

Ecodesign für Konsumsucht oder Suffizienz?

Von Michael Schwingshackl

Es gibt kein nachhaltiges Produkt, nur eine sinnvolle Nutzung unserer Hilfsmittel!

Unter Design verstehen wir in der Regel die „Verschönerung“ unserer Produkte. Das birgt die große Gefahr, dass wir diese dann umso lieber kaufen oder öfter verwenden. Das wäre dann nicht mehr „Ecodesign“ sondern „Ökonomdesign“. Warum Suffizienz, als Frage nach dem rechten Maß, vor dem Produktdesign stehen muss, beweisen Analysen sogenannter „Rebound Effekte“. Beispielsweise wird eine Beleuchtung, die weniger Energie verbraucht, dann umso länger eingeschaltet; aus einem sparsamen Flachbildschirm werden vier – einer davon im schon im Badezimmer oder WC- und wenn sparsame Autos weniger Treibstoffkosten verursachen, können wir länger und öfter fahren. Auch Unternehmen die hier ihre Kunden in die „Versionen-Falle“ tappen lassen, kurbeln möglicherweise trotz Produktverbesserungen unerwünschten Neukonsum an. Kurz: Das beste Produktdesign hilft uns nichts, wenn Markteffekte und persönliche Kostenüberlegungen den Vorteil wieder verspielen. Ohne geänderte Rahmenbedingungen, wird Ecodesign ein Sklave von engstirniger Konkurrenzwirtschaft bleiben.

Suffizienz steht in der Ökologie für das Bemühen um einen möglichst geringen Rohstoff- und Energieverbrauch, während heute unsere Produkte für, aus marktwirtschaftlichem Denken kommende, monetäre Ziele konzipiert sind. Also generell der Verkauf die notwendige Sparsamkeit überschattet, was zur derzeitigen globalen Ressourcenübernutzung und gleichzeitigem Ausbeuten vieler Menschen führt. Jedes ökologisch und sozial ernst gemeinte „Ecodesign“ müsste also für eine globale Suffizienz-Wirtschaft bestimmt sein, die wir uns erst schaffen – designen – müssen. Faire Verteilung und Globalverstand wird notwendiger denn je!

Vereinfacht sind für ökologische Zukunftsfähigkeit zwei Arten von geänderten Rahmenbedingungen unseres Wirtschaftens denkbar. Wir können die Art zu wirtschaften ändern (Kooperation statt Konkurrenz, Ressourcenwirtschaft, Gemeinwohlökonomie etc.) oder ökologisch wirksame Kostenwahrheit in der derzeitigen Marktwirtschaft einführen.

Wenn uns an einer sinnvollen Nutzung etwas liegt, bräuchten wir vor allem mündige NutzerInnen, die ein gutes Gespür aber auch Hintergrundwissen für den optimierten Einsatz unserer Hilfsmittel besitzen. Fast unmöglich ist es ein Produkt mit integrierter „Sinnhaftigkeits-Nutzungssperre“ zu gestalten, dass vor jeder Fehlnutzung vorbeugt. Das wäre ja so, wie wenn die Fahrt vor dem Einsteigen als entbehrlich erkannt wird – beispielsweise die Fahrt zum Bäcker in der Früh in bekannter 400 Metern Entfernung, sich das Auto nicht aufsperrn lässt, oder wenn wir Fahrzeuge „ecodesignen“, die uns bei der Polizei melden, wenn wir zu schnell – also zu energieverwenderisch – unterwegs sind. Ein Flachbildschirm dürfte sich in Badezimmer oder WC nicht montieren lassen. Unverkäuflich? Zumindest so lange bis uns Kostenwahrheit die Konsumsucht austreibt. Klingt aber wirklich nicht nach Design, sondern eher nach einem Aufruf die Produkte möglichst ekelig zu gestalten, damit niemand sie kaufen will. Womit wir wieder bei grundlegenden Veränderungen unserer Lebensweise und des Wirtschaftens wären, denn ekelige Produkte können nicht zum allgemeinen Ziel erklärt werden.

Aber fast egal was der Rest der Welt macht, es können sich Kristallisationskeime zukünftiger Gesellschaftsstrukturen in jedem Menschen bilden, die sich von der heutigen Konkurrenzwirtschaft entkoppeln und auf optimiertes Produktdesign und deren global kooperative und suffiziente Nutzung setzen. Ecodesign sollte auch ethische und soziale Antworten geben. Nicht nur unsere Produkte brauchen Gestaltung, sondern auch Bildung, unser Lebensstil und wählbare Politik. „Ecodesignen“ Sie das wunderschöne Leben – Aller - mit!

DI **Michael Schwingshackl**, Wirtschaftsingenieur – Verkehrstechnik, Doktorand an der TU-Graz, freier Mitarbeiter der Plattform - Footprint und der Initiative Zivilgesellschaft. Referent zum Ökologischen Fußabdruck (www.footprint.at) und zukunftsfähiger Mobilität. Freier Publizist und Gründer von www.findthebase.org