ökozentrum

forschen | entwickeln | bilden

Workshop Mobilität & Konsum

Sun21-Energiegespräche im Wenkenhof

Martina Patscheider

Überblick

- Begrüssung und Vorstellungsrunde
- Was hat nachhaltiger Konsum mit Mobilität zu tun?
- Trends und innovative Projekte
- Diskussion: Chancen, Herausforderungen & Lösungsansätze
- Zusammenfassung

ökozentrum

forschen | entwickeln | bilden

forschen | entwickeln | bilden

Forschung & Entwicklung

Elektro-Roadster „Smile“, Second Life für Postroller Batterien

Bildung für nachhaltige Entwicklung

Energie-Erlebnistage, konsumGLOBAL
Coming soon: Unterwegs ins Glück

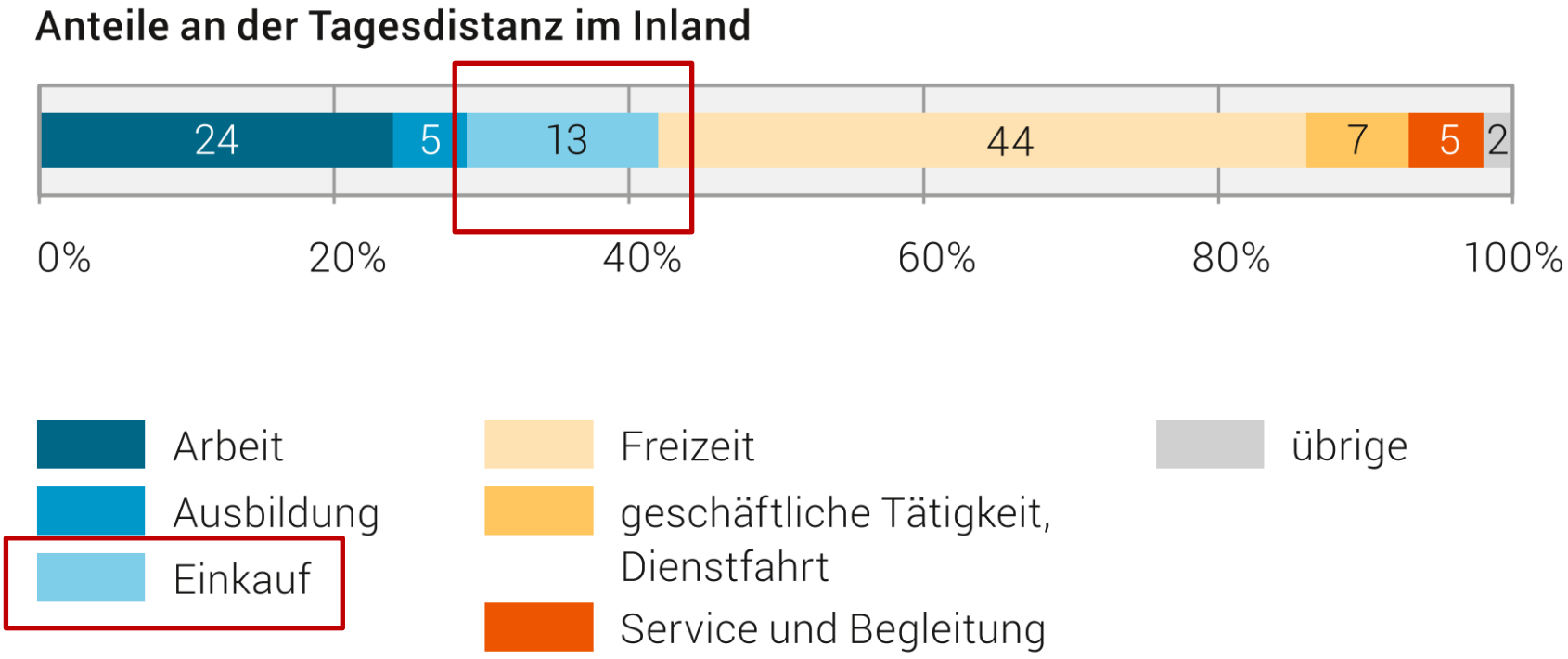
Herzlich willkommen!

Begrüssung & Vorstellungsrunde

Einstieg

Was hat nachhaltiger Konsum mit Mobilität zu tun?

