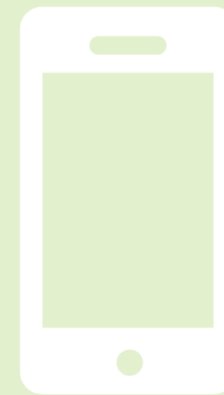


AGENDA

1. Einführung „Circular Society“
2. Verpackung: Mehrweg- und Selbstabfüllung
3. IT-Elektronik: Reparieren, Weitergeben, gebraucht Kaufen
4. Ausblick auf Relevanz für öffentliche Beschaffung



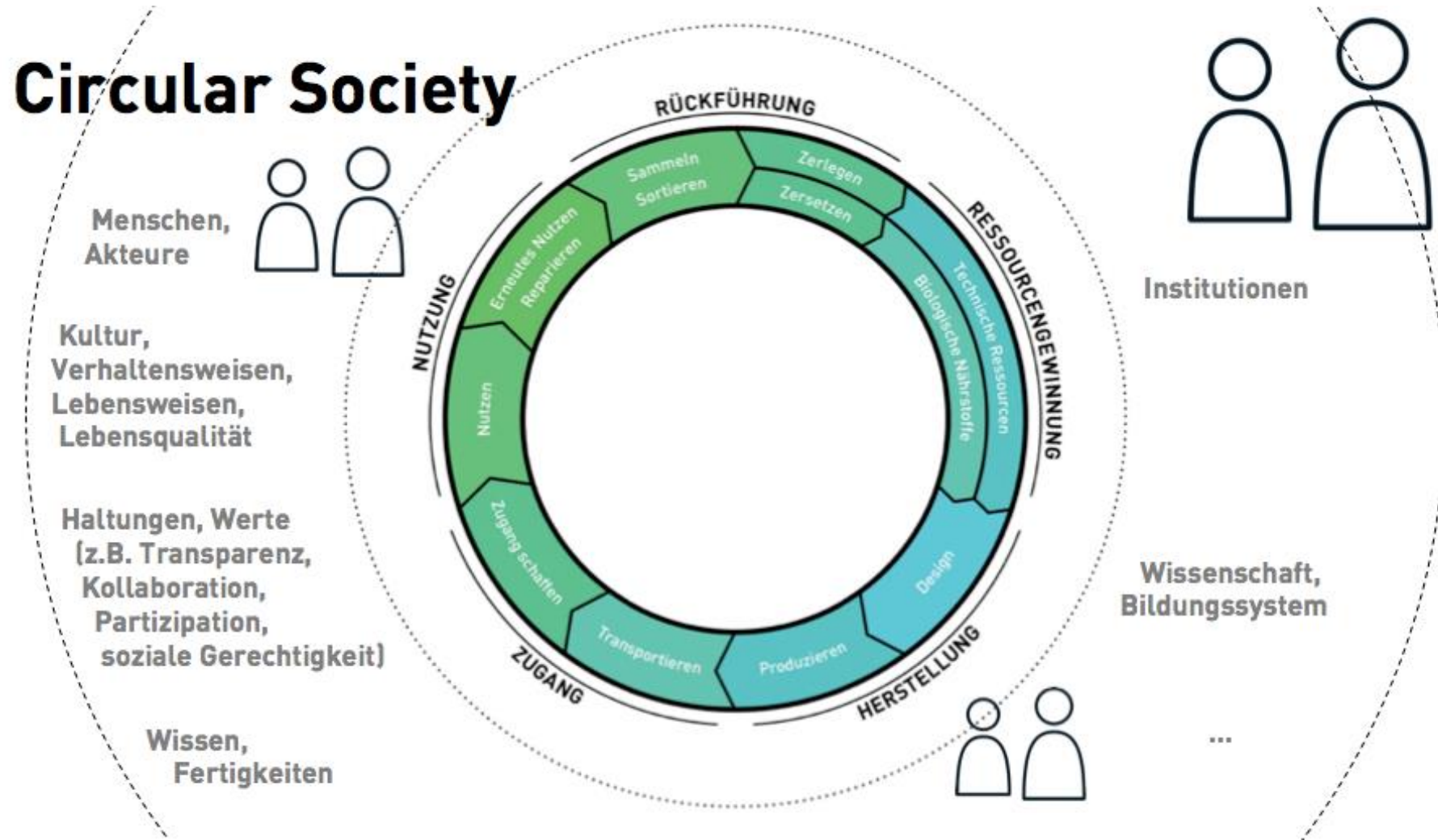
Von der Circular Economy zur Circular Society

