



## WORTSCHATZ



### Bucket List

„Bucket List“ stammt von „Kick the bucket“; zu Deutsch heißt das etwa: „Den Löffel abgeben“. Eine Bucket List ist also eine Liste von Dingen, die man vor dem Tod erleben möchte. Heutzutage gibt es aber nicht nur die eine Bucket List, sondern ganz viele. Zum Beispiel eine Gipfel-Bucket-List. Die „besten“ Ziele findest du natürlich auf Social Media. Und so werden Berge dann zu Hotspots – und Konsumobjekten. *FSI*

## DON'T BUY THIS JACKET!

Dieser Slogan warb 2011 für eine Outdoorjacke und wollte gleichzeitig darauf hinweisen, diese nur zu kaufen, wenn sie auch wirklich gebraucht wird. Eine Frage, die wir uns wahrscheinlich viel zu selten beim Shoppen stellen.

Aber warum kaufen wir trotzdem so viel und was macht der Konsum mit uns? Mit diesen Fragen hat sich Jakob für euch auseinandergesetzt. Oft vergessen wir, dass sich unser Kaufverhalten auch auf den Klimawandel auswirkt. Daniela hat herausgefunden, wie unser Konsum unseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck beeinflusst.

Häufig brauchen wir die neuen Sachen, die wir uns kaufen, gar nicht wirklich. Secondhand oder Ausleihen sind gute Alternativen. Denn wenn wir ehrlich sind, ist gerade auch Bergsport ganz schön kostenaufwendig. Sepp hat recherchiert und eine Liste mit Dingen und ihren Preisen rund um den Bergsport zusammengestellt.

Ob wir alles, was wir besitzen, wirklich zum Leben brauchen, ist eine Frage – Pia hat untersucht, ob vielleicht schon 100 Dinge reichen würden. Viel Spaß beim „Konsumieren“ dieser und der weiteren Beiträge zu unserem heiklen Thema!

Eure

Franzi



Titelbild: Vieles in unserem Leben lässt sich als Konsum-Akt betrachten, auch das Besteigen von Bergen. Wäre es umweltfreundlicher, es bleiben zu lassen? Silvan Metz



KONSUM: WAS TREIBT UNS DAZU?

## CONSUMO, ERGO SUM?

Konsum ist ein Reizwort. Für die einen Heilsbringer und Wohlstandsicherer, für die anderen Unzufriedenheitsstifter und ursächlich für die Klimakatastrophe. Aber warum kaufen wir, ohne zu brauchen? Fragt sich *JAKOB NEUMANN*.



Alles hat seinen Preis. Das gilt natürlich auch für Bergausrüstung – mag das Biwak noch so spartanisch sein. Preisangaben ohne Gewähr  
 © Silvan Metz

**K**onsum ist ambivalent. Er ist einerseits notwendig. Menschen müssen essen, sie müssen trinken, auch Kunst und Kultur werden oft nur konsumiert. Und „die Wirtschaft“ ist darauf angewiesen. Trotzdem hat der Konsum in Teilen der Gesellschaft einen schlechten Leumund. Denn er spricht auch unsere niederen Instinkte an. Wer kann behaupten, noch nie aus einem Impuls gekauft zu haben? Nur um

später zu bemerken, dass man das eigentlich nicht gebraucht hätte?

**Warum passiert uns das** immer wieder? Wir wissen, dass unsere Kopfhörer noch gut funktionieren oder dass die Jacke noch problemlos zwei Winter halten wird. Trotzdem greifen wir zu oft zu, wenn wir das Nachfolgermodell mit Facelift sehen oder uns gesagt wird, diese Farbe könne man nun wirk-

lich nicht mehr tragen. Die eine, einzige Erklärung dafür gibt es meist nicht, die psychologischen Mechanismen sind vielfältig. Das macht es auch so schwer, sich davor zu schützen.

