

Nationales Programm für nachhaltigen Konsum

Inhaltsübersicht

Zusammenfassung.....	1
1 Konsum – ein zentrales Handlungsfeld für nachhaltige Entwicklung	4
1.1 Nachhaltiger Konsum ist möglich	5
1.2 Hemmnisse für nachhaltigen Konsum	6
1.3 Nachhaltiger Konsum als Bestandteil der Politik der Bundesregierung.....	7
1.4 Nachhaltiger Konsum – ein internationales Politikfeld	10
1.5 Megatrends – Nachhaltiger Konsum in einem sich wandelnden Umfeld...	11
2 Leitbild der Nachhaltigkeit und Konsumverhalten	13
2.1 Bedeutung des Leitbilds der Nachhaltigkeit für Konsummuster	13
2.2 Leitideen einer Politik für nachhaltigen Konsum	13
3 Übergreifende Handlungsansätze einer Politik für nachhaltigen Konsum	16
3.1 Gesellschaftliche Diskussion	16
3.2 Bildung	16
3.3 Verbraucherinformation.....	18
3.4 Umwelt- und Sozialzeichen	19
3.5 Umweltgerechte Produktgestaltung (Ökodesign).....	20
3.6 Nachhaltige öffentliche Beschaffung	21
3.7 Forschung für nachhaltigen Konsum	23
3.8 Soziale Innovationen	25
3.9 Monitoring für nachhaltigen Konsum	25
4 Einzelne Bedürfnisfelder und deren Handlungsansätze	26
4.1 Mobilität	26
4.2 Ernährung	30
4.3 Wohnen und Haushalt.....	35
4.4 Arbeiten und Büro	39
4.5 Bekleidung	41
4.6 Freizeit und Tourismus.....	45
5 Umsetzung und Monitoring des Programms.....	49
5.1 Institutionelle Begleitung des Programms.....	49
5.2 Fortschrittsbericht, Erfolgskontrolle und Beteiligung	49

Zusammenfassung

Gegenstand und Ziel

Der Konsum von Produkten und Dienstleistungen erfüllt vielfältige gesellschaftliche und individuelle Funktionen. Er ist eine wichtige Grundlage des wirtschaftlichen Wachstums und des Wohlstands und ermöglicht den Konsumentinnen und Konsumenten, Bedürfnisse wie Essen, Wohnen, Mobilität und Unterhaltung zu erfüllen sowie individuelle Lebensformen zu entfalten. Der Konsum von Produkten und Dienstleistungen sowie deren Nutzung und Entsorgung beeinflussen dabei jedoch in erheblichem Maße nicht nur die wirtschaftliche und soziale Situation der Menschen, sondern auch den Zustand der Umwelt.

Der Konsum der privaten Haushalte ist für einen großen Teil der Ressourceninanspruchnahme und der Umwelteinflüsse verantwortlich. Hier liegt folglich ein großes Potenzial zur Verringerung der Umweltbelastung, nicht nur im Bereich des Klimaschutzes, sondern auch im Hinblick auf Biodiversität, Ressourcenschonung und anderer Umweltaspekte. Der Konsum beeinflusst zudem soziale Aspekte wie Teilhabe aller gesellschaftlichen Gruppen, Arbeitsbedingungen in der Wertschöpfungskette und Vielfalt der Angebotsstruktur.

Nachhaltiger Konsum heißt, heute so zu konsumieren, dass die Bedürfnisbefriedigung heutiger und zukünftiger Generationen unter Beachtung der Belastbarkeitsgrenzen der Erde nicht gefährdet wird. Die Bundesregierung beschreibt im Nationalen Programm für nachhaltigen Konsum die relevanten Handlungsfelder und benennt jeweils konkrete – teilweise weiter zu prüfende – Maßnahmen. Das Programm stellt dabei nicht das Ende eines Prozesses dar, sondern einen Weg, wie der notwendige Strukturwandel in Wirtschaft und Gesellschaft in Richtung Nachhaltigkeit in Deutschland weiter vorangetrieben werden soll.

Inhalte und Handlungsfelder

Das Nationale Programm für nachhaltigen Konsum gliedert sich in fünf Kapitel.

Im ersten Kapitel werden Ziele und Handlungsbedarf aufgezeigt und bisherige Aktivitäten der Bundesregierung im Bereich des nachhaltigen Konsums erläutert. Es wird deutlich gemacht, dass nachhaltiger Konsum möglich ist, aber auch dass es weiterhin noch Hemmnisse gibt, die abgebaut werden müssen.

Im zweiten Kapitel werden auf der Basis des Leitbilds der Nachhaltigkeit Leitideen für eine Politik des nachhaltigen Konsums entwickelt. Das Nationale Programm für nachhaltigen Konsum wird geprägt durch fünf Leitideen:

1. Verbraucherinnen und Verbraucher einen nachhaltigen Konsum ermöglichen
2. Nachhaltigen Konsum von der Nische zum Mainstream befördern
3. Teilhabe aller Bevölkerungsgruppen an nachhaltigem Konsum gewährleisten
4. Lebenszyklus-Perspektive auf Produkte und Dienstleistungen anwenden
5. Vom Produktfokus zur Systemsicht und vom Verbraucher zum Nutzer

Im dritten Kapitel werden **übergreifende Handlungsansätze** dargestellt, die dazu dienen, mit Hilfe von konkreten Maßnahmenvorschlägen den nachhaltigen Konsum systematisch zu stärken und auszubauen. Folgende übergreifende Handlungsansätze werden im Programm adressiert:

Gesellschaftliche Diskussion: Diskussionen und Reflexion zu Lebensstilen und deren Veränderungsmöglichkeiten in Richtung Nachhaltigkeit anregen.

Bildung: Vermittlung von Wissen über ökologische, ökonomische und soziale Wirkungen des Verbraucherverhaltens sowie Kompetenzentwicklung als zentrale Grundlage für einen nachhaltigen Konsum.

Verbraucherinformation: Verstärkter Praxisbezug von Informationen, um nachhaltigen Konsum erlebbarer und nachvollziehbarer für Bürgerinnen und Bürger zu gestalten.

Umwelt- und Sozialzeichen: Weiterentwicklung und Stärkung glaubwürdiger und ambitionierter „Vertrauenslabel“.

Umweltgerechte Produktgestaltung (Ökodesign): Stärkere Beachtung von lebenszyklusbasierten Prinzipien und Praktiken beim umweltgerechten Produktdesign.

Nachhaltige öffentliche Beschaffung: Berücksichtigung von Umwelt- und Sozialstandards sowie Wahrnehmung der Vorbildfunktion der öffentlichen Hand.

Forschung für nachhaltigen Konsum: Forschung zu Wirkungen des Konsum- und Verbraucherverhaltens sowie Entwicklung von Lösungsansätzen in spezifischen Projekten wie einem „zweiten Preisschild“.

Soziale Innovationen: Das Potenzial sozialer Innovationen für einen nachhaltigen Konsum systematisch erfassen, nutzen und besser ausschöpfen helfen.

Monitoring für nachhaltigen Konsum: Erarbeitung von Indikatoren und Benchmarks zu den Wirkungen des Konsums sowie zur besseren Messbarkeit von Änderungen im Konsumverhalten.

Neben diesen übergreifenden Handlungsfeldern werden im vierten Kapitel des Programms in **sechs Bedürfnisfeldern** die Maßnahmenbereiche adressiert, die für nachhaltigen Konsum besonders relevant sind:

Mobilität: Ziel ist es den Verkehr der Zukunft umweltverträglicher, ressourcenschonender, effizienter und sicher zu gestalten, wobei individuelle, sich ändernde Mobilitätsbedürfnisse zu berücksichtigen sind. Die Maßnahmenbereiche umfassen dabei folgende Ansätze:

- ✓ Klimafreundliche Mobilitätsformen begünstigen
- ✓ Förderung von Telearbeit und mobilem Arbeiten
- ✓ Vernetzte Mobilitätsweisen fördern
- ✓ Kurze Wege im Alltag ermöglichen

Ernährung: Ziel ist eine gesunde, tierschutzgerechte, umweltschonende und alltagsadäquate Ernährungsweise, die für alle Konsumentinnen und Konsumenten möglichst einfach umsetzbar und finanziell tragbar ist. Die Maßnahmenbereiche umfassen dabei folgende Ansätze:

- ✓ Nachhaltige Ernährung als gesundheitsförderndes Konzept verankern
- ✓ Nachhaltige Ernährung als ökologisches Konzept verankern
- ✓ Verringerung von Lebensmittelabfällen
- ✓ Regionalität stärken

Haushalt und Wohnen: Ziel ist eine Stärkung der Verbraucherkompetenz zur Verringerung der Umweltbelastung bei der Haushaltsführung sowie eine Ausweitung der Nutzung ressourcenschonender Haushaltsgüter. Die Maßnahmenbereiche umfassen dabei folgende Ansätze:

- ✓ Förderung der weiteren Verbreitung energiesparender, ressourcenschonender und gesundheitsschonender Haushaltsgüter

- ✓ Förderung neuer Wohnformen in der Gemeinschaft
- ✓ Reduktion des konsumbedingten Haushaltsmülls
- ✓ Unterstützung von verhaltensbezogenen Maßnahmen zum sparsamen Heizen

Büro und Arbeit: Ziel ist eine Verbreitung nachhaltiger IKT-Produkte und eine längere Nutzung dieser sowie die Sensibilisierung der Verbraucherinnen und Verbraucher hinsichtlich der Umwelt- und Sozialfolgen der entsprechenden Geräte. Auch gilt es, den Einsatz von Recyclingpapieren oder die Vermeidung von Papier zu fördern. Die Maßnahmenbereiche umfassen dabei folgende Ansätze:

- ✓ Verbraucherinnen und Verbraucher für nachhaltige IKT sensibilisieren und Angebot nachhaltiger IKT ausweiten
- ✓ Auf eine Verlängerung der Nutzungsdauer von IKT-Produkten hinwirken
- ✓ Den Absatz von Recyclingpapieren fördern

Bekleidung: Ziel ist es, das Bewusstsein für nachhaltigen Bekleidungskonsum zu stärken und so z. B. die absolute Konsummenge durch eine längere Nutzung von Kleidungsstücken zu verringern sowie den Anteil von nachhaltig produzierten Textilien am gesamten Bekleidungsmarkt zu erhöhen. Die Maßnahmenbereiche umfassen dabei folgende Ansätze:

- ✓ Schaffung eines Bewusstseins für nachhaltigen Bekleidungskonsum
- ✓ Förderung innovativer Infrastrukturen und Geschäftsmodelle im Bereich der Instandhaltung, Weiterverwertung und Wiederverwendung von Bekleidungstextilien
- ✓ Verringerung möglicher Umwelt- und Gesundheitsrisiken bei neuartigen Funktionstextilien

Tourismus und Freizeit: Ziel ist eine Reduzierung der ökologischen und sozialen Auswirkungen, die von Urlaubs- und Geschäftsreisen ausgehen sowie eine Überführung des bei vielen vorhandenen Interesses oder Verständnisses für eine nachhaltigere Gestaltung von Urlaub und Reisen in entsprechende Handlungen. Die Maßnahmenbereiche umfassen dabei folgende Ansätze:

- ✓ Transparenz bei nachhaltigem Tourismus schaffen
- ✓ Klimafreundliche Urlaubsreisen fördern
- ✓ Freizeitangebote als nachhaltigkeitsorientierte Lernorte fördern

Im fünften Kapitel wird erläutert, wie die **institutionelle Begleitung** des Programms ausgestaltet ist und wie eine **Einbindung der Stakeholder** weiter gewährleistet werden soll. Hierfür soll das Programm eine Art Plattform bilden, welche sowohl zur Ausweitung existierender erfolgreicher Instrumente und Ansätze dienen soll, als auch zur Initiierung neuer Projekte. Dies soll helfen, der Vielfalt der Ansätze im Konsumbereich gerecht zu werden und möglichst viele Akteure zur Beteiligung zu bewegen. Denn nur mit **Beteiligung aller gesellschaftlichen Gruppen** kann eine Veränderung der Konsummuster in unserer Gesellschaft hin zu mehr Nachhaltigkeit erreicht werden. Das Programm stellt daher in erster Linie den Anfang auf dem Weg hin zu nachhaltigem Konsum und nachhaltigem Lebensstil dar.

1 Konsum – ein zentrales Handlungsfeld für nachhaltige Entwicklung

Nachhaltiger Konsum heißt, heute so zu konsumieren, dass die Bedürfnisbefriedigung heutiger und zukünftiger Generationen unter Beachtung der Belastbarkeitsgrenzen der Erde nicht gefährdet wird. Dabei wirkt sich Konsum in Deutschland aufgrund global verflochtener Produktionsprozesse und der damit vielfach verbundenen Auswirkungen, z. B. auf die Umwelt, in der Regel auch auf die Bedürfnisbefriedigung der Menschen im Ausland aus.

Die universelle Gültigkeit des Themas wurde in der im September 2015 beim UN-Nachhaltigkeitsgipfel in New York beschlossenen 2030 Agenda für nachhaltige Entwicklung („Transforming our world“) noch einmal für die gesamte internationale Gemeinschaft mit konkreten Zielsetzungen festgeschrieben. Von besonderer Bedeutung ist dabei die Anerkennung, dass nur durch die gleichmäßige und angemessene Berücksichtigung ökologischer, sozialer und wirtschaftlicher Belange und durch die Beteiligung aller relevanten Akteure (Regierungen, Zivilgesellschaft, Wirtschaft, Wissenschaft, Bürgerinnen und Bürger) echte Nachhaltigkeit sichergestellt werden kann.

Wie in der Enquetekommission des Deutschen Bundestages für Wachstum, Wohlstand und Lebensqualität diskutiert wird, bedeutet dies auch eine kritische Auseinandersetzung mit unseren Lebensstilen und unserem Wohlstandskonzept.

Deutlich mehr Nachhaltigkeit beim Konsum ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe. Verantwortlich sind alle: öffentliche Hand, Handel, Industrie und jeder Einzelne. Eine Abwälzung der Verantwortung allein auf die Verbraucherinnen und Verbraucher darf nicht erfolgen, dennoch ist ihre engagierte Mitwirkung für eine erfolgreiche Politikgestaltung unverzichtbar.

Angebot und Nachfrage sind eng miteinander verzahnt und bedingen sich in der Regel gegenseitig. Dies ist auch beim nachhaltigen Konsum – also der Nachfrageseite – zu berücksichtigen. Bisher steht die Produktion von Gütern und Dienstleistungen mit einer Vielzahl von Regelungen und Programmen hinsichtlich deren nachhaltigeren Gestaltung im politischen Fokus. Das „Nationale Programm für nachhaltigen Konsum“ zielt hingegen darauf ab, die Nachfrageseite und die Auswirkungen des Konsums zu adressieren.

Der Konsum von Produkten und Dienstleistungen erfüllt vielfältige gesellschaftliche und individuelle Funktionen. Er ist eine Grundlage des wirtschaftlichen Wachstums und des Wohlstands und ermöglicht den Konsumentinnen und Konsumenten, Bedürfnisse, wie Essen, Wohnen, Mobilität und Unterhaltung, zu erfüllen und individuelle Lebensformen zu entfalten. In den Industrieländern haben sich heute überwiegend Lebensstile durchgesetzt, die mit einem hohen Bedarf an Energie und weiteren natürlichen Ressourcen einhergehen.

Mit dem Kauf, der Nutzung und der Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen sind entlang der gesamten Wertschöpfungskette Emissionen und Ressourcennutzungen sowie z. T. unerwünschte ökologische und soziale Auswirkungen (z. B. gesundheitsgefährdende Arbeitsbedingungen in manchen Ländern) verbunden. Gleichzeitig entwickeln Unternehmen in einem marktwirtschaftlichen Wettbewerb die Produkte beständig weiter. Der als Ergebnis dieses Wettbewerbs entstehende technologische Fortschritt hilft bei der Lösung sozialer und ökologischer Probleme.

Effizienzgewinne, z. B. durch energieeffiziente Produkte, werden dabei häufig durch eine wachsende Nachfrage geschmälert (Rebound-Effekt). Effizienzgewinne – im Sinne eines sinkenden spezifischen Energiebedarfs pro Produkt oder Dienstleistung – allein sind daher nicht ausreichend, um die mit der Ressourceninanspruchnahme verbundenen Wirkungen des Konsums einzudämmen.

Verursacht der Konsum externe Kosten in Form von Umweltschäden, wie Klimawandel, Verlust biologischer Vielfalt, Flächenverbrauch, Versauerung von Böden oder Wasserübernutzung, gehen diese zu Lasten der Gemeinschaft. Häufig entstehen solche Auswirkungen im Ausland oder werden sich erst in Zukunft auf die nachfolgenden Generationen auswirken.

Die derzeitige Nutzung von natürlichen Ressourcen übersteigt schon jetzt in vielen Bereichen die Grenzen der Erde. Aber ohne funktionierende globale Ökosysteme ist Wohlstand nicht dauerhaft möglich. Um der globalen Verantwortung gerecht zu werden, muss unser Konsumverhalten nachhaltiger werden.

Dabei darf es weder darum gehen, die Konsumentinnen und Konsumenten zu bevormunden, noch als Staat als vermeintlich besserer Unternehmer zu agieren. Verbraucherinnen und Verbraucher sollten erforderliche Verhaltensänderungen eigenständig vornehmen, und der Staat sollte hierfür geeignete Rahmenbedingungen setzen. Nachhaltige Konsumententscheidungen können u. a. durch Information und Bildung sowie durch nachhaltige Produkt- und Dienstleistungsalternativen unterstützt werden. Neben den Nachhaltigkeitszielen dürfen auch die ökonomischen Auswirkungen, etwa in Form von bürokratischem Aufwand oder höheren Produktionskosten, nicht aus dem Blick verloren werden.

Um die ökologischen, sozialen und ökonomischen Potenziale nachhaltiger Konsum- und Lebensweisen zu fördern, ist ein strategisches und kohärentes Vorgehen erforderlich. Der Staat sollte hierbei mit gutem Beispiel vorangehen, entscheidende Impulse setzen, moderierend, flankierend, ermöglichend und – soweit erforderlich – steuernd tätig werden. Wegweisend als Vorbild durch eine nachhaltige öffentliche Beschaffung; moderierend, indem er die Vernetzung von relevanten Akteuren und strategische Allianzen fördert und Dialogprozesse gestaltet; ermöglichend und flankierend, indem er z. B. die zur Umsetzung nötigen Ressourcen ausbaut oder durch Investitionen in Forschung und Entwicklung Innovationen für nachhaltigen Konsum unterstützt; steuernd, indem er rechtliche und ökonomische Rahmenbedingungen vorgibt. Die vorgeschlagenen Maßnahmen des Programms werden im Rahmen der geltenden Finanzplanansätze der Ressorts unter Vorbehalt der Verfügbarkeit der notwendigen Haushaltsmittel umgesetzt.

Durch das Programm sollen Verbraucherinnen und Verbraucher noch besser in die Lage versetzt werden, die umweltbezogenen und sozialen Folgen ihres Konsums zu verstehen. Alternative Konsummuster sollen aufgezeigt und verfügbare nachhaltige Handlungsalternativen gestärkt werden, ohne hierbei die eigenverantwortliche Entscheidung der Verbraucherinnen und Verbraucher vorwegzunehmen. Außerdem sollen Anreize für innovative und marktkonforme Ansätze gestärkt werden, die nachhaltigen Konsum ermöglichen. Zugleich soll eine breitere nationale Diskussion über Lebensstile und Wertewandel angeregt werden, die auch ordnungspolitische und ökonomische Aspekte berücksichtigt.

Der Adressatenkreis des Programms umfasst dabei nicht nur Verbraucherinnen und Verbraucher, sondern alle relevanten Akteure, wie Unternehmen und den Handel, die Zivilgesellschaft, die Wissenschaft, Medien, Kommunen etc. sowie auch die öffentliche Hand in ihrer Vorbildfunktion. Keiner Seite allein kann die ausschließliche Verantwortung für einen nachhaltigen Konsum übertragen werden. Vielmehr muss hierbei vom Prinzip der geteilten Verantwortung ausgegangen werden.

1.1 Nachhaltiger Konsum ist möglich

Das Leitbild der nachhaltigen Entwicklung sowie Fragen des Umweltschutzes haben sich in den vergangenen Jahren zunehmend in Gesellschaft und Alltagskultur etabliert. In der Wahrnehmung der Bürgerinnen und Bürger werden Umwelt- und Klimaschutz als wichtig für die

Bewältigung langfristiger Aufgaben gesehen: Aktuell sind fast zwei Drittel der Bundesbürgerinnen und -bürger der Meinung, dass ein hinreichender Umweltschutz eine grundlegende Bedingung dafür ist, dass gesellschaftliche Zukunftsaufgaben, wie die Globalisierung, die Schaffung von Arbeitsplätzen, die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft, aber auch Fragen der Förderung des allgemeinen Wohlstandsniveaus, gemeistert werden können.

Fast zwei Drittel der Deutschen stimmen der Aussage zu, dass die Umwelt nur langfristig geschützt werden kann, wenn alle ressourcenschonend konsumieren. Dieser allgemeine und langsam verlaufende Bewusstseinswandel hat in der Bevölkerung eine Offenheit gegenüber nachhaltigem Konsum entstehen lassen, wie die Studien des Umweltbundesamtes zum Umweltbewusstsein im Zeitraum von 1996 bis 2014 zeigen. So ist auch eine steigende Nachfrage nach „grünen“ Produkten zu erkennen und der Wille zum Umstieg auf umweltfreundliche Alternativen weit verbreitet. Dabei wächst insbesondere die Bereitschaft, sich auf Alternativen einzulassen, die keinen „Verzicht“ bedeuten, sondern vielmehr einen persönlichen Mehrwert darstellen und gleichzeitig auch zu Kostenersparnissen führen können. Dazu gehört z. B. die Umstellung auf die Benutzung des Fahrrads statt des Pkws für den täglichen Weg zur Arbeit, welche auch positive gesundheitliche Auswirkungen haben kann. Diese Alternativen stellen vermehrt eine Lebensqualität in den Vordergrund, die neben materiellen auch auf immateriellen Aspekten aufbaut und die ökologischen und sozialen Negativfolgen des eigenen Alltagshandelns soweit wie möglich verringert. Dennoch lässt sich eine Diskrepanz zwischen dem Umweltbewusstsein vieler Verbraucherinnen und Verbraucher und ihrem tatsächlichen Handeln feststellen.

Die Gesellschaft in Deutschland ist in Fragen des nachhaltigen Konsums in Bewegung geraten. In einigen Konsumbereichen konnte durch die Weichenstellung von Umwelt- und Verbraucherpolitik bereits eine Ausprägung dauerhafter nachhaltigkeitsorientierter Konsumstrukturen gelingen. So greifen fast dreiviertel der Bürgerinnen und Bürger beim Kauf von Haushaltsgeräten und Leuchtmitteln immer oder sehr oft zu den energieeffizienten Alternativen; mehr als ein Drittel der Bevölkerung gibt an, bereits einmal Ökostrom bezogen zu haben und auch als umweltverträglich gekennzeichnete Reinigungsmittel werden von einer Mehrheit der Verbraucherinnen und Verbraucher nachgefragt. Diesen positiven Trend gilt es weiter zu stärken.

