

Einladung zum Mittagsgespräch

„Wie können Konsum und Ernährung nachhaltiger werden?“

Freitag, 29. September 2017, 11:30 bis 15:00 Uhr
Deutscher Naturschutzring (DNR), Marienstr. 19-20,
10117 Berlin

Hintergrund

Eine nachhaltige, gesellschaftliche Transformation kann nicht ohne die Konsumentinnen und Konsumenten erreicht werden. Eine Schlüsselrolle nimmt hierbei der Bereich Ernährung ein. Spannende alternative Konsumkonzepte mit Fokus auf Ernährung, die im Rahmen der Fördermaßnahme „Nachhaltiges Wirtschaften“ (NaWi) des BMBF praktisch in Anwendung gebracht und wissenschaftlich begleitet werden, wollen wir mit Ihnen im Rahmen des Mittagsgesprächs diskutieren.

NaWi zeichnet sich als Bestandteil des Förderschwerpunktes „Sozial-ökologische Forschung“ dadurch aus, dass nicht nur technische Innovationen, sondern auch neue Geschäftsmodelle und neue gesellschaftliche Handlungsformen wie ein verändertes Konsumverhalten explizit adressiert werden. Diese neuen Geschäftsmodelle und sozialen Innovationen sollen in den geförderten Forschungsprojekten zum nachhaltigen Wirtschaften entwickelt und in der Praxis erprobt werden. Im Rahmen des Projektes „Wissenschaftliche Koordination der Fördermaßnahme Nachhaltiges Wirtschaften“ unterstützt die Plattform Forschungswende den Transfer dieser Forschungsansätze.

„Wie können Konsum und Ernährung nachhaltiger werden?“ Forschungswende Mittagsgespräch 29. September 2017

Diese Veranstaltung wird gefördert vom Bundesministerium für Forschung und Bildung.

Mittagsgespräche

In drei Mittagsgesprächen zu unterschiedlichen Themenfeldern nachhaltigen Wirtschaftens (Mobilität, Konsum und Ernährung, Gemeinwohlökonomie) werden Befunde zu Transformationspfaden und Hemmnissen aus NaWi-Projekten vorgestellt und mit Praxispartnern reflektiert. Die Zielgruppe sind Politik, Unternehmen, Verbände, ZGOs und Wissenschaft.

Anmeldung

Wir freuen uns auf Sie. Melden Sie sich bitte bis zum 21. September unter hello@forschungswende.de an.

Vorläufige Agenda

11:30 Uhr **Ankunft und Imbiss**

12:00 Uhr **Begrüßung**

Dr. Steffi Ober, Zivilgesellschaftliche Plattform Forschungswende

Dr. Martin Hirschnitz-Garbers, Ecologic Institut, wissenschaftliche Koordination NaWi (NaWiKo)

12:15 Uhr **Vorstellung der NaWi-Projekte mit Konsum- und Ernährungsfokus und Diskussion**

- BiNa: Nachhaltigkeit durch Biokunststoffe.
M. Eng. Sebastian Spierling, IfBB – Institut für Biokunststoffe und Bioverbundwerkstoffe, Hochschule Hannover
- NAH_Gast: Nachhaltige Außer Haus Verpflegung.
Dipl. Soz. Tobias Engelmann, Faktor 10 – Institut für nachhaltiges Wirtschaften gemeinnützige GmbH
- ReFoWas: Konzepte gegen Lebensmittelverschwendung.
Dipl. Ing. Bernhard Burdick, Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V.
- TransKoll: Nachhaltigkeit in der Ernährungswirtschaft/ KMU.
Hanna Friederike Siebert, WTSH – Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH

„Wie können Konsum und Ernährung nachhaltiger werden?“ Forschungswende Mittagsgespräch 29. September 2017

Diese Veranstaltung wird gefördert vom Bundesministerium für Forschung und Bildung.

