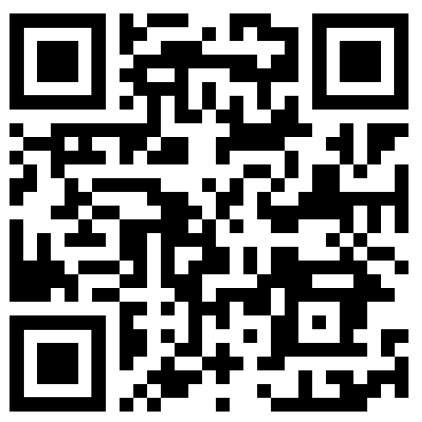




Der Projektendbericht ist verfügbar unter
<https://phaidra.fhstp.ac.at/o:5481>

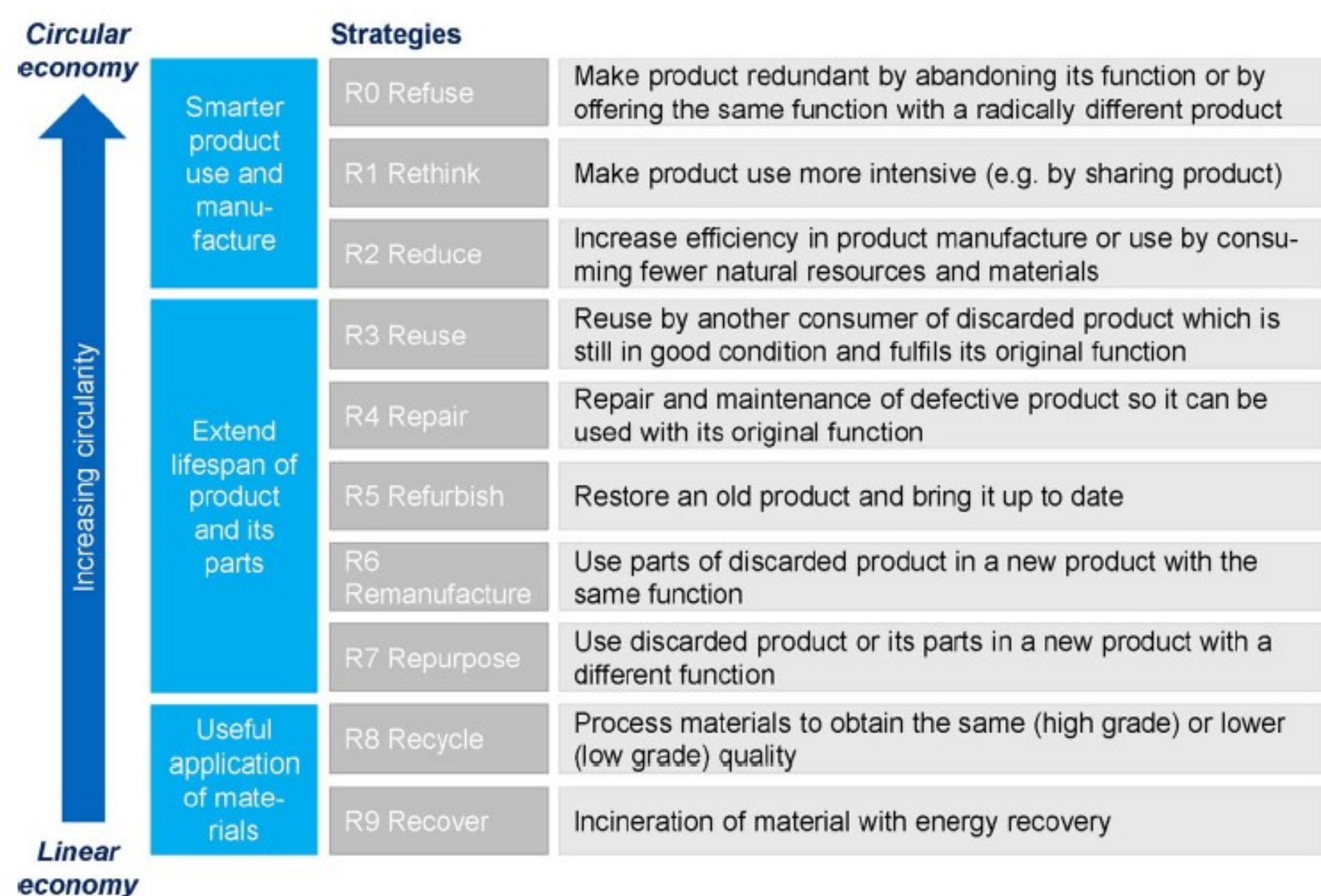
CE4ALL

Ansätze zur Stärkung kreislaufwirtschaftsfördernden Konsumverhaltens

Alexandra Anderluh, Michaela Moser, Zahra Mesbahi, Tassilo Pellegrini, Lukas Richter, Barbara Stefan, Roland Hackl, Clemens Raffler, Claudia Sempoch