1.2 Hemmnisse für nachhaltigen Konsum

Trotz dieser positiven Entwicklung stehen viele Menschen beim Thema nachhaltiger Konsum noch am Anfang. Wie bei allen Transformationsprozessen gehen diese Veränderungen mit vielen Unsicherheiten sowie praktischen Hemmnissen und strukturellen Barrieren einher. Diese sind sowohl auf der Angebots- als auch auf der Nachfrageseite zu finden.

1.2.1 Informationsdefizite

Die Informationslage bezüglich der Umwelteigenschaften von Produkten und Dienstleistungen hat sich in den vergangenen Jahren insgesamt deutlich verbessert. Gleichzeitig sind viele Informationen über die ökologischen und insbesondere sozialen Aspekte in der Wertschöpfungskette nicht verfügbar oder werden – zu Recht oder zu Unrecht – als nicht glaubwürdig eingeschätzt. Missbrauch oder Betrug belasten im Zusammenhang mit der Kennzeichnung von Produkten das notwendige Vertrauen. Dies erschwert Konsumententscheidungen auf Basis umfassender und transparenter Informationen. Zudem trägt eine Vielzahl an Kennzeichen mit unterschiedlicher Qualität und Glaubwürdigkeit zur Verunsicherung und Informationsüberlas-

tung der Konsumentinnen und Konsumenten bei. So werden beispielsweise Produktlabel, die nicht durch unabhängige Dritte zertifiziert werden, auch genutzt, um sich einen „grünen“ Ruf zu verleihen, ohne aber tatsächlich anspruchsvolle Nachhaltigkeitsstandards einzuhalten („greenwashing“).

1.2.2 Verhaltensroutinen und Pfadabhängigkeiten

Ein Hemmnis im Übergang zu nachhaltigem Konsum stellen die im Alltag herrschenden Routinen und Gewohnheiten dar, bei denen nicht bewusst über das Handeln nachgedacht und deshalb an nicht nachhaltigen Varianten festgehalten wird. Dies betrifft insbesondere den Alltagskonsum in Bereichen wie Ernährung, Mobilität, Wohnen etc. Aus Sicht der Nutzerinnen und Nutzer wird häufig eine Änderung des Konsumverhaltens als unwirtschaftlich, zusätzlich aufwendig oder zu wenig nutzstiftend für die Alltagsorganisation angesehen.

1.2.3 Verfügbarkeit von (bezahlbaren) Alternativen

Neben den z. T. unzureichenden Informationen über die Art und Weise der Produktion, sind derzeit noch zu wenige nachhaltige Produkte und Dienstleistungen als Alternativen bekannt, vorhanden oder erheblich teurer und für die Konsumentinnen und Konsumenten unwirtschaftlich.

Die Ursachen hierfür sind vielfältig. Häufig sind nachhaltige Produktalternativen tatsächlich in Herstellung und Vertrieb teurer. Gegebenenfalls vorhandene Einsparungen im Lebenszyklus werden von den Konsumentinnen und Konsumenten nur unzureichend wahrgenommen. Ursache ist weiterhin ein fehlendes Vertrauen der Anbieter in die Bereitschaft der Nachfrager, nachhaltige Alternativen zu wählen, sodass wenige entsprechende Produkte und Dienstleistungen entwickelt und angeboten werden. Im Unterschied dazu werden nachhaltige Produkte von den Anbietern aber auch als Premiumprodukte mit relativ hohen Handelsmargen vermarktet. Diese sind dann aus finanziellen Gründen nicht für alle Verbraucherinnen und Verbraucher zugänglich.

1.2.4 Lebensstile und soziale Normen

Voraussetzung für einen nachhaltigeren Konsum ist auch ein verändertes Konsumentenverhalten. Die Lebensstile, die sich in den Industrieländern durchgesetzt haben, stehen einem nachhaltigen Konsum z. T. noch entgegen. Der Änderung des Konsumverhaltens in den Industrieländern in Richtung Nachhaltigkeit kommt daher eine besondere Bedeutung zu – sowohl mit Blick auf Umweltauswirkungen, die mit der Erzeugung und nachfolgenden Entsorgung von Produkten verbunden sind, als auch auf die Bedeutung, die das Konsumverhalten in den Industrieländern als Rollenvorbild für wachsende Mittelschichten in Schwellen- und Entwicklungsländern hat.

Vor dem Hintergrund dieser Hemmnisse zeigt sich die Notwendigkeit, verschiedene Politikansätze und -zuständigkeiten zu integrieren, um ein kohärentes Vorgehen bei der Förderung und Stärkung des nachhaltigen Konsums zu erreichen.

1.3 Nachhaltiger Konsum als Bestandteil der Politik der Bundesregierung

Die Rahmenbedingungen für Konsum in Deutschland werden in verschiedenen Politikfeldern bestimmt, z. B. durch die Verbraucher- und Gesundheitspolitik, die Landwirtschaftspolitik, durch Politiken zu Bauen und Wohnen, Infrastrukturen und Verkehr, Forschungs- und Bildungspolitik oder durch die Umwelt-, Arbeit-, Sozial- und Wirtschaftspolitik. In all diesen Poli-

tikbereichen und auf allen Politikebenen gibt es bereits Initiativen und Maßnahmen, um nachhaltige Produkte und nachhaltige Konsummuster zu unterstützen.

Die nationale Nachhaltigkeitsstrategie von 2002 benennt die Notwendigkeit der Änderung von Verhaltens- und Konsummustern, und der 2012 veröffentlichte Fortschrittsbericht zur nationalen Nachhaltigkeitsstrategie betont die Bedeutung einer gesellschaftlichen Diskussion über Lebensstile und Konsumverantwortung. Dies ist auch ein Ergebnis der Forschung: Was nachhaltiger Konsum ist, muss auch in der Gesellschaft ausgehandelt werden. Konsumenten und Konsumentinnen sind gezielt zu beteiligen. Weiterhin enthält das 2015 beschlossene Maßnahmenprogramm „Nachhaltigkeit“ der Bundesregierung u. a. konkrete Vorgaben zur Beschaffung auf Bundesebene sowie Nachhaltigkeitskriterien für den Betrieb von Kantinen und für die Organisation von Veranstaltungen der Bundesministerien und deren nachgeordneten Behörden.

Aus Perspektive des Ressourcenschutzes hat das „Deutsche Ressourceneffizienzprogramm (ProgRess)“ Eckpunkte formuliert, die sich u. a. auf die Schaffung eines öffentlichen Bewusstseins für Ressourceneffizienz sowie die Förderung des Absatzes ressourceneffizienter Produkte und Dienstleistungen beziehen. Wesentliche Impulse für einen nachhaltigen Konsum gehen auch von dem nationalen Abfallvermeidungsprogramm aus, das von der Bundesregierung im Jahr 2013 verabschiedet wurde. Weiterhin fordert die Nationale Strategie zur biologischen Vielfalt, dass sich die Nachfrage nach naturverträglichen Produkten und Dienstleistungen kontinuierlich verstärken soll. Das Bundesumweltministerium hat 2014 den Startschuss für einen neuen, breit angelegten Dialogprozess zum Thema „Nachhaltiger Konsum und biologische Vielfalt“ gegeben. Dieser Dialogprozess wird in die Umsetzung des Nationalen Programms für nachhaltigen Konsum integriert.

Zudem hat der Staatssekretärsausschuss für nachhaltige Entwicklung in seiner Sitzung am 1. Juni 2015 noch einmal die Bedeutung des nachhaltigen Konsums unterstrichen und eine Intensivierung der Aktivitäten der Bundesregierung auch unter Einbeziehung dieses Programms beschlossen.

Weiterhin hat die Bundesregierung das Thema nachhaltige Gestaltung von globalen Lieferketten und den Arbeitsschutz in Entwicklungsländern zu einem Schwerpunkt ihrer G7-Präsidentschaft erklärt und die G7 hinter dieser Initiative versammelt. Die Bundesregierung hat auf Initiative des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS) und des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) im Rahmen des G7 Prozesses Maßnahmen zur Förderung besserer Arbeitsbedingungen und zur Prävention von Risiken sowie zur Stärkung der Beschwerdemechanismen ergriffen. Sie unterstützt so die unternehmerische Verantwortung für Arbeits- und Sozialstandards in globalen Lieferketten und stärkt die Bedeutung internationaler Vereinbarungen, wie z. B. der ILO-Kernarbeitsnormen und der OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen. Konkrete Vorhaben sind u.a. die Einrichtung eines „Vision-Zero-Fonds“, um nachhaltigere Arbeitsschutzmaßnahmen gerade in ärmeren Produktionsländern zu unterstützen. Hierzu zählen die Stärkung von Arbeitsinspektionen, der Aufbau von Unfallversicherungen und die Verbesserung des Arbeitsschutzes in den Betrieben.

Die in all diesen Bereichen eingesetzten Instrumente reichen von der Information über die öffentliche Beschaffung und Fördermaßnahmen bis zum Ordnungsrecht:

Die Verbraucherinformation wird durch unterschiedliche Maßnahmen unterstützt: durch Gesetze (z. B. das Verbraucherinformationsgesetz), durch Energieausweise und durch glaubwürdige Umweltzeichen wie den „Blauen Engel“, sowie Herkunfts- und Biosiegel. Nicht zuletzt wird auch durch den vor einigen Jahren vom Rat für nachhaltige Entwicklung initiierten „Nach-

haltigen Warenkorb“, das im Jahr 2013 gestartete Verbraucherportal des Umweltbundesamtes (UBA) „Umweltbewusst leben“ und das 2015 als Initiative der Bundesregierung ins Leben gerufene Portal „siegelklarheit.de“ die Verbraucherinformation verbessert.

Diverse nationale Maßnahmen zielen auf die Ausweitung des nachhaltigen öffentlichen Beschaffungswesens, so etwa die Einrichtung einer Kompetenzstelle für nachhaltige Beschaffung beim Beschaffungssamt des Bundesministeriums des Innern (BMI), das vom UBA aufgebaute Informationsportal zur umweltfreundlichen Beschaffung, den federführend vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) betreuten Beschaffungserlass der Bundesregierung für Holzprodukte sowie die vom BMZ entwickelte Online-Beschaffungsplattform „Kompass Nachhaltigkeit“ mit dem angesichts der hohen Bedeutung der kommunalen Beschaffung dort integrierten „Kommunalen Kompass“.

Als Fördermaßnahmen werden z. B. im Rahmen der „Nationalen Klimaschutzinitiative“ seit 2008 zahlreiche Projekte initiiert und gefördert, die Wirtschaft, Verbraucherinnen und Verbraucher sowie Kommunen zu klimafreundlicherem Verhalten bewegen und die einen Beitrag zur Senkung der Treibhausgasemissionen leisten.

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) fördert im Rahmen der sozial-ökologischen Forschung seit Längerem inter- und transdisziplinäre Forschungsprojekte zum nachhaltigen Konsum in thematisch unterschiedlich akzentuierten Fördermaßnahmen. Aktuell werden in der Fördermaßnahme „Nachhaltiges Wirtschaften“ (2014 bis 2018) Projekte gefördert, bei denen auch der nachhaltige Konsum im Vordergrund steht (z. B. das Verbraucherverhalten).

Nachhaltiger Konsum setzt auch nachhaltig handelnde Unternehmen voraus. Mit dem CSR-Preis der Bundesregierung werden Unternehmen ausgezeichnet, die ihre Geschäftstätigkeit ökologisch, sozial und ökonomisch verträglich ausgestalten. Nachhaltig handelnde Unternehmen werden in ihrem Weg bestärkt.

Als rechtliche Maßnahmen unterstützen z. B. die Vorschriften zum Ökodesign von Produkten, die Pkw-Verbrauchskennzeichnung, die Regelungen der Energieeinsparverordnung, die Förderung von Mehrwegverpackungen durch die Pfandpflicht für bestimmte Einweggetränkerverpackungen, die Rücknahmeverpflichtungen für Verpackungen, Elektrogeräte, Batterien und Fahrzeuge sowie das Gewährleistungsrecht einen nachhaltigen Konsum.

In finanzieller Hinsicht stellt eine nachhaltige Finanzpolitik eine zentrale Voraussetzung für eine nachhaltige Entwicklung und ein wesentliches Element der Generationengerechtigkeit dar. Ein wichtiger Schritt hierfür sind Haushalte ohne neue Schulden, die der Bundeshaushalt 2016 und der derzeit gültige Finanzplan vorsehen. Dadurch wird das Ergreifen von Handlungsoptionen in der Zukunft ermöglicht. Gleichzeitig benötigt Deutschland zukunftsfähige Investitionen, insbesondere in den Bereichen Bildung, Wissenschaft, Forschung, Energieeffizienz, Ressourceneffizienz und Infrastruktur. Insoweit spielen Nachhaltigkeitskriterien bei der Bewertung des Einsatzes öffentlicher Finanzen eine zunehmend bedeutende Rolle. Die 2015 eingeführte Nachhaltigkeitsprüfung von Subventionen greift dies auf. Außerdem ist die Stärkung der Berücksichtigungsfähigkeit von Nachhaltigkeitskriterien durch die Modernisierung des Vergaberechts für die öffentliche Beschaffung und somit auch für einen nachhaltigen Konsum von Bedeutung. In diesem Rahmen sind bei den Maßnahmen im Nationalen Programm für nachhaltigen Konsum jeweils die haushaltsrechtlichen Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit des Verwaltungshandelns zu beachten. Soweit die im Programm aufgeführten Maßnahmen nicht bereits laufen oder fortgeführt werden, müssen sie zum Teil noch abschließend geklärt werden oder hängen von anderen Stakeholdern ab. Den Maßnahmen kommt daher teilweise nur Vorschlagscharakter zu.

Diese Strategien, Programme und rechtlichen Regelungen verdeutlichen die vielen Anknüpfungspunkte, die genutzt werden können, um Synergien zwischen einzelnen Maßnahmen und Programmen zu stärken und nachhaltigen Konsum zu befördern. Hier soll das Nationale Programm für nachhaltigen Konsum ansetzen, indem es bisherige erfolgreiche Projekte weiter- und zusammenführt sowie ggf. weiterentwickelt, aber in den folgenden Kapiteln auch neue Ansätze vorstellt.

1.4 Nachhaltiger Konsum – ein internationales Politikfeld

Die Förderung des nachhaltigen Konsums hat in den vergangenen Jahren auch international erheblich an Bedeutung gewonnen. Auf globaler Ebene wurde das Thema 1992 auf der UN-Konferenz in Rio de Janeiro in die politische Diskussion eingeführt. Auf dem 2012 erneut in Rio de Janeiro ausgetragenen Weltgipfel (Rio+20) wurde der 10-Jahres-Rahmen für Programme für nachhaltige Konsum- und Produktionsweisen (10 YFP) beschlossen. Dieser soll auf globaler Ebene Konsum- und Produktionsweisen in Richtung mehr Nachhaltigkeit verändern. Zu diesem Zweck sind für den Zeitraum bis 2022 wichtige globale Programme als internationale Umsetzungsmaßnahmen beschlossen worden, z. B. zu Themen wie Konsumenteninformation, Lebensstile/ Bildung, öffentliche Beschaffung und Tourismus, sowie eine globale Informationsplattform für Projekte im Bereich nachhaltige Konsum- und Produktionsweisen. Adressaten sind neben nationalen Regierungen auch alle relevanten Interessengruppen, von der Wirtschaft bis zu den Verbraucherverbänden.

Auch in der neuen 2030 Agenda für nachhaltige Entwicklung spielt nachhaltiger Konsum natürlich eine große Rolle: zum einen als Querschnittsthema der gesamten Agenda, zum anderen als eigenes Ziel (Goal 12) – letzteres sieht u. a. vor, dass die Welt bis 2030 den 10-Jahres-Programmrahmen für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster umsetzen soll. Die Ziele der Agenda sollen national, regional und global anhand von internationalen Indikatoren überprüft werden.

Auf europäischer Ebene gibt es ebenfalls eine Reihe von Instrumenten, die den nachhaltigen Konsum erheblich beeinflussen. So regelt z. B. die Ökodesign-Richtlinie mit ihren Durchführungsmaßnahmen den Marktzugang für energieverbrauchsrelevante Produktgruppen. Die EU-Holzhandelsverordnung verpflichtet seit März 2013 die betroffenen Wirtschaftsbetriebe dazu, Sorge dafür zu tragen, dass kein illegal eingeschlagenes Holz in der EU in Verkehr gebracht wird. Zur Unterstützung von Behörden, Wirtschaft und Verbraucherinnen und Verbrauchern hat die Bundesregierung das Thünen-Kompetenzzentrum Holzherkünfte gegründet.

Die Energieverbrauchskennzeichnungs-Richtlinie verpflichtet die Hersteller von bestimmten Produktgruppen zur Information der Kunden über Energieverbrauch und weiteren produktspezifischen Eigenschaften. Gleichfalls wird auf EU-Ebene der Rahmen für die öffentliche Beschaffung auch im Hinblick auf Umwelt- und Sozialaspekte festgelegt. Ebenso wie beim EU-Umweltzeichen erfolgt hier eine stete Weiterentwicklung. Darüber hinaus hat die Europäische Kommission im Frühjahr 2013 eine Mitteilung zur „Schaffung eines Binnenmarktes für grüne Produkte“ veröffentlicht. Ziel ist es, insbesondere die Verfügbarkeit von zuverlässigen Informationen zur Umwelleistung von Produkten und Unternehmen durch die Entwicklung und Anwendung des PEFs (Product Environmental Footprint – Umweltfußabdruck von Produkten) zu verbessern. Der Fahrplan für ein ressourcenschonendes Europa der EU gibt einen langfristig angelegten Aktionsrahmen für Maßnahmen zur Ressourcenschonung in vielen Politikbereichen vor.

1.5 Megatrends – Nachhaltiger Konsum in einem sich wandelnden Umfeld

Konsum wird nicht nur durch die politischen Rahmenbedingungen bestimmt, sondern vor allem durch ein sich stetig wandelndes gesellschaftliches, wirtschaftliches und technisches Umfeld. Die im Folgenden genannten Trends haben teils unmittelbare, teils mittelbare Auswirkungen auf zukünftiges Konsumverhalten oder umweltpolitisches Handeln. Sie spielen für den nachhaltigen Konsum eine große Rolle. Allen Trends gemein ist, dass sie Herausforderungen an einen nachhaltigen Konsum, aber auch Chancen für ihn bergen.

1.5.1 Neue Konsummuster und veränderte Geschäftsmodelle

In Deutschland ist das Umweltbewusstsein hoch. Gemäß der Umweltbewusstseinsstudie des Bundesumweltministeriums und des Umweltbundesamtes von 2014 gehören Umweltprobleme, wie auch in den Vorjahren, zu den als am wichtigsten wahrgenommenen. Im Zuge des wachsenden Bewusstseins haben sich nachhaltigkeitsorientierte Lebensstile herausgebildet, die höheren Wert auf eine umweltverträgliche und sozial verantwortungsvolle Herkunft der Produkte legen. Dieser Bewusstseinswandel, welcher verstärkt die Auswirkungen des eigenen Handelns berücksichtigt, schlägt sich zunehmend und insbesondere in Großstädten in Initiativen und Trends wie Slow-Food oder Carsharing nieder.

Die veränderten Konsumpraktiken haben teilweise zu neuen, innovativen Geschäftsmodellen geführt. Sharing Economy, kollaborativer Konsum und das Aufkommen von sogenannten Prosumentinnen und Prosumenten, die im Rahmen der Personalisierung von Produkten zugleich Kunde (consumer) und Produzent (producer) sind, sind trotz derzeit geringer Verbreitung wichtige Beispiele für eine Entwicklung, die nicht nur große Nachhaltigkeitspotenziale, sondern auch das Aufkommen neuartiger Dienstleistungsmärkte anzeigt.

1.5.2 Digitales Leben

Die sogenannte Netzgesellschaft, d. h. die digitale Durchdringung und Vernetzung des Alltags, die durch die Informations- und Kommunikationstechnik (IKT) möglich geworden ist, hat weitreichende Auswirkungen auf Konsummuster. Die Chancen und Risiken der IKT für nachhaltigen Konsum liegen dabei eng beieinander.

Zum einen ist eine Zunahme des „Informationssuchverhaltens“ der Menschen nach alternativen Konsumangeboten und -praktiken bei insgesamt gestiegenem Informationsangebot zu beobachten. Die IKT ermöglicht umweltschonendere Produktionsverfahren und energieeffizientere Nutzungsformen: Zum Beispiel kann durch Videokonferenzen oder E-Commerce die Notwendigkeit von Reisen sowie individuellem Verkehr reduziert werden. Auch ermöglicht das Internet alternative Nutzungsformen, wie z. B. den Onlinehandel mit gebrauchten Produkten (z. B. eBay) oder das Suchen von Verkehrsverbindungen für ÖPNV und Carsharing.

Gleichzeitig sind Herstellungsphase und Nutzung von IKT (z. B. Suchanfragen über das Internet) mit hohem Verbrauch an Energie und weiteren natürlichen Ressourcen und ggf. auch mit schlechten Arbeitsbedingungen verbunden. Auch hat der zunehmende global ausgerichtete E-Commerce das Potenzial, die Transport- bzw. Verkehrskosten mit erheblichen Auswirkungen auf städtebauliche und verkehrliche Strukturen zu erhöhen. Weiterhin sind die kurzen Innovationszyklen von IKT einerseits positiver Ausdruck der damit verbundenen Innovationsstärke, die die Entwicklung technischer Lösungen für Nachhaltigkeits Herausforderungen befördern kann; andererseits leistet dies einen Beitrag dazu, dass sich die Produktlebenszeit von Endgeräten verringert, häufiger Neuanschaffungen vorgenommen und so die Ressourcenansprachen erhöht werden.

1.5.3 Globalisierung der Produktions- und Handelsmuster

Wenn auch kein neues Phänomen mehr, gehört die Ausweitung der globalen Produktion von Gütern und Dienstleistungen, des internationalen Handels und der ausländischen Direktinvestitionen zu den Megatrends, die für nachhaltigen Konsum relevant sind.