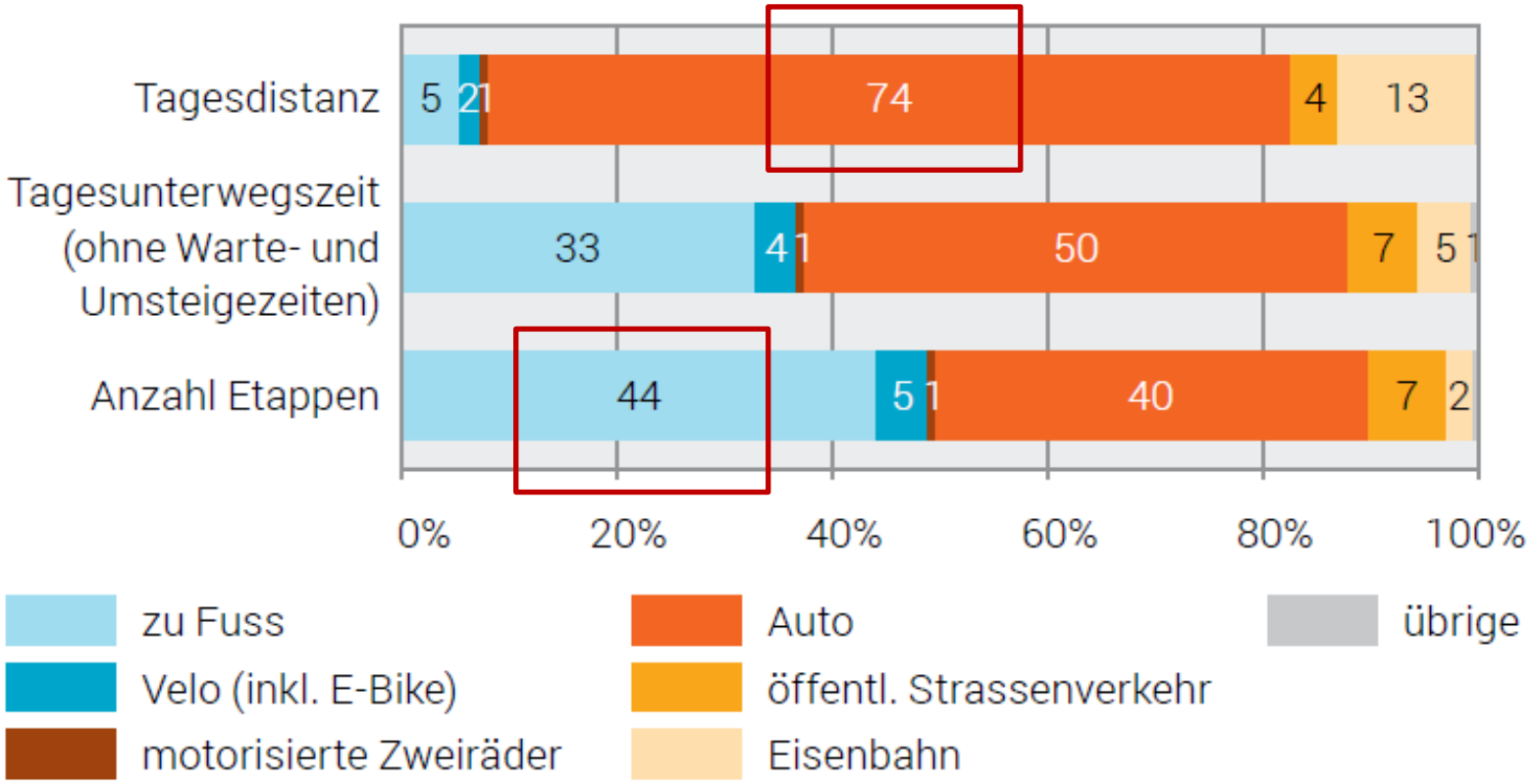
Einkauf als Verkehrszweck



Quelle: BFS, ARE – Mikrozensus Mobilität und Verkehr (MZMV)

© BFS 2017

Verkehrsmittelwahl auf Einkaufswegen

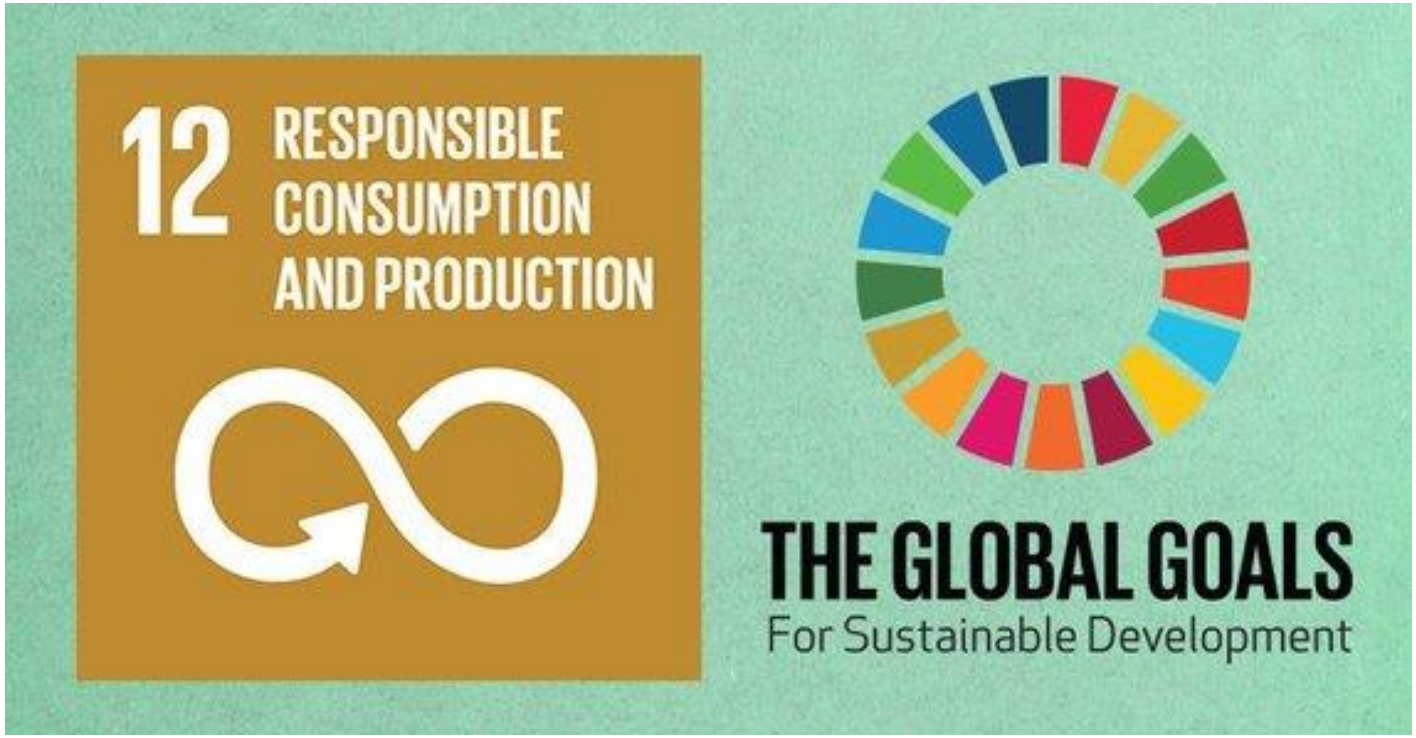


Basis: 55 187 Einkaufsetappen im Inland

Quelle: BFS, ARE – Mikrozensus Mobilität und Verkehr (MZMV)

© BFS 2017

Was ist nachhaltiger Konsum?