Ausgangslage

Die Transformation unseres bisher meist linearen Wirtschaftssystems, das gekennzeichnet ist durch die Schlagworte "Make-Use-Waste", hin zu einem zirkulären System mit Fokus auf "Reduce-Reuse-Recycle" - also eine Kreislaufwirtschaft - gilt als wirkungsvolles Konzept gegen Ressourcenverschwendung, Umweltverschmutzung und Klimawandel. Im Zentrum von kreislaufwirtschaftlichen Überlegungen stehen bisher meist technologische Lösungsansätze und somit vorrangig die Unternehmen, was sich auch in den bisher verwendeten sogenannten R-Strategien widerspiegelt. Konsumverhalten und insbesondere Inklusionsaspekte im Zusammenhang mit der Kreislaufwirtschaft wurden nur wenig in den Fokus genommen. Ohne entsprechendes Verhalten der Konsumentinnen und Konsumenten ist das Konzept der Kreislaufwirtschaft aber nicht wirksam umsetzbar.



R-Strategien aus Kirchherr et al., Conceptualizing the circular economy: Analysis of 114 definitions, 2017

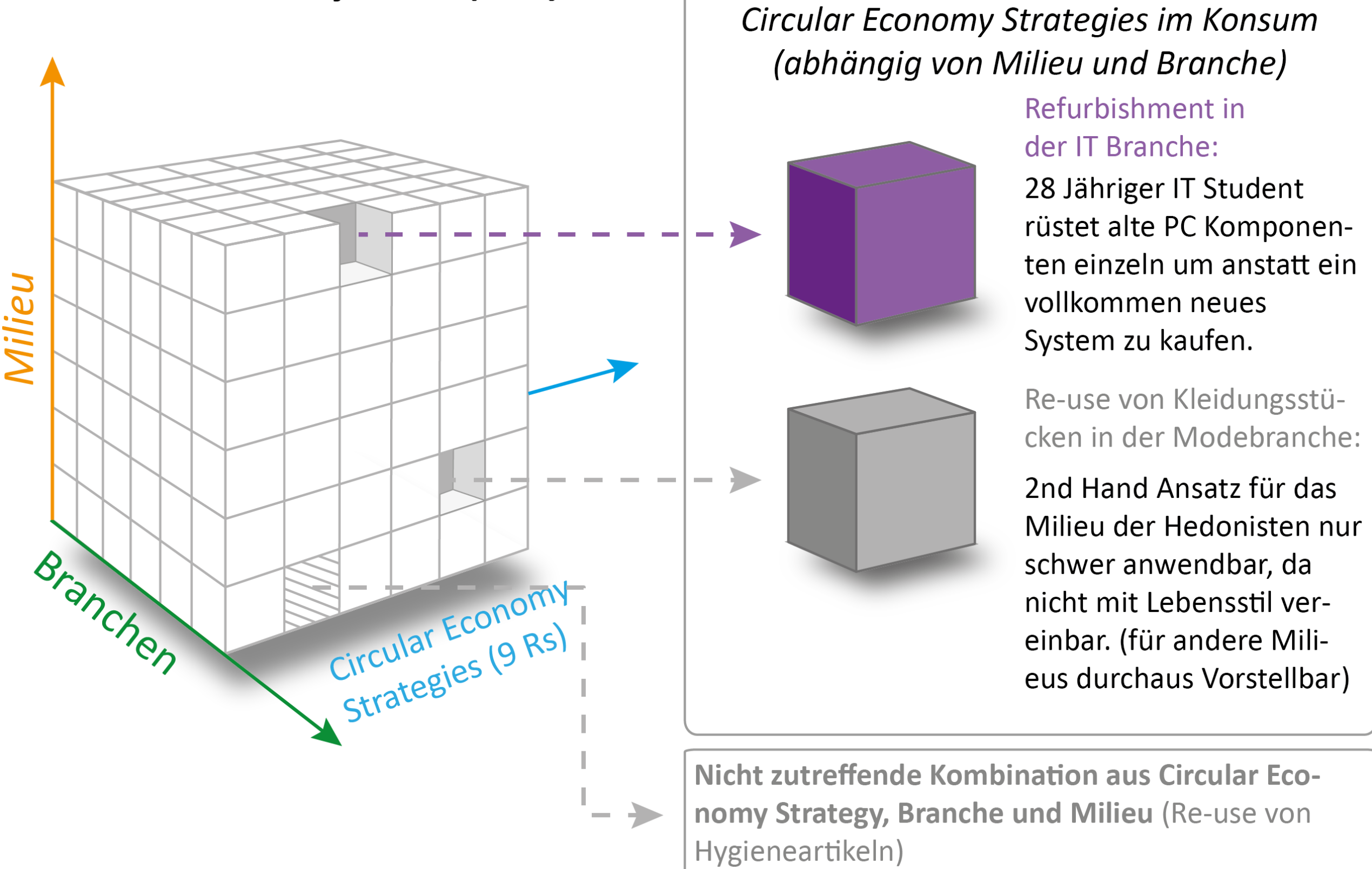
Problemstellung