- **Prinzip der „Circular Economy“:** Kreisläufe von biologischen und technischen Materialien
- **Kritik am Konzept „Circular Economy“:**
 - soziale und kulturelle Nachhaltigkeit unterbelichtet
 - Umsetzbarkeit des sozialen Wandels unklar
- **Ressourcenschutz** kein rein technisches/wirtschaftliches Problem, sondern eng an **Verbraucher*innen** und ihre **Alltagswelten** gekoppelt → **Circular Society**
- **Circular Society:** Diskurse und **Ansätze die über technologische und marktbasierete Lösungen hinausgehen** und den Übergang zur Zirkularität als tiefgreifende sozial-ökologische Transformation definieren



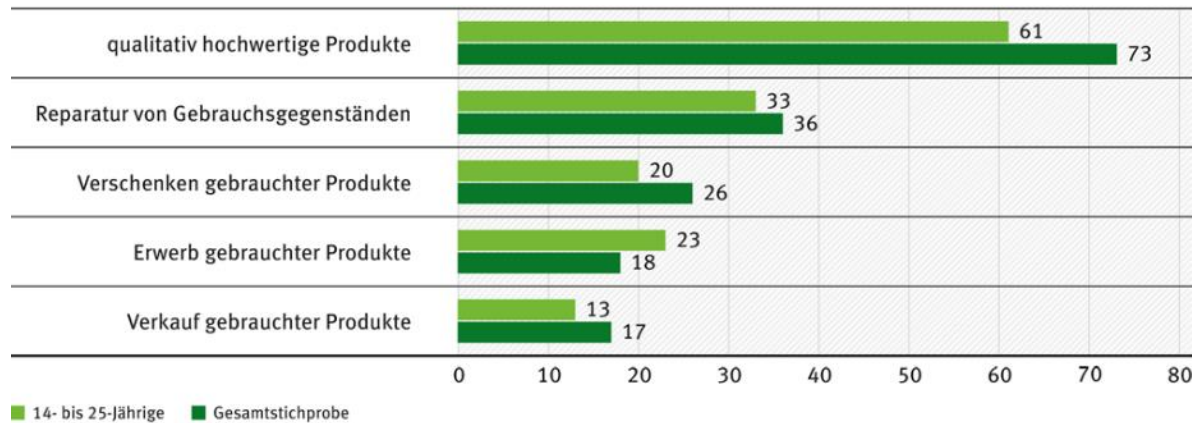
Quelle: Social design lab, Hans Sauer Stiftung (2023): Roadmap to a Circular Society // Ein Co-Design-Projekt zur inhaltlichen und organisatorischen Weiterentwicklung der Circular Society. <https://www.hanssauerstiftung.de/roadmap-to-a-circular-society/>

Circular Society

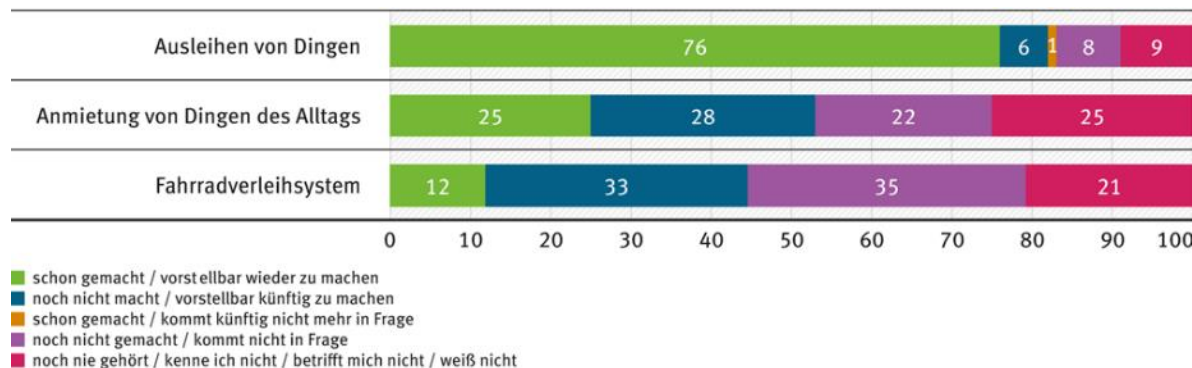


Private Praktiken der Länger- und Wiedernutzung

Kauf- und Nutzungsbereitschaft für Angebote zur **Verlängerung der Nutzungsdauer** (Anteil „immer“ beziehungsweise „sehr häufig“)



