

Inhaltsverzeichnis

1. Genuß statt Verzicht	7
Die Auswahl der Ziele	9
Die drei Nachhaltigkeitsmodelle	12
Unser Ansatz	15
„Halbe-Halbe“ und der Umweltraum	20
Diagnose: Die Lage der Welt	21
Ein Einwand: Globale Gleichmacherei?	28
Neues probieren	29
2. Unser Essen	32
Wieviel ist „zuviel“?	32
Land-Indexpunkte – ein einfaches System	33
Fleisch macht Hunger	34
Genießen mit weniger Fleisch	34
Erdöl im Essen? Die CO ₂ -Indexpunkte	35
Unsere Nahrung auf Reisen	37
Wie frisch ist eigentlich „frisch“?	38
Arche Noah in Ihrem Garten	39
Im Rhythmus des Jahres	40
„Bio“ – was bringt's?	41
Orangensaft ist gesund	43
Mach Freude mit Blumen!	45
Des Menschen bester Freund	46
3. Wie kleiden Sie sich?	50
Bestandsaufnahme: Was wir tragen	51
Öko-Bewußte als Nachhaltigkeits-Sünder?	51
Textilien brauchen Energie	52
Baumwolle – ökologische und soziale Argumente	53
Entsorgen von Textilien	54
Die „bösen M“: Mode und Makellosigkeit	55
Was also tun?	56
Gut statt viel	57
Textil-Etiketten	59
Zum Schluß: Kleiner Textil-Knigge	61
4. Wie würden Sie gerne wohnen?	65
Veränderte Bedürfnisse durch veränderten Lebensstil	65
Bauen: Massen in Bewegung	66
„Sie hab'n a Haus baut“	69
Heizen – aber wie?	74
Wieviel Liter braucht Ihr Haus oder Ihre Wohnung?	78

Lassen Sie sich doch beraten!	81
Wo wohnen Sie im Urlaub?	82
Zum Schluß: Kleiner Wohn-Knigge	88
5. Die Dinge und Sie	93
Interview mit Herrn Meier	93
Arbeitslosigkeit durch langlebige Produkte?	93
Wie sieht das alles nun aus dem Blickwinkel der Nachhaltigkeit aus?	96
Arbeitszeitverkürzung als Ausweg?	98
Werbung – ist sie des Teufels?	100
Und die Waschmittelwerbung?	102
Werbung und Mode	103
Brot und Spiele	104
Kann das denn wahr sein?	106
Ein Ausweg: Der Nega-Schilling	107
Von der Nachbarschaftshilfe zum Tauschkreis	109
Zurück zu Herrn Meier	111
Die Patina der Dinge	112
Alt, aber gut	113
„Second Hand“ – Partisanen gegen die Wegwerfgesellschaft	114
Zahlt sich Reparieren aus?	115
Vom „Das ist meins“-Alter zum gemeinschaftsfähigen Erwachsenen	116
Nutzen statt besitzen	117
Soziale Fallen – am Beispiel öffentlicher Verkehr	119
6. Lebensstil: Was brauchen Sie?	124
Leben	126
Sättigung	127
Körpergefühl	129
Raum	130
Zeit	131
Schönheit	134
Weltanschauung	135
Macht	137
Tätigkeit und Muße	138
7. Die Welt verändern	141
Die Macht des Konsumenten	142
Die Macht des Wählers	145
Die Macht des Meinungsbildners	146
Zusammenfassung: Die wichtigsten zehn Schritte	151
Wie dieses Buch entstanden ist	153
Danksagungen	156