

**Empfehlungen des Rates für Nachhaltige Entwicklung  
an die Bundesregierung zur Fortführung des Pilot-Projektes  
„Nachhaltiger Warenkorb – Wegweiser zum zukunftsfähigen Konsum“**

**Vorbemerkung**

Die Konsum- und Produktionsweise ist zu Recht in den Fokus politischer Bemühungen zur nachhaltigen Entwicklung gerückt. Wenn industriell-westlich geprägte Konsummuster auf die ganze Erde übertragen würden, würden die Grenzen der ökologischen Tragfähigkeit der Erde weit überschritten. Globale Nachhaltigkeitspolitik muss an der Konsum- und Produktionsweise der Industrieländer ansetzen, weil nur dies den angestrebten Lenkungseffekt hat und weil Einsparungen im Konsum vor allen Dingen hier erforderlich sind.

Der UN-Weltgipfel in Johannesburg hat die notwendige nachhaltige Veränderung der Produktions- und Verbrauchsmuster in den Industriestaaten bekräftigt. Er hat ein 10-Jahres-Rahmenprogramm zur Veränderung von nicht nachhaltigen Konsum- und Produktionsmustern vereinbart. Das Programm baut neben der Entkopplung von wirtschaftlichem Wachstum und Umweltdegradation durch verbesserte Effizienz unter anderem auf Aufklärungs- und Informationsprogrammen für einen verantwortungsvollen Konsum auf.

Alle Akteure sind gefragt, ihrem Bekenntnis zum Leitbild der Nachhaltigkeit Taten folgen zu lassen.

Nachhaltigkeit ist nicht per staatlicher Ordnungspolitik allein zu erreichen. Der Staat kann und darf nicht festlegen, welches Produkt für den Verbraucher besser oder schlechter ist. Er muss sich darauf beschränken, Umwelt, Gesundheit und Sicherheit der Verbraucher zu schützen. Wertentscheidungen kann er dem Einzelnen nicht abnehmen. Er kann lediglich dafür sorgen, dass der Einzelne auch in die Lage versetzt wird, diese Entscheidungen auf informierter Basis zu treffen.

Um den Konsum nachhaltig zu verändern, muss auch auf der Nachfrageseite angesetzt werden; denn mit seinen Entscheidungen an der Ladentheke kann der einzelne nachfragende Konsument viel zu einer nachhaltigen Wirtschaftsweise beitragen.

**Das Pilotprojekt *Nachhaltiger Warenkorb***

Der Rat für Nachhaltige Entwicklung hat das Projekt *Nachhaltiger Warenkorb* initiiert und voran getrieben, um konkrete Schritte hin zu nachhaltigen Konsum- und Produktionsmustern in der Fortschreibung der nationalen Nachhaltigkeitsstrategie zu verankern. Neben der Entwicklung konkreter politischer Schritte sieht der Rat übergreifende und grundsätzliche Fragestellungen, die er in diesem Zusammenhang weiter aufgreifen wird. Zu nennen sind exemplarisch das Spannungsverhältnis zwischen der (Wahl)Freiheit des Einzelnen und der Vorgabe gesellschaftlicher Normen, zwischen dem Aufruf zum Verzicht und der Eröffnung neuer Möglichkeiten eines zukunftsfähigen Konsums, zwischen individueller Entscheidung und gesellschaftlicher Erwartung, zwischen rechtlich veranlasster Produktkennzeichnung und –haftung und dem freiwilligen Setzen von Verhaltensstandards. Letztlich wird auch der Wandel von Konsumoptionen und Lebensstilen als Folge der Auswirkungen des demografischen Wandels und die Zukunft eines nachhaltigen Wohlstandes zu bedenken sein. Das Projekt soll helfen, den Bezug von einzelnen Beiträgen der privaten und gewerblichen End-

verbraucher zu den gesellschaftlich fixierten Nachhaltigkeitszielen z.B. zur Reduktion von Energie- und Materialverbrauch deutlich zu machen.

Der *Nachhaltige Warenkorb* umfasst in Anlehnung an den Statistischen Warenkorb vorläufig sechs Konsumbereiche (Lebensmittel, Haushalt, Bekleidung, Mobilität, Tourismus und Finanzdienstleistungen) und bietet eine Übersicht über Güte-Siegel und andere Informationsquellen, die für nachhaltige Produktalternativen stehen. In einer mehrwöchigen Testphase ist der Warenkorb von rund 70 Haushalten praktisch erprobt worden. Die Auswertungsergebnisse wurden in Workshops sowohl mit Verbrauchern als auch mit Wissenschaft, Politik, Handel und Wirtschaft diskutiert.