Um das Konsumverhalten gezielt und inklusiv in Richtung Zirkularität zu verändern, bedarf es geeigneter zielgruppenspezifischer Maßnahmen. Als Basis dient das derzeit vorherrschende milieuspezifische Konsumverhalten unter Berücksichtigung von Inklusionsaspekten, um daraus sowohl Incentives und Enabler zur Stärkung der Kreislaufwirtschaft herauszuarbeiten als auch Inhibitoren aufzudecken.

Zielsetzung

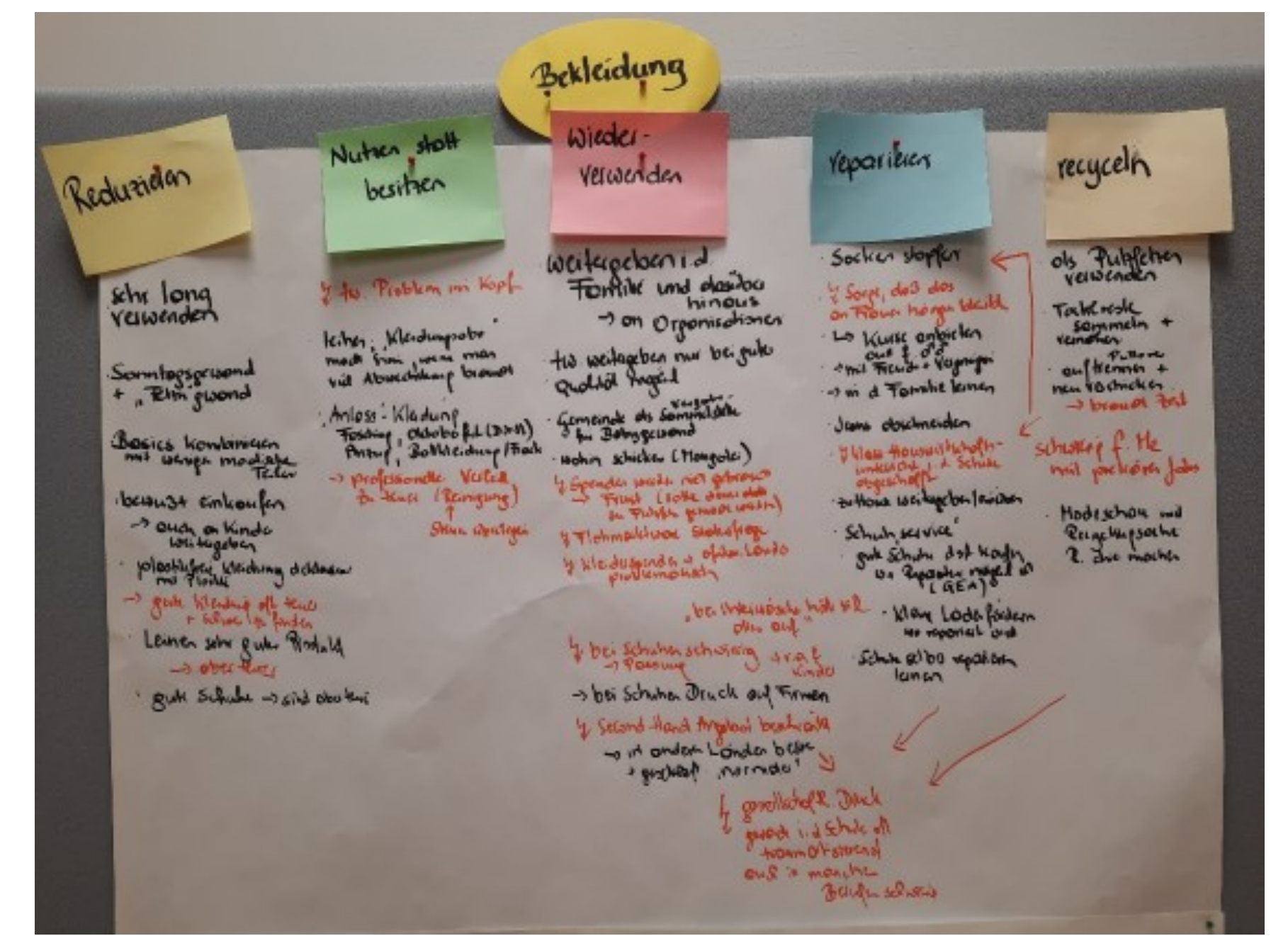
Der Circular Economy Cube, der die konsumrelevanten R-Strategien der Kreislaufwirtschaft mit den kreislaufwirtschaftsrelevanten Produktgruppen sowie den Milieus in einem mehrdimensionalen Mapping integriert, wurde im Rahmen des Projekts CE4ALL als neues Framework entwickelt. Dieser Circular Economy Cube stellt für jeden Teil-Cube, d. h. für eine R-Strategie, eine Produktgruppe und ein Milieu, die Affinität - den Circularity Score - zur Kreislaufwirtschaft dar. Für die Teil-Cubes sollen mögliche Maßnahmen zur Veränderung des Konsumverhaltens und Stärkung der Kreislaufwirtschaftsaffinität erarbeitet werden.