Nachhaltiger Konsum bezieht sich auf die gesamte Wertschöpfungskette von Produkten, beginnend mit dem Rohstoffabbau. Ein dabei wesentlicher konsumrelevanter Aspekt ist die Tendenz, dass die in den Industrieländern genutzten Produkte immer häufiger in Entwicklungs- und Schwellenländern hergestellt werden. Dies kann ein zentraler Beitrag zur Wohlfahrtsentwicklung in diesen Ländern sein und damit eine Voraussetzung für eine nachhaltige Entwicklung. Voraussetzung für Entwicklungserfolge ist jedoch eine sozial und ökologisch nachhaltige Gestaltung der Wertschöpfungskette. In der Praxis auftretende negative ökologische und soziale Folgen in den Erzeugerländern können z. B. durch entsprechende gesetzliche Regelungen der nationalen Regierungen sowie durch die Wahrnehmung der Verantwortung der Wirtschaftsbeteiligten für die Auswirkungen ihres Handelns und durch die Anwendung der unternehmerischen Sorgfaltspflichten vermieden werden. Aber auch die Industriestaaten selbst müssen sich ihrer Verantwortung bewusst werden und entsprechende Vorkehrungen treffen. So wird derzeit eine europäische Regelung diskutiert, die eine Sorgfaltsprüfung europäischer Unternehmen in Bezug auf bestimmte Metalle und Mineralien beinhaltet. Dies soll u. a. verhindern, dass diese Metalle und Mineralien genutzt werden, um bewaffnete Konflikte zu finanzieren.

1.5.4 Individualisierung

Der Trend zur Individualisierung, der zunehmend ein globales Phänomen darstellt, birgt ebenfalls sowohl Vor- als auch Nachteile für nachhaltigen Konsum. So führt die Individualisierung einerseits zu mehr Einzelwohnraum und immer größeren Wohneinheiten. Dies erhöht den Ressourcenbedarf pro Haushaltseinheit, da u. a. die benötigte Fläche, der Energiebedarf und die Anzahl der erforderlichen Gegenstände pro Kopf steigen.

Andererseits können durch eine Integration der Konsumentinnen und Konsumenten in Innovationsprozesse („Prosuming“) neue Produkte besser auf die individuellen Bedürfnisse angepasst werden. Es wird erwartet, dass die Produkte dadurch langlebiger und effizienter nutzbar werden. Diese Prozesse stehen allerdings noch am Anfang; es ist Forschung insbesondere zu dem Nachhaltigkeitspotenzial notwendig.

1.5.5 Demografischer Wandel

Die in den nächsten Jahrzehnten absehbare Zunahme der Weltbevölkerung und die damit einhergehende Zunahme der konsumierenden globalen Mittelschichten sind vor dem Hintergrund der bestehenden Konsummuster in den Industrieländern für die Zukunft schwer darstellbar. Der Etablierung nachhaltiger Konsummuster in den Industrieländern kommt, da deren Wohlstand und Konsumverhalten auch in Zukunft ein Rollenmuster bilden, daher eine besondere Bedeutung zu. Deshalb ist das Nachhaltigkeitsziel 12 der 2030 Agenda, das die Sicherstellung nachhaltiger Produktions- und Konsummuster anspricht, eine Aufgabe aller Staaten, also auch Deutschlands.

Entsprechend der Verlängerung der individuellen Lebenserwartung erhöhen sich in der Gesellschaft der Anteil der älteren Bevölkerung und somit tendenziell ebenfalls der Konsumzeitraum. Die konkreten Auswirkungen des demografischen Wandels auf den nachhaltigen Konsum sind bislang noch wenig untersucht. Bisher werden auch Migrantinnen und Migranten im Prozess der Umweltkommunikation als Zielgruppe kaum – oder erst nach und nach – berücksichtigt.

2 Leitbild der Nachhaltigkeit und Konsumverhalten

2.1 Bedeutung des Leitbilds der Nachhaltigkeit für Konsummuster

Das in der Nationalen Nachhaltigkeitsstrategie verankerte Leitbild einer nachhaltigen Entwicklung bedeutet, dass die Erhaltung und der Schutz der natürlichen Lebensgrundlage, also die Tragfähigkeit der Erde und ihrer Ökosysteme, die absolute äußere Grenze darstellt, innerhalb derer die Verwirklichung der politischen Ziele erfolgen muss. Umweltschutz, wirtschaftliche Leistungsfähigkeit und soziale Verantwortung sind so zusammenzuführen, dass Entscheidungen unter allen drei Gesichtspunkten dauerhaft in lokaler, regionaler und globaler Betrachtung tragfähig sind. Nur so kann Deutschland auch für zukünftige Generationen seiner globalen Verantwortung gerecht werden. Daraus ergeben sich Grenzen der Ressourceninanspruchnahme und somit auch für den Konsum. Dies bedeutet nicht, dass eine konsumbezogene Verbotspolitik verfolgt werden soll. Es sollen aber eine gesellschaftliche Diskussion über diese Grenzen angestoßen und die umweltbezogenen und sozialen Auswirkungen des Konsums stärker als bisher ermittelt und bewusst gemacht werden.

Übergeordnetes Ziel dieses Programms ist es, dass Konsum einen Beitrag zur Erreichung der Nachhaltigkeitsziele, wie sie u. a. von der Bundesregierung in der Nationalen Nachhaltigkeitsstrategie festgelegt wurden, leistet.

Im Programm wird eine Konkretisierung der Nachhaltigkeitsstrategie für wesentliche Konsumfelder und Instrumente vorgenommen. Diese orientiert sich an folgenden Leitideen.

2.2 Leitideen einer Politik für nachhaltigen Konsum

Nachhaltiger Konsum muss für die zur Verfügung stehenden Instrumente und in den verschiedenen Bedürfnisfeldern wie Mobilität, Ernährung, Wohnen, Arbeiten, Bekleidung und Tourismus jeweils konkretisiert und ausgestaltet werden. Diese Konkretisierung folgt dem Leitbild einer nachhaltigen Entwicklung. Gleichzeitig setzen die Leitideen an den oben beschriebenen Hemmnissen an (Kapitel 1.2) und tragen den beschriebenen Megatrends (Kapitel 1.5) Rechnung. Sie dienen als inhaltliche Orientierung bei der Auswahl von Handlungsansätzen und Maßnahmen in den vorgenannten Bedürfnisfeldern.

2.2.1 Verbraucherinnen und Verbraucher einen nachhaltigen Konsum ermöglichen

Diese Leitidee besteht aus zwei Elementen: Erstens ist nachhaltiger Konsum nur möglich, wenn insgesamt die Entscheidungs- und Handlungskompetenz der Verbraucherinnen und Verbraucher durch Information und Bildung erhöht wird. Transparente, glaubwürdige und gut verständliche Informationen sind die Grundlage dafür, das tägliche Einkaufs- und Nutzerverhalten zu überdenken und zu ändern. Hierfür ist eine Wissensbasis auf Seiten der Konsumentinnen und Konsumenten erforderlich, um aus der Vielzahl an Handlungsmöglichkeiten diejenigen auswählen zu können, die für einen nachhaltigen Konsum eine besonders hohe Relevanz haben. Für die Wissensbasis sind weitere wissenschaftliche Erkenntnisse über das Verbraucherverhalten notwendig. Eine Frage für die Forschung ist z. B., welche Art von Information und von Bildung relevant ist, um das notwendige Wissen für mehr nachhaltigen Konsum erwerben zu können.

Zweitens gehört zur Ermöglichung eines nachhaltigen Konsums auch, dass die Entscheidungskomplexität überschaubar bleibt (Stichwort: information overload). Dies kann beispielsweise durch Anreizsysteme oder inhaltlich begründete Begrenzungen von Auswahlmöglich-

keiten, etwa durch Mindestanforderungen für bestimmte Produkte erreicht werden, so wie es bereits im Rahmen der Ökodesign-Richtlinie geschieht.

2.2.2 Nachhaltigen Konsum von der Nische zum Mainstream befördern

Um die Potenziale für Umwelt, Wirtschaft und Soziales zu heben, darf nachhaltiger Konsum nicht nur ein Nischenthema bleiben, sondern muss sich in den nationalen und internationalen Märkten ausbreiten. Für die Förderung von Innovationen sowie die Schaffung der Rahmenbedingungen für deren Verbreitung sind die Innovationspolitik, die öffentliche Beschaffung, aber auch der Abbau von Hemmnissen beispielsweise rechtlicher Art besonders wichtig.

Politik kann dabei unterschiedliche Rollen übernehmen: Sie kann geschützte Räume schaffen und neue Initiativen fördern, kann Richtung und Leitbilder vorgeben und einen Prozess moderieren, um diese umzusetzen. Sie kann aber auch Rahmenbedingungen setzen, um Anreize zu geben oder die Nutzung von Techniken oder eines bestimmten Verhaltens zu befördern.

2.2.3 Teilhabe aller Bevölkerungsgruppen an nachhaltigem Konsum gewährleisten

Allen Menschen soll die Teilhabe an nachhaltigem Konsum möglich sein, gleich welcher Einkommensklasse oder Lebensumstände. Häufig wird befürchtet, dass nachhaltiger Konsum mit steigenden finanziellen Belastungen einhergehe, die die Geringverdienenden relativ gesehen zudem stärker belasten. Nachhaltiger Konsum darf nicht zur Exklusion führen, sondern soll im Gegenteil diese konsequent vermeiden helfen. Durch energieeffiziente, ressourcenschonende und langlebige Produkte werden über einen längeren Zeitraum betrachtet finanzielle Einsparungen auch für Geringverdiener ermöglicht. Umweltschutzmaßnahmen bzw. umweltfreundliche Produkte sind auch für den Gesundheitsschutz förderlich. In diesem Sinne sollen Maßnahmen zur Förderung eines nachhaltigen Konsums nicht nur darauf hin geprüft werden, dass sie negative soziale Effekte vermeiden, sondern auch dahingehend, die soziale Gerechtigkeit gezielt zu befördern.

Zudem ist in modernen Gesellschaften eine Vielzahl unterschiedlicher Lebensstile vorzufinden. Diese sind geprägt von Werten, vom natürlichen Lebensumfeld, von der sozialen Situation und vom jeweiligen Lebensabschnitt und hängen mit dem Grad des Umweltbewusstseins sowie den Routinen des alltäglichen Lebens zusammen. Die Vielzahl unterschiedlicher Lebensentwürfe gilt es, weiterhin zu ermöglichen und gleichzeitig durch eine zielgruppenspezifische Ausgestaltung der Handlungsansätze die Potenziale für nachhaltigen Konsum zu heben. Diese Leitidee ist vor allem dann von Bedeutung, wenn sozioökonomische Trends oder umweltpolitische Maßnahmen in einzelnen Konsumfeldern besondere Verteilungswirkungen zeigen. Dies kann z. B. bei der Befriedigung von Energie- oder Mobilitätsbedürfnissen oder bei Strategien, die spezifische gesellschaftliche Gruppen adressieren, der Fall sein.

2.2.4 Lebenszyklus-Perspektive auf Produkte und Dienstleistungen anwenden

Eine Politik für nachhaltigen Konsum nimmt den gesamten Lebenszyklus von Produkten und damit einhergehende Dienstleistungen in den Blick. Sie hebt die Umweltentlastungspotenziale und berücksichtigt ökologische, soziale und ökonomische Belange von der Rohstoffgewinnung über die Herstellung, den Handel, den Ge- und Verbrauch, bis hin zur Entsorgung und dem Recycling. Die Lebenszyklusorientierung findet ihren Niederschlag etwa bei Ansätzen zur Internalisierung externer Effekte, der Entwicklung von Kriterien für Umweltzeichen oder bei der Förderung eines recyclingfähigen Produktdesigns und bietet auch eine Grundlage zur

Durchsetzung des Wirtschaftlichkeitsprinzips bei der (öffentlichen) Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen. Lebenszyklusdenken soll außerdem verhindern, dass z. B. Umweltbelastungen in einer Phase des Lebenszyklus lediglich zu Belastungen in gleichem oder höherem Maße in anderen Phasen führen („Rebound-Effekte“).

2.2.5 Vom Produktfokus zur Systemsicht und vom Verbraucher zum Nutzer

Aus systemischer Perspektive sind Wechselwirkungen zwischen Angebots- und Nachfrageseite zentral. Unternehmen gestalten als Marktakteure aktiv Produktions- und Konsummuster und wirken als Akteure auf gesellschaftliche und politische Prozesse. Die Rolle der Bürgerinnen und Bürger ist ebenfalls vielseitig: Als Nutzerinnen und Nachfragende von Produkten und Dienstleistungen nehmen sie Einfluss, finanzieren Projekte (z. B. durch Crowdfunding) und engagieren sich bürgerschaftlich, sind aber in wachsendem Maße auch Erzeuger (z. B. von erneuerbaren Energien). Dabei vermischen sich die Sphären des Produzierens und Konsumierens, sodass kooperative Innovationsprozesse zwischen Unternehmen und Konsumentinnen und Konsumenten entstehen.

Immer häufiger sind Konsumentinnen und Konsumenten nicht mehr an einzelnen Produkten und deren Besitz interessiert, sondern an dem Nutzen, den die Produkte stiften. Sie wollen mobil sein und effizient von A nach B kommen, der Besitz eines eigenen Autos ist dafür keine zwingende Voraussetzung. Diese Systemperspektive auf Konsum ermöglicht neue Spielräume für Innovationen jenseits einzelner Produkte und Techniken und für nachhaltige Optimierungen ganzer Konsumsysteme. Das Verständnis von Konsum als *System*, d.h. die Betrachtung des individuellen Konsumhandelns als Teil eines komplexen sozio-technischen Gebildes aus angebots- und nachfragegetriebenen Komponenten, legt in vielen Handlungsfeldern neue Möglichkeiten für Bedürfnisbefriedigung, Ressourcenschonung und soziale Teilhabe frei. Die Potenziale von (Car-)Sharing, z. T. Leasing oder Contracting statt Kauf von Produkten und die damit verbundenen Märkte sind erst in Ansätzen erschlossen.

Vom Ziel der Nachhaltigkeit her gedacht führt der Weg der nachhaltigen Entwicklung beim Konsum weg von den Konsumentinnen und Konsumenten als Verbraucher hin zum Konsumenten als Nutzer. Denn in einer nachhaltigen Welt werden die vorhandenen Ressourcen zur Herstellung von Produkten nur im Maße ihrer Regenerationsfähigkeit bzw. Recycelbarkeit genutzt. „Gebrauchen, aber nicht verbrauchen“ ist hierbei (nach einer Formulierung in der Koalitionsvereinbarung, S. 119) der grundlegende Gedanke.

3 Übergreifende Handlungsansätze einer Politik für nachhaltigen Konsum

3.1 Gesellschaftliche Diskussion

Die übergreifenden Handlungsansätze beinhalten Instrumente, um den nachhaltigen Konsum systematisch in den nachfolgend aufgeführten Konsumbereichen zu stärken und auszubauen. Ziel des kohärenten Zusammenwirkens der dargestellten übergreifenden und spezifischen Handlungsansätze ist es auch, Nachdenken und Diskussionen über Lebensstile und deren Veränderungsmöglichkeiten in Richtung Nachhaltigkeit anzuregen. Hierfür soll das Programm eine Plattform bieten. Die Diskussion kann auf bereits von der Bundesregierung initiierten Dialogprozessen zum nachhaltigen Konsum aufbauen und diese im Hinblick auf zukünftige Handlungsstrategien weiterentwickeln. Zum Beispiel wurden im Dialog zwischen Forschern und Vertretern der Zivilgesellschaft Grundsätze entwickelt, wie nachhaltiger Konsum im Zusammenspiel zwischen Konsumenten und Politik weiterentwickelt werden kann (sogenannte Konsumbotschaften).

Das Programm soll eine Diskussion über Lebensstile anregen und gleichzeitig nachhaltigere Handlungsalternativen herausstellen. Ziel ist dabei auch eine Statusaufwertung nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen bis hin zu deren Selbstverständlichkeit.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Initiierung eines Forums „Nachhaltiger Konsum durch bürgerschaftliches Engagement – Vielfalt gelebter Nachhaltigkeit in Deutschland stärken“
- Initiierung eines Bundeskulturprogramms „Konsumwelten im Wandel“
- Stärkung der Zusammenarbeit mit gesellschaftlichen Organisationen zur Entwicklung gesellschaftspolitischer Leitbilder, wie „Leben in einer zukunftsfähigen Gesellschaft“ und Aufbau von zielgruppenspezifischen Aktionsplattformen (z. B. Jugend, Familien, einkommensschwache Haushalte, Migrantinnen und Migranten) zur breitenwirksamen Umsetzung (Vision 2050)
- Verstärkte Kooperation mit gesellschaftlichen Gruppen wie den Medien und dem Handel (z. B. in Form der Gestaltung von Themenwochen im öffentlich-rechtlichen Fernsehen zu nachhaltigen Lebensstilen)
- Verstärkte Verbraucheraktivierung durch Bürgerdialoge in den Regionen

3.2 Bildung

Das Wissen über ökologische, ökonomische und soziale Wirkungen des Verbraucherverhaltens stellt eine zentrale Grundlage für einen nachhaltigen Konsum dar. Derartiges Wissen ist sowohl möglichst früh als auch immer wieder neu zu vermitteln. Doch es geht nicht nur um die Vermittlung von Wissen, denn Wissen allein reicht meist nicht aus, um eine nachhaltige Entwicklung voran zu treiben. Angebote zur Kompetenzentwicklung für einen nachhaltigen Konsum sind Bestandteil einer Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) und reflektieren damit einen kontinuierlichen gesellschaftlichen Auftrag, der sich u. a. aus den Nachhaltigkeitszielen der 2030 Agenda, den internationalen Beschlüssen zur UN-Dekade Bildung für nachhaltige Entwicklung und dem sich anschließenden Weltaktionsprogramm ableitet. So wird im Unterziel 4.7 der Nachhaltigkeitsziele Erziehung für „sustainable lifestyles“ als Instrument zur Umsetzung der 2030 Agenda aufgeführt.

Das Konzept der Bildung für nachhaltige Entwicklung ist deshalb darauf ausgelegt, dass Lernende sich jene Fähigkeiten aneignen können, die nötig sind, ihr Wissen über nachhaltige Entwicklung praktisch umzusetzen. Diese Fähigkeiten werden subsumiert als „Gestaltungskompetenz“ und umfassen z. B.:

- vorausschauendes Denken,
- interdisziplinäres Wissen,
- autonomes Handeln und
- aktive Teilnahme an gesellschaftlichen Entscheidungsprozessen.

Mögliche Maßnahmen zielen demnach in erster Linie darauf, diese Gestaltungskompetenz zu erreichen. Sie sind also breit zu verankern, von der frühkindlichen über die allgemeine Schul- und weiterführende Bildung

Grundlagen bilden sowohl die Anregung zum Nachdenken über die eigenen Bedürfnisse als auch über Konsumalternativen, die Nachhaltigkeitsqualität von Gütern sowie die öko-sozialen Wirkungen von Nutzung und Entsorgung. Die Verbraucherbildung baut damit Brücken zu anderen Handlungsansätzen wie ökologisches Design oder Verbraucherinformation.

Bildungseinrichtungen sind als öffentliche Einrichtungen auch Orte des Alltaghandelns. Als solche sind sie aufgefordert, ihre eigenen Praktiken, Abläufe und Routinen so umzugestalten, dass sie beispielsweise sorgsam mit natürlichen Ressourcen umgehen und den Konsum in der Einrichtung selbst zum Gegenstand von Lernprozessen machen. Das von den Vereinten Nationen verabschiedete Weltaktionsprogramm (WAP) zur BNE (2015 - 2019) bietet hier mit einem der fünf Handlungsfelder, dem „whole institution approach“ konkrete Ansatzpunkte. Hierin bietet sich die Chance, schulisches und außerschulisches Lernen zum alltagsnahen Thema Konsum stärker miteinander zu verbinden.

Die im Rahmen des WAP eingerichtete nationale Plattform, der neben Vertretern der Bundesregierung und der Kultusministerkonferenz sowie der Umweltministerkonferenz auch Entscheider aus Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Wissenschaft angehören, hat den Auftrag, einen Nationalen Aktionsplan zur WAP-Umsetzung in Deutschland zu verabschieden. In weiteren Gremien der Nationalen Plattform, den Fachforen und vor allem in Partnernetzwerken wird der Zugang zur BNE über nachhaltigen Konsum eine wichtige Rolle spielen.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Einrichtung einer nationalen Plattform zur Bildung für nachhaltige Entwicklung, die die Umsetzung des Weltaktionsprogramms zu BNE koordiniert. Das Thema nachhaltiger Konsum wird ein in der Plattform zu behandelndes Thema sein.
- Weiterentwicklung der Kooperation mit staatlichen und nicht-staatlichen Akteuren der UN-Dekade BNE als Beitrag für die nationale Weiterentwicklung und Umsetzung des Weltaktionsprogramms BNE.
- Die Umsetzung und Erweiterung des von der Kultusministerkonferenz verabschiedeten „Orientierungsrahmen für den Lernbereich Globale Entwicklung im Rahmen der BNE“ in Zusammenarbeit zwischen Bund und Ländern. Durch den Orientierungsrahmen sollen Bildungsansätze für nachhaltige Konsum- und Lebensweisen strukturell in der schulischen Bildung verankert werden. Der Orientierungsrahmen schafft dabei curriculare Grundlagen für die Lehrpläne der Länder, Schulcurricula, Lehrerbildung und die Schulentwicklung.
- Verstärkte anschauliche Information über Ursache-/Wirkungszusammenhänge von

Konsumverhalten – auch in globaler Dimension – anhand von Kennzahlen und Zielgrößen (z. B. CO₂-Emissionen und Wasserverbrauch für die Produktion eines Baumwollhemds oder von einem Liter Milch etc.)