Das Projekt *Nachhaltiger Warenkorb* verdeutlicht: Nachhaltig konsumieren bedeutet anders einkaufen, verbrauchen, nutzen, mobil sein – bewusst entscheiden. Neben dem Demonstrationscharakter hat das Projekt auch eine „Agenda-Setting“-Funktion. Der *Nachhaltige Warenkorb* ist eine Kommunikationsplattform, um die Grundfragen nachhaltigen Konsumverhaltens unter Einbezug der übrigen Akteure und Stakeholder zu diskutieren und dabei neben der Umwelt- und Agrarpolitik auch die Verkehrs-, Bau-, Wohnungs-, Energie-, Bildungs- und Forschungspolitik sowie die öffentliche Hand als Konsument anzusprechen.

## **Empfehlungen**

### **1. Projektträger**

Der Rat empfiehlt der Bundesregierung, das Projekt *Nachhaltiger Warenkorb* im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie zu unterstützen und einen nichtstaatlichen Projektträger mit der Fortführung des Projektes zu beauftragen. Ihm soll ein pluralistisch – zivilgesellschaftlich besetzter Beirat zur Seite gestellt werden, der die normativen Entscheidungen legitimiert.

Für die Fortführung des Projektes sieht der Nachhaltigkeitsrat folgenden weiteren Handlungsbedarf:

### **2. Konzeptionelle Weiterentwicklung**

Der *Nachhaltige Warenkorb* ist durch den Projektträger konzeptionell weiter zu entwickeln. Dabei ist insbesondere zu beachten:

- Differenzierung und Ergänzung der sechs Bedarfswelder (Sportgeräte etc.);
- Fortlaufende Überprüfung der derzeit vornehmlich auf bestehenden Gütesiegeln und Produkt-Kennzeichnungen beruhenden Bewertung von Produktgruppen;
- Schaffung von Informationsgrundlagen für die Beurteilung weiterer Produkte des „Warenkorbes“, für die es keine Gütesiegel o.ä. gibt;
- Beachtung sozialer Kriterien bei der weiteren Ausgestaltung;
- Einbindung der internationalen Dimension, so z.B. die europäische Ebene der Produktkennzeichnung sowie die entwicklungspolitische Bedeutung nachhaltigen Konsums im Bereich des Fair Trade;
- Konkretisierung der Verhaltensempfehlungen;

- Offenlegung der Zielkonflikte insbesondere zwischen Umweltstandards und ihrer sozialen Akzeptanz, beim erhöhten Zeitaufwand für ein differenziertes Einkaufen und oder hinsichtlich des Kostenfaktors;
- Verbesserung der Informationsgrundlagen zur Beurteilung der sozialen und Umweltauswirkungen des Konsums.

### **3. Kommunikation**

Der Nachhaltigkeitsrat regt an, das sehr hohe Kommunikationspotenzial des *Nachhaltigen Warenkorbes* gezielt zu nutzen. Die Aufmerksamkeit und das Interesse an Nachhaltigkeit muss gesteigert werden. Das gilt ganz allgemein, aber insbesondere auch für Aspekte der Produktionsprozesse und ihre Bezüge zur Nachhaltigkeit. Authentizität und Glaubwürdigkeit sind mit klassischen Werbemaßnahmen nicht zu gewährleisten. Ein Kommunikationskonzept sollte daher zielgruppen- und situationsspezifisch entwickelt werden und über die bisherigen Kommunikationsmaßnahmen des Projektes hinausgehen.

### **4. Bildung**

Der Bildung für eine nachhaltige Entwicklung muss mehr Wert zugemessen werden. Das Beispiel der über Jahrzehnte erfolgreichen Medienkampagne zur Verkehrserziehung gibt Anregungen für die Entwicklung von Film- und Fernsehmedien zum *Nachhaltigen Warenkorb*. Ferner wird angeregt, den Einkaufsführer zum Nachhaltigen Warenkorb modellhaft als Schulmaterial zu gestalten, um das Thema in die bildungspolitischen Bemühungen zur Förderung der Alltagskompetenz von Schülerinnen und Schülern (Kochen, Einkaufen, Informationsmündigkeit) einfließen zu lassen.

