

Was kann ich selbst tun?

Wie teuer ist billig?

von Petra Weiß

Ist Geiz wirklich geil? Bin ich nur dann nicht blöd, wenn ich beim Konkurrenten dieser Handelskette kaufe? Mich ärgert die Platttheit derartiger Werbesprüche schon lange. Ich frage mich immer, wer sich davon angesprochen fühlt. Eines Tages erwische ich mich dann selbst an der Kasse eines solchen Elektrodiskounters, weil mein Wunschhandy dort einfach unschlagbar günstig ist. So hat meine eigene Sparsamkeit dann doch die Abneigung gegen die Werbekampagne überwogen. Leide ich also an dem weit verbreiteten Dagobert-Syndrom?

Foto: Thorben Wengert / pixelio.de

Wenn es um das Boykottieren von nerviger Werbung geht, ist das eine Sache. Geht es um die Gesundheit, die Umwelt oder um ethische Aspekte, schaut es mit der Prinzipientreue hoffentlich besser aus.

Die Idee zu diesem Artikel kam mir, als ich von einer Broschüre hörte, die sich für das Meiden von Umweltgiften bei Krebs einsetzt. Ja, gibt es denn Krebspatient*innen, die beispielsweise herkömmliche Kosmetika kaufen? Man wundert sich, aber ja: Es gibt sie.



Möglicherweise durch Achtlosigkeit oder durch Unwissen oder durch eine Haltung von „Das wird mich schon nicht umbringen. Andere nehmen das ja auch.“ Klar, bringt einem das Shampoo oder die Bodylotion nicht spontan unter die Erde. Wenn der Körper aber ohnehin grade um sein Leben ringt und an allen möglichen Fronten kämpft, muss die Zusatzbelastung durch Paraffin & Co. nicht auch noch sein.

Etikettenschwindel? Gerne wird das schon von der Bio-Ernährung abgenutzte Argument der höheren Preise oder der unberechtigten Unbedenklichkeits-Prädikate angeführt. Hier wie dort gilt: Teuer ist noch lange kein Garant für gesund. Und Gesundes muss überhaupt nicht teuer sein. Sie finden zertifizierte Naturkosmetik in allen Preisklassen – sogar bei den traditionell billigsten Märkten. Und dass es wie überall, wo Menschen sind, auch Betrug und Profitgier in diesen Branchen gibt, ist unbestritten. Generell erfreuen wir uns aber in Deutschland wirklich strenger Kontrollen der Vorschriften. Die Siegel für Naturkosmetik, das Demeter-Etikett und der blaue Umwelt-Engel haben durchaus Gewicht und dürfen als seriöse Prädikate verstanden werden.

Wer sich allerdings darauf verlässt, dass man in deutschen Geschäften sowieso nichts kaufen kann, das irgendwie gesundheitsgefährdend ist, der irrt. Die giftigen Substanzen müssen nur brav bei den Inhaltsstoffen auf der Verpackung aufgelistet und ordnungsgemäß ausgezeichnet sein. Das nennt man dann Verbraucherschutz. Ob der Konsument ohne Chemie-Studium mit den Begriffen und Nummern etwas anfangen kann, interessiert hier eher nicht. Gerät ein Inhaltsstoff durch die Berichterstattung in den Medien in Verruf, wird flugs die Chemikalie leicht abgewandelt und ein anderer Name ziert die Packung. Wer von uns blickt da schon wirklich durch?

Bewusste Kaufentscheidungen

Betrachten wir das Phänomen Geiz. Und damit meine ich ausdrücklich nicht Sparsamkeit. Sparsam ist, wer seinen Möglichkeiten entsprechend maßhält und für das, was er braucht und was ihm gut tut nicht unnötig viel Geld ausgibt. Sparsamkeit ist ein klassischer Wert hierzulande.

Geizig ist, wer sich dauernd etwas verkneift, weil er das Geld aus Prinzip lieber spart, wer auf Qualität verzichtet oder andere wichtige Kriterien außer Acht lässt, weil seine Aufmerksamkeit sich nur auf den Preis richtet. Es gibt Haushalte, in denen wirklich jeder Euro umgedreht werden muss, wo Sparsamkeit zur Überlebensstrategie zwangsläufig dazu gehört. Diese meine ich natürlich nicht.

Den Möglichkeiten entsprechend. Das Gros der Konsumenten in Deutschland verfügt immer noch über genügend Einkünfte, mit denen das Berücksichtigen von gesundheitlichen, sozialen, umweltfreundlichen oder ethischen Aspekten möglich wäre. Und könnte so unter anderem für eine gerechtere Verteilung der Finanzkraft sorgen. Wenn der Harz IV Empfänger beim superbilligen Discounter einkauft, ist das mitunter eine Notwendigkeit. Beim Topmanager darf man sich fragen, ob er mit seinem Geld nicht lieber einen Lebensmittelmarkt unterstützt, der seine Angestellten ordentlich bezahlt und ihnen würdige Arbeitsbedingungen bietet. Der Gerechtigkeitsinn muss nicht am eigenen Portemonnaie enden.

