

# **Aufruf zur Konsumdemokratie – Gesinnungsjournalismus für nachhaltige Kommunikation und Entwicklung**

## **1. Vorwort : Was ist Sustainable Communication?**

Die beste Erklärung der Wortschöpfung „Sustainability Communications“ erhielt ich von einem Raben namens Jakob in einer Volière in Bayern. Ein Film über das Kommunikationsverhalten von Vögeln in der Balz zeigte ihn, wie er mit dem üblichen Balzgehabe seine Rabenfrau verführen wollte. Allerdings drückte er sich nicht in der gängigen Rabensprache aus, sondern er sagte:

Na, wie geht's? Pack' mer's!

Die Folge seiner „Sustainable Communication“ war deutlich. Eier wurden gelegt, die nächste Generation ausgebrütet und großgezogen.

Meine Begeisterung über den Kommunikationserfolg habe ich mit einem Ornithologen diskutiert, der mich jedoch ernüchterte und sagte: Vergiss den Inhalt. Jakob hätte auch sagen können:

So ein Scheiß. Geht nix!

## **2. Nachhaltige Entwicklung braucht radikales Denken**

Kommunikation ist ein Baustein des Lebens. Sie zielt auf Interaktion und Dialogfähigkeit, „Sustainability Communications“ wiederum zielt auf nachhaltige, grundsätzliche Veränderung im Denken und Handeln.

Radikales Denken ist Voraussetzung für nachhaltige Entwicklung, rationales Handeln ist notwendig. Worte allein genügen nicht. Taten müssen folgen.

In diesem Aufsatz des radikalen Denkens soll es um fünf Schwerpunkte gehen:

- Globalisierung und ihre Folgen
- Nachhaltige Entwicklung
- Gesinnungsjournalismus
- Konsumdemokratie
- Konkrete Maßnahmen

In meinem ersten Teil steht die These im Mittelpunkt, dass eine zukunftsfähige Weltgesellschaft auf einem lebenswerten Planeten nur dann möglich sein wird, wenn eine Gegenbewegung aufgebaut wird, die die negativen Entwicklungen der Globalisierung, wie Gewinnmaximierung um jeden Preis und Machtkonzentration, kompensiert.

Diese Gegenbewegung, so die zweite These, sehe ich in einer Macht, die weltumspannend ist, wenn sie sich ihrer Kräfte erst einmal bewusst wird: dem Konsum. Konsumdemokratie nenne ich daher die Gesellschaftsform, die eine

nachhaltige Entwicklung über die demokratischen Kaufentscheidungen des aufgeklärten Verbrauchers in Gang setzt. Dafür ist an erster Stelle Aufklärung des Verbrauchers nötig: über nachhaltige Entwicklung, über die Machtstrukturen der Wirtschaft und über Produkte und deren sozialen und ökologischen, nicht nur monetären, Wert.

Diese Aufklärung zu leisten ist Aufgabe von Sustainability Communications, denen ich einen modernen „Gesinnungsjournalismus“ für nachhaltige Entwicklung zuordne. In der heutigen Weltinformationsgesellschaft haben Journalisten die größten Möglichkeiten, diese Aufklärung in Verantwortung zu leisten. Sie könnten dem Wachsen einer Konsumdemokratie eine echte Chance geben.

Eine Betrachtung der heutigen Welt nach der Agenda 21 erfordert eine Sichtung der Fakten für die drei Bereiche Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft. Auf die Darstellung der Umweltlage und der zentralen Themen wie Klimaveränderung, Zerstörung der Ökosysteme und Rückgang der Artenvielfalt möchte ich verzichten, weil ich davon ausgehe, dass die Inhalte bekannt sind.

### **3. Globalisierung und ihre Folgen**

Der Fall der Mauer, das Ende des Kalten Krieges war auch das Ende der Machtbegrenzung, das Ende miteinander konkurrierender Systeme, und damit der Anfang unbegrenzter globaler Warenströme, Kapitalströme und – so ist bedauerlich festzustellen – auch der kriminellen Energie.

Innerhalb weniger Jahre ist eine neue Welt entstanden, die das Industriezeitalter ebenso hinter sich gelassen hat, wie den Kommunismus und alte Spielregeln des Umgangs. Wir leben heute in einer Weltinformationsgesellschaft ohne kommunikative Grenzen. Das hat gute und schlechte Seiten. Globalisierung ist Chance und Schicksal.

#### ***Globalisierung ist eine Machtfrage***

Positiv sind der internationale Austausch von Wissen, die Verbreitung gemeinsamer Werte und der Aufbau transnationaler Netzwerke.

Negativ ist die Konzentration der Konzerne und ihrer Macht. Die Selbstregulierung des Marktes funktioniert nicht. Dies zeigen folgende Konzern-Stellungnahmen:

- Auf einem Fachkongress in Stockholm im Juni 1999 hat Nestlé-Chef Brabeck-Letmathe die Position des Konzerns zur Gentechnik bekräftigt. "Nestlés Haltung mit Blick auf die Gentechnik hat sich nicht geändert. Wo gentechnisch modifizierte Rohstoffe zugelassen und vom Verbraucher akzeptiert werden, wird Nestlé sie weiterhin nutzen." Nach einem Bericht der "Lebensmittelzeitung" beklagte Brabeck-Letmathe einen Mangel an Führungswillen politischer Autoritäten, fehlendes Wissen in der Öffentlichkeit und opportunistisches Verhalten in Teilen der Wirtschaft. Er unterstrich die Notwendigkeit, sich in Wirtschaft und Gesellschaft mit der neuen Technologie auseinander zusetzen. Wer

glaube, sein sauberes Heimatland über gesetzliche Regelungen von genetisch modifizierten Organismen freihalten zu können, gebe sich einer Illusion hin.