- Ausweitung des Angebots zu Fort- und Weiterbildung von Lehrkräften und Multiplikatoren in allen Bildungsbereichen zu relevanten Konsumthemen
- Aufnahme von Lerninhalten in Regelungen der beruflichen Aus- und Weiterbildung, insbesondere zum effizienten Umgang mit Energie und Materialien und zur Abfallvermeidung
- Förderung von Projekten, die über eine reine Abgrenzung von nicht nachhaltigem Konsum hinaus neue Zugänge zu einem nachhaltigen Konsum ermöglichen
- Sicherstellen der Finanzierung von bestehenden Angeboten, wie z. B. des Schulportals für Verbraucherbildung „Materialkompass“ des vzbv, das Unterrichtsmaterialien zu nachhaltigem Konsum bewertet (<http://www.verbraucherbildung.de/>)
- Stärkung des Programms „Berufsbildung für nachhaltige Entwicklung“ im Europäischen Sozialfonds, das die Nachhaltigkeitspotenziale von Produktionsprozessen und Berufen in den Fokus stellt und damit zur nachhaltigen Konsumbildung beiträgt
- Förderung von Pilotprojekten unter dem Titel „Bildungsräume als Realexperimente für eine nachhaltige Konsumpraxis in Deutschland“
- Vernetzung von Bildung und Forschung für nachhaltige Entwicklung, insbesondere im Bereich der Hochschulen (u. a. Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses), der lokalen Netzwerke (u. a. Stadtforschung und lokale Bildungsnetzwerke) und der beruflichen Weiterbildung wie sie u.a. auch schon im neuen Rahmenprogramm Forschung für nachhaltige Entwicklung (FONA³) angelegt ist

3.3 Verbraucherinformation

Die Erweiterung des Wissens über nachhaltigen Konsum sowie die Ausweitung verbrauchernaher Handlungskompetenz sollen sich an den alltäglichen Konsumsituationen orientieren, wobei die Bedürfnisse unterschiedlicher gesellschaftlicher Gruppen berücksichtigt werden müssen. Der Praxisbezug der Informationen soll dazu beitragen, dass für die Bürgerinnen und Bürger nachvollziehbarer wird, was nachhaltigen Konsum ausmacht, z. B. über den verstärkten Einsatz von CO₂- und Ressourcenrechnern: Nachhaltiger Konsum soll dadurch auch erlebbarer werden. Dies soll u. a. durch Metainformationssysteme zum nachhaltigen Konsum, wie etwa dem Verbraucherportal des Umweltbundesamtes, sowie durch die Etablierung einer kritischen Marktbeobachtung und -überwachung von umweltbezogenen Werbeaussagen erreicht werden. Das Programm soll auch dazu beitragen, die Diskussion über einen Konsumwandel zu fördern.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Ausbau von Informationsangeboten wie dem UBA-Verbraucherportal „Umweltbewusst leben“
- Steigerung des Praxisbezugs von Informationen zum nachhaltigen Konsum, z. B. durch verstärkte Kommunikation und Werbung für den Gebrauch von personalisierten Informationsinstrumenten, wie CO₂- und Ressourcenrechnern
- Erarbeitung des ressortübergreifenden Förderkonzeptes „Mehr Lebensqualität durch nachhaltigen Konsum – Gestaltungskompetenzen für ein gutes, nachhaltiges Leben in Deutschland“

- Zielgruppenspezifische Aktivitäten zum Thema „Nachhaltiger Konsum und biologische Vielfalt“ im Rahmen der UN-Dekade „Biologische Vielfalt 2011 – 2020“
- Durchführung von Ausstellungen und Veranstaltungen über verschiedene Bereiche des nachhaltigen Konsums in Kooperation mit der Deutschen Bundesstiftung Umwelt

3.4 Umwelt- und Sozialzeichen

Um informierte Konsumententscheidungen zu ermöglichen und bei Herstellern Anreize für die Entwicklung nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen zu schaffen, wird der Bereich Umwelt- und Sozialzeichen weiter gestärkt. Hierbei spielen insbesondere glaubwürdige Umweltzeichen wie der „Blaue Engel“ und die EU-Energieverbrauchskennzeichnung mit ihrer Orientierungsfunktion für nachhaltigen Konsum eine bedeutende Rolle. Dabei ist zu beachten, dass die Kommunikation zielgruppenorientiert ausgerichtet und neuen Vertriebsformen wie dem elektronischen Handel angepasst wird.

Umfragen zufolge würde ein Großteil der Verbraucherinnen und Verbraucher gern mehr umweltfreundliche, nachhaltige Produkte kaufen. Ein deutlich geringerer Anteil setzt diese Überzeugung jedoch auch in konkrete Kaufentscheidungen um. Die Gründe hierfür sind vielfältig (s. o.).

Ziel der Bundesregierung ist es, dass sich glaubwürdige und ambitionierte „Vertrauenslabel“ wie die verpflichtende EU-Energieverbrauchskennzeichnung, das freiwillige Umweltzeichen „Blauer Engel“, die Pkw-Energieverbrauchskennzeichnung und die unabhängig überprüften Zertifikate für Holz und Holzprodukte aus legaler und nachhaltiger Waldbewirtschaftung wie FSC und PEFC besser von weniger seriösen und vertrauenswürdigen Zeichen unterscheiden lassen. Darüber hinaus sollen die glaubwürdigen Produktkennzeichen weiterentwickelt in ihrer Bekanntheit gestärkt und auf weitere Produktgruppen ausgeweitet werden. Kriterien nationaler Zeichensysteme sind möglichst mit den Kriterien internationaler Zeichensysteme für bestimmte Produktgruppen in Einklang zu bringen. Die Vorteile gesetzlicher Standards wie z. B. nachhaltiger Waldwirtschaft in Deutschland im internationalen Vergleich sind herauszustellen. Auch sollen die Konsumenten und Konsumentinnen besser in die Lage versetzt werden, die Umwelt- und Sozialauswirkungen eines Produktes leichter zu erfassen, hierzu sollte auch das Konzept „zweites Preisschild“, untersucht werden (siehe 3.7)

Konkrete Maßnahmen sind:

- Stärkung und Ausweitung des Projektes „Siegelklarheit“ auf weitere Zeichen- und Standardsysteme, Sektoren und die Zielgruppe der öffentlichen Beschaffung über existierende Portale, wie z.B. den „Kompass Nachhaltigkeit“
- Ausweitung von glaubwürdigen Labels wie dem Blauen Engel u. a. auf weitere Produktgruppen insbesondere des täglichen Bedarfs
- Weiterentwicklung des Blauen Engels durch Hinzunahme von Kriterien, die eine noch stärkere ganzheitliche Beurteilung des gesamten Herstellungsprozesses eines Produkts ermöglichen
- Unterstützung von Vertrauenslabeln durch Öffentlichkeitsarbeit und Kampagnen
- Entwicklung von Kriterien und Indikatoren für die Auswirkungen von Produkten auf die biologische Vielfalt und deren verstärkte Berücksichtigung im Umweltzeichen „Blauer Engel“
- Entwicklung von Kriterien und Indikatoren für Sozialstandards bzw. die Auswirkungen von Produkten auf die soziale Situation z. B. in den Produktionsländern und deren

verstärkte Berücksichtigung in Vertrauenslabeln

- Stärkung und Ausweitung von Systemen zur Übermittlung von Produktinformationen in der Lieferkette
- Untersuchung des Konzeptes „zweites Preisschild“ welches Sozial- und Umweltauswirkungen eines Produktes abbildet
- Harmonisierung von Kriterien internationaler Zeichensysteme für relevante Produktgruppen
- Ausweitung der Umweltdeklarationen für Bauprodukte auf Basis ökobilanzbasierter Indikatoren
- Weiterentwicklung der Energieverbrauchskennzeichnung im Hinblick auf verbesserte Verbraucherinformation, neue Anwendungsbereiche und Stärkung der Marktüberwachung.
- Entwicklung von Leitlinien für Qualitätsstandards nachhaltigkeitsbezogener Produktinformationen im internationalen Kontext und auch im E-Commerce
- Entwicklung von Rahmenbedingungen für eine verbrauchernahe Nutzung des EMAS-Logos
- Entwicklung von Mess- und Kenngrößen in noch nicht adressierten Bereichen (z. B. für Biodiversität)

3.5 Umweltgerechte Produktgestaltung (Ökodesign)

Eine Beachtung von lebenszyklusbasierten Prinzipien und Praktiken bei der umweltgerechten Produktgestaltung trägt ebenfalls zum nachhaltigen Konsum bei. Ein besseres Design kann Produkte langlebiger machen bzw. ihre Nachrüstung oder Reparierbarkeit vereinfachen. Gleichzeitig bedarf es auch produktspezifischer Verbraucherinformationen, sodass Konsumentinnen und Konsumenten einfach verständliche Informationen über die produktspezifischen Nutzungsmöglichkeiten und deren ökologische Auswirkungen haben. Dies kann durch einen Mix an unterschiedlichen politischen Instrumenten und Anreizsystemen befördert werden.

Ein zentrales und verbindliches Instrument der europäischen Binnenmarktpolitik ist die EU-Ökodesign-Richtlinie, die Marktzugangskriterien für energieverbrauchsrelevante Produkte festlegt. Sie erlaubt neben Energieeffizienzaspekten auch weitere Umweltauswirkungen zu adressieren, sofern diese messbar sind, von den Marktüberwachungsbehörden überprüft werden können sowie Potenzial für Verbesserungen vorhanden ist. Die Bundesregierung setzt sich dafür ein, dass anspruchsvolle Ökodesignanforderungen an die jeweiligen Produktgruppen gestellt werden. Gleichzeitig ist hierbei darauf zu achten, dass die Anforderungen technologieneutral ausgestaltet werden sowie ökologisch sinnvoll und wirtschaftlich vertretbar sind.

Darüber hinaus wird im Rahmen von Forschungsvorhaben geprüft, welchen Beitrag die Forschungs- und Entwicklungspolitik sowie das Produktsicherheits- und Gewährleistungsrecht für die Umsetzung ökologischer Designprinzipien leisten kann.

Ferner bieten auch nicht-regulative Anstrengungen wie z. B. der Bundespreis Ecodesign oder die verstärkte Integration von Ecodesign an Hochschulen zusätzliche Anreize für ein nachhaltigkeitsorientiertes Design von Produkten und Dienstleistungen.

Generell sollen Aspekte wie Lebensdauer, Reparaturfreundlichkeit und Rezyklierbarkeit im Design von Produkten stärker ins Bewusstsein der Verbraucherinnen und Verbraucher und

Produzenten gerückt werden. Verbindliche Regelungen hierzu können nur berücksichtigt werden, sofern dies technisch machbar, wirtschaftlich vertretbar und sinnvoll erscheint. Dabei sind auch mögliche Zielkonflikte sowie die jeweils spezifischen technischen Charakteristika der jeweiligen Produkte zu beachten.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Auf europäischer Ebene wird sich die Bundesregierung mit Nachdruck für dynamische und anspruchsvollere Anforderungen an energieverbrauchsrelevante Produkte im Rahmen der Öko-Design-Richtlinie und Energieverbrauchskennzeichnung, dort wo dies möglich und sinnvoll ist (Verankerung des Top-Runner-Prinzips), einsetzen
- Stärkung der Marktüberwachung zur Überprüfung von Ökodesignanforderungen und Energieverbrauchskennzeichnung
- Prüfung von Forschungsvorhaben mit Bezug zur umweltgerechten Produktgestaltung
- Ausweitung und Unterstützung des Bundespreises Ecodesign
- Stärkere Berücksichtigung von Aspekten wie Lebensdauer, Reparaturfreundlichkeit und Rezyklierbarkeit im Design von Produkten, sofern technisch machbar, wirtschaftlich vertretbar und sinnvoll, z. B. durch freiwillige Vereinbarungen oder Anreizsystemen
- Stärkung von Verbraucherinformationen, wie z. B. nutzerfreundliche Bedienungsanleitungen oder Reparaturinformationen auf nationaler Ebene

3.6 Nachhaltige öffentliche Beschaffung

Die nachhaltige öffentliche Beschaffung stellt aufgrund ihres großen ökonomischen Potenzials einen wichtigen Hebel zur Förderung nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen dar. Außerdem wird die öffentliche Hand mit einem entsprechend ausgerichteten Beschaffungswesen auch ihrer Vorbildfunktion gerecht und trägt zur Glaubwürdigkeit einer Politik für nachhaltigen Konsum bei. Dabei können auch Umwelt- und Sozialstandards in der Produktions- und Lieferkette berücksichtigt werden, sofern ein Bezug zum Auftragsgegenstand gegeben ist. Auch bei der nachhaltigen Beschaffung gilt die Vorbildfunktion der öffentlichen Hand im Rahmen der geltenden gesetzlichen Regelungen, insbesondere der Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit. Entscheidend ist dabei, dass der Hauptzweck der öffentlichen Beschaffung, die wirtschaftliche Bedarfsdeckung der öffentlichen Hand, nicht beeinträchtigt wird. Beispielhaft zu nennen ist hier der Beschaffungserlass der Bundesregierung für Holzprodukte. Dieser Erlass regelt bei der Beschaffung von Holzprodukten die Berücksichtigung des Aspektes, dass das Holz für diese Produkte nachweislich aus legaler und nachhaltiger Waldbewirtschaftung stammen muss.

Ein wichtiges Aufgabenfeld für die weitere Durchsetzung dieses Konzepts ist die Umsetzung der in den drei neuen EU-Vergaberichtlinien enthaltenen umweltbezogenen und sozialbezogenen Regelungen in den Bereichen des nationalen Vergaberechts, der vom Regelungsbereich dieser Richtlinie erfasst ist. u. a. mit dem Ziel, die Beschaffung von Waren und Leistungen mit Hilfe von Gütezeichen (d. h. Umwelt- und Sozialsiegel wie z. B. Blauer Engel, Europäisches Umweltzeichen und Fairtrade) zu vereinfachen.

Konkrete Maßnahmen sind:

- 1:1-Umsetzung der drei neuen EU-Vergaberichtlinien und der darin enthaltenen Möglichkeiten zur nachhaltigen Beschaffung in nationales Vergaberecht, sofern es vom Regelungsbereich dieser Richtlinie erfasst ist

- Zeitnahe Aktualisierung von entsprechenden Arbeitshilfen für die nachhaltige Beschaffung nach Abschluss der nationalen Vergaberechtsreform und deren Bekanntmachung (z. B. auf der Beschaffer-Website des UBA www.beschaffung-info.de und anderen vergleichbaren Online-Portalen wie z. B. dem „Kompass Nachhaltigkeit“)
- Erstellung von neuen Arbeitshilfen für eine sozialgerechte/ -verträgliche öffentliche Beschaffung

Mit Blick auf eine nachhaltige Beschaffung sollte eine noch bessere Sensibilisierung der Mitarbeiter der öffentlichen Verwaltung (Bedarfsträger, Mitarbeiter in Vergabestellen, politische Entscheider) angestrebt werden. Dies könnte erreicht werden, indem fundierte, praxisorientierte Kenntnisse zur nachhaltigen öffentlichen Beschaffung – unter Beachtung des Wirtschaftlichkeitsgrundsatzes – noch besser in die Berufsbildung (z. B. Aus- und Weiterbildungen an Fachhochschulen/ Hochschulen für öffentliche Verwaltung sowie anderen relevanten Bildungs- und Weiterbildungseinrichtungen für öffentliche Einkäuferinnen und Einkäufer) integriert werden.

Die Kompetenzstelle für nachhaltige Beschaffung (KNB) beim Beschaffungamt des Bundesministeriums des Innern hat beispielsweise als good-practice Beispiel die Aufnahme des Themas „Nachhaltige Beschaffung“ in den Lehrplan der Hochschule des Bundes erreicht und dort bereits Vorlesungen dazu gehalten.

Auch eine Stärkung der KNB als zentrale Beratungs- und Informationsstelle für das Thema „Nachhaltige Beschaffung“ gehört hierzu. Zudem sollte die Expertise von anderen relevanten Institutionen wie dem UBA und der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) genutzt werden.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Verstärkte praxisnahe Information der Beschaffungsstellen durch Schulungen, Informationsveranstaltungen u. a. durch die Kompetenzstelle für nachhaltige Beschaffung, Netzwerk für faire Beschaffung der Servicestelle der Kommunen in der Einen Welt (SKEW) und andere Institutionen
- Verstärkte Erarbeitung von Arbeitshilfen durch KNB, UBA, SKEW und andere Institutionen.
- Ausweitung des Angebots von Schulungsunterlagen und Informationsschriften auf den Beschaffer-Websites von KNB, UBA, SKEW etc.
- Erweiterung des Kompass Nachhaltigkeit um einen Kommunalen Kompass als Service für Beschaffungsverantwortliche in Kommunen

Die Bundesregierung ist sich der Vorbildfunktion der öffentlichen Verwaltung bewusst. Die Ziele ihres Maßnahmenprogramms Nachhaltigkeit, das sie für ihre Verwaltungen im Rahmen der deutschen Nachhaltigkeitsstrategie geschaffen hat und das auch konkrete Maßnahmen zum öffentlichen Auftragswesen beinhaltet, können auch von den Ländern und Kommunen aufgegriffen werden. Die Zusammenarbeit von Bund, Ländern und Kommunen in der Allianz für nachhaltige Beschaffung einschließlich der Unterarbeitsgruppe Sozialstandards wird fortgesetzt. Darüber hinaus sollte auch die Rolle des öffentlichen Auftragswesens als Innovationsmotor, z. B. in Kooperation mit dem „Kompetenzzentrum Innovative Beschaffung“ (KOINNO) des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie, gestärkt werden.

Es ist insgesamt beabsichtigt, das Informations- und Beratungsangebot des Bundes weiterzuentwickeln und zu bündeln.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Konsequente Umsetzung des vom Staatssekretärsausschusses für nachhaltige Entwicklung verabschiedete Maßnahmenprogramm Nachhaltigkeit vom 30.03.2015
- Expertengruppenarbeit zu konkreten Themen der nachhaltigen öffentlichen Beschaffung im Rahmen der Allianz für nachhaltige Beschaffung unter Einbeziehung der Länder und der kommunalen Spitzenverbände fortsetzen und neue Themen wie beispielsweise biologische Vielfalt in der Expertengruppenarbeit aufgreifen
- Einzelmaßnahmen prüfen, die sichern, dass sich das Beschaffungs- und Bauwesen des Bundes spätestens bis zum Jahr 2020 auch an biodiversitätserhaltenden Standards orientiert, sofern dies mit dem Wirtschaftlichkeitsgrundsatz vereinbar ist.

3.7 Forschung für nachhaltigen Konsum

Die Forschung für nachhaltigen Konsum hat in den letzten Jahren erheblich an Bedeutung gewonnen. Für alle in diesem Programm aufgeführten Bedürfnisfelder (d. h. Mobilität, Ernährung, Wohnen und Haushalt, Arbeit und Büro, Bekleidung, Freizeit und Tourismus) ist die Forschung gefordert in spezifischen Projekten Lösungsansätze für nachhaltigen Konsum zu entwickeln. In den vergangenen Jahren hat die Forschung bereits erfolgreiche Vorschläge vorgelegt, z. B. zur Verringerung von Energiekonsum in Haushalten und öffentlichen Gebäuden.

Um nachhaltigen Konsum zu erreichen, spielen technologische Lösungen etwa zu Ressourcen- und Energieeffizienz eine Rolle, genauso wie Suffizienzstrategien und nachhaltige Lebensstile auf der individuellen Handlungsebene der Verbraucherinnen und Verbraucher. Das FONA³-Programm des BMBF (Forschung für nachhaltige Entwicklung) widmet sich aktuell dem Thema nachhaltiger Konsum u. a. in den zwei Fördermaßnahmen „Nachhaltiges Wirtschaften“ (2014 bis 2018) und „Umwelt- und gesellschaftsverträgliche Transformation des Energiesystems“ (2013 bis 2017) und baut auf dem Forschungsschwerpunkt „Nachhaltiger Konsum – Vom Wissen zum Handeln“ (2008 bis 2013) auf. Neben den Ingenieurs- und Naturwissenschaften sind hier auch die Geistes- und Sozialwissenschaften gefragt, um Antworten zu Werten und Überzeugungen, zu individuellen und kollektiven Veränderungs- und Beteiligungsprozessen oder ökonomischen Herausforderungen zu liefern. In diesem Zusammenhang nimmt die Sozial-ökologische Forschung (SÖF) des BMBF mit ihrem problembezogenen sowie inter- und transdisziplinären Forschungszugang eine Schlüsselrolle ein.

Auch zahlreiche Arbeiten des Umweltbundesamts haben sich diesem Bereich gewidmet. Weitere Arbeiten sind zwingend erforderlich. So sind insbesondere die Erarbeitung von Indikatoren und Benchmarks zu den Wirkungen des Konsums erforderlich. Ziel ist es, den Konsumentinnen und Konsumenten die Auswirkungen ihres Handelns auf Umwelt und soziale Situation – auch in globaler Perspektive – anschaulich zeigen zu können und Handlungsalternativen zu präsentieren. Auch ist ein besseres Verständnis des Verbraucher-/ Nutzerverhaltens notwendig, um gezielt Instrumente entwickeln zu können und neue Formen nachhaltigen Konsums untersuchen zu können. Aus einer systemischen Perspektive ist die Analyse des Konsumhandelns mit Blick auf Prozesse der Nutzung, Weitergabe und Entsorgung von Konsumgütern, auf entsprechende Alltagsroutinen, auf soziale Bedeutungen von Konsumhandeln, auf veränderungsanregende Interventionen und auf die Wirkungen politischer Steuerungsinstrumente notwendig. Dies bedeutet, die Forschung nicht auf die Analyse des Kaufprozesses von bestimmten Produkten und/ oder das Bewusstsein von Konsumentinnen und Konsumenten zu beschränken.

In diesem Kontext ist es wichtig, neuste Forschungserkenntnisse zu Verbraucherverhalten nicht nur bei der Entwicklung politischer Maßnahmen zu berücksichtigen (etwa hinsichtlich der Frage, welcher Umfang an Information von verschiedenen Konsumentengruppen als hilfreich empfunden wird), sondern auch systematisch zu erproben und zu evaluieren. Außerdem soll die Produktionsseite durch innovative Forschung (z. B. Integration von Konsumentinnen und Konsumenten in Innovationsprozesse, Entwicklung von neuen Geschäftsmodellen, Ausgestaltung politischer Rahmenbedingungen) animiert werden, Produkte und Dienstleistungen für einen nachhaltigen Konsum zur Verfügung zu stellen.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Forschungsergebnisse zum nachhaltigen Konsum schneller in die Anwendung bringen und neue Forschung auf Relevanz für die umsetzenden Politikbereiche ausrichten, wie es bereits Ziel des im Rahmen der Hightech-Strategie der Bundesregierung eingerichteten Fachforums nachhaltiges Wirtschaften ist, das bei der Forschung zum nachhaltigen Konsum einen Schwerpunkt setzt
- Schaffung der Grundlagen für eine auf Indikatoren und Benchmarks basierende Verbraucherinformation über die Auswirkungen des Konsums, auch in globaler Dimension
- Forschung zu möglichen Methoden für die Entwicklung eines „zweiten Preisschildes“, welches die Sozial- und Umweltauswirkungen eines Produktes gegebenenfalls monetär widerspiegelt
- Nachhaltigkeitsbewertung globaler Wertschöpfungs- und Lieferketten
- Ausbau der Forschung in Geistes- und Sozialwissenschaften zu verhaltensorientierten Lösungsansätzen und Ausbau der Nutzung verhaltenswissenschaftlicher Erkenntnisse für Politikmaßnahmen zur Stärkung der Kompetenz von Konsumentinnen und Konsumenten
- Forschung zum Einfluss von Lebenskontexten auf Konsumhandlungen (Individuum als Teil z. B. des Familienkontextes mit den entsprechenden Ermöglichungs- und Hemmnisstrukturen, die z. B. durch Sozialnormen, Wohnumfeld etc. bedingt sind)
- Verbraucherforschung: Untersuchung der Frage, welche Bedürfnisse Konsumentinnen und Konsumenten haben und wie diese Bedürfnisse entstehen
- Forschung zu alternativen Produkten und Dienstleistungen nach den Bedürfnissen der Konsumentinnen und Konsumenten für einen nachhaltigen Konsum
- Forschung zur Bedeutung des Rebound-Effektes für nachhaltigen Konsum und nachhaltiges Wirtschaften, d. h. Analyse der tatsächlichen Wirkung von Effizienzinnovationen
- Forschung zur Bedeutung des nachhaltigen Konsums bei Plastikkreisläufen, insbesondere unter Berücksichtigung der Problematik bei dem Thema „Mikroplastik“
- Forschung zur Rolle des nachhaltigen Konsums als Treiber von Innovationen und auch sozialen Innovationen
- Förderung der Verbreitung und Diffusion von Forschungsergebnissen zum nachhaltigen Konsum (z. B. zu Suffizienzstrategien) in der Gesellschaft und in der Wirtschaft und Ableitung von Politikempfehlungen aus den Forschungsergebnissen sowie – soweit möglich – systematisches Testen der Erkenntnisse (z. B. durch randomisiert kontrollierte Feldstudien).

