

KOMPLEX UND UNVERSTÄNDLICH: KONZEPTE DER BIOÖKONOMIE IN DER GESELLSCHAFT

RUB

- 6. BIOZ BÜNDNISTREFFEN – VERNETZEN, PITCHEN & WORKSHOPS-

RUHR-UNIVERSITÄT BOCHUM

| Dr. Jan-Hendrik Kamlage |

07/06/2023



FAKULTÄT FÜR WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFT
RUHR UNIVERSITÄT BOCHUM

Struktur

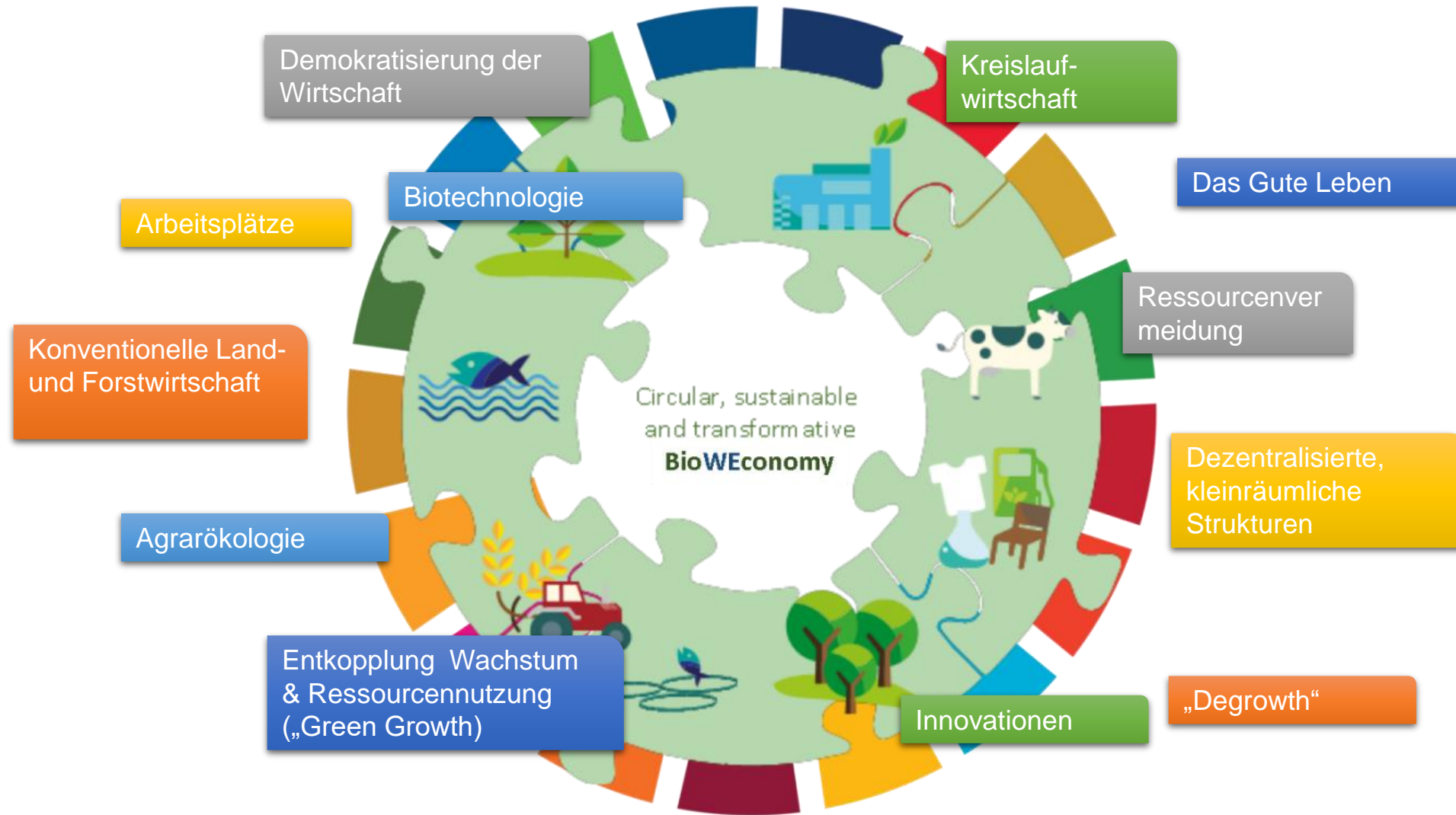
- Was ist Bioökonomie überhaupt?
- Wie wird die Bioökonomie vermittelt?
- Wie kann man sie in der Gesellschaft verankern?