- John Brock, Geschäftsführer bei Interbrew sagte zur Übernahme der Münchner Spatengruppe im September 2003, wodurch Interbrew zur Nummer 1 auf dem deutschen Biermarkt wurde: „Dies ist genau der richtige Geschäftsabschluss zum richtigen Preis in einem Schlüsselmarkt. Deutschland ist der drittgrößte Biermarkt der Welt und befindet sich in einer Konsolidierungsphase. Seit 2001 hat Interbrew eine führende Präsenz in diesem Markt aufgebaut und beständig die Volumina, Margen und Kapitalrendite erhöht.“
- Der Text einer Großanzeige von RWE lautet: „RWE Multi Utility eröffnet faszinierende Perspektiven für alle, die von der Zukunft der Energie mehr erwarten als nur günstige Strompreise. Unsere Kunden profitieren von unserem einzigartigen Komplettangebot - Strom, Gas, Wasser, Öl, Kohle, Dienstleistungen - künftig in ganz neuer Weise.“ Hier soll, wie BUND-Mitglied Ulrich Mohr richtig feststellte, nach dem Willen des Konzerns „ein Staat im Staate“ entstehen, nur eben ohne demokratische Kontrollmöglichkeiten durch Parlament oder Bürger und mit einem ungeheueren Lobbydruck.

Diese Konzerne sprechen vom Markt und meinen Macht - sie sagen Freiheit und meinen Profit - sie sagen weniger Staat und meinen weniger Demokratie. Ein weiteres Beispiel:

Aufgrund einer Indiskretion ist Ende 1997 in letzter Minute ein multilaterales Investitionsabkommen geplatzt, das eine Runde von führenden Wirtschafts- und Gewerkschaftsvertretern und Vertretern der 29 führenden Industrienationen innerhalb der Organisation für Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) im Geheimen ausgearbeitet hatte. Konzerne ausgewählter Länder hatten in dem Vertragsvorschlag, der als M.A.I.-Vertrag (Multilateral Agreement on Investment) bekannt wurde, gefordert, dass transnationale Unternehmen einen legalen Status wie Nationalstaaten bekommen sollten, dass Konzerne das Recht erhalten sollten, Staaten zu verklagen und dass die Deregulierung in Nationalstaaten zur Privatisierung von Unternehmen voran schreitet.

Es darf mit dem Ziel „Nachhaltige Entwicklung“ nicht um „staatlich oder privat“ gehen, sondern um „überlebensfähig und nachhaltig“. Die Konzentration des Kapitals ist nicht nachhaltig. Heute besitzen rund 500 Dollar-Milliardäre mehr Geld als die ärmsten 80 Länder der Erde. Die Polarisierung in Arm und Reich steigt. Auch in Deutschland entwickeln wir uns zu einer Zweiklassen-Gesellschaft: Ein Drittel der Bevölkerung besitzt rund 90 % des Volksvermögens.

Dies zeigt, dass die Konzentration von Kapital auf der Welt für die Agenda-Ziele der Erhaltung der natürlichen Lebensgrundlagen, der Schaffung von Arbeit und sozialer Gerechtigkeit nicht förderlich ist.

Seit dem Zusammenbruch der UdSSR ist die USA die einzig verbliebene Weltmacht, die durch ihr militärisches und wirtschaftliches Potenzial den Gipfel ihrer

Machtausweitung erreicht hat. Die USA haben 1,5 Millionen Soldaten weltweit auf 52 % der Erdoberfläche stationiert, auf der 60 % der Bevölkerung leben.

Im Medienmarkt sind die USA seit Jahren führend und weltweit einflussreich. Ihre aktuellen Bemühungen, im Markt der Lebensmittel Europa über die WTO zu verklagen und zu erzwingen, dass genmanipulierte Pflanzen eingeführt werden dürfen, sind beängstigend. Wenn dies eintritt, so befürchten Experten, wird dies das Ende des ökologischen Landbaus sein. Eine weitere kritische Entwicklung ist die Privatisierung der Wasserwirtschaft, die von den USA und Großkonzernen aller Länder forciert wird.

### ***Weltweite Sicherheit braucht Gerechtigkeit***

Dennoch: Die Frage der globalisierten Ausbeutung von Natur und Mensch ist kein USA-Problem. Sie ist ein Problem, das die Weltgesellschaft akut betrifft und das sie in Form eines globalisierten Terrorismus unmittelbar zu spüren bekommt. Seit dem Anschlag vom 9. September 2001 ist die Gefahr internationaler Gewalt und auch entstaatlichter Kriege quer durch alle Länder deutlich größer geworden.

Sicherheit und weltweiter Frieden aber sind nur durch mehr Gerechtigkeit zu erzielen, durch Demokratisierung und ein Zusammenkommen der Völker. Allerdings will gerade die Weltmacht USA, die am meisten bewirken könnte, diesen Weg nicht gehen. Die bekannte Rede von Präsident George W. Bush nach dem 11. September war eine demokratiefeindliche Rede, die den Anspruch auf Weltherrschaft verdeutlicht hat: „Jede Nation der Welt muss jetzt eine Entscheidung treffen. Entweder ist sie für uns oder sie ist gegen uns.“

Die eskalierende, unregelte Globalisierung untergräbt die demokratische Kontrolle von Nationalstaaten. Altbundespräsident Roman Herzog hat deshalb weltweite Regeln für den Wettbewerb gefordert. Er sagte: „Wir brauchen soziale und ökologische Leitplanken für den Welthandel.“ Ich würde dem gerne hinzufügen: und vor allem müssen wir die Agenda 21 konsequent umsetzen.

