

# Circular Society: Gemeinsam tüfteln und teilen

Drei Rs sind zentral für die Circular Economy: reduce, reuse, recycle. Abfall soll verringert, Güter gemeinsam genutzt, wiederverwendet oder aufbereitet werden. Befürworter sehen darin ökologisches wie ökonomisches Potenzial. Aber die zirkuläre Wirtschaft verändert auch unsere Gesellschaft.

Wo lässt man in Deutschland ein kaputtes Smartphone reparieren? In den meisten Fällen gar nicht – man kauft einfach ein neues. Gerade bei Haushalts- und Elektrogeräten werden die Produktzyklen immer kürzer. Die Wegwerfgesellschaft ist längst Realität.

Doch langsam etabliert sich so etwas wie eine Gegenbewegung. Verbraucher greifen wieder zu Schraubenschlüssel und Lötkolben. Sie wollen selbst bestimmen, wann der nächste Neukauf ansteht. Konsum, ja – aber nachhaltig und bewusst soll er sein. Und auf autonomen Entscheidungen fußen.

In einigen Lebensbereichen ist nicht mehr der Besitz eines Produkts entscheidend, sondern die Möglichkeit, eine Dienstleistung zu nutzen. Gerade junge Menschen brauchen seltener ein eigenes Auto, wenn sie stattdessen eines per Knopfdruck mieten können.

Vor allem in den Metropolen sehen viele im gemeinsamen Tüfteln und Teilen einen Weg aus der urbanen Anonymität wie auch eine Chance für mehr soziales Miteinander. Vieles daran ist nicht neu, wird aber neu entdeckt – und von jungen Großstädtern in ihre Lebenswelt übersetzt: Statt Nahrungsmittel wegzuschmeißen, betreiben

sie Foodsharing . Auf „Swap-Partys“ wechselt Kleidung den Besitzer, ohne dass man den Geldbeutel zückt. Und das Motto „Do it yourself“ gibt es heute genauso wie vor fünfzig Jahren, nur dass die Orte des Geschehens nun „Repair Cafés“ und „Maker Labs“ heißen.

In dieser Hinsicht ist der Weg von der Tauschparty zur Bürgerversammlung oft ein kurzer. Parallel zum Trend, Produkte gemeinsam zu nutzen oder zu reparieren, etablieren sich dort neue Formen kollaborativer Entscheidungs- und Willensbildung.

Und auch die Digitalisierung dient als Treiber. Was man aus dem Netz schon als „Collaborative Commons“ kennt, setzt sich in der analogen Welt fort: Die Grenzen zwischen Konsumenten und Produzenten verschwimmen. Vieles von dem, was wir konsumieren, ist user generated: das YouTube-Video oder der Wikipedia-Artikel zum Beispiel – und zunehmend auch das selbstreparierte Smartphone.

Dieser Wandel führt nicht nur zu einem bewussteren Umgang mit Ressourcen, sondern bringt auch Wachstum und Jobs. Mit der Sharing Economy macht sich ein ganzer Industriezweig das Prinzip des Teilens zunutze – und sorgt jedes Jahr für Milliardenumsätze.

Sozialwirtschaftliche Betriebe, die auf die Wiederaufbereitung von Möbeln und Elektrogeräten setzen, profitieren ebenfalls. Ein Beispiel sind die belgischen „De Kringwinkel“. Dank einer einheitlichen Dachmarke und einem modernen Image haben die flämischen Reuse-Läden ihren Jahresumsatz von 20 auf 50 Millionen Euro gesteigert und dabei tausende Stellen geschaffen – vor allem für Menschen, die es auf dem Arbeitsmarkt schwer haben.

Auch in Deutschland gibt es schon vielversprechende Ansätze in Sachen Circular Economy. Gleichwohl besteht noch enormes Entwicklungspotenzial. Damit sich das voll entfalten kann, braucht es neben ökonomischen Fördermaßnahmen auch einen gesellschaftlichen Wandel.

Wichtig dafür ist eine zielgerichtete Kommunikation: Bloße Informationskampagnen verpuffen wirkungslos. Daher sollten sie verknüpft werden mit konkreten Beratungs- und Bildungsangeboten: Kommunen oder Wirtschaftsförderungen können Unternehmen Wege in die zirkuläre Wirtschaft aufzeigen. Schulen sollten ihre Angebote im Rahmen der Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) ausbauen, Recycling und Abfallvermeidung auf den Lehrplan setzen sowie den Austausch mit Forschungseinrichtungen oder Do-it-yourself-Werkstätten intensivieren.