Die berufliche Aus- und Fortbildung muss Nachhaltigkeit und nachhaltigen Konsum aufnehmen. Die Beratungsqualität im Handel und in den Dienstleistungsbereichen ist ein wesentliches Element, um die Verbraucherinformation im Hinblick auf Nachhaltigkeit zu verbessern. Darüber hinaus sollte die nachhaltige Gestaltung der Beschaffungs-, Produktions- und Distributionsprozesse ein fester Bestandteil der beruflichen Bildung werden.

Der Nachhaltigkeitsrat empfiehlt der Bundesregierung, den *Nachhaltigen Warenkorb* als Kernelement für einen Bericht zur Alltagskompetenz der Konsumenten heranzuziehen.

### **5. Partizipativer Dialogprozess**

Die Fortführung des Projektes muss durch einen partizipativen Dialogprozess zum nachhaltigem Konsum begleitet werden. Der Konsum unterliegt ständigen Veränderungsprozessen; neue Produkte und Konsumweisen kommen hinzu, alte fallen weg oder werden modifiziert. Das Informationsangebot für die Konsumenten sollte mit einem Diskussionsforum für Verbraucher im Internet verbunden werden. Auf einer solchen Plattform sollten auch die Informationsangebote von Unternehmen und anderen Akteuren eingebunden werden.

Der Nachhaltigkeitsrat regt an, ein jährlich tagendes Forum „Nachhaltiger Warenkorb“ einzurichten, um hier einen Gedanken- und Meinungsaustausch zu übergeordneten Fragen der Verbraucherpolitik und der Nachhaltigkeit, Zielkonflikte und neue Denkansätze mit Akteuren der Umwelt- Entwicklungs- und Verbraucherverbände, der produzierenden Wirtschaft und der Bauern, des Handels, der Dienstleistungsunternehmen sowie des Staates zu erörtern.

## 6. Indikatoren

Der Rat regt die Prüfung an, inwieweit die im *Nachhaltigen Warenkorb* zusammengestellten Prüfsiegel und Gütezeichen als Grundlage genutzt werden können, um die sozial-ökologische Signifikanz des privaten Konsums zu erheben und seine Veränderung zu messen. Ziel ist es, einen Indikator für nachhaltigen Konsum zu schaffen.

Der Rat begrüßt die Bereitschaft des Statistischen Bundesamtes, die Veränderungen im Verbraucherverhalten im Sinne des *Nachhaltigen Warenkorb* zu berichten.

Der Rat empfiehlt ferner, den *Nachhaltigen Warenkorb* mit seinen angesprochenen Konsumbereichen in die jeweils entsprechende Ressortberichterstattung der Bundesministerien einfließen zu lassen und dabei insbesondere auch die öffentliche Beschaffung auf Bundesebene darzustellen.

## 7. Normung

Die Grundlagen für die Produktkennzeichnung sind zu verlässlichen Erkennungszeichen für nachhaltig erzeugte Produkte fortzuentwickeln, um die Qualität der Informations- und Entscheidungsgrundlagen für den Verbraucher zu verbessern. Der Rat schlägt vor, seitens der Bundesregierung ein Normungsvorhaben für Nachhaltigkeitszeichen auf der ISO Ebene zu initiieren und möglichst auf EU-Ebene abzustimmen. Eine solche Verfahrensnorm soll prozedurale Kriterien vorgeben, nach denen Kennzeichnungssysteme im Sinne der Nachhaltigkeit zu entwickeln sind. Die Bundesregierung muss die Voraussetzung für eine vollständige Beteiligung der gesellschaftlichen Gruppen an der Normung gewährleisten.

## 8. Begleitforschung

Der Rat empfiehlt eine sozialökologische Begleitforschung zur Analyse von Kosten und Nutzen eines nachhaltigen Konsums sowie des Zeitbudgets und der Auswirkungen auf den sozialen Zusammenhalt. Darüber hinaus sollten Indikatoren für nachhaltigen Konsum entwickelt werden, mit denen sich Beiträge zu Zielen der Nachhaltigkeit quantitativ darstellen lassen.

## 9. Netzwerke

Der Rat macht darauf aufmerksam, dass es eine Vielzahl von Projekten lokaler bürgerschaftlicher Initiativen, auf kommunaler Ebene, seitens der Wissenschaft sowie von gewerblichen Aktivitäten zur Gewinnung von Konsumenten gibt, die einzelne Aspekte des *Nachhaltigen Warenkorb* bereits erfolgreich aufgreifen. Eine gezielte Förderung sowie eine Bündelung dieser Vielzahl von Akteuren im Sinne eines Netzwerks unter dem Dach des *Nachhaltigen Warenkorb* würde die Umsetzung nachhaltiger Produktions- und Konsumweisen stärken.