Besteht Hoffnung, das zu schaffen? Ich denke, ja! Erstens wird nicht alles schlechter, sondern alles nur anders, und zweitens liegt in jeder Krise eine Chance. Es kann sogar sein, dass die Geburt neuer Chancen ungewollt erfolgt. So ist es durchaus möglich, dass die vorwiegend positive, durch den Wahlkampf beeinflusste Bundeskanzler-Entscheidung gegen den Irak-Krieg den Grundstein für ein engeres Zusammenrücken Europas, und damit für eine neue bipolare Welt gelegt hat.

### ***Für ein Europa der Regionen***

Was würde die Auferstehung des „alten“ Europa mit neuen Werten denn bedeuten? Ein Europa, das sich auf seine Jahrtausend alte Kultur besinnt, auf seine gewachsenen Kulturlandschaften, auf seine Vielfalt von Lebensformen, auf sein Potenzial unterschiedlicher Unternehmen und unterschiedlicher Produkte? Wenn ein solches Europa den zukunftsfähigen Weg der nachhaltigen Entwicklung erkennt, kann es Hoffnung in die Welt bringen.

Ich bin der festen Überzeugung, dass als Gegenpol zur Globalisierung großer Konzerne eine Renaissance der Regionen kommen wird. Die Rückkehr zur Region in Deutschland nach dem Motto „Aus der Region – für die Region“ ist seit Jahren erfolgreich. Ein „Europa der Regionen“ muss nicht erfunden und gefordert werden, es ist auf dem Weg.

Meine Vision vom „alten neuen“ Europa ist ein Kontinent der kulturellen Vielfalt, der wirtschaftlichen Stabilität durch Diversität der Unternehmen. Ein Impulsmotor für eine neue Friedenspolitik, eine neue Finanzpolitik und damit auch für eine Erneuerung der Machtorientierung. Ein Europa der Regionen sollte eine nachhaltige Welt der Regionen fordern.

#### **4. Nachhaltige Entwicklung**

Das Konzept der Nachhaltigkeit ist kein Entwurf der Neuzeit. Es ist ein Weltkulturerbe. Alle vormodernen Kulturen waren Hochkulturen der Nachhaltigkeit. Nachhaltiger Umgang mit der Natur war Lebensgrundlage.

Dies zeigt eine der schönsten Beschreibungen von Nachhaltigkeit, die ein Indianerstamm mit dem wohl längsten Seenamen der Welt erschuf:

„Manchau gagog changau gagog chaugo gagog amaug“

Das bedeutet: Wir fischen auf unserer Seite, Ihr fischt auf Eurer Seite, und niemand fischt in der Mitte!

Die Kenntnis von Nachhaltigkeit in unserer Gesellschaft ist ziemlich dürftig: Über 90 Prozent der deutschen Bevölkerung finden sie gut, jedoch konnten im Jahr 2000 bei einer Umfrage des Umweltbundesamtes nur rund 13 Prozent der Bürger beschreiben, was sie darunter verstehen.

Die Agenda 21 setzt sich das Ziel, eine nachhaltige Entwicklung zu schaffen mit größtmöglicher Dauer für die größtmögliche Zahl der Menschen. Sie strebt an, die Natur zu erhalten, Arbeit zu schaffen, Gerechtigkeit zu sichern. Diese Punkte gilt es zu vermitteln.

Die Agenda 21 ist die moderne Bibel der Weltgesellschaft. Sie ist schwerer zu verkraften als die Bibel, denn sie liest sich wie Lebertran schmeckt. Allerdings sind ihre Richtlinien von unschätzbarem Wert: Sie ist eine Fahrkarte zur globalen Demokratie, ein Freibrief für die Bürgereinbindung. Sie fordert regionale Lösungen für globale Zukunftssicherung.

Unter den vielen Ansätzen und Möglichkeiten zur Erfüllung der Agenda 21 sind zwei besonders erwähnenswert. Der Ansatz von Amory B. Lovins, der vorschlägt, den „konventionellen Kapitalismus“ durch „Naturkapitalismus“ abzulösen, und zwar mit der Begründung, dass das Kapital der Natur substanzieller und nachhaltiger ist für unser Überleben als das Kapital der Wirtschaft und die Geldreserven der Weltbank. Er ist dafür, vier Prinzipien zu verfolgen:

- das Prinzip der sparsamen Ressourcennutzung
- das Prinzip der Produktionsorientierung nach der Natur
- das Prinzip der Reinvestition in die Natur und
- das Prinzip der Nutzung von Dienstleistungsangeboten anstelle des Kaufs von Produkten

Es gibt hervorragende Fallbeispiele für alle Prinzipien. Für das erste steht ein bekanntes Beispiel aus dem Bereich Bauen und Wohnen, nämlich Niedrigenergie-Häuser. Diese sind ein großer ökologischer Fortschritt ohne Verzicht auf Komfort. Für das zweite kann die Abfallwirtschaft genannt werden: statt Müllverbrennung Wiederverwertung und Kreislaufwirtschaft. Das dritte Prinzip wird bestens in der ökologischen Landwirtschaft praktiziert. Für das vierte Prinzip steht z.B. Car-Sharing oder das Konzept für Teppichleasing statt Teppichkauf, das der weltweit größte Teppichhersteller Interface umgesetzt hat, wodurch eine deutliche Einsparung von Rohstoffen pro Quadratmeter Teppich erzielt wird.

Ein zweiter wegweisender Ansatz kommt von Hermann Scheer. Er definiert in seinem Buch „Solare Weltwirtschaft“ eine nachhaltige Gesamtwirtschaft, die Unabhängigkeit vom Öl anstrebt. Um die Umwelt und Demokratie weltweit zu sichern, sieht er den einzigen Weg in einer dezentralen solaren Energieversorgung und Nutzung der solaren Rohstoffe. Bedauerlicherweise, so Scheer, sehe die konventionelle Energiewirtschaft die neuen Quellen der Erkenntnisse in der Energieversorgung immer noch als Fremdkörper an. Dies sei aber zu einem Großteil der Tatsache geschuldet, dass das gesamte gegebene System der Energiebereitstellung verändert werden müsste: weg von komplizierter Technik und Großanlagen hin zu vielen kleinen technisch einfachen Energiegewinnungsanlagen. Das bedeutet aber auch: weg vom nationalen Stromausfall hin zu stabilen regionalen Versorgungsnetzen.

