

Projektvorschläge des Rates für Nachhaltige Entwicklung

Stand: 21.11.2001

ÜBERSICHT

1 PROJEKTVORSCHLAG DER AG ENERGIE UND KLIMASCHUTZ.....	2
1.1 „4-Liter-Altbausanierung“	2
1.1.1 Hintergrund und Projektziel	2
1.1.2 Projektbeschreibung	2
1.1.3 Erfolgspotenziale des Projektes	3
2 PROJEKTVORSCHLAG DER AG MOBILITÄT	3
2.1 „Zukunftsfähige Mobilität mit intelligenten Verkehrsdienstleistungen“	3
2.1.1 Projektziel	3
2.1.2 Projektbeschreibung	4
2.1.3 Erfolgsgrößen des Projektes	5
2.1.4 Leuchtturmcharakter des Projektes	6
3 PROJEKTVORSCHLÄGE DER AG LANDWIRTSCHAFT, UMWELT, ERNÄHRUNG UND GESUNDHEIT	6
3.1 „Zukunft gestalten durch Verbraucherverhalten“	6
3.1.1 Projektziel	6
3.1.2 Projektbeschreibung	6
3.1.3 Projekthintergrund	7
3.1.4 Erfolgsfaktoren.....	7
3.1.5 Weitere Schritte	8
3.2 „Welthunger bekämpfen mit nachhaltiger, standortgerechter Landnutzung“	8
3.2.1 Projektziel	8
3.2.2 Projektbeschreibung	8
3.2.3 Projekthintergrund	9

Vorbemerkung

In Ergänzung zu den Pilotprojekten, die von dem Staatssekretärsausschuss vorgeschlagen wurden, empfiehlt der Rat für Nachhaltige Entwicklung der Bundesregierung die nachfolgend beschriebenen Projekte. Dabei handelt es sich um keine ausschließende Liste, der Rat behält sich vor, im Laufe seiner Arbeit weitere Projekte zur Durchführung vorzuschlagen.

1 Projektvorschlag der AG Energie und Klimaschutz

1.1 „4-Liter-Altbausanierung“

1.1.1 Hintergrund und Projektziel

In der Energieeffizienz liegen große Potenziale auf dem Weg zu einer sichereren und umweltfreundlicheren Versorgung von Wirtschaft und Privatverbrauchern mit Energiedienstleistungen. Zudem sind hier positive Beschäftigungseffekte zu erwarten, denn Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz bewirkten empirischen Untersuchungen zufolge heute netto etwa 50 Arbeitsplätze je eingespartes Petajoule Energie. Besonders die Möglichkeiten zur Energieeinsparung ohne Komforteinbußen im Gebäudebestand wurden bislang noch unzureichend beachtet und ausgeschöpft. Daher schlägt der Nachhaltigkeitsrat ein Projekt „4-Liter-Altbausanierung“ vor. Ziel ist des Projektvorschlages ist es, aufzuzeigen, dass es ein großes wirtschaftliches und energetisches Potenzial sowie Möglichkeiten zur Revitalisierung der Städte durch Altbausanierungen gibt und wie es erschlossen werden kann.

Fast 95% des gesamten Heizenergieverbrauchs entfallen auf Altbauwohnungen. Sanierungsbedarf haben etwa 24 Mio. der 34 Mio. Wohnungen in Deutschland. Gegenwärtig werden jährlich lediglich etwa 1% dieses Potenzials realisiert. Trotz der Bemühungen der Bundesregierung, durch das Förderprogramm zur Sanierung von Altbauten hier Anstöße zu geben, bleibt der Fortschritt in diesem Bereich hinter dem Möglichen und dem zur Erreichung des Klimaschutzzieles Notwendigen zurück. Vor allem bei der energetischen Modernisierung von Gebäuden gibt es noch eine Kluft zwischen vorhandenem Wissen und der täglichen Baupraxis. Einzelne Beispiele haben allerdings bereits gezeigt, dass auch bei Altbauten innovative Konzepte Vorteile für Eigentümer und Bewohner, soziales Wohnumfeld und Umwelt haben können. Dies soll durch den Projektvorschlag verdeutlicht werden.

1.1.2 Projektbeschreibung

Das Projekt teilt sich in zwei Teile: Der eine betrifft die bundeseigenen Gebäude, der andere Projekte, die in Kooperation mit privaten Wohnungsgesellschaften oder -besitzern durchgeführt werden sollen.

