

Eine Internetplattform für Konsum in privaten Haushalten

Der Lifeguide zum nachhaltigen Leben

Wissen ist die Grundlage allen Handelns. Der Lifeguide München bietet online eine Übersicht über zahlreiche Möglichkeiten zum nachhaltigen Konsum in München. Als praxisorientierte Wissensplattform gibt er zusätzlich zu zahlreichen Themen nachhaltiger Entwicklung Auskunft.

Von Klaus Kreuzer und Alexandra Koppa

Zu den positiven Resultaten des Weltgipfels für nachhaltige Entwicklung in Johannesburg vor zweieinhalb Jahren gehörte die Verabschiedung des so genannten Plan of Implementation. Neben der Armutsbekämpfung und dem Schutz der natürlichen Ressourcen für wirtschaftliche und soziale Entwicklung wurde eine „substanziellere Ausfüllung des Nachhaltigkeitsbegriffes von Konsum- und Produktionsformen“ gefordert. Außerdem wurden die public private partnerships als Erfolg herausgestellt. Eine gute Motivation für Beiträge der zivilgesellschaftlichen Akteure zur Nachhaltigkeit.

Einer dieser Akteure ist die Bürgerstiftung Zukunftsfähiges München. Gegründet im Jahr 2000 hat sie zum Ziel, Beiträge zur Nachhaltigkeit der Stadt München zu entwickeln. Ein derzeitiger Schwerpunkt der Stiftungsarbeit ist der seit Mai 2002 entwickelte Lifeguide-München – ein umfassendes, internetbasiertes Instrument für den nachhaltigen Konsum in privaten Haushalten. Die Anfänge des Lifeguide München reichen allerdings weiter zurück.

Ursprung im Agenda-Prozess

Im Lokale Agenda 21-Prozess der Jahre 1995 bis 1998 gab es ein Fachforum Zukunftsfähige Lebensstile sowie das über ein Jahr laufende Modellprojekt 21 Testhaushalte. Ziel desselben war es, in Gesprächen mit unterschiedlichen Arten von Privathaushalten zu klären, welche Veränderungen im Verhalten der Testpersonen mit welchen Begründungen erreicht werden könnten. Die Hitliste wurde von leicht zu realisierenden Handlungen wie Wassersprudler, Ökokiste und Energiesparlampen angeführt. Außerdem wurde von einer Arbeitsgruppe um Professor Karl-Werner Brand die Diffusion nachhaltiger Konsummuster im Rahmen lokaler Agenda 21-Prozesse untersucht und im März 2003 publiziert. Eine weitere direkte Auswirkung des Agenda 21-Prozesses in München war im Jahr

2000 die Gründung der Bürgerstiftung Zukunftsfähiges München mit dem Ziel, Beiträge für Nachhaltigkeit auf den Gebieten Jugend, Senioren, Lebensstile, Natur und Kultur und ökologische Stadtentwicklung zu leisten. Schon sehr bald entstand die Idee, die begonnenen Bemühungen für einen nachhaltigen Konsum mithilfe des Internets durch ein umfassendes Portal für Lebensqualität mit Zukunft und dem bekannten Motto „gut Leben statt viel haben“ zu entwickeln. Die Zielsetzungen dafür waren leichte Verständlichkeit, übersichtliche Strukturierung, die Ansprache möglichst aller Agenda 21-Themen, viele Tipps und ganz besonders: die dazugehörigen Adressen in München. Die Grundidee war – getreu dem amerikanischen Spruch „keep it simple“ – es den Verbrauchern möglichst einfach zu machen sich anders zu verhalten.

Entstehung und Inhalte des Lifeguide

Im Mai 2002 wurde das weitgehend vom Referat Gesundheit und Umwelt finanzierte Projekt www.lifeguide-muenchen.de angekündigt. Es enthielt damals 15 verschiedene Themen: Ernährung, Energie, Wasser und Mobilität als die Hauptgebiete, aber auch Garten und Balkon, Büro und Schule, Kleidung, Reparieren und Secondhand, Verwerten und Entsorgen, Bauen und Sanieren. Die Beiträge wurden von kompetenten Agenda 21-Akteuren geschrieben. Getreu dem Agenda-Ansatz, auch soziale Themen zu berücksichtigen, wurden Beiträge über bürgerschaftliches Engagement und die Eine Welt hinzugefügt. Wichtig erschienen auch eine Zielgruppen-Orientierung, ein Aufruf für sozial-ökologische Lebensstile sowie eine ausführliche Linkliste zur Informationsvertiefung bei Bedarf. Natürlich durften auch ein Veranstaltungskalender, Literaturtipps sowie ein Glossar nicht fehlen. Die Wortbildmarke lifeguide – Lebensqualität mit Zukunft wurde beim Deutschen Patentamt registriert. Zur Kommunikation der Adresse wurden Flyer gedruckt und verschickt sowie ein kleines Plakat entworfen. Die Pressekonferenz zum Auftakt war bezeichnenderweise im zentral liegenden Bioladen von BASIC. Bei einer ersten Evaluierung durch engagierte Institutionen wurde das Portal mit gut bis sehr gut bewertet. Innerhalb eines Jahres stieg die Zahl der monatlichen Besuche von 2500 auf über 30.000. Im Mai 2003 konnte die zweite Version des Lifeguide angekündigt werden. Die Website wurde um städtische Kartenausschnitte einschließlich der Anzeige von Verkehrsverbindungen und Fahrradwegen als Ergänzung zu den Adressen sowie weitere Rubriken erweitert. Hinzu kamen Themen wie Gesundheit und Körperpflege, Kleidung, Bildung und Aktuelles. Zu insgesamt 19 Themen gibt →

„Der Lifeguide gibt dem Verbraucher konkrete Ansatzpunkte, wie er mehr für Nachhaltigkeit tun kann als nur fleißig Müll zu trennen.“

die Website aktuell Auskunft, 1600 Adressen sind verzeichnet und die Linkliste ist auf über 1200 Einträge gewachsen. Zur aktuellen Information bietet die Seite kostenlos den E-Mail-„Tipp der Woche“.

