

Forschungsansätze und Diffusionsbarrieren

# Entwicklungsstränge der ökologischen Konsumforschung

**Die Konsumforschung ist von theoretischen bis hin zu praxisorientierten Ansätzen sehr unterschiedlich angelegt. Dabei wird meist klar zwischen den Forschungsrichtungen getrennt und übergreifende Aspekte kaum berücksichtigt. In einer Studie der Dortmunder Universität wurde versucht, sozialpsychologische Umweltbewußteinsforschung mit einzubeziehen.**

**D**ie neuere Diskussion um die Ökologisierung von Konsumhandlungen beginnt nicht voraussetzungslos, sondern ist bereits angelegt in den Kontroversen der 60er und 70er Jahre, die unter anderen Fragen des qualitativen Wachstums, der Ressourcenverknappung, der Überflußgesellschaft und Lebensqualität zum Gegenstand hatten. Solche grundsätzlichen Überlegungen sind jedoch später der Abfall- und Schadstoffkussierung zum Opfer gefallen. Mit der Debatte um Sustainable Development und stoffstromorientierte Nachhaltigkeitskriterien werden zwar heute theoretisch weitreichende Handlungsziele für eine zukunftsfähige Lebensweise vorgeschlagen, auf der Ebene der Akteure dominieren jedoch noch immer Mülltrennung und Einzelstoffsubstitution.

Ähnliches zeigen die zahlreichen Studien zur Konsumforschung. Eher theoriegeleitete Ansätze untersuchen vornehmlich sozialpsychologisch die Herausbildung von Lebensstilen und die Zusammenhänge zwischen Bewußtsein und Handeln. Sie operationalisieren beispielsweise das Umweltverhalten anhand marginaler, für den Umweltschutz häufig eher bedeutungsloser Kriterien. Praktisch-analytische Ansätze konzentrieren sich dagegen auf die realen Erscheinungsformen der konsuminduzierten Umweltbelastungen. Im Vordergrund stehen hier einzelne Produkte und Bedarfssfelder (Ernährung, Wohnen, Freizeit usw.). Die aus der Umwelt- und Verbraucherberatung kommenden praktischen Konzepte richten sich zwar mehr an ökologischen Prioritäten aus, ohne theoretisches Gerüst gehen sie jedoch zumeist nicht über deskriptiv-naturwissenschaftliche Problembeschreibungen hinaus. In einer eigenen Studie der Universität Duisburg wurde vor die-

Von Gerbard Bodenstern  
und Achim Spiller

sem Hintergrund versucht, sozialpsychologische Umweltbewußteinsforschung in die Konsumforschung mit einzubeziehen (1).

## ► Lebensstilforschung

Der vornehmlich theoretisch und auf die Methoden der empirischen Sozialforschung ausgerichtete Forschungszweig analysiert die Herausbildung von ökologiebezogenen Lebensstilen. Diese werden als relativ dauerhafte Verhaltens- und Selbstdarstellungsmuster begriffen, nach denen Gruppen von Menschen ihr Alltagsleben organisieren. Darin spiegeln sich sowohl objektive Bedingungs-lagen als auch subjektive Möglichkeiten, eigene Werte und Ziele zu verfolgen. Die umweltbezogene Lebensstilforschung knüpft zunächst an die von Inglehart (1977) postulierte These der „stillen Revolution“ an, nach der konsumfernere, post-materialistische Werte wie Selbstverwirklichung, soziale Anerkennung oder Erlebnisorientierung mit den nachwachsenden Generationen an Dominanz gewinnen und damit gleichzeitig umweltfreundlichere Lebensweisen begründen (2). Heute muß diese Vision eines grundlegenden gesellschaftlichen Wertewandels als widerlegt und als Artefact der politischen Diskussion der 70er Jahre gelten. Die realen Entwicklungen sind eher durch Stichworte wie Pluralisierung der Lebensstile, Werteerosion und Individualisierung zu beschreiben, wobei in den diversen Lebensstilgruppen höchst unterschiedliche Kombinationen umweltfreundlichen und umweltschädlichen Verhaltens zu beobachten sind; ein Gemisch, das mit der Bezeichnung ökologisch-ambivalente Patchwork-Lebensstile treffend etikettiert wird (3). Die Kerngruppe der Ökopioniere ist in keiner einzelnen Lebensstilgruppe mehrheitsfähig, ihr Anteil an der Gesamtbevölkerung wird auf deutlich unter zehn Prozent geschätzt (4).