**Zumal es Akteure gibt**, die genau das Gegenteil möchten. Die komplette Marketing- und Werbebranche beispielsweise. Ihr Job

# LEBEN AUF GROSSEM FUSS?


Ist es wirklich so schlimm, sich mit vermeintlich Notwendigem zu versorgen? Und wie lässt sich dieses „schlimm“ einschätzen? **DANIELA ERHARD** erklärt, wie unser Konsum das Klima beeinflusst.

**K**lar, wir müssen alle etwas essen und trinken, irgendwo wohnen, wir brauchen etwas zum Anziehen, wollen ab und zu verreisen, und ohne Rechner, Smartphone oder Ähnliches läuft vermutlich bei niemandem etwas. Es sollte uns aber bewusst sein: Dieser Konsum hat auch für die Umwelt Konsequenzen. Denn er verbraucht Energie, Platz und andere Ressourcen.

**Um das zu veranschaulichen**, konzipierten der Schweizer Mathis Wackernagel und der Kanadier William Rees 1994 den „ökologischen Fußabdruck“. Er stellt – vereinfacht gesagt – dar, wie groß das Stück Natur sein müsste, um das zu regenerieren, was wir jährlich durch unseren Lebensstil verbrauchen und an CO<sub>2</sub> in die Luft pusten. Laut der Organisation Footprint Network waren das in Deutschland pro Person 2017 durchschnittlich 4,7 Hektar – aber rechnerisch stehen für jeden Menschen nur 1,7 Hektar zur Verfügung. Würden also alle so leben wie wir, bräuchten wir fast drei Erden.

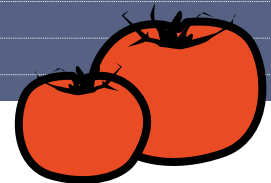
**Da der Großteil** des ökologischen Fußabdrucks durch Treibhausgasemissionen entsteht, lässt er sich darüber auch gut verringern. Und hier spielt nicht nur der Verzicht auf klimaschädliches Fliegen eine Rolle, das zeigt schon ein Blick in die Klimabilanz von Gemüse. Wer zum Beispiel regional, saisonal und bio einkauft, statt zur Ware aus dem Gewächshaus zu greifen, spart mit jedem Kilo Tomaten mehr als 9 Kilo CO<sub>2</sub>. Außerdem sollte man frische Waren kaufen, denn Weiterverarbeitung steigert den CO<sub>2</sub>-Ausstoß: Bei Dosengemüse um den

Faktor drei, bei Tiefkühlpommes sogar um das 29-Fache. Der Klimakiller schlechthin ist Butter: Für vier Pakete werden 24 Kilogramm Klimagase frei.

**Ähnlich anschaulich** ist der so genannte ökologische Rucksack. In ihn kommt im übertragenen Sinne alles rein, was für Produktion, Gebrauch und Entsorgung eines Produkts benötigt wird. Bei der Milch zum Beispiel auch das Futter der Kühe, der Kraftstoff für den Milchlastwagen oder die Verpackung. Ein Liter Milch wiegt nach dem Rucksack-Modell dann nicht mehr ein Kilogramm, sondern vier. Je aufwendiger und zerstörerischer es ist, die nötigen Rohstoffe zu gewinnen, umso schwerer wird auch der Rucksack. Deswegen kommt die Milch noch relativ gut weg. Bei einem alten Handy von 80 Gramm würde man theoretisch 75 Kilo mit sich rumschleppen, beim zwei Kilo schweren Notebook 745 Kilo. 

## So viel CO<sub>2</sub> entsteht beim Anbau von 1 kg Tomaten

Außerhalb der Saison im beheizten Treibhaus	9300 g
Außerhalb der Saison im beheizten Treibhaus, Bio	9200 g
Im unbeheizten Treibhaus	2300 g
Freiland-Anbau in Spanien	600 g
Regional während der Saison	85 g
Regional während der Saison, Bio	35 g



FORTSETZUNG


ist es – vereinfacht ausgedrückt –, Begehren zu wecken, manche sagen gar: zu erschaffen. Und sie machen ihren Job ziemlich gut. Viele Unternehmen investieren massive Summen in ihre Werbung. Denn sie wissen, dass sie funktioniert.

