

Frieder Rubik (IÖW)

Kurzfassung: Zivilgesellschaftliche Impulse und Einflüsse auf die Produktentwicklung

Kurzfassung des wissenschaftlichen Schlussberichts zum Projekt
„Zivilgesellschaftliche Feedbackschleifen als Impulse für eine
nachhaltige Produktentwicklung (SDGpro)“

gefördert durch Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV) im Rahmen des Programms zur Innovationsförderung im Verbraucherschutz in Recht und Wirtschaft, FKZ 28V1307X20
Berlin | Heidelberg, 28. Februar 2023

Impressum

Herausgeber:
Institut für ökologische
Wirtschaftsforschung GmbH, gemeinnützig
Potsdamer Straße 105
D-10785 Berlin
Tel. +49 – 30 – 884 594-0
Fax +49 – 30 – 882 54 39
E-Mail: mailbox@ioew.de
www.ioew.de

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit
und Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Bundesanstalt für
Landwirtschaft und Ernährung

Inhalt

Impressum	2
1 Einleitung, Hintergrund und Methodik.....	5
2 Träger, Ziele und Anwendungsbereiche.....	6
2.1 Die Apps: Ziele und Anwendungen.....	6
2.2 Die Repair-Community: Ziele und Anwendungen.....	7
2.3 Wirtschaftspolitische Einordnung.....	8
3 Bezüge zu den globalen Nachhaltigkeitszielen.....	9
4 Handlungsempfehlungen.....	9
4.1 Handlungsempfehlungen für die Betreiber der Apps und die Repair-Community.....	9
4.2 Handlungsempfehlungen für Unternehmen und Wirtschaft.....	10
4.3 Politische Handlungsempfehlungen.....	10
4.3.1 Förderung der Apps und der Repair-Community	10
4.3.2 Anliegen aufgreifen und Anpassung des regulativen Rahmens.....	11
5 Literaturverzeichnis.....	12

1 Einleitung, Hintergrund und Methodik

Das Forschungsvorhaben „**Verbraucherschutz im Dienst der UN-Agenda 2030 und der Sustainable Development Goals**“ (SDGpro) nahm Bezug auf das SDG 12 und betrachtet Konsum und Produktion als zentrale Elemente einer Kreislaufwirtschaft, in der ein Übergang von einem linearen Wirtschaften zu einem zirkulären Wirtschaften erfolgt. Im Mittelpunkt des „SDGpro“-Vorhabens standen zivilgesellschaftliche Akteure, die Bürger*innen aktivieren. Bürger*innen haben im Wirtschafts- und Gesellschaftssystem eine Vielzahl von Rollen inne. Sie sind nicht nur diejenigen, die erworbene Güter nutzen bzw. verbrauchen. Sie sind außerdem in der Lage, sich Informationen zu den intendierten Käufen zu beschaffen und diese in ihren Entscheidungshorizont einzubeziehen. Sie können Informationen gezielt weitergeben und die Produktnutzung durch Inanspruchnahme von Reparaturdienstleistungen verlängern.

Diese Rollen beschreiben zunächst einmal **individuelle** Konsum- und Nutzungsakte. Das Vorhaben hat sich hierbei fokussiert auf die unterschiedliche Formen und Typen einer zivilgesellschaftlich initiierten und organisierten **Bündelung** des Erfahrungswissens zur der Produktsuche und -nutzung fokussiert. Die Transmission dieses Wissens zurück an die Hersteller war Teil der Untersuchung. Das Vorhaben untersuchte die **Arbeitshypothese, dass durch diese Informations- transmissionen wertvolle Hinweise für Hersteller generiert werden können, die in der Produktentwicklung und -gestaltung Leitplanken für eine stärkere Ausrichtung auf Nachhaltigkeit geben und damit zum Erreichen des SDG 12 beitragen können**. Im Vorhaben wurde die Reichweite dieser Informationstransmissionen und deren Möglichkeiten, unterhalb staatlicher regulativer Eingriffe, Wirkungen entfalten zu können, analysiert.

Konkret wurden im Vorhaben folgende **Initiativen untersucht**:

- die **Verbraucher-Apps** ReplacePlastic, Replace PalmOil und ToxFox sowie
- die **Repair-Community** mit dem Runden Tisch Reparatur e.V.

Es wurden die möglichen Wirkungen der genannten zivilgesellschaftlichen Initiativen auf und in Unternehmen untersucht und möglicherweise notwendige politisch-regulative Implikationen abgeleitet. Diese Initiativen tragen einerseits dazu bei, den Herstellern das Erfahrungswissen in der realweltlichen Produktnutzung zu übermitteln und diesen Impulse zu geben, in der Produktentwicklung bzw. -gestaltung entsprechende Anpassungs-, Modifikations- oder Vermeidungsmaßnahmen zu ergreifen. Andererseits wirken sie über die Bündelung politisch-regulativer Forderungen auf die Politik-ebene ein, um damit die Produktentwicklung von Unternehmen nachhaltiger auszurichten.

