

# Mit Kaufentscheidungen die Krise bewältigen? Bedingungen für den Wandel von Konsum- und Produktionsmustern in Richtung Nachhaltigkeit



Prof. Dr. Ines Weller

Vortrag im Rahmen der Veranstaltungsreihe „Raus aus der Krise? Wege in eine sozial-ökologische Gesellschaft“, 29.11.2016, FU Berlin

# Übersicht

1. Politischer Hintergrund
2. Definitionen und Umsetzungsansätze
3. Ökologische Priorisierung und Reichweite nachhaltiger Konsumententscheidungen
4. Einflussfaktoren/Bedingungen des Wandels
  - Informationen/Aufklärung
  - Einkommen („Nachhaltigkeit nur für Reiche?“)
  - Gestaltungsmacht privater Konsument\*innen: Pro und Contra
5. Fazit und Ausblick

# Politischer Hintergrund

## Einerseits

- Veränderung der nicht nachhaltigen Konsum- und Produktionsmuster: wesentliche Voraussetzung und zentrales Ziel einer nachhaltigen Entwicklung (Kap. 4 der Agenda 21, 1992)
- Besondere Verantwortung der Industriestaaten
- *„Ohne nachhaltigen Konsum wird es keine nachhaltige Entwicklung geben“ (RNE 2010: 7)*
- Bekräftigung durch die Sustainable Development Goals (2015)

# Politischer Hintergrund



Nachhaltigkeitsgipfel New York 2015: SDG's

# Politischer Hintergrund

## Andererseits

- Nachhaltigkeitsstrategie in Deutschland lange Zeit ohne expliziten Bezug → keine Ziele und Indikatoren für nachhaltigen Konsum
- 2016 Aufnahme konsumbezogener Indikatoren in die nationale Nachhaltigkeitsstrategie, allerdings noch ohne Zielvorgaben

SDG 12. Für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sorgen		
24a	<b>Nachhaltiger Konsum</b> <i>Konsum umwelt- und sozialverträglich gestalten</i>	Marktanteil von Produkten und Dienstleistungen, die mit glaubwürdigen und anspruchsvollen Umwelt- und Sozialsiegeln ausgezeichnet sind (vorerst: Marktanteil von Produkten mit staatlichen Umweltzeichen)
24b		Energieverbrauch und CO2-Emissionen des Konsums
25	<b>Nachhaltige Produktion</b> <i>Anteil nachhaltiger Produktion steigern</i>	Umweltmanagement EMAS

- Nationales Programm für nachhaltigen Konsum (Februar 2016)

# Definitionen/Umsetzungsansätze

Nachhaltiger Konsum umfasst verschiedene Elemente des Umgangs mit Produkten und Dienstleistungen:

- Kaufentscheidung: für umwelt- und sozialverträglich hergestellte Produkte/Dienstleistungen (einschließlich vorgelagerter Informationssuchprozesse) **und**
  - Nutzung/Gebrauch: ressourcenschonend – Langlebigkeit (u.a. durch gemeinschaftlichen Konsum) **und**
  - Abfalltrennung/-sortierung
- Häufig problematische Gleichsetzung und Engführung: **Konsum = Kauf**

# Definitionen/Umsetzungsansätze

- Consuming differently: Präferenzen für nachhaltigere Produkte, Technologien, Dienstleistungen
- Consuming less: absolute Reduzierung des Konsumniveaus
- Queer dazu: gemeinschaftlicher Konsum / sharing economy: Nutzungsintensivierung und/oder Nutzungsdauerverlängerung

# Definitionen/Umsetzungsansätze

Zwei Ebenen nachhaltigen Konsums

- Nachhaltiger Konsum im **weiteren** Sinn
- Nachhaltiger Konsum im **engeren** Sinn (Belz/Bilharz 2007)

