
Abstracts zu den Vorträgen vom 03.Mai 2011

Ziel der Veranstaltung ist es Konsum in seiner sozialen und ökonomischen Bedingtheit zu verstehen und Ansatzpunkte für nachhaltigen Konsum aufzuzeigen. Es geht darum zu analysieren was Konsum für Jugendliche ist, welchen Stellenwert und welche Zwecke er hat, welche Stile sich ausgebildet haben und wie zukünftige Entwicklungen und Chancen für Nachhaltigkeit und einen nachhaltigen Konsum aussehen können.

Die Tagung wird sich am ersten Tag vorrangig Themen der Nachhaltigkeit und am zweiten Veranstaltungstag vorrangig Konsum zuwenden.

Dr. Wolfgang Meyer, Dr. Hansjörg Gaus, Christoph Müller, M. Eval (alle Institut für Soziologie, Universität des Saarlandes)

Klima schützen kann jeder“ – aber Klima schützen lehren ist schwer Ergebnisse einer begleitenden Evaluation eines Schulprogramms

Hintergrund

Im Rahmen der „Nationalen Klimaschutzinitiative“ des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit führten der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (vzbv), die 16 Verbraucherzentralen der Länder sowie fünf weitere Mitgliedsorganisationen des vzbv in den Jahren 2009 und 2010 bundesweit ein groß angelegtes Aufklärungsprojekt zum Klimaschutz durch. Einige der Maßnahmen richteten sich explizit an Jugendliche wie z.B. das Schulprogramm zur Wanderausstellung „Klima schützen kann jeder“, welche Informationen und Verhaltenstipps zu den Themenbereichen Energie, Mobilität, Ernährung und Konsum vermittelt. Die Ausstellung wurde u.a. im Rahmen eines pädagogischen Programms eingesetzt, um Schülerinnen und Schülern Wissen zum Zusammenhang zwischen ihrem eigenem Verbraucherverhalten und dem Klimawandel zu vermitteln. Insgesamt wurden mehr als 20.000 Schüler erreicht, von denen 1.819 im Rahmen der Evaluierung per Classroom-Erhebung gemeinsam mit ihren 67 Lehrern befragt wurden. Der Großteil dieser Schüler ist zwischen 13 und 16 Jahre alt gewesen.

Zielsetzung der Erhebung und des Vortrags

Die Befragung der Schüler zielte vor allem darauf ab, selbst berichtete Lerneffekte zu erheben, direkt und indirekt auf den Klimaschutz bezogene Verhaltensintentionen zu erfassen sowie Informationen zur Zufriedenheit und Praxisrelevanz des Schulprogramms zu generieren. In dem Vortrag soll zum einen auf die methodischen Möglichkeiten und Probleme der Durchführung einer solchen Feldstudie unter den Rahmenbedingungen der Auftragsforschung eingegangen werden. Dabei ist zu diskutieren, welche politischen und sozialen Bedingungen den Prozess der Datenerhebung geprägt haben und inwieweit diese Erfahrungen verallgemeinerbar sind. Zum anderen möchte der Vortrag einige der

Befunde präsentieren und ihre Implikationen für die Möglichkeiten, durch pädagogische Interventionen Einfluss auf den Zusammenhang von Konsum und Umwelt Einfluss zu nehmen, beleuchten.

Zentrale Ergebnisse

Inhaltlich ist das zentrale Ergebnis, dass die Schüler dem Schulprogramm eine hohe Praxisrelevanz zusprechen und mit dem Bildungsmodul sehr zufrieden sind. Auch deuten die Ergebnisse auf hohe Lerneffekte und damit einen Zugewinn des Wissens über Handlungsoptionen hin. Die Befragung der Lehrer zeichnet ebenfalls ein sehr positives Bild des Bildungsmoduls.

Diese positiven Befunde werden aber konterkariert durch die Tatsache, dass das Schulprogramm nicht die Neugierde der Schüler auf mehr Informationen zur Thematik des Klimaschutzes wecken konnte. Bezüglich verschiedener Verhaltensabsichten zeigte sich, dass nur wenige Schüler das Gelernte an Freunde und Familienmitglieder weitergeben und sich zukünftig in ihrer Freizeit keineswegs häufiger mit dem Thema beschäftigen wollen. Eine leichte Zustimmungstendenz ergab sich allerdings bezüglich einer zukünftig stärkeren Beachtung von CO₂-Einsparungen im Alltag. Diese Ergebnisse sind durch die erfahrenen Lerneffekt und die durch die Teilnahme am Bildungsmodul stimulierte Neugierde deutlich beeinflusst worden.

Auch wenn tatsächliche Verhaltensänderungen nicht erfasst werden konnten, so ist unter Berücksichtigung der bisherige Forschung zum Thema und dieser Befunde kaum mit den Intentionen der Intervention entsprechenden Reaktionen im Konsumverhalten zu rechnen. Im Rahmen des Vortrags werden verschiedene Erklärungsmöglichkeiten dieser Ergebnisse und die vorhandenen Wissenslücken als Anstoß für weitere Forschungsarbeiten diskutiert.

