



Rat für
NACHHALTIGE
Entwicklung



Konsum und Nachhaltigkeit

Wie Nachhaltigkeit in der Konsumgesellschaft
käuflich und (er)lebbar wird.

Eine Aufgabe für Politik, Wirtschaft, Bürgerinnen
und Bürger.

Was ist Nachhaltigkeit?

Nachhaltige Entwicklung heißt, Umweltgesichtspunkte gleichberechtigt mit sozialen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten zu berücksichtigen. Zukunftsfähig wirtschaften bedeutet also: Wir müssen unseren Kindern und Enkelkindern ein intaktes ökologisches, soziales und ökonomisches Gefüge hinterlassen. Das eine ist ohne das andere nicht zu haben.



Inhalt

Die Empfehlungen

1	Das Leitbild	2
2	Was die Bundesregierung sofort tun kann	6
3	Was die Bundesregierung mittelfristig auf den Weg bringen kann	7
	Ein verlässlichen Indikator für nachhaltigen Konsum festlegen Die Verlässlichkeit von Nachhaltigkeitskennzeichen erhöhen Wirtschaftliche Rahmenbedingungen richtig setzen Konkrete Schritte in der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie	
4	Gesellschaft und Konsum. Neue Ziele setzen	13
	Gesundheit und nachhaltige Lebensstile Kompetenzen für klugen Konsum Neue Modelle für das Zusammenleben der Generationen Dialog für eine nachhaltige Entwicklung Neue Preispolitik für Nachhaltigkeit im Wettbewerb Neue Geschäftsmodelle für eine ressourcenneutrale Wirtschaft	
5	Hintergrund der Empfehlungen	22
	Warum diese Empfehlung? Der Mensch ist mehr als das, was er konsumiert, und Konsum ist mehr als das, was Menschen kaufen	
	Anhang	25

Ergebnisbericht zur Kreativwerkstatt Nachhaltiger Konsum

1	Ausgangspunkt	28
2	Ablauf	29
3	Ergebnisse der Kreativwerkstatt Nachhaltiger Konsum	30
	3.1 Nachhaltige Lebensmittelversorgung Kreativwerkstatt Lebensstile Kreativwerkstatt Geschäftsmodelle „Lebensmittelversorgung“ Kreativwerkstatt Gemeinschaft und Produkte 2050	
	3.2 Freizeit und Mobilität Kreativwerkstatt Lebensstile Kreativwerkstatt Geschäftsmodelle „Mobilität“ Kreativwerkstatt Gemeinschaft und Produkte 2050	
	3.3 Wohnen der Zukunft Kreativwerkstatt Lebensstile Kreativwerkstatt Geschäftsmodelle „Wohnen“ Kreativwerkstatt Gemeinschaft und Produkte 2050	
4	Die Mini-Delphi-Befragung	43
	4.1 Methode, Durchführung und Befragungsinhalte	
	4.2 Ergebnisse Szenarien zur nachhaltigen Lebensmittelversorgung Szenarien zu Freizeit und Mobilität Szenarien zum Wohnen der Zukunft	

1 Das Leitbild

Bisher denken wir bei „Konsum“ ausschließlich an „Verbrauch“. Und Verbraucherpolitik belohnt Verbrauch. Dieses Verständnis greift viel zu kurz.

Eine Wirtschaftsweise und eine Konsumkultur, die natürliche Ressourcen vernutzt und sie nach Gebrauch nicht in den Naturkreislauf zurückgibt, sind ebenso wenig zukunftsfähig wie ungerechte Arbeitsbedingungen und unfairer Warenaustausch im Handel.

Konsum wird dann zukunftsfähig, wenn Einwegdenken durchbrochen wird. Natürliche Ressourcen müssen im Kreislauf geführt werden. Ein zukunftsfähiger Lebensstil umfasst den Kauf der dafür „richtigen“ Produkte, einen „anderen“ Konsum und den bewussten Nicht-Konsum. Verzicht ist kein Unwort, sondern seit Urgedenken eine menschliche Tugend. „Verzicht“ ist durch die Konsumkultur aus der Mode gekommen. Zu Unrecht. Jeder bewussten Kaufentscheidung geht die Frage voraus: „Was brauche ich wirklich und was nicht?“

Das Leitbild für nachhaltiges Wirtschaften, Produktion und Konsum ist die Ressourcenneutralität in sozialer Gerechtigkeit. Unsere Produktions- und Konsummuster sind erst dann weltweit übertragbar und im umfassenden Sinne ökologisch, gesellschaftlich und wirtschaftlich nachhaltig, wenn wir der Natur nicht mehr Rohstoffe entnehmen, als nachwachsen können.

Nachhaltiger Konsum unterscheidet sich von dem immer noch vorherrschenden Konsum dadurch, dass man die mit der Produktion und Nutzung von Gütern verbundenen ökologischen und sozialen Probleme vermeidet oder verringert, sodass die Art und Weise der Produktion und der Nutzung von Gütern räumlich und zeitlich übertragbar wird. Den Einstieg kann jeder Mensch schaffen. Anregungen hierfür gibt „Der Nachhaltige Warenkorb“ des Rates für Nachhaltige Entwicklung. www.nachhaltiger-warenkorb.de

Auch mit Perspektive auf die Auswirkungen des Klimawandels müssen wir die Bedürfnisse kommender Generationen im Konsum von heute berücksichtigen.

Das Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) weist darauf hin, dass die globale Klimaerwärmung die Grenze von 2°C nicht überschreiten darf, wenn mit hoher Sicherheit ausgeschlossen werden soll, dass es zu ökologisch gravierenden und die Sicherheit der Menschen bedrohenden Umweltveränderungen kommt. Diesen Grundsatz haben beim Weltwirtschaftsgipfel in L'Aquila im Juli 2009 die Regierungschefs der G20-Staaten anerkannt. Das Ziel, die globale Erwärmung auf 2°C zu begrenzen, ist eine wichtige Grundlage, um Klimaschutzziele zu konkretisieren und Maßnahmen festzulegen, um Treibhausgase und auch andere klimaschädliche Wirkungen durch die Landnutzung einzudämmen.

Momentan werden pro Kopf in Deutschland im Durchschnitt 10,6 Tonnen CO₂ emittiert. Verteilt man die bis zum Erreichen der 2°C-Schwelle rechnerisch noch mögliche Treibhausgasemission auf alle Menschen (ein gleiches Emissionsrecht pro Kopf der Weltbevölkerung angenommen), ergibt sich ein Emissionsrecht von jährlich 2 Tonnen CO₂ pro Kopf.

Dies ist nur scheinbar ein weit entferntes, fast illusorisches Ziel. Tatsache ist, dass in den industrialisierten Staaten schon heute ein CO₂-armer Lebensstil möglich ist, mit modernen Techniken zur Wärmedämmung, energieeffizienter Mobilität, der Nutzung von erneuerbaren Energien, aber auch durch einen bewussten Konsum.

Viele Menschen kommen heute schon einem klimagerechten Lebensstil nahe, ohne sich dessen bewusst zu sein. Wer heute eine Wohnung in einem gut gedämmten Haus mit moderner Warmwasserbereitung bewohnt, nur ab und zu und nie allein Auto fährt und sich vorwiegend von pflanzlichen Lebensmitteln ernährt, konsumiert klimafreundlicher als der Durchschnitt.

„Nachhaltigkeit im Konsum“ hat Konjunktur, sei es durch die wachsende Nachfrage zum Beispiel nach Bio-Lebensmitteln, nachhaltigen Geldanlagen oder nachhaltigen Tourismusangeboten. Individuell nachhaltige Kaufentscheidungen stehen jedoch in Kontrast zur allgemeinen Wirtschaftspolitik.

Besonders in konjunkturschwachen Phasen werden Fehlorientierungen offenbar. Übersteigertes Wachstum um seiner selbst willen und die Blindheit des Marktes gegenüber Langfristkosten sind eine Ursache der

Wirtschafts- und zum Teil auch der Klimakrise. Deshalb ist die Politik gefragt, die staatlichen Rahmenbedingungen für alle Marktteilnehmer zu verändern.

Das Politikfeld nachhaltiger Konsum ist wesentlich für die Glaubwürdigkeit nationaler Nachhaltigkeitspolitik. Der Durchbruch wäre, wenn die Ziele einer nachhaltigen Entwicklung auch zur wirtschaftspolitischen Leitschnur und damit zur Orientierung für Investitionen, Forschung und Entwicklung auf Unternehmensseite würden. Zum Regelfall (Business Case) im Alltagsgeschäft von Unternehmen wird Nachhaltigkeit erst dann, wenn am Markt ressourcenarme Produkte und Dienstleistungen breitenwirksam angeboten und gekauft werden.

Die Politik hat einen wirksamen Hebel, um hier zu helfen. Mit ihrer Marktmacht könnte sie durch vorbildliches Wirtschaften entsprechende Rahmenbedingungen für den Markt schaffen. Ein erster Schritt ist die verbindliche Orientierung der öffentlichen Beschaffung an den Zielen einer nachhaltigen Entwicklung¹.

„Die öffentlichen Auftraggeber müssen auch bei der Umsetzung nachhaltiger Konsum- und Produktionsmuster ihrer Vorbildfunktion gerecht werden. [...] Die Glaubwürdigkeit der deutschen Nachhaltigkeitspolitik bemisst sich auch daran, wie die öffentliche Hand als Investorin und Konsumentin agiert.“

Aus der Empfehlung des Rates für Nachhaltige Entwicklung an die Bundesregierung „Glaubwürdig – wirtschaftlich – zukunftsfähig: Eine moderne Beschaffungspolitik muss nachhaltig sein“, texte Nr. 23, Berlin 2008, S. 4.

¹ Rat für Nachhaltige Entwicklung: Glaubwürdig – wirtschaftlich – zukunftsfähig: Eine moderne Beschaffungspolitik muss nachhaltig sein – Empfehlungen des Rates für Nachhaltige Entwicklung an die Bundesregierung, Berlin 2008.

Die Bundesregierung hat das Ziel der nachhaltigen Entwicklung bereits 2001 als politische Strategie etabliert. Sie sieht ein großes Potenzial, dieses Ziel zu einem gemeinsamen Anliegen von Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Bürgerinnen und Bürgern zu machen. Eine dauerhaft tragfähige gesellschaftliche, wirtschaftliche und ökologische Entwicklung liegt auch im langfristigen Eigeninteresse der Akteure.

Wichtiges Ziel der zuletzt 2008 aktualisierten Nachhaltigkeitsstrategie ist beispielsweise, bis 2020 die Energieproduktivität und die Rohstoffproduktivität zu verdoppeln. International wird das Prinzip der gemeinsamen, aber differenzierten Verantwortlichkeit der Staaten als ein Eckstein der nachhaltigen Entwicklung bezeichnet („principle of common but differentiated responsibility“). Das gilt auch auf nationaler Ebene. Eine gemeinsame, aber differenzierte Verantwortung für Konsumpolitik zur nachhaltigen Entwicklung erstreckt sich auf Politik, Unternehmen, Wissenschaft und die Bürgerinnen und Bürger.

2 Was die Bundesregierung sofort tun kann

Die Bundesregierung sollte ein Signal setzen und im eigenen Bereich für das Bewusstsein werben, alle Kauf- und Beschaffungsentscheidungen mit dem Kriterium Nachhaltigkeit zu treffen. Einige Ansatzpunkte:

- Bei der Neubeauftragung von Cateringleistungen und Kantinenbetreibern sollte die Verwendung von Lebensmitteln von biologischen, regionalen und fair gehandelten Produkten Bedingung sein.
- Bei Tagungen und Konferenzen der Bundesregierung sollte Leitungswasser statt in Flaschen abgefülltes Wasser angeboten werden. Damit würden die gute Qualität der Wasserversorgung in Deutschland anerkannt und zugleich Kosten gespart werden.
- Eine ressortübergreifende Kommunikationskampagne sollte das eigene Engagement der Bundesverwaltung herausstellen und zur Mitarbeit aufrufen.
- Ein Forschungsprogramm zu nachhaltigen Innovationszyklen und zum Verfahren der Stimulierung der Nachfrage der Bürgerinnen und Bürger sollte zu einem Dialog zur nachhaltigen Wirtschaft beitragen.
- Aufnahme des Themas in die Arbeiten an einer Charta für nachhaltiges Wirtschaften.

Die Bundesregierung ist auf dem Weltgipfel in Johannesburg 2002 eine internationale Verpflichtung eingegangen, nachhaltige Produktions- und Konsummuster mit einem nationalen Aktionsplan voranzubringen. Die Umsetzung dieser Verpflichtung in konkrete Maßnahmen steht seit bereits sieben Jahren aus.