Das Vorhaben wurde in **fünf Arbeitspakete** (AP) unterteilt: AP 1: Bestandsaufnahme der Erfahrungen aus Literatur und Praxis, AP 2: Untersuchung von Herstellerreaktionen und -strategien, AP 3: Hersteller-Praxispartner Dialoge, AP 4: Ergebnissicherung und -bericht sowie AP 5: Ergebnistransfer und -dissemination.

Zur Erreichung der Ziele wurden folgende **Methodiken herangezogen**:

- **Desk Research** zum Stand der Wissenschaft und der Praxis.
- **Integrations-Workshops** zwischen dem Forschungsteam und Praxispartnern. Diese Workshops dienten dem Austausch mit den Praxispartnern, dabei wurden folgende Branchen festgelegt, die im Fortgang im Fokus des Projekts standen:

- Lebensmittel (Apps ReplacePlastic, Replace PalmOil)
- Textilien (Runder Tisch Reparatur, App ToxFox)
- Kosmetika (Apps ReplacePlastic, ToxFox)
- Elektrokleingeräte (Runder Tisch Reparatur, App ToxFox).
- **Quantitative Onlinebefragung von Herstellern:** Über vier Branchen hinweg wurden 3.121 Unternehmen erreicht. Die Online-Umfrage war für einen Monat live geschaltet. Über die Laufzeit der Befragung hinweg nahmen insgesamt 133 Unternehmensvertreter*innen teil, wovon 70 die komplette Umfrage beantwortet haben. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 2,3%.
- **Qualitative, leitfadengestützte Interviews mit Unternehmen und Verbänden:** Die Ergebnisse der Onlinebefragung wurden um virtuell durchgeführte Interviews mit einigen ausgewählten Repräsentant*innen von Herstellern und Händlern sowie von einzelnen Branchenverbänden ergänzt. Es wurden Interviews mit Vertreter*innen von insgesamt sieben Unternehmen und von fünf Verbänden durchgeführt.
- **Workshops mit Herstellern sowie Dialoge mit Herstellern und Praxispartnern:** Insgesamt wurden ein Workshop und drei Dialoge zwischen Hersteller und Praxispartner durchgeführt. Diese dienen der Ergebnisvertiefung und dem Austausch unter den beteiligten Gruppen.

2 Träger, Ziele und Anwendungsbereiche

2.1 Die Apps: Ziele und Anwendungen

Seit einigen Jahren können Konsument*innen mithilfe von Apps Unternehmen ein schnelles Feedback zu punktuellen Herausforderungen geben, die mit bestimmten Umwelt- und/oder Gesundheitsgefährdungen verbunden sind: Mit dem Smartphone scannen sie den Barcode eines Produkts (bzw. dessen Verpackung) und können dann Änderungswünsche an Hersteller sowie Handelsunternehmen übermitteln und/oder sich über nachhaltigere Alternativen informieren. Die Apps fungieren hierbei als Vermittler zwischen den Anforderungen von Bürger*innen, Medien, der Zivilgesellschaft und den Unternehmen. Sie sind somit Katalysator von bereits bestehenden gesellschaftlichen Transformationsprozessen in die Richtung von mehr Umwelt- und Gesundheitsschutz.

Betrieben werden die Apps durch zivilgesellschaftliche Organisationen, die Unternehmen auf einzelne Umwelt- und/oder Gesundheitsgefährdungen ihrer Produkte aufmerksam machen und Verbesserungen anregen wollen, wie etwa der Einsatz von Palmöl in Lebensmittel (App „Replace PalmOil“), von Plastikverpackungen im Bereich Lebensmittel und Kosmetika (App „ReplacePlastic“) oder von potenziell gesundheits- und umweltgefährdenden Substanzen in Kosmetika, Körperpflege- und Alltagsprodukten (App „ToxFox“). Dabei sind die Ziele der Apps darauf ausgelegt,

- durch Veränderungen bei einzelnen Unternehmen andere Unternehmen der jeweiligen Branche anzuregen, ihre Produktpalette ebenfalls nachhaltig auszurichten, und
- auch die Politik zu ermutigen, die regulatorischen Rahmenbedingungen, im Sinne einheitlicher Wettbewerbsbedingungen („Level playing field“), auszugestalten, um damit allen Unternehmen entsprechend gleiche Vorgaben zu machen.