14:00 Uhr **Fishbowl Diskussion**
mit VertreterInnen zivilgesellschaftlicher Organisationen und Verbände

15:00 Uhr Ende der Veranstaltung

Kurzbeschreibung der Forschungsprojekte

BiNa

Kunststoffe sind aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Ein Einsatz dieser Werkstoffe erfolgt in nahezu allen Bereichen des täglichen Lebens, wie z.B. Verpackung für Lebensmittel. Die großen Leitthemen der Zukunft sind ohne Kunststoffe nicht denkbar. Der weitaus größte Teil dieser Kunststoffe basiert auf fossilen Rohstoffen. Diese fossilen Ressourcen werden schneller konsumiert, als dass sie sich regenerieren können, sie sind also endlich. Vor diesem Hintergrund bilden auf nachwachsenden Rohstoffen basierende Biokunststoffe eine zukunftsweisende Alternative.

Durch den Einsatz von Biokunststoffen besteht die Möglichkeit, sowohl fossile Ressourcen zu schonen, als auch die Emission von klimarelevanten Gasen zu reduzieren. Doch sind Biokunststoffe in Herstellung, Nutzung und am Ende ihres Lebensweges wirklich nachhaltiger als ihre fossile Konkurrenz und welche Problemstellungen ergeben sich z.B. bei der Nachhaltigkeitsbewertung? Welches ökologische Potenzial besteht durch die Kaskadennutzung? Wie ist der allgemeine Wissensstand zu Biokunststoffen und wie bewertet die Bevölkerung deren Einsatz? Welche Informationsmittel sind wirksam, wenn es darum geht, das Thema verbrauchergerecht zu kommunizieren? Diese und weitere Fragen stehen im Fokus der Forschungsplattform BiNa.

Diese Plattform identifiziert die Möglichkeiten dieser Kunststoffe als wichtigen Baustein der Green Economy in Deutschland; sie entwickelt fundierte Strategien und Handlungsempfehlungen für verschiedene (gesellschaftliche) Themengebiete auf Basis frei zugänglicher Informationen. Die Arbeiten werden in einem fachlich breit angelegten Konsortium durchgeführt. Das Projekt betrachtet Aspekte der ökologischen und sozio-ökonomischen Nachhaltigkeit von Biokunststoffen ebenso wie die Chancen und Hemmnisse, die bei der

„Wie können Konsum und Ernährung nachhaltiger werden?“ Forschungswende Mittagsgespräch 29. September 2017

Diese Veranstaltung wird gefördert vom Bundesministerium für Forschung und Bildung.

Kommunikation und Vermarktung dieser Werkstoffe auftreten. Im Rahmen der Forschungsplattform wird ein enger Austausch mit Industrie, Wissenschaft, Bevölkerung und Politik angestrebt, um den Informationsstand der unterschiedlichen Interessensgruppen zu Biokunststoffen zu verbessern. Die Vernetzung mit Unternehmen verschiedener Geschäftsfelder (z.B. Biokunststoffhersteller, Produzenten und Anbieter von Biokunststoffprodukten) werden die entwickelten Strategien und Methoden auf Praxistauglichkeit überprüft. Auf dieser Basis gilt es, die Biokunststoffe als Teil der nachhaltigen Wirtschaft weiter zu etablieren und unterschiedliche Akteure zusammenzuführen, die aufgrund ihrer Kompetenzen einen Beitrag zur Implementierung von Biokunststoffen leisten können.

<http://ifbb.wp.hs-hannover.de/bina/>

NahGast

Das Mittagessen in der Kantine oder der schnelle Imbiss auf dem Heimweg gehören mittlerweile bei vielen Menschen zum Alltag – aufgrund komplexer Lebens- und Arbeitsbedingungen fehlt ihnen schlicht die Zeit für das Kochen zu Hause. Nachhaltiges und gesundes Essen gibt es mittlerweile auch außer Haus: Dank Innovationen im Speisenangebot, bei der Preisgestaltung und Kennzeichnung sowie bei den Darbietungsformen haben Konsumentinnen und Konsumenten leichten Zugang zu preislich angemessenen, attraktiven und genussreichen Speisen, die ihrem gesundheitsorientierten und nachhaltigen Lebensstil entsprechen.