Nicht zuletzt zählt zur Kommunikation auch die Verbrauchersensibilisierung. Denn der Kauf gebrauchter Produkte erfordert ein erhöhtes Vertrauen der Konsumenten. Möglichkeiten, dieses zu gewinnen, sind etwa:





In den belgischen De-Kringwinkel-Kaufhäusern wird Altes neu angeboten.

- eine Garantie auf Ware aus zweiter Hand (beim Kauf von Gebrauchtwagen durchaus üblich)
- ein Gütesiegel für reparierte Produkte, die bestimmte Qualitätsstandards erfüllen, wie es im Projekt WIRD (Wiederverwendungs- und Reparaturzentren in Deutschland) zurzeit entwickelt wird
- ein bereits von mehreren Stellen angeregtes Label ähnlich der Nährwertkennzeichnung auf Lebensmitteln, das Informationen zu den Lifecycle-Kosten eines Produkts enthält

So haben es Verbraucher, die nachhaltige Konsumententscheidungen treffen wollen, leichter. Und auch für Hersteller entsteht ein zusätzlicher Anreiz, Produkte mit höherer Lebensdauer zu produzieren und damit zu werben.

Darüber hinaus müssen sich die relevanten Stakeholder besser vernetzen. Nur mit einem umfassenden Dialogprozess, der den Erfahrungs- und Wissensaustausch institutionalisiert, wird man der Circular Economy als Querschnittsbranche gerecht. Helfen kann eine analoge oder digitale Plattform, die neben Vernetzungsmöglichkeiten auch Informationsangebote, Veranstaltungshinweise, Förder- und Rechtsberatung oder Finanzierungstipps bereithält. Ansätze sind schon da: Neben dem Projekt WIRD arbeiten die Deutsche Akademie der Technikwissenschaften acatech und der Thinktank Systemiq an der „Circular Economy Initiative Deutschland“, die mit Vertretern aus Politik, Wissenschaft, Industrie und Gesellschaft die Transformation hin zur zirkulären Wirtschaft vorantreiben soll. Auf lokaler Ebene fördert beispielsweise die

Münchner „anstiftung“ die Zusammenarbeit offener Werkstattprojekte, organisiert Austausch, Fortbildungen und Zuschüsse.

Eine besondere Rolle kommt dabei den Städten und Regionen zu. Sie können sich öffentlichkeitswirksam zur Circular Economy bekennen und damit eine wichtige Botschaft an die Akteure vor Ort senden. Sie sind prädestiniert, niedrigschwellige Beratungsangebote zu implementieren oder Verbraucher und Unternehmen zusammenzuführen.

Doch auch die Industrie muss ins Boot geholt werden. Dabei sollten die Erfahrungsschätze, die die Vertreter der linearen Wirtschaft zum Beispiel mit optimierten Produktionsabläufen und der effizienten Ressourcennutzung gesammelt haben, mit dem Einfallsreichtum der Circular-Economy-Pioniere verheiratet werden.

Wo das bereits geschieht, entstehen innovative Geschäftsmodelle. Erneut der Blick nach Flandern: In Gent hat der örtliche Kringwinkel ein gemeinsames Upcycling-Projekt mit Ikea gestartet, in dem ehemalige Erwerbslose Schürzen und Kissenbezüge aus Textilüberschüssen fertigen. Auch in Deutschland vermieten Versand- und Elektrohändler jetzt Haushaltsgeräte, anstatt sie nur zu verkaufen. Und alteingesessene Autobauer erweitern ihr Produktportfolio um Sharing-Apps – um damit neue Zielgruppen und Märkte zu erschließen.

Mit gezielter Verbraucherkommunikation und Stakeholdervernetzung können sich diese noch vereinzelt Ansätze auf lange Sicht zu einem gesellschaftsverändernden Projekt entwickeln. Und die Circular Economy nimmt ihren (Kreis-)Lauf ...



← Lukas Haberland, Düsseldorf  
lukas.haberland@prognos.com

Lukas Haberland kennt sich aus mit gesellschaftlichen Veränderungen. Besonders interessiert den Politikwissenschaftler, wie Bürger dabei eingebunden werden. Sein Schwerpunkt: Partizipationsprozesse am Beispiel der Energiewende. Den Text erstellte er unter Mitarbeit von Prognos-Kollegin Hannah Milena Seichter.