… “aims at ‘doing more and better with less,’ increasing net welfare gains from economic activities by reducing resource use, degradation and pollution along the whole **lifecycle**, while increasing **quality of life**.” (SDG)

Was ist nachhaltiger Konsum?

Grafik: www.pre-sustainability.com

Umweltauswirkungen
(Emissionen, Ressourcenverbrauch)

Soziale Auswirkungen

Ansätze
Bewusst einkaufen
Qualität statt Quantität
Reparieren
Teilen
…

Fokus des Workshops: Konsum & Mobilität

> Zu Verteilzentren
> Zu Läden
> Zu Konsumenten

Grafik: www.pre-sustainability.com

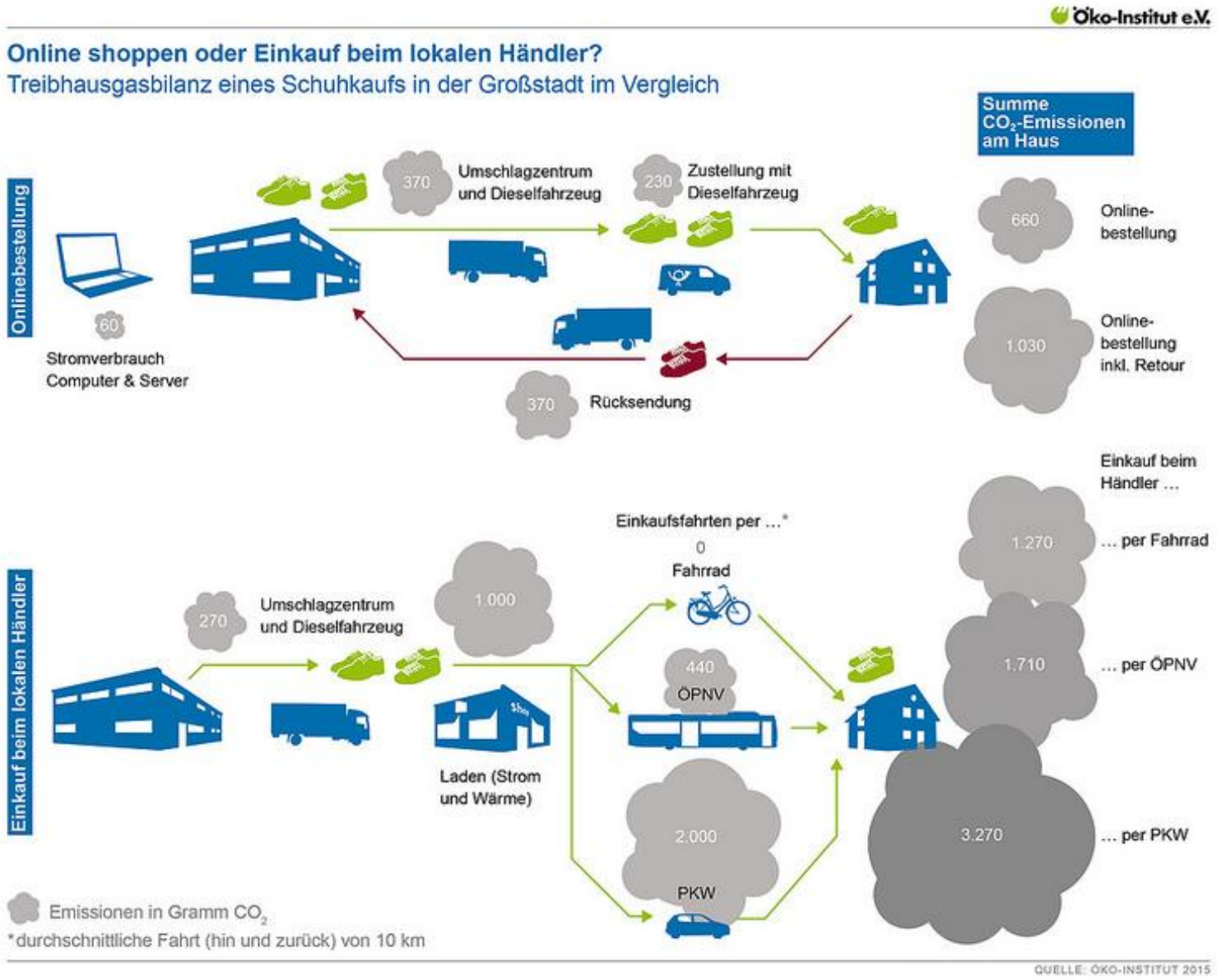
Fokus des Workshops: Konsum & Mobilität

„Gibt es Alternativszenarien zum Infrastruktur-Ausbau?“

> Zu Verteilzentren
> Zu Läden
> Zu Konsumenten

Grafik: www.pre-sustainability.com

Wie nachhaltig ist Onlinehandel?



Wie nachhaltig ist Onlinehandel? Hat Potential, aber viele offenen Fragen…

Ökobilanz

- Womit wird Onlinehandel verglichen?
- Wie ist Versandlogistik organisiert?
- Wie schnell ist die Lieferung?
- Ersetzt der Onlinehandel wirklich Fahrten?
- Wie viel wird zurückgeschickt? In welchem Zustand?
- Konsumieren wir mehr durch Onlinehandel?

