



- ▶ **Hintergrund und vorläufige Handlungsempfehlungen**

Transformative Strategien zur Förderung nachhaltigen Konsums in, mit und durch Deutschland

- ▶ Abschlussveranstaltung der AG Nachhaltiger Konsum
der Wissenschaftsplattform Nachhaltigkeit 2030

13./14. Juni 2019, Berlin

Transformative Strategien

Nachhaltiger Konsum in, mit und durch Deutschland

1. Aktuelle Governance prüfen & stärken!

1.1. Stärkung der systemischen Perspektive der Problemstellung, z.B. im NPNK.

→ Abbau schädlicher Subventionen und der Förderung alternativer, nachhaltiger Produkte und Konsumweisen, Siegel (evtl. multidimensional)

1.2. Kompetenzstelle/Kompetenz für nachhaltige

Beschaffung stärken, Erweiterung der Beschaffungsgegenstände, Prüfung der Haushaltsfähigkeit von Maßnahmen, die „missing links“ schließen könnten

1.3. Nachhaltiger Konsum von **Dienstleistungen** (Bsp. Touristik, Digitales) erfassen und adressieren,

1.4. Bessere **Abbildung sozio-ökonomischer Aspekte** in der Indikatorik (DNS), einschließlich Internationale Dimension. Aspekte: Kultur, Empowerment

Transformative Strategien

Nachhaltiger Konsum in, mit und durch Deutschland

2. Link zu Europa & International stärken

2.1. Die Aktivitäten zu **Lieferketten als Ansatzpunkt** kritisch begleiten, um sie weiterzuentwickeln (Regelwerke, welche soziale, ökologische und entwicklungspolitische Aspekte beachten), **Verbindung zur Handelsagenda überprüfen**, auf Unternehmens- bzw. Branchenebene und in multilateralen Vertragswerken; Chancen neuer nachhaltiger Geschäftsmodelle, insbesondere auch durch Digitalisierung, beachten und stärken

Transformative Strategien

Nachhaltiger Konsum in, mit und durch Deutschland

2. Link zu Europa & International stärken

2.2. Forschungsagenda Europa, Science Policy Europa koordinieren, bestehende Forschung stärker nutzen, z.B. zu „Fußabdrücken“, Fußabdrücke multidimensional erarbeiten, auch positive Fußabdrücke identifizieren

2.3. Fokus: Circular Economy - Verbesserte Recyclingprozesse und nachhaltigere Produkte und Materialien mit hoher Funktionalität, inkl. Abfallvermeidung, Konsumentenverantwortung. Deutsche und EU Strategien für eine zirkuläre Bioökonomie umsetzen.

Sozioökonomische
Aspekte
Nachhaltigen
Konsums

Nachhaltiger Konsum in, mit
und durch Deutschland

3. Konsum unterschiedlicher sozioökonomischer Gruppen

3.1. Zusammenhang zwischen Einkommen und (nicht) nachhaltigem Konsum, Konsum unterschiedlicher sozioökonomischer Gruppen nach **Qualität** und in Zusammenhang mit einem **breiteren Verständnis von Konsum und Nachhaltigkeit** analysieren

3.2. Ansätze zu Verteilungseffekten und sozialer Kompensation für nachhaltigen Konsum analysieren und prüfen; Wirkung auf Armutsverminderung, Exklusion und Klimaschutz

Sozioökonomische Aspekte Nachhaltigen Konsums

Nachhaltiger Konsum in, mit
und durch Deutschland

3.3. Bildung: zentral auch zu Gesundheit, Chancen, Kommunikation (nicht nachhaltiger) Rollenvorbilder durch Medien und Marketing, Statussymbole vor dem Hintergrund sozialer Schichten thematisieren → wichtig: Bildung als Instrument nicht losgelöst von systemischen Fragen (z.B. Ordnungspolitik) denken

3.4. Konsum als **soziale Praxis** verstehen und adressieren: **Nachhaltiger Konsum** als „**Kulturwandel**“, **nicht nur „Ökoprogramm“**

Sozioökonomische
Aspekte
Nachhaltigen
Konsums

Nachhaltiger Konsum in, mit
und durch Deutschland

4. Verbindung zu ethischen Dimensionen reflektieren & nutzen

4.1. Prägung des Konsumverhaltens durch Wertmuster (Lebensstile); Lebensstile als Privatsache, jedoch Gerechtigkeitspflichten und **Verteilungswirkungen** analysieren und beachten; das autonome Individuum erst genommen lässt sich nicht auf einen Konsumenten reduzieren

4.2. Die „Moralisierung der Märkte“ (ethischer Konsum als Nachfragemacht) kann erst in Verbindung mit intensiver **Informationsverbesserung sowie Anreizpolitik** hinreichende Wirkung entfalten

4.3. Reboundeffekt: Notwendigkeit einer „doppelten Entkopplung“, die Effizienz-, Konsistenz- und Suffizienzziele systemisch integriert.

