

Potenziale sozialer Innovationen nachhaltigen Konsums für die Ressourcenschonung

Jana Rückert-John



2. Nationales Ressourcen-Forum

Ressourcenschonende Lebensstile – Nutzen statt Besitzen

Berlin, 12. November 2014

Gesellschaft im Um- und Aufbruch?!

- Collaborative Consumption, Sharing Economy, Commoning, Prosuming, Upcycling, ReUse
– **alternative Konsumtrends**
 - Veränderte Bedeutung von Eigentum und Besitz
 - Aufwertung des Tauschens, Teilens, Verschenkens, Leihens, Selbermachens, gemeinschaftlichen Konsums, Reparieren
- **Wandel gesellschaftlicher Wertvorstellungen**
 - Lebensqualität und Wohlstand wird zunehmend stärker über nicht-materielle Güter, wie Zeitwohlstand (Rosa et al. 2014), Gesundheit, Freunde oder Partnerschaft definiert (z.B. Allensbach-Institut 2009)



Vielfalt gesellschaftlicher Experimente nachhaltigen Konsums

- In den **Konsumfeldern** Mobilität, Energie, Wohnen, Ernährung und Freizeit als Nischen- oder Marktlösungen
 - wie Bioenergiedörfer, Urban Gardening, Leihläden, Energienachbarschaften, Tauschbörsen, Nähcafé, Fablab, Carsharing, Fahrradverleihsysteme, ReUse

Soziale Innovationen nachhaltigen Konsums:

- Alternativen zu nicht nachhaltigen Praktiken des Wirtschaftens, Produzierens und Konsumierens, die neue Bedeutungen von Besitz, Gemeinschaftlichkeit und Eigeninitiative in der Gesellschaft etablieren (Rückert-John et al. 2014).



„Nachhaltiger Konsum durch soziale Innovationen – Konzepte und Praxis“ (2012-2014), gefördert durch UBA/BMUB

Potenziale sozialer Innovationen nachhaltigen Konsums

- Gesellschaftliche Modelllösungen, die Konsumgewohnheiten hin zu mehr Nachhaltigkeit (Effizienz und Suffizienz) verändern können
- Potenzial für Ressourcenschonung und Abfallvermeidung
- „Vorboten einer neuen Wirtschaftsform“ (VDI/Frauenhofer ISI 2014)
- Stärkung des gemeinschaftlichen Zusammenhalts, Beitrag zu Wohlstand und Lebensqualität

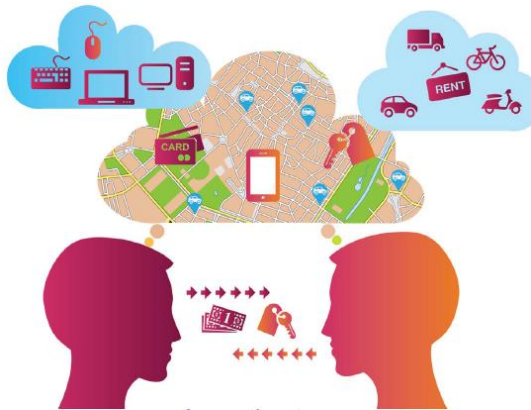




„Do-it-together“



„Strategischer Konsum“



„Nutzen intensivierender Konsum“

Typen sozialer Innovationen*



„Do-it-yourself“



„Konsumgemeinschaften“

* Rückert-John et al. (2014): Soziale Innovationen im Aufwind. Hg. Umweltbundesamt.