Nachhaltige Entwicklung heißt auch, aus Fehlern zu lernen. Die Menschheit heute verhält sich nicht nachhaltig. Die folgenden Absätze sollen dies an zentralen Stichworten unserer Gesellschaftsform verdeutlichen und vermeintliche Erfolgspositionen in Frage stellen. Ich möchte auch zeigen, dass es überall Perspektiven im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung gibt.

### ***Stichwort Arbeit***

*„Bevor die Weißen kamen, hatten wir Indianer überhaupt keine Arbeitsplätze“  
Ein Indianer Nordamerikas*

In modernen Gesellschaften ist bezahlte Arbeit überlebens-notwendig: Der Mensch braucht ein Einkommen für Nahrung, Kleidung und ein Dach über dem Kopf. Doch weltweit steigt die Produktivität und mit ihr die negativen Auswirkungen auf Natur und Gesellschaft.

Prof. Ralf Dahrendorf sieht die Zukunft der Arbeit so: „Der Arbeitsgesellschaft geht die Arbeit aus.“ Weltweit nehmen die Arbeitslosenzahlen zu. Nach Angaben internationaler Arbeitsorganisationen ist ein Drittel der Erwerbsfähigen, eine Milliarde Menschen, arbeitslos oder unterbeschäftigt.

Der Weg in eine nachhaltige Welt und menschenwürdige Zukunft fordert eine Neudefinition von Arbeit und neue Wege. Zum Beispiel:

- Politische Anerkennung gesellschaftlich wertvoller Arbeiten  
Neben die bezahlte Erwerbsarbeit gleichberechtigt unbezahlte Eigenarbeit stellen, zum Beispiel für den Anbau von Nahrungsmitteln, das Sanieren von Wohnungen oder die nachbarschaftliche Sozialhilfe.
- Wirtschaftliche Existenz sichern  
Eine Existenzsicherung in der gesamten Gesellschaft durchsetzen, wie Erich Kitzmüller fordert – durch ein Grundeinkommen, das von der persönlichen Erwerbsarbeit abgekoppelt ist.
- Regionale Arbeitskreisläufe stärken  
Erfolgversprechend kann der Aufbau von Tauschringen sein, von regionalen Arbeitskreisläufen der gegenseitigen Hilfe ohne Bezahlung.

### ***Stichwort Mobilität***

*„Es war nicht böse Absicht, es war schlimmer als das, es war Dummheit“,  
Talleyrand*

Moderne Industriegesellschaften sind mobil und müssen mobil bleiben. Es geht darum, Menschen und Güter von einem Ort zum anderen zu bringen, möglichst sicher und umweltschonend. Mobilität bedeutet demnach nicht zwangsläufig Autofahren.

500 Millionen Fahrzeuge soll es auf der Erde geben. Nehmen wir an, dass nur ein Fünftel der rund 500 Millionen ständig in Bewegung ist, dann verpuffen in jeder Sekunde 100 Millionen Motoren Abgase in die Atmosphäre. Die Atmosphäre jedoch ist eine „begrenzte Größe“, ein „geschlossener Raum“. Dass der Einfluss der Abgase in diesem Raum ungemütlich wird, stellen wir an Klimaverschiebungen, dem Waldsterben, dem Ozonloch usw. fest.

Jedoch anstatt gegenzusteuern, wird der alte Tanz um das „Goldene Kalb“ neu aufgelegt, werden auf der IAA 350.000 Euro-Limousinen, die locker über 300 km/h erreichen, vorgestellt.

### ***Stichwort Dienstleistungen***

An dieser Stelle möchte ich nicht auf das Problem der Alterspyramide und nicht auf die Zustände in Pflegeheimen eingehen. Ich möchte nur darauf hinweisen, dass sich die geringe Wertschätzung der in diesen Heimen arbeitenden Menschen in der unwürdig niedrigen Bezahlung niederschlägt. Es ist sehr unverständlich, dass sich eine der reichsten Gesellschaften der Welt nicht für eine würdige Betreuung seiner alten Menschen einsetzt.

Neue radikale Denk- und Lösungsansätze sind auch für die Aufwertung und faire Finanzierung der beiden wichtigsten Berufe notwendig: der Beruf der Mutter und Hausfrau und der Beruf des Landwirts.

Auch in diesem Bereich müssen wir radikal nachdenken und neue Modelle entwickeln. Es ist ja nicht weniger Geld da, es ist nur nicht mehr da, wo es war – es findet sich in anderen Taschen.

### ***Stichwort Konsum***

*„Wir kaufen Dinge, die wir nicht brauchen, von Geld, das wir nicht haben, um Leute zu beeindrucken, die wir nicht leiden können.“ Rudolf L. Schreiber*

20 % der Weltbevölkerung verbrauchen etwa 80 % der Weltressourcen. Von 1950 – 1999 hat sich der Konsum versechsfacht. Mehr als die Hälfte des Bruttosozialprodukts wird in Deutschland für den privaten Konsum aufgewendet. Er ist der mächtigste Faktor marktwirtschaftlich orientierter Demokratien.

