

# Circular Economy

## Ein neues Konsumverhalten etablieren

### Ausgangssituation

Second-Hand-Läden, Teilen, Reparieren, Leihen und Mieten von Dingen sind Formen des Konsums, an die man in einer Circular Economy schnell denkt. Solche alternativen Nutzungskonzepte sind ein guter Ansatz, um die Nutzungsdauer von Gegenständen zu verlängern und zu intensivieren, so dass wir insgesamt weniger neue Konsumgüter benötigen und Ressourcen einsparen.

Bisher besetzen solche Ansätze jedoch lediglich kleine Nischen und funktionieren nicht im Massenmarkt. So ist die Anzahl von Car-Sharing-Autos in den letzten Jahren zwar stetig gestiegen<sup>1</sup>, der Marktanteil von stationsbasiertem Car-Sharing lag im Jahr 2020 aber unter 0,1 Prozent<sup>2</sup> und im Jahr 2023 gab es mehr Autos als jemals in den letzten 30 Jahren<sup>3</sup>.

Die Mehrheit der zirkulären Geschäftsmodelle ist derzeit wirtschaftlich nicht tragbar<sup>4</sup>. Sie stehen in Konkurrenz mit Unternehmen, die billig produzieren, da sie Kosten für Umwelt- und Gesundheit nicht berücksichtigen. Oft haben alternative Nutzungskonzepte auch schlicht wenig Transformationspotenzial: So ist z.B. der Verleih von Werkzeugen zur Erhöhung der Nutzungsintensität zwar durchaus sinnvoll, hat aber auf große Stoffströme wenig Einfluss.

Um innerhalb der planetaren Grenzen zu leben und zu wirtschaften, ist eine Reduktion unseres Rohstoffkonsums von derzeit 16 Tonnen auf etwa 7 Tonnen pro Person und Jahr bis 2045 notwendig.<sup>5</sup> Die genannten Geschäftsmodelle, Effizienzmaßnahmen und der technologische Wandel sind dafür bei Weitem nicht ausreichend<sup>6</sup>, was bedeutet, dass wir unsere Art des Konsumierens verändern müssen. Das Thema Ressourcenschutz braucht gesamtgesellschaftliche, politische und wirtschaftliche Verantwortung.

### Politische Ansätze für eine Konsumwende

Die bisherigen Ressourcenschonungsstrategien und Ansätze für eine Ressourcenpolitik in Deutschland bieten keinen Rahmen, um die Mechanismen des Marktversagens (Auslagerung von Umweltkosten, fehlende Standards, Infrastruktur und Investitionen, Pfadabhängigkeiten etc.) zu überwinden.<sup>5</sup>

Wie muss die Politik einen Wandel des Konsumverhaltens steuern?

Die Politik muss die Rahmenbedingungen verändern. Das bedeutet: Sie muss regulative Instrumente zur Ressourcenschonung ambitioniert und verbindlich umsetzen (vgl. Policy Mix im MDCE Blueprint<sup>5</sup>). Insbesondere müssen solche Instrumente zum Einsatz kommen, die direkt oder indirekt Preise verändern, so dass Kaufentscheidungen ökologisch motiviert und umweltfreundliche Alternativen für alle zugänglich sind.<sup>7</sup> Auch staatliche Infrastrukturen müssen ausgebaut und die öffentliche Beschaffung reformiert werden.

Eine andere Möglichkeit ist die Stärkung von gemeinwohlorientierten Unternehmen, international häufig *Social Enterprises* genannt, sowie sozialer Innovationen. Letztere umfassen neue Kooperationsformen und Organisationsmodelle wie digitale Geschäftsmodelle oder Konzepte, die Menschen unterstützen oder befähigen, sich selbst zu helfen. Beispiele sind Mikrokredite, Mehrgenerationenhäuser, die Sharing Economy oder die Open-Source-Bewegung.<sup>8</sup> In der Regel sind sie nicht gewinnorientiert, entstehen gemeinsam mit Bürger\*innen und tragen zur Lösung sozial-ökologischer Probleme bei.<sup>9</sup>



### Mythen

#### Mythos 1: „Umweltfreundliches Verhalten ist unvermeidlich komplizierter.“

Wer schon einmal versucht hat, in ländlichen Regionen ohne eigenes Auto mobil zu sein, wird bezeugen: Es ist kompliziert. Das gleiche gilt für verpackungsarmes Einkaufen, die Reparatur von Elektrogeräten und die Wahl nachhaltiger Produkte.