## ► Bewußtsein und Handeln

Ein weiterer theoretischer Ansatz fokussiert im Gegensatz zur Lebensstilforschung auf die einzelnen Akteure und analysiert die Zusammenhänge zwischen Bewußtsein und Handeln. Forschungsschwerpunkte bilden die Größe des umweltorientierten Marktsegmentes, die Suche nach Einflußfaktoren, insbesondere die Analyse der sozialen Basis des Umweltbewußtseins (Ausbildungsniveau, Alter, Geschlecht usw.) und die Abhängigkeiten zwischen Einstellung, Handlungsbereitschaft und konkretem Handeln.

Formuliert man einfache Fragen zur generellen Bedeutung des Umweltschutzes, so stufen sich rund 90 Prozent der Bundesbürger als umweltbewußt ein. Eine differenziertere und weit verbreitete Längsschnitterhebung konstatiert für die letzten Jahre eine hohe Umweltorientierung bei etwa 60 Prozent der Konsumenten, rund 15 Prozent haben keine differenzierte Einstellung und etwa 25 Prozent geben sich als Umweltgegner zu erkennen (5). Die Dortmunder Studie hat sich „härterer“ Kriterien (konkrete Wissensfragen, tatsächliches umweltpolitisches Engagement etc.) bedient, kommt allerdings zu dem erstaunlichen Ergebnis, daß sich weniger als zehn Prozent der Konsumenten bisher ernsthaft mit Umweltschutzfragen auseinandergesetzt haben (siehe Kasten). Umweltbewußtsein ist, darauf verweisen die abweichenden Werte der verschiedenen Untersuchungen, letztlich eine nur normativ zu bestimmende Variable. Es ist offensichtlich, daß die Angaben unterschiedlich ausfallen, je nachdem, ob sich die Fragen auf kleinteilige Schritte etwa im Rahmen der Abfallwirtschaft oder auf einen langfristigen und global tragfähigen Lebensstil beziehen.

Hinsichtlich der soziodemographischen Fundierung des Umweltbewußtseins sind die Ergebnisse divergierend und wenig ermutigend im Hinblick auf die Ableitung einheitlicher Verhaltensmuster. Die in der obigen Auswertung erkennbaren Zusammenhänge bezüglich des Alters (ökologische Gegner finden sich eher bei älteren Menschen) und der Ausbildung (Umweltorientierte sind in der Regel besser ausgebildet) können nicht als eindeutige Tendenz bewertet werden.

## ► Patchwork-Handeln

Umstritten ist vor allem der Zusammenhang zwischen Umweltbewußtsein und -verhalten. So finden sich bei Individuen mit vergleichbarem



## Alle Stühle sind gleich!?

Es gibt viele Stühle, auf denen Sie mehr oder weniger gut sitzen können. Es gibt einige Stühle, die Ihren Bewegungsdrang stützen, damit Sie gesund sitzen. Und es gibt Picto, der noch mehr kann. Der schont auch noch die Umwelt. Alles ist verschraubt, so daß sich nach langer intensiver Nutzung

Verschleißteile einfach ersetzen lassen (das schont auch Ihren Geldbeutel!). Und sollte schließlich - nach langer Zeit - das Produktleben doch zu Ende sein, sind beste Voraussetzungen für ein umweltgerechtes Recycling gegeben. Denken Sie daran! Zeit für Wilkhahn.

