

## **PRESSEMITTEILUNG**

### **Konsummuster und Lebensstile tragen zum Verlust der Artenvielfalt und des Klimawandels bei**

#### **SusCon 2010 und cscp bieten Fachsession „Lebensstile, Konsumverhalten, neue Business Modelle“ – LOHAS treiben nachhaltige Konsumdebatte mit an**

**Nürnberg, 15./16. Juni 2010.** Rund 50 Millionen Menschen in Europa und weitere 40 Millionen in den USA gehören heute nach Einschätzung des Natural Marketing Institutes zu der Konsumentengruppe der sogenannten LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability). Namhafte Leitfiguren wie George Clooney, Richard Branson und Brad Pitt treiben die Debatte um verantwortungs-vollen Konsum mit voran. Bestimmte Konsum- und Produktionsmuster können tragen heute maßgeblich zu Biodiversitätsverlusten und Klimawandel bei.

Die SusCon 2010, „International Conference on Sustainable Business and Consumption“, setzt sich deshalb intensiv mit dem Thema „Konsumverhalten und Lebensstile und deren Folgen auf die Biodiversität“ auseinander. Vom 15.-16. Juni beschäftigen sich internationale Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Zivilgesellschaft mit der Fragestellung, wie sich angesichts knapper werdender Ressourcen die globalen Wachstums- und Lebensstandard-Ansprüche von rund 7 Milliarden Menschen in Einklang mit der Natur bringen lassen. In Kooperation mit dem CSCP, Centre for Sustainable Consumption and Production, das die SusCon 2010 auch als Co-Organizer unterstützt, bietet die Konferenz dazu eine eigene Fachsession.

#### **Nachhaltig konsumieren ist ‚in‘**

Die weltweit anwachsende, finanzstarke Konsumentengruppe der LOHAS, die sich bewusst für ein gutes Gewissen und ethischen Konsum entscheidet, ist laut CSCP zu einer Veränderungsmacht im Markt geworden. Ihre Auswahlkriterien sind vielfältig, der gesamte Produktlebenszyklus wird betrachtet. Produkte müssen umweltgerecht hergestellt und verpackt sein. Ästhetik, Stil und Design sind wichtig, um die besondere Qualität zu untermauern. Ihr Anspruch an Unternehmen: grünere Produkte, unternehmerische Verantwortung und vor allem Glaubwürdigkeit.

„Die Entscheidung der Konsumenten, besonders im Bereich Transport, Ernährung, Freizeit und Wohnen kann einen entscheidenden Einfluss auf die Biodiversität haben“, so Dr. Nadine Pratt, Projektmanager CSCP. „Deshalb ist es wichtig, frühzeitig innovative Business Modelle zu identifizieren, die eine nachhaltige Auswahl ermöglichen. Dies ist insbesondere angesichts von Mainstream-Konsumenten eine der Hauptherausforderungen im Hinblick auf die Biodiversitätsdebatte.“

## **Konsum und Produktion im Einklang mit der Natur – wie geht das?**

Konsumentenansprüche wachsen unaufhörlich und damit der Verbrauch an Rohstoffen und Ausstoß an CO<sub>2</sub>. Es gilt daher herauszufinden, wie der Balanceakt Konsum und Produktion einerseits und Nutzung im Einklang mit der Natur andererseits gelingen kann. Neben dieser Fragestellung wird der CSCP-Workshop vor allem herausarbeiten, wie in Zukunft Produkte beschaffen sein müssen, um Zielgruppen wie LOHAS anzusprechen.

Workshop-Teilnehmer werden dabei Best – und Worst Case-Szenarien für das Jahr 2050 explorieren und Handlungsoptionen erörtern. So soll sich u.a. mit folgenden Fragestellungen auseinandergesetzt werden: Wie wird die Welt in 40 Jahren aussehen, wenn die Biodiversität weiterhin radikal abnimmt bzw. ausgelöscht wird. Wie leben und konsumieren wir? Wie arbeiten und wirtschaften wir?

Michael Kuhndt, Direktor des CSCP: „Wir wollen mit unserer Arbeit dazu beitragen, nachhaltige Konsummuster in den Massenmarkt zu tragen und so einen positiven Beitrag zur Biodiversität und zum Klimawandel zu geben.“

**Das CSCP**– UNEP / Wuppertal Institute Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production – wurde 2005 vom Wuppertal Institut für Klima, Umwelt und Energie und dem Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP) als internationaler "Think Tank" und "Do Tank" für Forschung, Pilot- und Transferaktivitäten im Bereich nachhaltiger Konsum und Produktion gegründet. Weitere Information unter [www.scp-centre.org](http://www.scp-centre.org)

## **SusCon 2010**

Die „International Conference on Sustainable Business and Consumption“ findet in diesem Jahr zum zweiten Mal auf dem Nürnberger Messegelände statt. Vom 15. bis 16. Juni werden sich Unternehmen, NGOs und Politiker vor allem zu Fragen der Biodiversität austauschen. Im Zentrum stehen u.a. neue Business-Modelle wie Social Business, Zertifizierungen sowie konkrete Aktivitäten zum Erhalt der Biodiversität. Zu den Unterstützern gehören u.a. IUCN, FAO, IFOAM, Rainforest Alliance, Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ), CSCP, Deutsche Umwelthilfe, Soil & More sowie die „Business and Biodiversity Initiative“. Sponsoren sind u.a. die REWE Group, Unilever, Primavera, Neumarkter Lammsbräu sowie DEG / KfW Bankengruppe. An der Erstveranstaltung 2009 nahmen im Vorfeld der internationalen BioFach, The World Organic Trade Fair rund 200 Teilnehmer aus Wirtschaft und NGOs teil. Weitere Information unter [www.suscon.net](http://www.suscon.net).

## **Pressekontakt:**

Carla Kleinjohann, Agentur für Kommunikation & nachhaltige Entwicklung  
T: +49 (0) 89 – 21 11 25 30, Mobil +49 (0) 171- 731 25 93, [ck@carla-kleinjohann.com](mailto:ck@carla-kleinjohann.com)

## **Weitere Information**

Udo Censkowsky, Organic Services: +49 (0)89-82075902, [u.censkowsky@organic-services.com](mailto:u.censkowsky@organic-services.com)  
Bernward Geier, COLABORA: +49 (0)2245-618652, [b.geier@colabora-together.de](mailto:b.geier@colabora-together.de)  
Fritz Lietsch, ECO-World, +49 (0)89-7466111, [f.lietsch@eco-world.de](mailto:f.lietsch@eco-world.de)