- Alle Bundesliegenschaften sollen bis Ende 2002 zum Energiecontracting ausgeschrieben werden. Der Fokus richtet sich dadurch auf die Definition von erwarteten Energiedienstleistungen. Ziel ist es, den Bestand an Bundesliegenschaften mit einer besseren Anlagentechnik und Gebäudedämmung auszustatten, so dass im Durchschnitt ein „4-Liter-Gebäude“ (4 Liter Heizöl pro Quadratmeter Wohnfläche pro Jahr) erreicht wird. Es wird erwartet, dass die Bereitstellung der Energiedienstleistung nicht nur energieeffizienter und damit ressourcenschonender sondern letztlich auch kostengünstiger erfolgen wird. Beispielen auf Länderebene und in den Kommunen soll damit auch der Bund folgen und so zeigen, dass die benötigte Energiedienstleistung und nicht mehr die Anlagentechnik in den Mittelpunkt von Beschaffungsüberlegungen zu stellen ist.
- Eine „Projektgruppe für Wohnen, Energie und Klimaschutz“ soll in jedem Bundesland ein Modellprojekt umsetzen, das auf möglichst wirtschaftliche Weise bestehende Wohngebäude auf einen „4-Liter-Standard“ bringt. Diese Beispiele sollen zeigen, dass energetische Modernisierung kein Luxus ist, sondern Vorteile für alle Beteiligten bringt. Dieser zweite Projektteil soll integrativen Charakter haben und die zuständigen Länderbehörden sowie die Akteure in der Bau- und Wohnungswirtschaft zusammenführen, damit durch

eine intelligente Verknüpfung von Maßnahmen das Ziel effizient erreicht wird. Der Entwicklungsprozess soll zentral gesteuert und wissenschaftlich begleitet werden, damit eine Zusammenführung der Projektpartner und der erforderlichen Techniken – moderne Dämmstoffe, kontrollierte Be- und Entlüftung, Fenster, effizientes Heizungssystem – für die einzelnen Projekte koordiniert wird.

Bei dem Projekt ist es letztlich den Beteiligten freigestellt, wie das Ziel des „4-Liter-Gebäudes“ erreicht wird. Es können in den verschiedenen Projekten in den Ländern unterschiedliche Techniken zum Einsatz kommen, deren ökonomische und ökologische Effizienz in der wissenschaftlichen Begleitung beurteilt wird.

1.1.3 Erfolgspotenziale des Projektes

Mit maximalem Einsatz von Technik ist es möglich, auch ein „3-Liter-Haus“ in der Altbau-sanierung zu realisieren. Doch wichtig ist es hier vor allem aufzuzeigen, wie unter aktuellen Bedingungen eine für alle Parteien auch wirtschaftliche Lösung realisiert werden kann, um Einsparpotenziale zu mobilisieren. Das Projekt unterstützt die nachhaltige Entwicklung in mehrfacher Hinsicht und verbindet ökologische, soziale und ökonomische Ziele.

Energetische Modernisierung muss selbstverständlich werden, daher hat der Bund die Aufgabe, mit gutem Beispiel voran zu gehen, indem durch Energiecontracting Gebäudedämmung und Anlagentechnik auf den neuesten Stand gebracht werden.

Der zweite Projektteil ermöglicht im Zuge einer Gesamtanierung die Revitalisierung von Innenstadtbereichen oder Stadtteilen – die Erschließung alter Bereiche zu neuem Leben. Es befördert kürzere Wege, vermindert so Berufs- und Freizeitverkehr und steigert die Lebensqualität für die Bewohner. Schließlich wird damit dem Flächenverbrauch durch Abwanderungsbewegungen in die Peripherie entgegengewirkt.

Es kann aufgezeigt werden, wie auch die Vermietbarkeit von innerstädtischem Wohnraum erhöht werden kann. Es ermöglicht die Zusammenfassung von innovativen Ideen moderner Bautechnik zu einem Mix, der nachhaltiges Bauen demonstriert und zur Nachahmung einlädt, denn die angewendeten Konzepte werden dokumentiert und können auf weitere Projekte übertragen werden.

Der Fokus auf das Ziel „4-Liter-Haus“ lässt einen offenen Wettbewerb verschiedener Maßnahmen und Gewerke um die effizienteste Art zur Bereitstellung der geforderten Energiedienstleistung zu. Es stärkt dadurch innovative Konzepte und Angebote bei der Gebäudeeffizienz und zeigt die Herausforderungen für Architekten, Ingenieure, Handwerker, Wohnungsunternehmen und Investoren.

