

Liesl Clark
Rebecca Rockefeller
Nichts kaufen, alles haben



GOLDMANN

Lesen erleben

Buch

Ob Klamotten, Kosmetik oder Elektronik: Wir kaufen ständig neu und schmeißen vieles anschließend wieder weg. Es bleiben Müllberge, die unseren Planeten zerstören, und das ungute Gefühl, den Blick für das Wesentliche zu verlieren. Mit ihrem Buch liefern die Gründerinnen der »Buy Nothing«-Bewegung eine fundierte Analyse unseres Kaufverhaltens und führen in sieben Schritten zu einer nachhaltigen Konsumkultur, die Ressourcen schont und glücklich macht.

Autorinnen

Liesl Clark ist Mitbegründerin des »Buy Nothing«-Projekts und preisgekrönte Filmemacherin. Sie hat unter anderem für *National Geographic* Wissenschaftsdokumentationen über die entlegensten Ecken der Welt gedreht.

Rebecca Rockefeller hat das »Buy Nothing«-Projekt mit seiner ersten lokalen Facebook-Gruppe auf Bainbridge Island (Washington/USA) gegründet. Als Social-Media-Beraterin verhilft sie Künstler*innen und Non-Profit-Organisationen zu mehr Sichtbarkeit.

www.buynothingproject.org

Liesl Clark & Rebecca Rockefeller

Nichts kaufen, **ALLES HABEN**

**In 7 Schritten zu einem
konsumfreien, nachhaltigen
und großzügigen Leben**

Aus dem amerikanischen Englisch
von Nikolaus de Palézieux

GOLDMANN

Die englische Originalausgabe erschien 2020 unter dem Titel
»The Buy Nothing, Get Everything Plan: Discover the Joy of Spending Less,
Sharing More, and Living Generously« bei Atria Books, New York.

Alle Ratschläge in diesem Buch wurden von den Autorinnen
und vom Verlag sorgfältig erwogen und geprüft. Eine Garantie kann
dennoch nicht übernommen werden. Eine Haftung des Autors
beziehungsweise des Verlags und seiner Beauftragten für Personen-,
Sach- und Vermögensschäden ist daher ausgeschlossen.

Sollte diese Publikation Links auf Webseiten Dritter enthalten,
so übernehmen wir für deren Inhalte keine Haftung,
da wir uns diese nicht zu eigen machen, sondern lediglich
auf deren Stand zum Zeitpunkt der Erstveröffentlichung verweisen.



Dieses Buch ist auch als E-Book erhältlich.



Klimaneutral
ClimatePartner.com/14044-1912-1001
Druckprodukt

Nicht vermeidbare Emissionen werden über ein Aufforstungsprojekt
der Penguin Random House Verlagsgruppe in Brasilien ausgeglichen.

Penguin Random House Verlagsgruppe GmbH FSC® N001967

1. Auflage

Deutsche Erstausgabe April 2021

Copyright © 2020 der Originalausgabe:

Liesl Clark und Rebecca Rockefeller

Copyright © 2021 der deutschsprachigen Ausgabe:

Wilhelm Goldmann Verlag, München,

in der Penguin Random House Verlagsgruppe GmbH,

Neumarkter Str. 28, 81673 München

Umschlag: Uno Werbeagentur, München

Umschlagmotiv: © FinePic®, München

Illustrationen: © Brooke Budner

Redaktion: Andrea Kalbe

Satz: Satzwerk Huber, Germering

Druck und Bindung: GGP Media GmbH, Pößneck

Printed in Germany

EB · IH

ISBN 978-3-442-17914-5

Besuchen Sie den Goldmann Verlag im Netz



*All denen gewidmet, die glauben,
dass unser Geld am besten für den Aufbau
einer gesunden, freudvollen und gerechten Welt
eingesetzt werden sollte.*

Inhalt

Einführung: Wie wir dazu kamen, weniger zu kaufen und mehr miteinander zu teilen . .	11
Warum es besser ist, nichts zu kaufen	26
Das Plastik-Zeitalter	27
Eine saubere Lösung	33
Die Psychologie des Konsums	36
Wir ertrinken in unseren Sachen.	38
Die unerwartete Freude, wenn man nichts kauft . . .	41
Einladung zum Nichtkauf	46
Probieren Sie unsere Nichtkauf-Anleitung in sieben Schritten.	46
Die Regeln	49
Die Ausnahmen	50
Schritt 1: Geben	53
Lehren aus dem Himalaya	54
Wie wichtig es ist, etwas zu haben, das man gibt . . .	60

Eine Wirtschaft, die auf dem Geben beruht	63
Wie man gibt	73
Über Schenk-Ökonomien, Frauen, Armut und Reichtum	79
Wie man eine Schenk-Ökonomie-Gruppe aufbaut	83
Sich selbst geben	87
Wir laden Sie ein zu geben	90
Schritt 2: Bitten	95
Geld trennt uns, Schenk-Ökonomien verbinden uns	97
Wir haben vergessen, wie man bittet	101
Eine Buy-Nothing-Hochzeit	102
Alle Gaben sind gleich wertvoll	112
Unerwartete Verbindungen	117
Wir laden Sie ein zu bitten	120
Schritt 3: Wiederverwenden und Ablehnen	124
Ein Experiment im Nichts-Kaufen	131
Warum Kaufen sich gut anfühlt, nichts zu kaufen sich aber besser anfühlen kann	134
Leben mit weniger Lebensmitteln	139
50 Dinge, die wir nie mehr kaufen	147
Machen Sie jeden Tag zu einem besonderen	180
Wir laden Sie ein, wiederzuverwenden und abzulehnen	185

Schritt 4: Nachdenken	187
Der Reiz des Kaufens	192
Wir laden Sie ein nachzudenken	205
Fragen, die Sie sich stellen sollten, ehe Sie etwas kaufen	205
 Schritt 5: Machen und Reparieren	209
Seien Sie Produzentin und keine Konsumentin	211
Reparieren Sie es!	216
50 Dinge, die wir selber machen	218
Wir laden Sie ein, zu machen und zu reparieren	248
 Schritt 6: Teilen und Leihen	251
Schaffen Sie sich Ihre Teilokratie	255
50 Dinge, die wir teilen	270
50 Dinge, die wir verleihen und ausborgen	287
Wir laden Sie ein, zu teilen und zu leihen	303
 Schritt 7: Dankbarkeit	305
Das höchste Geschenk	309
Wir laden Sie ein, Dankbarkeit auszudrücken	313
 Nur der Anfang: Kaufen Sie nichts fürs Leben	316
Teilen Sie Ihre Erfahrungen	316
Fangen Sie immer wieder von Neuem an	318
Bringen Sie sich dazu, nichts mehr zu kaufen	319
Kaufen Sie mit Achtsamkeit	322

