Welche Werte gelten in unserer Gesellschaft?
Wie wirken sie sich auf unser Handeln aus?
Der Zusammenhang zwischen Einstellung und Verhalten und die Lücke zwischen geäußerter Meinung und tatsächlichem Tun gibt immer wieder Anlass zur Diskussion. Das zeigt sich ganz besonders auch in der Nachhaltigkeitsdiskussion.

Fest steht, dass ein gesellschaftlicher Wertewandel eine Grundbedingung für eine nachhaltige Entwicklung ist und dass dieser bei jedem einzelnen Individuum beginnt.

Deshalb ist eine gesellschaftliche Diskussion über nachhaltige Lebensstile, über die Vor- und Nachteile der nachhaltigen Entwicklung wichtig. In Deutschland gibt es zahlreiche Initiativen, die sich zum Ziel gesetzt haben, nachhaltige Produktions- und Konsummuster zu fördern und nachhaltig zu leben:

Transparente Standards für die Kennzeichnung von Produkten sorgen dafür, dass sich Verbraucherinnen und Verbraucher bei ihren Kaufentscheidungen orientieren können.

Der Blaue Engel
ist das älteste und bekannteste Umweltzeichen in Deutschland. Neben dem Umweltschutz werden auch in hohem Maße Gesundheitsaspekte berücksichtigt.

Das FairTrade Siegel
kennzeichnet Produkte, die unter Einhaltung von internationalen Umwelt- und Sozialstandards hergestellt wurden und für die die Produzentinnen und Produzenten in Entwicklungsländern einen fairen Preis erhalten.
Alle mit der "Blume" gekennzeichneten Produkte sind von unabhängigen Stellen auf die Einhaltung strenger ökologischer und gebrauchstauglichkeitsbezogener Kriterien geprüft worden.

Das Ökosiegel
eingeführt von der Bundesregierung...200x....Dieses Sechseck!

Tipps und Hinweise zu ausschließlich nachhaltig erwirtschafteten Produkten enthält der „Nachhaltige Warenkorb“, der im Auftrag des Rates für Nachhaltige Entwicklung erarbeitet wurde.
http://www.nachhaltigkeitsrat.de/projekte/eigene-projekte/nachhaltiger-warenkorb/

Weitere Informationen und Links zum Thema „nachhaltiger Konsum“ finden Sie hier
http://www.nachhaltigkeitsrat.de/projekte/eigene-projekte/nachhaltiger-warenkorb/

„Grüner Lifestyle“ wird zunehmend trendy in unserer Gesellschaft. Hier einige Beispiele dafür:

Die Lohas („Lifestyle of Health and Sustainability“):
Sie stehen für einen Lebensstil oder Konsumententyp, der durch sein Konsumverhalten und gezielte Produktauswahl Gesundheit und Nachhaltigkeit fördern will.

Lovos (“lifestyle of voluntary simplicity”):
Lovos stehen für das einfache Leben und verstehen sich als Gegenpol zur konsumorientierten Überflussgesellschaft.

Die „Parkos“ („partizipativer Konsument“):
Parkos bilden die Schnittmenge aus Lohas, die einen gesunden und nachhaltigen Lebensstil pflegen, und intensiven Online-Usern. Sie verstehen sich als aktive Marktteilnehmer. Das ist einer Studie der Agentur „Zucker-Kommunikation“ zu entnehmen. Bei intensiver Nutzung des Internets konsumieren sie nicht nur bewusst, sondern setzen sich aktiv und kritisch mit der Kommunikationsarbeit von Unternehmen und Marken auseinander und fordern Veränderungen ein.

KEIMBLATT ÖKODORF – zukunftsfähige Lebensformen entwickeln:
Innerhalb der letzten zwei Jahre widmeten sich ForscherInnen der Universität Kassel einem Teilbereich dieses Themenkomplexes. Sie veranschaulichten in beeindruckender Weise, wie nahe gemeinschaftliche Lebens- und Wirtschaftsweisen an die eines nachhaltigen Lebensstiles herankommen. Die WissenschafterInnen ermittelten den Grad der Nachhaltigkeit mittels CO2-Äquivalenten für die Bereiche Wohnen, Mobilität und Ernährung.
http://www.oekodorf.or.at/www.ger/index.html
http://blog.einfachnachhaltig.de/