3.8 Soziale Innovationen

Soziale Innovationen für nachhaltigen Konsum umfassen neue Organisationsformen, Dienstleistungen, Angebote und Praktiken, die die Konsumgewohnheiten hin zu mehr Nachhaltigkeit verändern können. Soziale Innovationen können zur Lösung gesellschaftlicher Probleme und Missstände im Bereich nachhaltiger Wirtschafts-, Konsum- und Lebensstile beitragen und setzen eng an alltäglichen Lebenswelten an. Sie können marktgetrieben sein, entfalten aber auch außerhalb herkömmlicher Marktstrukturen ein Potenzial für mehr Nachhaltigkeit. Beispiele sind Energiegenossenschaften, Urban Gardening-Initiativen, Verleih- und Tauschbörsen, Repair-Cafés, Eigenwerkstätten oder Carsharing-Angebote.

Mit der Erprobung neuer nachhaltiger Wirtschafts- und Lebensstile verbreitern sich die Handlungsmöglichkeiten und erleichtern die Vermeidung nichtnachhaltiger Verhaltensweisen. Das Potenzial, das soziale Innovationen für nachhaltigen Konsum bieten, ist systematisch zu erforschen, zu nutzen und besser auszuschöpfen.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Weiterentwicklung der fachlichen Grundlagen zu sozialen Innovationen für nachhaltigen Konsum (z. B. Monitoring, Wirkungsabschätzung der Umweltentlastungspotenziale, sozio-ökonomische Effekte)
- Etablierung eines „Runden Tisches zu Finanzierungsmodellen sozialer Innovationen für nachhaltigen Konsum“ in Kooperation mit Förderinstitutionen, Stiftungen und Crowdfunding-Initiativen
- Einrichtung einer zentralen Anlauf-/ Kompetenzstelle „Soziale Innovationen in Deutschland“ beim Umweltbundesamt als Hilfestellung für Initiativen und Bereitstellung von Best-Practice Beispielen

3.9 Monitoring für nachhaltigen Konsum

Aufschluss über die Verbreitung nachhaltiger Konsumweisen ist durch ein umfassendes Monitoring möglich. Der vom UBA initiierte Markt- und Kaufbereitschaftsindex für nachhaltigen Konsum ist hierbei ein wichtiger Schritt in diese Richtung. In diesem Zusammenhang könnte auch die Weiterentwicklung der turnusmäßig durchgeführten Umweltbewusstseinsstudie und Naturbewusstseinsstudie im Sinne einer u. a. nachhaltigen Konsum adressierenden Sozialberichterstattung einen fundierten Beitrag leisten.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Etablierung eines Kaufbereitschafts- und Marktindex für grüne Produkte/ nachhaltigen Konsum
- Entwicklung eines Leitindikators für nachhaltigen Konsum und entsprechender Messinstrumente und Anerkennungssysteme zum Nachweis des Leitindikators
- Weiterentwicklung der empirischen Untersuchungen zu „Umweltbewusstsein in Deutschland“ im Hinblick auf Konsummuster
- Ausbau der nationalen Sozialberichterstattung auf Aspekte des nachhaltigen Konsums, z. B. im Rahmen des GfK-Verbraucherpanels oder des sozio-ökonomischen Panels

4 Einzelne Bedürfnisfelder und deren Handlungsansätze

4.1 Mobilität

Relevanz des Themas nachhaltige Mobilität für Verbraucherinnen und Verbraucher

Private Haushalte sind zu einem erheblichen Umfang an den Emissionen im Verkehrssektor beteiligt. Von den insgesamt durch privaten Konsum verursachten CO₂-Emissionen macht der Verkehr etwas mehr als ein Viertel aus. Trotz gesetzlicher Anforderungen, z. B. an die spezifischen CO₂-Emissionen von Fahrzeugen, steht zu befürchten, dass die absoluten Treibhausgasemissionen des Personenverkehrs aufgrund zunehmender Wege und Distanzen in der Zukunft nicht entsprechend der übergeordneten Klimaschutzziele sinken. Insbesondere die Zunahme des Flugverkehrs kann einer Senkung der CO₂-Emissionen im Verkehrssektor entgegenstehen. Eine Senkung der CO₂-Emissionen könnte dadurch erreicht werden, dass für umweltfreundlichere Alternativen – wie etwa umweltverträglichere Verkehrsmittel oder – im Bereich des motorisierten Individualverkehrs Hybrid- und mit „sauberem“ Strom betriebene Elektrofahrzeuge, die bis heute geringen Marktanteile, gesteigert werden. Eine integrierte Stadt-, Raum- und Verkehrsplanung kann zudem dazu beitragen, Verkehrsaufwände zu reduzieren.

Die vom Verkehr ausgestoßenen Luftschadstoffe wie Feinstaub und Stickstoffoxide belasten neben den Treibhausgasen sowohl die Umwelt als auch die menschliche Gesundheit. Ein sehr wichtiges Thema ist zudem der Verkehrslärm. Wegen komplexer technischer und administrativer Zusammenhänge, z. B. bei der Entwicklung und Zulassung leiser Komponenten und Fahrzeuge, sowie wegen hoher Investitionserfordernisse sind Fortschritte bei der Reduzierung des Verkehrslärms vor allem mittel- und langfristig erreichbar.

Ferner gehen die für den Erhalt der biologischen Vielfalt wichtigen Natur- und Landschaftsräume zum einen durch die zunehmende Flächeninanspruchnahme für Verkehr und zum anderen durch die Zerschneidungswirkung des Verkehrsnetzes zurück.

Hemmnisse eines nachhaltigen Konsums im Bereich der Mobilität

Die Alltagsmobilität von Verbraucherinnen und Verbrauchern ist überwiegend von Routinen geprägt. Die tägliche Verkehrsmittelwahl wird auch durch soziale Normen wie den eigenen gesellschaftlichen Status beeinflusst. Solange der Autobesitz – und insbesondere leistungsstarke Fahrzeuge – immer noch häufig als Zeichen von Erfolg und Unabhängigkeit gewertet werden, setzen sich umweltfreundlichere Mobilitätsalternativen auf breiter Basis nur schwer durch. In städtischen Milieus lässt sich jedoch gegenwärtig ein Wandel beobachten. Dort bewegen sich die Menschen zunehmend multimodal fort. Das Schlagwort „smart mobility“ steht für intelligente, nachhaltige Mobilitätslösungen, die durch die Optimierung der Nutzung der vorhandenen Verkehrsmittel mithilfe des Einsatzes von Informations- und Kommunikationstechnologien ermöglicht werden. Insbesondere jüngere Menschen treffen damit zunehmend situative und pragmatische Entscheidungen in Bezug auf das Fortbewegungsmittel der Wahl.

Das Wissen auf Seiten der Verbraucherinnen und Verbraucher etwa über die indirekten Auswirkungen von Konsum aus anderen Bereichen auf das Verkehrsaufkommen (z. B. durch Online-Shopping) ist häufig unzureichend. Zudem beeinflusst die ungleiche Kostenwahrnehmung unterschiedlicher Verkehrsträger (z. B. Flugreise mit Billigfluggesellschaft vs. Bahnfahrt, das bloße Anrechnen der Treibstoffkosten beim Auto) nachhaltige Mobilitätsentscheidungen negativ.

Neben diesen konsumentenbezogenen Barrieren bestehen vor allem in ländlichen Regionen – insbesondere durch die Abnahme jüngerer Altersgruppen – infrastrukturelle Hindernisse für

eine nachhaltige Mobilität. In dünn besiedelten Räumen außerhalb der Städte ist das öffentliche Verkehrsnetz weniger gut ausgebaut und Mobilitätsbedürfnisse bzw. -erfordernisse sowie die Sicherstellung der notwendigen Erreichbarkeit sind ohne Auto kaum realisierbar.

Der notwendige Verkehr sollte mit der effizientesten Technik und den umweltfreundlichsten Energieträgern abgewickelt werden. Die bisher hauptsächlich eingesetzten fossilen Kraftstoffe sind nicht nachhaltig. Wo sinnvoll nutzbar sollte Strom aus Erneuerbaren Energien genutzt werden.

Politik für eine nachhaltige Mobilität

Ziel einer Förderung des nachhaltigen Konsums im Mobilitätsbereich ist es, den Verkehr der Zukunft umweltverträglich, ressourcenschonend, effizient und sicher zu gestalten, wobei individuelle, sich ändernde Mobilitätsbedürfnisse zu berücksichtigen sind. Wir wollen Verkehre nicht verhindern, müssen aber Mobilität in Deutschland so gestalten, dass sie umweltfreundlicher, leiser und nachhaltiger wird. Dies wird vor allem dann gelingen, wenn die Angebote nicht nur hinsichtlich des Preises sondern auch hinsichtlich des Komforts und der Verbrauchfreundlichkeit überzeugen können.

Klimafreundliche Mobilitätsformen begünstigen

Intelligente Raumentwicklung und der Abbau zersiedlungsfördernder Struktur- und Subventionspolitiken können Verkehrsaufwände reduzieren. Erforderliche Wege sollten wo möglich auf umweltverträglichere Verkehrsträger verlagert werden. Um eine nachhaltigere Verkehrsmittelwahl von Verbraucherinnen und Verbrauchern zu begünstigen, sollten sich politische Anstrengungen vor allem auf die Angebotsverbesserung des öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV), die Aufwertung des Fußgänger- und Fahrradverkehrs und die Verknüpfung dieser Verkehrsmittel untereinander, einschließlich des Carsharings, konzentrieren. Dies gilt in besonderem Maße auch für Innenstädte und Stadtteilzentren, deren Stärke in ihrer komplexen Einbindung in die Verkehrsinfrastruktur und in der damit verbundenen guten Erreichbarkeit liegt. Hier leisten die Integration und Optimierung von Bahn-, Bus-, Kfz-, Rad- und Fußverkehr sowie die barrierefreie und qualitätsvolle Gestaltung der Verkehrsräume einen wichtigen Beitrag zu stadtverträglicher Mobilität für Anwohner und Besucher gleichermaßen.

Dies schließt eine verlässliche und auskömmliche Finanzierung entsprechend der Ziele der Bundesregierung ein.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Unterstützung bei der Attraktivitätssteigerung des ÖPNV: Erhöhung der Bedienerfreundlichkeit durch Vereinheitlichung der Tarifsysteme, Verbesserung der Informations- und Buchungssysteme, Gewährleistung der Barrierefreiheit, Erhöhung von Komfort und Sicherheit, Verringerung der Reisezeiten, Verbesserung der Rahmenbedingungen für alternative Antriebskonzepte mit weniger Lärm und weniger Schadstoffausstoß etc.
- Unterstützung der Verbraucherinnen und Verbraucher durch verlässliche Informationen über den Kraftstoffverbrauch und den Schadstoffausstoß von Verkehrsangeboten und Pkws, wie z. B. dem Informationsportale „Pkw-Label“ (www.pkw-label.de). Ähnlich wie das Energieeffizienzlabel bei Haushaltsgeräten informiert das Pkw-Label mit einer Farbskala, wie effizient das Fahrzeug in der jeweiligen Gewichtsklasse ist. Dadurch werden Anreize für den Kauf CO₂-effizienter Neuwagen geschaffen.
- Ausbau des ÖPNV-Netzes und Erhöhung der Betriebsleistung: Verdichtung von Streckennetzen, dichtere Taktung der einzelnen Verkehrsträger, Schaffung und Verbesse-

rung von Möglichkeiten zur Kombination der Verkehrsträger, verlängerte Betriebszeiten etc.

- Unterstützung des Radverkehrs intensivieren (z. B. durch den Nationalen Radverkehrsplans (NRVP) und die Nationale Klimaschutzinitiative, sowie ggf. weiterer Programme)
- Unterstützung des Fußverkehrs intensivieren (z. B. durch Entwicklung einer Fußverkehrsstrategie für Deutschland, Verkehrsberuhigung in Innenstädten etc.)
- Unterstützung der Kommunen bei der Ausweitung und Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen, um flexible Bedienformen des öffentlichen Verkehrs wie Lastentaxis, Anrufsammeltaxis oder Rufbusse, insbesondere im ländlichen Raum bekannt zu machen
- Verbesserung der Rahmenbedingungen für nachhaltige Fahrzeugverleihsysteme, insbesondere Carsharing, Bikesharing einschließlich von Lastenrädern (z. B. durch Integration elektrischer Zweiräder in die Elektromobilitätsförderung, Sondernutzungen für Carsharing im öffentlichen Raum, Kooperationen zwischen Carsharing-Anbietern und ÖPNV etc.)
- Förderung von investiven Maßnahmen in Stadt- und Ortsteilzentren zur Gestaltung quartiersverträglicher Mobilität (z. B. barrierearme und barrierefreie Verkehrsflächen, Rad- und Fußgängerfreundlichkeit) im Rahmen der Städtebauförderung
- Fortsetzung und Weiterentwicklung der Förderung nachhaltiger Mobilität im Rahmen der Nationalen Klimaschutzinitiative (NKI): innovative Einzelprojekte sowie Kommunalrichtlinien mit Klimaschutzkonzept/ -management (einschließlich Förderung „ausgewählter Maßnahmen“, z. B. Fuhrparkumstellung auf Elektromobilität), Teilkonzept „Klimafreundliche Mobilität“ sowie investiven Maßnahmen (Radverkehrsinfrastruktur und verkehrsmittelübergreifende Mobilitätsstationen)
- Informationen und Bewertung über die mit der Distanz zunehmenden Umweltwirkungen von Verkehr im lokalen, aber auch im globalen Bereich

Förderung von Telearbeit und mobilem Arbeiten

Das Arbeitsleben ist eng verzahnt mit der Mobilität. Viele Tätigkeiten sind nicht mehr an feste Räume und Zeiten gebunden und können mittels moderner Informations- und Kommunikationstechniken virtuell und dezentral erbracht werden. Heim- bzw. Telearbeit und mobiles Arbeiten sparen Wege und reduzieren den Berufs- und Pendlerverkehr. Seit 2008 ist Verbreitung von Telearbeit leicht rückläufig. Sie ist aber weiterhin ausbaufähig und sollte von der Politik unterstützt werden. Im politischen Fokus sollte daher stehen, Telearbeit als mögliche Arbeitsform den Verbraucherinnen und Verbrauchern sowie den Unternehmen bekannter zu machen und stärker ins Bewusstsein zu rücken. Dabei sollte es das Ziel sein, langfristig die Verbreitung dieser verkehrsentlastenden Arbeitsweisen zu erhöhen.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Kommunikationsmaßnahmen zur Bewusstseinsbildung von Arbeitgebern und Arbeitgeberinnen sowie Verbraucherinnen und Verbrauchern über Möglichkeiten der Heimarbeit oder des mobilen Arbeitens
- Zunahme der Vereinbarungen zur Einführung der Telearbeit und mobilem Arbeiten in öffentlichen Einrichtungen und Unterstützung dieser neuen flexiblen Arbeitsformen.
- Unterstützung von Unternehmen und Organisationen bei der Entwicklung von Konzepten zur flexiblen Arbeitszeit- und Arbeitsortgestaltung im Rahmen ihrer mitarbeiterorientierten Personalpolitik

- Forschung zur Reduktion von Umweltbelastungen durch Telearbeit

Vernetzte Mobilitätsweisen fördern

Der Großteil der Wege im Personenverkehr wird mit dem Pkw zurückgelegt. Steigende Mobilitätskosten und veränderte Nutzeranforderungen machen neue Organisationsformen von Mobilität notwendig und erfordern einen Perspektivwechsel – weg von einzelnen Verkehrsträgern hin zu einem umfassenden, intermodalen Mobilitätssystem. Möglich wird die „vernetzte Mobilität“ durch Mobilitätsketten, die verschiedene Verkehrsmittel integrieren und miteinander verknüpfen sowie durch den Einsatz moderner Informations- und Kommunikationstechniken. Eine Kombination verschiedener Verkehrsmittel kann dabei nicht nur umweltfreundlicher, sondern sogar wesentlich preisgünstiger und komfortabler sein und Reisezeiten verkürzen. Eine zentrale Aufgabe der Politik besteht daher darin, die Barrieren zwischen den unterschiedlichen Mobilitätsanbietern abzubauen und Kooperationen zu initiieren.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Unterstützung der Kombination von ÖPNV mit Car- und Bike-Sharing-Angeboten sowie Mitfahrangeboten (ride-sharing)
- Verbesserung der Rahmenbedingungen für den Einsatz verkehrsträgerübergreifender Datenplattformen auf Open-Data-Basis: Information über Mobilitätsangebote, Staus, Verspätungen und Fahrplandaten; Vernetzung von Verkehrsinformationen und Ticketssystemen, welche über innovative digitale Mobilitätsdienste zur Verfügung gestellt werden
- Schaffung neuer Übergänge und Schnittstellen aller Verkehrsträger, weitere Förderung und Einrichtung von Mobilitätsstationen als Schnittstellen des Umweltverbundes
- Stärkung des kommunalen und betrieblichen Mobilitätsmanagements
- Verkehrserziehung zu intermodalen Mobilitätsweisen

Kurze Wege im Alltag ermöglichen

Um Verkehr zu vermeiden, müssen Maßnahmen auch an den Ursachen der Verkehrsentstehung ansetzen. Suburbanisierung und die räumliche Trennung wichtiger Funktionen wie Arbeiten, Einkaufen und Freizeit/ Naherholung sowie deren Verlagerung an die Stadtrandgebiete führen zu einer entfernungsintensiven und teils monofunktionalen Raumstruktur und dadurch auch zu erhöhten Verkehrsaufwänden. Hingegen bietet eine kompakte und nutzungsgemischte Struktur bessere Voraussetzungen für kurze Arbeits-, Versorgungs- und Freizeitwege.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Stärkere Berücksichtigung des Ziels der Verkehrsreduzierung bei Vorgaben zur Raum- und Landesplanung und zur Stadtentwicklung
- Anlage von naturnahen Grünbereichen und Freiflächen zum Verweilen und Spielen, Einrichtung autofreier oder verkehrsberuhigter Bereiche bzw. Quartiere
- Sicherung wohnortnaher Einrichtungen wie Kindergärten, Schulen, Einkaufsmöglichkeiten, Hort- und Freizeitstätten durch entsprechende planerische und finanzielle Unterstützung
- Standortberatung für (künftige) Bewohner zu Angeboten des ÖPNV etc., Informationen und Beratung zu den langfristigen (Mobilitäts-)Kosten

4.2 Ernährung

Relevanz des Bereichs Ernährung für einen nachhaltigen Konsum

Die primären Nachhaltigkeitsziele im Hinblick auf den Bereich Ernährung sind es, angesichts des erwarteten Wachstums der Weltbevölkerung bis zum Jahr 2050 von heute etwa 7,4 Milliarden auf voraussichtlich 10 Milliarden Menschen, den Hunger zu beenden, Ernährungssicherheit und eine bessere Ernährung zu erreichen und eine nachhaltige Landwirtschaft zu fördern. Dabei ist zu berücksichtigen, dass unterschiedliche Ernährungsweisen in Bezug auf Nachhaltigkeitsaspekte unterschiedlich zu bewerten sind. Zudem muss beim Thema Ernährung die Gesundheit als ein wichtiger Faktor berücksichtigt werden. Auch die Ernährungskultur und somit das Verhalten eines jeden Einzelnen hat erheblichen Einfluss auf die Nachhaltigkeit. Der Aspekt Ernährung kann dabei einen wichtigen Beitrag zum nachhaltigen Konsum insgesamt leisten.

Die ökologische, ökonomische und soziale Bilanz des Lebensmittelkonsums wird durch Art, Umfang und den Preis der gekauften Lebensmittel, deren Herstellung und Verarbeitung, den Ressourcen- und Flächenverbrauch im Hinblick auf eine feste Produktionsmenge, den Transport, die Methoden der Aufbewahrung und der Zubereitung sowie durch die Menge von Lebensmittelabfällen bestimmt.

So entstehen rund 13 Prozent der CO₂-Emissionen (pro Person) des Konsums bei Anbau, Verarbeitung und Transporte von Nahrungsmitteln sowie durch Lebensmittelabfälle. Weitere kritische Aspekte sind der Verlust an Biodiversität, die Belastung von Gewässern, Luft und Böden durch die Landwirtschaft. Auf der anderen Seite sorgt ein Teil der Landbewirtschaftung aber auch für den Erhalt von Biodiversität in der Kulturlandschaft sowie für die Speicherung von Klimagasen, insbesondere im Grünland.

Zu berücksichtigen ist weiterhin, dass durch Forschung und Innovationen, beispielsweise im Bereich der ressourceneffizienten Herstellung, Verarbeitung, des Transports, der Aufbewahrung und Zubereitung von Lebensmitteln, erhebliche Beiträge zu einer verbesserten Nachhaltigkeit erreicht werden können. Auch die Wirkung des Handels mit landwirtschaftlichen Erzeugnissen (Futter- und Lebensmittel) sind im Hinblick auf die Fragen des nachhaltigen Konsums mit einzubeziehen. Es besteht daher die Herausforderung, die Ernährungsvielfalt und Versorgungssicherheit und gleichzeitig den Schutz von Biodiversität, Böden und Gewässern zu gewährleisten.

Unterschiedliche Nahrungsmittel verursachen unterschiedlich ökologische, ökonomische und soziale Wirkungen. Als besonders umwelt- und klimaschonend gelten ökologisch erzeugte saisonale Produkte aus der Region. Hinsichtlich Aufbewahrung und Zubereitung werden die Umweltwirkungen auch durch die Effizienz der verwendeten Haushaltsgeräte beeinflusst. Schließlich ist die Menge an Lebensmittelabfällen, die in privaten Haushalten anfällt, erheblich (s. S. 32) und damit der Ressourceneinsatz für die Herstellung von Nahrungsmitteln deutlich höher als für die eigentliche Ernährung erforderlich. Potenziale zur Verminderung von ökologischen Belastungen sind daher in der gesamten Produktions- und Lieferkette einschließlich Verbrauchsphase zu finden.