Bewußtsein erhebliche Unterschiede im Umwelthandeln und zudem agieren die einzelnen Akteure ebenso fallweise einmal mehr und dann wieder weniger umweltfreundlich – sogenanntes Patchwork-Handeln. Diese Inkonsistenzen lösten eine Art pragmatische Wende in der Umweltbewußtseinsforschung aus: Gesucht wurde nach internen und externen Barrieren, die den postulierten Bewußtseins-Verhaltens-Zusammenhang behindern könnten. Als interne Barrieren gelten etwa fehlende Kenntnisse, mangelnde Akzeptanz von Eigenverantwortung, Habitualisierungen, Trittbrettfahrerverhalten, Motivationskonflikte, vermutete Effizienz Nachteile, Echtheitszweifel, Irrelevanzeindruck usw. (6). Viele dieser Probleme können auf externe Barrieren zurückgeführt werden, beispielsweise auf mißbräuchliches Umweltmarketing, fehlende Beratung oder auch auf allgemeine Infrastrukturdefizite (z. B. Trennung von Wohnen, Arbeiten, Einkaufen und Freizeitangeboten). Die „Kunst des richtigen Verhaltens in den falschen Strukturen“ (7) verlangt mehr Wissen und Engagement, als es die große Gruppe der ökologischen Mitläufer aufbringt. Die meisten dieser Akteure tun ihrem hohen Umweltbewußtsein Genüge, indem sie es in Situationen einlösen, die keine größeren Verhaltensänderungen erfordern, wenig Unbequemlichkeiten verursachen und keinen Zusatzaufwand verlangen (8).

► **Praktisch-analytische Konzepte**

Zu ganz anderen Ergebnissen kommt die Konsumforschung der praktisch-analytischen Ansätze. Diese wollen bewußt konkrete Handlungsmöglichkeiten offenlegen, diese bewerten und umsetzbare Vorschläge generieren. Im ersten Schritt ist hier auf die vielfältige Ratgeberliteratur zu verweisen, die Handlungsrezepte für verschiedene Problemfelder aufzeigt. Darauf aufbauend versucht z. B. das Umweltbundesamt, die Erfolge der bisher erreichten Verhaltensänderungen zu messen, um so – in einer Art Ökobilanz des Haushaltes – einen Gesamtüberblick über Konsumstrukturen zu gewinnen (9).

Stellt man die einzelnen Detailfragen nicht einfach ungewichtet nebeneinander, sondern nimmt Bezug auf die in der Nachhaltigkeitsdebatte generierten Bewertungsgrößen, so lassen sich diejenigen Handlungsfelder identifizieren, in denen die privaten Haushalte hauptsächlich Materialströme induzieren und Energie verbrauchen. Es sind Fragen wie Haustyp, Wohnungsgröße, Heizungsart und -nutzung, Verkehrsträgerbesitz, Flugzeugverkehr und regionale, ökologisch produzierte Lebensmittel, die für die realen Effekte des Konsumhandelns ausschlaggebend sind. Dagegen sind häufig abgefragte Kriterien wie Benutzung von Plastiktüten, Kauf von Mehrwegflaschen, Waschmittelwahl, Teilnahme am Dualen System, Fahrge-

schwindigkeit, etc. von eher symbolischer Bedeutung. Beispielhaft verdeutlicht: Ein Urlaubsflug in die Karibik konterkariert die Fahrt mit öffentlichen Verkehrsmitteln in die Innenstadt für Jahrzehnte, gegen den Kauf von Eigenheimen und Autos wirken die häuslichen Abfalltrennbemühungen wie „Peanuts“.

► **Umweltbewußtsein und nachhaltiger Konsum**

Die Dortmunder Studie zielt auf die Verbindung von Einstellungsforschung und Nachhaltigkeitsdebatte. Wir haben daher soweit möglich die prioritären Determinanten ökologischen Konsums einbezogen und nach ihrem Anteil am Material- und Energieverbrauch zu einem Gesamtverhaltensindex gewichtet. Im Ergebnis:

- Insgesamt gibt es keine (auch noch so schwache) Korrelation zwischen Umweltbewußtsein und dem Umweltgesamtverhaltensindex.
- Nur die kleine Gruppe der Umweltorientierten verhält sich ökologischer (was angesichts der geringen Clustergröße nicht auf den Gesamtzusammenhang durchschlägt).
- Hoch signifikante Korrelationen bestehen zwischen Umwelverhalten und Haushaltseinkommen, Haushaltsgröße sowie Geschlecht. In den zentralen Handlungsfeldern Wohnen und Verkehr geht ein steigendes Einkommen mit einer erheblich höheren Umweltbelastung einher. Die vergleichsweise deutliche Korrelation zeigt, daß es beim umweltfreundlichen Konsum um ein neues Wohlstandsmodell geht. Die mit einem hohen Einkommen verbundenen Möglichkeiten zum Kauf umweltfreundlicher Produkte (Effizienzeffekt) reichen nicht aus, um den einkommensinduzierten Mehrkonsum (Mengeneffekt) auszugleichen. Für das bessere Abschneiden größerer Haushalte sind Vorteile im Wohn- und Abfallbereich verantwortlich; Frauen verhalten sich im Verkehrs- und Ernährungssektor umweltfreundlicher.
- Letztlich verbleibt ein erheblicher Teil unerklärter Varianz. Die ökologischen Effekte des Konsums werden heute im wesentlichen durch Bedingungsfaktoren determiniert, die von den Handelnden nicht mit Umweltschutz in Beziehung gebracht werden, wie Wohn-/Arbeitsort, Berufswahl, Hobbys und Reiseverhalten. Insgesamt wird deutlich, daß die in der ökologischen Forschung diskutierte Nachhaltigkeitsdebatte den weit überwiegenden Teil der Bevölkerung bisher nicht erreicht hat. Der in unserer Studie nachgewiesene äußerst niedrige Wissensstand – nur 14 Prozent der Befragten kennen

**Einstellung zum Umweltschutz in Deutschland 1996**

Bewußtseins-Typen	Clustergröße	Kurzcharakteristik
Umweltorientierte	8 Prozent	<ul style="list-style-type: none"> <li>● hohes Umweltwissen</li> <li>● ausgeprägtes und vielfältiges Engagement (Spenden, Demonstrationen, fast alle sind Mitglied einer Umweltschutzorganisation)</li> <li>● selbstkritische Einschätzung des eigenen Verhaltens, große Angst vor Umweltverschmutzung</li> <li>● sehr hohes Bildungsniveau, kleinere Haushaltsgröße</li> </ul>
Mitläufer	56 Prozent	<ul style="list-style-type: none"> <li>● sehr positive affektive Bewertung des Umweltschutzes (z.B.: sehr häufig Angst vor Umweltverschmutzung, hohes Risikobewußtsein, Wut auf die Verantwortlichen, Umwelt eher wichtiger als Wirtschaftswachstum)</li> <li>● aber weitgehend passiv und</li> <li>● fast ohne Umweltwissen</li> </ul>
Ablehner	36 Prozent	<ul style="list-style-type: none"> <li>● gleichgültige oder ablehnende Haltung zum Umweltschutz (mehr als die Hälfte glaubt, daß Medien beim Umweltschutz übertreiben, halten Umweltschützer überwiegend für Besserwisser, starke Präferenz für Wirtschaftswachstum, Neigung zu Fatalismus und Hedonismus)</li> <li>● fast kein Umweltwissen</li> <li>● kein Engagement</li> <li>● älter, leicht unterdurchschnittliches Bildungsniveau</li> </ul>

Quelle: Eigene Erhebung

Markenzeichen des ökologischen Landbaus – und die Dominanz abfallpolitischer Handelns haben gezeigt, daß Umweltschutz heute als Partialproblem in einigen wenigen Handlungsfeldern aufgefaßt wird. Die notwendige Reichweite der Verhaltensänderungen, sowohl hinsichtlich Effizienz (ökologischer kaufen) als auch Suffizienz (weniger kaufen) (10), ist bisher nicht kommuniziert. Solange der prioritäre Beitrag einzelner Bereiche wie Wohnform, Flugverkehr oder Autobesitz zur persönlichen Ökobilanz vollkommen unklar bleibt, ist ein nachhaltiger Konsumstil nicht zu erwarten. Die oben diskutierte Low-Cost-Hypothese ist somit mindestens ebenso sehr ein Resultat der defizitären gesellschaftlichen Umweltkommunikation (11) wie der menschlichen Bequemlichkeit.