**Also müssen wir** uns einfach nur von sämtlicher Werbung fernhalten, um das Problem zu lösen? Nicht nur, dass das völlig unpraktikabel ist, es würde auch niemanden davor bewahren, Geld für überflüssige Dinge auszugeben. Denn ein weiterer Grund, warum wir Dinge kaufen, die wir nicht brauchen, liegt in unserer Natur. Den Menschen ist wichtig, was andere über sie denken. Deshalb gibt es Statussymbole.

Würden wir auf Statussymbole verzichten, würde ein großer Teil unseres Konsums wegbrechen. Jede Generation und jede Szene hat ihre eigenen Statussymbole. Für die einen muss es der coole Campingbus sein, für die anderen ein neues Outdoorjacken-Topmodell, ein Renommee-Gipfel, der Einkauf im Biomarkt oder das neueste Smartphone-Modell. Mittels dieser Statussymbole distinguieren wir uns von anderen. Dieser Wunsch nach Distinktion ist sehr mächtig.

**Ein eher neues Phänomen** ist die Reklame durch Influencer\*innen. Das sind Menschen, die in den so genannten sozialen Netzwerken ihrer Anhängerschaft Produkte schmackhaft machen. Das Perfide an der

Sache: Dafür bekommen sie oft Geld. Zwar müssen die „Beeinflusser\*innen“ kennzeichnen, wenn sie eine Gegenleistung erhalten. Diese Art der Werbung funktioniert trotzdem überraschend gut, denn viele sehen in den Influencer\*innen keine professionellen Werber\*innen, sondern Freund\*innen. Und wer würde befreundeten Menschen schon unterstellen, etwas zu empfehlen, was er\*sie selbst nicht gut findet?

**Die Krux mit dem Konsum** ist, dass er selten dauerhaft zufrieden macht. Zugegeben, im Moment des Auspackens mag eine angenehme Hormon-Welle den Körper fluten. Doch nachhaltig ist weder dieses Glücksgefühl noch solch ein Verhalten. 

# GEHT'S AUCH MIT WENIGER?


Die schädlichen Folgen des Konsums zu kennen und die psychologischen Treiber zu erkennen, ist ein erster Schritt – welche Wege aus der Konsumfalle herausführen könnten, hat *STEFANUS STAHL* recherchiert.

**W**er sich kritisch mit den Auswirkungen des durchschnittlichen modernen Lebensstils auseinandersetzt, kann eigentlich nur zu einer zugegebenermaßen frustrierenden Erkenntnis kommen: So geht's nicht weiter, und mit komfortablen Kompromissen ist es nicht getan. Die Hoffnung auf neue Technologien, die uns allen Komfort ohne Konsequenzen für den Planeten bieten, wird enttäuscht werden: Die Meere sind schon zu sehr überfischt, die Atmosphäre zu voll mit Treibhausgasen und unser Komfortlevel schon zu weit davon entfernt, was eine Erde mit 10 Milliarden Menschen ohne einschneidende Veränderungen übersteht. Fakt ist: Es braucht eine Vermeidung von Konsum. Das bedeutet aber auch ein Ende des Wachstums, das uns im letzten Jahrhundert zu immer mehr Wohlstand bei immer weniger Arbeit geführt hat.