Sie können darauf vertrauen, dass die Nahrungsmittel entsprechend klar definierter ökologischer und sozialer Anforderungen hergestellt wurden, einen hohen Gesundheitswert haben und sich so für einen nachhaltigen und gesunden Lebensstil optimal eignen. Unternehmen der Außer-Haus-Gastronomie (AHG) arbeiten, basierend auf der großen Nachfrage und den sich ändernden Konsumstilen, kontinuierlich an nachhaltigeren und gesünderen Speisenangeboten und entwickeln diese eng an den Kundenbedürfnissen orientiert und im Dialog mit den Kundinnen und Kunden weiter. Das Verbundprojekt zielt auf die Initiierung und Verbreitung von Transformationsprozessen zum nachhaltigen Produzieren und Konsumieren in der Außer-Haus-Gastronomie.

Dazu werden Methoden zur Bewertung der Nachhaltigkeits- und Gesundheitswirkungen von AHG-Angeboten entwickelt. Kriterium soll dabei vor allem sein, wie die praxistaugliche Integration dieser Methoden in

betriebliche Entscheidungsprozesse gelingen kann. Konkret gilt dies für die Bereiche Produktentwicklung, Sortiments- und Preisgestaltung sowie Kommunikation. Auf Seiten der Verbraucherinnen und Verbraucher wird der Außer-Haus-Konsum analysiert, um für diesen gezielt Instrumente zur Förderung von Nachhaltigkeit zu empfehlen. Dabei soll Konsumentenbedürfnissen nach einfachen statt komplexen Entscheidungssituationen und Entlastung im Alltag entsprochen werden.

Erfolgsversprechende Stellschrauben sind neben dem Speisenangebot selbst auch Verbraucherinformationen, Art der Darbietung sowie die Preisgestaltung. Zusätzlich wird auch berücksichtigt, wie Konsumentinnen und Konsumenten durch Partizipations- und Anreizsysteme zu nachhaltigeren Konsum motiviert werden können.

Die Integration der gewonnenen Erkenntnisse zur Bewertung von Speisen mit den entwickelten Methoden der Verbraucheransprache erfolgt über sechs Fallstudien mit Unternehmen. Die Fallstudien ermöglichen es, bereits erprobte und evaluierte Methoden und Informationen in der Praxis zu etablieren, und über die Praxispartner relevante strukturgebende Angebotsbereiche dauerhaft weiterzuentwickeln. Es ist geplant, nach jedem Arbeitsschritt generiertes Wissen über fachliche und wissenschaftliche Multiplikatoren zu verbreiten. Im ersten Schritt wird das derzeitige Verständnis von Nachhaltigkeit im Außer-Haus-Markt analysiert. Im Rahmen von Akteurs- und Stakeholderdialogen soll daraus ein gemeinsames Leitbild „Nachhaltigkeit in der Außer-Haus-Gastronomie“ entwickelt werden. Das Transferpotenzial der Projektergebnisse wird als außerordentlich hoch eingeschätzt: Mit den Praxispartnern werden relevante Bereiche der AHG (Care-, Education- und Businessverpflegung sowie Individual- und Eventgastronomie) mit ihren Spezifika abgedeckt und somit anwendungsrelevante Ergebnisse für diese Teilbereiche erarbeitet. Unterschiedliche Unternehmensgrößen (kleine und mittlere Unternehmen, sowie ein Konzern) und Organisationsformen (GmbH, AöR, e.V) sind an dem Projekt beteiligt. So konnten die unterschiedlichen Ausgangslagen und Problemstellungen für einen erfolgreichen Transfer bereits im Projektdesign berücksichtigt werden.

<http://nahgast.de/>

ReFoWas

Laut einer Schätzung der Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen (FAO) werden jährlich rund ein Drittel der weltweit produzierten Lebensmittel nicht für die menschliche Ernährung genutzt. Nachhaltige Entwicklung hin zu einer 'Green Economy' setzt jedoch in erster

„Wie können Konsum und Ernährung nachhaltiger werden?“ Forschungswende Mittagsgespräch 29. September 2017

Diese Veranstaltung wird gefördert vom Bundesministerium für Forschung und Bildung.