Eine Zukunftsvision.	326
Schenk-Netzwerke als Hilfsorganisationen.	327
Die Erde retten: Gleichzeitig geben, bitten und teilen	332
Miteinander teilen in der realen Welt	333
 Danksagung.	 336
 Anhang	 341
Überdenken Sie Ihren Müll	341
Wiederverwertbares	343
Papier.	344
Polyethylen	346
Lebensmittel und organisches Material	347
 Anmerkungen	 352
 Register	 361

Einführung

Wie wir dazu kamen, weniger zu kaufen und mehr miteinander zu teilen

Unsere Geschichte beginnt an einem klaren Tag Mitte Dezember. Es war einer der seltenen Momente ohne Winterstürme, an einem unberührten Strand nicht weit von unserer Stadt an der pazifischen Nordwestküste.

Die fahle Wintersonne stand tief am Himmel. Wir gingen mit unseren Kindern am Strand entlang und beobachteten vier Paar winzige nackte Füße dabei, wie sie durch den Sand stapften. Obwohl wir Winterkleidung trugen, war es doch schon so warm, dass die Kinder ihre Schuhe im Wagen lassen konnten – eine willkommene Befreiung von ihren Wollsocken und Gummistiefeln. Auf Zehenspitzen schlichen sie barfuß über das am Ufer angeschwemmte Gewirr aus riesigen Douglasien- und Thuja-Treibholzstämmen, als balancierten sie auf einem Drahtseil und führten spielerisch eine Zirkusnummer vor. Das Wasser hier war kalt und tief, mit einer starken Strömung und schaumgekrönten Wellen zwi-

schen uns und den im Dunst liegenden Umrissen der Hügel von Seattle jenseits der Salish Sea.

Wir – Liesl und Rebecca – waren seit einem Jahr enge Freundinnen, und unsere Kinder im Alter von vier bis sieben Jahren waren meist unzertrennlich und verbrachten ihre Zeit damit, die Natur zu erforschen. Ihr Wunsch nach Erkundung der Gegend führte uns zu den wildesten Inselküsten, die wir nach der Schule mit dem Auto erreichen konnten. Rebecca ist alleinerziehende Mutter mit zwei Töchtern, Ava und Mira. Sie ist Bloggerin, Social-Media-Beraterin und kommt aus einer Familie von Umweltaktivisten und -politikern. Liesl ist Dokumentarfilmerin, deren Kamera auf modernste Wissenschaft und Forschung gerichtet ist; sie arbeitet für *NOVA* und *National Geographic*. Viele ihrer zahlreichen Projekte beinhalten das Reisen mit ihren beiden Kindern Finn und Cleo und ihrem Ehemann Pete Athans. Angesichts unserer gemeinsamen Liebe zu Abenteuern und zur Natur wurden Ausflüge zu winterlichen Stränden ganz normal für uns, und dieser Ausflug im Dezember gehörte ebenfalls in diese Kategorie, bis Finn sich einen Splitter einfiel. Das war die Kehrseite von Strandspaziergängen mit bloßen Füßen. Liesl entfernte den ärgerlichen Stachel, ehe Tränen die gute Stimmung an diesem Tag verderben konnten, doch wir sahen, dass da noch etwas anderes unter Finns Füßen klebte ... etwas, das dort nicht hingehörte: Winzige weiße Schaumstoffkugeln und kleine bunte Plastikstückchen steckten zwischen seinen Zehen.

Als wir den Sand unter unseren Füßen genauer betrachteten, fanden wir ein paar Plastikscheiben mit einem Durch-

messer von drei Millimetern. (Später erfuhren wir, dass man dies als Kunststoffgranulat bezeichnet, ein industrielles Ausgangsmaterial für alle Kunststoffprodukte). Bald zeigte sich, dass diese Plastikscheiben einen alarmierend großen Anteil des Strandes an diesem Tag bedeckten. Als die Kinder an den Baumstämmen entlangrannten und vor Freude über ihr neu entdecktes Spiel, den »Plastiksand« nicht mit den Füßen zu berühren, laut kreischten, schauten wir uns an, was sich sonst noch mit dem Sand, den Muscheln, dem Treibholz und dem Seegras um uns herum vermischte. Wir fanden größere Plastikreste, die noch verstörender waren: Spritzen, einen grün gekleideten Plastiksoldaten, den Finn gerne in seine Sammlung aufnahm, Kaffeerührstäbchen, ein PVC-Rohr, Stifte, wie Cleo sie zu Hause hatte, Lichtschalterabdeckungen, einen Polyester-Helium-Geburtstagsballon wie der, den Ava auf der Party eines Freundes verloren hatte, als er letzte Woche aus ihrer Hand davonflog, Feuerzeuge, eine leuchtend gelbe Baby-Spielzeugpuppe, so wie Mira ihrer Erinnerung nach früher eine hatte, ferner Autostoßstangen und Tampon-Einführhilfen – alles Dinge aus unserem täglichen Leben, alle aus Kunststoff und alle an unsere Küste gespült.

Natürlich war das Plastik die ganze Zeit schon da gewesen. Und als wir es sahen, konnten wir es nicht mehr ungesehen machen. Alle diese Gegenstände, die Dinge, die wir jeden Tag benutzten und auf die wir uns verließen, hatten den Weg zu unseren Stränden gefunden und lagen offen vor aller Augen herum. Eigentlich bedeckten sie nicht den Strand; sie waren vielmehr zu einem Teil von ihm geworden.

Wir betrachten jenen Tag als den Beginn unseres »Buy Nothing«-Abenteuers – zwei Jahre vor unserer Grundsteinlegung zu dem immer wirkungsvolleren »Buy Nothing«-Projekt, das jetzt mehr als eine Million Mitglieder zählt und ganz erstaunliche 6000 Freiwillige umfasst. Wir sind über eine scheinbar kleine Inselgeschichte gestolpert, die aber in Wahrheit ein großes, globales Problem umfasste und uns deshalb dazu inspiriert hat, einen gesellschaftlichen Wandel anzustoßen, um etwas gegen die ausufernde Verschwendung und das Plastik in unserer Umwelt zu tun.