Die Konflikte, die einer nachhaltigen Entwicklung entgegenstehen, liegen nicht im Mangel, die meisten materiellen Bedürfnisse der Konsumenten sind längst befriedigt. Die Probleme, die sich heute abzeichnen, liegen im Übermaß des Konsums. Konsum ist eine volkswirtschaftliche Pflicht. Folglich wird bei zunehmender Rezession der Verbraucher schuldig gesprochen, weil er sich in seinem Kaufverhalten zurückhält. Im Hinblick auf nachhaltige Entwicklung heißt das:

- Der Druck von Seiten der Regierung, mehr zu konsumieren, ist aus Sicht einer nachhaltigen Entwicklung Konsumzwang.
- Der Druck durch Werbung zum Kauf von Produkten, rund 3000 Kaufimpulse pro Tag, ist psychologischer Konsumzwang.
- Das Einatmen von verschmutzter Luft, verlärmte Wohngebiete, hässliche Architektur – das ist erzwungener Konsum.

Ein realistischer Ansatz zur Veränderung der Konsumeinstellung wäre eine neue Definition des Bruttosozialprodukts. Im Moment werden darin auch solche Faktoren positiv bewertet, die sich ganzheitlich gesehen negativ auf die Entwicklung der Lebensqualität auswirken: z.B. mehr Autos, die jedoch mehr Autobahnen und auch mehr Autounfälle verursachen.

Das Bruttosozialprodukt sollte zum Ökosozialprodukt gewandelt werden, oder noch besser, zum Agenda 21-Sozialprodukt. Es sollte neben all den wirtschaftlichen Daten auch Zufriedenheit, Geborgenheit, Sinnstiftung und Persönlichkeitsentwicklung bewerten. Das wäre nachhaltig und zukunftsfähig.

### ***Stichwort Bedürfnisse***



*„Wir haben die Fähigkeit verloren, uns über etwas zu freuen, was nichts kostet.“  
Erich Fromm*

Es ist nicht zu leugnen, dass unsere persönliche Identität im Laufe der Entwicklung unentwerrbar mit unserem Kaufverhalten verbunden ist, mit der Frage, was wir und wo wir es kaufen. Konsum steht häufig als Ersatz für unbefriedigte seelische Bedürfnisse, für das Verdrängen von Ängsten und als Substitut für Demokratie, weil der Bürger in seiner politischen Dimension weniger wichtig erscheint als in seiner wirtschaftlichen, als Triebfeder für eine starke Wirtschaft.

Carl Améry findet, dass die Deutungshoheit für das Leben von der Kirche auf den Konsum übergegangen ist. Etwas kaufen zu können, ist für ihn jedoch ein zu niedriger Anspruch für das Leben. Die Formel „Ich kaufe, also bin ich“ reicht für ihn nicht.

Nach Abraham Maslow hat der Mensch eine klare Bedürfnispyramide, die für seinen Konsum ausschlaggebend ist. An der Basis sind die Grundbedürfnisse wie Durst, Hunger, Schlaf. Sie werden ergänzt durch die Bedürfnisse nach Wohnen, Anerkennung bis zur Selbstverwirklichung durch Kreativität.

Eine Gesellschaft, die die Bedürfnisse ihrer Bürger ernst nimmt, müsste theoretisch auf der ganzen Bandbreite ihre Befriedigung sicherstellen. Dafür müssen Antworten auf zwei Fragen gefunden werden:

- Was braucht der Mensch?
- Was will der Mensch?

Das sollte der Bürger in freiheitlichen Strukturen selbst entscheiden. Doch aus Verantwortung für eine nachhaltige Entwicklung stellt sich noch eine dritte Frage

- Was darf der Mensch haben?

Die letzte Frage zielt auf eine nachhaltige Neuorientierung zwischen Marktwirtschaft und Planwirtschaft. Dabei sind zwei Feststellungen zu machen:

**Erstens:** Auf einer begrenzten Welt gibt es kein unbegrenztes Wachstum und keine grenzenlose Befriedigung aller Bedürfnisse mit materiellen Produkten, die nicht erneuerbare Ressourcen verbrauchen und damit langfristig die Lebensgrundlagen gefährden.

**Zweitens:** Obwohl unsere Wirtschaft nach dem Krieg das Bruttosozialprodukt gesteigert hat, werden die elementaren Bedürfnisse der Menschen nicht befriedigt.

Diese Bedürfnisse sind:

- intakte Umwelt
- gesunde Nahrungsmittel
- sicherer Arbeitsplatz
- Geborgenheit im Alter
- eine lebenswerte Zukunft.

Auch andere immaterielle Grundbedürfnisse wie Anerkennung, Individualität und Freiheit zählen hier dazu, wie Erhard Eppler in seinem Buch: „Was braucht der Mensch?“ feststellt.

Immerhin bestätigen vergleichende empirische internationale Studien zur Lebenszufriedenheit in armen und reichen Ländern, dass die Gleichung Konsum = Glück nicht so einfach aufgeht. Sie wird sogar widerlegt, denn die meisten der echten, tiefen Grundbedürfnisse sind durch Kauf nicht zu befriedigen.

### ***Was darf der Mensch haben?***

Nachhaltiger Konsum und nachhaltige Kommunikation sollten deswegen in das Zentrum Ihres Bemühens auch „Werte“ und nicht nur „Waren“ setzen. Es steht fest, dass es eine nachhaltige Entwicklung nur dann geben kann, wenn wir die Zukunft der Selbstbestimmung innerhalb der Grenzen des Wachstums sehen:

- Wir können nicht mehr verbrauchen als nachwächst.
- Wir können die Umwelt nicht mehr belasten als sie sich regeneriert.
- Wir dürfen nicht zu Lasten anderer leben.

Um dies zu vermitteln und einen nachhaltigen Konsum einzuleiten, sind Informationsbarrieren durch wahrheitsgemäße Kommunikation und durch innovative Produkte abzubauen. Z.B. Beispiel im Personennahverkehr. Öffentliche Verkehrsmittel zu benutzen ist umweltgerechtes Verhalten, das aber nach den Erfahrungen und dem Empfinden vieler Verbraucher mit mehr Zeit-, Preis- und Kraftaufwand verbunden ist. Solche Nutzungsbarrieren sollten durch die Verbesserung des Produktes, also einen ansprechenden, funktionierenden Personennahverkehr und durch die ehrliche Kommunikation der dafür notwendigen Maßnahmen abgebaut werden.