Die zentrale Funktion der Apps ist es, das Feedback der Nutzer*innen an Unternehmen und Politik zu vermitteln (Abbildung 2.1). Dieses Feedback kann mit einem veränderten Einkaufsverhalten der

app-nutzenden Verbraucher*innen einhergehen – und könnte dadurch zu Anpassungen bei den betroffenen Unternehmen führen, wenn diese die Marktsignale verstehen und umsetzen. Dies kann durch Anpassungen im Sortiment bzw. der Produktzusammensetzung erfolgen. Weitere Wirkungen realisieren sich durch die Aktivitäten der Betreiber der Apps. Diese kommunizieren beruhend auf dem bürgerschaftlichen Engagement der Nutzer*innen der Apps mit Unternehmen. Durch diese Interaktion können Herstellern und Handelsunternehmen Impulse zur stofflichen Verbesserung der im Fokus der jeweiligen App stehenden Produkte gegeben werden. Es wird deutlich: Im Vordergrund stehen Substitutionsvorgänge auf den jeweiligen Märkten. Dabei kann durch ein Zusammenspiel der App-Betreiber mit Unternehmen, die durch das Aufgreifen dieser Impulse einen Wettbewerbsvorsprung erzielen wollen, ein Anpassungsdruck auf andere Wettbewerber auf dem jeweiligen Markt ausgeübt werden. Idealerweise mündet dieser darin, andere Unternehmen zu bewegen, ihre Unternehmensstrategien zu ändern – was letztendlich dazu führt, dass auf dem jeweiligen Markt eine Transformation in Richtung Nachhaltigkeit angestoßen wird.

So wirken Verbraucher*innen-Apps in den Markt hinein:

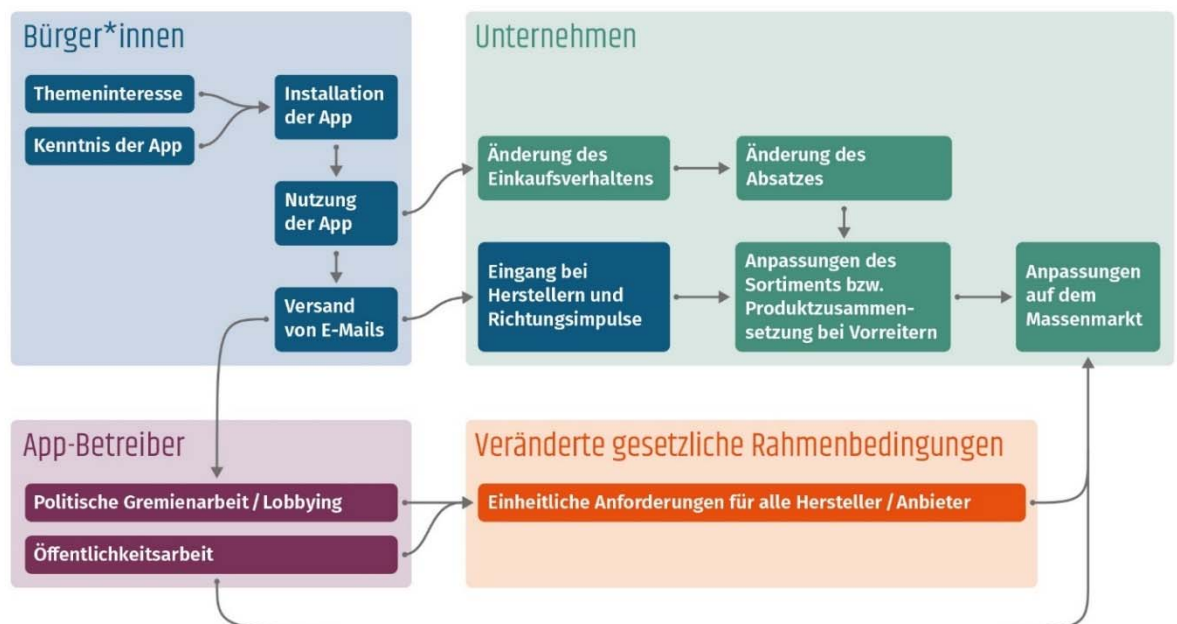


Abbildung 2.1: Schematische Darstellung der Funktionsweise der betrachteten Apps

Die Apps stehen hierbei nicht für sich allein. Sie sind immer Teil übergeordneter Kampagnen der App-Betreiber. Weitere, zentrale Elemente dieser zivilgesellschaftlichen Organisationen sind politische Gremienarbeit, Lobbying sowie Öffentlichkeitsarbeit. Dabei werden konkrete Forderungen an die politische Ebene formuliert, einheitliche und nachhaltige Produktdesign-Standards für alle Hersteller bzw. Anbieter vorzugeben. Auch damit werden Anpassungen auf dem Massenmarkt ausgelöst und damit eine breite Transformation angestoßen.