2 Projektvorschlag der AG Mobilität

2.1 „Zukunftsfähige Mobilität mit intelligenten Verkehrsdienstleistungen“

2.1.1 Projektziel

Bisher wird Verkehr oft sehr einseitig auf Kosten von Ressourceneffizienz und wirtschaftlicher Vernunft organisiert. Veränderungen im Verkehrsverhalten und vor allem bei der Verkehrsmittelwahl werden durch zwei Probleme gehemmt:

- Auf der Nachfrageseite gibt es Vorurteile über die Qualität der verschiedenen Verkehrsmittel. In der Vorstellung der Nachfrager sind die Vorteile des Autos einerseits und die Nachteile der Alternativen andererseits größer als dies der Realität entspricht. Umweltverträgliche Alternativen werden häufig also auch dann nicht genutzt, wenn sie tatsächlich den gleichen oder gar einen größeren Mobilitätsnutzen bringen.
- Auf der Angebotsseite ist die Dienstleistungsorientierung unterentwickelt. Das betrifft sowohl die Qualität von einzelnen Angeboten, vor allem aber die Abgestimmtheit verschiedener Verkehrsangebote. Ein einfacher, schneller und bequemer Übergang zwischen

verschiedenen Verkehrsangeboten ist eines der Haupthemmnisse um umweltverträgliche Verkehrsträgern wieder zu stärken. Schließlich haben Verkehrsdienstleistungen, die nicht mit dem Besitzen von Verkehrsmitteln verbunden sind (Carsharing, Cashcar, Leihfahräder, Rundum-Mobilitäts-Angebote), praktisch keinen Stellenwert in Deutschland.

Mit dem Projekt wird die Schaffung von und die verstärkte Nachfrage nach einem umweltverträglich und sozial innovativ gestalteten Verkehrsträgermix angestrebt. Es geht darum, in einem Pilotprojekt zu zeigen, dass es gelingen kann, mit einer gezielten, persönlichen und aufsuchenden Beratung einerseits und mit dem Aufbau neuer Mobilitätsdienstleistungen andererseits, eine deutliche Veränderung der Verkehrsmittelwahl, eine bessere Lebensqualität in der Stadt und schließlich mehr Mobilität zu ermöglichen. Unterwegs in öffentlichen Verkehrsmitteln, mit dem Fahrrad, als Fußgänger und im Auto – das ist das Bild eines modernen Verkehrsgeschehens in einer „intermodalen Stadt“, denn jedes Verkehrsmittel hat seine Stärken und Schwächen.

Pure Appelle und der warnende Hinweis auf Staus nutzen wenig. Das Projekt setzt vielmehr beim Angebot und bei der Nachfrage an. Zum einen soll das Angebot besser auf die Bedürfnisse der Bevölkerung ausgerichtet werden. Andererseits sollen durch eine individuelle Information und persönliche Beratung der Bürgerinnen und Bürger Vorurteile abgebaut und der Blick auf Verkehrsoptionen geöffnet werden. Nicht die politisch gewünschte Veränderung des Modal split steht dabei im Vordergrund, sondern die Optimierung des persönlichen Mobilitätsnutzens. Ausgangspunkt ist das oftmals eingeschliffene individuelle Verkehrsverhalten: Handlungsroutinen bei der Verkehrsmittelwahl können durch Bewusstseinsbildung und durch das Angebot attraktiver Alternativen verändert werden. Durch die Kombination und Integration von verschiedenen Verkehrsträgern in einer Hand und die individualisierte Verkehrsmittelberatung sollen die Stadtbewohnerinnen und –bewohner zu einem intelligenten Verkehrsverhalten verführt werden. Individuelle und subjektive Hindernisse gegenüber der Nutzung umwelt- und sozialverträglicherer Verkehrsmittel sollen so abgebaut werden. Neue wettbewerbsfähige Verkehrsangebote, die ohne Subventionen und moralischen Zeigefinger auskommen, sind das Hauptziel des Projektes. Im Rahmen des Projektes soll daher für eine Modellregion ein Konzept eines umweltverträglich und sozial innovativ gestalteten Verkehrsträger-Mixes realisiert werden. Das Projekt verbindet damit ökonomische, ökologische und soziale Zielsetzungen nachhaltiger Mobilität.

2.1.2 Projektbeschreibung

Der Grundansatz des Projektes soll in einer Modellstadt erprobt werden. Es empfiehlt sich für die Realisierung auf eine Kooperation der choice Mobilitätsproviding GmbH/WZB, Berlin (für die Angebotsseite), und der Socialdata Institut für Verkehrs- und Infrastrukturforschung GmbH, München (für die Nachfrageseite) zurückzugreifen. Im Einzelnen sieht das Projekt folgende Elemente vor:

A.: Neue und gebündelte Verkehrsangebote: Verkehr kann auf umweltschonende Verkehrsmittel verlagert werden, wenn sich gesellschaftliche Rationalität und die Erwartungen der Nutzer in den Angeboten widerspiegeln. Um die Intermodalität leicht und handhabbar für die Bürgerinnen und Bürger anbieten zu können, sind das Angebot von Verkehrsdienstleistungen besser zu verknüpfen, neue Angebote zu kreieren und Hemmnisse zum Umstieg abzubauen. Bestehende Angebote gehören ebenso wie neue Dienstleistungen dazu:

- „Nutzen statt besitzen“: Innovativ kann dabei in Zukunft ein System von Mobilitätsprovidern und Mobilstationen sein, an denen nicht nur Busse der verschiedenen öffentlichen und privaten Anbieter anhalten, sondern auch andere Verkehrsmittel wie Fahrräder und Autos verliehen werden (d.h., mit Fahrrad- und Autobaustein). Dabei sollen bereits bestehende Initiativen alternativer Mobilitätskonzepte wie ein professionelles Car-Sharing und das CashCar-Modell, in dem ein Auto mit temporärer Rückgabeoption geleast werden kann, aufgegriffen und miteinander verknüpft werden.
- „Zweiräder passen gut in die Stadt“: Bei dem Angebot eines stadt- und umweltverträglichen Verkehrsmittelmixes ist nicht zuletzt der Zufuß- und Fahrradverkehr zu berücksichtigen.

gen. Einen Beitrag zur Verringerung von Umweltbelastungen, insbesondere im städtischen Bereich, soll insbesondere der Zweirad-Verkehr leisten. Indem die Infrastruktur für Fahrräder und motorisierte Zweiräder ausgebaut wird, kann eine preisgünstige Mobilitätsform gesichert werden. Dabei werden die motorisierten Zweiräder für diese Maßnahmen so ausgewählt, dass sie zu einer technologischen Minimierung der Emissionen führen.

- „Vom Beförderungsfall zum Mobilitätssalon“: Die von den Mobilitätsprovidern vertriebenen Verkehrsdienstleistungen einschließlich des Autobausteins werden in eigenen „Mobilitätssalons“ angeboten. Diese organisieren für die Mobilitätsprovider auch den Service und die Reinigung der Flotten. Hier wird schließlich zusammen mit den Kunden die individuelle Inanspruchnahme kombinierter Verkehrsträger ermittelt, finanziert über ein vorher berechnetes Mobilitätsbudget.

Es soll an vorhandene Erfahrungen im kommunalen Mobilitätsmanagement, in erfolgreichen Zweiradinitiativen sowie nicht zuletzt beim Car Sharing angeknüpft werden. Die choice Mobilitätsberatung hat große Erfahrungen in der Beratung von kommunalen Verkehrsunternehmen und Car-Sharing-Organisationen hinsichtlich der Professionalisierung und Implementierung des Autobausteins. Im Zentrum stehen dabei (informations)technische Innovationen, die Reorganisation betrieblicher Abläufe und nicht zuletzt die Identifikation und Ansprache potenzieller Kundensegmente.

B.: Aktive Mobilitätsberatung: Ausgehend von den Mobilitätsbedürfnissen der Verkehrsmittelbenutzer wird durch eine individualisierte Beratung von Verkehrsteilnehmern über Möglichkeiten der Wahl alternativer Verkehrsmittel, Routen und Neukombination von Verkehrsangeboten aufgeklärt. Latente Potentiale zum Umstieg auf umweltverträglichere Verkehrsmittel werden mobilisiert. Damit soll für eine Modellregion die Nachfrage nach Verkehrsdienstleistungen durch eine gezielte Verkehrsberatung beeinflusst werden:

- Die Beratung bezieht alle in Frage kommenden Verkehrsmittel und Nutzungsformen ein.
- Sie konzentriert sich auf umsetzbare und „mögliche“ Nutzungsänderungen. Der Dialog mit den zu Beratenden ist das tragende Prinzip.
- Eine aktive Mobilitätsberatung ist prozesshaft.
- Neben den Verkehrsteilnehmern können die Umwelt- und Stadtplaner genauso wie die Nahverkehrsunternehmen und das Gesundheitssystem profitieren. Wegen seiner Wirksamkeit sollten Verhaltensänderungen in der Verkehrsmittelwahl wie öffentliche Investitionen bewertet werden.

Projekterfahrungen von Socialdata wie zuletzt in Perth (Australien) liegen dazu vor und zeigen, dass mit relativ wenig Aufwand gute Erfolge erzielt werden können. Nachfragesteigerungen für den öffentlichen Nahverkehr sind ebenso zu erzielen wie eine größere Wertschätzung des zu Fuß Gehens und Fahrrad Fahrens im Nahbereich.

In einem ersten Schritt soll im Rahmen einer Ausschreibung eine geeignete Modellstadt ermittelt werden. In der konkreten Aufbauphase des Projektes sind die Akteure zu ermitteln und ihre jeweiligen Beiträge zum Aus- und Aufbau neuer Mobilitätsangebote. Bereits in dieser Phase kann der Teil der Verkehrsberatung beginnen.

