

Zum BMI/BMU-Hintergrundpapier für die Dialoggruppe zur Sitzung des StA Nachhaltige Entwicklung am 26.04.21 zur „Bedeutung des nachhaltigen Konsums und Anforderungen an die Weiterentwicklung des Nationalen Programms für nachhaltigen Konsum“

B.A.U.M. dankt herzlich für die Möglichkeit, zu diesem wichtigen Thema beizutragen. Nachhaltiger Konsum ist ein wichtiger Trendsetter und Treiber für nachhaltiges Wirtschaften. Die Summe der täglichen Konsumententscheidungen für die nachhaltigere Option ist ein Schlüssel zum Erfolg und unterstützt unternehmerische Nachhaltigkeit, wo es Unternehmen darauf ankommt: am Markt selbst. Wenn wir allein im Bereich des privaten Konsums davon ausgehen, dass ein großer Teil der 83 Mio. Einwohner Deutschlands täglich im stationären Handel und Onlinehandel mehrere Einkaufsentscheidungen trifft, sind dies wahrscheinlich mehrere hundert Millionen Kaufentscheidungen pro Tag. Mit jeder Kaufentscheidung werden von Konsumentinnen und Konsumenten direkte Impulse pro oder contra Nachhaltigkeit gegeben. Dieser Hebel ist immens, wenn es gelingt die Nachfrage nach Produkten zu steigern, die deutlich nachhaltiger sind als bisher.

Im Jahr 2020 betragen die privaten Konsumausgaben in Deutschland rd. 1,71 Billionen Euro, das sind durchschnittlich rd. 4,7 Mrd. Euro pro Tag. Davon waren ca. 1,66 Billionen den privaten Haushalten und rund 53,6 Milliarden den privaten Organisationen ohne Erwerbszweck zuzuordnen.¹ Eine Umlenkung von 1% in nachhaltigere Produkte würde Impulse von rd. 17 Mrd. Euro pro Jahr bedeuten.

Das jährliche Volumen der öffentlichen Beschaffung in Deutschland beträgt Schätzungen zufolge zwischen 350 und 500 Milliarden Euro. Wenn es gelänge, nur 1% von 350 Mrd. Euro für innovative Produkte aufzuwenden, ergäbe dies einen Innovationsimpuls von mehr als 3,5 Milliarden Euro pro Jahr.²

Sie fragen im Hintergrundpapier (1) wie wir erreichen können, dass nachhaltige Konsumoptionen Mainstream werden (2) welche prioritären Themenfelder bei der Förderung des nachhaltigen Konsums besonders adressiert werden sollten und (3) wie die Wirksamkeit der Maßnahmen verbessert werden kann.

Die Grundlagen für nachhaltigen Konsum werden nach unserer Auffassung bei allen angesprochenen Themen (Klima-, Ressourcenschutz, Biodiversität, Gewässer und Immissionsschutz) im Design (Konzeption) und in der Produktion gelegt. Im Fokus der Bewertung des Erfolgs oder Misserfolgs von Maßnahmen stehen daher relevante Messgrößen und Wirkungsparameter in der Erzeugung, im Handel und in der Betrachtung des gesamten Lebenszyklus von Gütern und Dienstleistungen. Nehmen wir das Ziel ernst, innerhalb der ökosystemischen Belastungsgrenzen zu wirtschaften, ist es dringend geboten, weg von einer nur wenig nachhaltigeren Wirtschaftsweise (verglichen mit *business as usual*) hin zu einer von

¹ Vgl.: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/155148/umfrage/private-konsumausgaben-in-deutschland-zeitreihe/> (letzter Zugriff: 08.03.2021)

² Vgl.: <https://www.koinno-bmwi.de/informationen/aktuelles/detail/koinno-in-der-fachzeitschrift-thema-umwelt/> (letzter Zugriff: 08.03.2021)

diesen Belastungsgrenzen abgeleiteten Zielstellung zu kommen, die in Beziehung zum aktuellen Status quo zu setzen ist. In dieser Differenz liegt der Faktor Zukunftsfähigkeit von Geschäftsmodellen, Gütern und Dienstleistungen und wie schnell es gelingt, dieses Delta aktueller Wirtschaftsweise und wissenschaftlich fundierter Ziele (*science based targets*) zu schließen. Wir unterstützen ausdrücklich das „zentrale Ziel aus Sicht der Bundesregierung, die Rahmenbedingungen des Wirtschaftens so zu verändern, dass nachhaltiger Konsum zum Standard wird.“³ Dazu ist es einerseits unerlässlich, beim privaten Konsum Unterschiede auf einfache Weise zu erkennen und eine Einordnung ohne großen Aufwand vornehmen zu können. Andererseits muss am Ursprung nachhaltigen Konsums angesetzt werden, nämlich bei der Nachhaltigkeitsgovernance von Unternehmen. In Blick zu nehmen sind dafür Design, Beschaffung, Produktionsweisen, Angebote von Produkten und Dienstleistungen sowie die Übernahme von Verantwortung im gesamten Produktlebenszyklus.