# Definitionen/Umsetzungsansätze

Nachhaltiger Konsum im **weiteren** Sinn

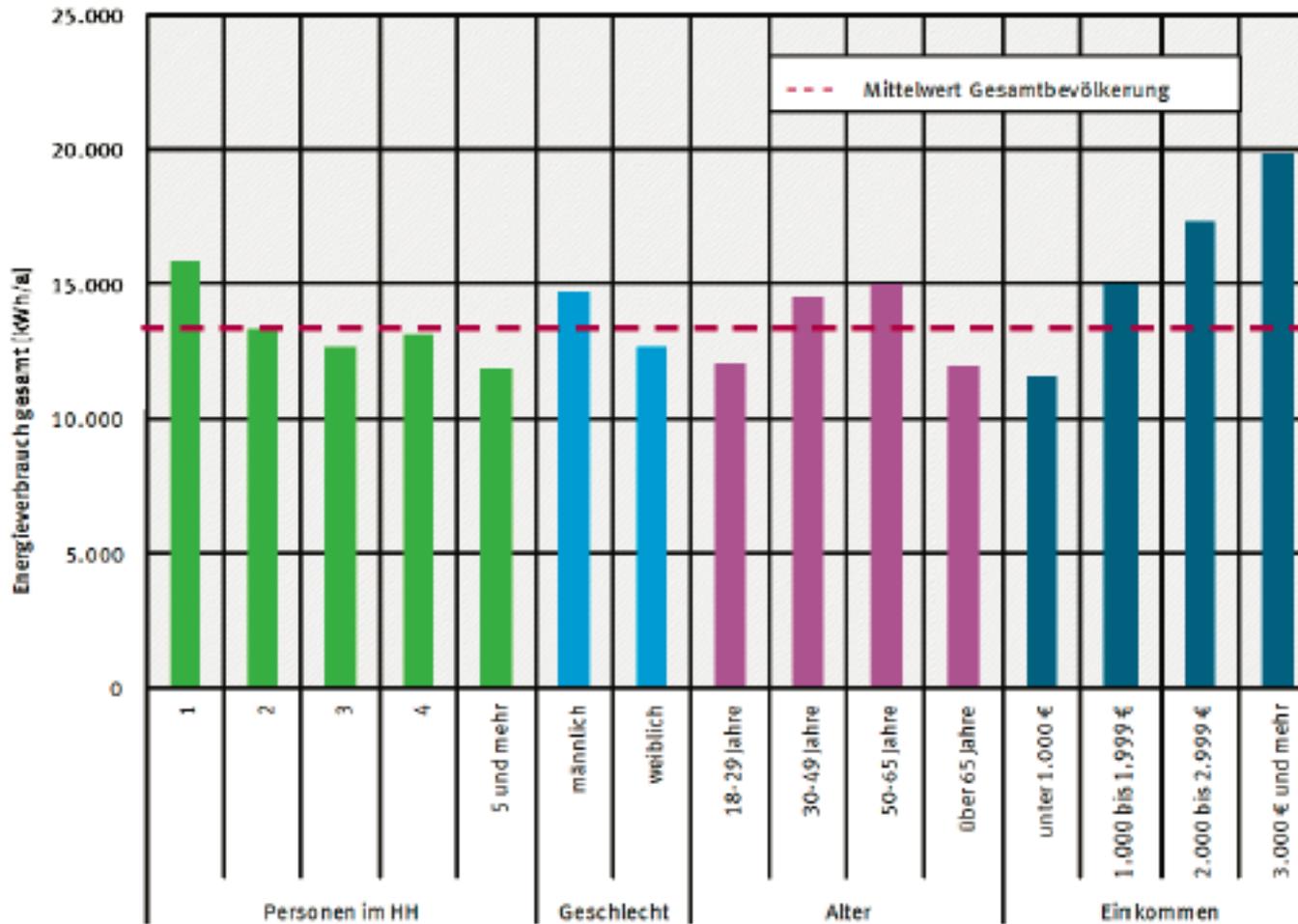
- Relationales Konzept
- Relative Verbesserungen zum Status quo
- z.B. energieeffizienter Kühlschrank, Bio-Lebensmittel, Recyclingprodukte..

# Definitionen/Umsetzungsansätze

## Nachhaltiger Konsum im **engeren** Sinn

- Konsum, der inter- und intragenerational für alle Menschen zu verallgemeinern ist, ohne die Ziele einer nachhaltigen Entwicklung zu gefährden
- Frage nach dem Maß des Konsums?
  