Der Grund dafür, dass umweltfreundliches Verhalten oft zeitaufwändig und unattraktiv ist, liegt daran, dass die Rahmenbedingungen im Moment auf nicht-nachhaltiges Handeln ausgerichtet sind. Das kann sich aber ändern, denn unsere gesellschaftlichen Rahmenbedingungen werden politisch festgelegt. Die Politik steht daher in der Verantwortung, die Bedingungen so anzupassen, dass nachhaltiges Handeln attraktiv und unkompliziert wird. Sie kann z.B. priorisieren, dass auch in ländlichen Regionen attraktive nachhaltige Mobilitätsoptionen zur Verfügung stehen, dass Reparaturen kostengünstig und leicht verfügbar sind und dass nachhaltige Produkte klar gekennzeichnet werden. Auf diese Weise wird es Verbraucher\*innen leicht gemacht, nachhaltig zu handeln und umweltfreundliches Verhalten im Alltag zu verankern.

#### Mythos 2: „Das gute Leben ist in Gefahr“

Maßnahmen für rohstoffarmen Konsum scheitern oft an Akzeptanzproblemen. Das liegt daran, dass die Forderung, unseren Ressourcenverbrauch zu reduzieren, mit Angst vor Wohlstandsverlusten und Verboten einhergeht. In der aktuellen Debatte entsteht der Eindruck, dass ein nachhaltiges Leben von Verzicht geprägt und teurer wird. Dabei ist es so: Je höher das Einkommen, desto umweltschädlicher das Leben, z.B. größere Wohnungen, häufigere Autofahrten und mehr Flugreisen.<sup>7</sup> Doch hätten gerade diejenigen mit höherem Einkommen weniger Schwierigkeiten, die Kosten zu tragen, wenn diese die Umweltauswirkungen beinhalten.

Und: Es geht in einer Circular Economy keineswegs darum, Wohlstand aufzugeben. Vielmehr soll sie einen Weg aufzeigen, wie wir innerhalb der planetaren Grenzen unsere Bedürfnisse langfristig weiter erfüllen können. Zivilgesellschaft, Politik und Wirtschaft können aufzeigen, wie neue Wege aussehen können und welche alten Gewohnheiten wir ablegen sollten.

Oft kann etwas auf den ersten Blick wie ein Verzicht aussehen, sich am Ende als Gewinn herausstellen. Auf Mobilität bezogen könnte das heißen: Natürlich sollen alle Menschen die Möglichkeit haben, sich unkompliziert fortzubewegen. Der Besitz eines eigenen Autos könnte aber vielleicht durch die Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs in Verbindung mit Fahrrad oder Car-Sharing abgelöst werden. Für Nutzer\*innen ergeben sich dadurch auch erhebliche Vorteile: Kosten können sich verringern, der Aufwand für Reinigung, Wartung und Reparatur entfällt und Zeit im Zug kann für Dinge genutzt werden, die später am Tag Zeit einsparen. Öffentlichen Nahverkehr und Carsharing bereitzustellen bzw. dafür zu sorgen, dass sie wirtschaftlich tragfähig arbeiten können, ist Aufgabe der Politik.

Wir brauchen ein neues gesellschaftliches Narrativ einer Circular Economy: Es muss beinhalten, dass ein Wandel unserer aktuellen Konsummuster und unseres linearen Wirtschaftssystems unumgänglich ist, um planetare Grenzen nicht zu überschreiten. Es muss jedoch auch deutlich machen, dass dies nicht den Verlust unseres Wohlstandes bedeutet, sondern in vielen Bereichen sogar ein Gewinn sein kann.



### Fortsetzung: Politische Ansätze für eine Konsumwende

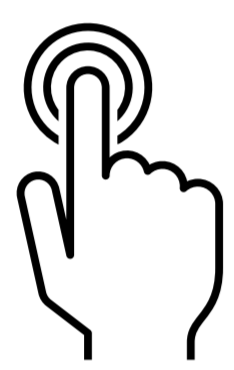
Dem Konsumwandel liegt auch ein Bewusstseinswandel zu Grunde: Es muss eine Debatte darüber geführt werden, was ein gutes Leben ausmacht und was Wohlstand für unsere Gesellschaft bedeutet, auch in wirtschaftlichen Kennziffern.<sup>10</sup> Politik und Akteure des öffentlichen Lebens können Diskussionsrunden, Konferenzen, Reallabore

initiieren und Mitmach-Projekte können einen Rahmen dafür bieten. „Weltuntergangsszenarien“ und moralische Zeigefinger sollten positiven Botschaften und Beispielen weichen. Sie können zum kreativen Mitdenken anregen, wie wir eine ressourcensparende, aber lebenswerte Zukunft für alle schaffen können.