Aufgabe der Politik ist es unseres Erachtens, einen diese Governance ermöglichenden und fördernden, an wesentlichen Stellen auch fordernden, Rahmen zu schaffen.

Mit einem Modell der sozial-ökologischen Marktwirtschaft Grundlagen für nachhaltigen Konsum schaffen

Deutschland kann seiner Rolle im Hinblick auf die Förderung von nachhaltigen Konsum- und Produktionsmustern gerecht werden, indem es ein überzeugendes, kohärentes Modell für eine sozial-ökologische Marktwirtschaft aufbaut und dafür sorgt, dass dies auch auf europäischer Ebene etabliert wird. Kurz gesprochen: Es ist irrelevant, ob die Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie als Governanceinstrument in der Bevölkerung bekannt ist. Es ist auch wenig wichtig, dass die Bundesregierung mit dem Nationalen Programm nachhaltiger Konsum (NPNK) als eines der ersten Länder ein Regierungsprogramm zur Stärkung nachhaltigen Konsums erarbeitet hat. **Relevant ist die Wirksamkeit dieses Regierungsprogramm mit 170 Einzelmaßnahmen**, die bislang für die allgemeine Öffentlichkeit wenig stilprägend und transformativ in die großen Politikfelder hineinwirkt. Die Schwierigkeit bei nachhaltigem Konsum ist aus unserer Beobachtung, dass sich Teile der Wirtschaft aus diesem wichtigen Transformationsfeld ausnehmen - und dass sich auch Teile der Bundesregierung aus diesem wichtigen Transformationsfeld ausnehmen. Prioritär wäre daher, aus der Aktivität an der Seitenlinie (NPNK) Mainstreampolitik zu machen, die in der alltäglichen Politik aller Ressorts zum Tragen kommt. Dazu gehört unerlässlich, **sämtliche bestehenden Subventionen, öffentlichen Förderaktivitäten und Konjunkturprogramme auf ihre Nachhaltigkeitswirkungen zu überprüfen und an den 17 SDGs auszurichten**. Die Förderung des nachhaltigen Konsums in Richtung der Endkundinnen und Nutzer kann auf einer solchen Mainstreampolitik aufbauen.

Dazu ist aus unserer Sicht die **Internalisierung externer Kosten** unerlässlich. Der ökonomische Nachteil nachhaltiger wirtschaftender Unternehmen und Produkte gegenüber nicht nachhaltig wirtschaftenden Unternehmen und Angeboten muss innerhalb der kommenden Dekade des Handelns, also bis zum Jahr 2030, abgebaut werden. Hierzu sind sowohl juristische als auch steuerrechtliche Lösungen zu erarbeiten.

³ Vgl. S. 3 des BMU, BMEL, BMJV Hintergrundpapiers „Bedeutung des nachhaltigen Konsums und Anforderungen an die Weiterentwicklung des Nationalen Programms für nachhaltigen Konsum“ vom 23. Februar 2021

Es braucht daher aus unserer Sicht zunächst und vor allem einen kohärenten Ordnungsrahmen. Dieser ist mit der Weiterentwicklung der sozialen Marktwirtschaft zur sozial-ökologischen Marktwirtschaft zu schaffen. B.A.U.M. e.V. unterbreitet diesen Vorschlag aufbauend auf den “5 Ps” der Sustainable Development Goals (SDG): *people, planet, prosperity, peace* und *partnership*. Unser Vorschlag ist co-regulativer Natur mit einem **eindeutigen Rahmen, der auf aktuellen Berichtspflichten sowie in der Wirtschaft weitgehend akzeptierten Standards aufbaut**, wie zum Beispiel den **OECD Leitsätzen für Multinationale Unternehmen, den UN Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte, den ILO-Kernarbeitsnormen sowie der europaweit geltenden Offenlegungspflicht von Nachhaltigkeitsinformationen**, die in Deutschland wirksam mit dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) umgesetzt wird. Das Meta-Ziel ist, das Profil der deutschen/europäischen Wirtschaft als resiliente, inklusive, nachhaltige und damit zukunftsfähige Marktwirtschaft zu schärfen, das einen neuen Vergleichsrahmen (*level playing field*) schafft und weltweit gutes Leben ermöglicht. Der Transmissionsriemen hierfür sind weltweite Liefernetzwerke und Geschäftspartnerschaften.