Was bedeutet es, nichts zu kaufen? Einfach ausgedrückt ist es eine Philosophie, die davon ausgeht, dass der Schlüssel zu einem erfreulichen, sinnvollen und reichhaltigen Leben auf einem gesunden Planeten darin liegt, jede mögliche Alternative zu erwägen, ehe man etwas kauft, das man haben will oder braucht. Diese Philosophie haben wir durch das »Buy Nothing«-Projekt mit Leben erfüllt. Konkret handelt es sich hierbei um ein soziales Kollektiv aus lokalen Schenk-Ökonomien – eine Alternative zur Marktwirtschaft, von der die meisten von uns abhängen –, wobei Nachbarn mit Nachbarn teilen. Das heißt, die Mitglieder »bitten« um das, was sie haben wollen, anstatt es zu kaufen, und andere Mitglieder »verschenken« ihre wenig gebrauchten Gegenstände, anstatt sie wegzuworfen. Was vor ein paar Jahren als eine Offenbarung am Strand begann, haben seither viele Menschen in Dutzenden Ländern umgesetzt: Sie haben ihre Sachen und Talente vor Ort geteilt und bereitwillig unnötiges Konsumverhalten vermieden. Doch nichts zu kaufen bedeutet uns noch viel mehr.

Nichts zu kaufen bedeutet eine Änderung unserer Geisteshaltung. Es ist eine Erinnerung daran, dass in dem alten Sprichwort »Des einen Müll ist des anderen Schatz« eine große Wahrheit liegt; dass es wertvoll ist, einem einst geliebten, jetzt aber ungenutzten Gegenstand ein neues Zuhause zu geben, anstatt ihn auf dem Dachboden oder in der Garage zu lagern oder noch schlimmer in den Mülleimer zu stopfen. In gewissem Sinn ist das Nichts-Kaufen eine Rückwendung zum Leben unserer Großeltern, zu der Art und Weise, wie die Menschen vor One-Click-Shopping lebten, als sie einen Nachbarn ansprachen, wenn ihnen der Zucker oder das Benzin für den Rasenmäher ausgegangen war.

Bei vielen von uns hat der Wunsch, mehr zu wollen, als wir brauchen, eine gewisse Unzufriedenheit bewirkt. Wir haben die Zeiten vergessen, als die Frauen oft das Brautkleid der Mutter oder Großmutter trugen. Wir haben vergessen, wie die Dinge damals gehandhabt wurden. Unser Appetit auf mehr kostet uns ein Vermögen, was sowohl unseren Geldbeutel als auch die Umwelt belastet. Als wir das langlebige Plastik an unserer Küste entdeckten, war dies für uns ein Augenöffner, ein dringender Weckruf, etwas zu tun, ganz gleich, was, um eine Diskussion über unsere Kaufgewohnheiten in Gang zu bringen und damit den ständig wachsenden Trend zur Plastik-Verschmutzung auf der Erde umzukehren.

Manche Zeitgenossen meinen vielleicht, dass sich unser Traum vom sozialen Wandel verwirklicht hat: Wir haben eine weltweite soziale Bewegung des großzügigen Gebens und Bitens, Empfangens und Teilens auf den Weg gebracht. Alles ist

kostenlos und ohne Bedingungen. Das »Buy Nothing«-Projekt hat sich langfristig etabliert, und die positiven Nebenwirkungen machen süchtig. In dieser neuen Weltanschauung – einer Sharing Economy, einer auf dem Teilen beruhenden Wirtschaft – profitieren alle, und jeder kann mitmachen: Minimalisten, Maximalisten, Verschwender, Community Builder und Umweltschützer gleichermaßen. Unser »Buy Nothing«-Experiment – vorgestellt in der *Washington Post*, im Mother-Nature-Netzwerk, auf Grist, auf Yahoo News, in der *New York Times*, bei der Australian Broadcasting Company, der japanischen Rundfunkgesellschaft NHK, auf CBC News, in der *South China Morning Post* und bei NPR – ist ein effektives, modernes Modell für eine Schenk-Ökonomie, für ein System, in dem Waren und Dienstleistungen in Form wirklicher Geschenke vergeben werden, ohne dass eine Belohnung erwartet wird, also ohne Gegengeschäft, Handel oder Verkauf. Hier findet *wirkliches* Teilen statt, und vor allem hat niemand einen Vorteil gegenüber anderen. Jeder Teilnehmer erwirbt durch seine Handlungen soziales Ansehen, und jeder erntet, was er sät.

Vielleicht haben Sie sich bereits mit der »Buy Nothing«-Mentalität vertraut gemacht oder sich an einer der vielen richtungsweisenden »Sharing Economies« beteiligt, wofür Unternehmen wie Uber, Lyft, Airbnb und Vrbo den Grundstein gelegt haben. Menschen auf der ganzen Welt teilen miteinander ihre Häuser und Autos, bauen Tiny Homes, leihen in städtischen Bibliotheken aus und finden auch sonst Wege, um die Ressourcen, die sie besitzen, miteinander zu teilen. Ein

Großteil dieser »Wirtschaft des Teilens« fungiert immer noch als Teil der Marktwirtschaft: So wird etwa für Uber-Fahrten und Airbnb-Ferienwohnungen Geld gezahlt. »Buy Nothing« bietet Ihnen die Möglichkeit, diese Denkweise zu erweitern, sodass Sie geben und empfangen, ohne Geld auszugeben.

Dieses Buch ist eine Einladung an Sie, sich uns anzuschließen, egal, welchen Standpunkt Sie gerade in Bezug auf das Nichts-Kaufen einnehmen. Wir glauben, dass wir allesamt mehr persönliches Glück, belastbarere Gemeinschaften und einen gesünderen Planeten gewinnen können, indem wir die Dinge kreativ teilen, die wir im Überfluss besitzen. In diesem Buch geben wir Ihnen die Schritte dazu an die Hand. Sie brauchen dafür nur Ihren guten Willen und das gesunde menschliche Verlangen, sich mit anderen Menschen in Ihrem Leben zu verbinden. Um Sie dazu anzuregen, erzählen wir in diesem Buch viele Geschichten über das Geben und Teilen. All diese Geschichten sind wahr, wobei wir einige Namen und Orte zum Schutz der Privatsphäre geändert haben.

**Wir alle kennen die drei Alternativen zum Konsum:
Reduzieren, Wiederverwerten, Recyceln.**

**Wir haben sie um einen weiteren,
wichtigen Begriff ergänzt: Ablehnen.**

Lassen Sie uns damit aufhören, immer weiter zu kaufen, versuchen wir stattdessen, mehr zu teilen. Dieses Buch ist eine

Anleitung, um genau das zu erreichen. Es soll Ihnen helfen, weniger neu hergestellte Güter zu konsumieren und dafür den Überfluss zu teilen, in dem wir bereits leben. Wir alle kennen die drei Alternativen zum Konsum: Reduzieren, Wiederverwerten, Recyclen. Wir haben sie um einen weiteren, wichtigen Begriff ergänzt: Ablehnen.

