




Was motiviert Bürgerinnen und Bürger für den lokalen Klimaschutz?






Erfahrungen aus der sozial-ökologischen Forschung

Prof. Dr. Dr. Martina Schäfer
Zentrum Technik und Gesellschaft der TU Berlin






1. Das Forschungsprogramm „Vom Wissen zum Handeln“

- 10 praxisnahe Projekte im Themenfeld nachhaltiger Konsum/ Energienutzung von 2008-2011 (BMBF)
- Transfer der Ergebnisse in die Praxis, Formulierung von acht gemeinsamen zentralen „Botschaften“


„Neustart für's Klima – Bonn – 29.1.2015
Seite 2

Zentrale Botschaften

1. Was nachhaltiger Konsum ist, muss gesellschaftlich ausgehandelt werden.
2. Gutes Leben für alle als Ziel von Nachhaltigkeit erfordert Minimal- und Maximalstandards.
3. Soll nachhaltiger Konsum Wirklichkeit werden, sind unbequeme Entscheidungen der Politik notwendig.
4. Bildung soll Menschen befähigen, sich an der Gestaltung nachhaltigen Konsums zu beteiligen.

„Neustart für's Klima – Bonn – 29.1.2015
Seite 3




Zentrale Botschaften

5. Die Steuerung nachhaltigen Konsums muss intelligent sein.
6. Es sind Voraussetzungen zu schaffen, dass Menschen nachhaltigen Konsum sinnvoll in ihren Alltag einbauen können.
7. Viele verschiedene Akteure schaffen Strukturen – diese stehen alle in der Verantwortung, nachhaltigen Konsum zu fördern.
8. In sozialen Initiativen werden gesellschaftliche Erfahrungen gewonnen, die für nachhaltigen Konsum fruchtbar zu machen sind.

„Neustart für's Klima – Bonn – 29.1.2015
Seite 4




Mut-Botschaft: Soll nachhaltiger Konsum Wirklichkeit werden, sind unbequeme Entscheidungen der Politik notwendig.

Für Nachhaltigkeit im Konsum (umfassenden Klimaschutz) sind grundlegende Reformen des Konsumsystems insgesamt notwendig. Diese Reformen erfordern mutige politische Entscheidungen, die (auch) unbequem sind und Widerstand hervorrufen. Politik muss auch dann für weitreichende Änderungen eintreten, wenn es mächtige Akteure gibt denen solche Änderungen nicht gefallen.

„Neustart für's Klima – Bonn – 29.1.2015
Seite 5





Struktur Botschaft: Viele verschiedene Akteure schaffen Strukturen – diese stehen alle in der Verantwortung, nachhaltigen Konsum zu fördern.

Strukturen, die nachhaltigen Konsum befördern oder behindern, werden nicht allein durch den Staat, sondern auch durch eine Vielzahl weiterer Akteure mit ganz unterschiedlichen Interessen geschaffen, bewahrt oder verändert. In dem Maße, wie sie das tun, tragen sie Verantwortung für die Erleichterung oder Erschwerung nachhaltigen Konsums

„Neustart für's Klima – Bonn – 29.1.2015
Seite 6






Such Botschaft: In sozialen Initiativen werden gesellschaftliche Erfahrungen gewonnen, die für nachhaltigen Konsum fruchtbar zu machen sind.

Es gibt viele Initiativen, die von sich aus nach alternativen Konsumformen suchen oder neue Lebens- und Wirtschaftsweisen erproben. Selbstinitiierte Experimente, neue Lernorte und neuartige Zusammenschlüsse kreativer Konsument/innen auf lokaler Ebene zeugen von gesellschaftlichem Gestaltungswillen und -wissen. Aufgabe von Politik und Verwaltung ist es, solche Initiativen wahrzunehmen und zu unterstützen, sowie ihre Erfahrungen fruchtbar zu machen.


„Neustart für's Klima – Bonn – 29.1.2015
Seite 7




Es läuft bereits ganz viel....




Seite 8



Was motiviert Bürger und Bürgerinnen für den lokalen Klimaschutz?

- politische Entscheidungen und Rahmensetzungen, die eine klimafreundliche Wirtschafts- und Lebensweise unterstützen und alle gesellschaftlichen Akteure in die Pflicht nehmen
- ermöglichende Strukturen für klimafreundliches Alltagshandeln und kohärente Visionen und Leitbilder
- Unterstützung der vielfältigen Initiativen und Experimente, die klimafreundliche Wirtschafts- und Lebensstile erproben

„Neustart für's Klima – Bonn – 29.1.2015
Seite 9




Soziale Innovationen im Aufwind

Ein Leitfaden zur Förderung sozialer Innovationen für nachhaltigen Konsum

www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/376/publikationen/soziale_innovationen_im_aufwind_bf_1.pdf

Umwelt Bundesamt