Dieser Prozess schlägt einen **Due-Diligence-Ansatz** vor, der sich an den Anforderungen der *OECD Guidance for Due Diligence* orientiert und geeignet sein kann, eine Transformationsdynamik in den Unternehmen zu schaffen (*plan, do, check, act*). Die Schaffung eines europäisch einheitlichen gesetzlichen Rahmens über ein Sorgfaltspflichtengesetz, das Mindestkriterien entlang dieses Ansatzes definiert, ist die Basis des darauf aufbauenden Prozesses. Wir nehmen ein wirksames Emissionshandelssystem, einen marktwirksamen CO₂-Preis und CO₂-Bilanzierung in Lageberichten, wie sie der Sustainable-Finance-Beirat am 25. Februar 2021 in seinem Abschlussbericht⁴ empfohlen hat, als gegeben an und begrüßen diesen hinsichtlich der Wirkung auf potenzielle Preisbildungsmechanismen ausdrücklich.

Mit einem regelbasierten Anreizsystem „Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster“ (SDG 12) erreichen

Unternehmen, die in den Genuss struktureller, staatlicher Anreizmechanismen (Subventionen, Zugang zu Mitteln für Forschung und Entwicklung, Steuervergünstigungen, Übernahme von Exportkreditgarantien, Auslandsdirektinvestitionen etc.) kommen möchten, müssen zukünftig im Sinne der konsequenten Umsetzung der SDGs in staatliches Regierungshandeln transparent und nachprüfbar folgende Anforderungen erfüllen:

1. Eine **Grundsatzerklärung** zur Sicherung grundlegender ökologischer und sozialer Standards sowohl im Unternehmen als auch in den globalen Lieferketten.
2. Definierte, klare **Verantwortung für Nachhaltigkeitsthemen im Management und strukturelle Verankerung** derselben in unternehmerischen Prozessen von Unternehmen.
3. Ein **Risikomanagementsystem** mit Transparenzmaßnahmen **zu zentralen Nachhaltigkeitsherausforderungen** (z. B. Klimawandel, Beiträge zum Gemeinwesen) und Sorgfaltsprüfungsmechanismen entlang der Lieferketten.

⁴ Siehe <https://sustainable-finance-beirat.de/publikationen/> (letzter Zugriff am 05.03.2021)



4. Ableitende Maßnahmen einschließlich der Mitgliedschaft in Branchenverbänden und/oder nachhaltigen Wirtschaftsinitiativen, die sich konstruktiv mit Nachhaltigkeitsthemen befassen und Unternehmen bei der Transformation unterstützen.
5. Umsetzung von **Maßnahmen zur Sicherung ökologischer und sozialer Standards und zur Einhaltung des 1,5°-Klimaszenarios**.
6. **Nachweis der Umsetzung von Maßnahmen** durch Begutachtung und Zertifikate (EMAS, Labels, Zertifizierungen, Nachhaltigkeitsstandards...).
7. **Regelmäßige Berichterstattung** zum Nachhaltigkeitsmanagement mindestens nach dem **Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK)** (angewandt als Mindeststandard i.S.v. *comply or explain* ohne Überprüfung durch Dritte).

Darüber hinaus wäre auf freiwilliger Basis **Differenzierung und Innovation durch Engagement jenseits der Regulierung** möglich durch:

1. Aktive Beiträge mittels systemischer Ansätze und Prozesse zur **Förderung einer nachhaltigen Entwicklung in globalen Liefernetzwerken**.
2. Förderung von nachhaltigem Konsum und nachhaltiger Produktion durch eigene **Aktivitäten, die wesentlich über die gemeinsame Vermarktung von Produkten hinausgehen**.
3. **Umfassende Berichterstattung**, die **von Dritten** gemäß ISAE 3000 und den kommenden Rechnungslegungsstandards zur Offenlegung extra-finanzieller Informationen hinsichtlich ihrer Belastbarkeit und Glaubwürdigkeit **geprüft** wird.