Vier zentrale Merkmale der Innovationstypen

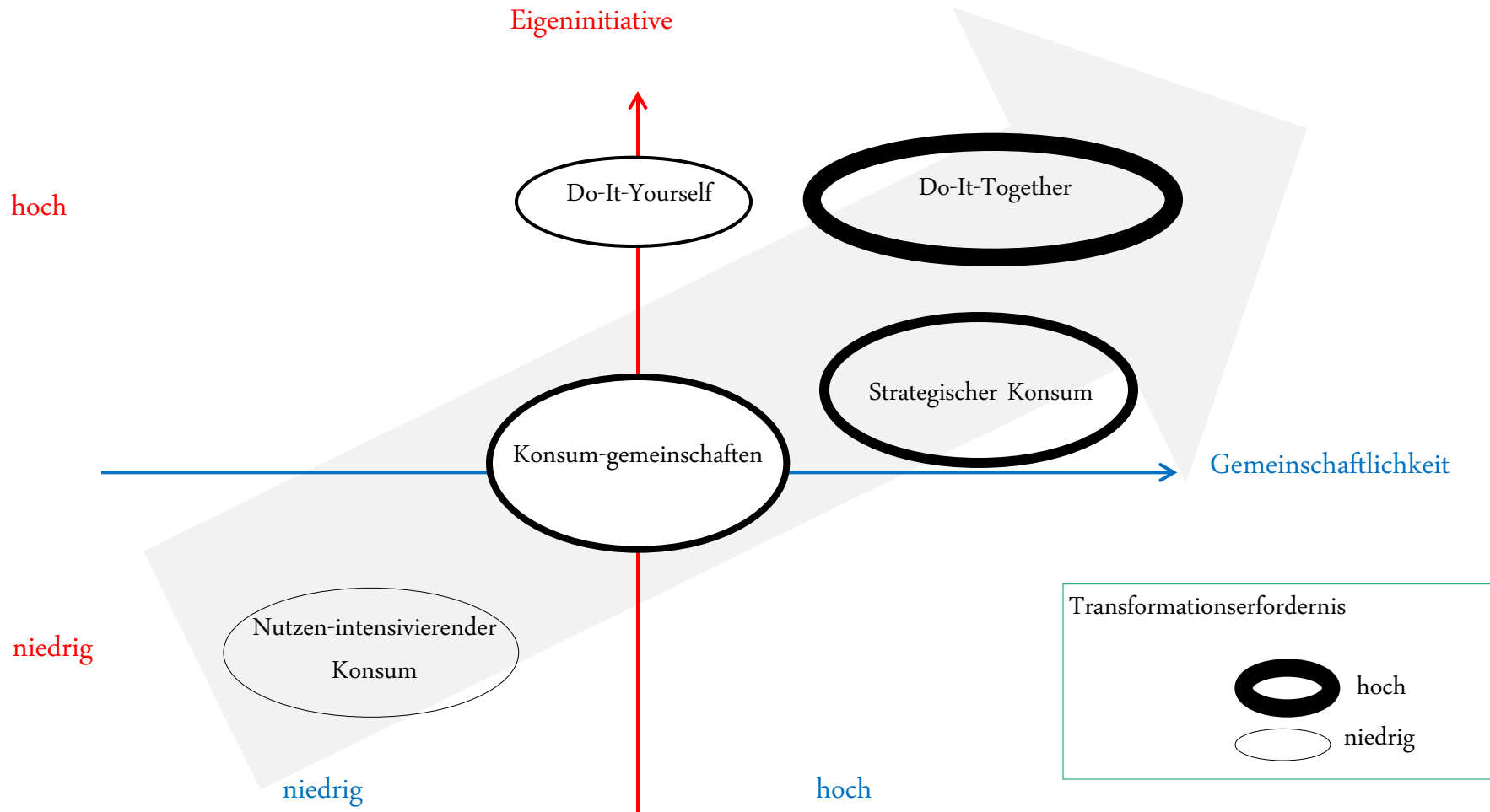
Soziale Innovationen unterscheiden sich hinsichtlich ... *

- ihrer **Innovativität**: Wie weitgehend ist die notwendige Änderung der alltäglichen Praktiken?
- des **Formalisierungsgrads** der alternativen Praktiken
- des Ausmaßes an **Eigeninitiative**, die notwendig ist, um die alternative Form der Bedürfnisbefriedigung zu praktizieren
- des Grads an **Gemeinschaftlichkeit**, der für die alternative Form der Bedürfnisbefriedigung notwendig ist



* Rückert-John et al. (2014): Soziale Innovationen im Aufwind. Hg. Umweltbundesamt.

Transformationserfordernisse der Innovationstypen



Perspektiven



- Mit welchen Herausforderungen ist eine gesellschaftliche Verbreitung sozialer Innovationen nachhaltigen Konsums verbunden?
 - Potenziale, Risiken und Gestaltungsbedarfe
- Was sind Nachhaltigkeitspotenziale und -effekte sozialer Innovationen nachhaltigen Konsums?
 - Rebound-Effekte, aber auch soziale Nachhaltigkeit
- Welche gesellschaftlichen Gruppen (VerbraucherInnen) werden mit sozialen Innovationen erreicht?
 - Sozial-ökologische Milieus, sozial benachteiligte gesellschaftliche Gruppen



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Berlin, 12. November 2014

ISI
nova