Gleichzeitig ist das produzierende Ernährungsgewerbe der viertgrößte deutsche Wirtschaftszweig und ein wichtiger Wirtschaftsfaktor, gerade auch in ländlichen Regionen. Zu den wichtigsten Branchen der Ernährungsindustrie zählen die Fleischbranche, die Molkereiwirtschaft, die Hersteller von Süß- und Backwaren sowie die Getränkewirtschaft. Die Nahrungsmittelpreise in Deutschland haben über Jahrzehnte hinweg zur Preisstabilität und damit zur Verbesserung der wirtschaftlichen Lage einkommensschwacher Schichten beigetragen. Ökologisch erzeugte Lebensmittel liegen dabei preislich über dem Durchschnitt konventionell hergestellter

Lebensmittel. Dies liegt daran, dass ökologisch erzeugte Lebensmittel die besonders hohen Bewirtschaftungsanforderungen der EU-Öko-Verordnung erfüllen müssen. Die Preise für diese Lebensmittel spiegeln daher auch diesen höheren Aufwand wider. Gleichzeitig ist dabei zu beachten, dass auch in Deutschland ein erheblicher Teil der Bevölkerung geringe Einkommen hat. Für diese Bevölkerungsgruppe sind die Kosten von Lebensmitteln eine Frage von großer sozialer Bedeutung.

Ernährung ist zudem ein wesentlicher Gesundheitsfaktor. Übergewicht, Herz-Kreislauf-Krankheiten sowie bestimmte Krebserkrankungen lassen sich in hohem Maße mit der Ernährungsweise in Verbindung bringen. So werden rund ein Drittel aller Kosten im Gesundheitswesen durch Krankheiten verursacht, die direkt oder indirekt durch Ernährungsfaktoren begünstigt werden. In Deutschland waren im Jahr 2013 insgesamt 52 Prozent der erwachsenen Bevölkerung (62 Prozent der Männer und 43 Prozent der Frauen) übergewichtig.

Auffällig ist, dass bei vielen Menschen, das Wissen über gesunde Ernährungsweisen vorhanden ist, es aber an der praktischen Umsetzung dieses Wissens im Alltag fehlt. Es sind deshalb Bedingungen zu schaffen, die einen gesunden Lebensstil fördern. Ferner gilt es, sowohl das Wissen zu stärken, als auch Bewusstsein zu vermitteln, dass Gesundheit in der Verantwortlichkeit eines jeden Einzelnen liegt.

Um sich nachhaltig zu ernähren, bedarf es auch eines Verständnisses für die sozialen Abhängigkeiten und Beziehungen, die durch die Produktion und den Kauf von Nahrungsmitteln bestehen.

Der Export von Lebensmitteln oder landwirtschaftlichen Rohstoffen ist für viele Entwicklungsländer der Hauptzugang zu Deviseneinnahmen für die Finanzierung staatlicher Aufgaben wie Schulbildung, Wasserversorgung oder Verkehrsinfrastruktur. Ihre Teilhabe am Welthandel ermöglicht ihnen, Wohlstand zu generieren und ist ein zentraler Baustein einer nachhaltigen Entwicklung in diesen Ländern. Eine nachhaltige Agrarentwicklung ist notwendig, damit in diesen Ländern für die bäuerlichen Betriebe ausreichende Einkommen erzeugt, Armut abgebaut und Löhne gezahlt werden, die ein würdiges Leben erlauben. Auch ist sie die Voraussetzung für die nachhaltige Nutzung der Böden und weiterer Ressourcen durch künftige Generationen. Diese Zusammenhänge und Aspekte müssen für die Konsumentinnen und Konsumenten transparenter gemacht werden, damit diese sie bei der Kaufentscheidung besser mit einbeziehen können.

Hemmnisse für nachhaltigere Konsumweisen im Bereich Ernährung

Die gegenwärtigen Ernährungspraktiken sind durch Gewohnheiten und Alltagsroutinen geprägt. Sie stehen oft unter dem hohen (zeitlichen) Druck einer komplexen Alltagsorganisation, die wiederum das Resultat veränderter Arbeits-, Familien- und Lebensformen ist. Hier stellt sich die Frage, wie unsere Ernährungskultur verändert werden kann, um gesünder, ökologisch und sozial verträglicher zu werden. Haushalte mit geringem Einkommen müssen dabei besonders berücksichtigt werden.

Politik für nachhaltigen Konsum im Bereich Ernährung

Zur nachhaltigen Ernährung gehört auch das Bewusstsein, dass neben den Vernunftaspekten, die sich auf die eigene Gesundheit und die Umwelt beziehen, immer auch der Genuss am Essen steht. Genuss und Nachhaltigkeit sind kein Widerspruch. Im Gegenteil: Nachhaltigkeit kann durch die Beachtung und das Bewusstsein für mehr Gesundheit, ökologisch und sozial verantwortlich zu handeln und ökonomisch fair agiert zu haben, zu mehr Genuss beitragen.

Eine Politik zur Unterstützung des nachhaltigen Konsums im Bereich Ernährung verfolgt daher das Ziel einer gesunden, tierschutzgerechten, umweltschonenden und alltagsadäquaten Er-

nährungsweise, die für alle Konsumentinnen und Konsumenten möglichst einfach umsetzbar und finanziell tragbar ist. Dabei muss die gesamte Produktions- und Nutzungskette berücksichtigt werden.

Nachhaltige Ernährung als gesundheitsförderndes Konzept verankern

Die Bundesregierung setzt mit INFORM – Deutschlands Initiative für gesunde Ernährung und mehr Bewegung, Impulse für eine gesunde Ernährung, die zugleich nachhaltig ist. Dafür hat die Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE) allgemeine Regeln und Qualitätsstandards für die Gemeinschaftsverpflegung entwickelt. Auf dieser Basis soll die Kantinenrichtlinie des Bundes gemäß dem Maßnahmenprogramm Nachhaltigkeit der Bundesregierung weiter in Richtung Nachhaltigkeit entwickelt werden. Die DGE empfiehlt als wesentliche Regel eine ausgewogene Ernährung. Wer weniger einfache Kohlenhydrate, Fett und gesättigte Fettsäuren und stattdessen mehr komplexe Kohlenhydrate, Ballaststoffe und sekundäre Pflanzenstoffe zu sich nimmt, der mindert das Risiko für verschiedene ernährungsmitbedingte Krankheiten. Pflanzliche Lebensmittel weisen in der Regel ein günstiges Verhältnis von essenziellen Nährstoffen zur Nahrungsenergie auf.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Vernetzungsstellen Schul- und Kitaverpflegung zur Qualitätsverbesserung eines ausgewogenen Ernährungsangebots an Schulen und Kitas
- Verbreitung von im Rahmen von INFORM erarbeiteten Informationsmaterialien zur Ernährungsbildung in Kitas und Schulen (z. B. Aid-Ernährungsführerschein zur Vermittlung von Ernährungswissen schon bei Kleinkindern)

Nachhaltige Ernährung als ökologisches Konzept verankern

Für eine nachhaltige Ernährung als ökologisches Konzept ist es wichtig, die gesamte Kette der primären Nahrungsmittelerzeugung bis zu den Verbraucherinnen und Verbrauchern in die Betrachtungen mit einzubeziehen. Wichtige Stellschrauben sind hierbei der Umfang des Einsatzes von Pflanzenschutz- und der bedarfsgerechte Einsatz von Düngemitteln; die Schaffung von ökologischen Vorrangflächen, von Hecken und Pufferzonen, in der Agrarlandschaft; die Diversifizierung von Anbaukulturen; die Vermeidung von Nahrungsmittelverlusten; sowie eine auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Tierproduktion einschließlich der Umstellung auf tierwohlfördernde Haltungsvorfahren in der Nutztierhaltung.

Weitere Beispiele für die Förderung des Nachhaltigkeitsgedanken in der Landwirtschaft sind die Maßnahmen und Projekte des „Bundesprogramm Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft“ (BÖLN) und der „Eiweißpflanzenstrategie“ (EPS). Sie haben unmittelbar oder mittelbar das Ziel, einen Beitrag für die Entwicklung eines nachhaltigen Konsums zu leisten. Das BÖLN soll zu einem nachhaltigen Wachstum beitragen, basierend auf einer ausgewogenen Expansion von Angebot und Nachfrage an ökologisch und anderen nachhaltig erzeugten Lebensmitteln. Die Maßnahmen und Projekte gehen auf den tatsächlich vorliegenden Informationsbedarf der verschiedenen Stufen der Wertschöpfungskette ein: landwirtschaftliche Produktion, Erfassung und Verarbeitung, Handel, Außer-Haus-Verpflegung, Vermarktung und Verbraucherinnen und Verbraucher.

Auch die Wahl der Lebensmittel spielt eine große Rolle. So verursachen pflanzliche Lebensmittel i. d. R. erheblich weniger Umweltbeeinträchtigungen (z. B. Treibhausgase, Bodenbelastung, Wasserverbrauch, Grundwasserbeeinträchtigung) als Lebensmittel tierischer Herkunft. Auch kann die Speisenproduktion energie- und wassersparender gestaltet werden.

Glaubwürdig als nachhaltig zertifizierte Lebensmittel können die Verbraucherinnen und Verbraucher bei einem nachhaltigen Konsum unterstützen.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Förderung von Nachhaltigkeitsinitiativen wie z. B. das „Forum Nachhaltiger Kakao“ (Leuchtturmprojekt 2016 zur nationalen Nachhaltigkeitsstrategie) und das „Forum Nachhaltiges Palmöl“ (FONAP)
- Unterstützung der Tierwohl-Initiative des BMEL
- Weitere Unterstützung von Projekten zur Förderung einer an Nachhaltigkeitsgrundsätzen orientierten Ernährung über die gesamte Wertschöpfungskette
- Im Fachforum „nachhaltiges Wirtschaften“ der Hightech-Strategie wird ein Schwerpunkt auf nachhaltige Ernährung gesetzt mit dem Ziel, eine Forschungsagenda zu entwickeln und daraus prioritäre Forschungsprojekte abzuleiten
- Weiterentwicklung von Forschung und Maßnahmen zur emissionsarmen Tierhaltung
- Unterstützung von Nachhaltigkeits- und Qualitätsinitiativen in Entwicklungsländern, die Lebensmittel oder landwirtschaftliche Rohstoffe exportieren
- Forschungsvorhaben zur Förderung von Ressourceneffizienz im Rahmen des BMEL-Innovationsprogramms

Verringerung von Lebensmittelabfällen

Ein wichtiger Baustein der nachhaltigen Ernährung ist auch die Wertschätzung von Lebensmitteln und die Reduzierung von vermeidbaren Lebensmittelabfällen. Genießbare Lebensmittel werden häufig weggeworfen, sowohl von privaten Haushalten als auch während der Produktion. So fallen in deutschen Haushalten einer Studie der Universität Stuttgart zufolge jährlich 6,7 Millionen Tonnen Lebensmittelabfälle an. Davon gilt fast die Hälfte als vermeidbar. Den größten Teil machen Obst und Gemüse aus, gefolgt von Backwaren und Speiseresten. Insgesamt entspricht die Menge an vermeidbaren Lebensmittelabfällen aus privaten Haushalten in Deutschland einem Geldwert von 19,1 Milliarden Euro pro Jahr beziehungsweise rund 235 Euro pro Kopf und Jahr. Vermeidbare Lebensmittelverluste sind mit dem Prinzip der Nachhaltigkeit nicht vereinbar, da im Produktionsprozess natürliche Ressourcen beansprucht werden, die dadurch für andere Nutzungen nicht zur Verfügung stehen. Die Auswirkungen auf die Umwelt, vom Schadstoffausstoß bis hin zur Inanspruchnahme landwirtschaftlich benutzter Flächen sind groß und mit Kosten für die gesamte Gesellschaft verbunden. Nachhaltigkeit verlangt danach, Lebensmittelabfälle so weit wie möglich zu vermeiden.

Bereits jetzt gibt es verschiedene Initiativen und Projekte unterschiedlicher Ressorts die sich mit dem Problem der Lebensmittelabfälle auseinandersetzen und gegebenenfalls weiterentwickelt werden können. Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) verfolgt z. B. mit der Initiative „Zu gut für die Tonne!“ das Ziel zum einen auf das Problem der Lebensmittelverschwendung aufmerksam zu machen, und gleichzeitig einen Beitrag dazu zu leisten, weniger Lebensmittel zu vernichten. Mit der Aktion „Restlos genießen“, einer Gemeinschaftsaktion dieser BMEL-Initiative und Greentable, einem Infoportal für nachhaltige Gastronomieangebote, will man darüber hinaus Restaurants dazu bewegen, ihren Gästen das Einpacken der Reste aktiv anzubieten. Weiterhin untersucht das Projekt COSUS, wie die Konsumenten-Akzeptanz für mit rein optischen Mängeln versehene Lebensmittel gesteigert werden kann, um auch somit den Anteil an weggeworfenen Lebensmitteln zu reduzieren.

Auch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) verfolgt mit dem Forschungsvorhaben „Wege zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen – Pathways to reduce food waste (REFOWAS) das Ziel den Agrar- und Ernährungssektor entlang seiner Wertschöpfungsketten hinsichtlich der Entstehung von Lebensmittelabfällen zu analysieren sowie Strategien und Ansatzpunkte für Maßnahmen zur Abfallreduzierung zu identifizieren und praktisch zu erproben. Schließlich beschreibt und quantifiziert das im Auftrag des Bundesumweltministeriums vergebenen Forschungsvorhabens „Entwicklung von Instrumenten zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen“ die mit der Entstehung von Lebensmittelabfällen verbundenen Umweltauswirkungen. Die Ergebnisse des Vorhabens stellen eine Basis für die Abschätzung der Umweltrelevanz von Abfallvermeidungsaktivitäten in diesem Bereich dar. Das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung unterstützt die Save Food Initiative, die 2011 von der FAO und der Messe Düsseldorf ins Leben gerufen wurde. Sie hat ebenfalls das Ziel, Nahrungsmittelverluste und -verschwendung einzudämmen.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Weiterentwicklung der Maßnahmen und Aktionen zur Reduzierung der Lebensmittelverlusten und -verschwendung (z. B. durch Komponentenangebote in der Gemeinschaftsverpflegung)
- Reduzierung von Lebensmittelverlusten bei Veranstaltungen der öffentlichen Hand
- Noch stärkere Einbeziehung der übrigen Akteure entlang der Wertschöpfungskette
- Forschung zum Verständnis des Mindesthaltbarkeitsdatums und Verbrauchsdatums bei Konsumentinnen und Konsumenten im Hinblick auf das Wegwerfen von Lebensmitteln und zielgruppengerechte Information für Verbraucherinnen und Verbraucher zur Bedeutung des Mindesthaltbarkeitsdatums und Verbrauchsdatums
- Stärkung von verpackungsarmen und -freien Angeboten (lose Ware)

Regionalität stärken

Die Nahrungsmittelversorgung der Bevölkerung ist transportintensiv. So hat sich zwar die verbrauchte Lebensmittelmenge pro Person in den letzten Jahren kaum verändert, das Transportaufkommen, also die Menge der insgesamt transportierten Lebensmittel, dagegen hat sich in den vergangenen zwei Jahrzehnten verdoppelt. Besonders umweltbelastend sind Transporte mit dem Flugzeug: Bei Übersee-Importen per Flugzeug entstehen pro kg Lebensmittel bis zu 170-mal mehr Emissionen als bei einem Transport mit Seeschiffen. Die Verbraucherinnen und Verbraucher haben somit bei entsprechender Kenntnis über ihr Einkaufsverhalten eine wesentliche Steuerungsmöglichkeit, welche Umweltbelastungen zum Beispiel aus dem Transport von Lebensmitteln sie einkaufen. Bestimmte Lebensmittel wachsen aus klimatischen Gründen aber nur in anderen Teilen der Welt oder sind dort nachhaltiger herzustellen. Sie stellen eine Bereicherung unseres Angebotes dar und schaffen Einkommensmöglichkeiten für die dortigen Erzeuger. Bei importierten Lebensmitteln sind jedoch die nachhaltig transportierten Produkte vorzuzugswürdig (also z. B. Verminderung von Flugimporten).

Zudem sollten vor allem „regionale“ und "saisonale“ Produkte stärker berücksichtigt werden. Jedes Gemüse und Obst hat seine Saison. Gemüse und Obst, das in derjenigen Region wächst, in der es auch verzehrt wird, kann voll ausreifen, da es nur kurze Transportwege zu überstehen braucht und nicht vorzeitig in unreifem Zustand geerntet werden muss.

Nachhaltiger Konsum in Bezug auf Lebensmittel kann auch über die Direktvermarktung innerhalb einer Region (Ab-Hof-Verkauf, Bauernmärkte, Abo-Kisten, Lieferdienste, Kooperationen mit Gastronomie und anderen Großverbrauchern) geschehen. Dies trägt zur Existenzsiche-

rung heimischer kleiner und mittlerer Landwirtschaftsbetriebe bei und führt zur Erhaltung der Kulturlandschaft. Damit Verbraucherinnen und Verbraucher regionale Produkte sicher und gut erkennen können, ist seit 2014 das vom privaten Trägerverein getragene Regionalfenster auf dem Markt, anhand dessen Konsumentinnen und Konsumenten auf einen Blick erkennen können, woher die Zutaten stammen und wo sie verarbeitet wurden. Auch neuere Entwicklungen der solidarischen Landwirtschaft wie z. B. Community Supported Agriculture oder Tierleasing könnten das Potenzial haben, Landwirte unabhängiger von den globalen Lebensmittelmärkten zu machen und gleichzeitig eine regionale, transparente Lebensmittelversorgung mit intensivem Bezug der Verbraucherinnen und Verbraucher zur Produktion der landwirtschaftlichen Erzeugnisse fördern. Unterstützt wird dadurch auch die Eigenständigkeit und Vielfalt des Lebens und Wirtschaftens einer Region.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Förderung von ausgewogener Mischkost mit frischen, wenig verarbeiteten überwiegend regionalen Lebensmitteln in der Gemeinschaftsverpflegung
- Unterstützung regionaler Produkte, u. a. durch die Fördergemeinschaft „Einkaufen auf dem Bauernhof“
- Einführung einer praktikablen Kennzeichnung mit Hilfe von Symbolen um Ressourcenverbräuche (z. B. Wasser, Luft, Boden), Energieaufwände für die Produktion und Transportwege (z. B. CO₂-Emissionen) kenntlich zu machen
- Prüfung der Erweiterung von Kennzeichnungen für Ressourcenverbräuche, Transportwege und soziale Aspekte in der Lieferkette

4.3 Wohnen und Haushalt

Relevanz des Bereichs Wohnen und Haushalt für einen nachhaltigen Konsum

Im Bereich Wohnen entstehen 38 Prozent der CO₂-Emissionen des privaten Konsums. Und trotz immer energieeffizienterer Gebäude und Geräte sinkt der durchschnittliche Pro-Kopf-CO₂-Verbrauch nur um 0,5 Prozent pro Jahr. Effizienzgewinne, die aus der Nutzung sparsamerer Haushaltsgroßgeräte wie Geschirrspülmaschinen und Mikrowellen entstehen, werden verstärkt durch die Zunahme der absoluten Anzahl und der Größe der Geräte kompensiert. Verhaltensänderungen sind demnach von großer Bedeutung, wenn der Energiebedarf gesenkt werden soll.

Mit Blick auf Einrichtungsgegenstände stellen Möbel aus nachhaltig erzeugten nachwachsenden Rohstoffen, wie z. B. Holz aus nachgewiesener legaler, nachhaltiger und (möglichst) heimischer Waldbewirtschaftung und mit Umweltzeichen gekennzeichnet, ressourcensparende und ökologisch verträgliche Alternativen dar. Langlebige und reparaturfähige Einrichtungsgegenstände, die seltener ersetzt werden müssen, sind demnach besonders umweltfreundlich und schonen langfristig auch den Geldbeutel. Jedoch spielen für Verbraucherinnen und Verbraucher Produkte mit besonderen Nachhaltigkeitsqualitäten bei der Wohneinrichtung bislang lediglich eine untergeordnete Rolle.

Zudem werden Umweltwirkungen durch die Haushaltsführung und -pflege verursacht. Jährlich werden für das Waschen und Reinigen in privaten Haushalten zehn Milliarden Kilowattstunden elektrische Energie aufgewendet.

Hemmnisse für nachhaltigere Konsumweisen im Bereich Wohnen und Haushalt

Die Umweltauswirkungen, die durch den Konsum privater Haushalte beim Wohnen und im Haushalt entstehen, nehmen – wie beschrieben – weiterhin zu. Verantwortlich dafür sind u. a. der steigende Wohnflächenbedarf durch kleinere Haushalte und steigende Ansprüche an Ausstattung und Haushaltsgeräte als Folge individualisierter Lebensstile und wachsenden Wohlstandsniveaus. Dabei bestehen häufig Informationsdefizite und Beratungsbedarf auf Seiten der Verbraucherinnen und Verbraucher mit Blick auf Einsparmöglichkeiten im Haushalt.

Politik für einen nachhaltigen Konsum im Bereich Wohnen und Haushalt

Politische Förderung für einen nachhaltigen Konsum beim Wohnen und im Haushalt sollte die Verbraucherinnen und Verbraucher möglichst direkt adressieren. Individuelle Nutzerentscheidungen etwa in Bezug auf Raumtemperaturen, Lüftungsverhalten, den Kauf von energieeffizienten Haushaltsgeräten und langlebiger Möbel oder die Wahl des (Öko-) Stromanbieters leisten einen unmittelbaren Nachhaltigkeitsbeitrag. Gleiches gilt für Entscheidungen über die Wohnfläche, z. B. in Gemeinschaftswohnprojekten aufgrund des demografischen Wandels, die einen wachsenden Hebel für umweltverträglichere weil weniger flächenintensive Wohnweisen darstellen können.