2.1.3 Erfolgsgrößen des Projektes

Der Projekterfolg wird letztlich an den realisierten Modal-Split-Veränderungen und am Grad der sozialen Partizipation gemessen. Anschaulich sind Kenngrößen zu den Emissionen, zur Qualität des öffentlichen Raums und vor allem zum Zugang zu allen Verkehrsmitteln durch alle Bürger sowie zu den Arbeitsplätzen im Bereich des kommunalen Verkehrs. Es ist davon auszugehen, dass wachsende Anteile von Verkehrsteilnehmern, die ihren Verkehrsträgermix umweltverträglich und sozial innovativ gestalten, mit sinkenden Emissionen, verbesserter Qualität öffentlicher Räume und einer wachsenden Zahl von lokalen Arbeitsplätzen im Dienstleistungsbereich einhergehen.

2.1.4 Leuchtturmcharakter des Projektes

Der hier vorgeschlagene Modellversuch für einen umweltverträglich und sozial innovativ gestalteten Verkehrsträgermix in einer intermodalen Stadt ermöglicht die Zusammenfassung einer Reihe innovativer Ideen moderner Verkehrspolitik und Verkehrstechnik. Die Nutzungs- und Akzeptanzdimension werden jedoch nicht vergessen: Aktive Maßnahmen der Verkehrsmittelberatung in der Modellregion kommen hinzu. Oft wird versucht, die Bürgerinnen und Bürger durch technische oder steuerliche Restriktionen in ihrem Verkehrsverhalten zu beeinflussen. Hier werden sie als informierte Partner in der Problemlösung ernst genommen und zu eigenen Lösungsbeiträgen motiviert.

In der Kombination von Angebotsverbesserungen und Nachfragestimulierung kann erreicht werden, dass spürbar und auf Dauer die individuelle Verkehrsmittelwahl zu einer ressourcenschonenderen Verkehrsmittelnutzung führt. Die ausstrahlende Wirkung des Projektes vollzieht sich auf verschiedenen Ebenen:

- Eine individuelle Beratung von Verkehrsteilnehmern lässt sich gut regional begrenzt realisieren und ist dann auf andere Regionen übertragbar.
- Gleichzeitig enthält das Projekt Ansätze, mit denen durch eine Optimierung der Schnittstellen zwischen den Verkehrsträgern demonstriert werden kann, wie der Zugang zu allen Verkehrsmitteln verbessert wird. Bei dem Angebot eines Verkehrsmittelmixes ist zentral der Zufuß- und Fahrradverkehr berücksichtigt. Hier können Maßnahmen als erste Bausteine im Gesamtkonzept direkt umgesetzt werden.
- Für Politik und Bürger bedeutet ein solches Projekt ein Lernen und in der Folge leicht realisierbare Verhaltensänderungen. Das Projekt vereinigt technische und soziale Innovationen in einem Modell für eine nachhaltige Verkehrspolitik.

3 Projektvorschläge der AG Landwirtschaft, Umwelt, Ernährung und Gesundheit

3.1 „Zukunft gestalten durch Verbraucherverhalten“¹

3.1.1 Projektziel

Förderung der Verbrauchernachfrage nach Lebensmitteln aus nachhaltiger Landwirtschaft durch Konzeption und Umsetzung einer auf mehrere Jahre ausgelegten Sensibilisierungs- und Informationskampagne.

3.1.2 Projektbeschreibung

Eine auf mehrere Jahre ausgelegte Infokampagne zielt darauf ab, die aus der Verbraucherschorschung bekannten Defizite (Aspekten der Nachhaltigen Entwicklung wird im preisfokussierten Wettbewerb kaum Rechnung getragen; Konsumententscheidungen werden meist nicht auf der Basis altruistischer Motive oder langfristiger Ziele getroffen, Produktangebote lassen Transparenz hinsichtlich der Umstände der Erzeugung vermissen) abzubauen und die Nachfrage nach nachhaltig produzierten und gehandelten Erzeugnissen zu stärken. Die Inhalte dieser Kampagne werden so konzipiert, dass sie viele verschiedene Konsummilieus² ansprechen. Je nach Zielgruppe sollen diese Angebote traditionell-seriös, ironisch oder frech ge-

¹ Gemeint sind die Verbraucherinnen und Verbraucher, es werden stellvertretend nur die Verbraucher genannt.