Was ist die Bioökonomie?

Definition der Bundesregierung:

- „Die Bioökonomie die Erzeugung, Erschließung und Nutzung biologischer Ressourcen, Prozesse und Systeme, um Produkte, Verfahren und Dienstleistungen in allen wirtschaftlichen Sektoren im Rahmen eines zukunftsfähigen Wirtschaftssystems bereitzustellen. Bioökonomische Innovationen vereinen biologisches Wissen mit technologischen Lösungen und nutzen die natürlichen Eigenschaften biogener Rohstoffe hinsichtlich ihrer Kreislauffähigkeit, Erneuerbarkeit und Anpassungsfähigkeit“ (Quelle: Nationale Bioökonomiestrategie 2020)

Bioökonomie – Multidimensionaler Ansatz



Handlungsbereiche der nachhaltigen Bioökonomie

Biologisches Wissen und Technologien als Pfeiler eines zukunftsfähigen, nachhaltigen und klimaneutralen Wirtschaftssystems.



Rohstoffbasis der Wirtschaft soll durch biogene Ressourcen nachhaltig und kreislaufforientiert ausgerichtet werden.

Quelle BMBF

- Nachhaltige Bioökonomie: Weg von einer fossilen hin zu einer auf nachwachsend-basierenden Wirtschaft.
- Marktreife bio-basierte und nachhaltige Produkte



© BioCanDo; Verbraucherzentrale und Rügenwalder Mühle

Der Blick auf Verbraucher:innen: Was ist „bio-basiert“!?

Wahrnehmung

- Fehlende Erfahrung mit „bio-based“ Produkten
- Begriff „bio-based“ unklar assoziiert
- Technische Aspekte vernachlässigt
- Wissenslücken gegenüber Lebenszyklusanalyse-Ergebnisse
- Nicht einheitliche Nachhaltigkeitsstandards
- Greenwashing

Assoziationen und Konnotationen

- Umweltimpact entscheidend
- hohen Erwartungen an „bio-based“ zu Umweltlösungen
- Missverständnisse und Begriffsunklarheiten

Anforderungen der Verbraucher*innen

- Megatrend Nachhaltigkeit
- Wunsch nach Informationshäppchen
- Diverse Konsumentensegmente
- Präferierte Eigenschaften: Qualität, Preis, Nutzung, Nachhaltigkeit

