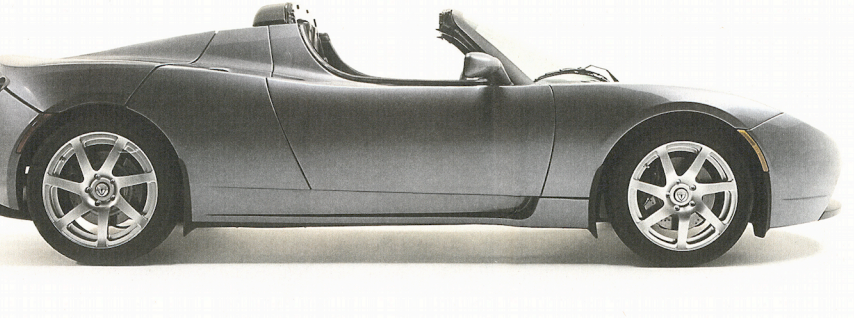

Was hat dieser elektrische Sportwagen mit der Rettung der Welt zu tun? Viel, denn er erzählt eine Geschichte, die ein gutes Ende haben soll. Foto: Tesla Motors

Ich kauf mir (k)eine bessere Welt

Ein Plädoyer für nachhaltigen Konsum / Von Gregor Wöltje

Mein elektrisches Auto beschleunigt in 3,7 Sekunden von 0 auf 100 Stundenkilometer. Wen das auch nur ein bisschen neidisch macht, der ist schon wieder einen Schritt weiter auf dem Weg in ein nachhaltigeres und zukunftsfähiges Leben.

Es ist zwar eine alberne, angliizistische Zielgruppenschublade, aber der Debatte zuliebe sortiere ich mich selbst hinein: Ja, ich gehöre zu den LOHAS. Das sind die Menschen die einen „Lifestyle Of Health And Sustainability" anstreben, einen gesunden und nachhaltigen Lebensstil. Ich bin damit auch einer von denen, die glauben, dass man mit nachhaltigem Konsum die Welt verbessern kann.

Ich kaufe meine Lebensmittel im Bio-Markt und achte darauf, regionale Quellen zu nutzen, ich beziehe ausschließlich Ökostrom und habe mein Leben komplett klimaneutralisiert. Ich verwandele Geschäftsreisen in Videokonferenzen und bedrucke mein Papier auf beiden Seiten. Ich wähle grün und ich fahre einen elektrischen Sportwagen, der mich ein Vermögen gekostet hat.

Natürlich höre ich kritische Stimmen, die sagen ... jemand, der sich ein so ein teures Auto kauft, kann sich einen grünen Lebensstil auch ganz leicht leisten. Das stimmt zum Teil natürlich aber es greift zu kurz. Ich kann es mir nicht nur leisten. Ich will es mir leisten. Beim „Weltretten" geht es um Wollen und Machen, nicht um Können. Und auch ich könnte viel mehr, als ich heute schon will und mache.

Wie aus „theoretisch Können", „praktisch Wollen" und dann „wirklich Machen" werden kann, lässt sich an der Geschichte meines teuersten strategischen Konsums nachvollziehen. Als ich vor zwei Jahren ohne echten Kaufvertrag und mit einigem Herzklopfen fünfzigtausend Euro an diese weitgehend unbekannte amerikanische Autofirma überwies, wim einen der ersten elektrischen Sportwagen zu reservieren, haben mich alle für verrückt gehalten. Meine Familie machte sich Sorgen und in meinem Freundeskreis wurden Wetten darauf abgeschlossen, dass ich weder dieses Auto noch meine Anzahlung jemals wieder bekommen würde.

Inzwischen habe ich fast 20 000 elektrische Kilometer hinter mir. Bei Sonne und Regen, im Schnee und auf Glatteis; das Elektro-Auto ist mein Alltagswagen geworden und bereitet mir täglich größte Vergnügen („Freude am Fahren" wie eigne Benziner immer noch für sich behaupten). Und das liegt nicht nur an der unglaublichen Beschleunigung. Es liegt an der Woge der Sympathie, die mir überall dort entgegenschlägt, wo ich mit meinem Auto lautlos aufkreuze. Passanten verwickeln mich in Gespräche. Touristen möchten ein Foto von sich mit dem Auto machen und Technikfetischisten betteln darum, einen Blick auf die Batterie werfen zu dürfen.

Es liegt auch an dem Gefühl der Überlegenheit gegenüber den anderen Benzinverbrennern. So muss es sich angefühlt haben, als die ersten Autos an Pferdekutschen vorbeigezogen sind. Dieses PionierGefühl kribbelt ein bisschen, denn natürlich bleiben Fragen offen: Ist das die Zukunft der Automobilität? Bin ich Teil einer elektrischen Revolution? Oder sitze ich in einem Prototyp, der das Schicksal des visionären Flügeltürautos De Lorean teilen wird? Der scheiterte als Straßenfahrzeug und feierte seinen größten Erfolg als Zeitmaschine in dem Hollywoodfilm „Zurück in die Zukunft".

