

## **Fonds Nachhaltigkeitskultur**

Worum geht es bei...

### **Esskultur und Nachhaltigkeit?**

Esskultur ist nicht nur „gutes Benehmen am Tisch“, „der Sonntagsbraten mit der Familie“ oder „Fast Food“ und „Essen to go“. Im Zusammenhang mit der nachhaltigen Entwicklung beziehen wir die Herstellung von Lebensmitteln, ihre Weiterverarbeitung, Angebotsformen und Konsum, aber auch Ernährungsbildung und ernährungsbedingte Gesundheit ein. Unsere Sicht bezieht sowohl die materiellen Fragen ein als auch die Fragen der Infrastruktur, soziale und gesellschaftliche Entscheidungen, die unsere Einstellung und unser Verhalten z.B. bei der Außerhausverpflegung, in Kantinen und Großküchen, das heißt zu Hause und unterwegs beim Umgang mit natürlichen Lebensgrundlagen (mit)prägen. Wissen, Information, Entdeckungen, Emotionen gestalten das moderne Produktions- und Konsumverhalten ebenso wie Technik und Herstellungsmethoden. Projekte des Fonds Nachhaltigkeitskultur sollen Wege und Initiativen aufzeigen, diese nachhaltig zu gestalten.

Das globale Nachhaltigkeitsziel (Sustainable Development Goal, SDG) Nr. 12 - Nachhaltige/r Konsum und Produktion – zielt auf die notwendige Veränderung unserer Lebensstile und Wirtschaftsweisen ab. Mit universeller Bedeutung fordert es von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft einen durchgreifenden Wandel im politischen Süden wie in den industrialisierten Staaten. Insbesondere Deutschland als einem führenden Industrieland kommt dabei eine wichtige Rolle für die weltweite Entwicklung nachhaltiger Konsum- und Produktionsmuster zu.

Die Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie legt die Herausforderungen für Deutschland dar, welche sich aus den SDG und damit der Verpflichtung auf eine nachhaltige Entwicklung ergeben. Hinsichtlich einer Transformation zur Nachhaltigkeit stehen wir erst am Anfang. Veränderungen sind an vielen Stellen nötig. Die Einrichtung des Fonds Nachhaltigkeitskultur signalisiert, dass kulturelle Aspekte der Nachhaltigkeit stärker als bisher berücksichtigt werden müssen. Ohne die Schaffung eines Bewusstseins zur Nachhaltigkeit in der Gesellschaft ist die Transformation nicht zu bewerkstelligen. Der Kunst und Kultur und der Kreativwirtschaft werden dabei besondere Rollen zugeschrieben. Es ist zu erwarten, dass mit diesem Fokus neue Lösungswege aufgezeigt und bestehende, nicht nachhaltige Denkmuster durchbrochen werden können. Akteure, Sektoren und Lebensbereiche, auch aus unterschiedlichen Lebensumgebungen sollen zusammenkommen, innovativ zusammenwirken und positive Herangehensweisen zur nachhaltigen Entwicklung fördern. Dabei gilt es, Vielfalt zu ermöglichen und zu stärken. Bei allen notwendigen Besonderheiten von Zielgruppen und konkreten Umständen ist das kulturell Gemeinsame, z.B. von Interventionen gegen Lebensmittelverschwendung und für die Verminderung von Nahrungsmittelabfällen, herauszustellen.

Nachhaltiger Konsum liegt deutlich im Trend, dominiert aber noch nicht das Verhalten der Konsumenten und das Angebot am Markt. Laut einer Befragung der Gesellschaft für Konsumforschung im Auftrag des Rates für Nachhaltige Entwicklung aus dem Jahr 2016 ist eines der größten Hindernisse für Verbraucher nachhaltig zu konsumieren, neben den höheren Preisen, vor allem die Routine. Verbraucher kaufen am liebsten das, was sie kennen. Der Verbraucher wählt aus einer Vielzahl von Möglichkeiten aus, abhängig von unterschiedlichen Voraussetzungen, Bedingungen und Werten. Welche Routinen der Verbraucher verfolgt und welche „Esskultur“ ggf. daraus abzuleiten ist, wird ebenfalls geprägt von sozialen, ethischen und kulturellen Normen und von praktischen Gelegenheiten. Diese sind veränderbar, wie das Entstehen neuer Angebote und Nachfrage zeigt. Alltags- und Konsumkompetenzen können sich entwickeln.

Fehlendes nachhaltiges Handeln wird häufig durch mangelnde Sichtbarkeit der Auswirkungen des Konsums erklärt. Die Produktion von Agrargütern und die Gewinnung von Rohstoffen, die Bedingungen beim Arbeiten und die Auswirkungen auf die Umwelt erfahren die Endkunden nicht unmittelbar und meist nicht einmal mittelbar, weil Informationen ausbleiben oder zu kompliziert angeboten werden. Auch direkte Auswirkungen des Klimawandels auf die Agrarproduktion sind z.B. für die Menschen in Europa kaum spürbar. Transparenz und Sichtbarkeit können die öffentliche Aufmerksamkeit fördern, sind aber allein auch kein Allheilmittel, wie die praktische Erfahrung zeigt. Der Fonds will bewährte Ansätze stärken und auch neue Wege gehen, eine gesellschaftliche Transformation zu mehr Nachhaltigkeit anzuregen und zu begleiten.