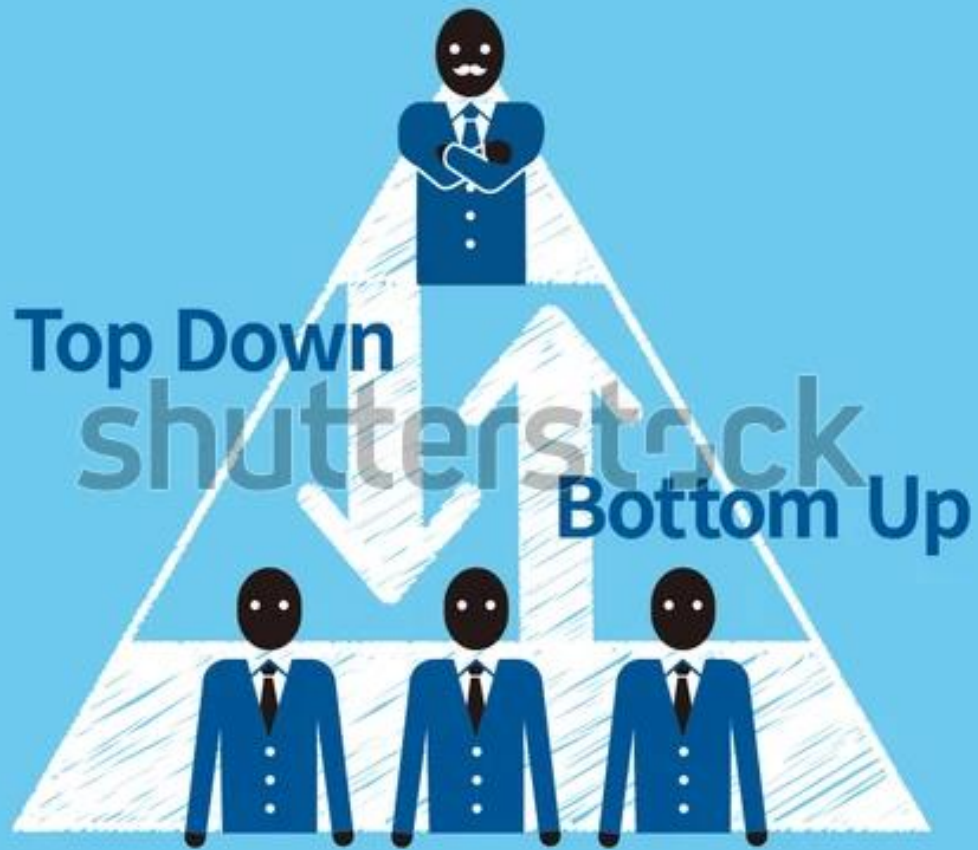
Konsumententscheidung, Kauf- und Zahlungsbereitschaft

- Nachhaltigkeits-einstellung: Starken Einfluss auf Konsumentenentscheidung
- Zahlungsbereitschaft steigt mit Alter
- leichte Erhöhung der Zahlungsbereitschaft bei „bio-based“
- Kaufbereitschaft steigt mit Produkterfahrung
- Sorge um Greenwashing
- Attitude-Behavior-Gap

Konzepte der Bioökonomie

- Bioökonomie als schillerndes und normativ attraktives aber konturenarmes, multidimensionales Konzept
- Durch Politik und Wissenschaft/Wirtschaft getriebenes Konzept, viele Menschen verstehen nicht, was das sein soll.
- Verbraucher:innen verwirren Begriffe wie biobasiert und bioökonomisch
- Abstrakte Begriffe und Konzepte der Bioökonomie bedürfen der lebensnahe Vermittlung, Abgrenzung und auch Konkretisierung.
- Innovationen, Technik und Veränderungen im Feld der Bioökonomie setzen dem Wandel effektive Akzeptanzgrenzen.
-

