

Bericht zum Begleitforschungsprojekt «Wissen bündeln – Wollen stärken – Können erleichtern»

Kontakt:

Dr. Antonietta Di Giulio, Leiterin Forschungsgruppe Inter-/Transdisziplinarität
digiuilio@ikaoe.unibe.ch / +41 (0)31 631 39 56 / www.ikaoe.unibe.ch

Wie wird Konsum nachhaltig?

Diese Frage stand im Zentrum eines grossen deutschen Forschungsprogramms. Die Vernetzung der zehn Verbünde, die Synthesebildung und der Ergebnistransfer in die Gesellschaft wurden durch ein Team der Universität Bern gestaltet.

Verändert der Online-Gebrauchtwarenhandel individuelles Konsumhandeln und welches Nachhaltigkeitspotential ist damit verbunden? Wie lassen sich stromverbrauchende Alltagsgewohnheiten am Arbeitsplatz verändern? Sind Umbrüche im persönlichen Lebenslauf Gelegenheiten für Veränderungen des Konsumhandelns in Richtung Nachhaltigkeit? Dies sind nur einige der Fragen, zu denen 2008-2013 rund 100 Forschende aus etwa 15 Disziplinen zusammen mit rund 80 Praxispartnern im Themenschwerpunkt «Vom Wissen zum Handeln – Neue Wege zum nachhaltigen Konsum» forschten, im Rahmen der vom deutschen Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten «Sozial-ökologischen Forschung».

Bern für Synthese zuständig

Im Themenschwerpunkt wurde auch verbundübergreifend an übergeordneten theoretischen, normativen und methodologischen Fragen gearbeitet. Diese gemeinsame Synthesearbeit wurde durch eine mit 1,4 Mio. Euro dotierte Begleitforschung initiiert, moderiert und betreut. Um diese hatte sich 2008 die an der Interfakultären Koordinationsstelle für Allgemeine Ökologie (IKAÖ) angesiedelte interuniversitäre Forschungsgruppe Inter/Transdisziplinarität erfolgreich beworben. Das Team von

Antonietta Di Giulio, Rico Defila und Ruth Kaufmann-Hayoz war dafür zuständig, verbundübergreifende inhaltliche Erkenntnisse zu erzeugen: Praxisfähiges Orientierungs- und Handlungswissen für die Gestaltung des Übergangs zu nachhaltigen Konsummustern, aber auch Wissen über inter- und transdisziplinäre Forschungsprozesse. Zudem sollte die Begleitforschung die zehn Forschungsverbünde im Hinblick auf Synergien und auf die Handlungsrelevanz ihrer Ergebnisse und Produkte unterstützen. Schliesslich gehörte es zu den Aufgaben, die Diffusion der Ergebnisse des Themenschwerpunkts in die Praxis zu begleiten.

5 Jahre gemeinsame Arbeit

Die Zusammenarbeit der räumlich über ganz Deutschland verteilten Forschungsgruppen wurde entlang regelmässiger projektübergreifender Treffen organisiert, an denen verschiedene Verfahren der Synthesebildung zum Einsatz kamen. Sie fand ihren Niederschlag in einer umfangreichen wissenschaftlichen Synthesepublikation, die Antworten gibt auf Fragen wie: Was ist Konsum überhaupt? Wie sind Konsum und Nachhaltigkeit aufeinander zu beziehen? Wie lässt sich Nachhaltigkeit im Konsum beurteilen? Wie kann der individuelle Konsum in Richtung Nachhaltigkeit verändert werden? Um die Beiträge der Sozial-ökologischen For-

schung Deutschlands international sichtbar zu machen, richtete die Begleitforschung 2011 eine interdisziplinäre Tagung in Hamburg aus. Die Sustainable Consumption Conference, die selbst Prinzipien der Nachhaltigkeit folgte, war ein Erfolg: Sie fand internationale Resonanz, 250 Forschende aus 30 Ländern nahmen teil. Die Tagung bot auch eine Plattform zur Intensivierung der Zusammenarbeit zwischen amerikanischen und europäischen Forschenden, die 2012 in die Gründung von SCORAI Europe mündete. Weitere gemeinsame wissenschaftliche Diffusionsaktivitäten waren Journal-Artikel und Sessions an unterschiedlichen disziplinären Konferenzen.

8 Konsum-Botschaften

Forschende waren aber nicht das einzige Zielpublikum des Themenschwerpunkts. Vielmehr sollten dessen Ergebnisse auch in den gesellschafts-politischen Diskurs eingehen. Zu diesem Zweck fand ein zweiter Syntheseprozess statt. Im Zuge dieses Prozesses wurden die nun vorliegenden Ergebnisse und Einsichten zu Botschaften für zivilgesellschaftliche und politische Akteure zusammengeführt. Diese Botschaften gehen von Mythen rund um nachhaltigen Konsum aus. Auf diese Mythen antworten Gegenentwürfe, die in der Botschaft entfaltet und begründet werden. 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, wie sich nachhaltiger Konsum in der Gesellschaft realisieren liesse. Zum Nulltarif ist Nachhaltigkeit nicht zu haben. Die Botschaften des Syntheseteams enthalten deshalb auch provokative und polarisierende Empfehlungen. Um die Überlegungen auch ausserhalb der Forschung breiter abzustützen, wurden Entwürfe der Botschaften an einer Fachtagung mit Adressatinnen und Adressaten diskutiert.

Rico Defila, Antonietta
Di Giulio, Ruth Kaufmann-Hayoz
www.konsumbotschaften.de

Für die Fachtagung «Konsum und Nachhaltigkeit - Botschaften für Politik und Praxis» in Berlin 2012 entwickelt: die Methode «Victorian Calling». In kleinen Gruppen wurden Entwürfe der acht Konsum-Botschaften in vier einstündigen wechselnden Diskussionsrunden intensiv diskutiert. Aus vielen Stunden Rückmeldungen von 70 Personen aus den Kreisen, an die sich die Botschaften richten, resultierte eine Fülle von Anregungen für die weitere Ausarbeitung der Botschaften.