3 Was die Bundesregierung mittelfristig auf den Weg bringen kann

3.1 Einen verlässlichen Indikator für nachhaltigen Konsum festlegen

Ohne nachhaltigen Konsum wird es keine nachhaltige Entwicklung geben. Das sollte sich in der Nachhaltigkeitsstrategie widerspiegeln. Die Entwicklung eines Indikators für nachhaltigen Konsum in Deutschland ist nötig. Vorübergehend mögen die durchschnittlichen CO₂-Emissionen pro Kopf als Ersatz verwendet werden.

Wichtiges methodisches Element für einen Indikator ist die Bilanzierung von „CO₂-Fußabdrücken“. Die methodische Entwicklung ist bereits weit vorangekommen. Es liegen Bilanzen für Staaten, Unternehmen und Produkte vor. Aber noch sind die Berechnungsmaßstäbe und -verfahren zu unterschiedlich. Die Politik ist am Zug, um einen global gültigen Ansatz festzulegen.

Der Indikator sollte auch festlegen, ob und wie „virtuelles CO₂“ einzu-beziehen ist. Ähnlich dem „virtuellen Wasser“², das in der globalen Produktionskette indirekt verbraucht wird, kann es zu „virtuellen CO₂-Importen“ durch die Einfuhr von industriell gefertigten Gütern aus der ganzen Welt kommen oder aber zu CO₂-Exporten durch die Verlagerung von Produktionsstätten in ärmere Länder mit niedrigeren Umweltauflagen.

2 „Virtuelles Wasser“ ist die Menge Wasser, die verbraucht wird, um ein Produkt herzustellen – bei Agrarpflanzen zählt zum Beispiel die künstliche Bewässerung dazu, bei Textilien das Wasser zum Bleichen sowie die Abwässer, die bei der Produktion anfallen. Um ein Auto herzustellen, werden durchschnittlich 400.000 Liter Wasser verbraucht – für ein Kilogramm Röstkaffee sind es ca. 21.000 Liter. Die Produktion eines Liters Apfelsaft verursacht einen Wasserverbrauch von etwa 950 Litern.

3.2 Die Verlässlichkeit von Nachhaltigkeitskennzeichen erhöhen

Im Datenmeer der heutigen Informationsgesellschaft ist es für die Kommunikation entscheidend, durch qualitativ herausragende, besonders gut verständliche Informationen verlässliche Orientierungshilfen für die Nachhaltigkeit von Produkten zu geben – mit dem Ziel, dass Menschen nachhaltig produzierte Güter leichter identifizieren und nachfragen können. Die aktuelle Vielzahl von Nachhaltigkeits-Labeln für Produkte wird dem nicht immer gerecht.

Die Bundesregierung sollte daher einen Rahmen für Anforderungen an Nachhaltigkeitskennzeichen auf Produkten, die sogenannten Label oder Siegel, schaffen. Zentral sind die Anforderungen an Transparenz und Glaubwürdigkeit, etwa durch externe Zertifizierung. Eine Möglichkeit ist, diese Anforderungen in das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb aufzunehmen. Durch eine höhere Glaubwürdigkeit wird auch die Nachfrage nach gekennzeichneten Produkten vergrößert.

Der Rat für Nachhaltige Entwicklung hat in der dritten komplett überarbeiteten Neuauflage des *Nachhaltigen Warenkorb*³ die Berücksichtigung von ökologischen und/oder sozialen Kriterien durch die verschiedenen Siegel bewertet. Wir sehen dies als einen ersten Beitrag, Bürgerinnen und Bürgern einen Überblick über die Aussagekraft der Siegel zu verschaffen und die Siegelorganisationen zur Weiterentwicklung ihrer Kriterien anzuapornen. Hier besteht noch viel Raum für Verbesserungen.

3.3 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen richtig setzen

Konsum- und Produktionsmuster bedingen einander. Unternehmen stehen in einem globalen Wettbewerb. Dieser umfasst auch die besten Nachhaltigkeitslösungen. Vorreiterunternehmen, die mit innovativen Waren und Dienstleistungen Erfolg haben, zeigen neue Marktchancen auf und haben das Potenzial, die Wirtschaft insgesamt in Richtung

³ Rat für Nachhaltige Entwicklung: Der Nachhaltige Warenkorb. Einfach besser einkaufen. Ein Ratgeber. Berlin 2009.

Nachhaltigkeit weiterzuentwickeln – damit Menschenrechte und die Belastbarkeit der Umwelt weltweit geachtet und unerwünschte Effekte nicht in andere Teile der Welt exportiert werden.

Das hat sich in politischen Programmen und Aktionsplänen anderer Länder und auf europäischer wie globaler Ebene bereits niedergeschlagen. Der Rat für Nachhaltige Entwicklung empfiehlt,

- den Wettbewerb um Nachhaltigkeitslösungen für Produkte zu stärken sowie
- verbindliche Richtlinien zur Förderung des nachhaltigen Konsums zu schaffen.

In der Vergangenheit hat die Politik auf Skandale z. B. im Lebensmittelbereich sehr zu Recht mit gesetzgebenden Regelungen reagiert. Wo es mehr um Vorsorge gehen muss und wo Schadenszusammenhänge weniger offensichtlich sind, wie im Bereich Automobilität, entbehrt der Ordnungsrahmen entsprechender Regelungen.

Die Umstellung der Kfz-Steuer auf CO₂-Basis, die zum 01. Juli 2009 in Kraft getreten ist, ist ein erster Schritt in diese Richtung. Die Einigung auf europäischer Ebene, der Automobilindustrie bis zum Jahr 2010 ein Flottenverbrauchsziel von 130 g CO₂ pro Kilometer vorzugeben, ist allerdings nicht befriedigend im Sinne einer Lenkungswirkung auf Ressourcen verbrauchende Technologien.

Die Stärkung nachhaltiger Konsum- und Produktionsmuster kann auf den verschiedenen Ebenen des Staates und der Kommunen erfolgen, insbesondere durch

- die Einführung einer Steuer auf natürliche Ressourcen, die Sparsamkeit und Effizienz honoriert⁴;
- die optimale Verknüpfung verschiedener Verkehrsmittel, den Ausbau des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) sowie die Erweiterung der Möglichkeiten, Autos zu nutzen, ohne sie zu besitzen;

⁴ Vgl. Nachhaltig aus der Krise. Analyse möglicher Beiträge einer ökologischen Finanzreform, Gutachten vom Ecologic Institut und DIW im Auftrag des Rates für Nachhaltige Entwicklung, texte Nr. 28, Berlin 2009.

- die Einführung des Top-Runner-Ansatzes: die Produktion energieineffizienter Geräte verbieten, die mehr als drei Energieklassen schlechter sind als die besten ihrer Klasse. Ziel ist eine kontinuierliche Innovation, die Produkte an die sich dynamisch entwickelnden Standards anpasst und die Markteinführung von Innovationen beschleunigt;
- die Kontrolle und Verfolgung bei Fehlverhalten (z.B. bei Verstößen gegen das Lebensmittelrecht). Sie sollte intensiviert und die Umsetzung des Verbraucherinformationsgesetzes weiter verbessert werden, um besser als bisher Informationen über Geschäftspraktiken zugänglich zu machen.

Wenn Entwicklungs- und Folgekosten von der Allgemeinheit getragen werden, statt in die Produkte eingepreist zu werden, sind die Anreize falsch gesetzt. Unternehmen, die umwelt- und sozial gerecht produzieren wollen, fürchten, dass sie durch die höheren Kosten Wettbewerbsnachteile erleiden. Abhilfe können soziale und ökologische Mindeststandards für Güter und Dienstleistungen schaffen. Die Standards für deren Herstellung und Angebot müssen dynamisch sein und der Entwicklung entsprechend weiter angehoben werden können. Diese Mindeststandards legen der deutsche Staat oder wirtschaftspolitische Institutionen wie die der Europäischen Union fest.

Nachhaltige Konsumpolitik soll stärker als bisher Impulse für einen Innovationsprozess geben, der den Schutz der Umwelt und die Interessen zukünftiger Generationen berücksichtigt. Dafür ist die Ausweitung der Nachhaltigkeitsorientierung auf das gesamte Unternehmen und die gesamte Wertschöpfungskette erforderlich. Dazu gehören die Umsetzung der Qualitäts-, Umwelt- und Sozialmanagementsysteme auf allen Ebenen des Unternehmens und die Beachtung der wesentlichen Nachhaltigkeitsanforderungen von der Produktentwicklung bis zur Vermarktung und Entsorgung. Elementar im Sinne der Glaubwürdigkeit ist, dass Unternehmen ihre Bemühungen um Nachhaltigkeit transparent machen, etwa indem sie in Nachhaltigkeitsberichten⁵ Auskunft über Ziele und Zielkonflikte geben.

5 Der Rat für Nachhaltige Entwicklung unterstützte 2009 gemeinsam mit dem Bundesministerium für Arbeit und Soziales das Ranking der Nachhaltigkeitsberichte des Instituts für Ökologische Wirtschaftsforschung und von future e. V., in dem der Informationsgehalt von Nachhaltigkeitsberichten aus Konzernen und mittelständischen Unternehmen auf den Prüfstand gestellt wird. Informationen unter: www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de

Unternehmen, die sich auf Zukunftsmärkte ausrichten, entwickeln früher als ihre Konkurrenten nachhaltige Produktinnovationen. Vorreiterunternehmen wird angeraten, sich stärker als bisher und branchenübergreifend für den Wettbewerb der Nachhaltigkeitslösungen einzusetzen.

Oft verlangt die Nachhaltigkeit neuer Produkte und Dienstleistungen, dass Grenzen im Denken und Handeln überschritten werden. Dies kann am besten durch neue Nachhaltigkeitspartnerschaften für Best-Practice-Projekte gelingen.

3.4 Konkrete Schritte in der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie

Die Nachhaltigkeitsstrategie⁶ der Bundesregierung gibt Wirtschaftspolitik, Unternehmen und Zivilgesellschaft Orientierung für zukunftsfähige Handlungsweisen, die der Rat für Nachhaltige Entwicklung mit Nachdruck unterstützt. In seinen Forderungen geht er jedoch weiter als die Formulierungen in der Nachhaltigkeitsstrategie:

- Energieeffizienz und erneuerbare Energien.
- Eine Ausweitung der ökologisch und sozial fairen Landwirtschaft und eine ressourcenleichte und die Natur schonende konventionelle Landwirtschaft, die der Gesellschaft nachhaltig erzeugte Endprodukte anbietet.
- Ein intelligenter Mobilitätsmix von öffentlichem Personennahverkehr, Fernverkehr und individueller Mobilität.
- Nachhaltiges Bauen und Sanieren im Bestand mit dem Ziel, den Flächenverbrauch zu reduzieren und von Energie verbrauchenden Gebäuden zu Energie produzierenden Gebäuden zu kommen.

⁶ Fortschrittsbericht 2008 zur nationalen Nachhaltigkeitsstrategie. Für ein nachhaltiges Deutschland. Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, Berlin 2008.

- Eine konsequente industrielle Kreislaufwirtschaft, bei der in der Produktion verwendete Ressourcen zu möglichst 100 Prozent rückgewonnen und wieder in die Neuproduktion eingespeist werden. Die vorherrschende Einwegwirtschaft ist nicht zukunftsfähig und führt zu großen Entsorgungsproblemen mit negativen sozialen und ökologischen Folgen.
- Die Erarbeitung einer CSR-Strategie für die relevanten Politikbereiche im CSR-Forum der Bundesregierung⁷.

„Die Bundesregierung sollte die Bemühungen der Wirtschaft zur Profilierung von unternehmerischer Verantwortung stärker unterstützen. [...] Die nationale Nachhaltigkeitsstrategie ist der geeignete Ort, um Fortschritte zum Nachhaltigkeitsmanagement und zur unternehmerischen Verantwortung aufzugreifen. Mit ihrer Berichterstattung, dem Monitoring und der Fortschreibung bietet sie einen guten Rahmen, um den Prozesscharakter des CSR-Profiles zu unterstreichen, einen politischen Resonanzboden für gute Beispiele zu bilden und zugleich neue Partnerschaften für übergreifende und ambitionierte Projekte anzuregen. Der RNE bietet an, bei der weiteren Ausgestaltung eine Rolle zu übernehmen.“

Aus der Empfehlung des Rates für Nachhaltige Entwicklung zur unternehmerischen Verantwortung in einer globalisierten Welt, texte Nr. 17, September 2008, S. 7 f.

⁷ Siehe www.csr-in-deutschland.de, Webseite des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales zum nationalen CSR-Forum [15.10.2009].