Schlussfolgerungen und Erklärungen

Die Implementierung von Bildungsmaßnahmen wie des untersuchten Schulprogramms kann durchaus effektiv sein und Wirkungen bei den Jugendlichen entfalten. Allerdings kann durch eine punktuelle Intervention wie eine 90-minütige Unterrichtseinheit zum Klimaschutz kaum ein nachhaltiger Effekt erzielt werden, der eine weitere Beschäftigung mit dem Thema oder gar eine dauerhafte Änderung des Konsumverhaltens anregt. Generell wird die Bedeutung von Aufklärungsmaßnahmen im Allgemeinen und die Beeinflussbarkeit von Jugendlichen durch diese im Besonderen überschätzt. Der Vortrag möchte hier auf einige Hinderungsgründe hinweisen und Schlussfolgerungen für pädagogische Interventionen zur Diskussion stellen.

Matthias Barth (a), Daniel Fischer (b), Horst Rode (b)
(a) Royal Melbourne Institute of Technology
(b) Institut für Umweltkommunikation (INFU), Leuphana Universität Lüneburg

Jugendliches Konsumlernen in bildungsorganisationaler Konsumkultur Ergebnisse einer empirischen Studie

Hintergrund

Die Veränderung nicht-nachhaltiger Konsummuster ist ein zentraler Auftrag, den die auf der Weltkonferenz für Umwelt und Entwicklung im Jahr 1992 in Rio de Janeiro beschlossene Agenda 21 der internationalen Staatengemeinschaft für das 21. Jahrhundert mit auf den Weg gegeben hat. Nach einem zögerlichen Beginn hat sich inzwischen eine rege wissenschaftliche und gesellschaftliche Diskussion zum Thema „Nachhaltiger Konsum“ etabliert. Ein genereller Trend in Richtung nachhaltigen Konsums bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen lässt sich jedoch bis heute nicht feststellen. Bildung und ihren Institutionen wird vor diesem Hintergrund für die Herbeiführung eines Wandels in Richtung nachhaltiger Konsummuster eine gewichtige Rolle beigemessen. Fast einstimmig wird ein Beitrag von Bildungseinrichtungen zur Förderung nachhaltigen Konsums bei den Lernenden gefordert. Diesen Forderungen steht aus wissenschaftlicher Sicht das Desiderat gegenüber, dass das Zusammenspiel bildungsorganisationaler Lernumgebungen und individueller Konsumorientierungen bislang kaum erforscht ist. Es fehlen sowohl konzeptionelle Grundlegungen, praktische Umsetzungen und empirische Untersuchungen zu einer ganzheitlichen nachhaltigen Konsumbildung.

Im Rahmen des Projektes BINK (Bildungsinstitutionen und nachhaltiger Konsum), das von 2008 bis 2011 vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) im Förderschwerpunkt „Sozial-ökologische Forschung“ gefördert wird, wurden an ausgewählten Modellschulen partizipative Veränderungsprozesse durchgeführt mit dem Ziel, eine nachhaltige Konsumkultur zu etablieren, die Schülerinnen und Schülern ein nachhaltiges Konsumverhalten ermöglicht und den Erwerb von Konsumkompetenzen anregt. Eine im Rahmen des Projektes BINK durchgeführte empirische Untersuchung zielte darauf ab, Aufschlüsse über das bislang weitgehend unerforschte Zusammenspiel formaler und informeller Lernprozesse über nachhaltigen Konsum in Bildungseinrichtungen zu gewinnen.

Methodisches Vorgehen

Die Studie fußt auf dem im Rahmen des Projektes BINK entwickelten theoretischen Konzept „bildungsorganisationaler Konsumkultur“, das verschiedene konsumrelevante Bereiche der Schulkultur erfasst. Diese Bereiche wurden operationalisiert und in einen Fragebogen gefasst, der an Schülerinnen und Schüler (N > 1.000) sowie Lehrkräfte (N > 100) aus Bildungseinrichtungen des allgemeinbildenden und berufsbildenden Schulbereichs ausgeteilt wurde. Der Fragebogen bestand aus zwei Teilen: der erste Teil erfasste die Wahrnehmung der organisationalen Konsumkultur, der zweite Teil individuelle Konsumdispositionen und Konsumorientierungen.

Ergebnisse

Die Ergebnisse der Studie deuten auf Zusammenhänge und Interaktionsmuster zwischen Schüler(innen)-/Lehrer(innen)-Wahrnehmungen formaler und informeller Lernumgebungen und individuellen und kollektiven Dispositionen und Orientierungen hinsichtlich eines nachhaltigen Konsums hin. Abschließend werden Konsequenzen für die

Planung, Implementierung und Steuerung ganzheitlicher Bildungsansätze zur Förderung nachhaltigen Konsums diskutiert und weitere Forschungsbedarfe im Hinblick auf das Konsumlernen und die Konsumsozialisierung junger Menschen in und durch Bildungseinrichtungen skizziert.