- ein Ansatzpunkt: CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Kopf und Jahr, Ziel Reduzierung 2 bzw. 1.5 t
- Aktuell in Deutschland: THG-Emissionen 11.5 t (Bezugsjahr 2012; UBA 2015)
- **Aber:** Durchschnittswert, zwischen unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen zum Teil deutliche Differenzen

Abbildung 19: Energieverbrauch gesamt



Quelle: Kleinhüchelkotten et al. 2016

# Priorisierung verschiedener Konsumbereiche

Europaweit aus **ökologischer** Perspektive besonders bedeutsam (Tukker, Jansen 2006):

- Ernährung
  - Wohnen
  - Mobilität
- rund 70% der Umweltwirkungen insgesamt
- Weniger bedeutsam: Bekleidung, Gesundheit, Kommunikation, Verpackung..
- Fokus: Menge des Ressourcenverbrauchs

# Priorisierung verschiedener Konsumbereiche

Innerhalb der Konsumbereiche einzelne Produkte besonders umwelt- und klimarelevant:

- Ernährung: Fleisch- und Milchprodukte
- Wohnen: Heizen, Warmwasser, Energieverbrauchende Haushaltsgeräte, Bau von Gebäuden
- Mobilität: Autos, Luftverkehr

# Reichweite nachhaltigerer Konsumalternativen

## Nachhaltigere Konsumalternativen: Beispiele aus dem Konsumbereich Ernährung

### 1. Umstellung auf Bio-Lebensmittel (Kaufentscheidung)

- Anteil des Umsatzes von Bio-Lebensmitteln am gesamten Lebensmittelumsatz in Deutschland: 4.4% (2015); 97,-- € pro Kopf und Jahr
- Entlastungspotenzial ökologische - konventionelle Lebensmittelproduktion: zwischen 5 und 10% weniger Ressourcenverbrauch sowie qualitative Umweltverbesserungen

# Reichweite nachhaltigerer Konsumalternativen

## Nachhaltigere Konsumalternativen: Beispiele aus dem Konsumbereich Ernährung

2. Reduzierung des Konsums von tierischen Produkten (Fleisch- und Milchprodukte)
  - Rückgang von 66,3 (1990) auf 60,3 kg (2014) Kg/pro Kopf und Jahr, mehr als 1 kg pro Woche; z. T. erhebliche Differenzen in Abhängigkeit von Geschlecht, Alter, Einkommen..
  - Zunahme an vegetarischer/veganer Ernährung: rund 8% (1983: 0.3%)
  - Entlastungspotenzial schwer genau zu beziffern, aber erhebliche Größenordnung:
    - z.B. THG-Emissionen von 1 kg Weizenmehl: 1,7 kg
    - z.B. THG-Emissionen von 1 kg Schweinefleisch: rund 8 kg