Level 4: Top-Nachhaltigkeits-Performer incentiviert durch niedrigere MwSt./USt-Sätze

Level 3: Glaubwürdigkeit durch Anwendung von Standards, glaubwürdige Label und Zertifizierungen, Impact Assessments, Prüfung durch Dritte

Level 2: Transparenz über Maßnahmen, Reporting nach Mindestanforderungen mit Hilfe eines Standards (z.B. Deutscher Nachhaltigkeitskodex – DNK)

Level 1: Verpflichtung auf OECD-Leitsätze, ILO Kernarbeitsnormen, UN-Leitprinzipien Wirtschaft und Menschenrechte

Je wirksamer die Maßnahmen, je ernsthafter die Managementprozesse auf die Ziele einer nachhaltigen Entwicklung orientiert und mittels regelmäßiger Berichterstattung über Zielerreichungsgrade und Wirkungsmessung nachgehalten werden, umso höher sollten staatliche Belohnungsmechanismen für vorbildliche nachhaltige Wirtschaftspraxis ausfallen. **Mit belegbar positiven Nachhaltigkeitswirkungen zertifizierte und gelabelte Produkte sowie nicht und wenig prozessierte Grundnahrungsmittel könnten mit einem niedrigeren Mehrwertsteuersatz belegt werden, der direkt zu günstigeren Preisen an die Kundinnen und**

Kunden weitergegeben werden kann. Die soziale und ökologische Bilanz würde preiswirksam und damit würden (endlich) nachhaltige Produkte und Dienstleistungen mit niedrigeren Umweltkosten und höherem gesellschaftlichen Nutzen günstiger als jene, die politisch und gesellschaftlich unerwünschte externe Effekte in Kauf nehmen.

Dieses Stufenmodell könnte auf europäischer Ebene als Grundlage für ein europäisches *level playing field* dienen – als ein Ansatz, der auf europäischen Werten, dem europäischen Rechtsrahmen und gelebter Unternehmenspraxis aufsetzt und zur Voraussetzung wird, in Europa wirtschaftlich tätig zu sein – als *licence to import, to export and to invest in Europe*. Um die Impulse von *Green Deal* und *NextGenerationEU* zu nutzen und faire Wettbewerbsbedingungen zu schaffen, die in die Verhandlungen zu anstehenden Handelsverträgen (CETA, TTIP) Eingang finden könnten, ist eine zeitnahe Umsetzung auf europäischer Ebene erforderlich.

Kohärenz mit anderen Instrumenten der Nachhaltigkeitsgovernance herstellen, Förderung individuellen nachhaltigen Konsums budgetär unterlegen

Ob die Maßnahmen zur Stärkung nachhaltigen Konsums wirken, wird sichtbar an den wesentlichen Indikatoren z.B. zur Biodiversität, sinkende durch Fehlernährung bedingte Gesundheitskosten, sinkender Flächenverbrauch und Nitrateintrag im Grundwasser. Das Monitoring des NPNK sollte daher in der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie eingebunden werden, wie *vice versa* die handlungsleitenden Nachhaltigkeitsprinzipien der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie auch im NPNK angewandt werden sollten. Ebenso sollten Bezüge zu anderen Strategien und Politikfeldern mit konkreter Nachhaltigkeitswirkung gestärkt werden, wie z.B. zum Klimaschutzplan 2050, Ressourceneffizienzprogramm ProgRess, zum Bundesverkehrswegeplan etc. Denkbar ist eine Bildungsoffensive für nachhaltigen Konsum und die Aufnahme des Themas in die Lehrpläne der Schulen (wie von der Kultusministerkonferenz am 12.09.2013 beschlossen) sowie gemeinschaftliche Informationskampagnen des öffentlichen und privaten Sektors für Bürgerinnen und Bürger. Im NPNK angelegt sollten im öffentlichen Raum sowie am digitalen und stationären *Point of Sale* Maßnahmen unter Einbezug von Verbraucherschutzorganisationen sowie der Institutionen für Bildung für Nachhaltige Entwicklung und der Universitäten angeregt und mit Budgetlinien unterlegt werden. Hier ist im Sinne von SDG 17 „Partnerschaft für die Ziele“ ein Einbezug insbesondere der Unternehmen in Stufe 3 und 4 des oben dargestellten Stufenmodells vorstellbar.

B.A.U.M. e.V. steht mit seinen Mitgliedern, seinem nationalen und internationalen Netzwerk (INEM) für weitere Dialoge zur Ausgestaltung dieser konzeptionellen Ansätze bereit.

Berlin/Hamburg, 09.04.2021

gez. Gesamtvorstand von B.A.U.M. e.V.

Yvonne Zwick (Vorsitzende), Dieter Brübach (stellvertretender Vorsitzender), Martin Oldeland (stellvertretender Vorsitzender)