Michaela Leitner, Anja Christanell
(Österreichisches Institut für Nachhaltige Entwicklung (ÖIN), Wien)

Jugendliche Konsummuster und deren Nachhaltigkeit

Obwohl Jugendliche in der Regel nur über eingeschränkte finanzielle Möglichkeiten verfügen, sind sie doch eine – heftig umworbene – Zielgruppe und geben nicht unbeträchtliche Summen an Geld für verschiedenste Artikel aus. Hinzu kommt, dass die Freizeitwelten der Jugendlichen meist gleichzeitig auch Konsumwelten sind. Während in den Bereichen Energie und Mobilität für Jugendliche weniger Spielräume oder Ansatzpunkte für nachhaltiges Handeln bestehen, da diese vorwiegend Erwachsenen-Domänen darstellen, sind diese für sie beim Konsum sehr wohl gegeben, sei es beim Kauf von Kleidung, IKT oder Nahrungsmitteln.

Das Österreichische Institut für Nachhaltige Entwicklung (ÖIN) hat im Projekt „My Life – My Style – My Future“ (finanziert im Rahmen des österreichischen „Sparkling Science“-Forschungsprogramms des BMWF) gemeinsam mit zwei Projektklassen der Wiener Bundesgymnasien AHS Rahlgasse und BRG Marchettigasse nachhaltige Lebensstile und deren Relevanz für jugendliche Lebenswelten untersucht.

Insgesamt wurden im Rahmen des Projekts von den beiden Projektklassen mit Unterstützung der WissenschaftlerInnen 990 SchülerInnen an den jeweiligen Schulen zu deren Einstellungen, Konsum- und Kommunikationsverhalten befragt. 54,3% der befragten SchülerInnen sind weiblich und 44,1% sind männlich. Circa ein Drittel der befragten SchülerInnen ist 15-19 Jahre alt, der Großteil zwischen 10 und 14 Jahren. Der strukturierte Fragebogen wurde in Workshops gemeinsam mit den SozialwissenschaftlerInnen des ÖIN erstellt. Die statistische Datenanalyse erfolgte zu einem kleinen Teil von Seiten der SchülerInnen (Ergebnisse wurden in den Schulen und auch an der Wirtschaftsuniversität Wien von den SchülerInnen präsentiert) und zu einem großen Teil von Seiten der WissenschaftlerInnen.

Die hier dargestellten Daten beziehen sich vor allem auf die Analyse des ÖIN zum Konsumverhalten der Jugendlichen und der Relevanz von Nachhaltigkeit im Konsum der Jugendlichen:

Ein wichtiger, die Konsumgewohnheiten der SchülerInnen stark beeinflussender Faktor ist das Taschengeld bzw. die Höhe des Taschengelds. Fast 95% der befragten SchülerInnen erhalten prinzipiell Taschengeld. Die meisten SchülerInnen (40%) bekommen zwischen 1 und 29 Euro pro Monat, ca. ein Viertel 30 bis 59 Euro und etwa ebenso viele 24% erhalten mehr als 60 Euro im Monat.

Ausgaben für Essen und Trinken gehören zu den alltäglichen, jedoch finanziell nicht am stärksten ins Gewicht fallenden Ausgabenposten, während für das Outfit (vor allem Kleidung und Schuhe) im Vergleich zu den anderen Posten am meisten und auch relativ häufig Geld ausgegeben wird. Das Outfit (Kleidung, Schuhe, Frisur, Kosmetik,

Accessoires) kann somit als ein sowohl verbreiteter als auch finanziell nicht unbedeutender Faktor in den Ausgaben der SchülerInnen gesehen werden – hier wird die hohe Wertigkeit des Auftretens nach außen ebenso deutlich wie potentielle Anknüpfungspunkte einer Beeinflussung des Kaufverhaltens in Richtung Nachhaltigkeit. Doch auch beim Essen und Trinken, als alltäglich konsumierte Güter, werden jeden Tag Konsumententscheidungen getroffen, die als mehr oder weniger nachhaltig interpretiert werden können.

Ebenso könnten sich Anknüpfungspunkte für eine Änderung des Konsumverhaltens bei den Ausgaben für Multimediaprodukte bieten, die zwar nicht so häufig und – abgesehen von den Ausgaben für Computerspiele – nicht in demselben finanziellen Ausmaß getätigt werden wie die anderen geschilderten Ausgaben, aber hinsichtlich ihrer Bedeutung in jugendlichen Lebenswelten nicht zu vernachlässigen sind. Hier wurde eine relativ umfangreiche Ausstattung der SchülerInnen bzw. ihrer Haushalte sichtbar – teilweise weit mehr als die Hälfte der Befragten besitzt entweder ein Handy (mit 96% besitzen fast alle SchülerInnen ein Handy), ein Radio, eine Spielkonsole, einen iPod, einen DVD-Player bzw. Videorekorder oder einen Laptop. Anhand der Daten ist ersichtlich, dass ein großer Teil der Haushalte einen Zugang zu Informations- und Kommunikationstechnologien hat. Insgesamt besitzen mehr als $\frac{3}{4}$ der Haushalte zumindest einen Computer und/oder Laptop. Dennoch ist auf der anderen Seite nicht zu übersehen, dass immerhin 39% der SchülerInnen keine Spielkonsole, 23% weder PC noch Laptop und 17% weder iPod noch mp3-Player besitzen. Von einem hundertprozentigen Zugang zu modernen Technologien im jugendlichen Lebensalltag der befragten SchülerInnen kann somit (noch) keine Rede sein.