Soziale Aspekte

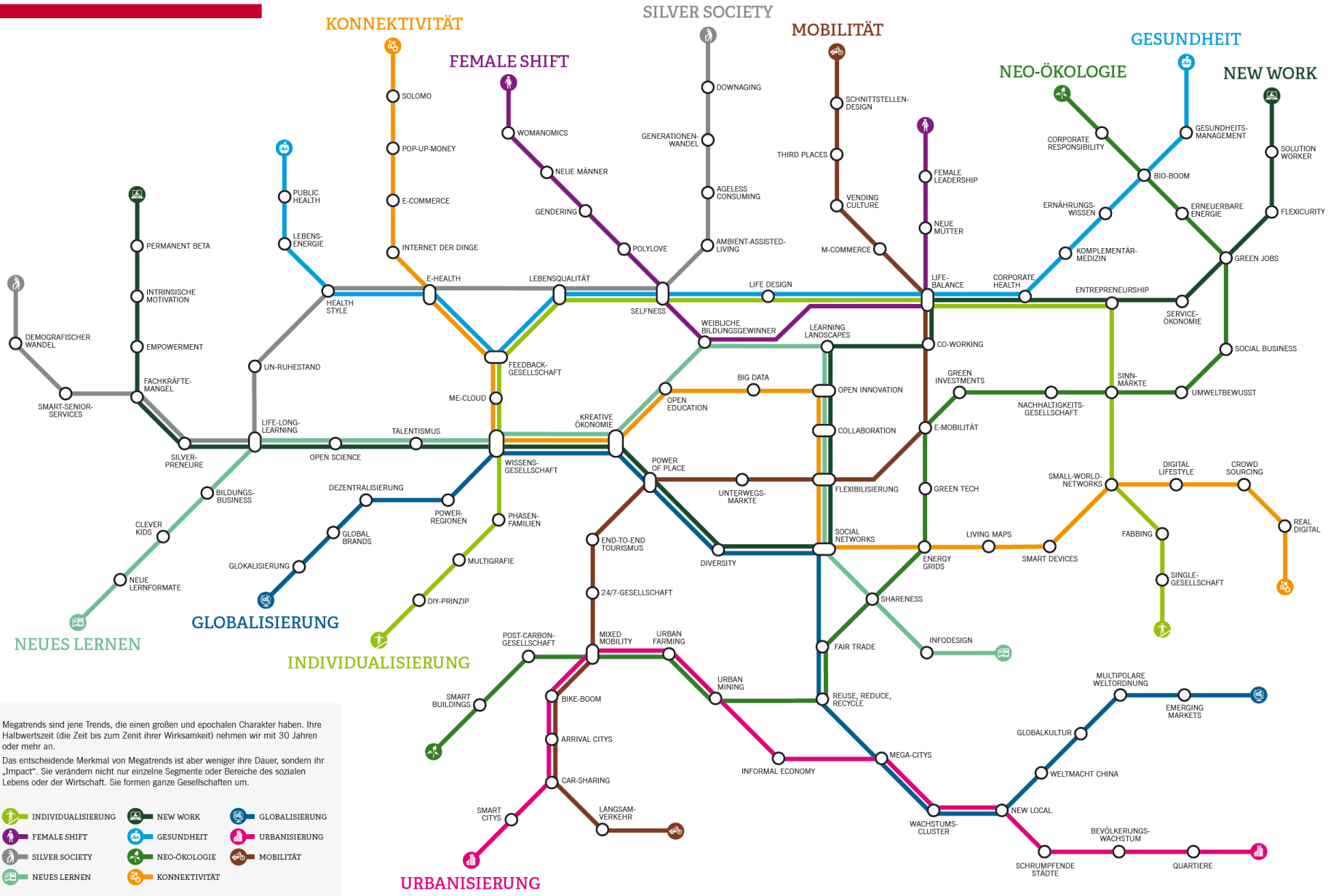
- Arbeitsbedingungen bei Versandhändlern?
- Soziale Kontakte beim Einkaufen