4 Gesellschaft und Konsum. Neue Ziele setzen

4.1 Gesundheit und nachhaltige Lebensstile

Gesundes Leben begünstigt Zufriedenheit und Lebensfreude. Ein gesunder Lebensstil trägt zu einem guten Leben bei, und nachhaltiger Konsum ist ein Aspekt davon. Die Frage nach dem gesunden Leben kommt bislang in der Diskussion um nachhaltigen Konsum zu wenig vor. Das ist nicht zuletzt angesichts stetig steigender Gesundheitskosten und überforderter Gesundheitssysteme unverantwortlich. Die Verbindung der gesundheitspolitischen Debatte mit der Debatte um nachhaltigen Konsum ist besonders wichtig. Mit der Verknüpfung beider Themen bekäme das Thema nachhaltiger Konsum verstärktes politisches Gewicht. Eine gestärkte Eigenverantwortung der Bürgerinnen und Bürger stärkt zugleich die solidarische Gesamtverantwortung für den Schutz der je Schwächeren. Fahrlässige Selbstschädigung und Selbstvernachlässigung, die die Solidargemeinschaft belasten, sollen im Krankensicherungssystem neu geregelt werden.

4.2 Kompetenzen für klugen Konsum

Soll nachhaltige Entwicklung gelingen, brauchen wir Bewusstsein für ihre Ziele und eine gesellschaftliche Kultur der Nachhaltigkeit in allen Teilen der Bevölkerung. Bildung spielt dabei die zentrale Rolle, etwa für die Fähigkeit, die zeitliche Perspektive zu erweitern und dadurch Bewusstsein für die Wirkungen von persönlichem Handeln in der Zukunft zu schaffen. Diese Kompetenzen müssen nicht nur in Schulen, sondern in Familien, im Berufsleben und im Zusammenleben der Menschen entwickelt werden. Wir brauchen in der Auseinandersetzung um Nachhaltigkeit mehr Mut zur offenen Diskussion ohne Tabus. Besonders angesichts der Schattenseiten der Wohlstandsgesellschaft sollten die positiven Aspekte des freiwilligen Verzichts wie Freiheit, Genuss und Freude betont werden.

Von den „Grenzen des Wachstums“⁸ des Club of Rome bis heute wird an vielen Stellen darüber debattiert, wie eigentlich das Verhältnis von wirtschaftlicher Entwicklung und Umweltschutz, von gesellschaftlichem und individuellem Wohlstand – hier und weltweit – ist. Diese Werte müssen immer wieder austariert werden. Schwarz-Weiß-Bilder überzeugen nicht. Menschen haben Freiheiten und Pflichten gleichermaßen. Alle müssen lernen, Werte und Verantwortung zu bestimmen, Prioritäten zu setzen und selbst aktiv zu werden. Das ist das demokratische Prinzip für Politik, Wirtschaft und jeden Einzelnen von uns. Neu ist die Anforderung, unsere Entscheidungen und unseren Lebensstil so zu gestalten, dass sie im Einklang mit einer nachhaltigen Entwicklung stehen. Damit die Menschen sich als Akteure in einer globalisierten Welt wahrnehmen, ist es wichtig, die Zusammenhänge der Wirtschaft mit den gesellschaftlichen und ökologischen Folgen zu erklären.

Wir müssen Aufbrüche zu neuen Vorstellungen von Wohlstand verstärken und auch Aspekte jenseits des allein ökonomisch definierten Wohlstands berücksichtigen. Den Wohlstand machen neben einer positiven Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts (BIP) auch Faktoren wie unbezahlte Tätigkeiten aus, wie Hausarbeit und Gemeinschaftsarbeit, ehrenamtliches Engagement und Hilfe im sozialen Zusammenhalt. Allein die Möglichkeit, sie ausüben zu können, ist Zeichen von (Zeit-)Wohlstand und Tätigsein. Gesellschaftliche Teilhabe und Zugang zu Bildung, Gesundheit sowie eine intakte Umwelt, familiäre Bindungen, persönliches Glück und Lebensqualität sind weitere wichtige Indikatoren für Wohlstand.

Die gesellschaftlichen, ökologischen und wirtschaftlichen Folgen individueller Handlungen in die persönlichen Entscheidungen mit einbeziehen zu können stellt die zentrale Alltagskompetenz für Nachhaltigkeit dar. Oft ist zwischen verschiedenen Zielen abzuwägen. Kooperationen von Schulen und Einrichtungen der politischen und Erwachsenenbildung mit Verbraucherverbänden helfen die Eigenverantwortung der Bürgerinnen und Bürger zu entwickeln. Diese Bildungsträger unterstützen mit fachlichem Wissen bei Entscheidungen und stärken den partizipatorischen Charakter von Nachhaltigkeit. Demokratie und Wirtschaft, aber auch die Bürgerinnen und Bürger sind in ihrer Existenz auf bewusste Entscheidungen im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung angewiesen.

8 Donella Meadows, Dennis L. Meadows, Jørgen Randers, William W. Behrens III: Die Grenzen des Wachstums – Bericht des Club of Rome zur Lage der Menschheit, München 1972.

Nachhaltigkeit sollte Thema des lebenslangen Lernens in allen Stufen der formalen Bildung – frühkindliche Bildung, Schule, Berufsausbildung – und darüber hinaus sein.

ZUKUNFTSSZENARIO: Learning by doing

Das Essen und die Getränke, die Lehrmaterialien in staatlichen Bildungseinrichtungen werden nach Nachhaltigkeitskriterien ausgewählt und gemeinsam zubereitet. Kinder, Jugendliche, Erwachsene und Senioren lernen, achtsam mit Dingen der belebten und unbelebten Natur umzugehen. Vernetztes Denken, die gemeinsame Betrachtung von ökologischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Aspekten wird theoretisch und praktisch eingeübt, z. B. bei der Vorbereitung von Veranstaltungen der Bildungseinrichtungen. In der Reflexion werden Schwierigkeiten mit Einzelaspekten der Nachhaltigkeit ausgewertet und überlegt, wie diese bei einem nächsten Mal umgangen werden können. Lebenslanges Lernen für Nachhaltigkeit ist auch eine Aufgabe für Politikerinnen und Politiker sowie Unternehmerinnen, Unternehmer und deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – nicht nur in professionellen Zusammenhängen, sondern auch im eigenen Konsumverhalten. Die stetige Weiterentwicklung von Nachhaltigkeit kann nur gelingen, wenn sie ausgehend von individuellen und privaten Entscheidungen auch in Wirtschaft und Politik wirksam wird. Nachhaltige Bildung ist keine rein kognitive Angelegenheit. Überzeugend wird Nachhaltigkeit dann, wenn sie bedeutsam für die Menschen ist, vorgelebt wird und einfach übernommen werden kann. Wenn man täglich erfährt, wie sinnvoll nachhaltiger Konsum ist, wird dies auch emotional positiv erfahren. So kann eine gesellschaftlich mehrheitsfähige Nachhaltigkeitskultur entstehen.



4.3 Neue Modelle für das Zusammenleben der Generationen

Die demografisch bedingte Alterung der Gesellschaft wird die Gesellschaft und die Wirtschaft in Zukunft stark verändern: im Hinblick auf Lebensentwürfe, das Zusammenleben der Generationen, Nachfrage und Angebot von Waren und Dienstleistungen, Freizeit und Gesundheit. Die „Generation Silber“ ist ein Teil der Konsumgesellschaft mit stärker werdender Marktmacht. Es ist wünschenswert, dass diese Generation ihr Wissen an die jüngeren Generationen weitergibt und selbst zum Vorbild für weitsichtiges Denken und Konsumieren wird.

ZUKUNFTSSZENARIO: Lernen in Mehrgenerationenhäusern

Mit etwas Kreativität bieten ungenutzte Räume in der Stadt völlig neue Möglichkeiten. Dank Künstlerinnen und Künstlern, Designern sowie Menschen aus Verwaltung, Wirtschaft und Bevölkerung können gemeinsame Strategien für den Umgang mit brachliegenden Flächen und Gebäuden in der Stadt entwickelt werden. Aus ungenutzten Schulen werden Wohngemeinschaften, in denen mit professioneller Unterstützung ehrenamtliche Arbeit und Nachbarschaftshilfe organisiert wird. Aus dem Wohnhaus wird ein Begegnungszentrum. Innovative Stadtplanung lässt neue Nutzungskonzepte zu, die sich mit den Bedürfnissen der Bevölkerung weiterentwickeln. Aus Kindertagesstätten werden Schulen, aus Schulen Begegnungszentren, Wohnhäuser oder Seniorenwohnheime – und vice versa.

Generationendialog in der Praxis

– Bürger initiieren Nachhaltigkeit 2009

Der Rat für Nachhaltige Entwicklung hat 2009 gemeinsam mit der Bundesregierung einen bundesweiten Wettbewerb „Generationendialog in der Praxis – Bürger initiieren Nachhaltigkeit“ organisiert. Aus 336 Einsendungen wurden die 40 besten Projekte ausgezeichnet.

Das Projekt „Kunst-Stoffe Berlin“ etwa schafft mehr Kultur durch die künstlerische Weiterverwendung von Gebrauchtmaterialien zu Bühnenbildern und Installationen bei Stadttealfesten und Schulen. Oft befinden sich unter den Materialien nicht mehr benutzte Werkzeuge und Geräte, die Anlass geben, an Fertigkeiten ihrer ehemaligen Besitzer anzuknüpfen, die die entsprechenden Techniken vorführen und erklären. Dadurch entsteht ein intergenerationeller Dialog, in dem das Wissen älterer Menschen weitergegeben wird.

Die „co2maus“ regt Kinder und Jugendliche zur aktiven Zusammenarbeit mit ihren Eltern beim häuslichen Klimaschutz an und fördert so die Diskussion über Klimawandel zu Hause und in der Schule. Schulklassen können sich bei www.co2maus.de zum CO₂-Maus-Gewinnspiel anmelden. Jede Schülerin, jeder Schüler erhält eine eigene CO₂-Maus, die mit den ersparten Kilos „gefüllt“ werden kann. Der „CO₂-Zähler“ für eingespartes Kohlendioxid stand zum Zeitpunkt der Fertigstellung dieser Empfehlung bei über 15 Millionen Kilogramm. Über 16.000 Schülerinnen und Schüler sowie deren Eltern wurden bislang mit dem Projekt erreicht.

Beispiele wie diese zeigen, welche Lernfelder und Chancen für die Erfüllung von elementaren Bedürfnissen nach Gemeinschaft der generationenübergreifende Dialog bietet.

www.bin-generationendialog.de

4.4 Dialog für eine nachhaltige Entwicklung

Dialog über nachhaltige Entwicklung erfordert einen stärker dialogorientierten Politikstil. Das zentrale Instrument der Nachhaltigkeitspolitik ist die nationale Nachhaltigkeitsstrategie. In ihr gibt es Zielkonflikte, über die transparent und ergebnisoffen diskutiert werden muss.

ZUKUNFTSSZENARIO: Nachhaltigkeitspolitik mit allen

In kommunalen Bürgerhaushalten wird debattiert, wofür Geld ausgegeben wird. Im Konfliktfall kommt es zum Bürgerentscheid. Damit sich alle Bürgerinnen und Bürger eine Meinung bilden können, wird eine umfassende Darlegung der potenziellen Folgen für Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft erstellt.

Die Kommune fasst alle Veränderungen in einem Nachhaltigkeitsbericht zusammen und legt die Auswirkung der Entscheidungen auf die Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft dar. In Dialogveranstaltungen mit den relevanten Anspruchsgruppen, sogenannten Stakeholderkonferenzen, wird mit Bürgern, den ansässigen Unternehmen, Vereinen und Verbänden kontrovers über die kommunale Nachhaltigkeitspolitik und etwaige Zielkonflikte diskutiert. Gemeinschaftlich werden Ziele und Maßnahmen ausgehandelt und neue Partnerschaften geschlossen. So können Probleme frühzeitig erkannt und zügig und entschieden gelöst werden.

In der Nachhaltigkeitsstrategie steht das Ziel, Wirtschaftsleistung umwelt- und sozial verträglich zu steigern, wobei das Bruttoinlandsprodukt (BIP) je Einwohner als Ausdruck der gesamten entstandenen wirtschaftlichen Leistung angesehen wird.⁹ Ein wirtschaftliches Wachstum nach dieser Definition wird u. a. durch hohe Gesundheitskosten und hohe Ressourcenverbräuche erzielt. Ein auf diese Weise generiertes Wirtschaftswachstum ist nicht nachhaltig. Eine offene Diskussion darüber, was den Wohlstand unseres Landes ausmacht, jedoch bislang von der Messgröße BIP nicht abgebildet wird, könnte den Weg öffnen hin zur Anerkennung von Arbeit, die jenseits klassischer Erwerbstätigkeit liegt, hin zu einer neuen Wohlstandsgesellschaft. Tatsächlich macht bezahlte Arbeit nur gut ein Drittel der gesellschaftlich geleisteten Arbeit aus. Hausarbeit, Eigenarbeit und ehrenamtliches Engagement sind für das Funktionieren des Gemeinwesens und für die private Versorgung, mithin auch für wirtschaftliches Wachstum nach konventioneller Definition unabdingbar.