2.2 Die Repair-Community: Ziele und Anwendungen

Aus der Zivilgesellschaft haben sich mit der Repair-Community weitere Formen von Feedbackschleifen an Unternehmen entwickelt, die Rückmeldungen von Verbraucher*innen zur

Reparierbarkeit von Produkten in einer Reparaturstatistik bündeln sowie versuchen auf Hersteller über die Forderung nach staatlichen regulativen Rahmenseetzungen einzuwirken. Sie zielen damit auf eine Verlängerung der Nutzungsdauer von vorrangig Gebrauchsgütern durch Reparaturen, statt deren Neukauf, ab. Damit wäre eine direkte Reduktion des Ressourcenverbrauchs verbunden. Dies könnte einen entscheidenden Schritt auf dem Weg zu einer Kreislaufwirtschaft ausmachen.

Der Runde Tisch Reparatur und die Reparaturinitiativen möchten Produktdesign und -entwicklung in Richtung Langlebigkeit und Reparaturfreundlichkeit verändern. Anders als bei den Apps existiert in der Repair-Community derzeit aber noch keine intermediäre Stelle, die individuelle Kund*innenwünsche für besser reparierfähige Produkte direkt an Hersteller weiterleitet. Bisher agieren beispielsweise Repair Cafés vollständig unabhängig voneinander. Viele von ihnen erfassen zwar bereits heute Daten zu Defekten, dies geschieht aber noch weitgehend über analoge Laufzettel. Der Runde Tisch Reparatur wendet sich in erster Linie mit Lobbying-Tätigkeiten an die politische Ebene, um eine Veränderung des gesetzlichen Rahmens anzustoßen, der für alle Hersteller gleiche Wettbewerbsbedingungen durch regulatorische Vorgaben (Design-Mindestanforderungen) schafft. Damit sollen auf den jeweiligen Märkten alle Anbieter verpflichtet werden, die Reparaturfähigkeit und Langlebigkeit ihrer Produkte zu verbessern.

Eine zweite Säule der Arbeit des Runden Tisches ist eine intensive Öffentlichkeitsarbeit. Damit sollen – bereits vor und unabhängig von einer Realisierung angestrebter regulatorischer Vorgaben – Veränderungen bei Herstellern angestoßen werden. Die Rolle des Runden Tisches Reparatur liegt in der Initiierung und Beeinflussung eines öffentlichen Diskurses zur Instandhaltung von Produkten. Dieser wird auch indirekt von den Repair Cafés beeinflusst: Denn In Fällen, in denen Reparaturen aufgrund eines mangelhaften Produktdesigns oder fehlender Ersatzteile nicht erfolgreich sind, ist teilweise eine Politisierung der Besucher*innen zu beobachten, die sich dann für ein besseres Produktdesign stark machen.

Weitere, jedoch geringe Impulse können mit der Befähigung von Verbraucher*innen zu eigenständigen Reparaturen erzielt werden. Ihr Kaufverhalten, sowohl in Menge als auch in Qualität, könnte sich aufgrund eines besseren Verständnisses/Wissens ändern. Die Daten der Reparaturstatistik werden aktuell nur für die politische Arbeit des Runden Tisches Reparatur genutzt. Eine Weiterentwicklung der Reparaturstatistik könnte Feedbacks zukünftig auch direkt an die Hersteller übermitteln und diesen – analog zur Vorgehensweise der Apps – zusätzliche Impulse geben

2.3 Wirtschaftspolitische Einordnung

Der Idealtypus eine*r informierten Verbraucher*in, die ökonomisch vollständig rational handelt, lässt sich in der Realität nicht halten: Das Wissen um Eigenschaften von Produkten ist zwischen Herstellern und Konsument*innen ungleich verteilt, es besteht eine gravierende Informationsasymmetrie. Offenkundig können die „Selbsteilungskräfte“ des freien Marktgeschehens diese Asymmetrie nicht ausgleichen. Daran setzen die gesammelten Feedbacks inhaltlich an: Sie hinterfragen die bisherigen Markterwartungen von Unternehmen und zielen darauf ab, die strukturellen, institutionellen und kulturellen Rahmenbedingungen in Richtung einer „Höherstufung“ von Umwelt- und Gesundheitsthemen im Unternehmen zu verändern. Sie bündeln – kollektivieren – Anliegen der Verbraucher*innen und nehmen durch ihre Interaktion mit Unternehmen dabei auf deren Produktentwicklung Einfluss. Diese Aktivitäten können in Anlehnung an Baringhorst/Witterhold (2017, S. 570) als „Intermediarisierung“ betrachtet werden: Zivilgesellschaftliche Akteure generieren eigenständige Angebote, die einerseits dem Fehlen staatlicher Eingriffe begegnen und die andererseits

das Wettbewerbsgeschehen durch das Schaffen neuartiger Institutionen in doppelter Absicht beeinflussen: Zum einen durch die Bündelung der Nachfragemacht und zum anderen durch die Einflussnahme auf unternehmerische und politische Entscheidungshorizonte.