² Die Sozialforschung versteht hierunter gesellschaftliche Gruppen, die sich von anderen hinsichtlich ihrer Wahrnehmung bzw. ihrer Konsumententscheidungen deutlich unterscheiden. Diesen Umstand nutzt die Konsumgüterindustrie seit langem, in dem Produkte und die dsbzgl. Kommunikation/Werbung hierfür auf bestimmte Milieus maßgeschneidert werden (Werbepsychologie). Insofern erscheint es im Rahmen der Infokampagne erforderlich, entsprechenden Sachverstand zu berücksichtigen. U.a. könnte sich das Institut für sozial-ökologische Forschung, ISOE, in Frankfurt/M. hierfür anbieten.

staltet sein. Entscheidende „Klammer“ der verschiedenen Gesichter der Kampagne ist ein hoher Wiedererkennungseffekt, d.h. ein Sympathieträger (reale Identifikationsfigur, Cartoon und ein Symbol/Logo) sowie eine Melodie sind essentiell.

Metaziel der Kampagne muss sein, dass sie selbst – unabhängig von den transportierten Inhalten – zum „Kult“ wird, und dies bei möglichst vielen gesellschaftlichen Gruppen. Als Medium bietet sich im europäischen Raum vor allem das Fernsehen an; die jeweils besten Sendepplätze sind in Abhängigkeit von den jeweiligen Zielgruppen zu definieren. Daneben ist an Plakatwerbung, Kinowerbung und weitere Medien zu denken.

3.1.3 Projekthintergrund

Als Reaktion auf die „BSE-Krise“ verändert sich auf vielen Ebenen die Politik in Deutschland. Neben der Umbenennung des Bundeslandwirtschafts- in ein Bundesverbraucherministerium, dem gleichzeitig bestimmte Zuständigkeiten im Verbraucherschutz, welche bisher in den Ressorts „Wirtschaft“ und „Gesundheit“ lagen, zugewachsen sind, öffnen sich auch andere Politikakteure dem Thema Verbraucherschutz, etwa der Deutsche Bauernverband und die Verbände der Ernährungsindustrie. Deren nicht unberechtigtes Interesse an Planungssicherheit für Investitionen in Prozessänderungen, Qualitätsmanagement etc. würde durch „Ignoranz“ auf der Nachfrage tangiert. Grundsätzlich sind aber auch die Verbraucherverbände selbst an Verbesserungen bei der Lebensmittelsicherheit, der Tierhaltungsbedingungen etc. interessiert. Vor allem dann, wenn solche Änderungen freiwillige Leistungen oberhalb der gesetzlichen Vorschriften darstellen, muss die Nachfrageseite in geeigneter Weise angesprochen werden, da solche freiwilligen Leistungen ohne Honorierung seitens der Verbraucher aus Gründen des Wettbewerbs nicht von Dauer sein werden.

Alle gesetzgeberischen und weiteren Aktivitäten zielen bisher auf eine Veränderung des Lebensmittelangebots ab; angefangen von der landwirtschaftlichen Uerzeugung über die Verarbeitung bis zur Lebensmitteldeklaration und der Schaffung von Gütesiegeln. Derartige Aktivitäten sind ohne Zweifel notwendig, aber nicht hinreichend. Parallel sind daher Maßnahmen zu ergreifen, die sich an die *Nachfrageseite*, d.h. die Verbraucher, wenden. Durch eine geeignete Kampagne, die sensibilisiert und informiert, lassen sich die Voraussetzungen dafür schaffen, dass die „nachhaltigen“ Angebote den Konsumenten nicht nur bekannt sind, sondern von breiten Bevölkerungsschichten bei ihren Kaufentscheidungen als nachfragerrelevant angesehen und entsprechend berücksichtigt werden.

Aus der Verbraucherforschung weiß man, dass sich selbst Lebensmittelkrisen, von denen jedermann persönlich betroffen ist, nicht beliebig lange zur Erreichung eines dauerhaft verbesserten Verbraucherschutzniveaus nutzen lassen. Sowohl in den Medien als auch im eigenen, real erlebten Lebensumfeld dominieren Vergessen bzw. Verdrängung von Problemen. Umso wichtiger erscheint es auch aus dieser Sicht, alsbald eine entsprechende Informations- und Bildungskampagne zu entwickeln und der Öffentlichkeit anzubieten, um eine Rückkehr zum „business as usual“ weitestmöglich und dauerhaft zu verhindern.

3.1.4 Erfolgsfaktoren

Der Erfolg einer Kampagne ist ex-ante nicht zu prognostizieren. Ohne angemessene Mittelausstattung wird es nicht gehen, aber ein gutes Budget ist längst keine Garantie. Auch in der finanziell gut ausgestatteten Konsumgüterindustrie gelingt die Mehrzahl der Produkteinführungen nicht auf Dauer. Von Vorteil dürfte jedoch sein, dass die Bundesregierung und die in allen gesellschaftlichen Gruppen fest verankerten Persönlichkeiten des Rates für Nachhaltige Entwicklung die hier vorgeschlagene Kampagne in der Öffentlichkeit unterstützen und dass es sich um eine konkurrenzlose Aktivität handelt.