⁹ Fortschrittsbericht 2008 zur nationalen Nachhaltigkeitsstrategie. Für ein nachhaltiges Deutschland. Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, Berlin 2008, Seite 56.

ZUKUNFTSSZENARIO: Für eine neue Sicht von Arbeit

Jeder Mensch bringt auf die eine oder andere Art Leistungen für das Gemeinwesen – etwa durch Betreuung von Kindern und Senioren in der Familie oder durch ehrenamtliche Tätigkeit oder sozialen Einsatz in der Gesellschaft. Arbeit ist längst nicht mehr ausschließlich Erwerbsarbeit. Sie umfasst mehr. Dieses Mehr muss heute in die Bewertung von „Arbeit“ einfließen, insbesondere dann, wenn es mit sinnvollen und gesellschaftlich nützlichen Tätigkeiten verbunden ist. Das stärkt in allen Teilen der Gesellschaft das Bewusstsein für das Gemeinwohl, aktive Teilhabe und Partizipation. Erziehungs- und Betreuungszeiten sowie ehrenamtliches Engagement werden neu bewertet und auf die staatliche Rentenanwartschaft angerechnet.

4.5 Neue Preispolitik für Nachhaltigkeit im Wettbewerb

Nachhaltigkeit hat das Potenzial zur wirtschaftspolitischen Leitschnur und muss als solche etabliert werden, soll sie im Alltag der Menschen wirksam werden. Vom marktwirtschaftlichen Spiel von Angebot und Nachfrage gehen zu wenige Impulse für die ressourcenarme Produktion aus, weil sich unter den gegenwärtigen Rahmenbedingungen die Ausbeutung von ökologischen und gesellschaftlichen Ressourcen für die Marktteilnehmer lohnt.

Wenn die Verdoppelung der Rohstoff- und Energieproduktivität bis 2020 oder andere Ziele der deutschen Nachhaltigkeitsstrategie wie etwa die Senkung der Transportintensität und der Ausbau der erneuerbaren Energien realisiert werden sollen, muss ein echter Wettbewerb ohne künstlichen Vorteil für nicht nachhaltig produzierende Unternehmen etabliert werden. Der wichtigste Hebel ist der Preis. Der Preis ist die einfachste und die wichtigste Verbraucherinformation. Der günstige Preis ist aber kein Nachweis für ein nachhaltiges Produkt. Erst mit der gezielten Einbeziehung bislang auf die Allgemeinheit abgewälzter Kosten bekämen ressourcenleichte und ethisch verantwortlich produzierte Güter den Platz im Wettbewerb, der ihrer Rolle in der Nachhaltigkeitsstrategie entspricht. Ein fairer Wettbewerb muss von den Marktteilnehmern erst noch etabliert werden. Eine Öko-Bilanzierung stellt eine Grundlage für ein neues Preismodell dar.

ZUKUNFTSSZENARIO:

Mit einem ehrlicheren Markt zum unverzerrten Wettbewerb

Die Welthandelsorganisation erkennt die Menschenrechte, die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation, die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen und die wissenschaftlichen Erkenntnisse und Notwendigkeiten aus dem IPCC-Bericht zum Klimawandel an und strukturiert die Rahmenbedingungen des globalen Marktes neu. Die Marktteilnehmer treffen Vereinbarungen, wie externe Kosten, die durch gesellschaftliche und Umweltschäden entstehen, in die Preise integriert werden. Unternehmen, die Kosten dennoch externalisieren, werden dafür mit Sanktionen, etwa mit hohen Strafzahlungen, belegt. Auf dem Weltwirtschaftsforum in Davos werden jährlich langfristige Wirtschaftsziele, globale Gerechtigkeitsfragen und Klimathemen erörtert und unternehmerische Beiträge für eine nachhaltige Entwicklung diskutiert.

Auch Subventionen tragen zu Wettbewerbsverzerrungen bei. Sie sind Instrumente zur politisch motivierten Beeinflussung des Marktes. Der Bundesregierung wird empfohlen, die Subventionen und steuerlichen Begünstigungen des Bundes hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster auf den Prüfstand zu stellen. Eine im Auftrag des Rates für Nachhaltige Entwicklung erstellte Studie des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW) und des Ecologic Instituts schätzt in Bezugnahme auf aktuelle Erhebungen des Umweltbundesamtes, dass in Deutschland im Jahr 2006 insgesamt ca. 40 Mrd. Euro umweltschädlicher Subventionen in die Bereiche Energie, Verkehr, Infrastruktur und Agrar geflossen sind.¹⁰ Die Autoren empfehlen daher den „konsequente[n] Abbau umweltschädlicher Subventionen.“¹¹

In den Kriterienkatalog der Überprüfung von Subventionen, der bislang nur auf Erfordernis, Eignung und Angemessenheit prüft, sollen Nachhaltigkeitskriterien analog zur Nachhaltigkeitsprüfung in der Gemeinsamen Geschäftsordnung der Bundesregierung aufgenommen werden.¹² Die Bundesregierung soll in ihrem alle zwei Jahre erscheinenden Subven-

¹⁰ Nachhaltig aus der Krise. Analyse möglicher Beiträge einer ökologischen Finanzreform, Gutachten vom Ecologic Institut und DIW im Auftrag des Rates für Nachhaltige Entwicklung, texte Nr. 28, September 2009, Seite 29.

¹¹ Ebd., Seite 58.

¹² Laut GGO § 44 ist bei voraussichtlichen Gesetzesfolgen „darzustellen, ob die Wirkungen des Vorhabens einer nachhaltigen Entwicklung entsprechen, insbesondere welche langfristigen Wirkungen das Vorhaben hat“. www.bmi.bund.de/SharedDocs/Downloads/DE/Veroeffentlichungen/ggo.html [02. 10. 2009]

tionsbericht über die Auswertung Bericht erstatten. Subventionen, die den Zielen einer nachhaltigen Entwicklung entgegenstehen, werden von der Bundesregierung abgeschafft.

4.6 Neue Geschäftsmodelle für eine ressourcenneutrale Wirtschaft

Neue Geschäftsmodelle können zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen, etwa durch neue Dienstleistungs- und Nutzungskonzepte, die den Bedürfnissen nach Mobilität, Wohnen, Gesundheit und Wohlbefinden gerecht werden, zugleich aber die natürlichen Ressourcen schonen. Dabei geht es primär um die Nutzung von Dienstleistungen statt um den Besitz von Gütern. Durch den Strukturwandel in der Bundesrepublik entstehen neue Geschäftspotenziale für einen nachhaltigen Konsum und Lebensstil im ländlichen und urbanen Raum.

Sogenannte soziale Unternehmerinnen und Unternehmer, die gesellschaftliche Probleme und Nachhaltigkeitsherausforderungen als Möglichkeit wahrnehmen, Neues zu schaffen und gesellschaftlichen Wandel zu initiieren, entwickeln überzeugende neue Geschäftsmodelle. Es gibt bereits eine Reihe interessanter Beispiele. So schaffen immer mehr Menschen ihren eigenen Arbeitsplatz – sei es aus Überzeugung oder als Ausdruck aktiver Teilhabe.

ZUKUNFTSSZENARIO: Intelligente Mobilität – nutzen statt besitzen

Mobilität wird auch in Zukunft großgeschrieben – aber intelligent organisiert. Bahnunternehmen, der öffentliche Personennahverkehr, private Kleinunternehmen für Mobilität im ländlichen Raum, Carsharing-Verbände, Autovermieter und Automobilhersteller arbeiten gemeinsam ein Konzept mit unterschiedlichen, möglichst ressourcenschonenden Verkehrsmodulen für unterschiedliche Zielgruppen aus. Im Individualverkehr etwa bleibt das Fahrzeug Eigentum des Herstellers, damit technologische Innovationen schnell auf die Straßen kommen. So entsteht ein geschlossener Rohstoffkreislauf.

5 Hintergrund der Empfehlungen

5.1 Warum diese Empfehlung?

Der Rat für Nachhaltige Entwicklung hat im Jahr 2004 bereits Empfehlungen zur Stärkung des nachhaltigen Konsums¹³ an die Bundesregierung adressiert, die politisch bisher nicht hinreichend aufgegriffen wurden. Der Rat hatte empfohlen, durch eine breit angelegte Kampagne der Bundesregierung Bewusstsein in der Bevölkerung für das Thema nachhaltige Entwicklung zu schaffen, einen partizipativen Dialogprozess mit Akteuren der nachhaltigen Entwicklung zu initiieren, eine Norm für die Verlässlichkeit von Siegeln zu steigern sowie einen verlässlichen Indikator für nachhaltigen Konsum beim Statistischen Bundesamt zu etablieren. In der Zwischenzeit hat sich die Situation am Markt sehr verändert. Es wird lebhaft um nachhaltige Produktion und Konsum in Wirtschaft und Gesellschaft diskutiert, die LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability) befeuern das Thema auf der Nachfrageseite. Daher wird es heute umso leichter sein, das im Ansatz vorhandene Bewusstsein mit gezielten Maßnahmen zu steigern.

5.2 Der Mensch ist mehr als das, was er konsumiert, und Konsum ist mehr als das, was Menschen kaufen

Die Menschen bestimmen, was in Demokratie und Wirtschaft geschieht. Beim nachhaltigen Konsum besteht die Herausforderung darin, Bewusstsein zu schaffen und das Thema alltagstauglich zu kommunizieren – was wegen seiner Komplexität höchst anspruchsvoll ist. Zur Verwirklichung einer nachhaltigen Entwicklung gehört aber auch ein Ordnungsrahmen für individuelle persönliche und unternehmerische Freiheit. Freiheit hat ihre Grenzen da, wo sie auf Kosten der anderen geht. Dies sind in der nachhaltigkeitsorientierten Perspektive nicht nur die Umwelt, sondern besonders Menschen in anderen Teilen der Welt und nachfolgende Generationen.

¹³ Siehe: http://www.nachhaltigkeitsrat.de/fileadmin/user_upload/dokumente/pdf/Empfehlungen_Nachhaltiger_Warenkorb_01-04-03.pdf [02.10.2009].

Mehr als durch ihren Konsum bilden Menschen Identität durch ihr Verhalten, Werte, Spielregeln im Umgang miteinander und mit der Natur. Solange existenzielle Sorgen plagen, bestimmt das Thema Versorgung das Denken. In der Wohlstandsgesellschaft indes ist Konsum Ausdruck der Wertorientierung und des Lebensstils eines Menschen. Konsum kann konstruktiv sein und Werte schaffen oder destruktiven Charakter haben und Ausdruck von Konsumzwängen sein. Dimensionen des guten Lebens und nachhaltigen Wirtschaftens müssen in der Öffentlichkeit, in der Politik und in der Wissenschaft diskutiert werden. Konzepte wie freiwillige Einfachheit und die Balance von Erwerbsarbeit und Freizeit (Work-Life-Balance) können helfen, die bisher vage Vorstellung von Lebensqualität zu konkretisieren. Gleichzeitig bilden sie Alternativen zu materialintensiven Konsummustern.

Zivilgesellschaftliche Institutionen wie Kirchen, Verbände, Vereine und Initiativen gehen hierbei voran; das zeigen Beispiele wie die Weltläden, die Internetplattform Utopia und das Online-Medium Karmakonsum, die Nachhaltigkeits-Beschaffungsinitiativen der Kirchen¹⁴ oder der vom Umweltbundesamt gestützte nationale Dialog zur Förderung nachhaltiger Konsum- und Produktionsmuster¹⁵. Sie betonen die Selbstbestimmtheit der je kleineren Organisationseinheit, die Freiheit und Würde der einzelnen Bürgerinnen und Bürger und regen individuelle Initiativen an.

Nachhaltigkeitspolitiker achten die Freiheit und hegen Furcht vor einer unbotmäßigen Einmischung in die Entscheidungsfreiheit und Eigenverantwortung des Individuums. Sie zweifeln gleichzeitig am Nicht-Erreichen von für alle wichtigen politischen Zielen in der Gesellschaft. Die Zurückhaltung der Politik in der Lebensstildebatte ist unangemessen. Angesichts der Wirtschafts- und drohenden Klimakrise brauchen wir dringend eine Lebensstildebatte, die eine Debatte über Ethik und Werte ist. Hier sollte die Politik Mut und Führungsfähigkeit zeigen und dabei Pluralität und Eigenverantwortung fördern.

¹⁴ Zum Beispiel das Projekt „Zukunft einkaufen“ der Umweltbeauftragten in der Evangelischen und Katholischen Kirche in Deutschland; www.zukunft-einkaufen.de [14.09.2009].

