

Consumer Day

Verbraucherpolitik im Dienst der Sustainable Developments Goals der Agenda 2030

Die Agenda 2030 der Vereinten Nationen legt anschaulich die Abhängigkeiten zwischen der Bekämpfung des Klimawandels, dem Schutz der Ökosphäre, der Schaffung nachhaltigen Wohlstands, der Überwindung von Armut, der Erhaltung des (sozialen) Friedens und der Kooperation dar. Die Sustainable Development Goals (SDGs) der Agenda 2030 bilden die Richtschnur für die Transformation zur Nachhaltigkeit aller Politikbereiche und damit auch der Verbraucherpolitik.

Angesichts des hohen Anteils des privaten Konsums am BIP in der EU – in 17 Mitgliedstaaten machten die Konsumausgaben der privaten Haushalte 2018 mindestens die Hälfte des BIP (in jeweiligen Marktpreisen) aus¹ – verfügt die europäische Verbraucherpolitik über einen Hebel, Verbrauchermärkte und Konsumstile an den SDGs auszurichten. Zugleich drückt sich in diesem hohen Anteil aber auch das aktuell noch auf Überkonsum ausgerichtete Wirtschaftssystem aus: Es bräuchte 2,8 Mal unseren Planeten Erde, wenn alle Menschen auf der Welt so viel konsumieren würden, wie wir Europäerinnen und Europäer im vergangenen Jahr.² Nur wenn sich Konsum und Produktion grundlegend ändern, werden die natürlichen Ressourcen reichen. Ziel der europäischen Verbraucherpolitik muss sein, dass nachhaltiger Konsum erleichtert wird.

Bei der Transformation zur Nachhaltigkeit kann die Digitalisierung unterstützen. Seit dem Beginn der COVID-19-Pandemie ist eine Beschleunigung der Digitalisierung zu beobachten. Sie hat einerseits zur Organisation des Alltags der Verbraucherinnen und Verbraucher in dieser Krisenzeit beigetragen und lässt das künftige Unterstützungspotential anschaulicher erkennen. Andererseits fordert die Pandemie besonders die Verantwortung der Betreiber von Online-Plattformen heraus – sei es bezüglich der Bekämpfung von unlauteren Geschäftspraktiken oder von Desinformation. Die digitale Transformation sollte als Chance begriffen werden, sie anhand europäischer Werte zu gestalten.

Die Transformation zu einem nachhaltigen Konsum zusammen mit der parallelen digitalen Transformation müssen sozialverträglich gestaltet werden. Angesichts von Rezession in vielen Ländern und Einkommenseinbußen vieler Menschen, die sich COVID-19-bedingt verschärfen, ist auch die Verbraucherpolitik dem Versprechen der Agenda 2030 „Leave no one behind“ verpflichtet.

Die neue Verbraucheragenda der EU-Kommission wird diese Herausforderungen aufgreifen und einen mehrjährigen Rahmen für die Gestaltung der Verbraucherpolitik in Europa vorgeben. Der Consumer Day 2020 möchte die in der neuen Verbraucheragenda vorgesehenen Maßnahmen beleuchten und sie im Kontext folgender vier SDGs diskutieren:

¹Vgl. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=National_accounts_and_GDP/de#Konsum_der_privaten_Haushalte

²Vgl. EU Overshoot Day, Living Beyond Natures' Limits, 10 May 2019, WWF and the Global Footprint Network

- **SDG 10:** Ungleichheit in und zwischen Ländern verringern
- **SDG 12:** Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen
- **SDG 13:** Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen
- **SDG 16:** Friedliche und inklusive Gesellschaften für eine nachhaltige Entwicklung fördern, allen Menschen Zugang zur Justiz ermöglichen und leistungsfähige, rechenschaftspflichtige und inklusive Institutionen auf allen Ebenen aufbauen

In fünf Workshops sollen durch die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Consumer Day Handlungsempfehlungen zur Umsetzung der Agenda für die Politik erarbeitet werden. Folgende Fragen stehen dabei zur Diskussion:

1) Nachhaltige und faire Plattformökonomie – „Free markets, Free shipping, Free returns oder: Free of CO2? Wie die in Zeiten der COVID-19-Pandemie noch stärker nachgefragten Plattformdienste vom Teil des Problems zum Teil der Lösung werden können“ (SDGs 10, 12)

- Welche neuen Vorschriften bzw. rechtlichen Entwicklungen brauchen wir für die notwendige Transformation zu einer nachhaltigen und fairen Plattformökonomie?
- Wie können Plattformen mehr (gesellschaftliche) Verantwortung übernehmen, welche Rolle haben die Nutzerinnen und Nutzer?

2) Transformation zu einem nachhaltigen Lebensstil – „Und keiner bleibt zurück – wie kann die Transformation der Gesellschaft in der Post-COVID-19-Ära allen zugutekommen?“ (SDGs 10, 13)

- Welche Hindernisse und Treiber behindern bzw. befördern die Transformation zu einem nachhaltigen Lebensstil?
- Was muss geregelt werden, dass sich bis zum Jahr 2030 ein nachhaltiger Lebensstil durchsetzt?

3) Transformative Potenziale der Verbraucherforschung – „Science matters?! – Wie moderne Verbraucherforschung zu mehr Nachhaltigkeit in Gesellschaft und Wirtschaft beitragen kann“ (SDGs 10, 12, 13, 16)

- Wie lässt sich der Diskrepanz zwischen Wissen und Handeln (Mind-Behaviour-Gap) im Kontext der Nachhaltigkeit begegnen?
- Welche politischen und wirtschaftlichen Anreize haben aus Sicht verschiedener Forschungsdisziplinen das größte Potenzial für eine „green transition“ (ggf. vergleichende europäische Perspektive)? Wie lassen sich wissenschaftliche Erkenntnisse ggf. in das Verbraucherrecht übertragen?

4) Nachhaltige Finanzen – „Sustainable Finance in der Verbraucherpolitik – Verbraucherinnen und Verbraucher als treibende Kraft für einen nachhaltigen Finanzmarkt“ (SDGs 10, 12, 13)

- Wie können Verbraucherinnen und Verbraucher überzeugt und aktiviert werden, nachhaltige Finanzprodukte nachzufragen (Green Empowerment)?
- Sind der europäische Regulierungsrahmen und die eingeleiteten Reformmaßnahmen geeignet, den bestehenden Finanzmarkt in einen nachhaltigen zu transformieren?

5) Digitale Verbraucherschutztools – „Neue Wege durch Künstliche Intelligenz und Legal Tech“ (SDGs 10, 16)

- Wie können digitale Verbraucherschutztools genutzt werden, um Verbraucherinnen und Verbrauchern bei der Information und Beratung über sowie der Durchsetzung ihrer Rechte wirksam zu unterstützen?
- Welche Risiken sind mit dem Einsatz digitaler Verbraucherschutztools verbunden und wie kann ihnen wirksam begegnet werden?