Erfahrungen mit und **Interesse an Sharing-Konzepten** bei jungen Menschen (18-25 Jahre)



UBA 2016: Umweltbewusstseinsstudie
<http://www.umweltbundesamt.de/publikationen/umweltbewusstseinsstudie-in-deutschland-2014-0>

Akzeptanz und Handlungsbereitschaft – Begriffsklärung

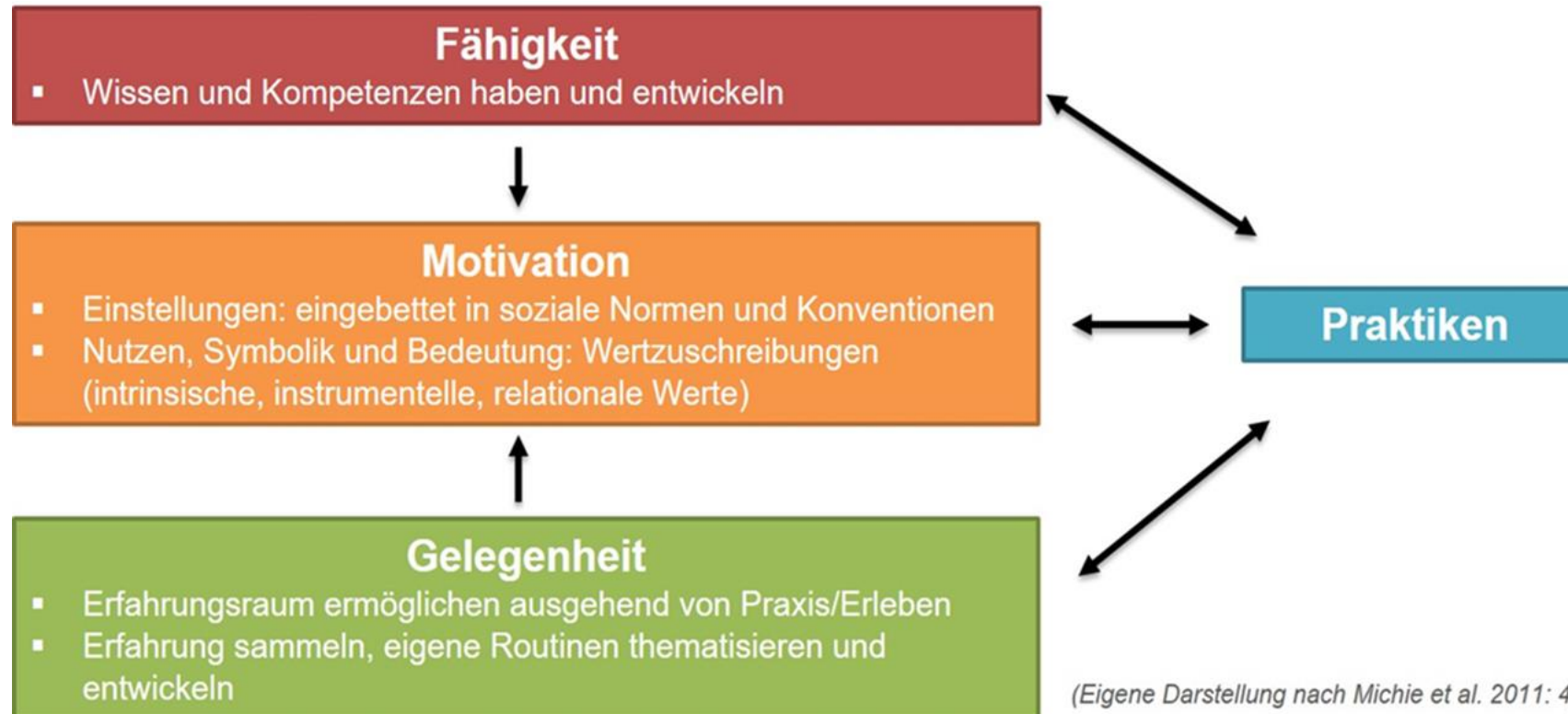
- Akzeptanz heißt nicht zwangsläufig, dass die Beteiligten bereit, fähig oder geneigt sind, eine bestimmte Lösung zu nutzen
- Starke **Diskrepanz zwischen Akzeptanz und Handlungsbereitschaft** beim Plastikkonsum
 - **Akzeptanz:** z.B. Zustimmung zu einer Steuer auf Plastikverpackungen (hoch)
 - **Handlungsbereitschaft:** z.B. Nutzung von nachhaltigen Verpackungsalternativen (gering)
- Beispiel Unverpackt:
 - 71 % gefällt das Konzept der Unverpacktläden
 - 87 % können sich vorstellen unverpackte Lebensmittel einzukaufen
 - Nur 8% haben schon in Unverpackt-Läden eingekauft