Circular Economy Cube (CEC)



Methodisches Vorgehen

Aufbauend auf Erkenntnisse aus der Literatur insbesondere zu Inklusionsaspekten in der Kreislaufwirtschaft wurden drei aufeinanderfolgende Fokusgruppen zur derzeitigen Berücksichtigung von fünf konsumrelevanten R-Strategien (Reduzieren, Nutzen-statt-Besitzen, Wiederverwenden, Reparieren und Recyceln) in Hinblick auf fünf konsumrelevante Produktgruppen (Bekleidung, Haushalts- und E-Geräte, Möbel, Spielwaren und Lebensmittel) abgehalten. Dabei wurde auf eine Vielfalt bei den Teilnehmenden hinsichtlich Wohnort, Familienstand, Herkunft, Haushaltstyp, Einkommensquelle und Wohnverhältnisse geachtet. Neben einer Bestandsaufnahme des bisherigen Verhaltens wurden auch Ideen zur Stärkung der Kreislaufwirtschaft diskutiert. Die so gewonnenen Erkenntnisse wurden im Anschluss mit Expertinnen und Experten in einem Panel reflektiert und in weiterer Folge eine für Österreich repräsentative Umfrage durchgeführt, in der auch verschiedene Anreizsetzungen auf ihre Akzeptanz und Wirksamkeit hin bewertet wurden. Die Wirkung von verhaltensverändernden Triggern wurde mithilfe von statistischen Modellen quantifiziert und validiert.



Ergebnisse

Wesentliche Faktoren zur Stärkung der Kreislaufwirtschaft sind sowohl die bekannten Möglichkeiten (Opportunities) als auch die vorhandenen Fähigkeiten (Capabilities) zur Anwendung von Kreislaufwirtschaftsstrategien aus Sicht der Konsumentinnen und Konsumenten. Die Zugehörigkeit einer Person zu einer bestimmten Milieu der Gesellschaft hat sich im Rahmen der Studie als wenig trennscharf herausgestellt, wohingegen das von den Befragten angegebene Einkommen mit dem zur Verfügung stehenden Einkommen durchaus einen Einfluss auf die Affinität zur Kreislaufwirtschaft hat.