Mobilität & Konsum

Trends und innovative Projekte

MEGATREND-MAP 2.0

:zukunfts|institut



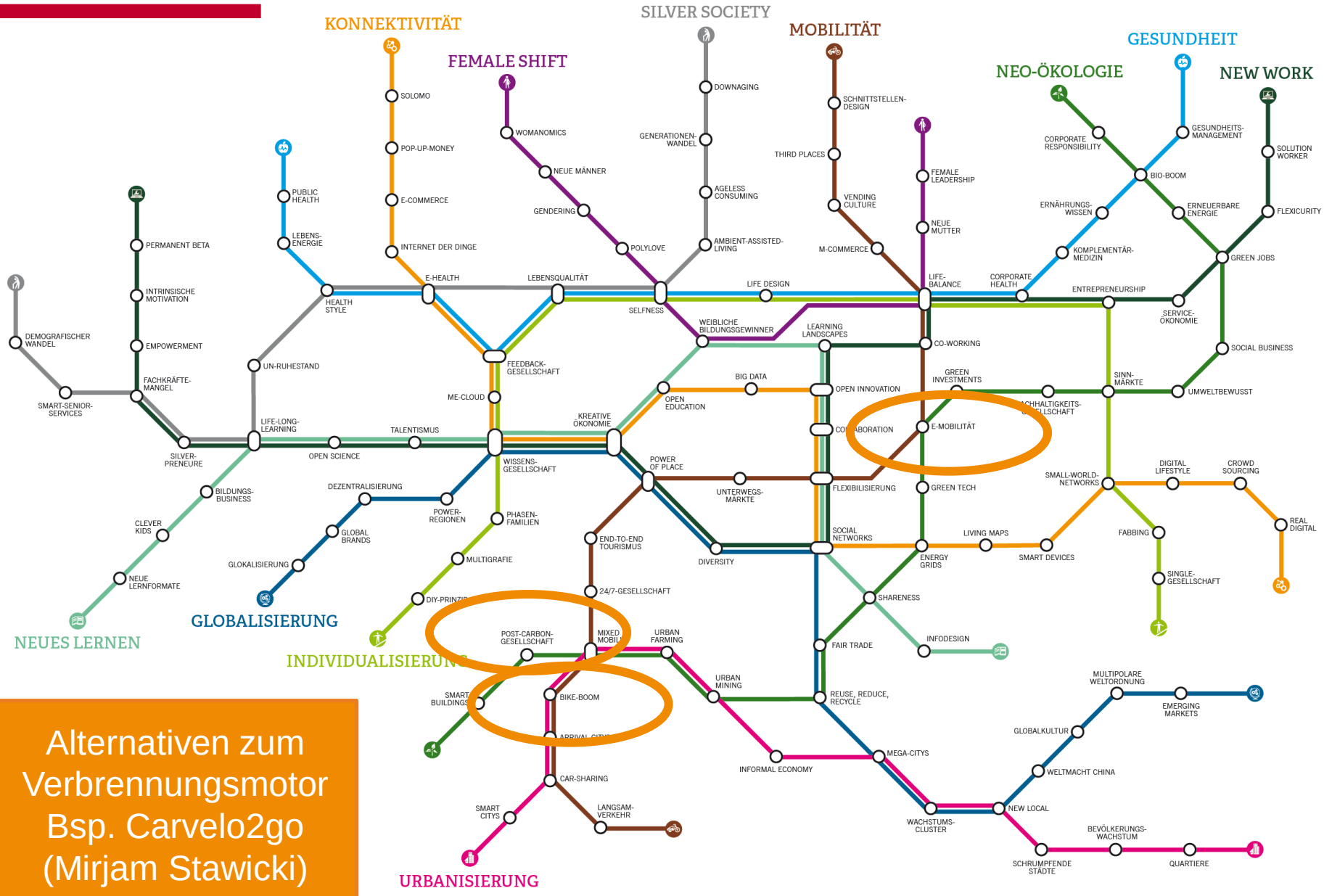
Megatrends sind jene Trends, die einen großen und epochalen Charakter haben. Ihre Halbwertszeit (die Zeit bis zum Zenit ihrer Wirksamkeit) nehmen wir mit 30 Jahren oder mehr an.

Das entscheidende Merkmal von Megatrends ist aber weniger ihre Dauer, sondern ihr „Impact". Sie verändern nicht nur einzelne Segmente oder Bereiche des sozialen Lebens oder der Wirtschaft. Sie formen ganze Gesellschaften um.

- INDIVIDUALISIERUNG
- FEMALE SHIFT
- SILVER SOCIETY
- NEUES LERNEN
- NEW WORK
- GESUNDHEIT
- NEO-ÖKOLOGIE
- KONNEKTIVITÄT
- GLOBALISIERUNG
- URBANISIERUNG
- MOBILITÄT

MEGATREND-MAP 2.0

:zukunfts|institut



Alternativen zum Verbrennungsmotor
Bsp. Carvelo2go
(Mirjam Stawicki)

carvelo2go – eCargo-Bike-Sharing in der Schweiz

Ein Angebot von

mobilitätsakademie
académie de la mobilité
accademia della mobilità
mobility academy

ENGAGEMENT
UN FONDS DE SOUTIEN DU GROUPE MIGROS

Nationale Partner

LA POSTE

energieschweiz

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra
Bundesamt für Raumentwicklung ARE

