedingungen extrem herausfordernd, wenn nicht sogar unmöglich, da man als Verbraucherin und Verbraucher auf gewisse Bereiche und Prozesse innerhalb der Produktions- und Lieferkette sehr wenig bis keinen Einfluss hat (Balaji et al. 2022, 8). Zudem spielen beim Konsumverhalten verschiedene Komponenten, wie bspw. psychologische Abläufe, die häufig unbewusst geschehen, sowie u.a. soziodemografische, soziale oder kulturelle Gründe eine große Rolle (Steg & Vlek 2009, 311-313; Graves, Roelich 2021, 7-8). Im Rahmen dieser Faktoren kann jedoch ein Konsumhandeln angestrebt werden, das einem Verhalten im Sinne der Nachhaltigkeit und im Rahmen der individuellen Möglichkeiten nahekommt. Wir sprechen hier daher bewusst von einem nachhaltigeren Konsum.

Die Verantwortung einer deutlichen Emissionsreduzierung oder der Bekämpfung des Klimawandels kann jedoch nicht allein auf Individuen übertragen werden kann (Grunwald 2010, 179-180). Unternehmen sind für den größten Teil an Treibhausgasemissionen verantwortlich (Gözlügöl, A., Ringe, W.G. 2022, 2). Trotzdem braucht es ebenfalls den Beitrag von Verbraucherinnen und Verbrauchern für eine nachhaltige Transformation (Balaji et al. 2022, 4).

Rethink, refuse, reduce, reuse, recycle

Ein guter Ansatz, um Konsummuster zu hinterfragen, ist es, sich am Konzept der Kreislaufwirtschaft zu orientieren. Nach dem Motto „rethink, refuse, reduce, reuse, recycle“ (Holzinger 2020, 210-211), soll der Einsatz von Rohstoffen und die Weiterverarbeitung zu Gütern möglichst reduziert werden und ressourcenschonend erfolgen (UBA 2020, 16). Wertstoffe und somit auch Produkte sollen so lange wie möglich in Benutzung bleiben. Wenn die Lebensdauer ein Ende erreicht, sollen die Wertstoffe so gut wie möglich recycelt statt energetisch verwertet oder deponiert zu werden (UBA, 2020 17; Holzinger 2020, 196). Ziel ist es, die wertvollen Rohstoffe weiter im Stoffkreislauf zu behalten, um so den Energie- und Ressourcenverbrauch, das Abfallaufkommen und den Schadstoffausstoß soweit es geht zu minimieren (UBA 2020, 16, 24; Holzinger 2020, 196). Die Nachhaltigkeit eines Produktes lässt sich auch anhand der Nutzungsphase bewerten. Die Länge, die ausreichende, korrekte Nutzung sowie die Pflege eines Produktes können einen bedeutenden Einfluss auf die Umweltbilanz eines Produktes haben. Die Herstellungsphase eines Smartphones bspw. macht mit 48kg CO₂e den größten Teil des ökologischen Fußabdruckes des Handys aus. Der Teil, der die Nutzungsphase des Smartphones von drei Jahren ausmacht, ist mit 7 kg CO₂e allerdings relativ gering. Daher ist der Weitergebrauch des Smartphones oder der Kauf eines gebrauchten im Vergleich zu einem Neukauf die nachhaltigere Lösung (Furchheim et al. 2023, 10-11).

Wenn sich Verbraucherinnen oder Verbraucher also entscheiden, dass sie ein Produkt nicht mehr benutzen und haben möchten, sollten sie, im Sinne der Kreislaufwirtschaft, das Produkt weitergeben, um es weiterhin im ‚Loop‘ zu halten. Das kann entweder über einen Verkauf, ein Ausleihen, ein Verschenken

oder Spenden geschehen. Wenn es nicht möglich ist, die weitere Nutzung des Produktes sicherzustellen, kommt der letzte Schritt ins Spiel: Recycling. Dieser Schritt ist entscheidend, um wertvolle Ressourcen nicht einfach zu verlieren, sondern weiter zu nutzen und so im Stoffkreislauf zu behalten. Umgekehrt gilt das gleiche wenn Verbraucherinnen und Verbraucher ein Produkt beziehen möchten. Im Sinne der Kreislaufwirtschaft wäre es die beste Lösung, ein bereits vorhandenes Produkt Second-Hand (Flohmarkt, Vinted, Verkaufsportale, Refurbished, usw.) zu erwerben. Die Preise für solche Produkte sind häufig günstiger als Neupreise, z.T. sind sie sogar umsonst. Dieser Weg weist also auch einen finanziellen Vorteil auf. Eine gute Alternative ist es, ebenfalls Produkte, wenn diese nur für wenige Gebräuche gedacht sind und wenn es möglich ist, zu teilen bzw. auszuleihen. Hierfür kann bspw. in der Nachbarschaft nach Küchenutensilien oder Elektrogeräte gefragt werden, Baumärkte bieten z. T. einen Leihservice für Geräte und Maschinen an oder es kann Car- bzw. (E-)Bike-Sharing genutzt werden.