Die Apps wie auch die Repair-Community wirken somit korrigierend dem Marktversagen entgegen, indem sie durch Dialoge mit Unternehmen und der Politik eine Markttransformation anstoßen. Damit sollen schärfere Wettbewerbsanforderungen und einheitliche Wettbewerbsbedingungen hinsichtlich Umwelt- und Gesundheitsanforderungen gesetzt werden. Insofern geben sie Impulse, die staatliche Zurückhaltung durch eine Mobilisierung der Zivilgesellschaft zu überwinden. Der Staat kann somit zum Eingreifen gedrängt werden, um das jeweilige Umwelt- bzw. Gesundheitsproblem durch eine breite Anpassung der Wettbewerbsbedingungen zu reduzieren.

3 Bezüge zu den globalen Nachhaltigkeitszielen

Die Apps und die Aktivitäten der Repair-Community tragen dazu bei, die globalen Nachhaltigkeitsziele, die Sustainable Development Goals (SDGs) (United Nations 2015), zu erreichen. Insbesondere das **SDG 12 „Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen“** wird durch den Fokus auf eine zirkuläre Ausrichtung von Konsum und Produktion als zentrales Element einer Kreislaufwirtschaft sowie mit Impulsen für eine nachhaltige Produktgestaltung und -entwicklung unterstützt. Damit wird auch an verschiedene Initiativen der Europäischen Kommission (Europäische Kommission 2020, 2022) und der Bundesregierung (BMU 2020) angeknüpft, die auf die Schließung von Wirtschaftskreisläufen in Richtung einer „Circular Economy“ abzielen und somit das bisherige lineare Wirtschaftsmodell in ein zirkuläres umwandeln wollen.

Daneben werden durch die Apps auch die Erreichung des **SDG 14 „Ozeane, Meere und Meeresressourcen im Sinne nachhaltiger Entwicklung erhalten und nachhaltig nutzen“** befördert. Denn: Die App ReplacePlastic fokussiert sich auf die Vermeidung des Eintrags von Kunststoffen in die Gewässer, deren Gehalt an Plastik in verschiedenen Größen wesentlich zur Meeresverschmutzung beiträgt.

Zusätzlich wird das **SDG 3 „Ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern“** durch die App ToxFox begünstigt, da sie dazu beiträgt, den Einsatz von umwelt- und gesundheitsgefährdender Substanzen zu vermindern.

4 Handlungsempfehlungen

4.1 Handlungsempfehlungen für die Betreiber der Apps und die Repair-Community

Um die vermittelnde Rolle der Apps zwischen den Marktakteuren zu intensivieren, wurden einige strukturelle und inhaltliche Ansatzpunkte skizziert: **Strukturelle Ansatzpunkte** liegen in dem Ausbau der **Dissemination** (v.a. Zusammenarbeit mit den herkömmlichen und sozialen Medien), der

gezielten **Adressierung von Pionierunternehmen** (innovatives Agieren der Vorreiter honorieren), dem **Adressieren von Großverbrauchern** (größere Wirkung aufgrund der Nachfragemacht) sowie dem Ausbau von **strukturpolitischen Bündnisse ausbauen** (punktuelle Kooperationen zwischen Unternehmen, Wirtschaftsverbänden und App-Betreibern und der Repair-Community mit gemeinsamer Einflussnahme auf die politische Ebene).

Inhaltlich sollten **Unternehmen die App-Betreiber über relevante Anpassungen** in ihren Produktzusammensetzungen informieren. Die **App-Betreiber** könnten verstärkt öffentlich über Anpassungen der Unternehmen berichten und generell sollten **Informationen zwischen Unternehmen und App-Betreiber besser geteilt** werden (v.a. mit Blick auf dem Austausch zu Produkt- oder Verpackungszusammensetzungen sowie zur Vermeidung gesundheitsgefährdender Inhaltsstoffe).

