

Nachhaltiger Konsum. Schöpfungstheologische und ethische Dimensionen

SCHÖPFUNGSTHEOLOGISCHER IMPULS: Was wir essen und trinken, wie wir uns kleiden, wohin wir in Urlaub fahren: Unsere Konsumententscheidungen haben Folgen für unsere Mitmenschen und die Umwelt. Die Botschaft der Nachhaltigkeit ist dabei in der Kirche scheinbar unstrittig: Der Begriff „sustainability“ wurde erstmals durch den Ökumenischen Rat der Kirchen 1974 prominent benutzt und die europäische Ökologiebewegung ist ohne ihre religiöse Dimension nicht vollständig wahrzunehmen, vor allem angesichts des intensiven Engagements von Christ*innen. Inner- wie außertheologisch nicht unumstritten, fußt dieses Engagement in der Regel auf dem Konzept der Bewahrung der Schöpfung.

von Dr. Clemens Wustmans, Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Systematische Theologie (Ethik und Hermeneutik) an der Humboldt-Universität zu Berlin



„Christ*innen müssen Hinweise auf das Gute geben, auch und gerade im Bereich von Öffentlichkeit und Politik.“ Dr. Clemens Wustmans

Schöpfungstheologische Perspektiven

Das Konzept von der Bewahrung der Schöpfung schließt vor allem an den in Gen 2,15 an den Menschen ergangenen Auftrag an, den Garten zu bebauen und zu bewahren. In kritischen Anfragen an eine biblische Begründung nachhaltigen Handelns wird dagegen meist auf Gen 1,28, den berühmten Herrschaftsauftrag, verwiesen. Dass es sich bei Letzterem um eine universelle Gewaltherrschaft des Menschen über die übrige Schöpfung handelt, lässt sich exegetisch allerdings nicht halten. Ein wichtigerer Einwand ist die Frage, ob der Mensch überhaupt in der Lage ist, die Verantwortung der Schöpfungsbewahrung zu übernehmen, zumal „Schöpfung“ ja eigentlich das Ganze meint, nämlich Natur und (menschliche) Kultur. Angelehnt an die Schöpfungsgeschichte ausgedrückt: Der Auftrag des Bebauens und Bewahrens ergeht an den Menschen im Garten Eden, aber genau da ist er nicht mehr. Notwendig ist, neben der Perspektive der Schöpfungstheologie auch die Versöhnung zu betonen: Erst im versöhnenden Handeln Gottes wird die Welt überhaupt als Schöpfung erkennbar. Der Alttestamentler Jürgen Ebach nennt diesen Sachverhalt „utopische Erinnerung“. In dieser von Gott gewollten, versöhnten und erlösten Schöpfung steht der Mensch nicht im Zentrum, sondern ist ein Mitgeschöpf unter vielen. Was ihm – und nur ihm – aber zukommt, ist eine besondere Verantwortung, die nur der Mensch wahrnehmen kann.

Nachhaltigkeit als individuelles Dilemma

Nachhaltiger Konsum heißt dann, soziale und ökologische Aspekte bei Kauf und Nutzung von Produkten und Dienstleistungen zu beachten. Es bedeutet, bewusster, anders und gelegentlich auch einfach weniger zu kaufen. Wer insgesamt weniger konsumiert (oder konsumieren kann), hat oft

https://www.zgv.info/artikel-einzelansicht?tx_web2pdf_pi1%5Baction%5D=&tx_web2pdf_pi1%5Bargument%5D=printPage&tx_web2pdf_pi1%5Bcontroller%5D=Pdf&cHash=bb3d07eff20850d9516df811f94cd3fe

Zentrum-Gesellschaftliche Verantwortung der EKHN: Nachhaltiger Konsum, Schöpfungstheologische und ethische Dimensionen