Im Juli 2013 haben wir unsere erste örtliche Schenk-Ökonomie in unserer Heimatstadt Bainbridge Island, Washington, acht Meilen von Seattles Fähranleger in der Innenstadt, ins Leben gerufen. Wir gründeten eine Facebook-Gruppe für unsere Inselbevölkerung, die 23 000 Menschen zählt, und nannten sie Buy Nothing Bainbridge. Diese Gruppe schwirrte geradezu vor Aktivität, nachdem die Mitglieder schnell erkannt hatten, dass das Nichts-Kaufen nicht nur einen überzeugenden Lebensstil darstellt, sondern auch ein zweckmäßiges Mittel ist, um seine Nachbarn kennenzulernen. Bis zum Ende des Sommers hatten wir elf weitere »Buy Nothing«-Projekt-Gruppen gegründet, und bis zum Neujahrstag hatten wir 79 lokale Schenk-Ökonomien gestartet, die sich auf fünf US-Staaten erstreckten, von denen jede die gleiche simple Aufgabe hatte: die Mitglieder dazu zu ermutigen, mehr mit den Menschen zu teilen, die in ihrer unmittelbaren Nähe wohnen. Diese Idee verbreitete sich sehr schnell.

Wir konnten beweisen, dass jeder »nichts kaufen« konnte, indem er um Geschenke bat, ehe er einkaufen ging, und Geschenke anbot, anstatt Dinge zu horten oder wegzuworfen. Jemand in der Nähe besitzt wahrscheinlich genau das, was Sie suchen. Die Mitglieder teilten sich alle möglichen Dinge

und Dienstleistungen: Bücherregale, Kinderwagen, Hausputz, Ziegelsteine, Laptops, Brotbackautomaten, Haarschnitte und Kanus. Eines der ersten Dinge, das weitergegeben wurde, war eine Feder, mit der die Innenseite eines Toilettenpapierrollenhalters fixiert werden konnte. Irgendjemand hatte diese Feder mehr oder weniger als Witz gepostet, aber ein anderer brauchte sie gerade, und wir alle begriffen, dass die Weitergabe solch eines scheinbar zufälligen, aber sehr nützlichen Gegenstandes belegte, dass wir uns umeinander kümmern. Jeder von uns hatte Dinge, die andere brauchten oder gerne haben wollten, kleine und große, und die Freude am Teilen dieser Dinge war immer die gleiche, unabhängig von der Art des Gegenstandes. Wir hatten gehofft, dass die Facebook-Gruppen dabei helfen würden, Müll zu verringern, was auch der Fall war. Aber es gab noch einen weiteren, unerwarteten Nutzen: Die Nachbarn lernten einander kennen, Gemeinschaften wurden gestärkt, neue Freundschaften entstanden. Dank vieler solcher Aktionen, die von Herzlichkeit getragen waren, verbreitete sich »Buy Nothing«, unsere Initiative, nichts zu kaufen, wie guter Klatsch.

Wir haben festgestellt, dass es in einer gesunden Schenk-Ökonomie drei grundlegende Aktionen gibt, die dazu dienen, das soziale Gefüge jeder Gemeinschaft zu stärken: das Geben selbst, die Bitte um eine Gabe und der Ausdruck von Dankbarkeit. Diese drei Aktionen bilden die Grundlage des »Buy Nothing«-Projekts, und alle lokalen Gruppen bestärken die Mitglieder, einen nicht mehr benötigten Gegenstand zu »verschenken«, sich etwas zu »wünschen«, das sie gerne haben

wollen oder brauchen, und mit »Dankbarkeit« zu posten, dass der alt-neue Gegenstand ein neues Zuhause und einen neuen Zweck gefunden hat.

Hier ein paar Geschichten, die wir aus verschiedenen »Buy Nothing«-Gruppen gehört haben: Eine Frau, die im Winter eine Chemotherapie beginnt, bittet um Hilfe bei ihrer Gartenarbeit und hat dafür frisches Gemüse anzubieten, das gegessen werden kann. Sie findet zudem neue Freunde, die dieses Gemüse gemeinsam mit ihr essen, als im Frühling ihr Appetit wiederkommt. Eine alleinstehende bejahrte Mitbürgerin bittet um einen Wagen, auf dem sie ihren älteren Hund bei ihren Spaziergängen in der Nachbarschaft ziehen kann, und bekommt dafür den passenden Untersatz. Babykleidung wandert von Familie zu Familie, ein funktionierender Kaffeematemat mit einer kaputten Kanne erhält eine einwandfreie Kanne, die von einer kaputten Kaffeemaschine stammt, gerade mal zwei Blocks entfernt. Die Aktion einer Schule für Socken für Obdachlose führt dazu, dass Tausende von einzelnen Socken wieder zu Paaren ergänzt werden. Eine junge Frau, die sich von einer Essstörung erholt, bittet andere Menschen, sie jede Woche in einem örtlichen Café zu treffen und dort Scrabble mit ihr zu spielen, damit sich ihr Körper nach dem Essen entspannen kann. Nachbarn, die dabei mitmachen, werden zu Freunden, die ihre Genesung mit wöchentlichen Spielen feiern. Aus Häusern von Menschen mittleren Alters, deren Kinder ausgezogen und die nun voller überflüssiger Sachen sind, wandern diese Sachen in die Häuser von Frischvermählten, die gerade ihren gemeinsamen Lebensweg beginnen.

Bräute finden Hochzeitskleider, ältere Menschen Spielpartner für eine Partie Pachisi.

Wir haben uns über die Kreativität gefreut, die die Mitglieder in das Konzept einbringen. Sie haben Saatgut-»Tauschbörsen«, Verleihe für Geschirr, Gläser und Besteck zur Bewirtung größerer Menschenmengen und Werkzeugverleihe eingerichtet. Sie treffen sich, um Bücher zu tauschen und zu teilen, bieten Häkelgarn, ihr Fachwissen beim Pilzesammeln und der Nahrungsbeschaffung an. Sie geben Kleidung und Rezepte weiter, unterrichten in Kochkursen, treffen sich zu Ausflügen zur Obsternte, organisieren kostenlose »Geschäfte« mit Halloween-Kostümen und Festtagsgeschenken. So reduzieren sie nicht nur ihre Einkäufe, sondern entdecken auch den uralten Wert des Teilens wieder, da jedes Geschenk eine Geschichte hat, was wiederum die Verbindung von Menschen und ihrer Geschichten stärkt.