### ► Zur Diffusion ökologischer Handlungsweisen

Das Kernproblem einer Ökologisierung des Konsums ist der außerordentlich defizitäre Wissensstand. Unter anderem verwundert, daß die Ergebnisse der sozialwissenschaftlichen Diffusionsforschung, die sich mit der Durchsetzung von Neuerungen auf der Ideen- und Objektenebene befaßt, kaum beachtet werden (12). Empirisch gut gesichert wurden dort Elemente der Innovationsdiffusion herausgearbeitet, die auch für die Durchsetzung ökologisch sinnvoller Verhaltensweisen fruchtbar gemacht werden könnten (13). Exemplarisch:

- Im Hinblick auf die Komplexität der Lebensstilökologisierung ist es sinnvoll, zwischen der Diffusion der Idee des nachhaltigen Konsums und der Verbreitung einzelner Verhaltensweisen oder korrespondierender Produkte zu unterscheiden. Im wissenschaftlichen Diskurs ist die Idee der Nachhaltigkeit bisher nur in Ansätzen elaboriert, kein Wunder, daß sie sich auf der Verbraucherebene kaum widerspiegelt. Die Schwierigkeiten einer nachhaltigen ökologischen Aufklärung liegen in der geringen sinnlichen Wahrnehmbarkeit produktlebenswegübergreifender Gesamtbeobachtungen und in der hohen Detailkomplexität und Dynamik der naturwissenschaftlichen Bewertung. Es ist kaum zu erwarten, daß eine breitere Objektdiffusion als Folge ökologischen Handelns der Individuen der Ideendiffusion vorausgehen wird. Angesichts der vielfältigen Handlungsbarrieren und der zum Teil völlig konträren Meinungen zum Gegenstandsbereich wäre es wohl auch heroisch, vom Normalbürger eine Problemlösung zu erwarten, mit der er via Kauf-

entscheidung die Produktions- und die Wissenschaftssphäre in Richtung einer nachhaltigen Entwicklung umsteuert. Ein erstes Fazit wäre mithin, daß eine breite Diskussion über die Basiswerturteile der Nachhaltigkeitsidee geführt werden müßte. Globale Gleichverteilung von Umweltrechten und gleiche Ansprüche zukünftiger Generationen lassen die Prämisse einer schrankenlosen, jeder gesellschaftlichen Diskussion entzogenen Konsumsphäre veraltet erscheinen.

- Bei der Objektdiffusion weist die Diffusionsforschung den Kenntnissen und Informationen für komplexe individuelle Kaufentscheidungsprozesse initiale Funktionen zu. Gerade hier zentrieren sich jedoch die Defizite. Auch wenn man die Prämissen eines nachhaltigen Konsumhandelns akzeptiert, führt eine verzerrte, einzelproblem- und gesundheitsfixierte Medienberichterstattung sowie die völlig unübersichtliche und vielfach irreführende Wareninformation seitens der Unternehmen eher zur Resignation denn zur aktiven Auseinandersetzung mit innovativen ökologischen Produkten. Das Patchwork-Handeln der Konsumenten findet darin eine wichtige Begründung. Ein zweites Fazit lautet: Es bedarf einer Diskussion um die Voraussetzungen einer validen Verbraucherinformation in einem Bereich, der durch extrem hohe Informationsasymmetrie zwischen den Marktseiten gekennzeichnet ist. Traditionelle Marketinglösungen (z. B. Öko-Gütezeichen) greifen hier nicht oder sind im Verhältnis zu den Kommunikationsausgaben der Wirtschaft von nur marginaler Bedeutung.