¹⁵ Siehe: www.dialogprozess-konsum.de [14.09.2009].

Die Nachhaltigkeitsstrategie formuliert, dass „eine positive Gestaltung des Spannungsverhältnisses zwischen Nachhaltigkeit und Wachstum mehr voraussetzt als eine Verbesserung des Umweltschutzes. Bei einem nachhaltigen Wachstum geht es um die Sicherung der langfristigen Lebensgrundlagen in der sozialen Marktwirtschaft.“¹⁶ Dazu gehören wirtschaftlicher und ökologischer Wohlstand mit allen Formen des Kapitals inklusive Natur- und Humankapital, Zugang zu Bildung und Arbeit. Der Staat legt die Spielregeln für den Markt fest, setzt den Ordnungsrahmen für wirtschaftliches Handeln und Innovationsanreize für eine nachhaltige Entwicklung. Nachhaltigkeitspolitik ist ein offener Prozess und steht für ein modernes Politikverständnis, in dem sich das Zusammenspiel zwischen Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft weiterentwickeln muss.

Um diesen Prozess zu unterstützen, organisiert die Bundesregierung breit angelegte Konsultationsverfahren zur Fortentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie und beteiligt Institutionen und Nichtregierungsorganisationen an der monatlichen Sitzung des Staatssekretärsausschusses für nachhaltige Entwicklung. Der Rat für Nachhaltige Entwicklung initiiert öffentliche Stakeholderdialoge, in denen Themen der Nachhaltigkeit mit verschiedenen Anspruchsgruppen diskutiert werden. Die Qualität von Prozessen dieser Art hängt in hohem Maße davon ab, wer in welchem Umfang an der Diskussion beteiligt wird und wie diese organisiert sind.

¹⁶ Fortschrittsbericht 2008 zur nationalen Nachhaltigkeitsstrategie. Für ein nachhaltiges Deutschland. Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, Berlin 2008, Seite 24.

Anhang

Was erwartet der Rat für Nachhaltige Entwicklung von wem?
Die Empfehlungen zu nachhaltigem Konsum in der Übersicht.

Politik	Wirtschaft	Bürgerinnen und Bürger, Zivilgesellschaft, Nicht-regierungsorganisationen
Kauf- und Beschaffungsentscheidungen mit dem Kriterium Nachhaltigkeit treffen, Kommunikation darüber		
Forschungsprogramm zu nachhaltigen Innovationszyklen und Stimulierung der Nachfrage der Bürgerinnen und Bürger		
Aufnahme des Themas nachhaltiger Konsum in die Charta für nachhaltiges Wirtschaften		
Wirtschaftliche Rahmenbedingungen richtig setzen, den Wettbewerb um nachhaltige Produkte durch soziale und ökologische Mindeststandards stärken, verbindliche Richtlinien zur Förderung des nachhaltigen Konsums schaffen, Einführung einer Ressourcensteuer, intelligente intermodale Mobilität, Top-Runner-Ansatz, Sanktionen bei Fehlverhalten gegen bestehende Gesetze	Neue Geschäftsmodelle für eine ressourcenneutrale Wirtschaft durch neue Dienstleistungs- und Nutzungskonzepte entwickeln	
Ziele der Nachhaltigkeitsstrategie umsetzen (z. B. zur Energieeffizienz, ökologische Landwirtschaft, Mobilitätsmix, nachhaltiges Bauen, Flächenverbrauch reduzieren, Energie- und Rohstoffproduktivität bis 2020 verdoppeln, Kreislaufwirtschaft etablieren), darüber hinaus: Etablieren einer ressourcenleichten und die Natur schonenden konventionellen Landwirtschaft, konsequente energetische Sanierung im Bestand; Dialog über Zielkonflikte		
Festlegung eines verlässlichen Indikators für nachhaltigen Konsum		
Festlegung eines globalen Standards zur CO ₂ -Bilanzierung von Staaten, Unternehmen und Produkten		

Politik	Wirtschaft	Bürgerinnen und Bürger, Zivilgesellschaft, Nicht-regierungsorganisationen
Verlässlichkeit von Nachhaltigkeitskennzeichen erhöhen, Aufnahme der Anforderungen an Nachhaltigkeitskennzeichen in das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb	Umsetzung der Qualitäts-, Umwelt- und Sozialmanagementsysteme auf allen Ebenen des Unternehmens, Nachhaltigkeitsberichterstattung auch über Zielkonflikte	Weiterentwicklung der Kriterien von Nachhaltigkeitskennzeichen
Verknüpfung von Gesundheitspolitik mit dem Thema nachhaltiger Konsum, fahrlässige Selbstschädigung im Krankenversicherungssystem neu regeln	Aufbau neuer Nachhaltigkeitspartnerschaften	
Neues Wohlstandsverständnis unabhängig von wirtschaftlichem Wachstum entwickeln, tabufreie Wertediskussion, Vermittlung von Alltagskompetenzen für Nachhaltigkeit, lebenslanges Lernen im beruflichen und privaten Kontext		
Subventionen und steuerliche Begünstigungen hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster prüfen, Berichterstattung im Subventionsbericht der Bundesregierung, Abschaffen von Subventionen, die den Zielen einer nachhaltigen Entwicklung entgegenstehen	Einbeziehung externer Kosten in die Preisgestaltung, Etablieren des fairen Wettbewerbs auf der Grundlage einer umfassenden Öko-Bilanzierung von Produkten	

Ergebnisbericht zur Kreativwerkstatt Nachhaltiger Konsum

durchgeführt am 13. Oktober 2009



Organisation und Durchführung durch

Institut für Kooperationsmanagement und
interdisziplinäre Forschung GmbH
Otto-Suhr-Alle 59
10585 Berlin

1 Ausgangspunkt

Entscheidend für ein nachhaltiges Einkaufsverhalten ist eine ausreichende Informationsbasis über Produkte bzw. Dienstleistungen und ihre Herstellung. Einkaufsführer, wie die vom Rat für Nachhaltige Entwicklung herausgegebene Broschüre „Der Nachhaltige Warenkorb“¹, unterstützen Konsumenten bei der Umsetzung von Nachhaltigkeit im täglichen Leben und geben vielfältige Anregungen für nachhaltige Kaufentscheidungen.

Vor diesem Hintergrund hat der Rat für Nachhaltige Entwicklung das nexus Institut für Kooperationsmanagement und interdisziplinäre Forschung mit der Organisation und Durchführung einer Kreativwerkstatt zum nachhaltigen Konsum beauftragt. Im Rahmen einer eintägigen Veranstaltung sollten Vertreter aus Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft zusammentreffen und mithilfe von kreativitätsfördernden, partizipativen Methoden verschiedene Aspekte des nachhaltigen Konsums diskutieren und zukunftsweisende Ideen zu den drei Themenbereichen entwickeln:

- Lebensmittelversorgung
- Freizeit und Mobilität
- Wohnen der Zukunft

Es wurden Lebensstile und Konsumbedürfnisse herausgearbeitet, Ideen für neue Geschäftsmodelle entwickelt und Visionen für die Realität im Jahr 2050 entworfen. Bei der Diskussion sollten Trends wie demografischer Wandel und Globalisierung berücksichtigt werden.

Die Kreativwerkstatt Nachhaltiger Konsum ist eine Blaupause für visionäre Veranstaltungen zu diesem Thema. Durch die Kreativwerkstatt wurden erste Perspektiven nachhaltigen Konsums entwickelt. Es wäre wünschenswert, wenn das Konzept Kreativwerkstatt von der Bundesregierung in den vorbereitenden Diskussionen um die Nachhaltigkeitsstrategie 2012 aufgenommen würde.

¹ Siehe: www.nachhaltiger-warenkorb.de

2 Ablauf



Methodisch wurde für die Kreativwerkstatt eine Kombination aus Experteninputs, Praxisbeispielen sowie dem Wechsel von Plenum und Kleingruppenarbeiten in sogenannten Konsumwerkstätten gewählt. Dort wurden verschiedene kreativitätsfördernde Methoden verwendet, die einerseits eine Abwechslung sicherstellen und andererseits zur qualitativen Verbesserung der Ergebnisse beitragen sollten.

In der Kreativwerkstatt **„Lebensstile“** wurden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer aufgefordert, bestimmte Konsumtypen zu charakterisieren. Hierdurch sollten sich die Beteiligten über die spezifischen Charakteristika und Bedürfnisse einer Gruppe von Konsumenten bewusst werden. Dann waren die Teilnehmenden aufgefordert zu überlegen, wie ein nächster Schritt in Richtung nachhaltiger Konsum für die charakterisierte Konsumgruppe aussehen könnte.

In der Kreativwerkstatt **„Geschäftsmodelle“** wurde in Kleingruppen gearbeitet. Es wurden in fünf Schritten neue Geschäftsmodelle entwickelt. Im ersten Schritt waren die Anwesenden aufgefordert, eine Geschäftsidee aufzuschreiben, die sich aus nachhaltigen Konsummustern ergibt. In der zweiten Stufe wurden ähnliche Geschäftsideen notiert, in der dritten Stufe mögliche Kombinationen mit anderen Geschäftsmodellen genannt. In der vierten Stufe sollte das neue Geschäftsmodell dargestellt werden, das sich aus den Stufen 1 bis 3 ergeben hat. Abschließend wurden die so entwickelten Geschäftsmodelle einer Kleingruppe an die nächste Kleingruppe weitergereicht, die nun aufgefordert war, das Geschäftsmodell zu kommentieren.

In der Kreativwerkstatt **„Gemeinschaft und Produkte 2050“** sollten die Teilnehmenden ihre Visionen des Zusammenlebens und existierender Produkte im Jahr 2050 entwickeln. Hierfür zeichnete die erste Gruppe ein Negativszenario für das Jahr 2050. Die Aufgabe der zweiten Gruppe war es, dieses Negativszenario in ein positives zu übersetzen. Die letzte Gruppe war aufgefordert, aus beiden Szenarien eines für das Jahr 2050 zu konstruieren.

3 Ergebnisse der Kreativwerkstatt Nachhaltiger Konsum

Für die Auswertung wurden alle Ergebnisse sorgfältig dokumentiert. Die ausführliche Dokumentation der Kreativwerkstatt finden Sie online auf der Webseite des Rates für Nachhaltige Entwicklung².

3.1 Nachhaltige Lebensmittelversorgung

Im Themenbereich „Nachhaltige Lebensmittelversorgung“ wurden notwendige Veränderungen in Konsummustern und ihre Auswirkungen auf die Versorgungsangebote entwickelt.

3.1.1 Kreativwerkstatt Lebensstile

Typische Merkmale der Lebensmittelversorgung
des ländlichen Raumes sind:

- ✍ Lange Wege zu den Einkaufsmöglichkeiten (z. B. Supermärkten).
- ✍ Die Versorgung vor Ort ist zum einen durch Selbstversorgung (eigene Gärten, Kleintierhaltung, Jagd und Fischerei) gekennzeichnet, zum anderen spielt die Nähe zum Produzenten eine wichtige Rolle. Allgemein kann von einer größeren Nähe zur Natur gesprochen werden, bei sinkender Selbstversorgerkompetenz.
- ✍ Mobile Versorger und Lieferdienste (z. B. Bofrost) sowie Bestellungen über das Internet spielen eine wichtige Rolle.

Eine nachhaltige Lebensmittelversorgung des ländlichen Raumes kann insbesondere durch eine Stärkung gemeinschaftlicher Angebote und Aktivitäten erzielt werden. In diesem Zusammenhang nennen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer unter anderem organisierte Einkaufsfahrgemeinschaften, Verbrauchergenossenschaften und eine bessere

² Rat für Nachhaltige Entwicklung, Ergebnisbericht zur Kreativwerkstatt Nachhaltiger Konsum, durchgeführt am 13. Oktober 2009. Siehe: <http://www.nachhaltigkeitsrat.de/dokumente/dokumente/termine/2009/ergebnisbericht-13-10-2009/?blstr=0> [13.01.2010]

nachbarschaftliche Hilfe. Des Weiteren sollen die Wege durch die Schaffung dezentraler Einkaufsmöglichkeiten und die Erweiterung mobiler Angebote verkürzt werden (mobile Tante-Emma-Läden). Auch eine Verbesserung des ÖPNV-Angebotes wird vorgeschlagen.



Es wird eine **stärkere staatliche Förderung der nachhaltigen Lebensmittelversorgung** gefordert: Subventionen für eine sozial verträgliche, nachhaltige Versorgung, die Förderung von generationenübergreifenden Gemeinschaftsprojekten und eine Unterstützung von Aufklärungskampagnen zum nachhaltigen Konsum.