Im April 2005 lag die Zahl der Besuche bei circa 45.200 und die Zahl der Seitenzugriffe bei 162.000. In den letzten zwei Jahren haben Surfer aus 30 Ländern die lifeguide-Seiten genutzt, die meisten natürlich aus Deutschland.

Bewertung des Lifeguide für die Nachhaltigkeit

Während es für ein ökologisches Wirtschaften in Unternehmen vielerlei Ansätze zur methodischen Strukturierung eines ökologischen Managements gibt, hat es zur Förderung des nachhaltigen Wirtschaftens in privaten Haushalten bisher nur eine Vielzahl von Faltschlägern, diverse Bücher, den ökologischen Einkaufsratgeber Eco-World, das Projekt „Nachhaltiger Warenkorb“, wenige und sehr spezielle Internet-Seiten sowie Broschüren zu den Gütesiegeln gegeben. Der Lifeguide gibt dem Verbraucher in geordneter Form die konkreten Ansatzpunkte, wie er mehr für eine persönliche Nachhaltigkeit tun kann als nur fleißig Müll zu trennen, Energiesparlampen einzusetzen und gelegentlich einen Bio-Laden zu besuchen. Der englische Philosoph Herbert Spencer sagte: „Das große Ziel der Bildung ist nicht Wissen, sondern Handeln“. Heute gibt es durch den Lifeguide ein großes Angebot an Anstößen für Veränderungen in den eigenen Lebensstilen. Wenn jeder nur diejenigen Empfehlungen tatsächlich ausprobiert, die ihn oder sie überzeugen und es dann dadurch zu Einsparungen bei Energie, Wasser, Ressourcen kommt, ist schon eine Menge gewonnen. Um die innere Verantwortung jedes Einzelnen für ein solches Tun zu wecken, sind auch Beiträge grundsätzlicher Art wie etwa die Erd-Charta enthalten.

Die oft zitierte Gestaltungsmacht des mündigen Verbrauchers beschränkt sich aber nicht nur auf Nahrungsmittel, sondern bezieht sich auch auf Geräte, Urlaubsverhalten, Mode sowie auf die Unterstützung der Institutionen, die sich ehrenamtlich im Bewusstsein der globalen Herausforderungen für mehr lokale Zukunftsfähigkeit einsetzen.

Weil Veränderungsprozesse immer schwierig sind, ist es sinnvoll, einzelne Handlungen mit Freunden, Nachbarn und

Kollegen zu diskutieren. Die innere Überzeugung wächst in der Diskussion. Deshalb ruft der Lifeguide im Sinne des Global Action Plan-Konzeptes zur Bildung von zwanglosen Mitmach-Kreisen auf.

Perspektiven für die Plattform

Der Lifeguide hat sich in seiner dreijährigen Lebenszeit als praktisches Instrument für die Förderung des nachhaltigen Konsums erwiesen. Von den Initiatoren wurden aufgrund der Bedeutung des Themas eine Vielzahl lokaler und nationaler Vorträge über den Lifeguide gehalten, um die Idee einer praxisorientierten Wissensplattform in München, in der Region sowie in Deutschland bekannt zu machen. Die Bürgerstiftung Zukunftsfähiges München (BSZM) erklärte sich auch bereit, das Konzept, das Logo und alle Inhalte anderen Kommunen gegen Zahlung einer einmaligen Lizenzgebühr zu überlassen. In Berlin war die Grüne Liga die fixeste Organisation, die im Dezember 2004 den www.lifeguide-berlin.de ankündigte. Die Städte Erfurt und Augsburg werden in Kürze folgen, andere Städte sind interessiert.

Wie könnte es weitergehen? Obwohl die Münchner Plattform sich über Statistiken und Befragungen als Erfolgsstory entpuppt hat, ist sie noch zu wenig bekannt.

Die Nachhaltigkeitsstrategie der Bundesregierung fordert in ihrem Fortschrittsbericht 2004 eine Verbraucherpolitik im Dienste einer nachhaltigen Entwicklung inklusive Markttransparenz und klaren, verständlichen Informationen für Verbraucher. Der Lifeguide bietet sie. Wenn es nun gelänge, durch eine Bereitstellung von Mitteln für viele große Kommunen in Deutschland regionale Lifeguide-Plattformen zu installieren, wäre das eine echte Win-Win-Situation. In relativ kurzer Zeit wären Fortschritte bei der privaten Nachhaltigkeit zu erreichen.

Nicht umsonst heißt es in der Heidelberger Erklärung vom Mai 2003 zur Umsetzung und Weiterentwicklung der deutschen Nachhaltigkeitsstrategie: „Nicht im Reden, sondern im Handeln wird sich die Generationenverantwortung beweisen“. Jetzt ist es Zeit, in Zusammenarbeit von Zivilgesellschaft, Staat und Kommunen zu handeln!

■ AUTORINNEN + KONTAKT

Klaus Kreuzer ist Vorsitzender des Stiftungsrats der Bürgerstiftung Zukunftsfähiges München.

Alexandra Koppa ist Koordinatorin des Lifeguide-München.

Bürgerstiftung Zukunftsfähiges München,
Klenzestr. 37/Rgb., 80469 München.
Tel. 089/20 23 81 11,

E-Mail: mail@bszm.de, www.bszm.de



(c) 2010 Authors; licensee IÖW and oekom verlag. This is an article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial No Derivates License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.