Das Geheimnis hierfür? Es muss sichergestellt sein, dass jedes Geschenk frei und ohne jede Erwartung einer Gegengabe angeboten wird.

Ständig bilden sich neue Gruppen. Ständig antworten wir auf Bitten von Fremden, die sich wegen Hilfe bei der Gründung örtlicher Schenk-Gruppen an uns wenden. Wir bieten ihnen ein Training an, wie man zum empathischen Leiter einer sozialen Online-Gruppe werden kann, wie sie ihre örtliche Gruppe ausbauen und betreuen können. Wir versorgen sie auch mit Regeln, Bildern und Anleitungen, die alle frei produziert und weitergegeben werden, und bieten regionale und globale Unterstützungsnetzwerke mit Freiwilligen, die

Fragen beantworten und bei der Gründung neuer Gruppen helfen. Nichts-Kaufen funktioniert am besten in Gruppen, die nur auf einen Ort begrenzt sind. Daher empfehlen wir, dass Gruppen sich um Nachbarn bilden, die einander leicht erreichen können. In ländlichen Gebieten sieht das zwar anders aus als in der Stadt, aber es ist sehr hilfreich, wenn die Gruppen mit bereits bestehenden Nachbarschaftsstrukturen einhergehen und nicht mehr als 1 000 aktive Mitglieder haben. (Das Optimum liegt bei etwa 500 Mitgliedern.)

Heute, sechs Jahre später, gibt es mehr als 4000 lokale »Buy Nothing«-Schenk-Ökonomien auf sechs Kontinenten. Darunter befinden sich alle 50 US-Bundesstaaten, alle Bundesstaaten Australiens und alle kanadischen Provinzen. Wir sind stolz darauf, dass es keinerlei bezahltes Personal gibt. Herz und Seele des Projekts sind Tausende von Freiwilligen, die ihre Zeit und ihr Fachwissen zur Verfügung stellen, um die Gruppen aufzubauen und zu unterstützen. Das »Buy Nothing«-Projekt ist ein globales Netzwerk örtlicher Schenk-Ökonomien, basierend auf einer Ökonomie, die aus echten Menschen besteht, aus Freiwilligen und Mitgliedern, die glauben, dass das Teilen einen Wert hat. Die Menschen kaufen massenweise »nichts«.

Obwohl dieses Buch durch das »Buy Nothing«-Projekt inspiriert wurde, geht es über die sozialen Gruppen hinaus, bietet vielmehr neue Vorschläge, wie wir alle teilen können – wie man »nichts kaufen« kann –, in sämtlichen gesellschaftlichen Verhältnissen, mit oder ohne das World Wide Web. Wir geben praktische Ratschläge, was geteilt werden kann, was

wir nicht kaufen sollten. Wir erklären, warum diese »Buy Nothing«-Aktionen eine positive Auswirkung auf die Umwelt haben werden und, vielleicht am wichtigsten, wie man durch eine fast schon altmodische Freundlichkeit und Dankbarkeit mehr gleichgesinnte Gebende und Empfangende gewinnt. Wir hoffen, dass Sie dieses Buch wie ein Arbeitsbuch verwenden, wobei Sie die Ränder und Leerzeilen benutzen können, um Ihre eigenen Ideen und Erfahrungen zu notieren. Wenn Sie erst einmal in Ihrem Exemplar die Ideen und Gedanken aufgeschrieben haben, werden Sie das Buch hoffentlich weitergeben und andere Menschen dazu ermutigen, das Gleiche zu tun. Ihr Buch kann ein lebendiges Dokument sein, ähnlich wie die mit Eselsohren versehenen Kochbücher unserer Mütter mit ihren Notizen und Kritzeleien über besondere Anlässe, bei denen bestimmte Rezepte genossen wurden, oder Anmerkungen, hier und da weitere Gewürze hinzuzufügen. Wir würden uns freuen, wenn unser Buch ein Geschenk mit den gesammelten Weisheiten aller seiner Leser würde.

Vor allem möchten wir, dass Sie bei diesem Erlebniskurs des Nichts-Kaufens selbstbestimmt vorgehen und Spaß haben. Haben Sie Sinn für Humor und akzeptieren Sie sich selbst. Dies ist weder eine Übung in Perfektionismus noch eine in Selbstverleugnung oder Verzicht. Man kann beim Nichts-Kaufen nicht »scheitern«. Es ist eine Philosophie, die erforscht und zum Leben erweckt werden soll – auf eine sich ständig ändernde Weise. Sie arbeitet für Sie, wo immer Sie sich in Ihrem Leben gerade befinden. Feiern Sie Ihre Erfolge,

egal, wie klein sie scheinen, und denken Sie daran, dass unser siebenstufiger Weg Ihr Leben verbessern soll. Wenn einer unserer Vorschläge Ihnen nicht hilft, legen Sie ihn auf jeden Fall beiseite. Vielleicht möchten Sie die einzelnen Schritte auch erst einmal durchblättern, um zu sehen, was auf Sie zukommt. Vielleicht mögen Sie den Überraschungseffekt lieber, nämlich jede Herausforderung zu nehmen, wie sie kommt. Sie können jedem Schritt einen Tag, eine Woche oder noch mehr Zeit widmen. Legen Sie Ihr eigenes Tempo fest und nehmen Sie den nächsten Schritt erst dann in Angriff, wenn Sie sich dafür bereitfühlen. Es gibt keinen falschen Weg, sich diesem Buch und dem darin enthaltenen Aktionsplan zu widmen. Wir ermutigen Sie, Ihren eigenen Kurs zu bestimmen, während Sie Ihre eigene »Buy Nothing«-Mentalität und die entsprechenden Gewohnheiten entwickeln. Und natürlich hoffen wir, dass Sie dieses Buch und das, was Sie daraus gelernt haben, mit anderen Menschen teilen werden.

Obwohl wir beide sehr unterschiedliche Lebenserfahrungen gemacht haben, hat doch das, was jede von uns gelernt hat, uns zu derselben Wahrheit geführt: In ein lokales Tausch-Netz verwoben zu sein, wo jede von uns eine wichtige Rolle spielt, ist weit erfüllender als das einsame Horten von Sachen für unseren eigenen privaten Gebrauch. Wir glauben, dass das gute Leben, das wir suchen, eher im Überfluss des Teilens liegt, dass praktizierte Großzügigkeit sinnstiftend für unser Leben ist, dass die größte Sicherheit, die wir in Zeiten des Mangels verspüren, von der Verwurzelung in einer Kultur des Gebens herrührt, in der wir gerne und reichlich geben und

voneinander empfangen, ohne jegliche Scham oder irgendwelche Bedingungen.