Der ländliche Raum kann jedoch auch selber Anteil an einer nachhaltigen Lebensmittelversorgung insgesamt haben, indem er durch alternative Butterfahrten, Wochen- und Bauernmärkte in den Städten sowie erweiterte Abokisten mit regionalen Produkten aus allen Lebensbereichen zur Versorgung der Städte beitragen kann.

Typische Merkmale der Lebensmittelversorgung im städtischen Umfeld

In den Städten hingegen ist das Einkaufsverhalten durch Discounter, flexible Öffnungszeiten, eine differenzierte Nachfrage und ein entsprechend großes Angebot geprägt. Die Lebensmittelversorgung durch Restaurants, Fast Food und Convenience-Produkte spielt eine große Rolle. Es wird deutlich, dass die Städte weitgehend abhängig von Zulieferern sind, da sie wenig Lebensmittel selbst erzeugen – und damit ist ein hoher Energieaufwand verbunden. Das große existierende Angebot führt zu einem zusätzlichen Preisdruck, der sich auch in der Qualität der Produkte widerspiegelt. Die gesellschaftliche Konsequenz dieser Entwicklung ist eine Polarisierung zwischen Luxuskonsumenten, die sich teure und qualitativ hochwertige Lebensmittel leisten können, und „prekären Konsumenten“, die ihre Kaufentscheidungen bei Lebensmitteln vor allem auf der Grundlage des günstigen Preises treffen müssen.

Trends wie der Konsum ökologischer Produkte oder die Sehnsucht nach einem natürlichen und gesunden Lebensstil bilden sich auch in den Städten. Dort haben auch Nischenprodukte eine Chance auf dem Markt. Die Heterogenität der städtischen Bevölkerung lässt keine

universellen Lösungen für eine nachhaltige Lebensmittelversorgung zu; vielmehr müssen für die unterschiedlichen Lebensstile auch entsprechende Angebote eingeführt werden (beispielsweise Lieferservices, Komplettangebote oder spezialisierte Anbieter). Für eine nachhaltige Lebensmittelversorgung der Stadt werden Ideen entwickelt, wie zum Beispiel die Einrichtung einer **städtischen Landwirtschaft mit Selbst-ernteprojekten** oder die Einführung von 30-Miles-Produkten, die regionale Lebensmittel in der Wahrnehmung stärken. Eine **detaillierte und anschauliche Aufschlüsselung der Preise** kann einen zusätzlichen Impuls in Richtung eines nachhaltigen Konsums setzen. Computergestützte Lebensmittelversorgung kann die Befriedigung des individuellen Bedarfs optimieren, Informationen zu CO₂-Footprints, Herkunft und Inhaltsstoffen liefern. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer empfehlen eine umfassendere Aufklärung der Bevölkerung durch Werbung und Presse, aber auch die **Einführung des Schulfaches „Ernährung“**. Das wesentliche Ziel dieser Maßnahmen soll eine höhere Wertschätzung des Themas „Essen“ insgesamt sein.

3.1.2 Kreativwerkstatt Geschäftsmodelle „Lebensmittelversorgung“

Neue Geschäftsmodelle in ländlichen Regionen

Kooperative Lieferservices mit Online-Bestellungen, klimaschonender Lieferung und kooperativem Charakter: Produkte aus der Region werden eingesammelt und innerhalb der Region verkauft.

Mobile Dorfläden als Ersatz für den aussterbenden Einzelhandel vor Ort in Kombination mit Online-Bestellsystemen.

Mobile Restaurants (auf Schienen), die vornehmlich Lebensmittel aus der Region verarbeiten und denen ebenfalls ein Laden angegliedert ist, in dem regionale Produkte verkauft werden.

Ausbau von Hof- oder Dorfläden zur Stärkung der lokalen Infrastruktur und Bildung von Kooperationen: Erzeugergenossenschaften sowie Gemüse- und Sementauschbörsen werden gebildet. Ziel ist eine alternative Infrastruktur, welche die Lebensmittelversorgung sicherstellt und den ländlichen Raum aufwertet, sodass die Region auch für städtische

Besucher attraktiver wird. In diesen Läden können Überschüsse der Ernte des eigenen Gartens verkauft oder gegen andere Produkte eingetauscht werden.

Baukasten für Gemüsezuucht mit einer Anleitung professioneller Gärtner und Vernetzungsmöglichkeit der Hobbygärtner über das Internet.

Neue Geschäftsmodelle für das städtische Umfeld

Regionalökologisches Internetkaufhaus oder „echte“ Regionalsupermärkte, die das Konzept umsetzen, keine Produkte mit einem längeren Transportweg als 50 km anzubieten. Variante: **CO₂-Geschäfte**, in denen nur Produkte verkauft werden, die eine vergleichsweise gute CO₂-Bilanz haben.

Direktvertrieb von Produkten aus nachhaltig arbeitenden landwirtschaftlichen Genossenschaften an Privathaushalte in den Städten.

Bessere Kennzeichnung (Labelling) von Lebensmitteln zur Erhöhung der Transparenz: mit Wasser-Fußabdruck, FairTrade-Label für deutsche und europäische Produkte, Ampel-Systeme für die Nachhaltigkeit von Lebensmitteln, Vegan-Label oder ein Fairmade-plus-Label für Produkte und Dienstleistungen, die von gesellschaftlich benachteiligten Menschen erbracht wurden.

Verbesserung der urbanen Selbstversorgung durch die Neugestaltung des Kleingärtnerwesens, verstärkte Einrichtung von Gemeinschaftsgärten, dezentrale urbane Landwirtschaften, Leihgärten für Selbstversorger oder die Züchtung von Pilzkulturen in leer stehenden städtischen Infrastrukturgebäuden.



3.1.3 Kreativwerkstatt

Gemeinschaft und Produkte 2050

Vision für ländliche Regionen

In ländlichen Regionen wird ein Großteil der Lebensmittelversorgung direkt durch regional hergestellte Produkte abgedeckt und durch zusätzliche mobile Angebote ergänzt. Der Fokus liegt auf der Selbstversorgung. Um eine nachhaltige Lebensmittelversorgung sicherzustellen, sind der naturnahe Anbau und der Anbau von sich ergänzenden Mischkulturen weiterentwickelt worden. Ein zusätzlicher Effektivitätsgewinn bei der Lebensmittelversorgung wurde durch Zusammenschlüsse der Produzenten zu Genossenschaften erzielt. Um diese Entwicklung zu beschleunigen, sind Anreize innerhalb des Agrarsystems zur Förderung einer variantenreichen, an die örtlichen Bedingungen angepassten Landwirtschaft geschaffen worden. Produkte, deren Nachfrage nicht aus lokalen Quellen gedeckt werden kann, werden durch eine dezentrale Lebensmittelversorgung mit integrierten Bestellservices abgedeckt. Als weiterer Teil einer nachhaltigen Lebensmittelversorgung existiert ein geschlossener Stoffkreislauf bei Verpackungen. Auch soziale Aspekte des Zusammenlebens sollen nicht zu kurz kommen: Um den sozialen Zusammenhalt in den ländlichen Regionen zu stärken, gibt es Treffpunkte wie mobile Landcafés.

Vision für das städtische Umfeld

Im Jahr 2050 ist die städtische Lebensmittelversorgung im Wesentlichen durch eine enge Vernetzung der Städte mit der jeweiligen Region geprägt. Dies wird einerseits durch direkte Versorgungswege zwischen Produzenten und Konsumenten sichergestellt, andererseits tragen spezielle Warenhäuser, die nur Produkte aus der Region anbieten, dazu bei. Des Weiteren werden zunehmend mehr Lebensmittel in der Stadt angebaut. Dies geschieht in Gemeinschaftsgärten, die insbesondere auf brachliegenden Flächen eingerichtet wurden. Zusätzlich haben moderne Hochhäuser für jedes sechste Geschoss eines Hauses eine Treibhausetage, und existierende Flachdächer der Häuser werden intensiv für den Anbau von Obst und Gemüse genutzt.

Die Politik hat verschiedene Maßnahmen ergriffen. So werden regionale Produkte und biologische Landwirtschaft durch die Umlegung der tatsächlichen Produktionskosten auf die Lebensmittelpreise gestärkt:

Bei der Preisbildung spielen insbesondere Faktoren wie Wasser- und Energieverbrauch während der Produktion und die Länge der Transportwege eine wichtige Rolle. Alle Lebensmittel müssen den CO₂- und Wasserverbrauch sowie die Kilometer, die ein Produkt zurückgelegt hat, ausweisen. Gentechnik und Zusatzstoffe in Lebensmitteln sind verboten. Umfangreiche Aufklärungsprogramme, wie zum Beispiel „Kochen“ als eigenständiges Fach an Schulen und Kindergärten, tragen dazu bei, dass Ernährung und Essen als wichtige Werte gesehen werden. Gesundes Essen und nachhaltiger Konsum sind zu einem Statussymbol geworden.

3.2 Freizeit und Mobilität

Wie werden sich Mobilitätsbedürfnisse verändern und welche Mobilitätsangebote kann es geben?

3.2.1 Kreativwerkstatt Lebensstile

Im ersten Teil waren die Teilnehmerinnen und Teilnehmer aufgefordert zu überlegen, welche Mobilitätsangebote von verschiedenen Gruppen zu unterschiedlichen Mobilitätsanlässen genutzt werden, etwa für

- ✍ die Wahrnehmung sozialer Kontakte (Besuche von Freunden und Verwandten),
- ✍ kurze Ausflüge (z. B. Tagesausflüge am Wochenende),
- ✍ Urlaub oder
- ✍ die Wahrnehmung regelmäßiger Aktivitäten (z. B. Besuch im Sportverein),

von

- ✍ Personen, die an Nachhaltigkeit interessiert sind (mit/ohne Kinder), oder
- ✍ Personen, die nicht an Nachhaltigkeit interessiert sind (mit/ohne Kinder).



Im zweiten Teil der Kreativwerkstatt sollten sie sich überlegen, wie ein nächster Schritt in Richtung einer nachhaltigen Mobilität für die jeweilige Gruppe aussehen könnte.

Nachhaltigkeitsinteressierte nutzen vor allem den ÖPNV, das Fahrrad und das Auto (unter Nutzung alternativer Angebote wie Carsharing und Fahrgemeinschaften). Diese Aktivitäten werden auch öfter zu Fuß erledigt. Zusätzlich wird darauf geachtet, dass die Aktivitäten in der persönlichen Umgebung (Nachbarschaftskontakte) stattfinden, sodass die Notwendigkeit der Nutzung von Mobilitätsangeboten minimiert wird. Für Urlaub und Ausflüge zu nahe gelegenen Zielen werden ebenfalls hauptsächlich die öffentlichen Verkehrsmittel, insbesondere die Bahn, genutzt. Bei Reisen in die Ferne wird von CO₂-Kompensationszahlungen Gebrauch gemacht. Die Teilnehmenden haben keine signifikanten Unterschiede zwischen Kinderlosen und Eltern ausgemacht.

Personen ohne Interesse an Nachhaltigkeit nannten als wichtigstes Fortbewegungsmittel für alle Mobilitätsanlässe das Auto. „Nicht-Nachhaltige“ ohne Kinder nutzen nach Ansicht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer für die Wahrnehmung sozialer Kontakte und für regelmäßige Aktivitäten auch das Fahrrad. Außerdem nutzen sie für die Wahrnehmung sozialer Kontakte auch das Flugzeug. Personen, die kein Interesse an Nachhaltigkeit haben, werden Fernreisen ohne CO₂-Kompensation und Massentourismus unterstellt.

Ideen für nächste Schritte in Richtung nachhaltige Mobilität sind die **Verbesserung des Serviceangebots im ÖPNV** (z. B. Gratistickets, Ausbau des Haltestellennetzes, einheitliche Fahrkartensysteme bundesweit, bessere Vernetzung des regionalen ÖPNVs und überregionaler Mobilitätsanbieter), die **Verknüpfung verschiedener Verkehrsmittel** (ÖPNV, Fahrrad, Auto) und Ersetzen des Besitzkonzepts („Mein eigenes Auto“) durch **Nutzungskonzepte** (Carsharing). Auch über eine verstärkte Nutzung **virtueller Mobilität** (Skype, andere Formen der Online-Kommunikation) sollte insbesondere bei der Wahrnehmung sozialer Kontakte nachgedacht werden.

Für den Individualverkehr wäre ein weiterer Schritt in Richtung Nachhaltigkeit durch eine verstärkte Nutzung von Elektroautos und spritsparendem Fahren getan.



3.2.2 Kreativwerkstatt

Geschäftsmodelle „Mobilität“

Geschäftsmodelle für ländliche Regionen

Verstärkte gemeinschaftliche Nutzung von Mobilitätsangeboten durch die Neuorganisation des ÖPNVs sowie Sammelbusse und Anrufsammeltaxis.