Auch die Nutzung von Dienstleistungen, bspw. im Bereich Energie oder Mobilität, hat einen Einfluss auf die Umwelt (Belz & Bilharz, 2007, 22; Balaji et al. 2022, 4). Aber auch hier gibt es Wege um deren Nutzung nachhaltiger zu gestalten. Bei Dienstleistungen wird der Fokus auf den Handlungsansatz ‚reduce‘, also Reduzierung, gelegt. In den unterschiedlichen Bereichen kann das Konsummuster hinterfragt werden, indem man das Augenmerk auf die Verbrauchsdauer legt. So kann z.B. während dem Zähneputzen oder beim Auftragen von Shampoo oder Haarspülung, das Wasser ausgeschaltet und nur bei tatsächlichem Gebrauch bezogen werden. Andere Beispiele sind das Ausschalten von Licht, wenn man sich nicht in dem Raum befindet, Geräte nicht auf Standby-Modus laufen zu lassen, sondern auszuschalten oder bei Nichtgebrauch den Stecker von der Steckdose ziehen.

Allerdings kann nicht nur ein reduzierter Konsum zu einem nachhaltigeren Leben beitragen, sondern auch die Entscheidung für eine umweltfreundlichere Option der Dienstleistung im Rahmen der individuellen Möglichkeiten (UBA 2020, 25). Der Wechsel hin zu einem echten Ökostromvertrag oder eine Strecke zu Fuß, mit dem Fahrrad oder mit der Bahn statt mit dem Auto oder Flugzeug zu fahren, sind Beispiele dafür.



Literaturverzeichnis

- Arora, N. K., Mishra, I. (2023) Responsible consumption and production: a roadmap to sustainable development, in: *Environmental Sustainability*, 2023, 1-6.
- Balaji, M.S., Jiang, Y., Bhattacharyya, J., et al. (2022): An Introduction to Socially Responsible Sustainable Consumption: Issues and Challenges, in: Bhattacharyya, J., et al. (Hrsg.), *Socially Consumption and Marketing in Practice*, Singapur: Springer Nature Singapore Pte Ltd., S. 3-14.
- Baldin, M., Sinning, H. (2019): Transformationshemmnisse und -treiber für nachhaltigen Konsum in der Wohnungswirtschaft, in: Sinning, H., Spars, G. (Hrsg.), *Sharing-ansätze für Wohnen und Quartier. Nachhaltigkeitstransformation, kollaborative Konsummodelle und Wohnungswirtschaft*, Stuttgart: Fraunhofer IRB Verlag, S. 89-118.
- Belz, F., Bilharz, (2007): Nachhaltiger Konsum, geteilte Verantwortung und Verbraucherpolitik: Grundlagen, in: Frank-Martin Belz, Georg Karg, Dieter Witt (Hrsg.), *Nachhaltiger Konsum und Verbraucherpolitik im 21. Jahrhundert*, Marburg: Metropolis-Verlag, S. 21-52.
- De Laurentiis, V, Mancini, L, Casonato, et al. (2023): Setting the scene for an EU initiative on food waste reduction targets - Outcomes of consultation activities and analysis of efforts on food waste reduction, Luxembourg: Publication Office of the European Union.
- European Environment Agency (2022): Textiles and the environment: the role of design in Europe's circular economy. URL: <https://www.eea.europa.eu/publications/textiles-and-the-environment-the/textiles-and-the-environment-the> (17.08.2023).
- Europäisches Parlament (2020): Umweltauswirkungen von Textilproduktion und -abfällen. URL: https://www.europarl.europa.eu/news/de/headlines/society/20201208STO93327/umweltauswirkungen-von-textilproduktion-und-abfaellen-infografik?at_campaign=20234-Economy&at_medium=Google_Ads&at_platform=Search&at_creation=DSA&at_goal=TR_G&at_audience=&at_topic=Recycling&gclid=EAlaIqobChMI6ZqH6pjjgAMVgg-GLCh0R3w23EAAYASAAEgIm_fD_BwE (17.08.2023).
- Frick, V., Santarius, T. (2019): Smarte Konsumwende? Chancen und Grenzen der Digitalisierung für den nachhaltigen Konsum, in: Hübner, R., Schmon, B. (Hrsg.), *Das transformative Potenzial von Konsum zwischen Nachhaltigkeit und Digitalisierung. Kritische Verbraucherforschung*, Wiesbaden: Nature, S. 37-58.
- Furchheim, P., Heierli, R., Stallone, V., et al. (2023): Swiss Sustainable Consumption Study 2022. Befragung zum Stand von nachhaltigem Konsum in der Schweiz. Eine Studie des Instituts für Marketing Management., ZHAW School of Management and Law (Hrsg.).
- Gossen, M., Rohde, F., Santarius, T. (2021): A Marriage Story of Digitalisation and Sustainability?, in: *Ökologisches Wirtschaften*, 36(1), S. 4-8.
- Gözlügöl, A. A., Ringe, W.G. (2022): Private Companies: The Missing Link on The Path to Net Zero, LawFin Working Paper, No. 38, Goethe University, Center for Advanced Studies on the Foundations of Law and Finance (LawFin), Frankfurt a. M., 1-66.
- Graves, C., Roelich, K. (2021): Psychological Barriers to Pro-Environmental Behaviour Change: A Review of Meat Consumption Behaviours, in: *Sustainability*, 11582(13), 1-18.
- Grunwald, A. (2010): Wider die Privatisierung der Nachhaltigkeit. Warum ökologisch korrekter Konsum die Umwelt nicht retten kann, in: *GAIA* 19(3), S. 178-182.