**Alles zu kaufen trennt uns;
nichts zu kaufen verbindet uns miteinander.**

Vielleicht sind Sie der Meinung, dass wir einen zu starken Akzent auf eine alternative Lebensweise legen, bei der das Kaufen als letzte Option im Pantheon der Entscheidungen gilt, die wir jeden Tag in unseren Städten treffen. Doch alles zu kaufen trennt uns voneinander; nichts zu kaufen verbindet uns. Wir möchten einen sozialen Wandel herbeiführen. Deshalb rufen wir Sie dazu auf, mit dem Kaufen aufzuhören. Das muss nicht schmerzhaft sein oder Ihnen das vorenthalten, was Sie lieben. Wir glauben vielmehr: Wenn Sie die in diesem Buch beschriebenen Schritte versuchen, werden Sie sehen, dass man mit Nichts-Kaufen so ziemlich alles erreichen kann.

Warum es besser ist, nichts zu kaufen

Wie also sind wir vom Splitter im Fuß eines Kindes am Strand dazu gekommen, ein globales Experiment zu starten, um mehr miteinander zu teilen? Natürlich ist alles zurückzuführen auf Plastik.

Nach diesem Tag am Strand wurden wir zu Frauen mit einer Mission. Mit unseren Kindern im Schlepptau umsegelten wir Bainbridge, die kleine Insel im Puget Sound und unsere Heimat, um noch mehr über den kontinuierlichen Zustrom von Plastik zu erfahren. Wir bargen ganze Wagenladungen Plastikabfall, der mit jeder Flut an die Ufer gespült wurde. Wir sammelten Plastikbrocken von der Größe eines VW-Käfers, kleine Stücke von der Größe einer Mikrofaser und alles, was größtmäßig dazwischenlag.

Wir verbohrt uns regelrecht in die Herkunft des Plastiks am Strand und brauchten drei Jahre, bis wir die Ufer der Gegend gesäubert und alle Arten von Haushaltsplastik wie Eimer, Zahnbürsten, Strohhalme, Luftpolsterfolie, Reiß-

verschlussbeutel, Verpackungen von Erdnüssen, Styropor-Fleischpackungen oder die allgegenwärtigen Plastikwasserflaschen einschließlich ihrer Verschlüsse katalogisiert hatten. Als Bürgerinnen wurden wir zu Wissenschaftlerinnen, die sich um die Beantwortung der entscheidenden Frage bemühten: *Woher stammten die Kunststoffe, die unsere Strände und Gewässer verunreinigen?*

Das Plastik-Zeitalter

Natürlich stammten sie von uns allen – aus unseren Häusern und Gärten, von Autos, Parkplätzen, Arbeitsstellen, Schulen und Restaurants. Wenn etwas aus Plastik war und einer von uns aus Bainbridge es gekauft hatte, sahen wir es mit hoher Wahrscheinlichkeit eines Tages wieder, nachdem es auf unsere Insel gespült worden war. In jenem Sommer betrachteten wir unsere kleine Insel als einen Mikrokosmos der Welt. Durch unsere Beobachtungen konnten wir bestätigen, dass Plastik ewig hält. Es ist nicht biologisch abbaubar. Es zerfällt in immer kleinere Stücke, die so klein sind, dass in weiten Teilen unserer Ozeane das Mikroplastik – laut der National Oceanic and Atmospheric Administration winzige Plastikteile, die »weniger als fünf Millimeter lang sind (also ungefähr so groß wie Sesamsamen)«¹ – das Zooplankton überwiegt, jene winzigen Meereslebewesen, die die Hauptnahrungsquelle für viele Meerestiere darstellen, und zwar im Verhältnis von sechs zu eins.² Es gibt zweierlei Zersetzungsprozesse, die

Interesse verdienen. Der erste besteht in der Zerlegung großer Gegenstände in Mikroplastik. Dies ist bedeutungsvoll, denn je kleiner das Stück wird, desto wahrscheinlicher wird es von Meereslebewesen gefressen und gelangt so in die Nahrungskette. Wir haben selbst erlebt, wie Kunststoffe, die als komplette Gegenstände in die Umwelt gelangen, in kurzer Zeit zu Mikroplastik werden können, wenn sie Kräften wie Schiffen, Sonnenlicht und Wellen ausgesetzt sind. Ein Kugelschreiber, der aus einer Tasche fällt und dann von einem Auto überfahren wird, wird auf dem Weg zum nächstgelegenen Gewässer von einem ganzen Gegenstand zu winzig kleinen Splittern, nachdem er unter einen Reifen geraten ist. In wenigen Wochen wird eine Einkaufstüte aus Plastik, die der Wind vor sich hertreibt, in kleine Schnipsel verwandelt, die Algen ähneln, nachdem sie durch Sonnenlicht und Äste weiter zersetzt wurden. Oder ein Ballon kann die Luft verlieren und danach in eine Art Flocke mit Tentakeln zerfallen, die einer Qualle ähnelt. Wenn Kunststoffe einmal von den Naturkräften erfasst werden, die sogar Felsen am Strand und Muscheln glattschleifen, nehmen sie organische Formen an, die das menschliche Auge und das der Meereslebewesen täuschen. Größere, noch vollständigere Plastikmüllstücke werden ein hungriges Tier nicht täuschen; sie sind zu groß, um von einem Filtrierer aufgesaugt zu werden. Doch es dauert gar nicht lange, bis viele Plastikgegenstände ihre ursprüngliche Form verlieren und zu Mikroplastik zerfallen, das dann mit größerer Wahrscheinlichkeit von Meereslebewesen aufgenommen wird. Man schätzt, dass der gesamte Prozess der Photodegradation

von Mikroplastik, der Veränderung von Werkstoffen durch den Einfluss von Licht, im Falle einer Plastikflasche 450 Jahre und mindestens 600 Jahre bei einer Plastikangelschnur dauert.³ Plastik ist heute der Hauptverursacher der Meeresverschmutzung; es umfasst 60 bis 80 Prozent des vom Menschen verursachten Abfalls in den Ozeanen weltweit, und 90 Prozent aller schwimmenden Partikel bestehen aus Plastik.⁴

Wir begannen ein monatelanges Forschungsprojekt, durchkämmten jede Küste, die wir erreichen konnten, und gingen jeden Strand und jedes Wassereinzugsgebiet in unserer Gegend ab. Jeder starke Regen förderte noch mehr Strohhalme, Brotetiketten und Feuerzeuge zutage: Sie trieben stromabwärts in die Flussmündungen und aufs Meer hinaus. Wir dokumentierten den gesamten Müll aus erster Hand, mit Videos und Fotos. Wir erstellten Tabellen, in denen Gegenstände, Orte und Daten aufgelistet sind, um die in unserer unmittelbaren Umgebung angesammelten Plastikabfälle im geografischen Raum zu erfassen: von der Wildnis bis hin zur städtischen Umgebung. Wir haben uns über Karten und Daten den Kopf zerbrochen.