Wie nachhaltig wir leben können, hängt von unseren Gewohnheiten, der Lebenssituation, auch vom Einkommen ab. Vergleiche ich meinen Alltag aus meiner Zeit als Student mit meiner heutigen Situation, ergibt sich ein zwiespältiges Bild: In vielen Lebensbereichen kann ich heute nachhaltiger konsumieren, mich zum Beispiel bei Kleidung oder Möbeln bewusst für die nachhaltig hergestellte oder auch einfach die länger haltbare Alternative entscheiden (auch die Nutzungsdauer und die Entsorgung von Produkten am Ende ihrer Nutzungszeit spielen ja eine wichtige Rolle). Gleiches gilt für den Einkauf von Bio-Lebensmitteln, der oft mit etwas höheren Preisen verbunden ist, heute aber viel selbstverständlicher Teil meines Lebensstils ist als mit Anfang 20 im Studierendenwohnheim. In Summe lebe ich heute wahrscheinlich trotzdem deutlich weniger nachhaltig – allein die Menge an Flugreisen, die ich jährlich unternehme, ruiniert meine Öko-Bilanz. Manche dieser Flüge buche ich, weil ich heute andere finanzielle Möglichkeiten habe, und das geht nicht nur mir so: Der SPIEGEL analysierte im November 2014 unter der Überschrift „Bahn predigen, Business fliegen“, dass ausgerechnet Anhänger*innen der Partei Bündnis 90/Die Grünen häufiger als die aller anderen Parteien das Flugzeug als Transportmittel nutzen, was vor allem durch die demografische und gesellschaftliche Platzierung der betreffenden Wähler*innen erklärt wird. Nicht wenige Flüge gehen außerdem auf das Konto meines Berufs: Gerade auch am Arbeitsplatz Universität ist die Teilnahme an der Konferenz in Südafrika oder den USA ein viel größeres Statussymbol als die vielleicht ähnlich ergiebige Videokonferenz, für die ich mich keinen Meter vom Schreibtisch wegbewegen muss. Wichtig wäre in diesem Beispiel also, einen entsprechenden Kulturwandel zu fördern, der nicht auch noch nicht-nachhaltiges Verhalten belohnt. Entscheidend ist auch, ob es überhaupt entsprechende attraktive Angebote gibt: Den Bio-Supermarkt um die Ecke kann man ebenso wenig herbeizaubern wie das funktionierende Nahverkehrssystem auf dem Land. Sich gerade für solche Bereitstellung von Infrastruktur, für Anreize und Bedingungen, die nachhaltigen Konsum attraktiv machen, gesellschaftspolitisch einzusetzen, kann man als Aufgabe der Kirchen, als ethische Forderung an Christ*innen sehen.

Ethische Konsequenz: Gesellschaftspolitisches Handeln

Die Entscheidung für ein nachhaltiges Produkt oder ein engagiertes Unternehmen ist aber nicht immer einfach; meist ist für Verbraucher*innen kaum nachvollziehbar, unter welchen Bedingungen Produkte in der globalen Herstellungskette entstehen. Die Produkte selbst müssen nachhaltiger werden: weniger Ressourcen verbrauchen, weniger Schadstoffemissionen produzieren und unter sozial vertretbaren Bedingungen hergestellt sein. Wie die Jeans produziert wird, welche Pestizide in der Wandfarbe sind oder wie viel CO₂-Ausstoß die Tomate im Supermarktregal mit sich bringt, ist nicht einfach zu überprüfen. Nicht nur brauchen Verbraucher*innen einfache und glaubwürdige Informationen, um sich bewusst für nachhaltigere Produkte entscheiden zu können – Aufgabe der Gesellschaft wäre es, durch Regelungen und Gesetze dafür zu sorgen, dass alle angebotenen Produkte möglichst nachhaltig sind. In der Ethik unterscheidet man an dieser Stelle zwischen dem Richtigen und dem Guten: Das Gute sind Regeln, die eine bestimmte Kultur, Religion oder Weltanschauung voraussetzen – zum Beispiel das Christentum in seiner protestantischen Ausprägung. Die Ebene des Richtigen meint dagegen Regeln, die das politische Zusammenleben von Menschen aus verschiedenen Kontexten koordinieren soll – also für uns die Ebene der politischen Gestaltung, der Gesetze und Verordnungen in der EU oder der Bundesrepublik. Die Ebene des Richtigen braucht Impulse aus der Ebene des Guten. Christ*innen müssen Hinweise auf das Gute geben, auch und gerade im Bereich von Öffentlichkeit und Politik; diese müssen anschließend in unserer pluralen Gesellschaft diskutiert werden. Wenn wir als Protestant*innen nachhaltigen Konsum und Lebensstil als das Gute erkannt haben, das nicht zuletzt biblisch begründet ein Impuls unserer Ethik ist, wird es unsere Aufgabe, dies nicht nur persönlich umzusetzen, sondern auch auf der Ebene des Richtigen für dieses Ziel einzutreten. Nachhaltiger Konsum ist also nicht nur eine persönliche Angelegenheit für ein gutes Gewissen, sondern eine Strategie, die umso wirksamer wird, je mehr Menschen ihr folgen. Mit jeder nachhaltigen Kaufentscheidung machen Konsument*innen klar, dass sie umwelt- und sozialverträgliche Produkte wollen – und sich ein entsprechendes Angebot für Produzent*innen wie Verkäufer*innen auch

https://www.zgv.info/artikel-einzelansicht?tx_web2pdf_pi1%5Baction%5D=&tx_web2pdf_pi1%5Bargument%5D=printPage&tx_web2pdf_pi1%5Bcontroller%5D=Pdf&cHash=bb3d07eff20850d9516df811f94cd3fe