Durch unser Konsumverhalten haben wir mehr Einfluss als wir gemeinhin denken. Nicht jeder einzelne, aber in der Summe können wir etwas bewirken. Denn gekauft wird nicht nur, was produziert wird, sondern auch umgekehrt. Millionen fließen in die so genannte Marktforschung, um zu erkunden, was wir Käufer*innen eigentlich haben wollen. Danach richtet sich das Angebot.

Nachhaltigkeit verantwortlich leben

Das Zauberwort heißt Nachhaltigkeit. Bedenken wir, welches Kaufverhalten allgemeines Glück, die Verbreitung von Wohlstand, eine gesunde Umwelt, artgerechte Tierhaltung etc. am besten auf lange Sicht unterstützt, fallen Entscheidungen vielleicht anders aus. Gemeinsam tragen wir hier jeden Tag Verantwortung, ob uns das bewusst ist oder nicht.

Zum Beispiel kann man sich für kleineres Geld dieselben Arzneimittel aus der Internet-Apotheke bequem online bestellen. Wie aber sollen dann die Apotheken mit ihren gut ausgebildeten Angestellten überleben, die mit Fachkompetenz und Einfühlungsvermögen ihre Kunden individuell beraten. Oft genug weist der Apotheker darauf hin, dass das Medikament ohne Verschreibungspflicht vielleicht nicht auf Dauer das Problem löst und der Gang zum Arzt oder Heilpraktiker notwendig ist. Und schließlich darf man auch nicht den sozialen Kontakt unterschätzen, den vor allem ältere Menschen vom Besuch in der Apotheke haben. Sollte uns allen das etwa nichts wert sein?

Erfreulicher Trend. Es gibt eine steigende Anzahl von Menschen, die aus ganzheitlichen Erwägungen heraus ihren Stromanbieter, ihre Bank oder ihren Drogeriemarkt wählen. Was nützt es mir, wenn mein Girokonto ein halbes Prozent mehr Zinsen abwirft. Reich werde ich davon nicht, und auch ohne das Zinsplus werde ich voraussichtlich nicht verhungern. Wenn mein Geld allerdings in ethisch vertretbare Projekte fließt, statt in der Tabak- oder Rüstungsindustrie zu landen, finde ich persönlich das sehr befriedigend. Ja, das haben pfiffige Marketing-Strategen ausgetüftelt. Wenn Nachhaltigkeit ein Wettbewerbsvorteil ist, so gönne ich diesen den cleveren Anbietern von Herzen. Mögen sie damit gute Umsätze erzielen und anderen als Beispiel dienen.

Wir können nicht immer alle Aspekte berücksichtigen. Manchmal gibt es Wertekonflikte, die sich nicht lösen lassen. Dennoch möchte ich Ihr Augenmerk darauf lenken, dass es sich lohnen kann, den Blick etwas zu weiten. Und wie mit allen Ansprüchen an uns selber darf auch hier schon die gute Absicht gewürdigt werden. Keiner schafft es, seine sämtlichen Kaufentscheidungen ethisch, ökologisch, sozial etc. korrekt zu treffen. Bitte seien Sie gnädig mit sich selbst und mit anderen. Lebensfreude und Genuss sind ebenfalls berechnete Bedürfnisse, die hin und wieder zum Zug kommen wollen. Wichtig ist, dass wir unsere Entscheidungen bewusst treffen.

Zur Person



Petra Weiß ist Heilpraktikerin und Traumatherapeutin. Sie ist seit 2006 in eigener Praxis für Ganzheitsmedizin und Psychotherapie (HeilprG) niedergelassen. Parallel arbeitet sie als Fachjournalistin für das Ressort Medizin & Gesundheit. Sie hat zahlreiche [Berichte](#), [Interviews](#), [Kommentare](#) und [Rezensionen](#) sowie [Blogbeiträge](#) und Online-Content veröffentlicht. An mehreren [Buchprojekten](#) hat sie als Fachlektorin und Co-Autorin mitgewirkt. In freier Mitarbeit unterstützt sie verschiedene Non-Profit-Organisationen bei ihrer [Öffentlichkeitsarbeit](#).

Kontakt

Petra Weiß • Peterstraße 9 • 69469 Weinheim

Kreativbüro Schreibkunst • www.schreibkunst.online • text@schreibkunst.online • 06201 4883094

Praxis Lichtblick • www.praxis-lichtblick.eu • gesund@praxis-lichtblick.eu • 06201 4883093