Und schlussendlich liegt es an dem Energiesparer-Stolz, den die Verbrauchsanzeige am Armaturenbrett in mir entfacht hat. Wo es geht, nutze ich den Tempomat und gleite gleichmäßig bei minimalem Energieverbrauch über die Straße. Sobald ich den Fuß vom Gas nehme, sehe ich voller Freude auf der Anzeige wie mein Wagen Energie erzeugt, statt sie zu verbrauchen.

Mein Auto kann also eine Menge mehr, als mich effizient von A nach B zu bringen. So viel mehr, dass ich den hohen Preis, die spartanische Ausstattung, den Miniatur-Kofferraum und die gymnastischen Übungen beim Ein- und Aussteigen gerne in Kauf nehme. Dieser gefühlte Mehrwert macht aus einer Vernunftentscheidung einen Herzenswunsch und aus mir einen leidenschaftlichen Überzeugungstäter, der jedem, dem er begegnet, begeistert von seinen Erfahrungen erzählt: der Familie, den Freunden, den Geschäftspartnern, dem Chef des ADAC, dem Inhaber meiner ehemaligen Stammtankstelle, ganzen Schulklassen.

Ich weiß dass wir die Welt nicht damit retten, dass alle Tesla fahren. Ich weiß, dass auch für die Herstellung des Tesla und seiner enormen Batterie viel Energie verwendet wird. Und ich weiß, dass jeder nicht gefahrene Kilometer besser ist als ein elektrischer. Ich weiß, ich weiß, ich weiß.

Ich weiß aber auch um die Macht einer guten Geschichte. Der Tesla ist so eine Geschichte. Er steht symbolhaft für das Ende der fossilen Mobilität. Und er steht dafür, dass dieser Übergang nicht zurück in die Erdhöhle führt, sondern in eine saubere, genussvolle Zukunft. Dafür steht mein Auto selbst dann, wenn Elektromotoren nicht das Zukunftsmodell der Mobilität sind, sondern von einem noch viel effizienteren, umweltfreundlicheren Antrieb ersetzt würden.

Mit dem Kauf dieses Auto sende ich ein Signal an die Autoindustrie „Hört mal, ich will ein emissionsfreies Auto, das Spaß macht". Ich sende ein Signal an mein Umfeld: „Seht mal, Elektromobilität ist heute schon möglich". Und ich sende ein Signal an mich „Mach weiter, da geht noch mehr".

> Man kann seine eigenen Leidenschaften vergrünen, denn nichts ist ansteckender

Genau um diese Signale geht es beim nachhaltigen Konsum. Entscheidend ist nicht der Effekt des einzelnen ökologischen oder fair gehandelten Produkts. Entscheidend ist die Botschaft, die dahinter steht. Wir, die Konsumenten, die die Wirtschaft am Laufen halten, wollen andere, bessere, saubere, nachhaltige Angebote. Heute nicht auf Kosten von Morgen. Hier nicht auf Kosten von anderswo.

Diese Konsumbotschaften sind mächtig. Wenn Millionen Menschen an einem Tag gegen Atomkraft demonstrieren, dann macht das Eindruck. Wenn dieselben Millionen ihren Stromvertrag wechseln und ihren Strom nicht mehr bei denen beziehen, die weiter auf Atomkraft setzen, dann zeigt das Wirkung.

Unsere Konsumbotschaften addieren sich zu einem großen Ganzen. Sie kreieren Meinungen und Stimmungen – einen gesellschaftlichen Konsens. Sie heben einen grünen Ministerpräsidenten ins Amt und sie helfen dabei, nachhaltig orientierte Gesetze, Normen und Regeln in Gang zu bringen. Denn nur so wird der große gesellschaftliche Wandel gelingen, den wir jetzt brauchen, um nachfolgenden Generationen einen lebenswerten Planeten zu hinterlassen.

Wir alle können diese Botschaften schicken. Sie sind nicht den Wohlhabenden oder Gebildeten vorbehalten. Und so kann jeder selbst mit nachhaltigem Konsum seinen Teil dazu beitragen die Welt zu verbessern:

1. Den Alltags-Einkauf aus Prinzip vergrünen. Was hält einen denn davon ab, nur noch 100% Recycling-Papier zu nutzen? Oder grundsätzlich Bio-Karotten zu kaufen, oder die Wäsche ausschließlich mit Öko-Waschpulver zu waschen? Auch wenn der Unterschied im einzelnen gar nicht riesig ist, lohnt es sich. Wenn die Umsätze mit nachhaltigen Produkten steigen, werden die Produkte, die Umwelt und Gesellschaft unnötig belasten, Stück für Stück aus dem Regal verschwinden.