Die SchülerInnen wurden auch danach befragt, welche Kriterien bei der Kaufentscheidung ihrer MitschülerInnen eine Rolle spielen. Dass das Aussehen beim Kauf von Kleidung als das ausschlaggebendste, von 94% der SchülerInnen als sehr oder eher wichtig empfundenes Kriterium gesehen wird, hängt sicher mit der Kommunikations- und Präsentationsfunktion von Kleidung zusammen, die den SchülerInnen offensichtlich etwas wichtiger ist als die Qualität des Produkts, die jedoch immer noch von fast 89% von Vielen als wichtig empfunden wird.

Nachhaltigkeitsbezogene Kriterien wie fairer Handel und umweltschonende Produktion finden 64 bzw. 50% sehr oder eher wichtig – beide liegen relativ weit hinter dem Kriterium des Preises (82% finden diesen wichtig). Die Marke wird interessanterweise nur von 40% als wichtig für die Kaufentscheidung angegeben.

Es zeigen sich beim Konsum typische genderspezifische Muster. So geben Schülerinnen mehr Geld für das Outfit aus, in Computer-Spiele und Fast Food investieren hingegen Burschen tendenziell mehr Geld. Hinsichtlich der Konsumkriterien wurden ebenfalls geschlechtsspezifische Präferenzen deutlich. Burschen gaben häufiger als Mädchen an nach der Marke der Kleidung, aber auch nach deren Qualität einzukaufen. Mädchen ist auf der anderen Seite jedoch die umweltschonende Produktion leicht wichtiger als Burschen.

Des Weiteren zeigen sich im Konsumverhalten der befragten Jugendlichen altersspezifische Muster. Ältere SchülerInnen geben generell deutlich mehr Geld für verschiedene Produkte aus als jüngere. Ältere Befragte besitzen außerdem generell mehr Informations- und Kommunikationstechnologie bzw. Unterhaltungselektronik. Auch die Kriterien des Konsums unterscheiden sich je nach Alter. Ein starker Zusammenhang zeigte sich zwischen Alter und nachhaltigkeitsorientierten Kaufkriterien (Fair Trade und umweltschonende Produktion): Jüngere kaufen öfter nach solchen Merkmalen ein.

Interessanterweise gilt dies in geringerer Ausprägung jedoch auch für prestigeorientiertere Kriterien wie Modetrend und Marke, an denen sich jüngere Befragte stärker als ältere orientieren.

Eine interessante Frage – insbesondere hinsichtlich der Diskussion rund um materialistische und postmaterialistische Werthaltungen und deren Auswirkungen auf Verhalten – ist die nach dem Zusammenhang von Konsumverhalten und prestigeorientierten Einstellungen (denen eine Tendenz zu materialistischen Haltungen innewohnt) und nachhaltigkeitsorientierten Einstellungen.

Zwischen der Höhe der Gesamtausgaben für alle Produkte und Nachhaltigkeits- bzw. Prestigeorientierung zeigten sich in der Datenanalyse folgende Zusammenhänge: Prestigeorientierte SchülerInnen tendieren zu höheren, Nachhaltigkeitsorientierte SchülerInnen zu niedrigeren Ausgaben. Eine Varianzanalyse ergab signifikante Unterschiede in der Höhe der Ausgaben für verschiedene Produkte/Aktivitäten je nach Ausprägung der Wertorientierungen. Wie bei den Ausgaben für verschiedene Produkte scheint auch der Besitz von IKT und Unterhaltungselektronik (Anzahl der Geräte) mit verschiedenen Orientierungen zusammen zu hängen. So besitzen hoch Nachhaltigkeitsorientierte weniger IKT-Geräte, Prestigeorientierte mehr.

Auch Wertorientierungen und präferierte Kaufkriterien sind nicht unabhängig voneinander. Prestigeorientierte kaufen deutlich stärker nach den Kriterien Aussehen, Modetrend und Marke ein, wohingegen umweltschonende Produktion und fairer Handel weniger wichtig sind. Nachhaltigkeitsorientierte schauen wiederum eindeutig stärker auf den fairen Handel, umweltschonende Produktion, Qualität und Preis. Weniger wichtig ist ihnen das Aussehen.

Nachhaltigkeitsrelevante Kriterien wie Fair Trade und umweltschonende Produktion sind den SchülerInnen wichtiger, die hochkulturelle Interessen wie Museumsbesuche und Bücher haben und die gesundheitsorientiert sind bzw. denen es wichtig ist sich gesund zu ernähren bzw. Sport zu treiben.