# Reichweite nachhaltigerer Konsumalternativen

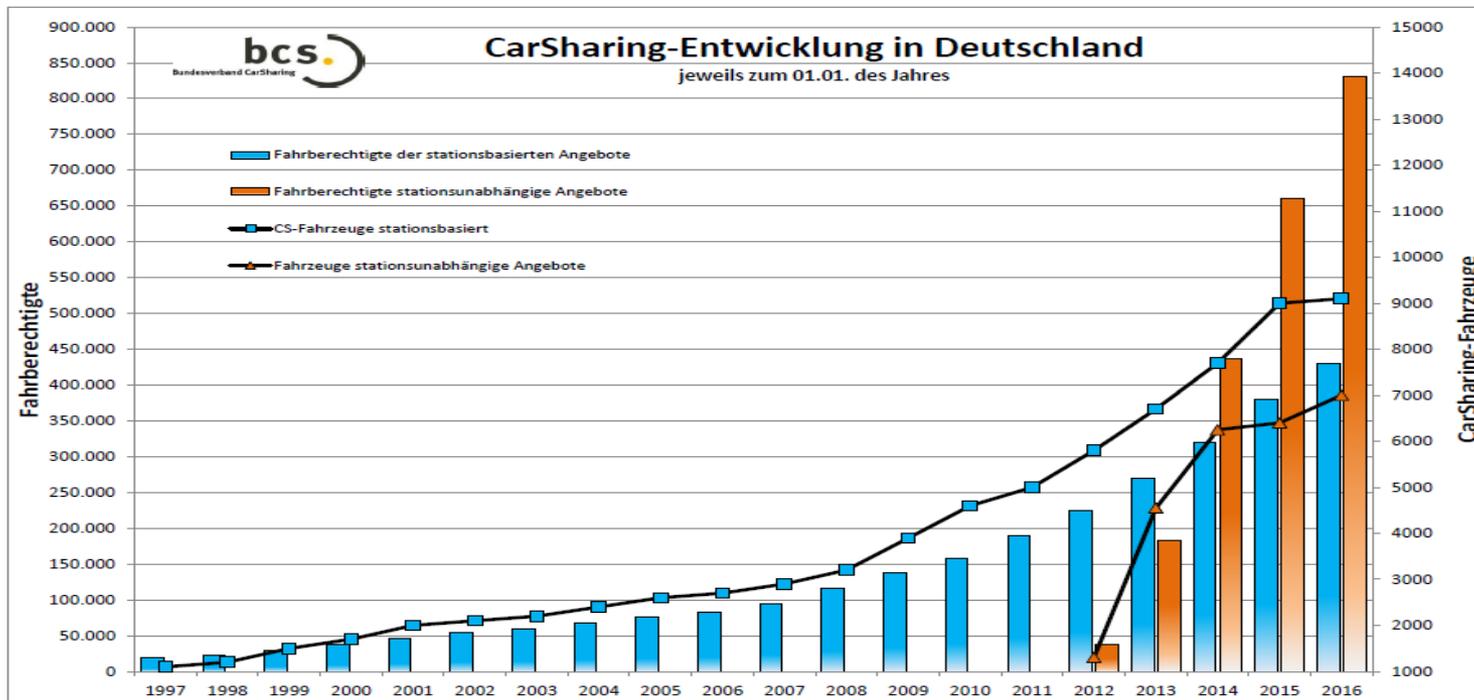
## Nachhaltigere Konsumalternativen: Beispiele aus dem Konsumbereich Mobilität

- Umstellung auf Elektroautos (Kaufentscheidung)
  - Anzahl Neuzulassungen Elektroautos: 12.363 (2015); 8.845 (2016)
  - Gesamtanzahl Neuwagen: 3.2 Mio (2015)
  - Entlastungspotenzial: u.a. abhängig von der Art der Stromerzeugung

# Reichweite nachhaltigerer Konsumalternativen

## Nachhaltigere Konsumalternativen: Beispiele aus dem Konsumbereich Mobilität

- Umstellung auf CarSharing (Kaufentscheidung, gemeinschaftlicher Konsum)





# Reichweite nachhaltigerer Konsumalternativen

## Nachhaltigere Konsumalternativen: Quer zu den Konsumbereichen

- Umstellung auf Öko-Strom (Kaufentscheidung)
  - Anteil der Haushalte, die Öko-Strom beziehen:
    - 2010: 5.5%
    - 2011: 18.95
    - 2013: 22.2%
- - Entlastungspotenzial: bezogen auf CO<sub>2</sub>-Emissionen sehr hoch

# Reichweite nachhaltiger Konsumalternativen

## Zwischenfazit

- (Leichte) Veränderungen im Kaufverhalten erkennbar
- Zum Teil Nischenphänomene mit begrenzten ökologischen Effekten
- Option des Nicht-Kaufs und der Reduzierung der Nutzung für eine Reduzierung des Konsumniveaus wenig resonanzfähig

# Bedingungen für den Wandel

## Einflussfaktoren von Transformationen (Auswahl)

1. Informationen
2. Einkommen
3. Gestaltungsmacht privater Konsument\*innen

# Bedingungen für den Wandel

## 1. Informationen

→ **nachhaltigkeitsbezogene Veränderungen im Konsumverhalten**

- Informationen: notwendige, aber keine hinreichende Bedingungen für Verhaltensveränderungen
- Informationen: wirksam insbesondere bei bereits umweltsensibilisierten Bürger\*innen
- Fokus: Einfluss auf Kaufentscheidungen