Von entscheidender Bedeutung ist, die Planung und Durchführung der Kampagne in die Hände einer Institution zu legen, die sich ausschließlich damit beschäftigt, über ein hohes Maß von Kompetenz verfügt und schnell und unbürokratisch handeln kann. Gespräche mit Institutionen, die bereits vergleichbare Kampagnen durchführen („Der 7. Sinn“; AIDS-Aufklärung; u.a.) können hier Fehler vermeiden. Um das Budget sparsam zu bewirtschaften,

wäre zudem zu prüfen, ob die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten qua Auftrag nicht **unentgeltlich** Sendezeit für ein gesamtgesellschaftlich so bedeutendes Ziel Verbraucherinformation bzw. die Nachhaltige Entwicklung zur Verfügung stellen können.

3.1.5 Weitere Schritte

Vorschlag für die Vorgehensweise „Verbraucherkampagne“

- Sondieren des erforderlichen Minimalbudgets, Überlegungen zur Institutionalisierung/ Aufhängung der Kampagne
- Erste Skizze zu Inhalten (Was ist die Botschaft?), Mittelakquisition, Gespräche mit „Praktikern“ wie „7.Sinn“, Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Dt. Aidshilfe etc., ggf. Überarbeitung der Inhalte, Einstieg in die Kooperation mit Profis aus Werbung und sozial-ökologischer Forschung, Umsetzung der Inhalte, möglichst mit Erfolgskontrolle.

3.2 „Welthunger bekämpfen mit nachhaltiger, standortgerechter Landnutzung“

3.2.1 Projektziel

Verbreitung nachhaltiger, standortgerechter Landnutzungssysteme, die sich in der bisherigen Praxis bereits bewährt haben, um die Ernährung in den Entwicklungsländern zu sichern.

3.2.2 Projektbeschreibung

Zentraler Projektschwerpunkt ist die Verbreitung und der Austausch von Wissen zu nachhaltigen, standortgerechten Landnutzungssystemen. Hier geht es nicht um einen einseitigen Wissenstransfer vom Norden in den Süden oder umgekehrt, sondern im Besonderen um die Verstärkung des Süd-Süd Austausches.

Standortgerechte Landnutzungssysteme können als nachhaltig bezeichnet werden, wenn sie langfristig das Einkommen der ländlichen Bevölkerung und die Ertragsfähigkeit des Landes erhalten, ohne sich auf die Umwelt (Erosion, Verlust der Bodenfruchtbarkeit, etc.) oder auf die Menschen (Verlust einer ausreichenden Lebensgrundlage etc.) negativ auszuwirken. Das Landnutzungssystem muss demnach wirtschaftlich, ökologisch und sozial nachhaltig und an den jeweiligen kulturellen Kontext angepasst sein. Priorität hat die Inwertsetzung angepassten lokalen Wissens. Voraussetzung für nachhaltige Landnutzungssysteme ist ihre aktive Ausgestaltung durch die lokale Bevölkerung unter Berücksichtigung benachteiligter Gruppen. Frauen kommt dabei eine besondere Bedeutung zu.

Das Projekt setzt sich aus den folgenden Projektkomponenten zusammen:

- Systematisierung der bisherigen Erfahrungen im Bereich der nachhaltigen, standortgerechten Landnutzungssysteme (u.a. Strategieentwicklung und ‚best practise‘). Da dieser Bereich schon eine umfangreiche Dokumentation erfahren hat, sollte von einer weiteren Grundsatzforschung abgesehen werden, zugunsten einer Systematisierung des vorhandenen Wissens.
- Gegenseitiger Wissenstransfer und Vernetzung auf allen Ebenen vom Ressourcennutzer bis zur Hochschule (Universitäten, ländliche Ausbildungszentren, Verbände etc.) weltweit.
- Förderung von Maßnahmen zur Verbreitung und Weiterentwicklung der nachhaltigen, standortgerechten Landnutzungssysteme mit den betroffenen Akteuren, unter Berücksichtigung benachteiligter Gruppen, insbesondere Frauen.
- Strategieentwicklung zur besseren Verankerung nachhaltiger, standortgerechter Landnutzungssysteme auf unterschiedlichen politischen Ebenen (Advocacy, Lobbying).
- Punktuelle wissenschaftliche Begleitung von laufenden Projekten, dort wo Wissenslücken und besondere Erkenntnisinteressen bestehen.