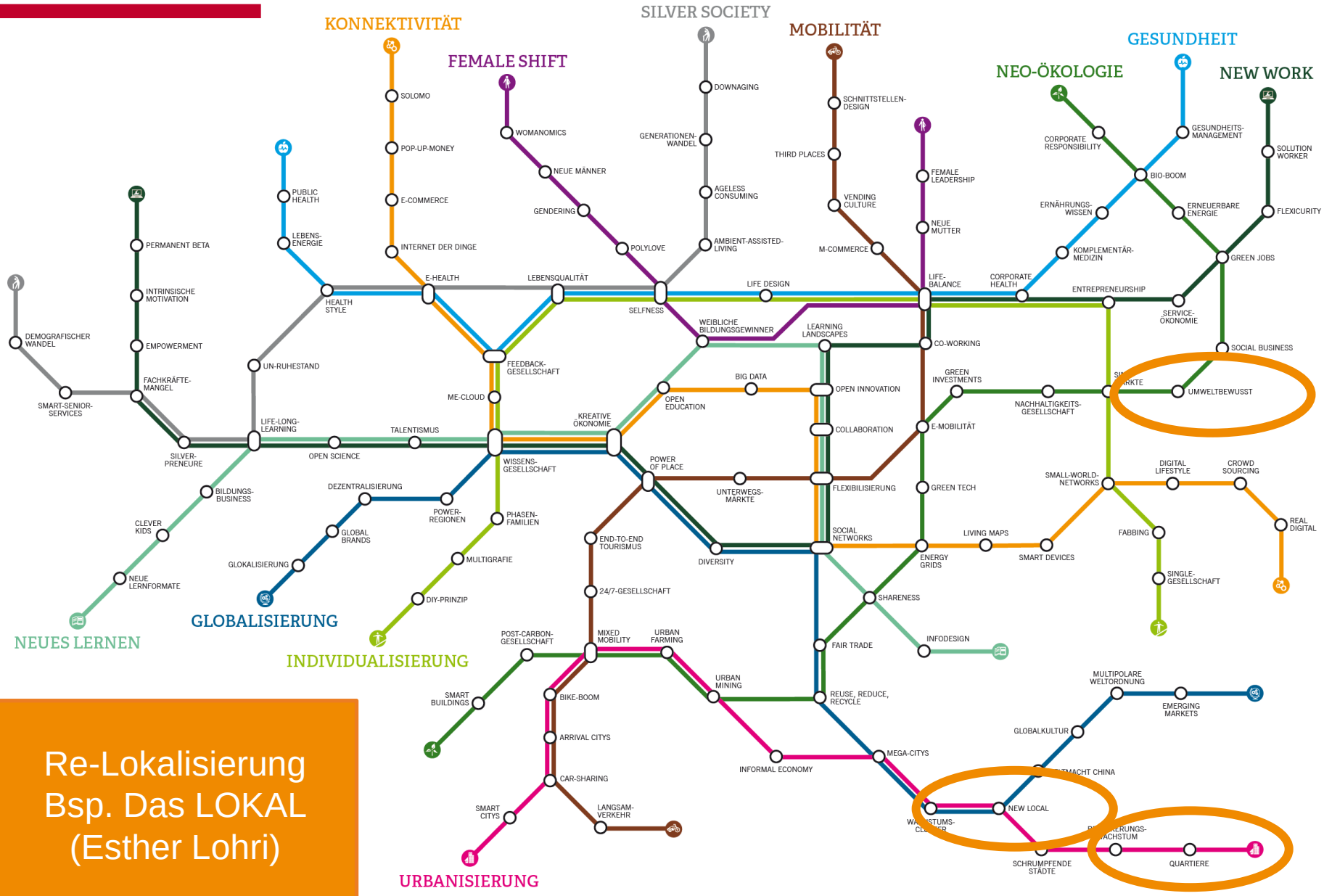
Technologie-Partner

BOSCH
Technik fürs Leben

RIESE & MÜLLER

MEGATREND-MAP 2.0

:zukunfts|institut



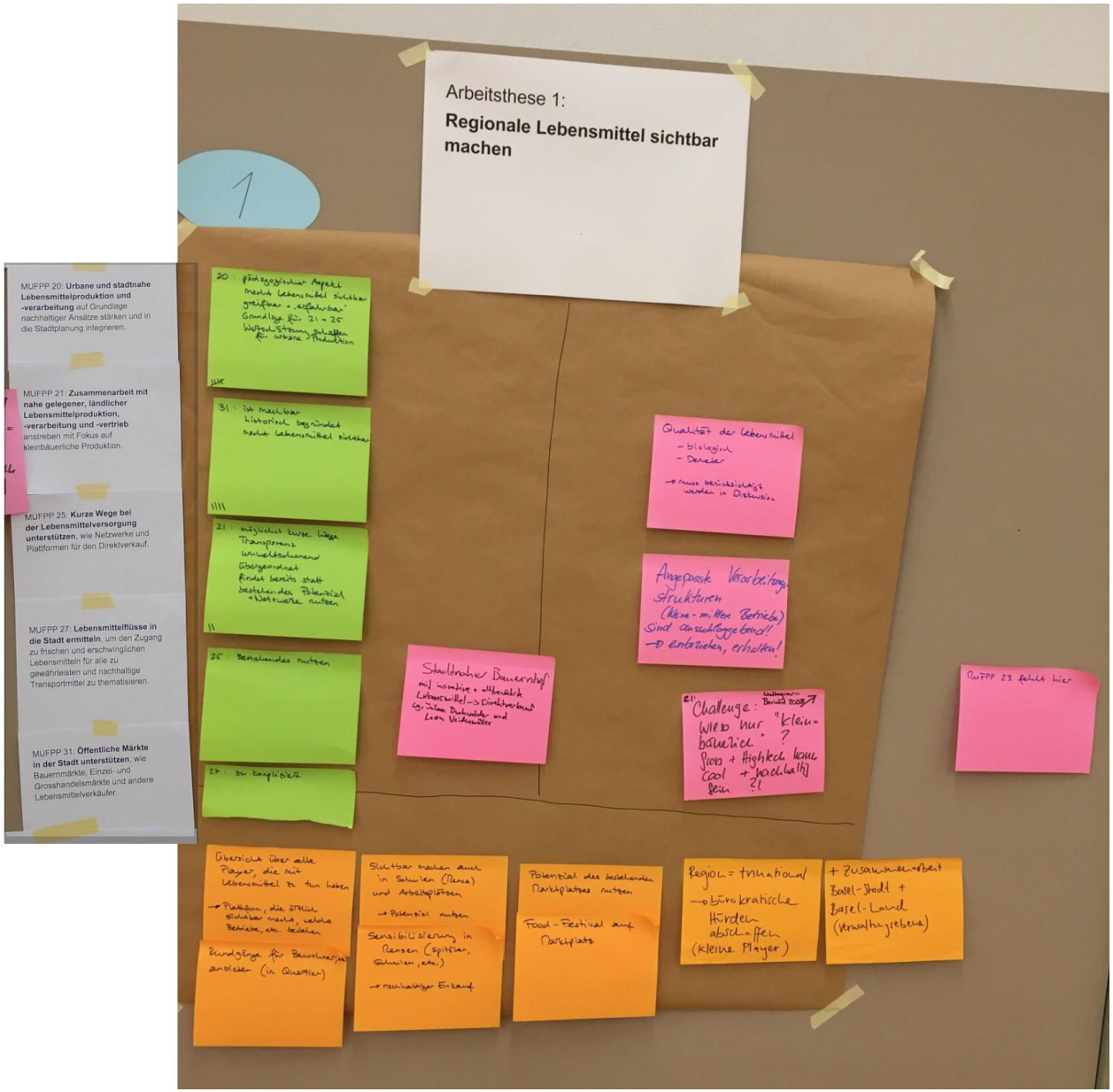
Re-Lokalisierung
Bsp. Das LOKAL
(Esther Lohri)