Netzwerke zur gemeinschaftlichen Nutzung von Fahrzeugen: Schaffen von Fahrzeugpools in der Dorfgemeinschaft, werbefinanzierte Pendlernetzwerke oder Shuttle- und Transportservices an neuralgischen Punkten durch den Handel bzw. einzelne Unternehmen oder Dienstleister. Einzelne Verbände oder die Verwaltung können als Organisatoren von Carsharing-Angeboten für Privatpersonen fungieren.

Stärkung des Tourismus in ländlichen Regionen etwa durch entmotorisierte Landurlaube, bei denen Touristen zwischen verschiedenen Mobilitätsangeboten (Elektroauto, Pferd, Fahrrad, Boot) wählen und wechseln können. Andere Ideen sind beispielsweise All-inclusive-Fahrradtouren (vorher organisiert, Fahrrad wird gestellt) oder Wanderkultur-events.

Mobile Freizeitangebote, die ins Dorf kommen und somit den Individualverkehr verringern helfen: mobile Fitnessstudios, Sportplätze und Sportanlagen mit wechselnden Angeboten, Mikro-Freizeitparks etc.

Geschäftsmodelle für das städtische Umfeld

Mobilitätscontracting für die integrierte Nutzung verschiedener Mobilitätsangebote: eine Mobilcard wird eingeführt, die serviceorientiert alle zentralen Verkehrsdienstleistungen (Auto, Fahrrad, ÖPNV) integriert. Dieses Angebot wird durch ein Bonussystem für umweltfreundliches Verhalten ergänzt, das besondere Anreize für nachhaltige Mobilität setzt.

Ausbau von Mietangeboten, z. B. Mietfahrrädern, Lastenfahrrädern, Trolleys und Kindersitzen.

3.2.3 Kreativwerkstatt

Gemeinschaft und Produkte 2050

Die Visionen für eine nachhaltige Mobilität im Jahr 2050 zeichnen sich aus durch

- ✂ Vermeidung unnötigen Individualverkehrs,
- ✂ Verbesserung bestehender Angebote und
- ✂ Schaffung neuer Mobilitätsangebote.

Zukünftig wird stärker per Internet eingekauft. Hierdurch entfallen die Wege zu den Geschäften. Durch vermehrten Einsatz von Telearbeit und Videokonferenzen werden Arbeitswege gespart. Moderne Navigationsgeräte verringern den Individualverkehr. Die Angebote des ÖPNV sind mit dem Individualverkehr vernetzt, und eine verbesserte Stadtplanung, die eine Stadt der kurzen Wege vorsieht, hat den Anteil der fußläufig erreichbaren Angebote erhöht.

Ein Szenario sieht kostenlosen ÖPNV für alle vor, weitere Szenarien setzen auf die Integration von ÖPNV und Individualverkehr. Carsharing wird in der Zukunft verstärkt genutzt und auf integrierte Wohn-Mobilitätskonzepte ausgebaut. Hierbei teilen sich jeweils 20 Bewohner ein Auto, das von der Hausverwaltung gestellt wird. Carsharing-Elektroautos dürfen auf der Busspur fahren.

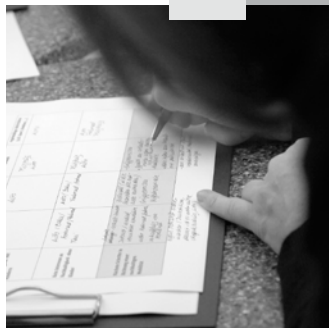
Auch die Politik unterstützt die nachhaltige Mobilität. CO₂-Steuern auf Kerosin und eine PKW-Maut ist eingeführt worden. Der Raum wird zugunsten von Radfahrern und Fußgängern gestaltet, indem mehr Wege für Fahrräder, Skater und Fußgänger geschaffen werden. Dies soll zu einer Entschleunigung der Gesellschaft und einem „Vorrecht für den je Langsameren“ führen.

3.3 Wohnen der Zukunft

Bei Planung, Bau und Nutzung des Wohnraumes müssen der CO₂-Ausstoß sowie die Bedürfnisse und Notwendigkeiten berücksichtigt werden. Dies gilt sowohl für einen Neubau als auch für den aktuellen Bestand. Die Aufgabe war es, neue Bedarfe und Notwendigkeiten zu identifizieren, daraus Geschäftsmodelle zu entwickeln und Visionen für ein Wohnen der Zukunft abzuleiten.

3.3.1 Kreativwerkstatt Lebensstile

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer haben für verschiedene Personengruppen verschiedene Wohnbedürfnisse ausgearbeitet.



- ✎ Beschäftigte mit Kindern brauchen ein kinderfreundliches Wohnumfeld. Die Wege müssen kurz und kindersicher sein und es sollten Grünflächen zum Spielen, Schulen/Kindergärten und kulturelle Angebote für Kinder in erreichbarer Nähe sein. Je nach Familiengröße benötigen Beschäftigte mit Kindern mehr Wohnraum als die anderen Gruppen und haben eine Tendenz zu stadtnahen Eigenheimen.
- ✎ Beschäftigte ohne Kinder sind stärker durch den städtischen Kontext geprägt. Sie leben eher zentrums- und arbeitsnah, nutzen in stärkerem Maße Freizeitangebote und Einkaufsmöglichkeiten und haben eine Tendenz zu Eigentumswohnungen. Kinderlose Personen nutzen in der Regel mehr Wohnraum pro Kopf, als es Familien mit Kindern tun. Die Wohnungen sind tagsüber leer, während die Geräte und die Heizung weiter in (Standby-)Betrieb sind.

Für Beschäftigte könnte ein Schritt in Richtung nachhaltigeres Wohnen durch **die Ausweitung von Heimarbeitsplätzen** bzw. die Förderung wohnungsnaher Arbeitsplätze erreicht werden. Zusätzlich sollte überlegt werden, ob das Konzept der gemeinschaftlichen Nutzung von Hauswirtschaftsgeräten, Gärten, Gästezimmern, Autos und Küchen in das eigene Wohnkonzept integriert werden kann. Bei Neubauten ist darauf zu achten, dass die Häuser Wohnungen für unterschiedliche Nutzergruppen bereithalten. Dies soll eine gemischte Mieterstruktur innerhalb eines Hauses sicherstellen und ist eine Voraussetzung, um generationenübergreifendes Wohnen zu ermöglichen.

- Studenten/Azubis haben ein geringes Einkommen und verfolgen stärker das Konzept des gemeinschaftlichen Wohnens. Diese Gruppe kann als Pionier des nachhaltigen Wohnens verstanden werden. Wichtiger Faktor bei der Wohnungswahl ist die relative Nähe zum Ausbildungsplatz oder zur Universität. Aus finanziellen Gründen leben einige Studenten und Auszubildende weiterhin bei ihren Eltern.

Für Studenten und Auszubildende könnten Konzepte wie **Wohnraum gegen Arbeit** (gegen Arbeit Credits sammeln, die in Wohnzeit umgerechnet werden) als nachhaltiges Wohnen attraktiv werden. Von einer besseren Beteiligung der Auszubildenden und der Studierenden versprechen sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer eine den jeweiligen Bedürfnissen angepasste und somit bessere Gestaltung des Wohnraumes.

- Senioren: Angebote und Dienstleistungen im Wohnumfeld sind wichtig, etwa die medizinische Versorgung, Pflegedienste oder -einrichtungen, Einkaufs- und Beschäftigungsmöglichkeiten, Treffpunkte.

Die Faktoren Gemeinschaft und Umfeld spielen eine wichtige Rolle, um nachhaltigere Wohnstile für Rentner attraktiv zu machen. Dazu gehört unter anderem das Wohnen in Wohnprojekten („Alten-WGs“), in denen Küche und Bad gemeinsam genutzt werden. Darunter fällt aber auch die **bessere Einbindung in das nachbarschaftliche Umfeld**, zum Beispiel durch „Wahl-Omas“, die für Berufstätige einen Teil der Kinderbetreuung übernehmen können, oder die Nutzung und Betätigung in Kiezküchen.



3.3.2 Kreativwerkstatt

Geschäftsmodelle „Wohnen“

Geschäftsmodelle für ländliche Räume

Generationenübergreifende Bauernhofsiedlung mit Nutzgärten zur Eigenversorgung, mit weiteren Angeboten wie Kindergärten, Cafés, Hofläden und Altenpflege und evtl. erweitert durch die Genossenschaftsidee zur Schaffung eines Netzwerkes, das Wohnen, Arbeiten und Leben integriert.

Unabhängig hiervon wird eine **verbesserte flächendeckende Versorgung des ländlichen Raumes mit Internet** vorgeschlagen, um Städtern ein Landleben auf Zeit anzubieten. Dadurch ergibt sich die Möglichkeit, tatsächlich für einige Zeit in ländlichen Regionen zu leben, ohne den eigenen Arbeitsplatz aufgeben zu müssen.

Abschließend wird auch der Bau von sogenannten **Passiv- und/oder Plushäusern** empfohlen.

Geschäftsmodelle für das städtische Umfeld

Wohnkonzepte mit gemeinschaftlicher Nutzung verschiedener Angebote: Mehrparteienhäuser mit flexiblen Wohnungsgrößen, gemeinsam genutzten Waschküchen, Werkstätten, Gemeinschaftsgärten und Musikzimmern.

Beratungsleistungen zum Thema „Nachhaltiges Wohnen“, die auch Finanzberatungen für nachhaltiges Investment beinhalten können.

Angebote mobilen Wohnens, wie Pendel-WGs, Wohnungssharing, Tausch-WGs. Mit solchen Maßnahmen soll insbesondere den erhöhten Anforderungen an die räumliche Flexibilität entsprochen werden, die ein Pendeln zwischen Wohn- und Arbeitsort erfordern.

3.3.3 Kreativwerkstatt

Gemeinschaft und Produkte 2050

Für das Thema „Wohnen der Zukunft“ haben die Teilnehmerinnen und Teilnehmer verschiedene Visionen für das Zusammenleben im Jahr 2050 entwickelt.

Ein Schwerpunkt liegt auf der Diversität von sozialen und ethnischen Gruppen im Zusammenleben innerhalb eines Hauses oder eines Kiezes. So sollen das Wohnumfeld und die umgebende Infrastruktur für verschiedene Gruppen interessant gestaltet sein. Dies kann beispielsweise durch die Einrichtung entsprechend strukturierter Kindergartenplätze oder die Einrichtung von Gemeinschaftsräumen erreicht werden. Innerhalb eines Hauses sind verschiedene Möglichkeiten zur Sicherstellung einer guten Durchmischung der Einwohnerstruktur denkbar. Zum einen kann die Politik eine Quotenregelung für privat genutzte Mietshäuser festlegen. Des Weiteren können innerhalb eines Hauses Wohnungen mit unterschiedlichen Grundrissen und Ausstattungen angeboten werden, die jeweils auf die Bedürfnisse von Senioren, Studenten oder Familien zugeschnitten sind. Im Wohnumfeld wurde zusätzlich für das Jahr 2050 die Errichtung von Mehrgenerationen-Spielplätzen vorausgesehen. Diese beinhalten Geräte für Spiel, Spaß, Bewegung und Fitness für alle Generationen. Auch die Grünflächen werden vermehrt gemeinschaftlich genutzt.



4 Die Mini-Delphi-Befragung

4.1 Methode, Durchführung und Befragungsinhalte

Die Mini-Delphi-Befragung war ein ergänzender Baustein der Kreativwerkstatt. Ziel der Befragung war es, verschiedene Einschätzungen zu vorgegebenen Thesen in einem systematischen Prozess in mehreren Wellen zu erhalten. Das Ergebnis stellt eine aufbereitete Gruppenmeinung dar.

Die Mini-Delphi-Befragung umfasste zwei Befragungsrunden: Die erste Befragungsrunde wurde vor der Kreativwerkstatt durchgeführt. Die zweite Befragungsrunde wurde nach der Veranstaltung durchgeführt – mit den gleichen Fragen und ergänzt um die Ergebnisse der ersten Befragungsrunde. Die Teilnehmer hatten die Möglichkeit, ihre Meinung in der zweiten Befragungsrunde noch einmal zu überdenken und gegebenenfalls zu ändern.

Die Befragung beinhaltete jeweils drei Aussagen zu zukünftigen Szenarien in den drei Themenfeldern der Kreativwerkstatt. Für jede der insgesamt neun Aussagen sollten folgende Einschätzungen getroffen werden:

- A. Wie wahrscheinlich trifft das Szenario ein?
- B. Bis wann wird das Szenario eintreffen?
- C. Welche Wirkung hat die Globalisierung auf das Szenario?
- D. Welche Wirkung hat der demografische Wandel auf das Szenario?
- E. Durch welche Entwicklung kann das Eintreffen / die Realisierung des Szenarios behindert werden?
- F. Wer kann die Realisierung des Szenarios unterstützen?
- G. Welche politische Ebene soll auf die Realisierung des Szenarios Einfluss nehmen?
- H. Wie schätzen Sie Ihre eigene Fachkenntnis zu dem jeweiligen Szenario ein?