**Die Frage ist:** Hat uns das Wachstum auch zu immer mehr Zufriedenheit geführt? Die Forschung sagt: Ab einem gewissen Niveau an Einkommen (und das korreliert mit Konsum) steigt das persönliche Wohlbefinden nicht mehr. Die Lebenszufriedenheit erreicht ein Plateau, egal wie viel wir auch konsumieren mögen. Der Weg hin zur so genannten Postwachstumsökonomie könnte hier der richtige sein, denn es ist absehbar, dass knappe Ressourcen auch teurer werden. Wer sich von diesen Ressourcen weniger abhängig macht, dessen Lebenszufriedenheit ist weniger gefährdet.



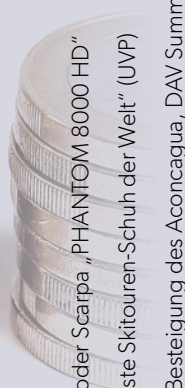
**Wie also mit weniger Konsum glücklich sein?** Zunächst durch die Befreiung von Ballast, der Zeit, Geld und ökologische Ressourcen beansprucht. Das liegt auf der Hand – und es ist überraschend, wie gern wir uns dann doch zu einem weiteren Fahrrad, einem weiteren Paar Schuhe oder Ähnlichem verleiten lassen; nur um dann auch noch mal eine weitere Kette zu ölen und einen weiteren Stiefel zu imprägnieren. Ein zweites Standbein der Postwachstumsökonomie ist eine Steigerung der Selbstversorgung durch Tauschen und Teilen in der Nachbarschaft und der Kommune, was wiederum keinen Verzicht an Komfort bedeutet – aber eine Reduktion des Bedarfs. Und drittens ließen sich Konsumansprüche deutlich optimieren, indem beispielsweise Produkte länger genutzt werden.

**Die schlechte Nachricht:** Selbst durch konsequente Anwendung dieser Leitlinien wird sich die Welt nicht retten lassen. Diese Aufgabe verlangt einen institutionellen Wandel: Jede Person müsste konkret mit einem eigenen Emissionskontingent haushalten, damit nicht länger getrickst und schöngeredet wird, wenn es um den individuellen Einfluss geht. So könnte das derzeit nur global formulierte Ziel „Klimaschutz“ auch greifbar werden – und jede\*r Einzelne für den eigenen Beitrag verantwortlich gemacht werden. Wenn wir das nicht schaffen, dann erhalten wir vielleicht ein Wirtschaftswachstum – von dem wir aber sehr schnell nichts mehr haben, wenn Meere und Felder brachliegen. 

Ist doch alles nötig, oder? Zumindest, wenn das Glück (und ein bisschen auch das Überleben) vom nächsten Placement abhängt.

 Heinz Zak

# WAS KOSTET DER BERG (-SPORT)?



15 €	Parkplatzgebühr (Tag) in Garmisch-Partenkirchen, Winter 20/21
29,99 €	Jahresabo für das Tourenportal alpenvereinaktiv.com, „pro“-Version
51 €	Mindest-jahresbeitrag für den DAV
82 €	Seilbahnfahrt „Matterhorn Glacier Paradise“ (hin und zurück)
136 €	Halbpension auf der Hörnlhütte (für Besteigung des Matterhorns)
166 €	Tages-Skipass in Aspen, USA, Winter 20/21
313 €	Gebühr zur Besteigung des Denali (Mount McKinley)
345 €	6-Tages-Skipass Zermatt-Cervinia, Winter 20/21
794 €	Gebühr zur Besteigung des Aconcagua
860 €	Hochtouren-Bergschuh, z.B. La Sportiva „Olympus Mons Cube“ oder Scarpa „PHANTOM 8000 HD“
1950 €	Dynafit DNA PINTECH By Pierre Gignoux, „Der leichteste Skitouren-Schuh der Welt“ (UVP)
5245 €	Expedition (20 Tage) mit Besteigung des Aconcagua, DAV Summit Club
9400 €	Permit-Gebühr zur Besteigung des Mount Everest zur Hauptsaison, pro Person
12.999 €	Mountainbike „Scott Spark RC 900 SL AXS“

