Ressort: Politik

Oh du Fröhliche

Weihnachtszeit gleich Konsumzeit?

Leverkusen, 21.12.2022, 15:44 Uhr

GDN - Für viele Menschen hat besonders Weihnachten eine große Bedeutung. Aber auch für die Wirtschaft ist das Fest wichtig, damit Geld rein kommt. Was bedeutet das Kaufverhalten für das Klima und für die Energiekrise? Wird überhaupt noch darauf geachtet?

Trotz oder genau wegen der vielen Kriege und Corona sowie des Klimawandels und der Energiekrise wünschen wir Menschen uns alle mehr denn je eine besinnliche Weihnachtszeit mit der Familie und mit Freunden aber auch durchaus Zeit und Muße für sich alleine. Der Wunschzettel vieler Menschen und natürlich auch der Kinder ist laut einer Studie der GfK (Gesellschaft für Konsumforschung) allerdings sehr hoch. Doch besonders in dieser Weihnachtszeit, ist es wichtig auf fairen Handel zu achten. Obwohl die Zeichen der Klimakrise so groß sind, schauen viele Menschen weg und machen weiter wie bisher. Das ist schade. Denn genau jetzt ist es an der Zeit genau hinzuschauen.

Was bedeutet das Kaufverhalten für unser Klima?

Der Umweltjournalist James Bernard MacKinnon, hat die folgende Frage gestellt: "Was würde passieren, wenn alle Menschen weltweit plötzlich 25 Prozent weniger einkauften." In seinem aktuellen Buch "Der Tag, an dem wir aufhören zu shoppen" beschreibt er dieses Phänomen. So wie derzeit die Wirtschaft funktioniert wäre dies ein Desaster. Unternehmer gingen pleite, Menschen würden ihre Jobs verlieren, einige Wirtschaftssysteme würden kollabieren. Doch der Umweltjournalist beschreibt, dass das Kaufverhalten nicht über Nacht verändert werden muss, sondern nach und nach. Dann ist es nur noch eine große Herausforderung und muss nicht als ein Desaster enden.

Verändern wir unser Kaufverhalten nicht, hat das eklatante Auswirkungen. Einfach ausgedrückt: Die Erde geht kaputt. Viele dieser Auswirkungen sind schon deutlich zu erkennen. Wir leben immer noch in einer Konsumgesellschaft. Jeder für sich sollte das eigene Kaufverhalten hinterfragen und es schrittweise verändern. Dann wird es auch der Wirtschaft nicht schaden, wenn wir statt beispielsweise Billigkerzen, damit kein Erdöl brennt, klimafreundliche Kerzen kaufen. Was spricht dagegen unter Klimaschutzaspekten die Lichterkette mit einer Zeitschaltuhr zu versehen, damit Energie gespart werden kann. Brauchen Kinder unter dem Weihnachtsbaum so viele Geschenke, dass sie überfordert sind diese auszupacken?

Wie kann das Kaufverhalten verändert werden?

Experten sind sich einig, dass man sich dem Drang einkaufen zu müssen, lösen muss. Viele Menschen messen sich mit den Besitztümern anderer. Das persönliche Wohlfühlen knüpft häufig daran an, Materiell gut dazustehen. Kinder schauen sich alles von uns Erwachsenen ab und handeln schon im frühen Kindesalter unbewusst ähnlich. Wichtig wäre, wenn wir unser Statusdenken durch Umweltbewusstsein ersetzen. Wir verzichten freiwillig auf Statussymbole und erleben dadurch einen anderen Stellenwert in der Gesellschaft. Das neue Statussymbol ist das neue Umweltbewusstsein. Wir legen selbst fest, von was mein Selbstwertgefühl abhängt. Weniger Konsum bedeutet auch mehr Kreativität.

Resümee

Um die Erde zu retten, gehört sicher mehr dazu, als das Kaufverhalten zu verändern. Doch wird es dabei helfen. Immer mehr Menschen gehen dazu über, auf mehr Nachhaltigkeit zu achten. Wenn die Nachhaltigkeit auch auf den Kaufprozess übertragen wird, ist das ein großer Schritt. Symbolisch schlägt die Erde zurück. Auch die biologische Vielfalt bricht zusammen. Es ist nie zu spät etwas zu tun. Die letzten Jahre haben uns gezeigt, wie wechselhaft die Welt ist. Deshalb ist es so wichtig, dass wir uns auf das menschliche Miteinander und auf die Solidartiät besinnen.

Bericht online:
https://www.germandailynews.com/bericht-124325/oh-du-froehliche.html

Redaktion und Veranwortlichkeit:
V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDStV: Iris Gödecker

Haftungsausschluss:
Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich. Iris Gödecker

Editorial program service of General News Agency:
United Press Association, Inc.
3651 Lindell Road, Suite D168
Las Vegas, NV 89103, USA
(702) 943.0321 Local
(702) 943.0233 Facsimile
info@unitedpressassociation.org
info@gna24.com
www.gna24.com