Splendid Research [Hrsg.] (2018): Akzeptanz von Unverpackt Einkaufen in Deutschland. - Eine repräsentative Umfrage unter 1016 Deutschen zum Einkauf in Unverpackt-Läden

Handlungsmacht und Verantwortung von Verbraucher*innen

- **Individualisierung von Verantwortung** auf Verbraucher*innen nicht zielführend
 - Handlungsspielraum von Verbraucher*innen gekoppelt an die Aktivitäten in Industrie, Handel und Politik
- **Politische Rolle** von Verbraucher*innen als wichtige Einflussmöglichkeit neben bewusstem Konsum
- **Praktikabilität in den jeweiligen Alltagspraktiken** entscheidend - Alternativen müssen:
 - Gut an bestehende Routinen anknüpfen
 - Einfach zu handhaben sein
 - Möglichst wenig zusätzlichen Aufwand oder Kosten erfordern
- **Wechselwirkung von nachhaltigem Konsum und sozialer Teilhabe**
 - Praktiken sind mit sozialen Gruppen verknüpft □ Communities of Practice

COM-B: Modell zum Verständnis von Verhaltensänderungen



Nutzungsdauer verlängern:
Wiederverwendung

Fokus: Lebensmittelverpackung

Fokus Verpackung

- Umweltproblem **Plastik**
- Verpackung als **größte Fraktion** des Plastikmülls
- Verpackung als besonders **kurzlebiges Plastik**
- Hoher Anteil von Verpackungen am **Littering**
- Verpackungsrecycling meist „**Downcycling**“
- **steigende Verbrauchszahlen** in Deutschland und Global



Verbreitung von Mehrwegnutzung im To-Go Bereich

- Nutzungshäufigkeit von **eigenen wiederverwendbaren Behältern** gemischt
 - Bei selbst zubereitete Speisen hoch (78 % mindestens 1x die Woche)
 - Bei Takeaway-Speisen niedrig (41 % nie, 22 % selten)
 - Nutzung von gewerblichen Mehrwegbehältern relativ niedrig (54 % nutzen sie nie)
- **Anforderungen:** Mehrwegbehälter sollten v.a. auslaufsicher, einfach zu Reinigen, langlebig und bruchsicher sein sowie ein passendes Füllvolumen haben.
- **Hemmnisse** für das Mitbringen eigener Behälter:
 - Unsicherheit, in welchen Geschäften dies möglich ist
 - Unsicherheit, ob Behälter die passende Größe haben
 - Zusätzlicher Aufwand und Zeit
 - Fehlende Angebote
- **Hemmnisse** für professionelle Mehrweg-Systeme:
 - Oft aufwendige Logistik (Transport, Spülung, Rückgabe)
 - Ökobilanzen je nach Produkt und Transportkette nicht immer vorteilhaft

Süßbauer, Elisabeth; Pade, Alexander; Wenzel, Klara; Witte, Janne (2024): Nutzung von (Mehrweg-)Behältern für Takeaway-Speisen. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung. Zentrum Technik und Gesellschaft, TU Berlin.

Alltagsherausforderungen des verpackungsfreien Einkaufs



Soziokulturellen
Normen und materiell-
ökonomische
Rahmenbedingungen

Wegwerf-To-
Go-Kultur prägt
berufliche
Arbeitswelt



Sozialisation und
Erfahrungswissen

Ältere Menschen
sind Ressourcen-
sparsamkeit und
Unverpackt gewöhnt



soziale
Aushandlungs-
prozesse

Bedürfnisse der
Kinder zentral für
Haushaltsführung

Quelle: Hennchen, Benjamin/Alexandra Wittwer/Lukas Sattlegger/Melanie Kröger (2020): Soziale Normen, Gewohnheiten und Aushandlungen. Alltagsherausforderungen des verpackungsfreien Einkaufs.