Linie eine effiziente Nutzung von Ressourcen voraus. Lebensmittelabfälle verursachen aber sowohl bei der Produktion als auch bei deren Entsorgung Umweltbelastungen. Eine Reduktion dieser Abfälle kann daher in erheblichem Maße dazu beitragen, die mit Lebensmittelerzeugung und -konsum verbundenen Umwelt- und Ressourcenansprüche sowie Emissionen zu senken.

Deshalb fordert die Europäische Kommission die EU-Mitgliedsstaaten dazu auf, die Entsorgung von genusstauglichen Lebensmitteln bis zum Jahr 2020 zu halbieren und Anreize für eine gesündere und nachhaltigere Erzeugungs- und Verbrauchsstruktur zu schaffen. Ebenso soll eine Reduzierung des Ressourceninputs der Lebensmittelkette um 20 % erreicht werden. Die Thematik ist in den letzten Jahren aus ökologischen, ökonomischen und ethischen Gründen vermehrt in den Fokus der Öffentlichkeit gerückt. Bisher gibt es jedoch keine verlässlichen Daten über die Menge der Lebensmittelabfälle. Das Projekt verfolgt folgende Forschungsfragen:

- Wo entlang der Wertschöpfungskette fallen welche Mengen an Lebensmittelabfällen in Deutschland an?
- Warum entstehen diese Abfälle?
- Welche Umweltwirkungen verursachen sie?
- Durch welche Maßnahmen können Lebensmittelabfälle vermieden werden?

Ziel des Projekts ist es, den Agrar- und Ernährungssektor entlang seiner Wertschöpfungsketten hinsichtlich der Entstehung von Lebensmittelabfällen und insbesondere des Anteils an vermeidbaren Abfällen zu analysieren. Darauf aufbauend sollen Strategien und Ansatzpunkte für Maßnahmen zur Abfallvermeidung bzw. -reduzierung identifiziert werden. Anhand von drei Fallbeispielen werden Hemmnisse und Handlungsoptionen in der Praxis untersucht. Im Teilsystem 'Agrarproduktion' werden Obst- und Gemüseanbau, -verarbeitung und -vermarktung analysiert. Im verarbeitenden Gewerbe werden Bäckereien näher betrachtet. In einer dritten Fallstudie werden die Außer-Haus-Verpflegung und Lebensmittelverluste im Umfeld der Schule untersucht. Als weitere Aspekte sollen Befragungen zum Verbraucherverhalten analysiert werden, um verschiedene Konsummuster und die Gründe für die Entstehung von Lebensmittelabfällen in Haushalten zu identifizieren. Auf Basis der Ergebnisse werden Möglichkeiten zur Schaffung eines neuen Bewusstseins für nachhaltiges Handeln in Bezug auf die Vermeidung von Lebensmittelabfällen beschrieben und bewertet. Unter Einbeziehung relevanter Akteure werden Handlungsstrategien und mögliche Maßnahmen zur Anreizbildung für die Vermeidung von Lebensmittelabfällen entwickelt.

<http://refowas.de/>

TransKoll

Die deutsche Ernährungswirtschaft ist von kleinen und mittelständischen Unternehmen geprägt. Diese haben bei der Umsetzung eines umfassenden Nachhaltigkeitsmanagements häufig Nachteile gegenüber größeren Unternehmen, da ihnen in der Regel die notwendigen Ressourcen fehlen. Von oben vorgegebene, vom eigentlichen Arbeitsalltag losgelöste Nachhaltigkeitsziele entfalten unternehmensintern oft wenig Motivationswirkung: Einerseits ist das Thema ‚Nachhaltigkeit‘ in vielen Unternehmen höchst aktuell, andererseits scheint der Begriff aber noch zu schwammig und unkonkret. ‚Nachhaltigkeit‘ ist daher häufig nur ein zusätzlicher, nicht jedoch ein strategischer Bestandteil des unternehmerischen Handelns. Diesen Zusammenhang möchte das Projekt mit den folgenden Forschungsfragen aufgreifen:

Wie können Potenziale und Probleme im Bereich des nachhaltigen Handelns in kleinen und mittelständischen Unternehmen identifiziert und behoben werden?