## **5. „Gesinnungsjournalismus“ für nachhaltige Entwicklung**

Kommunikation ist ein nicht wegzudenkendes Prinzip moderner, marktwirtschaftlich orientierter Demokratien. Für die Kommunikation sind zwei Berufe primär verantwortlich: der Journalist und der Werbemann. Vor allem zum ersten Beruf möchte ich einige Anregungen geben, zum zweiten nur eine kurze Bemerkung:

Das tägliche Dauerfeuer der Werbebotschaften - kein Trainer mehr ohne Adidas auf dem Kragen, kein Boxer mehr ohne Condomi auf dem Rücken - führt bei mir zu einer immer stärkeren Ablehnung der Werbung.

Doch nicht das Messer ist der Mörder. Mit ihm kann man Brötchen schmieren oder töten. Ich halte die Verbreitung von Banalitäten und Unwahrheiten in der Werbung mittlerweile für unerträglich. Werbung muss sich wandeln hin zu wahrheitsgemäßer Kommunikation, sonst wird sie nicht zukunftsfähig sein.

Auf den Beruf des Journalisten möchte ich näher eingehen. Er hat eine historische Bedeutung für die Demokratie. 1848 wurde in der Paulskirche zu Frankfurt zum

ersten Mal die Pressefreiheit als Grundrecht proklamiert. Die Entwicklung der Demokratie und die Entwicklung der Presse mit dem Ziel der Freiheit gingen Hand in Hand. Und es ist immer noch so: Freier Journalismus und seine Qualitätssicherung sind heute noch die Garantien für eine funktionierende Demokratie.

### ***Von der Verantwortung eines Journalistenmenschen***

Der Beruf des Journalisten ist ein Schlüsselberuf mit hoher Verantwortung und klaren Prinzipien.

Ein Prinzip, das heute mehr denn je diskutiert wird, ist die Trennung von Redaktion und Wirtschaft. Die klare Grenzziehung zwischen redaktionellem Teil und Veröffentlichungen zu werblichem Zweck ist wichtiger denn je, und auch die Vermischung von Public Relations und journalistischer Berichterstattung halte ich für verwerflich.

Ein zweites Prinzip geht auf die Geburtsstunde des Journalismus zurück. Es ist das Prinzip der Unabhängigkeit von staatlicher Einflussnahme, das von Anbeginn bis heute ein Zeichen journalistischer Qualität ist. Journalisten, die sich im 19. Jahrhundert verdient gemacht hatten, indem sie sich zur Demokratie bekannten, wurden damals als „Gesinnungsjournalisten“ bezeichnet. Der Begriff Gesinnungsjournalismus ist heute zweideutig. In der Geburtsstunde positiv besetzt, haftete ihm später der Makel des Opportunismus an: „Wes Brot ich ess, des Lied ich sing“.

Unter modernem „Gesinnungsjournalismus“ verstehe ich eine nachhaltig orientierte Berichterstattung durch fähige Journalisten, die in der publizistischen Daueraufgabe der komplexen Vermittlung von Wissen für Nachhaltigkeit eine Herausforderung sehen.

Es geht dabei nicht nur um die Vermittlung von Faktenkompetenz, sondern um „Gestaltungskompetenz“, wie Gerhard de Haan in seinem Aufsatz im ‚Wegweiser für ein zukunftsfähiges Deutschland‘ betont: „[...] also um die Fähigkeit, aktiv an der Veränderung gesellschaftlicher Prozesse mitzuwirken.“ Der viel zitierte „Otto Normalverbraucher“ ist nicht in der Lage, die Komplexität der Themen zu erfassen und die konsequenten Schlüsse daraus zu ziehen. In einer Umfrage der Universität Hohenheim 2003 antworteten 90 Prozent der befragten Chefredakteure deutscher Tageszeitungen, dass das Profil der Zeitungen dahin gehen müsse, mehr die Konsequenzen von Entwicklungen zu erklären als nur Ereignisse zu referieren. Es ist deswegen wichtig, dass Journalisten für die Aufgabe ausgebildet werden und die Verantwortung entwickeln, die Themen zu sichten, zu bewerten und Empfehlungen abzugeben.

In Deutschland gibt es heute rund 70 000 Journalisten, davon sind rund 50 000 angestellt und 20 000 Freiberufler. Sie sollten die historischen Leitbilder des Berufes als „Advokaten der Menschheit“ weiter verfolgen und im Sinne einer europäischen und globalen demokratischen Entwicklung mit Vorbildfunktion und Verantwortung für eine nachhaltige Entwicklung eintreten.

Sie haben in unserer modernen Industriegesellschaft eine Schlüsselaufgabe, deren Funktion von Gutzkow treffend definiert hat: „Die Journalisten sind die Geburtshelfer und Totengräber ihrer Zeit“. Mein Wunsch ist, dass sie Geburtshelfer sind für eine Gesellschaftsform, der ich im Folgenden den Namen Konsumdemokratie geben möchte.

## 6. Aufruf zur Konsumdemokratie

Für eine nachhaltige Entwicklung der Weltgesellschaft gibt es zwei Wege:

- Der erste ist entweder eine machtgestützte Verteilungsdiktatur oder ein Verteilungskampf.
- Der zweite ist eine an den Grenzen der Ökologie orientierte, weltumspannende Konsumdemokratie.