# Bedingungen für den Wandel

## 1. Informationen

→ nachhaltigkeitsbezogene Veränderungen im Konsumverhalten

- Voraussetzung I: Transparenz über die Produkte, ihre Herstellung und Eigenschaften
- Voraussetzung II: Gut informierte, (ökonomisch) rational handelnde Verbraucher\*innen („homo oeconomicus“)

# Bedingungen für den Wandel

Voraussetzung Transparenz: Beispiel Bekleidung und Schuhe

Vielzahl an Label, aktuell 42 Label bei [www.label.online.de](http://www.label.online.de) → Labelschunzel, Differenzen in den Kriterien und Anforderungen



# Bedingungen für den Wandel

Voraussetzung Transparenz: Beispiel CO<sub>2</sub>-Label Pkw's  
A – D Energieeffizienzklassen; A besonders energieeffizient

	Gewicht [kg]	CO <sub>2</sub> -Ausstoß [g]	Kennzeichnung
Audi Q7 3.0 TDI	2410	195	B
Porsche Cayenne S Hybrid	2315	193	B
smart cdi	770	86	C
Toyota Aygo	875	106	D
Citroen C1	875	106	D

# Bedingungen für den Wandel

Voraussetzung: „gut informierte, (ökonomisch) rational handelnde Verbraucher\*innen“

- Empirische Erkenntnis, dass Bürger\*innen und Konsument\*innen nur begrenzt rationale Entscheidungen treffen (Verhaltensökonomie)
- Materielle und symbolische Bedeutung von Konsum(gütern)
  - identitätsstiftende Bedeutung des Konsums
  - Distinktionsfunktion
- „der Verbraucher“: unzulässige Verallgemeinerung
  - Geschlechterdifferenzen
  - soziale Ungleichheiten
  - Lebensstile....

# Bedingungen für den Wandel

## 2. Einkommen und nachhaltiger Konsum

### → Ambivalente, widersprüchliche Beziehungen

- Einerseits: Höhere Einkommen, wenn Umwelteinstellungen
  - Potenzial für eine höhere Nachfrage nach nachhaltigeren Produkten
  - gleichzeitig: überdurchschnittlicher Ressourcenverbrauch
- Andererseits: Geringe Einkommen, seltener Umwelteinstellungen
  - Geringere Nachfrage nach nachhaltigeren Produkten
  - gleichzeitig: unterdurchschnittlicher Ressourcenverbrauch

# Bedingungen für den Wandel

## 2. Einkommen und nachhaltiger Konsum

- Bezugspunkt: **anders konsumieren** – Kauf von nachhaltigeren Alternativen
- Offen eher für einkommensstärkere Gruppen
  - verbunden mit einem Mehr an „Gewissenswohlstand“ (Ullrich 2013)
  - Zugang zu ressourceneffizienteren Technologien
- Gefahr: Umwelt-/Klimaschutz als Option für einkommensstarke Gruppen (soziale Exklusion von einkommensschwächeren Gruppen → „Nachhaltigkeit nur für Reiche?“)