Recherche: SEPP HELL, Preise ohne Gewähr, Stand April 2021

## ALLES HAT SEINEN PREIS



Kaum das Zugticket, den Bus, die Tankfüllung oder das Parkticket bezahlt, schon können wir losziehen! Gut, die Seilbahn noch. Dann auf der Hütte einchecken, wie viel bitte soll das kosten? Puh, na gut, hilft ja nichts. Zum Glück kann man in den Bergen selten mit Karte zahlen, so bleibt die konstante Gewichtsreduktion des sich leerenden Geldbeutels die einzige Genugtuung im alpinen Konsumgemetzel. Immerhin führt uns dies die Konsumlast unseres Hobbys eindringlich vor Augen. Hand aufs Herz, wer rechnet nicht die Kosten einer Tour ausführlicher durch als den ökologischen (Konsum-)Fußabdruck? Purist\*innen runzeln schon die Stirn – aber ich komme euch zuvor: Jetzt lassen wir uns nicht weiter ausnehmen! In die Berge geht's mit dem Rad, der Geldbeutel bleibt daheim, stattdessen Schlafsäcke im Rucksack. Zum Essen reichen ein paar Nüsse. Seilbahn ist eh nicht by fair means, super, da können wir sparen. Gut, weil wir das By-fair-means-Fass aufgemacht haben, kommen Bohrhakentouren nicht infrage. Echt schade, dass die drei Sätze Friends so teuer sind. Wobei, nicht nur die: Schlafsack, Isomatte, Zelt, Kocher, Daunenjackette, Ultraleichtgurt. Auch ein puristischer Rucksack beinhaltet schnell mal mehrere tausend Euro Konsumwert (siehe auch Bild S. 60/61). Also auch nicht besser? Klar, das ist alles vereinfacht, aber das Fazit bleibt: Bergsport ohne große Konsumlast ist oft nicht möglich, bestenfalls lässt sich der Konsumschwerpunkt verschieben. Spürbare Verbesserung ist nur mit Verzicht möglich. Eine unbequeme Erkenntnis. **SME**

## 10.000 ODER 100?

**Macht Besitz denn nun glücklich?** Unter Minimalist\*innen heißt es darauf: jein! Sie verzichten darauf, Dinge anzuhäufen. In den wenigen Gegenständen, die sie besitzen, sehen sie aber einen besonderen Wert. Lina Jachmann schreibt Bücher über den Minimalismus und ist überzeugt, dass man sich wohler fühlt, wenn man das Hab und Gut auf das Wesentliche beschränkt. Denn unbenutzte Besitztümer können eine Last sein, die ablenkt.

**Aber könnte man** die durchgelatschten Laufschuhe nicht doch eines Tages noch brauchen? Ballast abwerfen fällt uns Menschen schwer, weil wir den Instinkt zum Sammeln haben: Unsere Vorfahren haben selten im Überfluss gelebt und taten gut daran, ihr spärliches Eigentum aufzubewahren. In den kapitalistischen (Schlaraffen-)Ländern Mitteleuropas ist ständiger Konsum dagegen die Norm. Durchschnittlich besitzen wir 10.000 Gegenstände. Um inmitten der Dinge den Kopf nicht zu verlieren, plädiert Jachmann auf minimalen Konsum und das Aussortieren von Unnötigem.

**Was soll also weg,** und was darf bleiben? Minimalismus ist kein Wettbewerb, bei dem es darum geht, wer weniger Gegenstände hat, sagt Jachmann. Was man braucht, sollte man behalten, es komme nur darauf an, sich bewusst dafür zu entscheiden. Was Minimalist\*innen besitzen, wird von ihnen benutzt oder hat einen immateriellen Wert. Macht also glücklich. **PWE**



Alleine mit dem Fluss, den Felsen, dem Rauschen des Wassers ... Alles bewegt sich, trotzdem scheint die Zeit stillzustehen. Alles fließt. Flow.

