Peter Marwitz - Überdruss im Überfluss
ISBN 978-3-89771-125-9 ©UNRAST Verlag 2013

Inhalt

Einleitung: Konsum? Kritik? 5

1. Das grundlegende Problem: unser Waren›kreislauf‹ 8
Umweltzerstörung bei Rohstoffabbau, Produktion, Vertrieb 9
Ressourcenverbrauch 9
Ausbeutung des Menschen 10
Politik und Lobbyismus 10
Abhängigkeit von den Finanzmärkten 11
Marktmachtkonzentration 11
Das KonsumentInnen-Hamsterrad 12
Anhäufung von Dingen 12
Verschuldung 12
Müll und Entsorgung 13

2. Konzernkritik 14
Aldi, Lidl & Co.: Wie teuer ›billig‹ wirklich ist 15
Nestlé: Abhängigkeit als Prinzip 17

3. Das Zeitalter des Konsumismus 21
Eine kurze Geschichte der Konsumkritik 21
– Der eindimensionale Mensch 22
– Haben oder Sein 23
– Die Gesellschaft des Spektakels 24
›Der gute Konsument‹ 24
Die (Un-)Kultur des Kommerzes 26
Geplante Obsoleszenz: Die Wegwerfgesellschaft 29
Reklame: Lügen und Verführen 31
Das Zusammenspiel von Medien und Werbung 36
Fernsehen: Kommerz ist Programm 36
– Public Relations, Product Placement und Advertorials: Gekaufte Wahrheiten 39
– Markenfetischismus: der markierte Mensch 41

4. Die KonsumentInnen wachen auf 46
Politischer, nachhaltiger, strategischer Konsum: LOHAS & Co. 47
Konsumverzicht: LOVOS & MinimalistInnen 49
Vegetarismus & Veganismus 51
Alternativen zum Kauf- und Wegwerfwahn 53
– Reparaturcafés 53
– Bücherschränke / Give-Boxen / Verschenknetzwerke 54
– Second-Hand-Läden / Flohmärkte 54
– Upcycling 54
– Kleidertauschpartys/Klamottentauschläden 54
– Tauschringe 55
– Komplementäre/regionale Währungen 55
– Car-Sharing/Mitfahrgelegenheiten 55
– Land-Sharing 56
– Couchsurfing 56
– Foodsharing 56
– Containern 57
– Leihen 57
– Genossenschaften/Mitgliederläden/ Wirtschaftsgemeinschaften 58
– Transition Towns 58
Adbusting und Culture Jamming: Widerstand gegen die Warenmaschine 59

5. Kritik der Kritik 63

6. Ausblick: Cradle-to-Cradle, Postwachstumsökonomie und mehr 65

7. Zwölf Faustregeln für einen sinnvolleren Konsum 68

8. Anhang 71
Literatur 71
Filme 72
Artikel 73
Linktipps 74