Hermanussen, H., Loy, J., Egamberdiev, B. (2022): Determinants of Food Waste from Household Food consumption: A Case Study from Field Survey in Germany, in: Int. Journal of Environmental Research and Public Health, 14253(19), S. 1-22.

Holzinger, H. (2020): Mehr Effizienz allein reicht nicht. Potenziale und Grenzen von Kreislaufwirtschaft, in: Eisenriegler, S. (Hrsg.): Kreislaufwirtschaft in der EU, Wiesbaden: Springer Nature, S. 195-216.

De Hooge, I. E. (2022): Promoting the Imperfect: Marketing Strategies to Reduce Product Waste, in: Kelly, C., Kemper, J., Rutten, E. (Hrsg.): Imperfections. Studies in Mistakes, Flaws, and Failures, New York: Bloomsbury, S. 103-128.

Öko-Institut e.V. (2020): Digitaler CO2-Fußabdruck. Datensammlung zur Abschätzung von Herstellungsaufwand, Energieverbrauch und Nutzung digitaler Endgeräte und Dienste. Im Auftrag des BUND. URL: <https://www.oeko.de/fileadmin/oekodoc/Digitaler-CO2-Fussabdruck.pdf> (08.08.2023).

Steg, L., Vlek, C. (2009): Encouraging pro-environmental behavior: An integrative review and research agenda, in: Journal of Environmental Psychology, 29, S. 309-317.

Tretter, F., Reichel, C., Gaugler, T., Runst, U. (2020): Digitalisierung und Nachhaltigkeit: humanökologische Aspekte, in: Digitisation and sustainability: human-ecological aspects, GAIA 29/2, S. 132-133.

Umweltbundesamt (Hrsg.) (2020): Leitsätze einer Kreislaufwirtschaft. URL: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2020_04_27_leitlinie_kreislaufwirtschaft_bf.pdf (04.08.2023).

Umweltbundesamt (Hrsg.) (2022): Wohnfläche. URL: <https://www.umweltbundesamt.de/daten/private-haushalte-konsum/wohnen/wohnflaeche#folgen-der-flachennutzung-durch-wohnen-fur-die-umwelt> (08.08.2023)

Stand: August 2023



Deutsche Umwelthilfe e.V.

Bundesgeschäftsstelle Radolfzell
Fritz-Reichle-Ring 4
78315 Radolfzell
Tel.: 0 77 32 9995-0

Bundesgeschäftsstelle Berlin
Hackescher Markt 4
Eingang: Neue Promenade 3
10178 Berlin
Tel.: 030 2400867-0

Ansprechpartnerinnen

Agnes Sauter
Leiterin ökologische Marktüberwachung
E-Mail: sauter@duh.de

Josefina Massaglia
Projektassistentin
ökologische Marktüberwachung
E-Mail: massaglia@duh.de

www.duh.de info@duh.de [umwelthilfe](https://www.duh.de)

Wir halten Sie auf dem Laufenden: www.duh.de/newsletter-abo

Die Deutsche Umwelthilfe e.V. ist als gemeinnützige Umwelt- und Verbraucherschutzorganisation anerkannt. Wir sind unabhängig, klageberechtigt und kämpfen seit über 40 Jahren für den Erhalt von Natur und Artenvielfalt. Bitte unterstützen Sie unsere Arbeit mit Ihrer Spende: www.duh.de/spenden

Transparent gemäß der Initiative Transparente Zivilgesellschaft. Ausgezeichnet mit dem DZI Spenden-Siegel für seriöse Spendenorganisationen.

