



Blätzel-Mink, B. et al. 2013.
Konsum-Botschaften. Was Forschende für die gesellschaftliche Gestaltung nachhaltigen Konsums empfehlen.
 Stuttgart: S. Hirzel. 198 S.,
 24,90 EUR, ISBN 978-3-7776-2371-9

Transdisziplinäre Forschung trifft Politikberatung

Zur gesellschaftlichen Gestaltung nachhaltigen Konsums

Gerd Scholl

Konsum soll nachhaltig sein – diese Forderung wird von weiten Teilen der Gesellschaft getragen. Wie konkrete Schritte in Richtung nachhaltigen Konsums aussehen können, zeigen acht Botschaften in zugespitzter Form auf.

Die Förderung nachhaltigen Konsums ist ein wichtiges, aber auch noch recht neues politisches und gesellschaftliches Handlungsfeld. Demgegenüber ist die Forschung zu nachhaltigen Konsummustern deutlich etablierter. Die Forschung ist aber inzwischen auch sehr ausdifferenziert und für Akteure außerhalb der wissenschaftlichen Community nur noch schwer zugänglich. Daher hat das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) innerhalb der *Sozial-ökologischen Forschung (SÖF)* einen Förderschwerpunkt aufgesetzt, dessen Ziel es war, die Handlungsrelevanz der Forschung zum nachhaltigen Konsum zu stärken. Neben zehn themenspezifischen Verbundprojekten wurde eine Synthesebegleitforschung gefördert, die die Ergebnisse des Programms für ein interdisziplinäres wissenschaftliches Publikum in dem Sammelband *Wesen und Wege nachhaltigen Konsums* (Defila et al. 2011) sowie in dem *GAIA*-Sonderheft *Sustainable Consumption* (S1/2014) dokumentiert hat.

Gesellschaftspolitische Agenda

Die Veröffentlichung *Konsum-Botschaften* geht einen Schritt weiter und enthält die übergreifenden Schlussfolgerungen, die sich aus Verbundprojekten und Synthesen im Hinblick auf die Gestaltung des gesellschaftlichen Wandels in Richtung nachhaltigen Konsums ergeben. Sie stellt damit eine einzigartige Publikation dar, in der Forschende zum nachhaltigen Konsum ihre Erkenntnisse systematisch in eine gesellschaftspolitische Agenda überführen. Das

Buch richtet sich an Akteure, „die den gesellschaftlich-politischen Diskurs zu nachhaltigem Konsum in Deutschland beeinflussen und entsprechende Entscheidungen treffen“ (S.8). Acht Botschaften zeigen, wie der Prozess zur Förderung nachhaltigen Konsums gestaltet sein sollte. Thematisch befassen sich die Botschaften mit den normativen Aspekten nachhaltigen Konsums (Aushandlungsbotschaft und Korridorbotschaft), der damit zusammenhängenden gesellschaftlichen Veränderung (Mutbotschaft und Befähigungsbotschaft), Fragen der gesellschaftlichen und politischen Steuerung (Steuerungsbotschaft, Aneignungsbotschaft und Strukturbotschaft) sowie mit der Qualität des notwendigen Transformationsprozesses (Suchbotschaft).

Botschaften im Überblick

Die Botschaften sind gut anschlussfähig an aktuelle politische Diskurse. So sind etwa die Aushandlungsbotschaft („Was nachhaltiger Konsum ist, muss gesellschaftlich ausgehandelt werden“) und die Forderung nach regelmäßigen Konsultationen darüber, was nachhaltigere Formen des Konsums sind, gut verknüpfbar mit der von der Bundesregierung initiierten Kampagne *Gut leben in Deutschland*¹, die den direkten Dialog mit Bürger(inne)n ermöglicht. Andere Botschaften wiederum, etwa die Korridorbotschaft („Gutes Leben für alle als

Ziel von Nachhaltigkeit erfordert Minimal- und Maximalstandards“), werden – in diesem Fall aufgrund starker Verteilungsimplicationen – viele Adressat(inn)en als (zu) provokativ empfinden. Einige Empfehlungen werden leichter umzusetzen sein, wie der unter der Aneignungsbotschaft formulierte Vorschlag, mit den Mitteln des *storytellings* die Alltagsnähe nachhaltiger Konsummuster zu erhöhen. Andere bedürfen institutioneller Unterstützung, wie die Einrichtung von Interventionsberatungsstellen für nachhaltigen Konsum, die unter der Steuerungsbotschaft vorgeschlagen wird.

Die Botschaften bieten inspirierende Ideen, die den zur Umsetzung nachhaltiger Konsummuster erforderlichen gesellschaftlichen Wandel befruchten können. Zudem erhalten die Leser(innen) Hintergrundinformationen zu den wissenschaftlichen Grundlagen der Konsumbotschaften und deren Erarbeitungsprozess.

Literatur

Defila, R., A. Di Giulio, R. Kaufmann-Hayoz (Hrsg.). 2011. *Wesen und Wege nachhaltigen Konsums. Ergebnisse aus dem Themenschwerpunkt „Vom Wissen zum Handeln – Neue Wege zum Nachhaltigen Konsum“*. München: oekom.

Kontakt: Dr. Gerd Scholl | Institut für ökologische Wirtschaftsforschung gGmbH (IOEW) | Unternehmensführung und Konsum | Berlin | Deutschland | E-Mail: gerd.scholl@ioew.de

© 2015 G. Scholl; licensee oekom verlag. This is an article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

¹ www.gut-leben-in-deutschland.de