# MEIN BERG MOMENT

Großartig, wenn man sein Boot in anspruchsvollem Wildwasser so beherrscht wie Florian Stark, der mit uns diesen Bergmoment teilt. Da hat der JDAV-Partner Mountain Equipment zum leichten, cleveren Kletterrucksack Orcus 24+ (Wert 125 Euro) sogar noch zwei waserdichte Lightweight Drybags mit Rolltop-Verschluss dazugelegt, damit wichtiger Kleinkram trocken bleibt – die gibt's übrigens in sechs Größen.



Und dein Bergmoment? Schick deinen Beitrag – Erlebnis, Ärger, Begegnung, Zwischenfall ..., im Format „280 Zeichen Text“ oder „Foto + 140 Zeichen Text“ – an [bergmoment@alpenverein.de](mailto:bergmoment@alpenverein.de) oder JDAV, Anni-Albers-Str. 7, 80807 München. In jedem Knotenpunkt prämiieren wir eine Einsendung – mehr davon findest du auf [jdav.de/knotenpunkt](http://jdav.de/knotenpunkt)

## KONSUM ...

**EIN FUNDAMENTALES –**

**EIN SCHWIERIGES THEMA.**

**UND AM SCHWERSTEN IST DER KONSUM-VERZICHT!**

**DABEI IST DIE SACHE ALS KLETTERER ZIEMLICH KLAR:**

**DER KONSEQUENTE PURIST NÄHERT SICH KLIMANEUTRAL PER PEDES ...**

**UND KLETTERT NACKIG – FREE SOLO!**

**DASS DAS POTENTIELL TÖDLICH IST, IST ZWECKDIENLICH.**

**AUCH DABEI GILT ES IM BLICK ZU HABEN!**

**KONSEQUENT ZU ENDE GEDACHT WÄRE ES**

**VERFRÜHTES ABLEBEN IST NICHT NUR SOZIALVERTRÄGLICH, ES REDUZIERT DEN ÖKOLOGISCHEN FUßABDRUCK SIGNIFIKANT!**

**UMWELT UND MITMENSCHEN MÖGLICHT WENIG ZU BELASTEN.**

**ALLERDINGS AM ZWECKDIENLICHSTEN,**

**GAR NICHT ERST AUF DIE WELT ZU KOMMEN.** *Exkurs IV '21*



Was fürs Leben: Danielas Detektiv-Diplom.  
 © Daniela Erhard

## KONSUMFREI GEBURTSTAG FEIERN?

Wenn nicht gerade Corona dazwischenfunkt, gehört eine ordentliche Feier zu jedem Geburtstag dazu. Aber wie sieht die aus? Mit zehn Freund\*innen in die Kletterhalle gehen? Bergeweise Geschenke und am Ende eine große Tüte mit Süßigkeiten und Spielzeug für jeden Gast? Die Kindergeburtstage, die mir in Erinnerung geblieben sind, kamen ohne diese Dinge aus. Klar, Geschenke gab es, einen Kuchen auch, aber noch keine Kletterhallen. Uns genügten zunächst Löffel und Eier zum Eierlaufen, Kartoffelsäcke fürs Sackhüpfen und die Klamotten-

kiste zum Verkleiden. Klingt langweilig? War aber Action pur. Später waren auch Schnitzeljagden der Renner: Auf der Spur von Mister X quer durch die Stadt – zu Fuß und ohne Handy. Ans Ziel gekommen sind wir trotzdem und Spaß hatten wir auch – obwohl es zur Belohnung „nur“ einen selbst gebastelten Detektivausweis gab. Den hatte ich übrigens bei einem Umzug verloren geglaubt – aber meine Mama hat ihn aufbewahrt.

Vielleicht probiert ihr mal was Ähnliches aus? Gerne dürft ihr auch eure Ideen mit uns teilen.

DER

## GÄMSCHEN KLEIN

© Sebastian Schrank