Digitalisierung & Nachhaltiger Konsum

Nachhaltiger Konsum in, mit und durch Deutschland

5. Nachhaltige Entwicklung zum Rahmen des digitalen Wandels für Konsum nutzen

5.1. Digitalisierung als sozioökonomische Variable

verstehen (Stichwort: u.a. „Digital divide“), Zeit, Kosten und Nutzen einbeziehen

5.2. Umfassende Analyse der Rolle des Trends wie z. B. hin zu **Plattformökonomien für Konsum von Gütern und Dienstleistungen**

5.3. Nachvollziehbarkeit von Nachhaltigkeitseffekten und Handlungsspielraum des Verbrauchers, **Transparenz der globalen Lieferketten** stärker nutzen; genauso effizientere **Logistik** durch Digitalisierung (matching supply and demand)

Digitalisierung & Nachhaltiger Konsum

Nachhaltiger Konsum in, mit und durch Deutschland

5. Nachhaltige Entwicklung zum Rahmen des digitalen Wandels für Konsum nutzen

5.4. Digitale Angebote als Treiber für (Nicht-) Nachhaltigen Konsum, offen legen und überwinden (Digitalisierungshardware, internationales Dumping von Computerschrott, nicht-nachhaltiges Beschaffen seltener Erden, mangelndes Recycling) genauso wie eine Beschleunigung von Konsum

5.4. Daten und Datenverfügbarkeit als **öffentliches Gut:** Diskussion um wirtschaftspolitische Maßnahmen, wie etwa die Besteuerung von Daten, künstlicher Intelligenz oder von Roboterparcs; verbunden mit der Frage, wer zukünftig die Marktüberwachung sicherstellen kann

Transformative
Forschung für
Nachhaltigen
Konsum

Nachhaltiger Konsum in, mit
und durch Deutschland

6. Förderung neuartiger Forschungsansätze

6.1. großräumige Experimentierräume ermöglichen, Doppelfunktion von Reallaboren / living labs für **transformative Wirkung** in die Gesellschaft hinein , inkl. Forschung zu **sozialpsychologischen** und ethischen Aspekten

6.2. Forschung zu sozialen Innovationen stärken (siehe Verweis auf Kulturwandel genauso stark wie eine Frage technischer Innovationen)

6.3. Forschung zu den Ermöglichungsbedingungen einer Transformation zu NK (Transformationsforschung weiterentwickeln)

Transformative
Forschung für
Nachhaltigen
Konsum

Nachhaltiger Konsum in, mit
und durch Deutschland

7. Forschung zu externen Effekten des Konsums

7.1. Forschung zu Nachhaltigem Konsum in Schwellen- und Entwicklungsländern stärken, einschl. Rechtsrahmen und Umsetzungsfragen

7.2. Monetarisierung externer Effekte und mögliche Verwendung der Ergebnisse für Maßnahmen klären (z. B. „zweites Preisschild“, Methoden der Beachtung sozialer Dimensionen weiterentwickeln)

Transformative
Forschung für
Nachhaltigen
Konsum

Nachhaltiger Konsum in, mit
und durch Deutschland

7. Forschung zu externen Effekten des Konsums

7.3. Untersuchung von **Wirkungen von Politikmaßnahmen auf andere Länder**, insbesondere Entwicklungs- und Schwellenländer (Begleitforschung aktueller Politikprozesse, z.B. Forum Nachhaltiger Kakao oder Bündnis für Nachhaltige Textilien)

7.4. Vernetzung disziplinen -und sektorübergreifend stärken, von der Stärke der Forschung für Details hin zur **umfassenden Verständnis** der Herausforderung weiterentwickeln.



wissenschaftsplattform
nachhaltigkeit
2030

wpn2030.de