4.2 Ergebnisse

Die folgende Darstellung der Ergebnisse bezieht sich nur auf die Auswertung der 58 abgegebenen Fragebögen der ersten Befragungsrunde, da die Teilnahme an der zweiten Runde zu gering war. Ein Vergleich der Ergebnisse aus der ersten und zweiten Befragungsrunde weist aber auf ähnliche Tendenzen bei den Einschätzungen hin. Die Befragten schätzen ihre eigene Fachkenntnis bei allen Szenarien als entweder „gering“ (größte Gruppe) oder „hoch“ (zweitgrößte Gruppe) ein.

4.2.1 Szenarien zur nachhaltigen Lebensmittelversorgung

Szenario 1: Im ländlichen Raum gewinnt die Eigenversorgung an Bedeutung.

Szenario 2: Carbon Labelling von Produkten wird flächendeckend in der EU eingeführt.

Szenario 3: Starke Nachfrage nach Bioprodukten führt zu erheblichen ökologischen Beeinträchtigungen (z. B. erhöhter Flächenbedarf, erhöhter CO₂-Ausstoß durch Importe).

Das Eintreffen von Szenario 1 und Szenario 2 wird von den meisten der Befragten als „ganz sicher“ oder „ziemlich wahrscheinlich“ eingeschätzt. Hingegen wird das Szenario 3 mehrheitlich mit „kaum wahrscheinlich“ bzw. „keinesfalls“ eingestuft. Alle drei Szenarien werden bis zum Jahr 2020 erwartet. Dabei wirkt die Globalisierung negativ auf die Bedeutungszunahme der Eigenversorgung im ländlichen Raum (Szenario 1) sowie auf die Nachfrage nach Bioprodukten (Szenario 3) und positiv auf die flächendeckende Einführung eines Carbon Labellings von Produkten in der EU (Szenario 2). Die Wirkung des demografischen Wandels wird jeweils als neutral eingeschätzt. Dass die Eigenversorgung im ländlichen Raum an Bedeutung gewinnt (Szenario 1), kann durch gesellschaftliche Entwicklungen behindert und wiederum vor allem vonseiten der Bürgerinnen und Bürger, aber auch der Politik auf Landesebene unterstützt werden.

Die EU-weite Einführung eines Carbon Labellings kann vor allem durch politische und wirtschaftliche Entwicklungen behindert werden. Folglich ist es die Politik, insbesondere auf Ebene der EU, welche die Realisierung vorantreiben kann.

Aus der Sicht der Befragten ist die (Nicht-)Realisierung von Szenario 3 von gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Entwicklungen sowie Bürgerinnen und Bürgern und Unternehmen abhängig. Auf politischer Ebene wird die EU als verantwortlicher Akteur genannt.

4.2.2 Szenarien zu Freizeit und Mobilität

Szenario 4: Motorisierte Verkehrsmittel nutzen ausschließlich Elektroantriebe, die mit Strom aus regenerativen Quellen betrieben werden.

Szenario 5: Infolge umfassender Bewirtschaftung der verfügbaren Energie finden motorisierte Wege möglichst gebündelt statt (Fahrgemeinschaften, öffentlicher Verkehr).

Szenario 6: Es besteht ein flächendeckendes Angebot vielfältiger Freizeit- und Versorgungsangebote, sodass Freizeitwege zu drei Vierteln unmotorisiert im Nahbereich zurückgelegt werden.

Nur eine knappe Mehrheit hält es für wahrscheinlich, dass motorisierte Verkehrsmittel ausschließlich regenerative Elektroantriebe nutzen, und wenn, dann langfristig bis zum Jahr 2050. Der Globalisierung wird eine positive Wirkung auf die Realisierung des Szenarios zugesprochen. Die politische und gesellschaftliche Entwicklung kann die Realisierung verhindern. Neben der Politik können auch Bürgerinnen und Bürger und Unternehmen die Realisierung, insbesondere auf EU-Ebene, unterstützen.

Die meisten Befragten denken, dass eine Bündelung von Verkehr (Szenario 5) bis 2020 oder 2035 stattfinden wird. Der demografische Wandel wird diese Entwicklung verstärken. Insbesondere Bürgerinnen und Bürger könnten die Realisierung unterstützen. Auch der Bundes- und Landespolitik wird Verantwortung zugesprochen. Gesellschaftliche Entwicklungen könnten ein Hemmnis darstellen.

Dass ein flächendeckendes Angebot vielfältiger Freizeit- und Versorgungsangebote besteht und dadurch Freizeitwege größtenteils unmotorisiert zurückgelegt werden können (Szenario 6), wird mehrheitlich für unwahrscheinlich gehalten und ist gegebenenfalls erst langfristig bis zum Jahr 2050 zu erwarten. Aus Sicht der Befragten kann der demografische Wandel eine positive Wirkung auf die Realisierung des Szenarios entfalten. Gesellschaftliche und politische Entwicklungen gelten als mögliche Hemmfaktoren. Eine Zuständigkeit für die Realisierung wird primär der Politik auf Landesebene zugesprochen.

4.2.3 Szenarien zum Wohnen der Zukunft

Szenario 7: Aspekte der funktionalen Mischnutzung (Wohnen, Konsum, Arbeit) gewinnen als Strategien einer nachhaltigen Stadtentwicklung signifikant an Bedeutung.

Szenario 8: Innerstädtische Bereiche mit hoher ‚Aktionsdiversität‘, mit guter Anbindung an bestehende Infrastrukturnetze, Nahversorgung und vielfältigen kulturellen Angeboten fördern eine sozial verträgliche Stadtentwicklung.

Szenario 9: Quartiere mit starkem Rekreatationswert (Angebot an Freizeit und Konsum) stehen durch ihre Möglichkeiten der Identitätsbildung stark im Trend der modernen urbanen Lebensformen.

Eine eindeutige Mehrheit hält ein Eintreffen der Szenarien zum Wohnen der Zukunft für „ziemlich wahrscheinlich“ oder „ganz sicher“. Während Szenario 7 und 8 bis zum Jahr 2035 erwartet werden, ist Szenario 9 bereits bis 2020 wahrscheinlich. Der Globalisierung wird eher eine neutrale bzw. bei Szenario 9 eine positive Wirkung zugesprochen. Hingegen wirkt der demografische Wandel positiv auf die Realisierung aller drei Szenarien. Politische Entwicklungen könnten Szenario 7 und 8 behindern. Aktivitäten vonseiten der Bürger können die Realisierung von Szenario 9 unterstützen und gesellschaftliche Entwicklungen hemmen.

Übersicht über die Publikationen

Hier eine Auswahl von Stellungnahmen und Veröffentlichungen, die in der Schriftenreihe des Rates erschienen sind. Sie stehen unter www.nachhaltigkeitsrat.de zum Download bereit.

- Weltagrarhandel und nachhaltige Entwicklung [Deutsch/Englisch]
Empfehlungen des Rates für Nachhaltige Entwicklung an die Bundesregierung
- Mehr Wert für die Fläche: Das „Ziel-30-ha“ für die Nachhaltigkeit in Stadt und Land
Empfehlungen des Rates für Nachhaltige Entwicklung an die Bundesregierung
- Studie „Erfolgsfaktoren zur Reduzierung des Flächenverbrauchs in Deutschland“
- Effizienz und Energieforschung als Bausteine [Deutsch/Englisch]
einer konsistenten Energiepolitik
Empfehlungen des Rates für Nachhaltige Entwicklung an die Bundesregierung
- Unternehmerische Verantwortung in einer globalisierten Welt – [Deutsch/Englisch]
Ein deutsches Profil der Corporate Social Responsibility
Empfehlungen des Rates für Nachhaltige Entwicklung
- Schutz der Biodiversität heißt aktuell: Biomasse-Produktion nachhaltig machen –
Empfehlungen des Rates für Nachhaltige Entwicklung 2008
- Welche Ampeln stehen auf Rot? Stand der 21 Indikatoren der [Deutsch/Englisch]
nationalen Nachhaltigkeitsstrategie – auf der Grundlage des Indikatorenberichts 2006
des Statistischen Bundesamtes – Stellungnahme des Rates für Nachhaltige Entwicklung
- Glaubwürdig – wirtschaftlich – zukunftsfähig; [Deutsch/Englisch]
Eine moderne Beschaffungspolitik muss nachhaltig sein
Empfehlungen des Rates für Nachhaltige Entwicklung an die Bundesregierung
- „Nachhaltigkeit vor Ort“ – Konferenz der 100 jüngsten Kommunalparlamentarier
- „Unternehmen Verantwortung“
Aktionen und Dialoge 2006/2007 – Wie der Rat für Nachhaltige Entwicklung die
Diskussion um „Corporate Social Responsibility“ führt
- Der Nachhaltige Warenkorb – Einfach besser einkaufen. [Deutsch/Englisch]
Ein Ratgeber, 2009
- Generationendialog in der Praxis – Bürger initiieren Nachhaltigkeit
Die 40 Preisträger des Wettbewerbs 2009
- Peer Review on Sustainable Development Policies in Germany [Deutsch/Englisch]
Sustainability “Made in Germany” – We Know You Can Do It
Peer Review der deutschen Nachhaltigkeitspolitik
- Die nächste Stufe – Nachhaltigkeit in der gesellschaftlichen Praxis [Deutsch/Englisch]
Tätigkeitsbericht 2007–2010 des Rates für Nachhaltige Entwicklung

Ratsmitglieder

Dr. Volker Hauff, Vorsitzender

Bundesminister a.D., ehemaliges Mitglied der World Commission on Environment and Development (Brundtland-Kommission)

Horst Frank

Oberbürgermeister der Stadt Konstanz

Dr. Hans Geisler

Sächsischer Staatsminister für Soziales, Gesundheit, Jugend und Familie a.D.

Prof. Dr. Edward G. Krubasik

Honorarprofessor an der TU München, ehem. Zentralvorstand Siemens

Prof. Dr. Ute Klammer

Professorin für Sozialpolitik an der Universität Duisburg-Essen

Thomas Loster

Leiter der Münchener Rück Stiftung

Prof. Dr. Jürgen Rimpau

ehem. Vorstand Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft e. V.

Prof. Dr. Georg Teutsch

Wissenschaftlicher Geschäftsführer Helmholtz-Zentrum für Umweltforschung GmbH – UFZ

Marlehn Thieme

Mitglied im Rat der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD),

Direktorin der Deutschen Bank

Prof. Dr. Klaus Töpfer, stellvertretender Vorsitzender

Gründungsdirektor des Institute for Advanced Sustainability Studies (IASS),
Bundesminister a.D., Exekutivdirektor des UN-Umweltprogramms UNEP a.D.

Michael Vassiliadis

Vorsitzender der Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie (IG BCE)

Hubert Weinzierl

Präsident des Deutschen Naturschutzrings (DNR), Vorsitzender des Kuratoriums der
Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU)

Prof. Dr. Angelika Zahrt

Ehrevorsitzende des Bundes für Umwelt und Naturschutz (BUND)



Rat für
NACHHALTIGE
Entwicklung



Der Rat für Nachhaltige Entwicklung

Der Rat für Nachhaltige Entwicklung wurde im Juni 2007 von der Bundeskanzlerin Angela Merkel neu berufen, nachdem er erstmalig im April 2001 von Bundeskanzler Gerhard Schröder berufen worden war. Ihm gehören 13 Personen des öffentlichen Lebens an. Die Aufgaben des Rates sind die Entwicklung von Beiträgen für die Umsetzung der nationalen Nachhaltigkeitsstrategie, die Benennung von konkreten Handlungsfeldern und Projekten sowie Nachhaltigkeit zu einem wichtigen öffentlichen Anliegen zu machen.

Weiterführende Informationen finden Sie unter:

www.nachhaltigkeitsrat.de

Impressum

© 2010 Rat für Nachhaltige Entwicklung

c/o Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH

Grafik-Design: www.bert-odenthal.de

Lektorat: Petra Thoms, Berlin

© Fotos Titel: gordon bussiek / photocase.com; dubes / www.sxc.hu;

büro bert odenthal; Fotos Workshop: Sören Marotz, nexus / © Rat für

Nachhaltige Entwicklung

Druck: Druckerei Lokay e.K. – www.lokay.de

Gedruckt auf Recymago (aus 100 % Altpapier)



Rat für Nachhaltige Entwicklung
www.nachhaltigkeitsrat.de
info@nachhaltigkeitsrat.de