		Auskommen mit dem Einkommen					
		Mit großen Schwierigkeiten	Mit Schwierigkeiten	Mit einigen Schwierigkeiten	Eher leicht	Leicht	Sehr leicht
Reduzieren	Kleidung	Zust. 5,69	5,36	5,29	5,43	5,18	5,34
		Ums. 6,00	5,32	5,36	5,44	5,34	5,47
	Geräte	Zust. 5,34	4,87	4,84	4,49	4,63	4,40
		Ums. 5,82	5,09	5,05	5,05	4,95	4,83
	Möbel	Zust. 5,43	4,92	5,02	4,87	4,79	4,72
		Ums. 5,74	5,28	5,11	5,07	4,99	4,95
Nutzen statt Besitzen	Spielzeug	Zust. 6,10	5,72	5,80	5,66	5,85	6,12
		Ums. 5,59	5,40	5,53	5,48	5,58	5,35
	Kleidung	Zust. 2,33	3,08	2,69	2,50	2,42	2,04
		Ums. 4,25	4,06	3,81	3,94	4,02	3,36
	Geräte	Zust. 2,55	3,14	2,93	2,67	2,45	2,04
		Ums. 4,12	4,09	3,90	3,89	4,04	3,56
Wiederverwenden	Möbel	Zust. 2,20	2,57	2,07	1,92	2,14	1,42
		Ums. 3,91	4,11	3,75	3,69	3,92	3,36
	Spielzeug	Zust. 3,03	3,41	2,93	2,95	3,13	2,88
		Ums. 4,45	4,16	3,79	3,76	4,00	3,40
	Kleidung	Zust. 3,84	4,14	4,10	3,63	3,61	3,42
		Ums. 4,83	4,60	4,47	4,22	4,48	4,26
Reparieren	Geräte	Zust. 4,31	4,22	4,18	3,54	3,73	3,30
		Ums. 4,82	4,49	4,37	4,12	4,46	4,02
	Möbel	Zust. 4,40	4,74	4,53	3,71	4,11	3,72
		Ums. 5,17	4,72	4,40	4,26	4,48	4,22
	Spielzeug	Zust. 4,73	4,57	4,68	4,52	4,49	4,51
		Ums. 5,04	4,65	4,40	4,29	4,50	4,26
Recyceln	Kleidung	Zust. 4,30	4,35	4,24	4,31	4,45	4,43
		Ums. 4,96	4,95	4,67	4,84	4,74	4,83
	Geräte	Zust. 5,39	5,45	5,49	5,59	5,78	5,56
		Ums. 5,45	5,28	5,12	5,26	5,18	5,12
	Möbel	Zust. 5,01	5,01	4,88	5,06	5,05	4,84
		Ums. 5,24	4,89	4,79	4,81	4,82	4,83
	Spielzeug	Zust. 4,86	4,55	4,38	4,40	4,41	4,48
		Ums. 5,11	4,75	4,44	4,32	4,28	4,34

Die formulierten Anreize (Nudges) zeigten in der Studie zum Teil gute Ergebnisse, um Verhalten zur Stärkung der Kreislaufwirtschaft zu fördern, wie beispielsweise der Reparaturbonus, der ja auch schon in der Praxis mit gutem Erfolg angewendet wird, oder Defaulting, also zum Beispiel die Vorauswahl der Leihoption anstelle des Neukaufs im Rahmen einer Online-Bestellung. Andererseits hat sich aber auch die Bedeutung von Peer Groups gezeigt, die mit entsprechendem Beispiel vorangehen und auch Wissen vermitteln sowie Bewusstsein schaffen. Wesentlich dabei ist, dass sich gerade einkommensschwache Personengruppen durch gesetzte Maßnahmen nicht stigmatisiert fühlen.

Auf Basis der im Projekt CE4ALL gewonnenen Erkenntnisse lassen sich so erste Maßnahmen ableiten, um kreislaufwirtschaftsunterstützendes Verhalten bei Konsumentinnen und Konsumenten zielgruppenspezifisch zu stärken. Weitere Forschung sollte sich darüber hinaus weiteren Produktgruppen widmen ebenso wie der Aus- und Wechselwirkung von verknüpften Maßnahmen.