Wir kamen zu der Erkenntnis, dass Plastik vom ursprünglichen Verbraucher, wo auch immer er sich befindet, zu den Wassereinzugsgebieten und Wasserwegen wandert und schließlich ins Meer gelangt. Die meisten Kunststoffe werden über das städtische Abflusssystem durch Regenwasserkanäle, Wassereinzugsgebiete und Abwässer in unsere Gewässer transportiert. Angesichts von fast neun Millionen Tonnen Kunststoff pro Jahr, die in unsere Meere gelangen, wird schätzungsweise

bis zum Jahr 2050 mehr Plastik als Fisch in unseren Ozeanen vorhanden sein.⁵

Kein Strand auf unserem Planeten ist frei von Plastik, und nur wenige Flüsse sind ohne Plastikreste, ja, unser Land selbst quillt über vor Plastik, auch an den Orten, wo man es am wenigsten erwartet. Unsere sogenannten Ökogärten sind voller Plastik – organischer Kompost, der von Kompostieranlagen verkauft wird, ist oft durchsetzt mit Mikroplastik, wie etwa mit Fäden von zerrissenen Kunststofftaschen. Mit anderen Worten: Wir haben ein sehr ernstes Kunststoffproblem.

Im Meer schwimmende Kunststoffe wirken als Lockmittel für schwer abbaubare organische Schadstoffe wie DDT und PCB, indem sie diese giftigen Chemikalien adsorbieren, also an der Oberfläche anreichern. Diese werden dann auf lebende Organismen übertragen und erhöhen ihre Toxizität, wenn sie sich auf ihrem Weg an die Spitze jeder Nahrungskette bioakkumulieren, also sich in einem Organismus anreichern.

Eines der wenigen Forschungslabors, das Mikrokunststoffe in der Umwelt untersucht, ist im Center for Urban Waters in Tacoma angesiedelt, nur sechzig Meilen von Bainbridge entfernt. Anlässlich einer Konferenz über Mikroplastik hat der

wissenschaftliche Direktor des Instituts, Dr. Joel Baker, dargestellt, was die Forschung bisher weiß:⁶

- Abgesehen von den kleinen Plastikstücken, die im Laufe der Zeit in Mikrokunststoffe zerfallen, wozu auch die Mikrofasern aus unserer Kleidung gehören, sind Körperpflege- und Kosmetikprodukte eine weitere allgemein anerkannte, wichtige Quelle für Mikroplastik. Diese Produkte verwenden Mikroperlen und Glitzer in Schminke, Peelings, Körperlotionen, Zahnpasta und Gesichtscremes.⁷ Erst vor kurzer Zeit haben Wissenschaftler erkannt, dass Mikroplastik, so klein es auch ist, eine langfristige Bedrohung für die Meeresnahrungskette darstellen kann, weil die Meereslebewesen die winzigen Kunststoffe mit Nahrung verwechseln. Plastikabfall bedroht weltweit mindestens 800 verschiedene Arten, darunter die Hälfte aller Meeresschildkröten und 60 Prozent unserer Seevogelarten,⁸ und tötet jedes Jahr 100 000 Meeressäuger.⁹
- Im Meer schwimmende Kunststoffe wirken als Lockmittel für schwer abbaubare organische Schadstoffe wie DDT und PCB, indem sie diese giftigen Chemikalien adsorbieren. Diese werden dann auf lebende Organismen übertragen und erhöhen ihre Toxizität, wenn sie sich auf ihrem Weg an die Spitze jeder Nahrungskette bioakkumulieren.¹⁰ Laut Merriam-Webster bezeichnet die Adsorption »die aufgrund von intermolekularen Kräften stattfindende Anlagerung von Gasen oder gelösten

Stoffen an der Oberfläche eines Festkörpers, mit dem sie in Kontakt kommen«. Nicht nur schwimmt Plastik überall im Ozean, sondern wirkt zudem wie ein Magnet für eklige Schadstoffe – für die Chemikalien, die den Kunststoffen anhaften und sie umhüllen. Schlimmer noch: Die Wissenschaftler können nun beweisen, dass man das Plastik und die Chemikalien, die es adsorbiert, in den Mägen von Seevögeln sowie den Fischen und Schalentieren findet, die wir Menschen verzehren.¹¹

Als Gesellschaft befinden wir uns mitten im Plastik-Zeitalter, wie einige Wissenschaftler es nennen. In den vergangenen dreizehn Jahren haben wir ebenso viel Plastik hergestellt wie im gesamten vergangenen Jahrhundert. Über welche Menge an Plastik sprechen wir? Ein Artikel im *Telegraph* fasste eine Studie von Forschern der University of Georgia und der University of California folgendermaßen zusammen: »Seit den 1950er Jahren wurde Kunststoff mit einem Gewicht von umgerechnet einer Milliarde Elefanten produziert ... bis 2015 hatte die Menschheit 8,3 Milliarden Tonnen Kunststoffe erzeugt, und 6,3 Milliarden Tonnen wurden zu Abfall. Nur 9 Prozent der Kunststoffabfälle wurden recycelt, 12 Prozent wurden verbrannt, und 79 Prozent hatten sich auf Deponien oder in der Umwelt angesammelt. Wenn die aktuellen Trends anhalten, werden bis 2050 etwa zwölf Milliarden Tonnen Kunststoffabfälle auf Mülldeponien gelagert oder verschmutzen die Ozeane.«

Eine Infografik im selben Artikel bot weitere Vergleiche, die beim Visualisieren dieses Problems helfen. Wenn Sie

Schwierigkeiten haben, sich eine Milliarde Elefanten vorzustellen, versuchen Sie es mit 25 000 Empire State Buildings, 822 000 Eiffeltürmen oder 80 Millionen Blauwalen. Jede dieser Gruppen entspricht dem Gewicht des Plastiks, das bis 2015 hergestellt wurde, und der größte Teil davon wurde zu Abfall.¹²