Während für Prestigeorientierte stärker FreundInnen, MitschülerInnen sowie Blogs/Foren und die Meinung der VerkäuferInnen bei der Kaufentscheidung wichtig sind, ist für Nachhaltigkeitsorientierte tendenziell stärker die Meinung der Eltern wichtig.

Der Konsum ist ein Bereich, in dem Jugendliche alltäglich nachhaltigkeitsbezogene Entscheidungen treffen können. Nicht nur die Art der konsumierten Produkte, auch der Umfang des Konsums und ihre Wertorientierungen haben nachhaltigkeitsbezogene Implikationen.

Johannes Schubert, Tobias Wolbring, Mechthild Agreiter & Bernhard Gill
(Ludwig-Maxilians-Universität München)

Siedlungsweise und Energieverbrauch in Deutschland Physische Verbundenheit, Eigentumsrechte und ihr Einfluss auf Umwelteffizienz

Im Mittelpunkt unseres Vortrags zum Thema „Konsum und Nachhaltigkeit“ stehen unterschiedliche Siedlungsweisen und der damit verbundenen Umweltverbrauch. Wir haben uns für diese ungewöhnliche Herangehensweise entschieden, da knapp 50 % der Emissionswirkung (und dem damit einhergehenden Umweltverbrauch) eines deutschen Durchschnittsbürgers in direktem Zusammenhang mit seiner Wohnform stehen (v.a.

Strom, Heizung, Mobilität). Im Gegensatz zum weitverbreiteten Glaubenssatz der Umweltbewegung „Small is beautiful“ wollen wir zeigen, dass auch die urban-verdichtete Siedlungsweise – unter bestimmten Voraussetzungen – mit hoher Umwelteffizienz einhergehen kann. Nachhaltiges Siedeln und Wohnen lässt sich also nicht nur über Downsizing, sondern auch durch die gezielte Nutzung von positiven Größeneffekten erreichen.

Es können zwei gegenläufige Prinzipien identifiziert werden, die die Umwelteffizienz spezifischer Siedlungsweisen beeinflussen: physische vs. rechtliche Verbundenheit von Eigentum. Mit dem Begriff der physischen Verbundenheit von (Wohn-)Eigentum wollen wir auf die ökonomische und ökologische Relevanz von Effizienzvorteilen verweisen, die ihren Ursprung in geometrischen Gesetzmäßigkeiten haben, z.B. dem Verhältnis von Oberfläche und dem Volumen von Gebäuden. Hier werden wir zeigen, dass hohe physische Verbundenheit bzw. Verdichtung, wie sie bspw. in Städten vorzufinden ist (Mehrparteienhäuser) energieeffizienter (und in diesem Sinne auch nachhaltiger) ist als disperse Formen des Wohnens.

Allerdings kann aus einer eigentumssoziologischen Perspektive argumentiert werden, dass sich die Effizienzvorteile verbundenen Eigentums aufgrund komplexer Eigentumsverhältnisse und daraus resultierender Kontroll- und Abstimmungsprobleme nur schwer realisieren lassen. Physisch unverbundenes Eigentum zeichnet sich dadurch aus, dass sich private Eigentumstitel in volle Verfügungsgewalt über das Wohneigentum umsetzen lassen. Im Gegensatz dazu stellt physische Verbundenheit auch immer rechtliche Verbundenheit dar, die einer vollen Verfügungsgewalt über das Wohneigentum entgegen steht.

Dies lässt sich am Beispiel einer Wohnanlage gut veranschaulichen. Obwohl jede der Wohnungen formal in privaten Besitz ist, kann daraus nicht automatisch auf volle Verfügungsgewalt über die Wohnung geschlossen werden, z.B. aufgrund von Mieterschutz, Denkmalschutz, Bebauungsvorschriften, örtlichen Gewohnheitsrechten etc. Maßnahmen wie bspw. die ökologische Sanierung können nicht von einem einzelnen Akteur durchgeführt werden, sondern müssen im Verbund realisiert werden. Dies wiederum ist mit Abstimmungs und Koordinationsproblemen verbunden, die im Allgemeinen mit Zielkonflikten und Trittbrettfahrer-Verhalten belastet sind.

Zusammenfassend stellt sich uns die Situation wie folgt dar: Obwohl physisch verbundenes Eigentum energieeffizienter als unverbundenes Eigentum ist, behindern die damit verbundenen Eigentumsverhältnisse ihre volle Realisierung. Im Gegensatz dazu zeichnet sich physisch (und rechtlich) unverbundenes Eigentum durch eine geringere Energieeffizienz aus. Allerdings resultieren die eindeutigen Eigentumsrechte in Anreizstrukturen, die zu einer höheren organisationalen Effizienz führen.