Förderung der weiteren Verbreitung energiesparender, ressourcenschonender und gesundheitsschonender Haushaltsgüter

Um die Verbreitung energiesparender und ressourcenschonender Haushaltsgüter zu erhöhen, ist das Wissen der Verbraucherinnen und Verbraucher durch Informationen, Kennzeichnungen und Beratungsangebote zentral. Damit Verbraucherinnen und Verbraucher zwischen mehreren Alternativen wählen können, müssen diese Angebote ausgebaut werden, speziell im Hinblick auf Langlebigkeit, Wiederverwendbarkeit, Reparierbarkeit und die Recyclingfähigkeit der Produkte.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Unterstützen der Verbraucherinnen und Verbraucher beim Erwerb von energieeffizienten Geräten (z. B. durch Weiterentwicklung der EU-Energieverbrauchskennzeichnung mit einer für Verbraucherinnen und Verbraucher besser verständlichen Skala und der Berücksichtigung der technischen Entwicklungen)
- Entwicklung von Vergabegrundlagen des Blauen Engel für weitere Produktgruppen der Wohnausstattung
- Fortsetzung des Energie- und Stromsparchecks für private Haushalte und eine an die Umsetzung von Verhaltensempfehlungen geknüpfte Subventionierung sparsamerer Strom- und Heizungstechnik
- Informationsbereitstellung zu Themen wie Langlebigkeit von Möbeln und Elektrogeräten und gesundheitlich unbedenklicher Produkte (z. B. schadstoffarme Matratzen)
- Informationen zu den Auswirkungen der Wertschöpfungskette von Produkten aus Holz und anderen natürlichen Rohstoffen auf bedrohte Arten und Lebensräume, sowie der Verwendung von nachhaltig erzeugten holzbasierten Produkten auf Klima und Biodiversität durch Substitution weniger nachhaltig erzeugter Rohstoffe
- Darstellung der nachhaltigen Waldwirtschaft in Deutschland, Unterstützung und Werben für glaubwürdige und unabhängig überprüfte Zertifikate für Holz aus legaler und nachhaltiger Waldbewirtschaftung, wie FSC und PEFC und Umweltzeichen wie dem Blauen

Engel

- Informationen zum Austausch alter Pumpen gegen neue Modelle in Kombination mit einer Heizungsoptimierung durch einen hydraulischen Abgleich
- Aufklärung und Unterstützung zur längeren Nutzung von Möbeln, Elektrogeräten etc. z. B. durch Recycling- und Upcycling-Projekte im Möbel- und Wohnausstattungs Bereich
- Prüfung der möglichen Ausweitung von Rücknahmesystemen für Alt-Produkte auf weitere Produktgruppen (z. B. durch Einführung einer Wertstofftonne)
- Unterstützung zur weiteren Beachtung von Umweltdeklarationen für Bauprodukte, auf deren Grundlage umweltschonende Produktentwicklungen gefördert werden, die auch der Umwelt zugutekommen
- Ausweitung der Wissensbasis zu Auswirkungen von Konsumententscheidungen im Bereich der Hygiene- und Kosmetikgüter

Förderung neuer Wohnformen in der Gemeinschaft

Alternative Strukturen des Zusammenlebens in Gemeinschaftswohnprojekten (z. B. Baugruppen, generationenübergreifende Wohnprojekte) oder Co-housing-Projekten treten zunehmend als neue Wohnformen neben und zusätzlich zu gewohnten Haushalts- und Familienformen auf. Über 500 solcher Projekte in Deutschland wurden im Jahr 2010 gezählt. Sie haben noch einen relativ geringen Umfang, werden jedoch aufgrund des demografischen Wandels an Bedeutung gewinnen.

Die veränderten Kommunikations- und Kooperationsformen gemeinschaftlicher Wohnprojekte stellen besondere Anforderungen an die Förderpolitik. Die Unterstützung ist in erster Linie eine Aufgabe der Kommunen, da sie über Informationen über den lokalen Wohnungsmarkt, die Kontakte zur Bauwirtschaft vor Ort und zu Wohlfahrtsverbänden verfügen. Aber auch Bund und Länder (Wohnberatungsstellen) sind aufgerufen, staatliche Mittel und Unterstützungsstrukturen wie Informationen, Beratungen und Vernetzungsmöglichkeiten zur Verfügung zu stellen.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Aufbau eines ressortübergreifenden Lotsen-Service, mögliche Aufgaben: Ansprechpartner für Wohnprojekte, Öffentlichkeitsarbeit, Vermittler zur Wohnungswirtschaft und privaten Haus- und Grundstückseigentümern, Netzwerkarbeit, Beratung und Förderbegleitung
- Unterstützung der kommunalen Grundstücksvergabe an Wohnprojekte

Reduktion des konsumbedingten Haushaltsmülls

Der Konsum von Gütern führt zu einer entsprechenden Menge an Abfällen am Ende der Nutzungsphase der Güter. Hier stehen besonders auch Verpackungsmaterialien – meist aus Kunststoffen – im Fokus. Während in vielen Ländern der wachsende Konsum zu einem zunehmenden Problem des Eintrags von Kunststoffabfällen in die Umwelt führt, hat Deutschland bereits früh erfolgreich begonnen, entsprechende Sammel- und Verwertungssysteme aufzubauen. Trends wie die globale Bevölkerungsentwicklung, Urbanisierung, zunehmender Wohlstand und nachholender Konsum der Entwicklungs- und Schwellenländer werden dazu führen, dass Produktion und Verbrauch von Kunststoffen global zunehmen werden – und damit potenziell auch die Problematik des Eintrags von Plastikmüll in die Umwelt. Schätzungen gehen davon aus, dass sich bis 2025 der Eintrag von Kunststoff-

fen in die Meere von vier bis dreizehn Millionen Tonnen auf 40 bis 130 Millionen Tonnen verzehnfachen könnte.

Die Problematik der Umweltverschmutzung durch Kunststoffabfälle in allen Größen und die noch kaum untersuchte Gefahr von Plastikpartikeln in der menschlichen Nahrung treten dabei zunehmend ins Bewusstsein einer breiteren Öffentlichkeit und in den Fokus von Politik und Wissenschaft.

Es sind neue Ansätze gefragt, mit denen derartige Abfälle vermieden oder sicher verwertet werden können.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Wissenslücken schließen:
 - o Forschung zu Plastikkreisläufen, zu Ursachen und Vermeidungsmöglichkeiten des Plastikeintrags in die Umwelt,
 - o Forschung zur gesundheitlichen Auswirkung von Mikroplastik auf Meereslebewesen inkl. Fisch und Meeresfrüchte sowie Mensch und Tier
- Unterstützung bei der Entwicklung von Entsorgungssystemen für Staaten, die bislang einen Eintrag von Kunststoffen in die Umwelt nicht verhindern können

Unterstützung von verhaltensbezogenen Maßnahmen zum sparsamen Heizen

Große Potenziale für eine Reduktion der Umweltbelastungen im Bereich Wohnen liegen bei der Raumwärme. Ihr Anteil an den durch das Wohnen verursachten CO₂-Emissionen liegt bei 60 Prozent. Neben der Verringerung der Wärmeverluste durch bauliche Maßnahmen und der Umstellung des Heizsystems auf umwelt- bzw. klimafreundlichere Varianten bedarf es für eine Reduktion der Umweltbelastung auch Verhaltensänderungen der Verbraucherinnen und Verbraucher.

Die Stärkung der Verbraucherkompetenz mit dem Ziel, Verhaltensänderungen von Heizgewohnheiten zu erreichen, kann beispielsweise durch eine Kombination aus unabhängigen Informations- und Beratungsangeboten und nachfragestimulierenden Maßnahmen erreicht werden.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Informationsbereitstellung und Förderung der Durchführung von geringinvestiven Effizienzmaßnahmen zur Heizungsoptimierung (z. B. hydraulischer Abgleich)
- Gezielte Verbesserung der Rahmenbedingungen für einkommensschwache Haushalte durch kostenlose Beratungsangeboten vor Ort zum sparsamen Heizen und kostenloser Direktinstallation von Energiesparteknik in Anlehnung an den Stromsparcheck (u. a. durch das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle, BAFA, sowie die Wohnberatung der Länder)
- Unterstützung von Anreiz-Maßnahmen für private Haushalte (z. B. Energiesparkonten, Wettbewerbe etc.)
- Informationen z. B. zu Gesundheitseffekten optimaler Raumtemperatur und Lüftung
- Aufbau von Klimakompetenz beim Heizen und Lüften bei Kindern und Jugendlichen z. B. durch die Bereitstellung von Unterrichts- und Informationsmaterialien

4.4 Arbeiten und Büro

Relevanz des Bereichs Arbeiten und Büro für einen nachhaltigen Konsum

Als Konsumfeld bezieht sich der Bereich Arbeiten und Büro zum einen auf Produkte der Informations- und Kommunikationstechnik (IKT), welche durch Verbraucherinnen und Verbraucher sowohl im beruflichen als auch im privaten Umfeld genutzt werden. Adressaten sind daher neben den Verbraucherinnen und Verbraucherin auch die Unternehmen und die öffentliche Hand. Dabei sind aus ökologischer Sicht der Kauf, die Nutzung und die Entsorgung von IKT-Geräten von besonderer Relevanz – nicht zuletzt, weil die konsumbezogene IKT ein Massenmarkt ist, der so unterschiedliche Produkte wie Desktop-PCs und Notebooks, Monitore, und Handys sowie zunehmend auch E-Book-Reader und Tablet-PCs umfasst. Die Nachfrage privater Haushalte nach IKT-Geräten inklusive Unterhaltungselektronik nimmt stetig zu. Zum anderen bezieht sich dieses Konsumfeld auf Artikel des Bürobedarfs, d. h. vor allem Papierprodukte.

Der Stromverbrauch für IKT inklusive Unterhaltungselektronik hatte in Deutschland 2007 einen Anteil von mehr als 10 Prozent am gesamten Stromverbrauch. Neben der direkten Ressourceninanspruchnahme in der Nutzungsphase wird die Umwelt auch durch die Herstellung von Geräten und Infrastruktur beansprucht. So werden für die Produktion eines PCs mit Monitor ca. 2.790 Kilowattstunden Energie, 20m³ Wasser und 23 Kilogramm Chemikalien benötigt. Ferner ist die Verwendung von seltenen Metallen wie Edel- und Platingruppenmetallen für die Produktion von IKT-Geräten kritisch, da sie häufig zu sozialen Konflikten in den Abbauländern, zu Verlust von Biodiversität und zu Umweltbelastungen durch die Nutzung giftiger Substanzen sowie den hohen Einsatz von Wasser und Energie führt. Eine möglichst lange Nutzung der Geräte und deren Kreislaufführung sind daher anzustreben.

Bezüglich des Verbrauchs von Papier kann für Deutschland seit einigen Jahren mit gut 240 Kilogramm pro Kopf und Jahr eine Stagnation auf hohem Niveau festgestellt werden. Durch den Rohstoffanbau, die Faserherstellung und die Primärproduktion von Papier wird die Umwelt teils erheblich belastet.

Durch eine weitere Steigerung des Anteils von Recyclingpapier am Gesamtverbrauch kann eine deutliche Verbesserung der Ökobilanz erreicht werden.

Hemmnisse für nachhaltigere Konsumweisen im Bereich Arbeiten und Büro

Bei IKT-Produkten gibt es mit dem Blauen Engel, der EU Umweltblume, der TCO-Kennzeichnung und dem Energy Star, Umweltkennzeichen, die Verbraucherinnen und Verbrauchern helfen, eine informierte Kaufentscheidung zu treffen. Diese Labels sind aber entweder nicht sehr weit verbreitet oder in der Bevölkerung weitgehend unbekannt. Zudem sind für die Kaufentscheidung bei IKT-Produkten Nachhaltigkeitsaspekte im Vergleich zu anderen Kriterien wie Funktionalität und Design momentan von relativ geringer Bedeutung.

Die IKT-Branche ist von einer konsequenten Umsetzung von Umwelt- und Sozialstandards in den globalen Lieferketten noch weit entfernt. Nachhaltige IKT-Produkte sind daher weiterhin Mangelware. Darüber hinaus stellen die sehr kurzen Produkt- und Innovationszyklen der Branche, die zu einem hohen Stoffdurchsatz führen, ein weiteres Hemmnis für ein nachhaltigeres Angebot dar.

Im Bereich Papierprodukte stellen ein eingeschränktes Angebot im Einzelhandel sowie unbegründete Qualitätsvorbehalte gegenüber Recyclingpapieren, etwa hinsichtlich der optischen Eigenschaften oder der Laufeigenschaften in Druckern, die wichtigsten Absatzbarrieren dar.

Politik für Nachhaltigkeit im Bereich Arbeiten und Büro

Vor dem skizzierten Hintergrund bezieht sich die Förderung des nachhaltigen Konsums im Bereich Arbeiten und Büro zum einen auf die Verbreitung nachhaltiger IKT-Produkte und die Sensibilisierung der Verbraucherinnen und Verbraucher hinsichtlich der Umwelt- und Sozialfolgen der entsprechenden Geräte und der damit verbundenen Infrastruktur. Dabei geht es auch um eine bewusstere, d. h. vor allem längere Nutzung von IKT-Geräten. Zum anderen gilt es, die Nachhaltigkeit im Konsumfeld Arbeiten und Büro durch den Einsatz von Recyclingpapieren oder die Vermeidung von Papier (Stichwort „papierloses Büro“) zu fördern.

Verbraucherinnen und Verbraucher für nachhaltige IKT sensibilisieren und Angebot nachhaltiger IKT ausweiten

Für die Umsetzung nachhaltiger Konsumweisen in diesem Bereich ist es von großer Bedeutung, zunächst das Bewusstsein der Verbraucherinnen und Verbraucher für die ökologischen und sozialen Folgen der Herstellung, Nutzung und Entsorgung von IKT-Produkten zu schärfen. Parallel dazu müssen nachhaltige Angebotsalternativen konsequent ausgeweitet und zum gesellschaftlichen Mainstream gemacht werden.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Unterstützung von bewusstseinsbildenden Kampagnen wie MakeITFair zu den Nachhaltigkeitsaspekten von IT-Geräten
- Ausbau und ggf. Bündelung von Einkaufshilfen, wie etwa die EcoTopTen-Kaufempfehlungen oder die „TopGeräte-Datenbank“ der Initiative Energieeffizienz der Dena
- Steigerung der Nutzung von Nachhaltigkeitsstandards und -zeichen wie dem Blauen Engel für PCs, Laptops und Tablets, Mobiltelefone und Smartphones sowie E-Book-Reader
- Bewertung und Auszeichnung glaubwürdiger Siegel im Bereich IT auf dem Portal Siegelklarheit.de
- Unterstützung bei der Markteinführung von nachhaltigen Produkten z. B. durch die öffentliche Beschaffung

Auf eine Verlängerung der Nutzungsdauer von IKT-Produkten hinwirken

IKT-Produkte unterliegen oft extrem kurzen Innovationszyklen. Auch weisen insbesondere Consumer-Produkte häufig eine geringe oder sogar eine erschwerte Reparaturfähigkeit und eingeschränkte Nachrüstbarkeit auf. Der Markt für hochwertige, qualitätsgeprüfte Gebrauchtgeräte stellt bislang eine Nische dar. Es ist daher anzustreben, aus einer umfassenden Lebenszyklusperspektive die technische Lebensdauer sowie die tatsächliche Nutzungsdauer von IKT-Produkten zu verlängern.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Aufklärung von Verbraucherinnen und Verbrauchern über die ökologischen Auswirkungen von IKT-Produkten, deren Lebensdauer und über Alternativen zu einem Neukauf,

etwa im Rahmen der oben genannten Einkaufshilfen und auch in Zusammenarbeit mit dem Handel und anderen gesellschaftlichen Gruppen

- Entwicklung und Erprobung innovativer Bildungs- und Kommunikationsformate, wie beispielsweise die durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderte Aktion „Die Rohstoff-Expedition – entdecke, was in (d)einem Handy steckt!“, die sich insbesondere an Jugendliche und junge Erwachsene richtet und die in diesem Zusammenhang entwickelten Lern- und Arbeitsmaterialien für den Einsatz an Schulen
- Unterstützung eines stärkeren Bewusstseins bei Produzenten und Verbrauchern für Aspekte der Langlebigkeit bei IKT Produkten
- Unterstützung der Entwicklung von Aufrüstungs- und Reparaturdienstleistungen gebrauchter IKT-Geräte, z. B. durch Aktivitäten im Rahmen der Umsetzung des Abfallvermeidungsprogramms des Bundes unter Beteiligung der Länder und auch im Rahmen des Umweltzeichens Blauer Engel

Den Absatz von Recyclingpapieren fördern

Der Blaue Engel enthält besonders hohe Anforderungen an Recyclingpapier. Recyclingpapiere, die diese einhalten, tragen besonders zur Umweltentlastung bei. Gleichwohl liegt bei Europapapier der Anteil von Recyclingpapier mit dem Blauen Engel erst bei circa 13 Prozent. Vor diesem Hintergrund und angesichts der erheblichen Umweltvorteile, insbesondere der Ressourceneinsparpotenziale von Papieren, die auf der Basis von Altpapier hergestellt werden, muss der Absatz von Recyclingpapier über die bestehenden Maßnahmen hinaus weiter gefördert werden.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Fortführung und Ausweitung von Mobilisierungs- und bewusstseinschaffenden Kampagnen für ausgewählte Zielgruppen, wie etwa die Blauer Engel-Aktion „Engel-Papier. Jetzt!“ für Schülerinnen und Schüler
- Konsequente Umsetzung des im Rahmen des Maßnahmenprogramms "Nachhaltigkeit" der Bundesregierung formulierten Ziels zum Einsatz von Recyclingpapier verbunden mit der Ausweitung des Adressatenkreises
- Entwicklung und Umsetzung von Aufklärungsaktionen für gewerbliche Beschaffer, wie z. B. Druckereien und Agenturen

4.5 Bekleidung

Relevanz des Bereichs Bekleidung für einen nachhaltigen Konsum

Nach der Verlagerung großer Teile der heimischen Textilindustrie wird ein Großteil der in Deutschland konsumierten Kleidung importiert. Die Umweltwirkungen, bezogen auf das Produkt, seine Herstellung, Nutzung, Verwertung und Entsorgung, können dabei erheblich sein, z. B. auf Grund des Einsatzes gefährlicher Chemikalien, dem Verbrauch von Energie, der Übernutzung von Wasser sowie wachsenden Abfallmengen in der textilen Kette. Die dynamische Entwicklung des Fast-Fashion-Segments lässt zudem erwarten, dass die konsumierte Menge an Bekleidung steigen wird.

Da die Bekleidungsbranche, resultierend aus dem hohen internationalen Wettbewerbsdruck, einen hohen Grad an Globalität aufweist, sind die Umweltwirkungen ebenso global. Die star-

ken globalen Verflechtungen machen die Kontrolle von Umweltauflagen und Arbeitsrechten komplex und schwierig.

Prozessstufen der Textilherstellung, die besonders starke Belastungen für die Umwelt hervorrufen, sind Anbau und Produktion der Rohfasern sowie die Textilveredlung.

Bei der Primärproduktion von Naturfasern werden Pflanzenschutz- und Düngemittel in großer Menge eingesetzt. Auch der hohe Verbrauch von Wasser (z. B. 3.600 bis 26.900m³ Wasser pro Tonne Baumwolle) und anderen Ressourcen belastet die Umwelt. Die Produktion von Chemiefasern verbraucht nichterneuerbare Ressourcen zum einen als Rohstoff und zum anderen für die Erzeugung von Prozesswärme. Bei der Textilveredlung sind der hohe Abwasseranfall und die Belastung des Abwassers mit zum Teil schwer abbaubaren Chemikalien besonders umweltrelevant.

Entscheidend für die Umwelt ist auch die Menge an Textilien, die pro Person konsumiert wird. Jedes Bekleidungsstück, das gekauft wird und kurze Zeit später – schlimmstenfalls ungetragen – wieder aussortiert wird, belastet die Umwelt unnötig.

Soziale und ökologische Aspekte spielen für die Nachhaltigkeit der textilen Kette eine große Rolle. Sie beziehen sich beispielsweise auf den Pflanzenschutzmitteleinsatz beim Baumwollanbau und den damit verbundene gesundheitlichen Risiken, die Konkurrenz um Ressourcen v. a. beim Wasserverbrauch im Baumwollanbau, sowie die häufig prekären Arbeitsbedingungen in der Textilverarbeitung. Die freiwilligen Initiativen der Bekleidungsindustrie (Codes of Conduct) und Maßnahmen wie das Textilbündnis sind der richtige Weg und sollten weiter unterstützt und bekannt gemacht werden.

Hemmnisse für nachhaltigere Konsumweisen im Bereich Bekleidung

Die Nachhaltigkeitsherausforderungen der textilen Kette sind bislang im Verbraucherbewusstsein wenig verankert. Das Wissen um die ökologischen und sozialen Auswirkungen der Herstellung, Nutzung und Entsorgung von Bekleidung ist nach wie vor gering und auch für die Kaufentscheidung spielen diese Aspekte praktisch keine Rolle. Eine Vielzahl von Produkt-Labels, die die Verbraucherinnen und Verbraucher über die Nachhaltigkeitseigenschaften von Textilien und Bekleidung informieren sollen, greift dieses Informationsdefizit bereits auf. Die Menge der Kennzeichen und deren unterschiedliche Ansätze erschweren jedoch die Orientierung. Auch ist das Angebot an nachhaltig produzierter Bekleidung, welche sowohl ökologischen als auch sozialen Standards entspricht ist, gemessen am Gesamtangebot, bislang gering. Auch im Rohstoffbereich liegt beispielsweise der Anteil von Biobaumwolle am gesamten Baumwollmarkt weiterhin unter einem Prozent.

Der Kauf und Gebrauch von Kleidungsstücken ist stark von sozialen Aspekten (Lebensstil, Individualität), von Gewohnheiten und Routinen sowie von Vorstellungen bezüglich der Reinlichkeit geprägt.

Bei der Entsorgung wird regelmäßig von der Altkleidersammlung und von Second-Hand-Optionen Gebrauch gemacht oder sie erfolgt über den Hausmüll, allerdings weitgehend ohne Kenntnis der weiteren Verwendungs- oder Entsorgungswege. Ein Unterschied zwischen der Wiederverwendung von Kleidung und dem Textil-Recycling ist kaum bewusst. So erfolgt die Weiterverwendung oder das Recycling von Textilien entsprechend der Qualität der Alttextilien. Ware, die in gutem Zustand ist, kann als Altkleidung weiterverwendet werden während Kleidung die nicht weitervermarktet werden kann, zu Putzlappen, Dämmmaterial, Recyclingfasern oder ähnlichen weiterverarbeitet wird.

Politik für einen nachhaltigen Bekleidungskonsum

Nachhaltigkeit im Bekleidungskonsum in Deutschland bedeutet insbesondere, die absolute Konsummenge durch eine längere Nutzung von Kleidungsstücken zu verringern und zudem den Anteil von nachhaltig produzierten Textilien am gesamten Bekleidungsmarkt zu erhöhen. Beides reduziert die Ressourceninanspruchnahme, die Abfallmengen und die sozialen Probleme in diesem Sektor.