Eine saubere Lösung

Als uns schmerzlich bewusst wurde, wie viel giftiges Plastik an unseren eigenen Stränden angespült wurde, machten wir es uns zur Aufgabe, das Bewusstsein dafür in unserer Gemeinschaft zu wecken. Wir gingen in die Klassenzimmer und informierten über das Abfallproblem, was den Schülern helfen sollte, ihren eigenen Abfall-Fußabdruck in der Schule und zu Hause zu verringern. Die Schüler schlossen sich uns bei unseren Strandsäuberungen an, zogen unser Tun allerdings zunächst in Zweifel, weil sie der Meinung waren, dass es an diesen Stränden, an denen sie aufgewachsen waren, gar keine Plastikabfälle gäbe. Ein Schüler nahm eine Kugel aus Seetang auf, breitete sie auf seiner Hand aus und ließ sie vor Schreck beinahe fallen, als er erkannte, dass es ein mit Grünalgen bedeckter Plastikbeutel war. Andere Schüler waren überrascht, als sie sahen, dass die knapp einen Meter langen schwarzen Röhren kein Bullentang waren, sondern PVC-Rohre. Aber warum lagen sie am Strand? Die schwarzen ovalen Gegenstände, die aussahen wie Muschelschalen, waren Feuerwerkskapseln aus Plastik,

Überbleibsel vom vierten Juli, dem amerikanischen Nationalfeiertag. Kleine weiße runde Skelettformen waren keine Fischwirbel, sondern Zigarettenfilter. Seegrasstränge entpuppten sich als Strohhalme und als Gehäuse von Füllern. Flaschenverschlüsse aus Kunststoff wirkten wie Muschelschalen, und in den flatternden Algensträngen entlang der Grenze zwischen trockenem und feuchtem Sand steckten tatsächlich Fetzen von Heliumballons, die bei örtlichen Feiern und Gedenkveranstaltungen losgelassen wurden. Diese pädagogische Arbeit mit den Schulen wirkte läuternd auf uns, aber wir wussten, dass wir noch mehr tun mussten, als nur auf örtlicher Ebene zu arbeiten; wir mussten unseren Horizont erweitern.

Wir mussten etwas tun, um entweder Antworten zu finden oder ein Teil der Lösung zu werden, weshalb wir darangingen, das Problem an der Wurzel zu packen: am Konsum. Die beste Lösung war, sich grundsätzlich zu weigern, weiterhin Kunststoffe zu kaufen. Wir begannen bei uns selbst und haben die Sache mit dem Null-Abfall-Shopping innerhalb weniger Monate auch ziemlich gut hinbekommen.

Doch die Verschmutzung unseres Landes und unserer Gewässer ist nur ein Teil des Plastikproblems. Treibhausgas-Emissionen sind ein weiteres. Eine Studie des Haushaltverbrauchs in 43 Ländern, 2016 im *Journal of Industrial Ecology* veröffentlicht, ergab, dass die Verbraucher für mehr als 60 Prozent der weltweiten Treibhausgas-Emissionen verantwortlich sind. Noch überraschender ist die Tatsache, dass vier Fünftel der Umweltschäden, die den Verbrauchern zugeschrieben werden können, keine »direkten Auswirkungen« sind, wie der Treib-

stoff, den wir beim Fahren unserer Autos oder beim Heizen unserer Häuser verbrauchen, sondern »sekundäre Auswirkungen«, also Umweltauswirkungen, die aus der Produktion der von uns gekauften Waren resultieren.¹³

Wir haben die Antwort gefunden, nach der wir gesucht haben: Wenn wir weniger verbrauchen, können wir unseren individuellen Kohlenstoff-Fußabdruck deutlich beeinflussen. Im Jahr 2014 produzierte der durchschnittliche Nordamerikaner 16,4 Tonnen Kohlendioxid.¹⁴ Dies entspricht einer Kohlendioxidemission aus der Verbrennung von mehr als acht Kilo Kohle pro Person.¹⁵ Wann immer wir eine Alternative zum Kauf eines nagelneuen Artikels finden, reduzieren wir dadurch unsere Auswirkungen auf die Umwelt auf zweierlei Weise: Bei der Produktion und dem Transport des Artikels zum Markt wird weniger Kohlendioxid emittiert, und ein Gegenstand weniger landet am Ende auf unseren Mülldeponien, in unseren Wassereinzugsgebieten und in den Meeren. Die führenden Klimawissenschaftler der Welt haben darauf hingewiesen, dass uns nur noch knapp zwölf Jahre Zeit bleiben, um die globale Erwärmung auf maximal 1,5 Grad Celsius zu begrenzen.¹⁶ Gehen wir auch nur um ein halbes Grad über diesen Punkt hinaus, werden wir das Risiko von Dürre, Überschwemmungen und extremen Wetterereignissen wie Hitze, Wirbelstürmen und Waldbränden signifikant erhöhen, was für Hunderte Millionen von Menschen Armut bedeuten würde.

Das klingt schrecklich, ganz klar, doch es gibt für einen großen Teil des Problems eine einfache Lösung: Weniger

zu konsumieren ist vielleicht der wirkungsvollste Schritt, den jeder von uns tun kann, um bei dieser Umweltkrise einzugreifen. Sinkender Konsum und die Annahme einer Lebensphilosophie, die mehr auf Schenken und weniger auf Kaufen ausgerichtet ist, müssen allerdings einen Nutzen abwerfen.

Die Psychologie des Konsums

Natürlich ist es, zumindest am Anfang, schwierig, nichts zu kaufen – manchmal hat es den Anschein, als ob wir Menschen so gepolt sind, dass wir kaufen müssen. Aber warum?

Wir haben viel Zeit darauf verwendet, mit Mitgliedern des »Buy Nothing«-Projekts zu sprechen und uns mit der Besessenheit von Dingen zu beschäftigen, der wir alle unterliegen. Warum ist es so schwer, sich von Gegenständen zu trennen, auch von solchen, die wir selten benutzen oder gar nicht mehr brauchen? Warum fühlen wir uns ständig gezwungen, immer mehr Dinge anzuschaffen, die über das hinausgehen, was ein einzelner Mensch braucht? Welche verborgenen Kräfte treiben unser kollektives Verlangen nach Dingen an?

Auf Grundlage genauer Beobachtung von Menschen und ihren Sachen in einigen »Buy Nothing«-Gruppen haben wir einige Theorien aufgestellt, die diese Fragen beantworten sollen. Es stimmt, wir werden durch mehr personalisierte Werbung angesprochen als je zuvor, und es stimmt auch, dass Social Media eine kontinuierliche Flut von Fotos bereithält,