Von beiden Alternativen ist nur die zweite nachhaltig und zukunftsfähig. Sie setzt auf die Weiterentwicklung einer globalen Demokratie mit dem Ziel, ein Weltparlament zu schaffen unter Einbeziehung der Regionen und dem einzelnen Bürger. Um eine solche Vision zu realisieren, sind Eliten und Mehrheiten nötig.

### *Mehr Demokratie wagen*

Für die Bildung der Elite sollten Universitäten Hochburgen des freien und kreativen Denkens sein, Kadenschmieden für Konsumdemokraten und keine Trainingscamps für Konzernsoldaten.

Neben der Elite, die die verantwortungsvolle Position des Wegweisers übernimmt, gibt es die Mehrheit der Bürger, die dem Weg zur Konsumdemokratie folgen soll.

Gemäß Willy Brandts Leitgedanken „mehr Demokratie wagen“ ist eine Fortentwicklung für Nachhaltigkeit nur möglich, wenn wir eine demokratische Fortentwicklung trotz aller Schwierigkeiten voranbringen.

Ernst Ulrich von Weizsäcker ist der festen Überzeugung, dass die klassischen nationalstaatlichen Demokratien überholt sind. Er spricht sich für eine Erneuerung der Demokratie auf internationaler Ebene aus. Konsumdemokratie als Demokratie der Nachhaltigkeit ist der Weg, der zu dieser Ebene führt.

- Konsumdemokratie ist nicht, was die Vereinigten Staaten ehemals als „Bollwerk gegen den Kommunismus“ bezeichneten. Dabei hatten die USA die Erkenntnis genutzt, dass Konsum gerade auch von amerikanischen Produkten eine tragende Rolle bei der Westintegration Deutschlands spielen konnte und damit eine deutlichere Abschottung nach Osten zu erreichen war (vgl. Schindelbeck (2003)).
- Konsumdemokratie bedeutet auch nicht, auf Umweltskandale wie BSE, Schweinepest, Brent Spar und Sandoz mit Konsumverweigerung zu reagieren.

- Sie ist auch nicht die Fortsetzung der Politik, mit Billigpreisen Wähler einzufangen.

Ich verstehe unter Konsumdemokratie die „Auferstehung des mündigen Bürgers“ für eine verantwortliche, dauerhafte Mitarbeit am demokratischen Prozess zum Aufbau einer neuen Weltgesellschaft. Dies ist eine langsame Entwicklung hin zu einem realistischen Machtanspruch für den Bereich, der den Bürgern zusteht, nämlich über zwei Drittel des Bruttosozialprodukts.

Mehr Transparenz tut Not: der Bürger hat ein Recht darauf, zu wissen, wie sich Konzerne entwickeln. Wer weiß schon, dass aus Hoechst Aventis wurde, BP in Deutschland zu ARAL, Mini zu Elf, Elf zur Total-FINA? Die strukturelle Verflechtung von Unternehmen ist fast unüberschaubar geworden.

### ***Siegen lernen für den Fortschritt***

So wie einst „Pressefreiheit und Demokratie“ gemeinsam den Fortschritt ermöglichten, so sehe ich die Allianz des Fortschritts heute in „Konsumentenfreiheit und Konsumdemokratie“. Das heißt für alle: nicht nur Rechte wahrzunehmen, sondern Pflichten zu erfüllen und dafür zu sorgen, dass die Idee, demokratisch zu konsumieren, ihren Niederschlag im Kaufverhalten findet und zum Ziel führt, dass Konsum die dritte Kraft im Land neben Politik und Wirtschaft wird.

Dazu gehört ein Lernprozess: die Erkenntnis, dass Preise, zumal Billigpreise von Discountern, systemvernichtend sind. Sie sagen nicht die ökologische Wahrheit. Sie verschweigen, dass sie nur den Gewinnen der Konzerne dienen und die ökologischen und sozialen Folgen, wie Umweltverschmutzung und Arbeitslosigkeit, der Gesellschaft aufbürden.

Wir brauchen eine Revolution des Kaufverhaltens, eine „Nachhaltigkeitsrevolution“, einen Wandel der Bereitschaft, von schnelllebigem Produktkonsum zu einem - wie es Ludwig Sothmann, erster Vorsitzender des Landesbundes für Vogelschutz in Bayern, ausdrückt - „enkelverträglichem“ Handeln überzugehen, also einem Lebensstil, der anderen Generationen auch eine Chance lässt. Wir sollten als zukünftige Konsumdemokraten unser Selbstwertgefühl aufbauen und nicht nur „besitzen“, sondern besser „leben“ wollen. Werte sollten ausschlaggebend sein und nicht nur Waren.

Dabei kann Konsumdemokratie Spaß machen: beim Kaffeetrinken, beim Weintrinken, beim Brötchen einkaufen, beim Metzger, auf dem Markt, überall, wo man Gutes zu fairen Preisen einkaufen kann.

Ich stimme deshalb mit Professor Ulrich Beck von der Ludwigs-Maximilians Universität München vollkommen überein, wenn er sagt: „Wenn wir von der transnationalen Wirtschaft etwas lernen können, dann ist der Rat einfach: Siegen lernen“!