2. Weniger kaufen, dafür besser und langfristiger. Wie lange wird das Produkt, das man gerade kauft, wirklich benutzt? Was passiert danach mit dem Produkt? Wie sehr „braucht" man das Produkt wirklich? Wird es einen auch in ein paar Monaten, Jahren noch glücklich machen?

3. Die eigenen Leidenschaften nachhaltig machen. Wer Modefan ist, kann die Vielfalt der Eco-Fashion entdecken. Für Reise-Junkie gibt es immer mehr Bio-Hotels, die einen begeistern werden, für Auto- und Motorrad-Narren gibt es Elektro-Alternativen. Egal ob man Gärtner, Hobbykoch, Design-Fetischist oder Naturfanatiker ist; man kann immer das, was man am liebsten macht in Zukunft in grün machen. Nichts ist ansteckender, als jemand, der über seine Leidenschaft berichtet und darüber, wie er ihr jetzt noch besser und umweltfreundlicher frönen kann.

4. Grüne Statussymbole entdecken. Grünen Luxus gibt es für jeden Geldbeutel und jeden Geschmack. Von der exklusiven Bioschokolade über, die Eco-Designer-Jeans und das Elektromotorrad bis hin zur nachhaltigen Super-Yacht für Hunderl Millionen Euro. Statussymbole treiben den Markt an. Nachhaltige Statussymbole treiben den nachhaltigen Markt an. So einfach ist das.

5. Über den eigenen nachhaltigen Konsum reden. Jeder kann seinen Freunden, Verwandten, Kollegen erzählen, wofür er sein Geld ausgibt und darüber sprechen, was er nicht mehr kaufen oder konsumieren wird. Schon Aristoteles wusste „Nicht die Taten sind es, die die Menschen bewegen, sondern die Worte über die Taten".

Können wir uns eine lebenswerte Zukunft also kaufen? Nein. Selbst im wirklich gut sortierten Bio-Supermarkt steht leider keine „bessere Welt" im Regal. Und natürlich reicht es nicht, wenn wir

> Jeder Bio-Joghurt kann ein sozialer Schneeball sein, jeder Fünf-Euro-Schein ein Wahlzettel

alle jetzt ein bisschen grüner einkaufen. Nachhaltiger Konsum ist der Einstieg in einen nachhaltigen Lebensstil. Wer sich seinen Konsum bewusst macht, wird sich hoffentlich auch andere Lebensbereiche bewusster ansehen. Wer sich für eine nachhaltigere Wirtschaft engagiert, engagiert sich hoffentlich auch für eine nachhaltigere Politik, eine nachhaltigere Ausbildung, eine nachhaltigere Gesellschaft.

Trotzdem können wir mit dem was wir konsumieren und mit dem was wir nicht mehr konsumieren massiv beeinflussen, wohin sich unserer Umwelt und unsere Gesellschaft entwickelt. Die Wirtschaft mag zwar die Welt regieren – aber letztendlich regieren die Konsumenten die Wirtschaft.

Jeder Bio-Joghurt kann ein Schneeball sein, der sich durch immer mehr bewusste Entscheidungen in eine Lawine nachhaltigeren Lebens verwandelt. Jeder Fünf-Euro-Schein ist auch ein Wahlzettel. Den kann man nutzen – egal welche Partei man zuletzt gewählt hat.

Der Autor führt in München die Unternehmensberatung WoeltjeKleene, die Unternehmen darin berät, wie sie nachhaltig wirtschaften können. In Hamburg betreibt er ein nachhaltiges Bio-Fast-Food-Restaurant mit dem Namen Waku-Waku. Außerdem ist er Co-Autor des Buches „Grünschlauserzy".

DIE GRÜNE FRAGE

SZ-Serie, Teil 9

Zum ersten Mal regieren die Grünen ein großes Bundesland. Die einstige Protestpartei ist im Kern des Bürgertums angekommen. Wie aber passen grüne Politik und grüne Lebensführung im heutigen Kapitalismus zusammen? Ist, wie nach der Baden-Württemberg-Wahl an dieser Stelle behauptet wurde, „die Stunde der Heuchler" gekommen? Oder lässt sich der ökologische Umbau mit Wohlstand und Wachstum verbinden? Das SZ-Feuilleton debattiert über Nachhaltigkeit, Zukunft und grüne Werte – hier und im Internet unter www.sueddeutsche.de/gruen