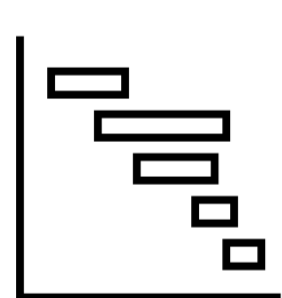
## Im Fokus: Mitnehmen & Akzeptanz fördern

Akteure aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft müssen Verbraucher\*innen bei diesen tiefgreifenden Entwicklungen einbeziehen, um eine gesellschaftliche Akzeptanz zu erreichen. Gesellschaftliche Akzeptanz meint die bejahende, unterstützende Einstellung in der Breite der Bevölkerung, wobei sie zwischen Individuen und verschiedenen Bevölkerungsgruppen unterschiedlich ausgeprägt sein kann.<sup>11</sup>

Beispiele für Maßnahmen, die Politik oder Unternehmen ergreifen können, um für den Bewusstseinswandel zu sensibilisieren, ihn anschaulich zu machen und die Akzeptanz zu fördern:



Ressourcensparender Konsum sollte komfortabel und einfach sein („convenience“). Ein Beispiel für *convenience* auf der einen und transparenter Kommunikation auf der anderen Seite ist die [Circular Experience Library](#). Sie stellt kostenlos User Experience-Komponenten zur Verfügung, die Web-Designer\*innen und Unternehmen nutzen können, um auf Online-Plattformen Kund\*innen kreislauffähige Alternativen anzuzeigen, die jeweils auf einem (digitalen) Usecase der Kreislaufwirtschaft wie Refuse, Extended Use, Maintain, Repair, Re-Use, Refurbish oder Recycle basieren.



Das Kommunizieren von und Argumentieren mit Ergebnissen von repräsentativen Umfragen fördert Akzeptanz. Partizipationsprozesse und Umfragen tragen auch in der Hinsicht zu Akzeptanz bei, als dass Stakeholder und Bürger\*innen ihre Gedanken zu geplanten Maßnahmen einbringen und Umsetzende die Maßnahmen entsprechend gestalten können.<sup>11</sup> Ein Beispiel, das nicht nur die beiden genannten Vorteile vereint, sondern auch zur zuvor erwähnte Debatte über Wohlstand beiträgt, ist die im Sommer 2023 durchgeführte Konsultation zur Wohlfahrtsmessung im Jahreswirtschaftsbericht<sup>12</sup>. Die Bundesregierung verfolgt damit das Ziel, wirtschaftspolitische Kennziffern wie das Bruttoinlandsprodukt um weitere Aspekte von Wohlfahrt und Nachhaltigkeit zu ergänzen.

## Fazit

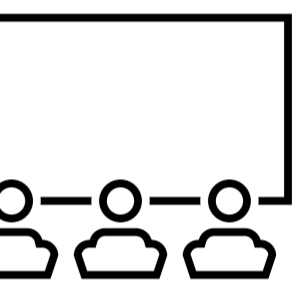
Es gibt positive Beispiele, wie Politik und Unternehmen ressourcensparendes und zirkuläres Verhalten unkomplizierter, Geschäftsmodelle suffizienter und den Wandel der Circular Economy gesellschaftlich akzeptierbar machen können. Damit solche Wirtschafts- und Konsummuster zum Standard werden, ist ein Umdenken und das Ausbilden neuer Gewohnheiten erforderlich. Dies bedeutet einen Aufwand für uns als Individuen, für Unternehmen und die gesamte Gesellschaft. Die Politik muss dafür Sorge tragen, dass dieser Aufwand für jede\*n Einzelne\*n möglichst gering bleibt. Es gilt aufzuzeigen und dafür zu sorgen, dass ein gutes Leben innerhalb planetarer Grenzen erreichbar und erstrebenswert ist.