Re-Lokalisierung: Das LOKAL (Esther Lohri)

LOKAL
15
Lebensmittel von hier
LOKAL

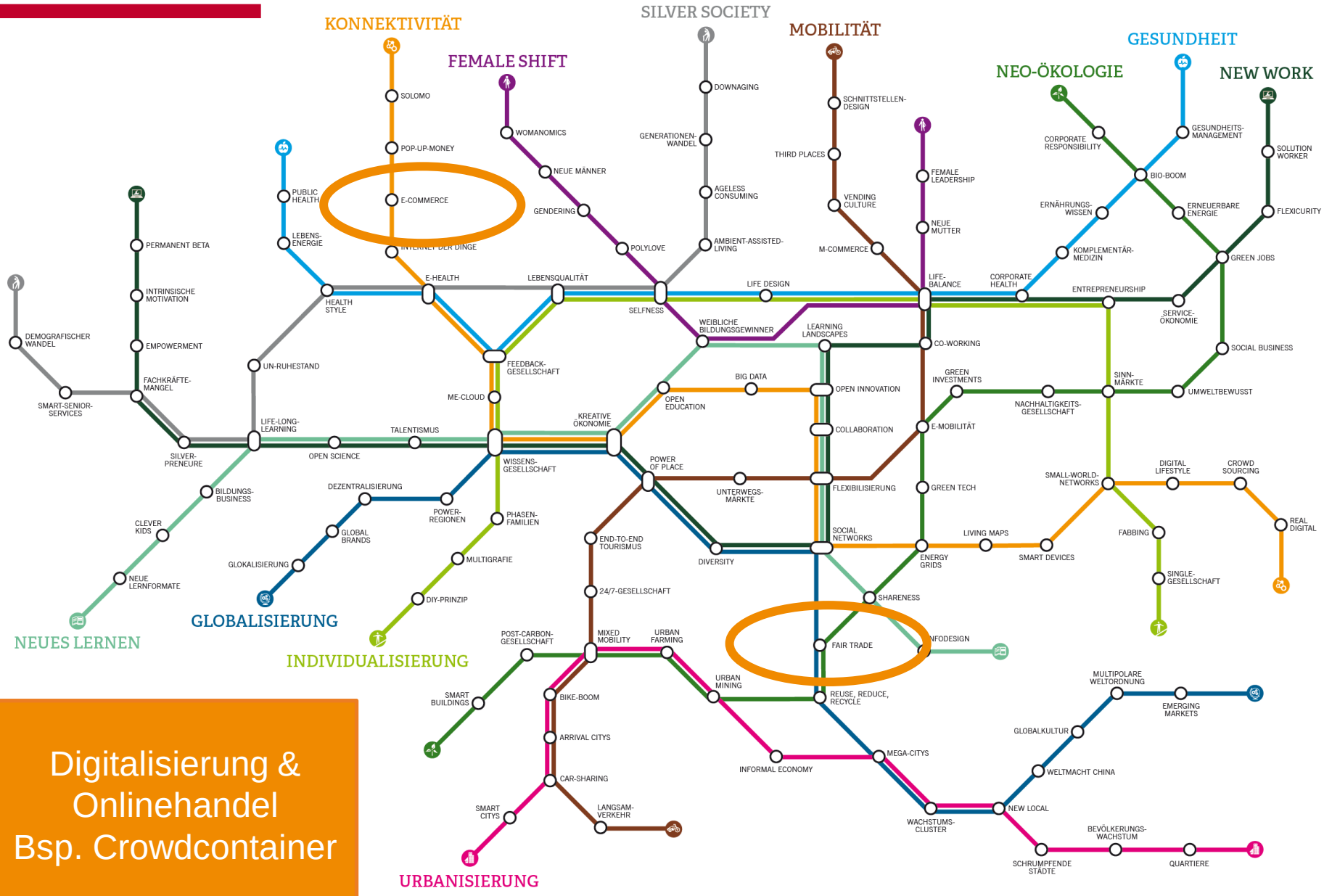
BASELSTADT UND BASELLAND
GEMÜSE

Frisch & Regional
Frisch & Regional


Arbeitsthese 1:
Regionale Lebensmittel sichtbar machen
MUFPP 20: Urbane und stadtnahe Lebensmittelproduktion und -verarbeitung auf Grundlage nachhaltiger Ansätze stärken und in die Stadtplanung integrieren.
MUFPP 21: Zusammenarbeit mit nahe gelegener, ländlicher Lebensmittelproduktion, -verarbeitung und -vertrieb anstreben mit Fokus auf kleinbäuerliche Produktion.
MUFPP 25: Kurze Wege bei der Lebensmittelversorgung unterstützen, wie Netzwerke und Plattformen für den Direktverkauf.
MUFPP 27: Lebensmittelflüsse in die Stadt ermitteln, um den Zugang zu frischen und erschwinglichen Lebensmitteln für alle zu gewährleisten und nachhaltige Transportmittel zu thematisieren.
MUFPP 31: Öffentliche Märkte in der Stadt unterstützen, wie Bauernmärkte, Einzel- und Grosshandelsmärkte und andere Lebensmittelverkäufer.
20: pädagogischer Aspekt macht Lebensmittel sichtbar greifbar + „erfahrbar" Grundlage für 21 + 25 Wertschätzung schaffen für urbane Produktion
31: ist machbar historisch begründet macht Lebensmittel sichtbar
21: möglichst kurze Wege Transparenz umweltschonend übergeordnet findet bereits statt bestehendes Potenzial + Netzwerke nutzen
25: Bestehendes nutzen
27: zu kompliziert
Qualität der Lebensmittel
- biologisch
- Demeter
→ muss berücksichtigt werden in Diskussion
Angepasste Verarbeitungs-strukturen (Neue - mittlere Betriebe) sind ausschlaggebend!
→ einbeziehen, erhalten!
Stadtnaher Bauernhof
mit monatlich + altbewährte Lebensmittel → Direktverkauf
Gründen Buchwalder und Leon Weidenmüller
21: Challenge: Wieso nur "klein-bäuerlich"? Gross + Hightech kann cool + nachhaltig sein ?!
MuFPP 23 fehlt hier
Übersicht über alle Player, die mit Lebensmittel zu tun haben
→ Plattform, die örtlich sichtbar macht, welche Betriebe, etc. bestehen
Rundgänge für Bewohner, etc. anbieten (in Quartier)
Sichtbar machen auch in Schulen (Mensa) und Arbeitsplätzen
→ Potenzial nutzen
Sensibilisierung in Mensen (Spitäler, Schulen, etc.)
→ nachhaltiger Einkauf
Potenzial des bestehenden Marktplatzes nutzen
Food-Festival auf Marktplatz
Region = trinational
→ bürokratische Hürden abschaffen (kleine Player)
+ Zusammenarbeit Basel-Stadt + Basel-Land (Verwaltungsebene)