Welche Anreize sind notwendig, damit Maßnahmen dauerhaft greifen und ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess angestoßen werden kann?

Wie kann ein kleines oder mittelständisches Unternehmen seine Lieferanten für eine gemeinsame Nachhaltigkeitsstrategie gewinnen?

Welche Möglichkeiten bestehen zur Schaffung überbetrieblicher Transparenz? In welcher Form erwarten Konsumenten Informationen über die Nachhaltigkeit der Produktion entlang der Wertschöpfungskette?

Gibt es unterschiedliche Zielgruppen der Kommunikation und wie können deren Ansprüche ohne zusätzlichen Aufwand entsprochen werden?

Ziel des Projekts ist die Entwicklung und Überprüfung einer Toolbox von Instrumenten und Methoden für kleinere und mittlere Unternehmen (KMUs), um Nachhaltigkeit in der gesamten Lebensmittelkette strategisch zu integrieren. Vor diesem Hintergrund wollen wir zudem neue Erkenntnisse über nachhaltige Handlungsmotive und über strukturelle und psychologische Barrieren sowohl im Handeln der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der KMUs als auch in den Geschäftsbeziehungen zwischen den Unternehmen identifizieren. Weiterhin ermitteln wir, wie Transparenz vom Rohstoff bis zum Konsumenten hergestellt und inwieweit der mangelnden Informationsbereitschaft von Konsumenten entgegengewirkt werden kann. Die Umsetzungsstrategie besteht folglich aus einer ökonomisch-verhaltenswissenschaftlichen Grundlagenforschung, die die Wirkung von Kommunikation und Anreizen entlang der Wertschöpfungskette untersucht, um

direkt umsetzbare praktische Handlungsempfehlungen zu erhalten. So wird ein ganzheitlicher Ansatz entwickelt, der alle drei zentralen Ebenen – interne Prozesse, vorgelagerte Wertschöpfungsstufen und nachgelagerte Verbraucherkommunikation – integriert.

Dabei werden qualitative, quantitative und experimentelle Untersuchungen zunächst mit zwei Pilotunternehmen durchgeführt, ehe die Maßnahmen bei fünf Transferunternehmen wissenschaftlich weiterentwickelt und getestet werden. Weiterhin werden Schulungen entwickelt und evaluiert, die die langfristige Umsetzung entsprechender Prozesse in Unternehmen ermöglichen. Die Transferunternehmen spielen eine wichtige Rolle bei der Erprobung in den drei Anwendungsfeldern und werden in die Entwicklung des Gestaltungsmodells mit eingebunden. Neben der selbstständigen Bearbeitung einzelner Arbeitspakete werden die Praxispartner auch an verschiedenen Workshops teilnehmen, in denen die Zielvorstellungen und die Ausgestaltung der Praxisinitiativen diskutiert werden. Zusätzlich findet einmal jährlich eine Transformations-Konferenz statt. Auf dieser wird über den Stand in den drei konkreten Anwendungsfeldern berichtet. Die dort gewonnenen Erkenntnisse werden anschließend auf der Meta-Ebene reflektiert. Durch die Erprobung in drei Anwendungsfeldern fließen erste Projektergebnisse direkt in die Praxis. Verstärkt wird die praktische Umsetzung durch die gezielte Ergebnis-Kommunikation an relevante Akteure.

<http://www.verantwortungsvoll-handeln.de/>

Förderhinweis

Diese Veranstaltung wird gefördert vom Bundesministerium für Forschung und Bildung.



„Wie können Konsum und Ernährung nachhaltiger werden?“ Forschungswende Mittagsgespräch 29. September 2017

Diese Veranstaltung wird gefördert vom Bundesministerium für Forschung und Bildung.