Aktuell vermitteln weder der Runde Tisch Reparatur noch die Repair Cafés zwischen Verbraucher*innen und Herstellern. Gerade die zahlreichen Repair Cafés mit ihrem direkten Kontakt zu den Verbraucher*innen als deren „Kund*innen“ sowie dem Wissen über Defekte und Schwachstellen von Produkten hätten ein großes Potenzial, Feedback wirksam zu bündeln und dies zu kommunizieren. Erste Versuche in diese Richtung wurden mit dem Initiieren der deutschen Reparaturstatistik unternommen, sie bleibt aber derzeit noch unter ihren Möglichkeiten. Deswegen sollte eine **bundesweite und professionalisierte Reparaturstatistik erarbeitet** werden, die das gesammelte Verbraucher*innen-Feedback mit den Herstellern teilt. Dazu sollte ein aus öffentlichen Mitteln geförderter zivilgesellschaftlicher Akteur diese Aufgabe übernehmen. Dieser sollte dann mit größeren, professionellen Reparaturwerkstätten und auch mit den Herstellern zusammenarbeiten. Ein mögliches Potenzial liegt dabei auch in der Verknüpfung mit dem geplanten digitalen Produktpass.

4.2 Handlungsempfehlungen für Unternehmen und Wirtschaft

Unternehmen und die Wirtschaft insgesamt agieren in einem offenen Raum, in dem sie vielfältigen Einflüssen ausgesetzt sind. Diese zu ordnen und zu priorisieren, stellt eine wichtige Filter- und Fokussierungsaufgabe dar. Die Einflüsse, die auf verschiedenen Wegen durch die Apps und die Repair-Community ausgeübt werden, stellen insofern eine weitere – kostenlose – Möglichkeit der Marktbeobachtung dar. Derzeit sind die Wirkungen noch vergleichsweise gering, obwohl die Themen, die die Apps und der RTR vertreten, von Unternehmen zukünftig als wichtig eingeschätzt werden. Aus dieser Sicht sollten Unternehmen die Tätigkeit der Apps und des RTR aktiv verfolgen und die dabei entstehenden Hinweise als Frühindikationen auf mögliche Herausforderungen betrachten. Hierzu lassen sich eine Reihe von Punkten benennen, die Unternehmen aufgreifen könnten. Diese wurden in einem Leitfaden mit Checkliste für Unternehmen zusammengefasst (Wiesemann/Rubik 2023).

4.3 Politische Handlungsempfehlungen

4.3.1 Förderung der Apps und der Repair-Community

Bisher gibt es eine überschaubare Anzahl von Apps, die Bürger*innen aktivieren wollen. Außerdem sind diese bisher jeweils auf spezifische Anwendungskontexte ausgelegt. Sie leben davon, dass Bürger*innen sich aktivieren lassen und quasi eine Rolle als „Citizen scientists“ wahrnehmen. Apps sollten für besonders strategisch relevante Bereiche entwickelt und ausgebaut werden. Die

Arbeiten der Betreiber der Apps sowie der Repair-Community erfolgen primär ehrenamtlich. Derartige zivilgesellschaftliche Initiativen bereichern unternehmerische Aktivitäten und signalisieren diese Leitlinien für eine nachhaltige Produktentwicklung und -design. Sie sind kein Ersatz für politische Maßnahmen, aber sie bündeln im Vorfeld politischer Aktivitäten und Maßnahmen zivilgesellschaftliche Anliegen. Um **diese Initiativen zu bewahren und auch auszubauen, gilt es das Ehrenamt zu stärken und die Tätigkeiten der Betreiber zu unterstützen**. Aus der Debatte um das Ehrenamt lassen sich einige Ansatzpunkte (vgl. BBE 2021; Rückert-John u.a. 2020) übertragen:

- Auflage eines **Programms zur Anschubfinanzierung** von zivilgesellschaftlichen Initiativen auf Landes- und Bundesebene. Ein besonderes Augenmerk sollte hierbei darauf liegen, nicht nur eine einmalige Anschubfinanzierung zu gewähren, sondern auch eine mittel- bis längerfristige Unterstützung sicherzustellen, beispielsweise durch eine dauerhafte Sockelfinanzierung auf Basis einer Festbetragsfinanzierung aus öffentlichen Mitteln.
- Förderprogramme sollten auf einem **niedrigschwelligen Antragswesen** beruhen, das den administrativen Aufwand begrenzt. Gleichzeitig sollten sie auf eine langfristige Wirkung angelegt sein, z.B. hinsichtlich der Fördermöglichkeiten von Anschluss- und Umsetzungsprojekten.
- Auflage, Pflege und Verstetigung von **Förderprogrammen für die Teilnahme von Einzelpersonen** an ehrenamtlichen Tätigkeiten und Einrichtungen. Neben Anträgen zur Finanzierung des Engagements an sich ist auch die Förderung von Maßnahmen zur Weiterentwicklung des Engagements wichtig, wie etwa Workshops, Seminare oder Fachtreffen.
- Bereitstellung von **räumlichen und technischen Infrastrukturen**, etwa in Gewerbeflächen mit öffentlicher Trägerschaft. Damit soll eine infrastrukturelle Kapazität geschaffen werden, die den zivilgesellschaftlichen Akteuren das Arbeiten, Treffen und Organisieren erlaubt.
- Die Teilnahme zivilgesellschaftlicher Akteure in politischen Gremien, wie etwa Anhörungen, Beiräten, Begleitkreisen oder Workshops, sollte durch finanzielle, technische und organisatorische Unterstützung gewährleistet werden.
- Es sollte auf Bundesebene eine **Beratungsinstanz eingerichtet und vorgehalten** werden, die etwa Informationen über verschiedene Förderungsmöglichkeiten, eine juristische Beratung sowie eine Übersicht zur Förderung von Qualifikationen und Weiterbildungen anbietet.
- Die im Jahr 2020 gegründete **Deutsche Stiftung für Engagement und Ehrenamt** sollte **ausgebaut** und ihre Tätigkeiten sollten **breiter disseminiert** werden.
- Zivilgesellschaftliche Akteure und Unternehmen begegnen sich bisher nur punktuell. Um gegenseitiges Vertrauen auszubauen und das Verständnis füreinander zu erhöhen, sollte ein **Praktikum- und Austauschprogramm** aufgelegt und finanziell unterlegt werden.
- Das **Gemeinnützigkeitsrecht** sollte **reformiert** werden, um eine höhere Rechtssicherheit bezüglich des Gemeinnützigkeitsstatus zivilgesellschaftlicher Organisationen zu erreichen.

4.3.2 Anliegen aufgreifen und Anpassung des regulativen Rahmens

Die verschiedenen Apps und die Repair-Community möchten bestimmte Herausforderungen bei Produkten bzw. Verpackungen in Richtung Nachhaltigkeit ändern. Damit zielen sie im Wesentlichen auf Unternehmen und deren Produktentwicklung ab. Ziel ist es, Innovationen zu generieren und dadurch die Produktentwicklung nachhaltig auszurichten: Direkt über Einflüsse auf Unternehmen, die damit zum Vorreiter werden wollen, und indirekt durch eine Anpassung der Wettbewerbsbedingungen. Gerade die Anpassung der Wettbewerbsbedingungen ist dabei die Aufgabe der Politik. Eine **Innovationsunterstützung und -förderung**, mit deren Hilfe das Innovationsgeschehen

von Unternehmen beeinflusst und nachhaltig(er) ausgerichtet werden soll, stellt eine **sanfte Möglichkeit der Einflussnahme** dar. Hierfür kommen insbesondere staatlich finanzielle Unterstützungsmittel infrage. Wirkungen entfalten sich jedoch nicht notwendigerweise in der Breite bei allen Wettbewerbern, sondern vor allem bei Unternehmen, die durch ihre Innovationen und deren Unterstützung Wettbewerbsvorränge als Vorreiter realisieren können.

Um in die **Breite des Wettbewerbsgeschehens** im Markt einzugreifen, ist es erforderlich die Anliegen, die die Apps und die Repair-Community abbilden, aufzugreifen und damit das Marktgeschehen gleichen Wettbewerbsbedingungen zu unterwerfen:

- **Umwelt- und gesundheitsgefährdende Stoffe (Tox-Fox-App):** Zwar unterliegt der Einsatz von umwelt- und gesundheitsgefährdenden Stoffen in Alltagsprodukten, Kosmetika und Körperpflegemittel zahlreichen Beschränkungen. Dennoch schlägt der BUND (2019 und 2021) eine konsequente Umsetzung des Vorsorgeprinzips zur Vermeidung bisheriger Fehleinschätzungen vor. Außerdem wird eine Weiterentwicklung der Kriterien für besonders besorgniserregende Stoffe (SVHC) hinsichtlich der Verwendung von Substanzen, die persistent, mobil und toxisch sind, sowie eine Weiterentwicklung der Stoffbewertung und des Chemikalienmanagements gefordert.
- **Palmöl (Replace PalmOil-App):** Es sollte eine kritische Untersuchung der Einsatzbereiche von Palmöl erfolgen und der Einsatz auf diejenigen Bereiche begrenzt werden, bei denen es keine vertretbaren Alternativen gibt. Zudem sollten Zertifikatstandards entwickelt und angewandt werden, die den Vorgaben des ISO-Typ I der Norm ISO 14024 entsprechen.
- **Verpackungen (ReplacePlastic-App):** In den letzten Jahren wurden viele Vorschläge vorgelegt, die auf eine Verpackungswende, abzielen. Eine Verpackungswende müsste dabei in ein umfassendes Konzept der Veränderungen des Verpackungswesens entlang der gesamten Wertschöpfungskette münden, um eine Trendwende einzuleiten und somit einen bewussten und angepassten Einsatz von Kunststoffen im Verpackungsbereich sowie die Verhinderung des Eintrags in die Umwelt zu gewährleisten.
- **Reparaturen (Repair-Community):** Zunächst sollten produktgruppenübergreifende Reparaturanforderungen gesetzlich vorgeschrieben und damit einheitliche Wettbewerbsbedingungen geschaffen werden. Daneben sollte auch das Kaufverhalten der Konsument*innen beeinflusst werden, etwa durch einen Reparatur-Index oder eine Senkung der Mehrwertsteuer für Reparaturdienstleistungen.