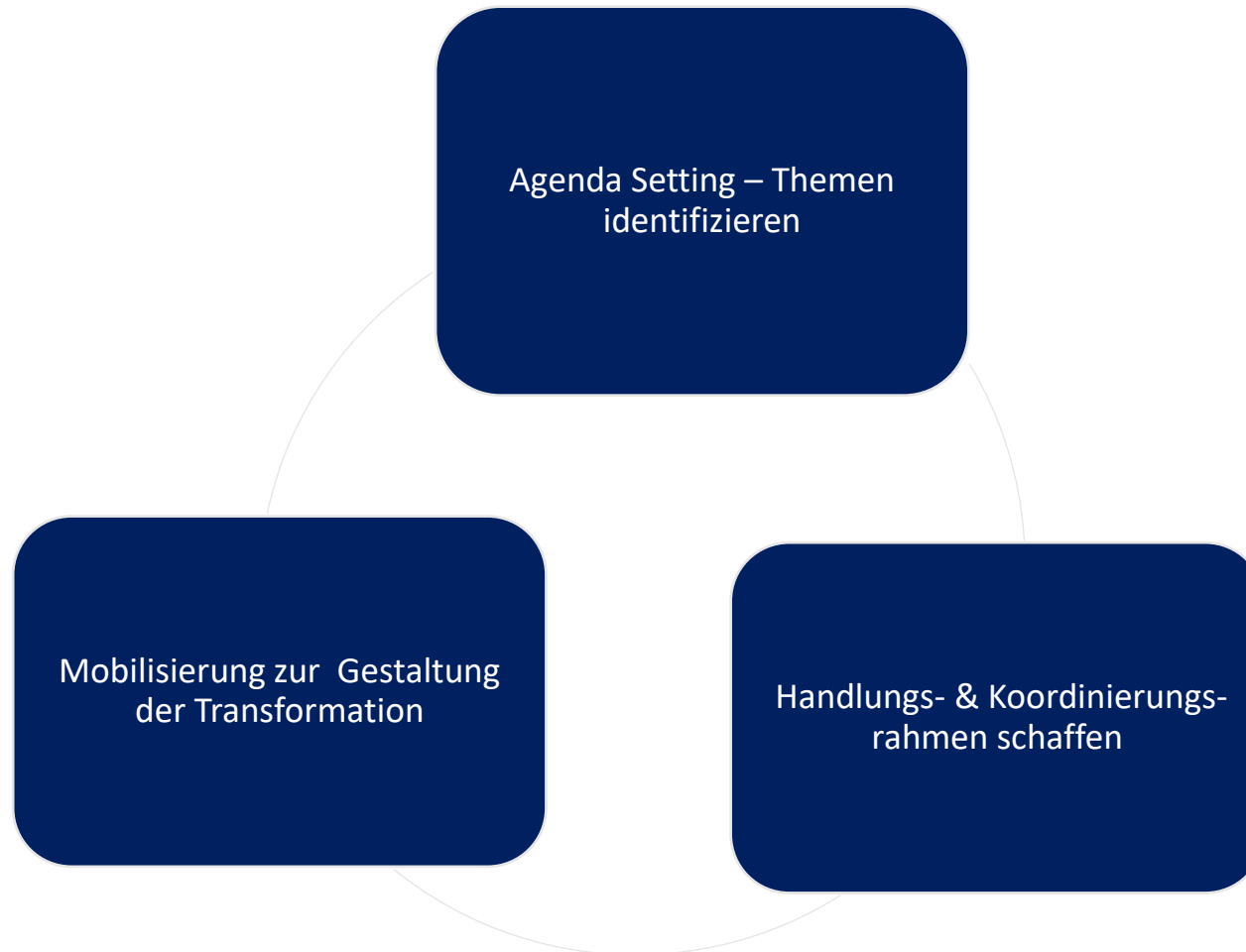
Wie wird Ökonomie vermittelt?



www.shutterstock.com · 1291910137

- Top down Ansatz
- Lineare Kommunikation
- Regionale Ansätze bisher die Ausnahme
- Formate der Ermöglichung und Entwicklung fehlen

Drei zentrale Wirkmechanismen



Citizen Science and Sustainability Transitions. Available from:
https://www.researchgate.net/publication/338660814_Citizen_Science_and_Sustainability_Trans

Formen der dialogorientierten Beteiligung

Anzahl der Teilnehmenden



- These 1: Die Bioökonomie als Begriff und Konzept eignet sich nicht als in der Gesellschaft verankerte und getragene Vision!

- These 2:Die Bioökonomie bedarf der responsiven Gestaltung. Weniger top down geführte lineare Kommunikation und mehr transdisziplinäre und dialogische Zusammenarbeit sind von Nöten, um Erwartungen zu klären, Zukünfte zu denken und Gestaltungsräume zu entwickeln

These 3: Partizipativ entwickelte, regionale Profile und Modellregionen sind die Zukunft wie in Mitteldeutschland oder im Rheinischen Revier

Danke für Ihre Aufmerksamkeit



- Jan-Hendrik Kamlage
- Forschungsgruppe Partizipation und Transformation an der Ruhr-Universität Bochum (RUB)