Die Umsetzung des Projekts sollte als Maßnahme der Entwicklungszusammenarbeit der Bundesregierung durch das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung bzw. dessen nachgeordnete Stellen unter Beteiligung zivilgesellschaftlicher Organisationen aus Nord und Süd erfolgen.

3.2.3 Projekthintergrund

Die Bundesregierung hat sich gemäß der Zusage des Bundeskanzlers auf dem Millenniumsgipfel der Vereinten Nationen zur weltweiten Halbierung extremer Armut verpflichtet. Es stellt sich nun die Frage, welche Beiträge Deutschland konkret – auch im Hinblick auf den Weltgipfel Nachhaltige Entwicklung 2002 – leisten kann.

Auf Initiative des Bundeskanzlers hin hat das Bundeskabinett im April 2001 ein Aktionsprogramm 2015 *„Armutsbekämpfung - eine globale Aufgabe. Der Beitrag der Bundesregierung zur weltweiten Halbierung extremer Armut“* beschlossen. In diesem Aktionsprogramm sind die wesentlichen entwicklungspolitischen Herausforderungen Deutschlands beschrieben. Wie bereits in der Agenda 21 von Rio nimmt die weltweite Verwirklichung des fundamentalen Menschenrechts auf Ernährung im Armuts-Aktionsprogramm 2015 breiten Raum ein. Etwa zwei Drittel der etwa 800 Mio. hungernden Menschen leben in ländlichen Gebieten. Betroffen sind vor allem die Menschen

- in Regionen mit kriegesischen Konflikten und politischer Instabilität,
- in Regionen, wo der Zugang zu Land und Ressourcen ungerecht verteilt ist, und
- die soziokulturell und ökonomisch marginalisiert sind.

Frauen und Kinder leiden in besonderem Maße an Hunger und Mangelernährung.

Zur Beseitigung dieses Missstandes wird komplementär zu dem von der Bundesregierung geplanten Projekt für nachhaltige Landwirtschaft in Modellregionen Deutschlands ein korrespondierendes Projekt zur Bekämpfung des Hungers durch die Verbreitung nachhaltiger, standortgerechter Landnutzungssysteme in Ländern des Südens vorgeschlagen.

Es liegen zahlreiche Erfahrungen aus allen Kontinenten vor, die belegen, dass traditionelle und alternative, ökologische Landnutzungsformen, angewandt von der lokalen Bevölkerung (Kleinbauern, Viehhalter etc.), im Rahmen eines umfassenden Konzepts nachhaltiger Landwirtschaft in den Ländern des Südens große Potenziale vorweisen. Dabei steht nicht nur einseitig die Ertragssteigerung im Vordergrund, sondern auch und gerade die Ernährungssicherung im Sinne von Ernährungssouveränität: d.h. sich selber während des gesamten Jahres ausreichend mit gesunden, vielfältigen und kulturell angepassten Nahrungsmitteln regional versorgen zu können.

Noch stößt die *massive* Verbreitung nachhaltiger Konzepte auf Grenzen. Diese Grenzen gilt es durch dieses Projekt aufzubrechen. Die Faktoren sind vielfältig. Besonders hervorzuheben sind Probleme wie Landzugang und Agrarsicherheit, Fördermaßnahmen, die sich an kapitalkräftige und exportorientierte Sektoren richten sowie konkurrierende Förderangebote unterschiedlicher Akteure der Entwicklungsarbeit. Zu nennen sind auch methodische und konzeptionelle Schwächen, die z.B. zu wenig Kompetenz, Wissen und Partizipation der betroffenen bäuerlichen Bevölkerung einbeziehen.

Nicht nur die Entwicklungspraxis, sondern auch wissenschaftliche Arbeiten belegen, dass in Entwicklungsländern Innovationen nachhaltiger Landwirtschaft u.a. beachtliche Ertragsteigerungen erreicht haben. Die im Februar 2001 von der University of Essex im Auftrag vom britischen Entwicklungsministerium, Brot für die Welt und Greenpeace Deutschland veröffentlichte Studie *„Reducing Food Poverty with Sustainable Agriculture: A Summary of New Evidence“* berichtet von Erträgen die durchschnittlich um 50% bis 100% gesteigert werden konnten. Sie basiert auf Informationen aus 208 Projekten in 52 Ländern mit insgesamt 9 Mio. Bauern, die 29 Mio. ha Land nachhaltig bewirtschaften, was ca. 3 % der bewirtschafteten Fläche in Asien, Lateinamerika und Afrika entspricht. Die Projektskala reicht von einem Projekt mit 5 Haushalten auf 5 ha in Chile bis zu einem Projekt mit 200.000 Bauern auf 10,5 Mio. ha in Brasilien.