Vor dem Hintergrund des andauernden Klimawandeldiskurses und den Bemühungen zur Reduktion von Treibhausgasen wäre es wünschenswert, die positiven Effekte physischer Verbundenheit mit den organisationalen Vorteilen physischer Unverbundenheit zu kombinieren. Ist es möglich, dass Beste dieser beiden Welten miteinander zu vereinen? Wie kann die organisationale Effizienz im Falle physisch verbundenen Eigentums verbessert werden? Wie können Akteure dazu bewegt werden nicht nachhaltige Formen des Wohnens und Siedelns aufzugeben?

Zur Beantwortung dieser Fragen stützen wir uns auf quantitative und qualitative Forschungsmethoden. Zunächst werden wir zeigen, dass verbundenes Wohnen tatsächlich energieeffizienter als unverbundenes Wohnen ist. Dabei werden wir uns auf die Daten des Sozio-ökonomische Panels (SOEP) stützen. Hier lassen sich bspw. Räume

mit hoher und niedriger Bevölkerungsdichte unterscheiden. Innerhalb dieser Räume können dann wiederum bestimmte Zusammenhänge gezielt untersucht werden, z.B. der Zusammenhang von Heizkosten, Art des Wohnens (Mehrfamilienhaus oder Einfamilienhaus) und der Eigentumsverhältnisse (Eigentümer oder Mieter). Dies stellt eine mögliche Vorgehensweise zur quantitativen Ermittlung des Energieverbrauchs pro Kopf und des damit verbundenen CO²-Ausstoßes bzw. Umweltkonsums in unterschiedlichen Settings dar.

In einem zweiten Schritt wollen wir uns dann der qualitativen Untersuchung von Best-Practice Beispielen im Großraum München widmen. Der Schwerpunkt wird auf der Identifizierung von strukturellen und institutionellen Besonderheiten liegen, die die erfolgreiche Kombination aus physischer Verbundenheit und organisationalen Effizienz ermöglichen. Als Datengrundlage dienen Experteninterviews sowie Beobachtungsprotokolle, bspw. aus Eigentümer- oder Genossenschaftsversammlungen. Als forschungsleitende These dient hier die Annahme, dass genossenschaftliche Organisationsformen aufgrund von langfristigen Beziehungen, Kooperation, Solidarität, starker Regulierung und eindeutigen kollektiven Eigentumsrechten gut dafür geeignet sind, die positiven Effekte physischer Verbundenheit mit hoher organisationalen Effizienz zu vereinen.

Wir schließen mit einer kurzen Diskussion der zentralen Forschungsergebnisse und einem Kriterienkatalog wichtiger Voraussetzung, die zu nachhaltigen Formen des Wohnens führen können.

Johanna Bayer (freie Journalistin)

Der Hunger und der Verbraucher

Wie wir essen – und warum sich das Essverhalten so schwer ändern lässt.

Dem Essverhalten liegen tiefgreifende Muster zugrunde, die vom Einzelnen nicht willkürlich und schon gar nicht leicht zu steuern sind. Ernährungsberater und Mediziner, die mit ihren Ratschlägen bislang in großen Stil gescheitert sind, wissen das. Denn entgegen allen Abnehmprogrammen, Diät-Tricks und Ratschlägen zur „gesunden“ Ernährung rollt die Fettwelle: Die Deutschen werden immer dicker. 16 Millionen Menschen in Deutschland sind deutlich übergewichtig und sollten aus medizinischen Gründen abnehmen.

Warum aber bekommen so viele ihre Kilos und ihr Essverhalten nicht in den Griff? Am Angebot kann es nicht liegen - noch nie gab es in Deutschland so viele hochwertige und frische Lebensmittel für alle. Gutes Essen ist billig und frei zugänglich, das Wissen über gesunde Ernährung ebenfalls. Aber ein eingefahrenes Essverhalten wirklich zu ändern, ist extrem schwer und dauert eine lange Zeit – länger als man bisher angenommen hat: Physiologische Faktoren wie der Grundumsatz, der zwischen Individuen enorm unterschiedlich sein kann, die Regulierung der Sättigung über die Magen-Dehnung, der Insulin-Typus oder der Schlafrhythmus bestimmen mit, wie, wann, was, wie oft und unter welchen Umständen gegessen wird. Dramatisch unterschätzt wurden auch in der Forschung bisher die Faktoren Psyche und Gehirn, aber auch die Prägung von Geschmacksvorlieben und Stoffwechsel durch die Umwelt – beginnend im Mutterleib.

Essverhalten und Ernährungsstil sind also tief im Körper, in der Psyche, auch in nationalen, kulturellen und schichtenspezifischen Stilen verwurzelt, dazu kommen Bedingungen des Berufslebens und des Tagesablaufs. Der Konsum von Lebensmitteln in der Form von Einkaufs- und Essverhalten ist von diesen Faktoren nicht zu trennen. Der Vortrag stellt wichtige Aspekte und Bedingungen des Essverhaltens vor und will Verständnis dafür wecken, warum Menschen in diesem Bereich so schwer zu Verhaltensänderungen zu bewegen sind. Einzelne Punkte sind:

- Wie wir essen I – Hunger und Sättigung
- „The Power of Programming“: Prägung vor und nach der Geburt.
- Das Gehirn und die Rolle des Belohnungszentrums
- Geschmack als Schlüsselfaktor: Warum wir kochen.
- Wie wir essen II: Ess-Typen und Ess-Stile

Die Projektion dieser Bedingungen auf das Konsumverhalten bei Lebensmitteln zeigt, dass Konsum-Ideale von Üppigkeit, Auswahl, Abwechslung, Qualität und Verfügbarkeit mit dem kulturell, physiologisch und psychologisch begründeten Essverhalten verbunden sind.

