



Initiative für ein Gutes Leben in Verantwortung

Newsletter Nr. 9, Nov./Dez. 2020

Schwerpunkt: Konsum und Regionalwirtschaft

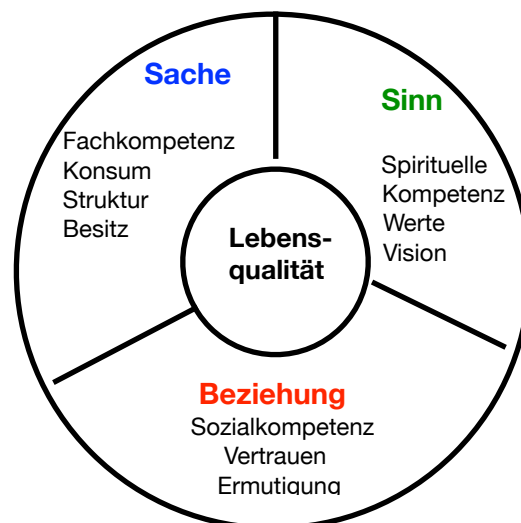
Ziel eines „Guten Lebens in Verantwortung“ ist eine dauerhaft hohe Lebensqualität bei gleichzeitig möglichst reduziertem CO₂-Ausstoß (von gegenwärtig durchschnittlich 10 Tonnen CO₂ pro Person und Jahr auf 3 Tonnen CO₂ bis zum Jahre 2030). Unsere sechs Trümpfe zur Erreichung dieses Ziels sind

- Umstieg auf PV- oder Ökostrom (- 0,5 Tonnen CO₂ pro Person/Jahr)
- möglichst CO₂-neutrale Mobilität (- 2 Tonnen CO₂)
- Heizung mit Ökostrom und Wärmepumpe (- 2 Tonnen CO₂)
- Verzicht auf nicht notwendige Flugreisen (- 1 Tonne CO₂)
- Umstellung auf vegane oder fleischreduzierte Kost (mit Bio-Fleisch) (-0,5 Tonnen CO₂)
- nachhaltiger ressourcensparender Konsum (- 1 Tonne CO₂)

Schwerpunkt dieses Newsletters ist der nachhaltige Konsum mit allem, was damit zusammenhängt. Integriert ist dabei auch die inhaltliche Zusammenfassung des Vortrags bei der Veranstaltung „Durch Konsum die Zukunft wählen“ Anfang Oktober.

Konsum als Bestandteil ganzheitlicher Lebensqualität

Beginnen wir damit, dass eine nachhaltige Lebensqualität nicht nur vom Konsum abhängt, sondern aus drei gleich großen und gleich wichtigen Teilen besteht. Die Abbildung zeigt dies:



- **Sachebene:** sie umfasst alles Materielle sowie fachliches Wissen
- **Beziehungsebene:** hierbei geht es um die Anzahl und Qualität der sozialen Kontakte, um das soziale Netzwerk, in das ein Mensch eingebettet ist
- **Sinnebene:** beinhaltet Werte und Visionen und beeinflusst damit die beiden anderen Ebenen

Von ganzheitlicher Lebensqualität sprechen wir dann, wenn diese drei Ebenen ungefähr gleich groß sind. Wie aber schaut die Wirklichkeit aus? Viele empirische Studien belegen, dass unsere Sachebene in aller Regel deutlich am größten ist. Wer kennt das nicht, bei Frustration dazu zu neigen, sich quasi als Ausgleich etwas Schönes zu kaufen? Um aber tatsächlich eine höhere Lebensqualität zu erreichen, hilft keine Ausweitung der sowieso schon zu großen Sachebene, sondern nur eine Stärkung von Beziehungs- bzw. Sinnebene.

Soziale Kontakte sind als Lebensqualitäts-Faktor mindestens gleich wichtig wie der Konsum. Das gilt gerade in Quarantäne-Zeiten, in denen soziale Kontakte erhalten bleiben müssen, sei es vorübergehend auch nur über Handy oder Internet. Aber die entscheidende Wende zum klimagerechten, guten Leben werden wir erst schaffen, wenn auch die entsprechenden Werthaltungen und Zukunftsvisionen Eingang in unser tägliches Leben gefunden haben.

Die Einordnung von Konsum in ein Modell ganzheitlicher Lebensqualität ist wichtig. Sie zeigt, dass nicht immer noch mehr Konsum die Lösung für eine höhere Lebensqualität ist, sondern es auch ganz entscheidend auf eine Ausweitung und Vertiefung sozialer Beziehungen sowie eine Präzisierung und Umsetzung von wertbezogenen Zukunftsvisionen ankommt.