Die voranstehenden Vorschläge beziehen sich auf die Wirkungsbereiche der Apps und der Repair Community. Damit sollen deren Impulse aufgegriffen und in die Breite des Marktgeschehens getragen und von allen Anbietern aufgegriffen werden. Es zeigt sich: **Zivilgesellschaftliche Impulse können Anstöße für Vorreiter liefern, eine „Absicherung“ im Wettbewerb ist erforderlich, um ein „Level playing field“ zu schaffen – hier ist die Politik gefordert.**

5 Literaturverzeichnis

Baringhorst, Sigrid / Witterhold, Katharina (2017): Zwischen Markt und Zivilgesellschaft: Organisation von Verbraucherinteressen Online/Offline. In Kenning P., Oehler A., Reisch L., Grupel C. (Hrsg.): *Verbraucherwissenschaften: Rahmenbedingungen, Forschungsfelder und Institutionen*. Wiesbaden: Springer Gabler, S. 557–572.

BBE [Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement] (2021): Engagementpolitische Empfehlungen des Bundesnetzwerks Bürgerschaftliches Engagement (BBE) für ein Regierungsprogramm der 20. Legislaturperiode (Langfassung). Berlin. Quelle:

https://www.b-b-e.de/fileadmin/Redaktion/06_Service/02_Publikationen/2021/2021-bbe-reihe-positionen-003.pdf (Zugriff am 20.02.2023).

BMU [Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit] (2020): Deutsches Ressourceneffizienzprogramm III 2020 – 2023 Programm zur nachhaltigen Nutzung und zum Schutz der natürlichen Ressourcen. https://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Download_PDF/Ressourceneffizienz/progress_iii_programm_bf.pdf (Zugriff am 20.02.2023).

BUND [Bund für Umwelt- und Naturschutz Deutschland] (2019): Herausforderungen für eine nachhaltige Stoffpolitik Notwendigkeit einer Transformation im globalen Kontext. Berlin: https://www.bund.net/fileadmin/user_upload_bund/publikationen/bund/position/position_stoffpolitik.pdf (Zugriff am 20.02.2023).

BUND [Bund für Umwelt- und Naturschutz Deutschland] (2021): Nachhaltige Stoffpolitik zum Schutz von Klima und Biodiversität. Quelle: https://www.bund.net/fileadmin/user_upload_bund/publikationen/chemie/chemie_nachhaltige_stoffpolitik_hintergrund.pdf (Zugriff am 20.02.2023).

Rückert-John, Jana / Peuker, Birgit / Egermann, Markus / Betsch, Anna / Renner, Anja / Kohl, Kathrin / Polanía Giese, Jan Christian (2020): Handlungsansätze für die Förderung und Unterstützung innovativer gemeinwohlorientierter Initiativen. Dessau: Umweltbundesamt Quelle: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/5750/publikationen/fkz_3716_16_100_0_broschuere_gemeinwohl-barrierefrei.pdf (Zugriff am 20.02.2023).

United Nations (2015): Transforming our world: the 2030 agenda for sustainable development. <https://sdgs.un.org/sites/default/files/publications/21252030%20Agenda%20for%20Sustainable%20Development%20web.pdf> (Zugriff am 20.02.2023).

Wiesemann, Eva / Rubik, Frieder (2023): Nachhaltig innovativ durch Kundschaftsfeedback. Wie Unternehmen Verbraucher*innen-Apps in der Produktentwicklung einbinden können. Berlin. www.ioew.de/publikation/nachhaltig_innovativ_durch_kundschaftsfeedback (Zugriff am 20.02.2023).

ADRESSE UND KONTAKT

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung GmbH, gemeinnützig

Potsdamer Straße 105

10785 Berlin

Telefon: + 49 – 30 – 884 594-0

Telefax: + 49 – 30 – 882 54 39

E-Mail: mailbox@ioew.de

www.ioew.de