- Nach den Ergebnissen der Diffusionsforschung setzen sich Neuerungen schneller bei nachweisbaren Vorteilen gegenüber Konkurrenzangeboten, bei großer Übereinstimmung mit den Gewohnheiten/Erfahrungen in der Zielgruppe, niedriger Komplexität, leichter kommunizierbarkeit und einfacher risikoloser Zugänglichkeit durch. Nur bei hinreichender Ausprägung dieser (dimensionalen) Innovationsattribute ist eine hohe Diffusionsrate mit exponentiellen Verlaufsformen zu erwarten, anderenfalls ergeben sich s-förmige Verbreitungsabläufe, bei denen viel Zeit bis zur endgültigen Marktdurchsetzung vergehen kann. Es leuchtet ein, daß ökologisches Handeln sich vielfach nur zögerlich ausbreiten wird; Hoffnungen auf schnelle Akzeptanz lassen sich aus Sicht der Diffusionsforschung kaum rechtfertigen. Das dritte Fazit: Will man die Objektdiffusion ohne vorausgehende Auseinandersetzung mit

der Idee des nachhaltigen Konsums forcieren, so wäre zu beachten, daß die ökologischen Angebote den angesprochenen Vorteilsdimensionen soweit möglich gerecht werden. Konkret: Sie sollten an habitualisierte Verhaltensweisen (traditionelle Absatzwege, bekannte Marken, akzeptiertes Design, bevorzugte Preiskategorien) anknüpfen sowie leicht vermittel- und kommunizierbar sein. Der Erfolg der Abfalldiskussion rührt wohl auch daher, daß hier ein 'augenfälliges Problem mit rasch zu vollziehenden Handlungsregeln (Mehrweg statt Einweg, Jute statt Plastik, Container statt Mülltonne) verknüpft wurde. Für ganzheitlich ökologische Produkte sind die Erfolgsaussichten allerdings ungleich geringer.

### Anmerkungen

- 1) Universität Duisburg 1996: mdl. Befragung von 287 Probanden nach Quotenvorgabe. Veröffentlichung in Vorbereitung
- 2) Überblick bei G. Wiswede: Der „neue Konsument“ im Lichte des Wertewandels. in: R. Szallies, G. Wiswede (Hrsg.): Wertewandel und Konsum. Landsberg/Lech 1990, S. 11-40
- 3) F. Reusswig: Die Gesellschaft der Lebensstile. Zur modernen Lebensstilforschung und ihrer ökologischen Bedeutung. in: Politische Ökologie, Nr. 33/1993, S. 6-9
- 4) K. Gillwald: Ökologisierung von Lebensstilen. WZB-Paper FS III 95-408
- 5) F. Wimmer: „Der Einsatz von Paneldaten...“ in: UWF, Nr. 1/1995, S. 28 - 34
- 6) A. Bänsch: „Marketingfolgerungen...“ in: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, Nr. 4/1990, S. 360 - 379
- 7) U. v. Winterfeldt: „Ökologisches Handeln...“ in: IÖW/VÖW Informationsdienst, Nr. 1/1992
- 8) A. Diekmann, P. Preisendörfer: Persönliches Umwelthalten. in: KZfSS, Nr. 2/1992, S. 226 - 252
- 9) H. Neitzel et al.: „Das Umwelthalten der Verbraucher...“ Texte Nr. 75/94 des UBA, Berlin 1994 und B. Seel, C. Stahmer (Hrsg.): Haushaltproduktion und Umweltbelastung. Frankfurt a. M., New York 1995
- 10) Vgl. zur Unterscheidung C. Weskamp: Determinanten nachhaltigen Konsums. in: Ökologischer Konsum. Berlin 1995
- 11) dazu insb. A. Spiller: Ökologieorientierte Produktpolitik. Marburg 1996
- 12) Ev. M. Rogers: Diffusion of Innovations. 3rd ed., New York, London 1983
- 13) G. Bodenstein: Diffusionsforschung. in: Poth, L. G. (Hrsg.), Marketing-Loseblattsammlung, 2. Aufl., Neuwied 1987

### Die Autoren

Gerhard Bodenstein ist Professor für Marketing und Konsum an der Gerhard-Mercator-Universität – GH Duisburg, Achim Spiller ist dort Habilitant  
**Kontakt:** Universität Duisburg, FB 5, Lotharstr. 65, 47057 Duisburg, Tel. (0203) 379-2195

(c) 2010 Authors; licensee IÖW and oekom verlag. This is an article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial No Derivates License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.