Fähigkeiten stärken

- Konsumseitig: Zero Waste Workshops

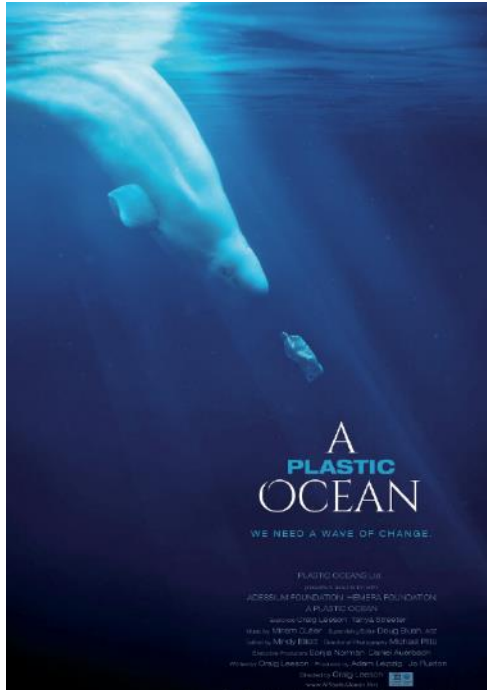


- Anbieterseitig: Wiederverwendung von Sicherungsschnüren



Motivation Erhöhen

- Abendveranstaltungen



- Kampagnen



- Müllsammelaktionen



Gelegenheiten Schaffen

- Taschenstationen



- Labels



Nutzungsdauer verlängern:
Reparieren, weitergeben, gebraucht
kaufen

Fokus auf IT-
Elektronik/Smartphones

Fokus IT-Elektronik/Smartphones

- hohe **ökologische Relevanz**/Ressourcenverbrauch (u.a. seltene Erden)
- hohe **Nutzungsichte und -frequenz** von Smartphones durch fast alle Bevölkerungsgruppen
- Smartphones haben sehr **hohen Stellenwert** in der Lebenswelt von Jugendlichen und jungen Erwachsenen
- **schnelle technologische Entwicklung**/Veränderung in der Branche
- sensible Technik, Smartphones **werden leicht kaputt**
- relativ **hoher Preis/starke Preisdifferenz** bei Smartphones (Potential für soziale Differenzierung)
- relevanter **Gebrauchtmarkt** und vorhandene **Reparaturinfrastruktur**



IT-Nutzungspraktiken von privaten Konsument*innen

Haben Sie bereits gebrauchte, erneuerte oder generalüberholte digitale Endgeräte wie etwa Smartphones, Tablets oder Laptops gekauft?



- Hohe Zufriedenheit (zu 91% gute oder sogar sehr gute Erfahrungen am Zweitmarkt)
- Preis als wichtigster Grund für Gebrauchtkauf (bei 75 Prozent der Käufer*innen)

Quelle: Verbraucherzentrale 2023. <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/umwelt-haushalt/nachhaltigkeit/umfrage-so-wird-der-secondhandmarkt-fuer-elektronische-geraete-genutzt-87548>

Nachhaltiger Konsum als Frage der soziale Teilhabe

- Beteiligung an (nachhaltigen) Konsumpraktiken hat **Auswirkungen auf die soziale Teilhabe** in unterschiedlichen sozialen Gruppen
 - Erweiterung (bzw. Beschränkung) von Teilhabechancen
 - Synergien und Konflikte zwischen der symbolischen Bedeutung nachhaltiger Konsumpraktiken und milieuspezifischen Normen sozialer Teilhabe
- **Erweiterung materieller Teilhabe** durch Reparieren & Gebrauchtkauf und informelle Ökonomie
 - Zugang zu IT- Geräten, Computerspielen, Smartphones
 - auch: Existenzsicherung durch Secondhand-Handel
- Identifikation von **Potenziale und Barrieren der Übertragbarkeit** nachhaltiger Konsumpraktiken auf andere soziale Gruppen und Milieus

Quelle: UBA 2021: Abschlussbericht Nachhaltiger Konsum im Dialog.
https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/texte_124-2021_nachhaltiger_konsum_im_dialog_0.pdf

Barrieren beim Secondhandkauf

■ Technische Bedenken

- Unklarheiten zum Zustand der Produkte und ihrer Restlebenszeit
- Manche befürchten versteckte Schäden oder Mängel
- Datensicherheit: Was passiert mit gespeicherten Daten auf Handys, Notebooks etc.?
- Unsicherheit bezüglich Gewährleistungsrechte/Garantien
- fehlende Software-Updates für ältere Digitalgeräte

■ Symbolische Barrieren

- Neue Produkte als Zeichen von Status, Image, Zugehörigkeit
- Das Smartphone als hoch emotionalisierter Gebrauchsgegenstand von zentralem individuellen Stellenwert

