

PRESSEMITTEILUNG

11. Juli 2007

Nachhaltigkeitsstrategie des Landes soll die Verbraucher stärker in den Mittelpunkt rücken

Verbraucherkommission Baden-Württemberg präsentiert Vorschläge zur stärkeren Verankerung verbraucherrelevanter Themen

Die Verbraucherkommission Baden-Württemberg hält die im März diesen Jahres von der Landesregierung vorgestellte Nachhaltigkeitsstrategie für ein wichtiges Signal für Politik, Wissenschaft und Gesellschaft. Besonders begrüßt sie, dass hier über die reine Umweltthematik hinausgegangen wird. "Die Einbeziehung von Aspekten des nachhaltigen Konsums sowie ökonomischer und sozialer Aspekte ist uns sehr wichtig. Wir plädieren für eine umfassende Strategie, die sich nicht in der Behandlung von reinen Umweltaspekten erschöpft", betonte Prof. Walter Stahel, Mitglied der Verbraucherkommission Baden-Württemberg und Leiter des Instituts für Produktdauerforschung in Genf anlässlich der morgigen (12. Juli) konstituierenden Sitzung der Strategischen Koordinierungsgruppe der Nachhaltigkeitsstrategie.

"Wir haben die Nachhaltigkeitsstrategie aus dem Blickwinkel des Verbrauchers analysiert. Wir schlagen der Landesregierung vor, konkretere, messbare und ehrgeizigere Ziele zu formulieren, aber auch bereits vorhandene Stärken besser zu kommunizieren", so die Vorsitzende der Verbraucherkommission Baden-Württemberg, Prof. Dr. Lucia Reisch.

Anhand von beispielhaften "Leuchttürmen", d.h. bereits umgesetzten vorbildlichen Maßnahmen und von "Meilensteinen", d.h. ehrgeizigen aber realisierbaren Zielen auf dem Weg zu einer nachhaltigen Gesellschaft, könne dem Verbraucher anschaulich verdeutlicht werden, wie notwendig, aber auch wie attraktiv nachhaltiges Konsumhandeln ist. Gleichzeitig müsse Nachhaltigkeit aber auch tatsächliches Leitmotiv für Politik und Verwaltung werden und diese mit positivem Beispiel vorangehen, beispielsweise in der eigenen Beschaffungspolitik oder im Gebäudemanagement.

Anhand von acht möglichen Themenbereichen, die verbraucherrelevante Aspekte stärker in die Nachhaltigkeitsstrategie integrieren könnten, hat die Verbraucherkommission Baden-

Württemberg ausgewählte Beispiele erarbeitet. Ein Beispiel eines „Leuchtturms“ im Bereich "Energie" ist die Gemeinde Freiamt im Schwarzwald, die als erste Gemeinde mehr Energie aus erneuerbaren Quellen produziert als sie Energie verbraucht.

Als weitere Themenbereiche für die Konkretisierung der Nachhaltigkeitsstrategie schlägt die Kommission vor: Öffentlicher Gebäudebestand, Privater Gebäudebestand, Bildung und Erziehung, Mobilität, Einkaufen, Ernährung und Konsumkompetenz bei Jugendlichen.

"Wir begrüßen ausdrücklich den dialogorientierten Ansatz der Nachhaltigkeitsstrategie und nehmen diese Chance gerne wahr, uns als Gremium, das die Interessen der Verbraucher im Fokus hat, einzubringen", betonte Reisch. "Die Nachhaltigkeitsstrategie kann nur erfolgreich sein, wenn sie konkrete, messbare, machbare, aber gleichzeitig auch ehrgeizige Ziele verfolgt. In diesem Sinne bringen wir uns gerne in die Diskussion ein."

Das Positionspapier kann unter www.verbraucherkommission.de in der Rubrik "Aktuell" abgerufen werden.

Pressekontakt:

Prof. Dr. Christoph Fasel

Telefon: 0711 / 505306-40

Fax: 0711 / 505306-45

und

Prof. Walter Stahel

Telefon: 0041 /22-346-3504

E-Mail: presse@verbraucherkommission.de

Internet: www.verbraucherkommission.de