NACHRICHTEN AUS PRAG

Zum 66. Mal findet derzeit der **„Prager Frühling"** statt, kein politisches Ereignis, sondern ein Konzertfestival. Wie immer wurde zur Eröffnung der symphonische Zyklus „Mein Vaterland" von Bedrich Smetana gespielt, Smetana vorgetragen von Studenten des Prager Konservatoriums, das sein 200-jähriges Bestehen begeht. Gleichzeitig war des hundertsten Todestages von **Gustav Mahler** zu gedenken, der 1860 als deutschsprachiger Böhme in Kaliste (Kalischt) geboren wurde. Zum Termin am Mittwoch wurde mit 500 Mitwirkenden vor 4000 Zuschauern Mahlers 8. Symphonie aufgeführt, in einer Arena, die eigentlich für Eishockeyspiele bestimmt ist. Die „Symphonie der Tausend" gilt wegen ihrer ausladenden Fülle als nahezu unspielbar, Theodor **Adorno** beschriebe sie als „symbolische Riesenschwarte". Unter der Leitung von Christoph Eschenbach musizierten fünf Chöre, acht Solisten sowie die Tschechische Philharmonie und das NDR-Symphonieorchester. Im Sonderzug reiste die Truppe nach Hamburg, wo das Mammutwerk am Freitag in der Arena im Volkspark aufgeführt wurde. Ein drittes Konzert findet an diesem Samstag in Hannover statt.

Die Prager **Nationalgalerie** ist wegen ihres eigenwilligen Direktors Jan Knizak seit Jahren heftigen Kritik ausgesetzt. Man wirft ihm vor, er lasse es an Phantasie und Initiative fehlen und habe nichts übrig für die aktuellen Strömungen der modernen Kunst. Zum 1. Juni geht der 70-Jährige nun in Pension, zu seinem Nachfolger hat Kulturminister Jiri Besser den Manager Vladimir Rösel berufen. Den Kritikern ist es wieder nicht recht: Rösel ist kein Kunsthistoriker, sondern **Ökonom** und hat sich bisher mit Immobilienhandel und Firmenrestrukturierungen beschäftigt. Er sei aber ein guter Manager, sagt der Minister. Für Rösel und gegen einen Kunsthistoriker als Mitbewerber hatte auch die zehnköpfige Auswahlkommission plädiert. KLAUS BRILL

Shout!

Ronald Isley wird 70

Schwarzer Pop lebt von seiner ständigen Häutung und Erneuerung. Entsprechend kurz ist die Halbwertzeit seiner Stars bemessen. Wer in den fünfziger Jahren seinen Rhythm 'n'Blues-Hits lieferte, den darf man heute mit ziemlicher Sicherheit – wenn nicht auf dem Friedhof – dann doch eh Ruhestand oder als Reue-Prediger auf Kirchenkanälen sichen. Nur Ron Isley wird man kaum in dieser Senioren-Liga finden. Der Leadsänger von Rhythm'n'Blues-Hits wird bäumt sich auch nach über 50 Jahren Bühnenpräsenz gegen die Gesetzmäßigkeiten seines Genres auf, wirft ein Chart-Album nach dem anderen auf den Markt und zieht bei seinen Konzerten eine Hip-Hop-Crowd, die ihn seit seinem legendären „Low Down"-Video mit R. Kelly in der Rolle als scharf gekleideter Aufreißer und Gangster „Mr. Biggs" verehrt.

Ronald Isley kam 1941 in Cincinnati zur Welt. Nach den üblichen Gospel-Anfängen in der schwarzen Kirche zog er 1957 mit seinen Brüdern Kelly und Rudy nach New York, um eine Karriere im Show-Business zu verfolgen. Doch nach „Shout" und „Twist And Shout" schien die Hitsträhne der *Isley Brothers* zu versiegen. Erst ein Zwischenspiel bei Motown brachte den Durchbruch: 1966 stieg die Miniatschnummer „This Old Heart Of Mine" in die Charts auf. Drei Jahre später wiederbeleben die Isley Brothers ihr Label T-Neck und fanden endlich zu ihrem unnjemen Stil: Zusammen mit den jüngeren Brüdern Marvin, Ernie und Schwager Chris Jasper spannten sie den Bogen von treibendem Funk über Soulballaden bis zu rockigen Gitarrensoli und landeten Hits wie „Summer Breeze" oder „Fight The Power".

Nach dem Tod von Kelly Isley und Rudys Spätberufung zum Prediger Ende der achtziger Jahre führte Ronald Isley den Bandnamen fort, nahm ein Solo-Album mit Burt Bacharach auf und wurde von HipHop-Acts wie R. Kelly oder Tupac oft als Sänger für die gefühlvollen Refrains gebucht. Ironie des Schicksals, dass seine Zweitkarriere als „Mr. Biggs" von einem realen Knastaufenthalt gekrönt wurde. JONATHAN FISCHER