Wäre es anders, hätte sich die Kommerzialisierung im Lebensmittelsektor vielleicht nicht so atemberaubend und beispiellos entwickeln können. Schließlich hat der Nachhaltigkeitsgedanke den Bereich Ernährung schon vor 40 Jahren erreicht; an der Landwirtschaft als Paradebeispiel für eine nicht-nachhaltige Entwicklung entzündete sich sogar die Debatte. Doch am Konsumverhalten der breiten Masse hat sich seitdem nicht viel geändert, im Gegenteil: Seit 1970 haben Fastfood-Ketten das Land überzogen, die Erfolgsgeschichte von Aldi und Lidl begann, und die Supermärkte quellen über von Fertiggerichten, Süßwaren und vormals exotischen Delikatessen zu Schleuderpreisen. Parallel dazu verlief der Profiwandel auf dem Bio-Markt: Vom Körnerladen an der Ecke, in dem graues Mehl, pappiges Brot und verdreckte Kartoffeln in die mitzubringende Jutetasche gepackt wurden, haben sich Bioläden zu Fresstempeln mit exakt demselben Sortiment entwickelt, wie es auch konventionelle Supermärkte anbieten. Hochverarbeitete Convenience-Produkte, raffiniert zubereitete Fertiggerichte in Bio-Qualität, Tiefkühlwaren und Tütensuppen – bio! - bis hin zu Luxusdelikatessen wie Leberpastete stehen in schicken Regalen. Und die Kartoffeln sind gewaschen.

Der Bio-Boom hat die Kommerzialisierung der Ernährung nicht nur nicht gestoppt, er hat ein bestimmtes Konsummuster sogar erleichtert: „Genießen ohne Reue“. Dazu passt, dass ausgerechnet im reichen Deutschland, wo fast die Hälfte der Menschen als zu dick gilt, die Ausgaben für Lebensmittel nach wie vor unter dem EU-Durchschnitt liegen. Und dass laut Nestlé-Studie 2011 zwar 60 Prozent der Deutschen für artgerechte Tierhaltung sind - aber nur 33 Prozent mehr für Fleisch bezahlen würden. Die Mehrheit der Verbraucher achtet hierzulande besonders beim Einkauf von Lebensmitteln auf günstigen Preis, große Mengen und ein gutes Preis-Leistungsverhältnis.

Was bedeutet das für die Entwicklung nachhaltiger Strategien im Sektor der Ernährung, insbesondere im Hinblick auf Jugendliche?

Einige Überlegungen sollen diskutiert werden:

1. Was ist überhaupt eine „gesunde Ernährung“ und was ist nachhaltiges Handeln beim Essen?
2. Mehr Fleisch oder weniger? Trends in der Ernährungswissenschaft und nachhaltige Strategien.
3. Selbst kochen oder essen gehen – was ist besser, gesünder, nachhaltiger, wertvoller?

4. Ernährungs-Projekte in Schulen und Kindergärten: Was können sie bewirken?

Jens Hälterlein (Friedrich-Schiller-Universität Jena)

Chancen und Risiken des nachhaltigen Konsums

In meinem Beitrag möchte ich mich dem Thema „Konsum und Nachhaltigkeit“ aus gesellschaftstheoretischer und wirtschaftssoziologischer Perspektive nähern. Spätestens seit der auf der UN-Konferenz in Rio de Janeiro 1992 verabschiedeten Agenda 21 kommt nachhaltiger Entwicklung der Status eines international anerkannten Leitbildes zu. Dieser offizielle Konsens über ein politisches Ziel bedeutet jedoch noch keinen Konsens über dessen konkrete Umsetzung:

So wird im Rahmen von eher planungsskeptischen Ansätzen, die Förderung des ökologischen Wettbewerbs empfohlen. Dieser würde durch technischen Fortschritt und Innovation zu einer Effizienzsteigerung und somit zu umweltfreundlichen Angeboten führen, welche öffentliche und private Verbraucher nur noch honorieren müssten. Gerade in sozialwissenschaftlichen Fachdiskursen wird dagegen häufig eine Suffizienzstrategie gefordert. Diese setzt sich deutlich radikalere Ziele als die Effizienz-Strategie, da sie den absoluten Güterverbrauch senken will, was ohne eine mehr oder weniger tief greifende Änderung des westlichen Lebensstils nicht möglich ist.