Durch Konsum die Zukunft wählen

Es wurde schon erwähnt, dass Werte und Vision der Sinnebene auch Auswirkungen auf die Sachebene und damit auf den Konsum haben. Oft wird die Meinung vertreten, dass ein einzelner Konsument nur wenig Einfluß auf die wirtschaftliche Entwicklung nehmen kann. Das erinnert an das Argument, dass auch ein einzelner Wähler nur geringen Einfluß auf die Politik nehmen könne. Und dennoch sind wir Augenzeugen vom Gegenteil: bei der Bundeswahl 2019 hat sich gezeigt, dass viele einzelne Wähler, denen Klimaschutz ein wichtiges Anliegen war, in Summe bewirkt haben, dass politische Parteien dieses Thema aufgewertet und die neue Regierung dem Klimaschutz entsprechend hohes Gewicht eingeräumt hat. Genauso ist es bei der Wirtschaft: jeder Konsument (und auch jedes Unternehmen mit seinem Beschaffungswesen) hat täglich mit jeder einzelnen Kaufentscheidung die Wahl für oder gegen klimagerechte regionale Produkte.

Wenn viele Konsumenten ihre zahlreichen wirtschaftlichen „Wahlzettel“ für eine zukunftsfähige starke Regionalwirtschaft einsetzen, unterstützen bzw. initiieren sie auch bei den betroffenen Unternehmen ein entsprechendes Umdenken. Aber, und darauf sei besonders hingewiesen, eine wirkliche Wahl für eine zukunftsfähige Regionalwirtschaft ist es nur dann, wenn tatsächlich die überwiegende Mehrzahl der eingekauften Produkte und nicht bloß vereinzelte den Kriterien der Klimagerechtigkeit und der Regionalität entsprechen.

Regionalwirtschaft stärken - aber richtig!

Allgemein herrscht Übereinstimmung darüber, dass eine starke Regionalwirtschaft einen wichtigen und unverzichtbaren Beitrag zu einem funktionierenden Klimaschutz und damit zu einer nachhaltigen Entwicklung darstellt. Das ist grundsätzlich richtig, erfordert aber eine differenzierte Betrachtung.

So hilft es dem Klimaschutz zum Beispiel wenig, wenn Konsumenten bei regionalen Unternehmen klimaschädliche Produkte kaufen. Ebenso wenig hilfreich wäre es auch, wenn regionale Unternehmen im Handel oder bei der Herstellung von Produkten und Dienstleistungen sich nicht um Klimaschutz kümmern. Betrachtet man das Ziel „Stärkung der Regionalwirtschaft“ als Vorsorge gegen die Erderhitzung und damit unter Klimaschutz-Gesichtspunkten, so ergeben sich daraus sowohl für Konsumenten und deren Haushalte einerseits sowie für Unternehmer und deren Betriebe andererseits ganz spezielle Anforderungen.

Konsumenten, die wirkliche Beiträge zur klimagerechten und dauerhaften Stärkung der regionalen Wirtschaft leisten wollen, achten zum Beispiel beim regionalen Einkauf darauf, dass sie

- keine Produkte oder Produktbestandteile mit klimaschädlicher Wirkung erwerben,
- eine Nahversorgung mit Nahprodukten unterstützen und auf Fernprodukte möglichst verzichten,
- bevorzugt bei solchen Unternehmen einkaufen, die selbst Wert auf Klimaschutz legen,
- regionale Lebensmittel von Bauern erwerben, die so produzieren, dass die Humusschicht (als CO₂-Speicher) aufgebaut und keine Futtermittel (Soja) importiert werden und
- Anregungen und Wünsche betreffend Klimaschutz an die regionalen Unternehmen so (so lange) herantragen, dass sie von diesen auch aufgenommen werden.

Regionale Unternehmen wiederum können beim aktiven Schutz des Klimas zu Verbündeten der Konsumenten werden, wenn sie

- Klimaschutzmaßnahmen im Unternehmen selbst umsetzen (zB Photovoltaik-Anlage nutzen oder Ökostrom beziehen, auf neue Mobilität umstellen, Kunden über klimarelevante Aspekte ihres Angebotes aufklären usw.) und ihre Kunden darüber laufend informieren,
- klimarelevante Aspekte bei der Zusammenstellung ihres Angebotes berücksichtigen und den Konsumenten entsprechende Produktinformationen zur Verfügung stellen,
- Wertschöpfungsketten in der Region verlängern, indem sie regionale Zulieferer bevorzugen,
- Produkte mit Dienstleistungen verbinden, zum Beispiel mit Beratung und Reparaturservice und
- gezielt und regelmäßig Kundenbedürfnisse erheben und bei der Weiterentwicklung des Unternehmens bestmöglich berücksichtigen.

Diese Beispiele zeigen, dass es bei der Stärkung der regionalen Wirtschaft nicht nur darum geht, den bloßen Standort eines Unternehmens in der Region als einziges Kriterium heranzuziehen.

Vielmehr ist eine starke, nachhaltige **Regionalwirtschaft als regionales Austausch- und Kommunikations-Netzwerk von Konsumenten und Unternehmern** zu verstehen, die die Bedürfnisse der in der Region lebenden Menschen so befriedigen, dass dadurch sowohl

- gesellschaftliche Nachhaltigkeitsziele (insbes. dauerhaft hohe Lebensqualität) als auch
- ökologische Nachhaltigkeitsziele (insbes. Schutz des Klimas durch Reduktion von CO₂-Emissionen und Verringerung des Ressourcenverbrauchs) und
- wirtschaftliche Nachhaltigkeitsziele (insbes. Stabilisierung der regionalen Versorgungswirtschaft auch in Krisenzeiten und nachhaltiges Wachstum der regionalen Unternehmen) unterstützt werden.