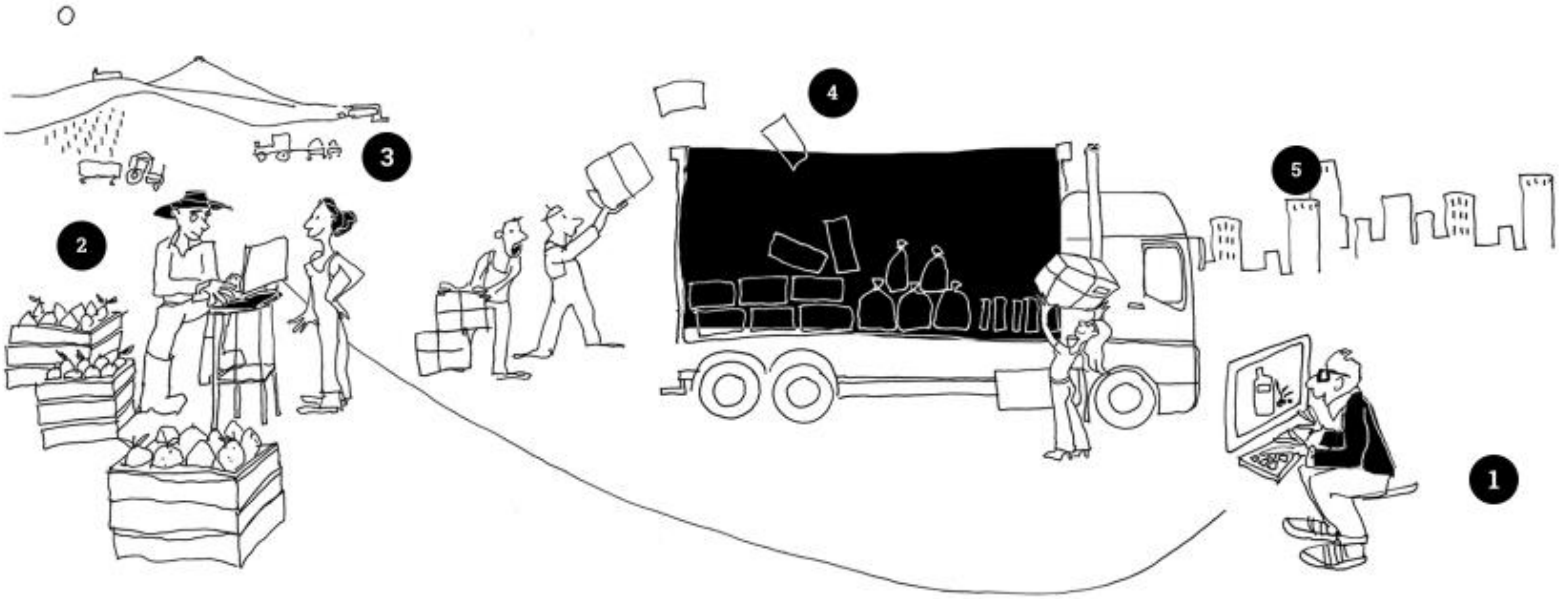
MEGATREND-MAP 2.0

:zukunfts|institut



Digitalisierung & Onlinehandel
Bsp. Crowdcontainer

Onlinehandel: Bsp. Crowd Container



Diskussion

Chancen, Herausforderungen & Lösungsansätze

Mobilität & Konsum: Gibt es Alternativszenarien zum Infrastruktur-Ausbau?

3 Tische:

- Re-Lokalisierung (Esther Lohri, LOKAL)
- Alternativen zum Verbrennungsmotor (Mirjam Stawicki, Carvelo2go)
- Digitalisierung & Onlinehandel (Martina Patscheider)

Diskussionsfragen:

- Kennen Sie ähnliche Projekte? Haben Sie Ideen für ähnliche Lösungsansätze?
- Welche Chancen bringen die Projekte / Ansätze?
- Was sind Herausforderungen dieser Projekte / Ansätze?

- Was sind weitere Alternativszenarien / Lösungsansätze?
- Was braucht es, damit diese Realität werden? Was können Regierungen tun?
- Welche Rolle spielt multimodale Mobilität?
- Wie kann die Verknüpfung von Mobilität im Bereich Konsum mit anderen Bereichen verbessert werden (z.B. Wohnen, Arbeit, Freizeit)?

ökozentrum

forschen | entwickeln | bilden

Herzlichen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit!

www.oekozentrum.ch