Hatte die Suffizienzstrategie insbesondere in den Alternativbewegungen der 1970er Jahre sowie der christlichen Sozialethik und Eine-Welt-Bewegung einen hohen programmatischen Stellenwert, verlor sie in umweltpolitischen Fachdiskursen allerdings zunehmend an Boden. Zum einen wurde schnell klar, dass die Propagierung eines nachhaltigen Lebensstils im Sinne der Suffizienzstrategie nicht den erwarteten Einfluss auf das Verbraucherverhalten hatte. Obwohl das Thema Umweltzerstörung seit den 80er Jahren konstant Topwerte in den Meinungsumfragen zu den wichtigsten Problemen des Landes aufweist, konnte ein ökologisches Verhalten, das diesem Problembewusstsein entsprochen hätte, nicht festgestellt werden - weder in den Angaben von Konsumenten, die zu ihrer Bereitschaft zu einem ökologischen Konsumverhalten befragt wurden, noch in den realen Umsatzzahlen von ökologischen Produkte.

Zum anderen ergab sich aus der Zielsetzung einer radikalen Veränderung der Konsumgewohnheiten ein schwerwiegendes politisches Problem. Denn die Forderung nach einem neuen, eher asketischen Lebensstil kollidieren mit der etablierten Lösung für die Verteilungs- und Gerechtigkeitsprobleme in kapitalistischen Gesellschaften.

In den USA und in Europa hatte sich in Verbindung mit der fordistischen Massenproduktion ein Modell des Massenkonsums durchgesetzt, das nicht nur aufgrund seiner ökonomischen Effizienz, sondern auch durch seine politische Wirkung allgemeine Anerkennung fand. Massenkonsum ist Ergebnis und Ausdruck einer erweiterten Beteiligung der Arbeiter am gesellschaftlichen Wohlstand. Massenkonsum wurde nicht nur zum Motor eines scheinbar unbegrenzten Wirtschaftswachstums, sondern galt auch als individuelles Glücksversprechen und Möglichkeit einer tendenziellen Aufhebung von klassen- und schichtspezifischen Gegensätzen.

Sollte dieser Massenkonsum vor dem Hintergrund seiner ökologischen Infragestellung also nicht einfach ad acta gelegt werden, war es notwendig, einen ausgewogenen Weg

zwischen diesem Teilhabe- und Inklusionsmechanismus einerseits und nachhaltiger Entwicklung andererseits aufzuzeigen. Eine Lösung schien darin bestehen, ein Lebensstilkonzept zu entwickeln, das sich nicht jenseits des Konsums positioniert, sondern von sich behaupten kann, gerade durch Konsum eine nachhaltige Entwicklung zu unterstützen.

Neben den politischen Implikationen einer Infragestellung des Massenkonsums, lässt sich auch ein ökonomisches Problem benennen, für das das Konzept des nachhaltigen Konsums eine viel versprechende Lösung zu sein scheint. Das Leitbild der nachhaltigen Entwicklung und seine Konkretisierung in der Strategie des nachhaltigen Konsums sollte als ein Lösungsvorschlag verstanden werden, der auf das Problem der Vereinbarkeit von Risikominimierung und Chancenorientierung antwortet. Risikominimierung und Chancenorientierung sind nicht ohne weiteres vereinbar, da sowohl Risiken als auch Chancen nur unter der Voraussetzung einer offenen Zukunft bestehen. Eine erfolgreiche Steuerung von Entwicklungsprozessen (z.B. durch gesetzliche Produktionsnormen, Grenzwertbestimmungen, Mindeststandards etc.) minimiert also nicht nur Risiken, sondern auch Chancen. Und da unternehmerisches Handeln immer ein an Chancen orientiertes Handeln ist, kann die Minimierung dieser Risiken durch die Herstellung von (relativer) Gewissheit und Sicherheit für die Attraktivität des unternehmerischen Handelns ein Problem darstellen. Wer also unternehmerisches Handeln fördern will, darf das Risiko nicht in einer Art und Weise kontrollieren, die gleichsam auch die Orientierung an Chancen verhindert. Dieses Problem wurde in den Wirtschaftswissenschaften früh formuliert und begründete eine politische Kritik am Wohlfahrtsstaat, da dieser v. a. durch die Pflichtversicherung und Sozialisierung von Risiken auch die unternehmerische Orientierung an Chancen verhindern und so zu ökonomischer Ineffizienz führen würde. Im Modus der Nachhaltigen Entwicklung hingegen wird unternehmerisches Handeln ermöglicht, ja geradezu gefordert, während durch nachhaltigen Konsum die mit diesem Handeln verbundenen Risiken kontrolliert werden sollen. Nachhaltiger Konsum hat innerhalb einer Nachhaltigen Entwicklung die Funktion eines Sicherheitsdispositivs, das unternehmerisches Handeln einer sozialen Kontrolle unterwirft. Die ethischen Konventionen der Konsumenten werden zum marktkonformen Regulativ des unternehmerischen Handelns. Konsumenten werden dadurch aber auch selbst zu sozialen Unternehmern, insofern sie durch individuelles Risiko-Management ihre Kaufkraft für soziale oder ökologische Innovationsprozesse mit möglichst optimalen Ergebnissen einsetzen sollen.