Schaffung eines Bewusstseins für nachhaltigen Bekleidungskonsum

Vor dem dargestellten Hintergrund ist es daher von besonderer Bedeutung, ein Bewusstsein für nachhaltigen Bekleidungskonsum bei Verbraucherinnen und Verbrauchern zu schaffen und die Ausweitung von nachhaltigen Produkt- bzw. Verhaltensalternativen zu unterstützen.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Bereitstellung von Informationen, die beispielhaft die (Nicht-)Nachhaltigkeit der Produktions- und Vertriebswege in der textilen Kette verbrauchergerecht aufbereiten, z. B. im Rahmen von Kampagnen und Aufklärungsangeboten
- Steigerung der Bekanntheit von empfehlenswerten Nachhaltigkeits-Siegeln; Unterstützung ihrer Anwendung und Erhöhung ihrer Sichtbarkeit am Markt, z. B. durch Maßnahmen der öffentlichen Beschaffung und dem Verbraucherinformationsportal „Siegelklarheit.de“
- Ausweitung der Mitgliedsbasis des Textilbündnisses mit dem Ziel, 75 Prozent des deutschen Einzelhandelsmarkts im Textilbündnis zu vereinen
- Aufbau eines Review-Prozesses, der es erlaubt, die Fortschritte der Bündnismitglieder zu messen und die Ergebnisse durch ein transparentes Berichtswesen zu kommunizieren
- Anerkennung bestehender Standards im Rahmen des Textilbündnisses
- Internationale Ausrichtung des Textilbündnisses durch Verknüpfung mit relevanten internationalen Prozessen wie z. B. dem G7-Gipfel 2015 in Elmau, der OECD Advisory Group on Responsible Textile and Garment Supply Chains oder der EU Garment Flagship Initiative
- Förderung der Bekanntheit und Nutzung von Textilien und Bekleidung, hergestellt auf Basis nachweislich nachhaltig erzeugter nachwachsender Rohstoffe (z. B. Viskose erzeugt aus Holz aus legaler, nachhaltiger und (möglichst) heimischer Waldbewirtschaftung)
- Erhöhung des Marktanteils von Bekleidung aus zertifizierter, ökologisch angebaute Baumwolle durch Förderung unabhängiger Standards, wie z. B. GOTS, Blauer Engel

Förderung innovativer Infrastrukturen und Geschäftsmodelle im Bereich der Instandhaltung, Weiterverwertung und Wiederverwendung von Bekleidungstextilien

Neben der Frage, wie nachhaltig ein Kleidungsstück hergestellt worden ist, ist für seine ökologische Bilanz auch die Art und Weise der Nutzung entscheidend. Eine längere Nutzung von Bekleidung spart Geld und schont Ressourcen. So würde eine Verlängerung ihres Gebrauchs um neun Monate die negativen Umweltwirkungen schätzungsweise um ein Fünftel bis ein Drittel reduzieren. Die von Herstellern freiwillig verwendete Pflegekennzeichnung informiert

bereits heute Konsumentinnen und Konsumenten, wie sie ihre Bekleidung behandeln sollten, dass sie möglichst lange ihre Qualität und Funktionalität beibehält.

Erste Ansätze für weitere innovative Konzepte im Bereich der Nutzungsdauerverlängerung sind erkennbar. So bietet ein niederländisches Modelabel ein Leasingkonzept für fair hergestellte Jeanshosen an und es haben sich neben Kleidertausch-Partys und KITA-Flohmärkten auch Internetplattformen und Abonnement-Modelle für den Tausch gebrauchter Kleidung etabliert.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Unterstützung und Förderung der Entwicklung ressourcenschonender Konzepte und Geschäftsmodelle im Bereich von Bekleidungstextilien, z. B. Upcycling-Mode und Änderungsateliers, u. a. durch Pilotprojekte und Umweltzeichen
 - o Fortführung des BMBF-Forschungsprojektes "Slow Fashion" (2015 bis 2017), welches auf eine freiwillige Entschleunigung und eine damit einhergehende Einschränkung des Bekleidungskonsums durch eine Verlängerung der Nutzungsphase von Kleidung abzielt
- Erhöhung des Einsatzes von Recyclingfasern, z. B. durch das öffentliche Beschaffungswesen
- Unterstützung der Rahmenbedingungen für eine vielfältige Angebotsstruktur (u. a. bei kleinen und mittleren Unternehmen und Start-ups)

Verringerung möglicher Umwelt- und Gesundheitsrisiken bei neuartigen Funktionstextilien

Bestimmte Funktionalitäten bei Bekleidungstextilien werden häufig erst durch den Einsatz chemischer Stoffe und Materialien möglich. Einige dieser Stoffe sind bedenklich. Beispiele sind die Verwendung von perfluorierten und polyfluorierten Chemikalien (PFC) in wasserdichter Regenkleidung, der Einsatz von Formaldehydharzen in knitterfreien Hemden, die Ausrüstung von Bekleidungstextilien mit Triclosan zwecks antibakterieller Wirkung oder die Verwendung von Nanosilber in geruchshemmender Sportkleidung. Die mit der Herstellung, Nutzung und Entsorgung derartiger Textilien verbundenen Risiken für Mensch und Umwelt sind oft noch wenig erforscht. Obwohl Funktionstextilien für bestimmte Anwendungen erforderlich sind (Arbeitsschutzausrüstung), sind manche Funktionen für den täglichen Gebrauch häufig nicht notwendig. Hier könnten Verbraucherinnen und Verbraucher durch Bereitstellung von Informationen ermutigt werden weitere Aspekte bei der Wahl der Kleidung im Bereich der Funktionstextilien, neben Preis und Funktionalität, zu berücksichtigen, wie z. B. Gesundheits-, Sozial- und Umweltaspekte. Insbesondere könnten hier auch Innovationen im Bereich der besonders sozialverträglichen und umweltschonenderen Herstellungsprozesse oder bei der Nutzung von Substituten für bestimmte Chemikalien hervorgehoben werden. Vor diesem Hintergrund gilt es, Entwicklungstrends im Textilbereich zu beobachten und sofern von ihnen Risiken für Umwelt und Gesundheit ausgehen könnten, diese wissenschaftlich zu untersuchen. Ggf. sind dann im Sinne des Vorsorgeprinzips angemessene Risikomanagementstrategien zu entwickeln.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Unterstützung von ambitionierten unabhängigen Standards für Produkte, deren gesamter Herstellungsprozess und die nachfolgende Nutzung für die Gesundheit unbedenklich und ressourcenschonend ist

- Verstärkter Einsatz umweltschonender und gesundheitlich unbedenklicher technologischer Innovationen, z. B. PFC-freie Materialien, Recyclingfasern oder pflanzlich gewonnene Fasern
- Ausweitung der wissenschaftlichen Untersuchungen in Bezug auf chemische Substanzen und Mischungen in Textilprodukten und deren Auswirkungen auf die menschliche Gesundheit oder die Umwelt
- Bereitstellung von Informationen für Verbraucherinnen und Verbraucher über verschiedene zusätzliche Aspekte bei Funktionstextilien (z. B. im Bereich Umwelt und Gesundheit) und Bereitstellung von Informationen zu möglichen Alternativen und/ oder neuen besonders umwelt- und gesundheitsfreundlichen Innovationen

4.6 Freizeit und Tourismus

Relevanz des Freizeit- und Tourismusbereichs für einen nachhaltigen Konsum

Dienstleistungen im Freizeit- und Tourismusbereich haben teils erhebliche Auswirkungen auf die Nutzung von natürlichen Ressourcen. Hierzu gehören Alltags- und Freizeitbeschäftigungen, wie etwa die Ausübung von Breitensport und Fun- und Outdoor-Sportarten, der Besuch von Kultureinrichtungen, Shopping sowie Geschäfts- und Urlaubsreisen. Zu letzteren zählen Erholungsurlaube und Städtereisen genauso wie Natur- und Aktivtourismus sowie Fahrrad- und Wanderurlaube. Diese Freizeitbereiche stehen nicht immer im Einklang mit dem Schutz von Natur und Umwelt, obwohl sie oft auf intakte Ökosysteme und Landschaften und auf Sauberkeit von Luft und Wasser angewiesen sind.

Global entfallen rund fünf Prozent der CO₂-Emissionen auf den Tourismus. Drei Viertel der dem Tourismus zugeordneten CO₂-Emissionen stammen aus dem Verkehr, wovon 40 Prozent durch den Flugverkehr verursacht werden: die Wahl des Verkehrsmittels ist mit Blick auf einen klimaverträglichen Tourismus demzufolge entscheidend. So wird derzeit für mehr als die Hälfte der Urlaubsreisen ins Ausland das Flugzeug genutzt. Nachhaltigkeitsbezogene Auswirkungen können aber auch direkt vor Ort entstehen. Der Bau und Betrieb von Freizeit- und touristischen Infrastrukturen verbraucht Energie und weitere natürliche Ressourcen. Ferner können der Flächenverbrauch von touristischen Infrastrukturen und bestimmte Natursportaktivitäten zu einer Gefährdung der biologischen Vielfalt, insbesondere in naturnahen und ökologisch sensiblen Gebieten, führen. Andererseits schafft der Tourismus gerade in weniger entwickelten Ländern zahlreiche breitenwirksame Multiplikatoreffekte, indem er die lokale Wirtschaft ankurbelt und oftmals als Grundlage für den Schutz der biologischen Vielfalt gilt.

Hemmnisse eines nachhaltigen Konsums im Freizeit- und Tourismusbereich

Eine wichtige Informationsquelle für nachhaltige Angebote im Tourismus sind Kennzeichnungen und Labels wie z. B. die Umweltdachmarke Viabono oder die Tourcert-Zertifizierung. Allerdings kennen nur drei Prozent der Deutschen Viabono und entsprechend gering ist insgesamt die Nachfrage nach zertifizierten Gastgebern oder Anbietern. Gleichzeitig ist derzeit überhaupt nur ein geringer Teil von Tourismusdienstleistern mit einem glaubwürdigen Nachhaltigkeits- oder Umweltkennzeichen zertifiziert, obwohl es neben nationalen Kennzeichen auch eine Vielzahl anerkannter internationaler Nachhaltigkeitslabels im Tourismus gibt. Mittlerweile existieren im weltweiten Tourismus mehr als 140 Gütesiegel, was die Übersichtlichkeit erschwert. Hinzu kommt, dass der Reisemarkt ein äußerst preissensibler Markt ist, in dem häufig bereits sehr geringe Preisunterschiede

ausschlaggebend für die Buchungsentscheidung der Verbraucherinnen und Verbraucher sind. Im Tourismus hängt Erfolg von der Qualität der Dienstleistung ab, weswegen Standards für soziale Verantwortung und Umweltschutz nicht von Standards für Unternehmensqualität getrennt werden können.

Auch bei der Freizeitgestaltung fehlen Verbraucherinnen und Verbrauchern oft relevante Informationen, die zu nachhaltigeren Entscheidungen beitragen könnten: Beispielsweise entstehen die Umweltbeeinträchtigungen von Outdoor-Sportarten zu einem großen Teil aufgrund von Unwissenheit oder mangelnder Sensibilität gegenüber der Natur. Sportverbände und Vereine sind zwar sehr engagiert in der „Besucherlenkung“ und Aufklärung, jedoch stellt das Erreichen der nicht in Vereinen oder Sportverbänden organisierten Personen insbesondere in den Outdoor-Trendsportarten und Freizeitaktivitäten (z. B. Snow-Kiting, Geo-Caching) weiterhin eine große Herausforderung dar.

Nachhaltige Tourismus- und Freizeitangebote sind insbesondere im Massenmarkt noch wenig sichtbar. Einerseits werden nachhaltige Reisebausteine, z. B. ein zertifiziertes Hotel, die Möglichkeit per Bahn zum Flughafen zu reisen bzw. die Möglichkeit der Kompensation von Emissionen, häufig nicht aktiv beworben. Andererseits hängt ein stringent nachhaltigeres Reiseangebot insbesondere bei Urlaubs- aber auch bei Geschäftsreisen von vielen Akteuren ab. Beispielsweise lehnt in Deutschland zwar mittlerweile die große Mehrheit der Verbraucherinnen und Verbraucher typische Attraktionen wie Delfinarien oder nicht-artgerechte Haltung von Wildtieren zum Zwecke der Unterhaltung der Urlauber ab. Viele Destinationen sehen diese jedoch weiterhin als wichtigen Besuchermagnet an.

Neben dem Urlaubssegment gibt es auch erhebliches Verbesserungspotenzial bei Geschäftsreisen. Nur wenige Firmen kompensieren tatsächlich die durch ihre Mitarbeiterreisen verursachten Emissionen oder buchen konsequent Hotels, die nachhaltigkeitszertifiziert sind, wenn es entsprechende Möglichkeiten am Reiseziel gibt.

Politik für einen nachhaltigen Tourismus

Die bestehenden Anstrengungen zur Reduzierung der ökologischen und sozialen Auswirkungen, die von Urlaubs- und Geschäftsreisen ausgehen, sollten vor dem Hintergrund der angeführten Problemfelder und Hemmnisse verstärkt werden. Es kommt darauf an, das bei vielen vorhandene Interesse oder Verständnis für eine nachhaltigere Gestaltung von Urlaub und Reisen in entsprechende Handlungen zu überführen.

Transparenz bei nachhaltigem Tourismus schaffen

Die Informationsangebote zu Anforderungen sowie Angeboten eines nachhaltigen Tourismus nehmen zu. Neben kommerziellen Angeboten wie dem „Forum Anders Reisen“ bieten Auszeichnungen wie der Bundeswettbewerb nachhaltige Tourismusregionen und das Tourismusprojekt „Via Deutschland“ weitere Plattformen für die breitere Bekanntmachung nachhaltiger Urlaubsangebote. Ein weiteres wichtiges Instrument zur Verbraucherinformation sind, wie schon erwähnt, entsprechende Label und Zertifikate. Politische Förderung sollte darauf abzielen, die bestehenden Informationshilfen klarer zu kommunizieren und neue Ansätze anzuregen, um so die Transparenz und die Nachfrage nach nachhaltigen Urlaubsalternativen zu erhöhen. Geeignete Adressaten zur Förderung sind dabei neben den Reisenden selbst die Reisevermittler wie Reisebüros und -portale, denen aber häufig die notwendigen Kenntnisse und Ressourcen für eine kompetente Beratung fehlen.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Stärkere, differenzierte Berücksichtigung und Gewichtung von Nachhaltigkeits- und insbesondere Umweltkriterien bei der Klassifizierung für Hotels, Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen (Sternesystem). Dabei sind alle relevanten Bewertungsbereiche einzu-beziehen, z. B. hinsichtlich der Verwendung von Naturmaterialien, Bio- und regionalen Produkten, energieeffizienten Geräten / Fahrzeugen, Ökostrom, ressourcenschonende Bewirtschaftung, Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln / Mobilitätsangebot vor Ort. Das Bewertungsergebnis Umwelt und Ressourcen bezogener Nachhaltigkeitskrite-rien könnte in die Sterne-Auszeichnung sichtbar integriert werden (z. B. Grüner Stern)
- Integration von (regelmäßig überprüften) Nachhaltigkeitsinformationen in weitere elekt-ronische Buchungsportale und Bewertungsplattformen als Entscheidungshilfen unter Be-rücksichtigung, dass die Übersichtlichkeit des Internetangebotes für Verbraucherinnen und Verbraucher gewahrt bleibt
- Verstärkte Integration von Biodiversitätsaspekten in Standards und Zertifizierungen im Bereich Tourismus
- Analyse der Wechselwirkungen zwischen Kundenwahrnehmungen und Kennzeichnun-gen/ Zertifizierungen für nachhaltige Tourismusangebote mit dem Ziel deren Wahrneh-mung und das Vertrauen der Endkunden in die Kennzeichnungen zu stärken
- Zusammenführung von Qualitäts- und Nachhaltigkeitsstandards, um das Vertrauen bei Reiseveranstaltern in den Destinationen und bei Verbraucherinnen und Verbrauchern in den Quellmärkten zu erhöhen
- Analyse ökonomischer Faktoren des Angebots und der Nachfrage nachhaltiger Urlaubs- und Tourismusangebote hinsichtlich der Preisunterschiede im Vergleich zu herkömmli-chen Angeboten

Klimafreundliche Urlaubsreisen fördern

Der klimafreundlichste Urlaub ist meist der mit den kürzeren Reisewegen. Der entscheidende Faktor ist die An- und Abreise, die durch das jeweils gewählte Verkehrsmittel die Klimabelastungen des Urlaubs potenziert. Dabei entstehen die größten Klimaschäden durch die durch Flugreisen verursachten Treibhausgasemissionen. Eine Möglichkeit für Verbrauche-rinnen und Verbraucher, die Klimabelastung von z. B. Flugreisen zu reduzieren, besteht in der Kompensation der Treibhausgase über seriöse Anbieter. Jedoch kennt nur etwa ein Drittel der Deutschen diese Angebote und nur 7,5 Prozent geben an, bereits selbst kompensiert zu haben. Darüber hinaus sollten z. B. die bisherigen Aktivitäten zur Stärkung eines nachhaltigen Tourismus im Inland weiter ausgebaut werden. Die Bereitschaft klimafreundlichen Urlaub im Inland zu machen ist recht hoch. Hier fehlen in der Fläche noch Angebote, die wie bei Fahrt-ziel Natur An-/Abreise, Unterbringung und Mobilität vor Ort klima- und kundenfreundlich er-möglichen.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Unterstützung von Maßnahmen, die die Nutzung der freiwilligen Klimakompensation verbessern bzw. erhöhen
- Beratung von inländischen Tourismusanbietern in Hinblick auf Nachhaltigkeit und deren (auch ökonomische) Vorteile, z. B. mittels Fortführung und Weiterentwicklung von Ener-giesparkampagnen des Deutschen Hotel- und Gaststättengewerbes und z. B. nachhalti-ge Mobilitätsangebote

- Nutzung und Erweiterung von Umwelt-/ Nachhaltigkeitsnetzwerken für einen stärkeren fachlichen Austausch zwischen Reiseveranstaltern, Tourismusregionen, Gastronomie und Beherbergungsbetrieben und damit eine stärkere Verbreitung Nachhaltigkeitsansätzen in diesem Bereich
- Verbesserung des Nachhaltigkeits-Knowhows in der Prozesskette

Freizeitangebote als nachhaltigkeitsorientierte Lernorte fördern

Gelegenheiten zur Reflexion des eigenen Konsumverhaltens und zur Erprobung nachhaltiger Verhaltensweisen sollten ergänzend zur schulischen und außerschulischen Bildung in der Freizeit – im Sinne erlebnisorientierter Lernorte – geboten werden. Bekannte Beispiele für bildungsorientierte Lernorte sind Museen, Zoos, Biosphärenreservate und Nationalparks oder Themenparks. Seit einiger Zeit erprobt auch die Konzert- und Festivalbranche zunehmend Formate (z. B. die Green Music Initiative), die Verantwortung und Vergnügen verbinden. Ziel dieses Handlungsansatzes ist es, Freizeitveranstaltungen und -einrichtungen zukünftig noch stärker für die Vermittlung von Themen des nachhaltigen Konsums zu nutzen.

Konkrete Maßnahmen sind:

- Bestehende Beratungs- und Informationsinstrumente politischer Institutionen um modellhafte Ansätze erlebnisorientierten Lernens ergänzen
- Ausbau von Projekten, die Freizeitaktivitäten und Bildung für nachhaltige Entwicklung verbinden

5 Umsetzung und Monitoring des Programms

5.1 Institutionelle Begleitung des Programms

Zur Begleitung und Umsetzung des Programms wurde eine Interministerielle Ressort-Arbeitsgruppe eingerichtet, in der alle vom nachhaltigen Konsum berührten Ressorts vertreten sind. Geleitet wird diese durch das BMUB, das BMJV und das BMEL.

Neben der Arbeitsgruppe ist beabsichtigt, für die Begleitung und Umsetzung des Nationalen Programms für nachhaltigen Konsum ein beim Umweltbundesamt angesiedeltes Kompetenzzentrum einzurichten, das unter Einbeziehung der Ressorts die Umsetzung des nationalen Programms unterstützt. Dieses bündelt zum Beispiel die Wissensbasis zum Thema nachhaltiger Konsum, indem es Fachwissen sammelt und an die Öffentlichkeit vermittelt und Grundlagen für eine Weiterentwicklung des Programms erarbeitet. Das Kompetenzzentrum kann dabei auf die Forschungsergebnisse zurückgreifen, die insbesondere im Forschungsrahmenprogramm „Forschung für Nachhaltige Entwicklung“ (FONA³) des BMBF zum nachhaltigen Konsum bereitgestellt werden. Forschung soll so in enger Zusammenarbeit mit Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft das grundlegende Wissen für Innovationen zum nachhaltigen Konsum entwickeln.

Zur stärkeren Einbeziehung der gesellschaftlichen Gruppen bei der Umsetzung des Programms wird ein nationales Netzwerk „Nachhaltiger Konsum“ gegründet, welches vom Kompetenzzentrum koordiniert wird und auch der Vernetzung der Akteure dient. Das Netzwerk fördert die Intensivierung eines fachübergreifenden und praxisorientierten Dialogs sowie die Kooperation zwischen Akteuren aus Wissenschaft, Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft. Es dient u. a. einer Verbreitung von Best Practice Beispielen, Kooperationen von Akteuren in einzelnen Handlungsbereichen etc. Zu diesem Zwecke sollen regelmäßige Konferenzen und Expertenveranstaltungen zu ausgewählten Themen veranstaltet werden. Im Rahmen dieses Netzwerks wird auch der Dialog zum Thema „Nachhaltiger Konsum und biologische Vielfalt“ fortgeführt.

Ziel dieser institutionellen Einrichtungen ist es, die Aktualität des Themas nachhaltiger Konsum dauerhaft im Bewusstsein zu halten, einen fachlichen Austausch zu gewährleisten, Synergien zu schaffen und einen Bezug zu Politikprozessen auf globaler Ebene herzustellen. Darüber hinaus stellt das Zusammenwirken der verschiedenen Instrumente sicher, dass Maßnahmen zur Stärkung des nachhaltigen Konsums im Laufe der Zeit – abhängig von ihrer Evaluierung – angepasst bzw. weiterentwickelt, sowie falls erforderlich, ggf. neue Maßnahmen identifiziert und geprüft werden

5.2 Fortschrittsbericht, Erfolgskontrolle und Beteiligung

Um den Fortschritt und Erfolg des Nationalen Programms für nachhaltigen Konsum sicherzustellen, ist eine regelmäßige Erfolgskontrolle und Aktualisierung vorgesehen. Im Einklang mit den zukünftigen internationalen Indikatoren zur Messung nachhaltiger Konsum- und Produktionsmuster im Rahmen der 2030 Agenda für nachhaltige Entwicklung sowie im Einklang mit der Weiterentwicklung der Nationalen Nachhaltigkeitsstrategie soll ein Indikatorensatz entwickelt werden, um die Fortschritte transparent bewerten zu können. Dies erfolgt mit Unterstützung eines Forschungsprojektes und wird in der Ressort-Arbeitsgruppe diskutiert. Ein Leitindikator könnte dann auch in der Nationalen Nachhaltigkeitsstrategie verankert werden.

Des Weiteren soll der Erfolg konkreter politischer Maßnahmen möglichst evaluiert werden oder schon im Vorfeld der allgemeinen Einführung in kleinerem Rahmen wissenschaftlich getestet werden – idealerweise im Rahmen von randomisiert kontrollierten Feldstudien.

Zudem wird geprüft, ob Maßnahmen der Bürgerbeteiligung (wie z. B. Bürgerkonferenzen) eingesetzt werden, um Ideen, Meinungen und Akzentuierungen von Bürgerinnen und Bürgern im Kontext des nachhaltigen Konsums zu identifizieren, die dann in den Fortschrittsbericht einfließen können.

Dokumentenname	01_Nationales Programm für nachhaltigen Konsum_endg_ID.doc
Ersteller	BMUB
Stand	16.02.2016 09:48