# Bedingungen für den Wandel

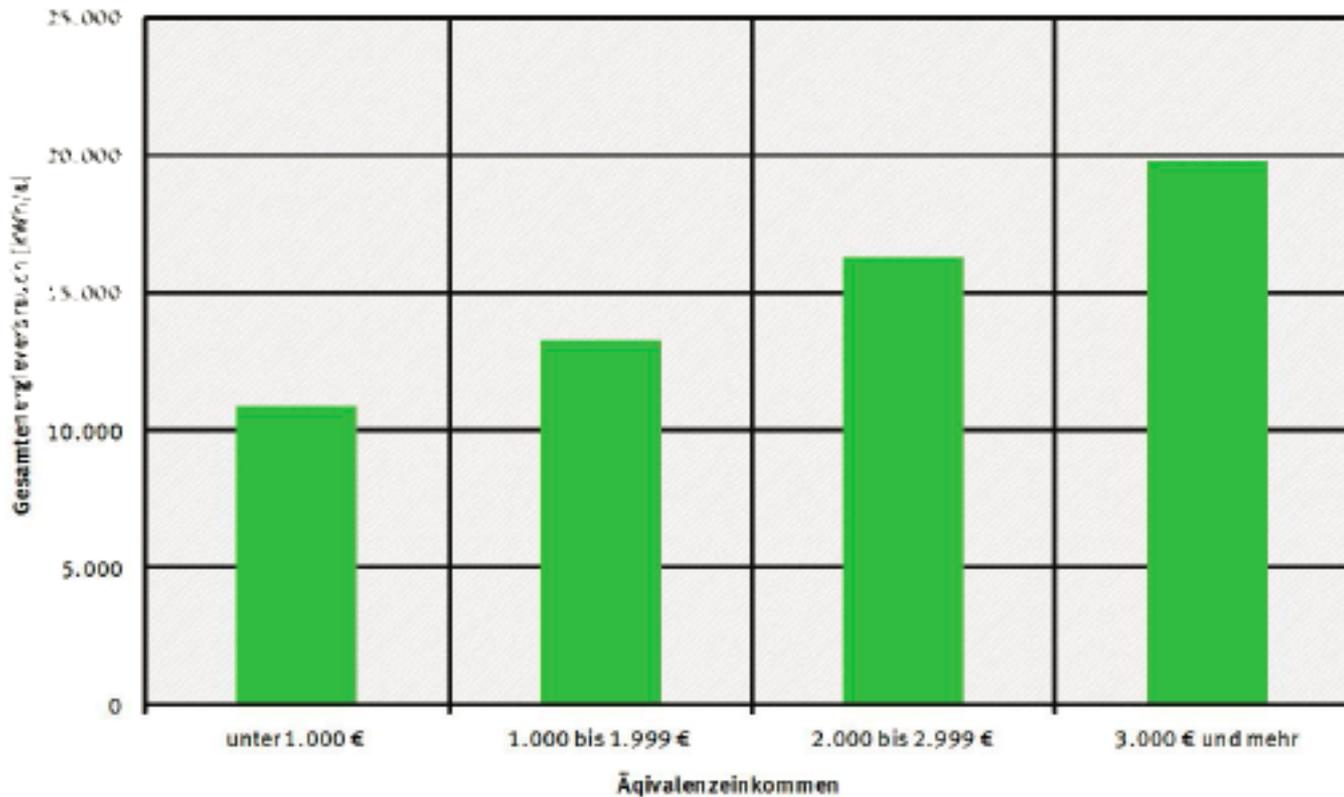
## 2. Einkommen und nachhaltiger Konsum

- Bezugspunkt: **weniger konsumieren** – geringeres Konsumniveau
- Einkommensschwächere Gruppen als „(unfreiwillige) ökologische Avantgarde“
  - weniger sichtbar in den Debatten über nachhaltigen Konsum
  - wichtiger Beitrag zu Umwelt- und Klimaschutz
  - nicht in Zusammenhang gebraucht zu „Gewissenswohlstand“

# Bedingungen für den Wandel

## 2. Einkommen und Ressourcenverbrauch

Abbildung C: Pro-Kopf-Gesamtenergieverbrauch nach Einkommen



Quelle: Kleinhüchelkotten et al. 2016

# Bedingungen für den Wandel

## 3. Gestaltungsmacht privater Konsument\*innen

- Einerseits: Betonung ihrer Gestaltungsmacht und Verantwortung für eine nachhaltigere Entwicklung
- Andererseits: Überhöhung ihrer Gestaltungsmacht; Moralisierung und Privatisierung der Verantwortung für eine nachhaltige Entwicklung

# Bedingungen für den Wandel

Begründung der Gestaltungsmacht privater Konsument\*innen:

- Indirekt über ihre Nachfrage
- Option: Kauf oder Nicht-Kauf (reaktiv)
- Erfolgsbeispiel: Boykott von gentechnisch veränderten Lebensmitteln

# Bedingungen für den Wandel

Gestaltungsmacht privater Konsument\*innen:

- Einbindung in komplexe Versorgungssysteme
- Konstruktions-/Design-Entscheidungen mit Konsequenzen für den Ressourcenverbrauch am Anfang der Produktionskette, z.B.
  - Standby-Schaltungen – Scheinaus-Schaltungen
  - Pflegehinweise: getrennt waschen
  - Verwendung von Problemstoffen, z.B. Weichmacher, Farbstoffe....