## 7. Konkrete Maßnahmen: Taten statt Worte

Wie kann eine zukunftsfähige und nachhaltige Konsumdemokratie umgesetzt werden? Es gibt zwar keine endgültige Antwort gibt, aber Beispiele:

Für den Freistaat Bayern realisiert Pro Natur in Unterfranken eine Kampagne zur nachhaltigen Entwicklung. Die Aufgabenstellung ist präzise: Grundwasserschutz. Wegen geringer Niederschlagsmengen und des porösen Untergrundes ohne ausreichende Reinigungskraft haben in Unterfranken nur noch 28 % des Grundwassers Trinkwasserqualität. Statt der ständigen und aufwändigen Aufbereitung des Wassers hat sich die Regierung von Unterfranken für eine beispielhafte Lösung entschieden: die Belastung des Grundwassers vermeiden durch eine nachhaltige Orientierung der Region. Folgende Schritte wollen wir gehen oder sind wir bereits gegangen:

- Die Einbindung der Bürger durch Umfragen und Workshops in die konzeptionelle Arbeit für nachhaltige Entwicklung.
- Information über die Folgewirkungen von Kaufentscheidungen in der und für die Region.
- Eine Broschüre über „Nachhaltige Entwicklung“ in der Region, in der Zusammenhänge und die Möglichkeiten eines nachhaltigen Konsums aufgezeigt werden.
- Initiierung einer „Allianz 21“, indem alle naturorientierten Bürger in der Region über ihre Verbände informiert werden und Angebote bekommen.
- Eine Tauschwährung einführen, den „Werntaler“, wie sie in den 30er Jahren Bürgermeister Guggenberger in Wörgl in Österreich erfolgreich etabliert hat. Heute gibt es in Deutschland bereits rund 80 Tauschwährungen, die funktionieren.
- Produkte aus der Region grundwasserverträglich und ökologisch erzeugen und nicht über den Lebensmittelhandel, sondern nur über das Handwerk vermarkten. Denn die Billigpreisanforderungen des Lebensmittelhandels können besten Qualitätsanforderungen nicht entsprechen.
- Für das regionale Handwerk, also Bäcker, Metzger und die Gastronomie ein Sortiment entwickeln, das es nur lokalgebunden in hoher Qualität zu nachhaltig gerechten Preisen gibt.
- Etablierung eines „Lokal Net“, das eine Vernetzung zwischen Landwirtschaft, Bäckern, Metzgern und Konsumenten vorsieht.
- In Zusammenarbeit mit Wissenschaftlern neue Qualitätskriterien definieren. Recherchen ergaben, dass neue wissenschaftliche Methoden wie Biophotonen- und Isotopenmessung Qualitätskriterien nachweisen können, die bei der Massenproduktion von Produkten und dem Einkauf von Rohstoffen aus aller Welt nicht nachweisbar sind.

- Bildung von Regionalgemeinschaften für die Landwirte.

## 8. Fazit

Seit Galileo Galilei wissen wir, dass die Erde rund ist. Seit Dennis Meadows Bestseller „Grenzen des Wachstums“ wissen wir, dass die Ressourcen der Erde begrenzt sind. Seit Verabschiedung der Agenda 21 in Rio 1992 wissen wir, wohin der Weg führt.

Die Übertragung des Wohlstandsmodells der reichen Länder rund um den Globus ist unmöglich. Die Ressourcen reichen nicht aus. Es erfordert die Regenerationsfähigkeit der Erde und schafft keine Gerechtigkeit. Und fördert deshalb Gewalt und Terrorismus.

Diesem ist Einhalt zu gebieten. Es ist bekannt, dass das Rettende immer mit der Gefahr wächst. Doch es geht nicht ohne neues Denken und nicht ohne Engagement. Jeder von uns - Mann, Frau oder Kind, gleich welcher Hautfarbe, gleich welcher Religion, arm oder reich – muss sich engagieren und eine doppelte Staatsbürgerschaft annehmen. Jeder von uns muss begreifen, dass er ab jetzt zwei Staaten angehört: dem Nationalstaat und dem Weltstaat, der Nationaldemokratie und der Weltdemokratie.

Um diese zu erfassen, brauchen wir „Sustainability Communications“, eine Kommunikation in allen Bereichen, die die große Herausforderung mit kreativen Lösungen annimmt, die Welt als Einheit zu begreifen und dem Weltbürger aufzuzeigen, was der Friedensforscher und Nobelpreisträger Johan Galtung postuliert, nämlich dass:

- die Geschichte als Weltgeschichte zu begreifen ist, nicht als nationale Entwicklung.
- die Geographie als Weltgeographie begriffen werden muss und nicht als Wetterbericht.
- die Welt als 5,6 Milliarden-Weltgesellschaft zu begreifen ist und nicht nur als Stammtisch im Bayerischen Wald.

Für die Verwirklichung dieser Strategie und Ziele gibt es nicht nur die Agenda 21, sondern die Richtlinien für eine demokratische Entwicklung als universelles Konzept durch Beachtung der Menschenrechte. Es kommt darauf an, dass wir die Menschenrechte, die seit 1948 fortgeschrieben wurden, weltweit nachhaltig kommunizieren und umsetzen. Ich glaube daran, dass dieser Weg nur zu einer nachhaltigen Weltgesellschaft der Regionen führen kann. Regionen, die sich auf den harten Weg demokratischer Diskussion begeben, um eine Weltgesellschaft zukunftsfähig zu machen.

Dies ist möglich, muss möglich sein, denn, wie der Berner Pfarrer Kurt Marty schreibt:

„Wo kämen wir hin,  
wenn alle sagten,  
wo kämen wir hin -  
und keiner ginge,  
um einmal zu schauen,  
wohin man käme,  
wenn man ginge“.

Rudolf L. Schreiber  
23.9.2003

Literatur:

De Haan, Gerhard (2002): Vorausschauend, weltoffen, solidarisch und motiviert. In: Wegweiser für ein zukunftsfähiges Deutschland. Hg. v. BUND/Misereor. München: Riemann Verlag, S.228-234.

Eppler, Erhard (2000): Was braucht der Mensch? Vision – Politik im Dienst der Grundbedürfnisse. Frankfurt: Campus.

Galtung, Johan (2000): Die Zukunft der Menschenrechte. Vision – Verständigung zwischen den Kulturen. Frankfurt: Campus.

Schindelbeck, Dirk (2003): Marken, Moden und Kampagnen. Illustrierte deutsche Konsumgeschichte. Darmstadt: Primus-Verlag.