Während auf der Weltwirtschaftsebene ein weiteres Wirtschaftswachstum unter Nachhaltigkeits- und Klimaschutzgesichtspunkten als kritisch eingestuft wird, ist ein Wachstum der Regionalwirtschaft bzw. der regionalen Unternehmen nicht nur mit Nachhaltigkeitszielen vereinbar, sondern oft erst die Voraussetzung dafür, diese zu erreichen. Und im Unterschied zur globalen Wirtschaft hat die Regionalwirtschaft Stärken, deren gezielte Nutzung das Wachstum befördern kann:

- Mitverantwortung für die regionale Entwicklung
- bessere Kenntnis der Kundenbedürfnisse in der Region
- angepasste bzw. maßgeschneiderte Lösungen anstelle nivellierender Massenproduktion
- höheres Dienstleistungspotential (Beratung, Service, Reparatur, Sharing-Angebote)
- geringerer Transportaufwand und kurze Arbeitswege als Basis für neue Mobilität

Auch wenn gegenwärtig die politischen Rahmenbedingungen für eine klimagerechte nachhaltige Entwicklung noch nicht optimal sind, auf der regionalen Ebene haben sowohl Konsumenten als auch Unternehmer genug Spielraum (und teilweise bereits die entsprechenden Förderungen), um

jetzt schon die Grundlagen für eine zukunftsfähige Lebens- und Wirtschaftsregion zu schaffen und „Gutes Leben in Verantwortung“ mit „Gutem Wirtschaften in Verantwortung“ zu verbinden.

Der KlimZuG hat Fahrt aufgenommen!

Trotz Coronakrise und Lockdown ist der Agenda-Prozess „**Klima.Zukunft.Gallneukirchen**“ seit dem Start am 19. September 2020 mit dem Klimadialog in der Gusenhalle planmässig unterwegs. Am 30./31.10.2020 fand der BürgerInnen-Rat statt, bei dem 18 zufällig ausgewählte GallneukircherInnen viele konkrete Ideen für die klimagerechte Weiterentwicklung von Gallneukirchen erarbeiteten. Auch von unserer Initiative „Gutes Leben in Verantwortung“ wurden im Rahmen der Veranstaltung „Durch Konsum die Zukunft wählen“ zahlreiche Anregungen für die Gemeinde und für Unternehmen gesammelt. Beispielhaft hierzu seien angeführt:

Anregungen für die Gemeinde selbst:

- Vorbild bei Klimaschutz sein (Ökostrom, regionale Unternehmen bei Auftragsvergabe unterstützen, klimagerechtes Beschaffungswesen uä.)
- Flächenverbrauch reduzieren, Grünflächen erhalten
- Radwege abseits viel befahrener Strassen ausbauen

Anregungen für Unternehmen:

- Service, Reparatur, Beratung ausbauen, Kundenfreundlichkeit verbessern
- in Gastronomie Deklaration der Produktherkunft
- Radstände vor den Geschäften

Als nächste Aktivität im Rahmen von KlimZuG wird am 11.12.2020 der Jugendrat online (mittels zoom) stattfinden. Jugendliche zwischen 14 und 20 können sich dazu noch auf der Startseite von www.gallneukirchen.at anmelden.

Im Rahmen der um die Jahreswende beginnenden Ausarbeitung einer Klimastrategie für Gallneukirchen sollen mit unterschiedlichen Zielgruppen (zB Gemeindeverwaltung, UnternehmerInnen, BürgerInnen) wahrscheinlich online Workshops stattfinden.

Anregungen und konkrete Ideen für diese Klimastrategie können auch auf der Ideenbörse der Homepage der Gemeinde Gallneukirchen unter

https://www.gallneukirchen.at/STADT_er_leben/Umwelt_Klima/Klima_Zukunft_Gallneukirchen/Mach_dich_stark_fuers_Klima

abgegeben bzw. eingetragen werden. Sobald ein Zwischenergebnis zur Gallneukirchener Klimastrategie vorliegt, wird es der Öffentlichkeit präsentiert und diskutiert. In welcher Form, als Veranstaltung, schriftlich oder online ist derzeit noch offen.

Jedenfalls sind alle Interessenten an unserer Initiative „Gutes Leben in Verantwortung“ herzlichst eingeladen, sich am Agenda-Prozess KlimZuG aktiv zu beteiligen. Es ist eine große Chance, wichtige Weichenstellungen für eine klimagerechte Zukunft in Gallneukirchen stellen und umsetzen zu können.

Sobald Veranstaltungen im Rahmen unserer Initiative wieder stattfinden können, werden wir Sie umgehend informieren. Bis dahin erfolgt der Kontakt mit Ihnen primär über den Newsletter.

Bitte leiten Sie diesen Newsletter auch an evtl. Interessierte weiter!