# Bedingungen für den Wandel

Gestaltungsmacht privater Konsument\*innen:

- Einbindung in (kollektive) Alltagsroutinen
  - Zusatzaufwand (zeitlich, ökonomisch...)
  - Zeit als knappe Ressource (insbesondere Familienphase)

# Bedingungen für den Wandel

Gestaltungsmacht privater Konsument\*innen:

- Problematische Fokussierung auf die privaten Konsument\*innen: Nachfrage setzt sich zusammen aus:
  - privater Konsum: knapp 60%
  - Staatskonsum: rund 20%
  - Bruttoinvestitionen: rund 20% (Verwendung BIP)

# Bedingungen für den Wandel

Zwischenfazit: Informationen/Aufklärung

- begrenzter Zugang zu Informationen, zum Teil Fehlinformationen
- begrenzte Wirksamkeit für Veränderungen
- Insbesondere Bestätigung/Bekräftigung für bereits Umweltinformierte

# Bedingungen für den Wandel

Zwischenfazit: Beziehungen Einkommen – Ressourcenverbrauch Konsum

- Fokussierung öffentliche Debatten auf den Kauf von Produktalternativen (nachhaltiger Konsum = Kauf)
- Gefahr der sozialen Exklusion von einkommensschwachen Gruppen
- Wenig Aufmerksamkeit für den Zusammenhang zwischen Einkommen und Ressourcenverbrauch
- Weniger konsumieren – suffizientere Verhaltensmuster nur wenig resonanzfähig, eventuell aktuell Veränderungen im Kontext gemeinschaftlicher Konsum/Sharing Economy

# Bedingungen für den Wandel

Zwischenfazit: Gestaltungsmacht privater Konsument\*innen

- Ambivalenz zwischen Überhöhung und Marginalisierung
- Problem der Moralisierung
- Schwierige Einordnung der Gestaltungsmöglichkeiten privater Konsument\*innen, u.a. abhängig von dem Zusammenspiel zwischen infrastrukturellen Bedingungen und gesellschaftlichem Kontext
- Bürger\*innen als „Citizen-Consumer“
- Zurückhaltung: gezielte Einflussnahme politisches System

# Fazit/Ausblick

- Einflussmöglichkeiten privater Konsument\*innen durch Veränderungen im Kauf- **und** Nutzungsverhalten durchaus vorhanden → eher kleine Beiträge
- Erforderliche Voraussetzungen aber nur ansatzweise gegeben:
  - problematische Informations- und Gestaltungsasymmetrie zwischen Produzent\*innen und Konsument\*innen
  - unzureichende politische und strukturelle Rahmenbedingungen
- Konsistente Strategien erforderlich, die das Zusammenspiel politischer Akteure, Unternehmen, Handel, privater Konsument\*innen und anderer Akteure zielgerichtet in Richtung auf die Transformation nicht nachhaltiger Konsum- und Produktionsmuster berücksichtigen

# Fazit/Ausblick

- Zunahme an Einflussmöglichkeiten privater Konsument\*innen jenseits des traditionellen geldvermittelten Marktgeschehens („Prosument\*innen“)
- Bürger\*innen als „Citizen-Consumer“  
Zivilgesellschaftliches Engagement; politisches Handeln und Engagement, z.B. Unterschriftenaktionen, Demonstrationen...

# Fazit/Ausblick

- Gesellschaftlicher Diskussions- und Lernprozess unter Beteiligung unterschiedlicher Konsumenten- und Bürgergruppen, Akteuren aus Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft:
  - „Was ist ein gutes Leben?“ Was wird darunter von unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen verstanden?
  - Welche Bedeutung haben dabei die Herstellung und der Konsum von Gütern in unterschiedlichen Konsumbereichen? (Produktion und Konsum als Gesamtsysteme)
  - → Degrowth-/Postwachstumsbewegung ein solcher Diskussions-/Experimentierraum?