Parallel gilt: Die Förderung von umweltfreundlichem Verhalten allein ist kein Ersatz für produktseitige Umweltschutzvorgaben<sup>17</sup>. Es braucht die ambitionierten regulativen Instrumente zur Ressourcenschonung, einen Wandel des Unternehmer\*innentums und eine öffentliche Debatte darüber, was ein gutes Leben ausmacht und was Wohlstand für unsere Gesellschaft bedeutet.

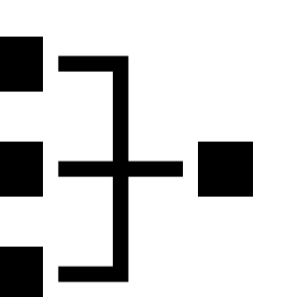
Umweltpolitische Instrumente werden eher akzeptiert, wenn ein hohes Verständnis für das Problem existiert.<sup>11</sup> In Bürgerräten und Reallaboren können Menschen dieses Problemverständnis erlangen und mit ihrem Engagement etwas verändern. Im Rahmen des Ressourceneffizienzprogramms ProgRess sind die **Bürgerdialoge „GesprächStoff: Ressourcenschonend leben“** durchgeführt worden. Im letzten Durchgang war eine Kernbotschaft, dass finanzielle und steuerliche Anreize sowohl für Unternehmen als auch für Endverbraucher\*innen hinsichtlich langlebiger, reparierbarer und in modularer Bauweise hergestellter Produkte gefordert werden.<sup>13</sup>



Dass Vorbilder das Handeln beeinflussen, ist lange bekannt. Nach diesem Prinzip verdienen Influencer in den Sozialen Medien ihr Geld damit, bestimmte Produkte zu erklären und so direkt oder indirekt für sie zu werben. In Filmen werden Produkte oder Marken spezifisch eingesetzt („Product Placement“). Im Gegensatz dazu steht das **„Planet Placement“**, eines der Kriterien im Umweltzeichen „Green Producing im Film und Fernsehen“<sup>14</sup>. Es sollen im Szenenbild und der Handlung Umweltthemen und ökologische Konsumweisen dargestellt werden. Denkbar sind mit Blick auf ressourcenschonenden Konsum z.B. das Reparieren, unverpackt einkaufen oder die Nutzung von Mehrweg.



Durch eine Kombination von verschiedenen Maßnahmen, z.B. durch die sozial- oder arbeitsmarktpolitische Flankierung umweltpolitischer Maßnahmen, kann ihre Akzeptanz erhöht werden.<sup>11</sup> Aktuell wird eine Vier-Tage-Woche diskutiert<sup>15</sup>. Dies wäre in Verbindung mit weiteren Maßnahmen, die zu einem neuen suffizienten Lebensstil beitragen ein interessantes Maßnahmenpaket. Eine Reduktion der Arbeitszeit verkürzt Pendelzeiten, steigert vermutlich die Produktivität und der konsumbasierte Fußabdruck der Menschen sinkt, denn sie nutzen die Zeit, um selbst zu kochen, Wege zu Fuß oder per Fahrrad zu erledigen oder Konsumgüter zu reparieren. Die Arbeitszeitreduktion kann also mit höherem Wohlbefinden einhergehen, sodass auch sogenannte Kompensationskäufe, die durch Konsum kurzfristige Befriedigung herstellen, verringert werden.<sup>16</sup>



### Quellen

- 1 [carsharing.de](#);
- 2 [UBA \(2023\)](#);
- 3 [UBA Kraftfahrzeugbestand 2023](#);
- 4 [OECD \(2019\)](#);
- 5 [Prakash et al. \(2023a\)](#);
- 6 [Prakash et al. \(2023b\)](#);
- 7 [UBA \(2020\)](#);
- 8 [BMBF \(2021\)](#);
- 9 [UBA \(2020\)](#);
- 10 [Nature \(2023\) 620, 246](#);
- 11 [Heyen et al. \(2022\)](#);
- 12 [BMWK 25.07.2023](#);
- 13 [BMUV \(2020\)](#);
- 14 [Umweltzeichen UZ 76](#);
- 15 [Tagesschau 27.05.2023](#);
- 16 [Syndicom Magazin Nr. 22 \(2021\)](#);
- 17 [SRU \(2023\)](#).

## Ansprechpartnerin

Clara Löw

Bereich Produkte und Stoffströme  
 Öko-Institut e. V. Geschäftsstelle  
 Freiburg  
 Telefon: +49 (0) 761 45295-276  
 E-Mail: [c.loew@oeko.de](mailto:c.loew@oeko.de)