

Schon Bewahrer oder noch Verbraucher?

Ein Aufsatz vom Bettwäschehersteller, den ich nur unterschreiben kann

Vielleicht hat Sie die Überschrift etwas verwundert, aber wir haben sie aus tiefster Überzeugung so gewählt. Es steckt sehr viel Wahrheit darin, wenn wir den dringend benötigten neuen Konsumententyp als „**Bewahrer**“ und nicht als „**Verbraucher**“ bezeichnen. Nur der aus Überzeugung vollzogene Wandel **vom Verbraucher zum Bewahrer** wird mit dazu beitragen, unsere Zukunft und die unserer Nachkommen zu sichern.

Unser Planet ist endlich und somit stehen auch unsere Ressourcen nicht grenzenlos zur Verfügung. Gedankenlos zerstören wir seit vielen Jahrzehnten unsere Lebensgrundlage und als Akteure innerhalb dieses begrenzten Systems bezeichnen wir uns stolz als „mündige Verbraucher“. Die Bezeichnung „mündige Verbraucher“ ist schon ein Widerspruch in sich, denn ist es wirklich ein Zeichen von Mündigkeit, wenn man endliche Ressourcen verbraucht? **Wenn man Endliches verbraucht, zerstört man!**

Es bleibt uns allen keine andere Wahl, wir müssen mit aller Kraft neue Wege gehen. Mit den Produkten der Marke „**cotonea**“ haben wir deshalb ein sichtbares Zeichen gesetzt und es freut uns, wenn Sie und viele Andere uns auf diesem Weg begleiten.

Weltweit haben Wissenschaftler, die Verantwortlichen in der Politik und große Teile der Bevölkerung die dramatischen Veränderungen auf unserem Planeten zur Kenntnis genommen. Wir alle sind davon betroffen und keiner darf deshalb die drohende Katastrophe ignorieren. Die erforderlichen Veränderungen zum Positiven, die wir fordern und erwarten, beginnen zuerst in uns selbst. Unser geplagtes Ökosystem wird keinen aus seiner Pflicht entlassen. Es gibt viele kleine Stellschrauben im täglichen Leben, die zum Wandel beitragen können und kleine Stellschrauben haben in großer Zahl ein enormes Gewicht. Gemeinsam können wir viel bewegen und deshalb ist jeder Einzelne dazu aufgerufen, das zu **bewahren, was unsere Lebensgrundlage ist**. Die Zeit des gedankenlosen Verbrauchs ist vorbei, **der neue, notwendige Konsumententyp ist der „Bewahrer“** und seine Beschaffungsquellen sind der [Bewahrermarkt](#), der [Bewahershops](#), der **Bewahrer-Fachhandel**, das [Bewahrercenter](#) oder das [Bewahrerzentrum](#).

Mit dem Wort „**Bewahrer**“ wollen wir uns bewusst von der Bezeichnung „**LOHAS**“ (Lifestyle of health and sustainability) abgrenzen. Nicht deshalb, weil wir das Kunstwort für falsch halten, sondern weil der Buchstabe „L“ dem Kernproblem nicht gerecht wird und den Begriffen „health“ (Gesundheit) und „sustainability“ (Nachhaltigkeit) die bedingungslose Pflicht zum Handeln nimmt. Wir betonen hier noch einmal ausdrücklich, dass wir uns nur von der Wortschöpfung distanzieren und nicht von den Menschen, die sich als solche fühlen oder durch Dritte dazugezählt werden.

Der Buchstabe „L“ steht für „Lifestyle“. Ein Lifestyle trägt die Tendenz zum Elitären, zur Veränderung und zeitlichen Begrenzung in sich. Ein Lifestyle kann ausgrenzen und birgt die Gefahr eines subjektiv empfundenen Wertverlusts, wenn sich Viele dazu bekennen. Er kann also auch eine Plattform für Eitelkeiten und Selbstinszenierungen sein und ein Lifestyle lässt jedem die persönliche Freiheit, sich dazu zu bekennen oder ihn abzulehnen. Für derartige Spielchen stellt uns die Ist-Situation keine Zeit mehr zur Verfügung.

Viele coole marketing people sind inzwischen auf diesen Zug aufgesprungen und entwickeln (green-washing-) campaigns und LOHAS-events, natürlich super cool, mega stylisch und super trendy. Für alle LOHAS und insbesondere die, die im tiefsten Innern fühlen, dass es um mehr geht als um einen frei wählbaren Lebensstil und sich zwangseingruppiert fühlen, wollen wir mit dem Wort „**Bewahrer**“ die emotionale Heimat bieten, die dem Ernst der Lage gerecht wird.

Es ist schön zu wissen, dass es ein deutsches Wort gibt, welches die Pflicht von uns allen in dieser Klarheit kurz und prägnant zum Ausdruck bringt. Eine Pflicht, die seit es Menschen gibt existiert.

Den tiefen Sinn in dem Wort „bewahren“ können wir dann erfassen, wenn wir uns bewusst machen, dass die Schöpfung nicht bei uns zu Gast ist, sondern umgekehrt.

Mögen uns diejenigen verzeihen, die der Meinung sind, dass man Kompetenz, Trendbewusstsein und das Gefühl dazugehören nur mit englischen Wortschöpfungen zum Ausdruck bringen kann.

Ihr cotonea-Team