„Weil ich von einigen aus dem Bekanntenkreis gehört habe, die sind reingefallen. Ich habe keine Lust Experimente zu machen. Ich habe meistens einen Zweijahresvertrag gemacht und da gab es dann ein Telefon dazu...“

(Main / m / 48)

„Smartphone: Meine große Liebe. Meine Freundin. Es verlässt mich nicht. Ich habe mir bei Apple ein Neues gekauft, 700 Euro, in Raten bezahlt. Ich nutze es so zwei Jahre.“ (JP / w / 20)

Fähigkeiten stärken

■ Anleitungen im Internet

- Kommunizieren und motivieren, sich aus dem Internet Reparaturvorschläge zu holen (YouTube)
- Nachbarschaftsportale einbinden, im Hilfe beim Reparieren zu vermitteln

■ Repair Cafés

- Unterschiedliche Reaktionen: Von attraktiv über Nicht-ernst-nehmen bis unattraktiv

„Mittlerweile kann man Sachen gut selber reparieren: auf YouTube kann man sich alles angucken. Meine Geschirrspülmaschine hat einen Fehler angezeigt, und ich habe mir die Mühe gemacht und im Internet recherchiert und habe mir dann die Reparaturvorschläge angeguckt, und ich habe es selber wieder in den Griff bekommen.“ (Main / w / 57)

„Auch wenn man die eigenen Materialien selber bezahlen muss, ein neues Display, dann investiere ich 20, 30 Euro und habe mir dann noch mal Wissen angeeignet, durch das Café. Und wenn es mir noch mal passiert, dann kann ich es ja selber machen. Und ich kann auch anderen helfen.“ (JP / m / 20)

Motivation Erhöhen

- **Fördern der Akzeptanz gegenüber Reparieren und Secondhand** → insbesondere bei Prekären und bürgerlichem Mainstream
 - Erweiterung materieller Teilhabe
 - Teilweise Vorbehalte gegenüber gebrauchten Produkten
- **Reparaturbonus**
 - Finanzielle Förderung von Reparatur, Service und Wartungskosten
- Kommunikationskampagne zur **richtigen Entsorgung oder Weitergabe**
 - ‚Alte Smartphones raus aus der Schublade‘
 - Nachhaltigkeit: Warum ist es sinnvoll abzugeben statt zu horten?

„Vielleicht ist es auch so eine Generationensache. Ich habe das Gefühl, dass jetzt wieder viel eher darauf geachtet wird, dass man Sachen auch reparieren kann.“ (JK / m / 24 / mih)

„Ich wäre zu faul, mit den ganzen Handys da hinzufahren und die abzugeben. Und man kriegt dafür nichts. Was hat man denn davon, wenn man es abgibt?“ (JP / m / 1)

Gelegenheiten Schaffen

- Ermutigen zu, Konzepte anbieten für
 - **Flohmärkte** in der Straße / im Kiez
- Aufbau einer **Secondhand-Linie durch Hersteller**
 - Rücknahme und Aufbereitung gebrauchter Produkte
 - Garantie für gebrauchte Produkte (IKT)
 - Wiederverwertung als Image und Trend
- **Verkaufsfläche für Secondhand-Produkte** im Handel
 - Secondhand im Mainstream zugänglich machen

„Wir gehen auf den Flohmarkt verkaufen. Der Große ist 15, verkauft seine getragenen Sachen, kann sich dafür was Neues kaufen oder spart für ein Handy.“ (P / w / 38)

Ausblick auf Relevanz für öffentliche Beschaffung

Relevanz von veränderter sozialer Handlungspraxis für die öffentlichen Beschaffung

- **Starke Wechselwirkung zwischen Öffentlicher Beschaffung und Privatkonsum**
 - Wirtschaftlich und Logistisch (Skaleneffekt)
 - Auf den drei Ebenen der Praktik (Motivation, Kompetenz und Gelegenheit)
 - Teilweise **ähnliche Hürden** bei der Implementierung

- **Öffentliche Beschaffung als Möglichkeit zur Normalisierung von nachhaltigem Konsum**
 - **Upscaling:** Öffentliche Beschaffung als wichtiges **Marktsegment**
 - **Mainstreaming:** Möglichkeit zur **Erreichung unterschiedlicher Gruppen** (Beispiel Schulverpflegung)
 - **Öffentliche Beschaffung damit wirksame Möglichkeit** um Praktiken wie Reparatur, Wiederverwendung und Gebrauchtkauf **politisch zu fördern**