

Nachhaltiger Konsum: vom Wissen zum Handeln

Soll nachhaltiger Konsum Wirklichkeit werden, sind unbequeme Entscheidungen der Politik nötig. So lautet eine der acht Botschaften aus einem grossen deutschen Forschungsprogramm. Synthesebildung und Ergebnistransfer wurden durch eine Gruppe der Uni Bern gestaltet.

«Vom Wissen zum Handeln – Neue Wege zum nachhaltigen Konsum»: Dieser Themenschwerpunkt wurde vom deutschen Bundesministerium für Bildung und Forschung von 2008 bis 2013 gefördert. Mehr als 100 Forschende aus rund 15 Disziplinen bearbeiteten dafür zusammen mit über 80 Praxispartnern verschiedenste Aspekte nachhaltigen Konsums.

Konsum-Botschaften

Forschungsergebnisse sollen praktisch wirksam werden – das ist eine berechtigte Erwartung, vor allem dann, wenn es sich um Forschung zu gesellschaftlichen Problemen handelt. Es liegt aber oft nicht auf der Hand, wie sich wissenschaftliche Ergebnisse in der Praxis umsetzen lassen; wie sich also neues Wissen so «übersetzen» lässt, dass es handlungswirksam wird. Vielmehr müssen die Wege zum gesellschaftlichen und individuellen Handeln oft erst in einem weiteren Schritt erschlossen werden. Diese Leistung für den Themenschwerpunkt «Nachhaltiger Konsum» erbrachte ein Syntheseteam von 16 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern. Die aufwendige Synthesearbeit wurde durch eine Begleitforschung initiiert, moderiert und betreut. Verantwortlich

dafür war die an der Interfakultären Koordinationsstelle für Allgemeine Ökologie der Universität Bern (IKAÖ) angesiedelte Forschungsgruppe «Inter-/Transdisziplinarität». Das Syntheseteam formulierte übergreifende Einsichten und Empfehlungen, die über die Ergebnisse und Empfehlungen der einzelnen Verbände hinausgehen. Dies geschah in Form von verdichteten und zugespitzten «Botschaften zu nachhaltigem Konsum», die sich in eingängiger Art an zivilgesellschaftliche und politische Akteure richten.



Eine Fachtagung ohne Referate: 70 Personen diskutierten während 32 Stunden Entwürfe der acht Konsum-Botschaften. Das von der Berner Begleitforschung neu entwickelte Format «Victorian Calling» wurde dabei erstmals angewendet und positiv aufgenommen.

Von Mythen...

Die Diskussion um nachhaltigen Konsum ist oftmals geprägt von dogmatischen Aussagen darüber, was wie sein soll oder wie etwas zu geschehen hat. Es handelt sich dabei um hartnäckige Überzeugungen, die sich über viele Jahre hinweg halten, auch wenn längst klar ist, dass sie so nicht richtig sind – um Mythen also. Solche Mythen sind etwa der «Stellschrauben-Mythos»: «Wenn wir am richtigen Ort ansetzen, dann verändert sich das Handeln der Menschen automatisch zum Guten», «der Informations-Mythos»: «Wenn man Konsumenten ausreichende Informationen guter Qualität zur Verfügung stellt, dann tun sie auch das Richtige» oder der «Überforderungs-Mythos»: «Konsumentinnen lieben es möglichst einfach, sie können mit komplexen Frage-

stellungen und Problemen nicht umgehen». Diesen und anderen Mythen setzt das Syntheseteam seine acht Botschaften entgegen. Die Botschaften verzichten darauf, die Komplexität des Themas auf simple Rezepte zu reduzieren. Sie bleiben aber auch nicht bei der wenig hilfreichen Feststellung stehen, Nachhaltigkeit im Konsum zu erreichen, sei eine komplexe und schwierige Sache. Vielmehr mündet jede Botschaft in ein bis zwei konkrete Empfehlungen. In den Botschaften werden Gegenentwürfe zu den Konsum-Mythen entwickelt und begründet.

... und Gegenentwürfen

Ein Beispiel: Dem Mythos, nachhaltiger Konsum sei ohne tiefgreifenden gesellschaftlichen Wandel erreichbar und niemand müsse sein Verhalten stark verändern, wird die «Mut-Botschaft» entgegengestellt: Um nachhaltigen Konsum zu verwirklichen, sind tiefgreifende Reformen des Konsumsystems nötig; diese stellen sich nicht von selbst ein, sondern bedürfen politischer Entscheidungen. Solche Entscheidungen sind für Politikerinnen und Politiker oftmals unbequem und fordern ihnen einigen Mut ab, selbst wenn sie gewillt sind, dafür einzustehen. Um dies zu erleichtern, empfiehlt das Syntheseteam, einen «geschützten Ort» zu schaffen, an dem sie entsprechende Positionen entwickeln können. Zum Nulltarif ist Nachhaltigkeit also nicht zu haben. Die Botschaften enthalten deshalb auch Provokatives und Polarisierendes, so die Aussage in der «Korridor-Botschaft», es seien Minima und Maxima für den individuellen Konsum zu definieren.

Fürspr. Rico Defila, Dr. Antonietta Di Giulio, Prof. em. Dr. Ruth Kaufmann-Hayoz, bis Ende letzten Jahres Interfakultäre Koordinationsstelle für Allgemeine Ökologie (IKAÖ)

Acht Konsum-Botschaften

Die Konsum-Botschaften können nachgelesen werden in der Publikation: Birgit Blättel-Mink u.a. (Syntheseteam): Konsum-Botschaften. Was Forschende für die gesellschaftliche Gestaltung nachhaltigen Konsums empfehlen. S. Hirzel Verlag, 2013.

Schweizer Beteiligung

Die Synthesearbeit im Themenschwerpunkt «Vom Wissen zum Handeln – Neue Wege zum nachhaltigen Konsum» des deutschen Bundesministeriums für Bildung und Forschung umfasste die Formulierung von acht Konsum-Botschaften sowie viele weitere Aktivitäten. Das Begleitforschungsprojekt der IKAÖ war mit 1.4 Millionen Euro dotiert. Die interuniversitäre Forschungsgruppe «Inter-/Transdisziplinarität» unter der Leitung von Dr. Antonietta Di Giulio wechselt 2014, nach der Auflösung der IKAÖ Ende letzten Jahres, ans Programm «Mensch-Gesellschaft-Umwelt» der Universität Basel.
www.konsumbotschaften.de