

Für eine empirische Erforschung der Beziehung zwischen Individuum und System im Themenfeld des nachhaltigen Konsums

Einleitung zum Schwerpunktthema

Ellen Matthies & Andreas Homburg

Vierundzwanzig Jahre nach dem Rio-Gipfel zu Umwelt und Entwicklung – also 2006 – konstatierte das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) dass „trotz umfangreichen Wissens hinsichtlich der Notwendigkeit nachhaltiger Konsummuster und einer breiten Maßnahmenpalette im Bereich der Verbraucheraufklärung (...) es bisher kaum gelungen (sei), einen generellen Trend in Richtung (eines) Nachhaltigen Konsums zu bewirken“ (s. <http://www.bmbf.de/foerderungen/6520.php>) und begründete damit die Einrichtung eines neuen Forschungsschwerpunktes, der sich in transdisziplinär ausgerichteten Projekten mit hier vorliegenden Barrieren und Möglichkeiten ihrer Überwindung befassen sollte (S. <http://www.söf.org/de/947.php>). Der vorliegende Themenschwerpunkt zum Nachhaltigen Konsum in *Umweltpsychologie* ist von diesem Forschungsprogramm geprägt. Mehrere Beiträge stammen aus Verbundprojekten dieses Programms, und seiner Existenz ist wohl auch der Umstand geschuldet, dass wir bei über 20 eingereichten



Ellen Matthies

Professorin für Environmental Psychology an der NTNU Trondheim, Norwegen. Forschungsschwerpunkte: Erklärung und Veränderung umweltrelevanter Verhaltensweisen, insbesondere Verkehrsmittelnutzung und Energienutzung, beteiligende Interventionsformen.



Andreas Homburg

Professor für Wirtschaftspsychologie an der Hochschule Fresenius, Idstein. Aktuelle Arbeitsschwerpunkte: Wirtschafts-, Umwelt- und Sozialpsychologie, Evaluationsforschung (z.B. Umwelthandeln, Nachhaltiges Konsumverhalten). Mitherausgeber von *Umweltpsychologie*.

und acht veröffentlichten Manuskripten dieses Schwerpunktthema in *Umweltpsychologie* gesplittet und auf zwei Hefte aufgeteilt haben.

Der vorliegende Themenschwerpunkt bildet somit eine Fortsetzung, und es mag uns daher erlaubt sein, keine grundsätzliche Einführung in das Thema zu geben – hier sei auf Homburg und Matthies (2010) verwiesen. Stattdessen möchten wir einleitend auf eine aktuelle Diskussion um die „Privatisierung der Nachhaltigkeit“ (Grundwald, 2010) eingehen. Grundwald plädiert – im möglichen Gegensatz zum Ausschreibungstext des erwähnten Forschungsschwerpunktes – dafür, die Aufgabe der Veränderung von nachhaltigkeitsrelevanten Konsummustern nicht ins Private zu verlagern, sondern ausschließlich durch politisch, strukturelle Maßnahmen zu steuern. Dafür führt er drei Argumente an: Die mangelnde Überschaubarkeit der komplexen Wirkungen von Konsumhandlungen, Zweifel an der Effektivität selbst einfacher Konsumhandlungen (z.B. Energiesparen), und die grundsätzliche Ablehnung der Verlagerung politischer Aufgaben ins Private. Wir möchten hier einleitend Grundwalds Argumentation aufgreifen, weil sie Forschungsbedarf zum Nachhaltigen Konsum aufzeigt und weil sie deutlich macht, wie wenig bereits existierende empirische Forschung zum Umwelthandeln und zum Zusammenspiel von Individuum und Kontext in dieser Argumentation berücksichtigt wird.

Das Zusammenspiel von individuellem Alltagshandeln und politischen Bereitschaften

Nicht nur bei Grundwald findet sich die Annahme, dass nachhaltiger Konsum im Alltag nicht hinreichend ist, bzw. sogar im Widerspruch zu Lösungen auf struktureller Ebene steht. 2008 gab der WWF eine wissenschaftliche Analyse in Auftrag, die sich mit der Frage beschäftigte, ob Kampagnen zum nachhaltigen Konsum im Alltagsleben hin-

reichend sind, oder gar auf der individuellen Ebene die Bereitschaft für politische Aktivitäten und die Unterstützung von Maßnahmen einschränken. Die von Crompton und Thøgersen (2009) hierzu ausgeführten Überlegungen zeigten, dass nur unter bestimmten Umständen sogenannte Spillovereffekte, d.h. Übertragungseffekte von einem Konsumbereich auf den nächsten (etwa vom Konsum von Fairtrade-Kaffee auf den Kauf eines energiesparenden Kühlschranks) zu erwarten sind, und dass eine auf einfache Verhaltensweisen fokussierende Kampagne nicht automatisch auch eine politische Motivation, etwa zur Unterstützung von politischen Maßnahmen erzeugt. Die Analyse von Crompton und Thøgersen war rein theoretisch und stützte sich auf psychologische Ansätze – zu Recht wurde von den Autoren im Bericht abschließend darauf hingewiesen, dass zum Zusammenwirken von individuellem Handeln und politischen Bereitschaften im Bereich des nachhaltigen Konsums empirische Forschung dringend nötig sei. Die Umweltpsychologie bietet hier sehr gute Ausgangsbedingungen, weil sie traditionell individuelles Handeln im weiteren Kontext (physisch, sozial, kulturell) betrachtet, und gleichzeitig methodisch die Voraussetzungen mitbringt, um Zusammenhänge empirisch zu analysieren. Als Beleg hierfür mag die seit den 80er Jahren betriebene psychologisch fundierte Forschung zum *Handeln in ökologisch-sozialen Dilemmata* gelten (Ernst, 2008), sowie die *Forschung zu umweltgerechtem Handeln*, bzw. zur *Rolle von persönlichen ökologischen Normen in Interaktion mit externen Rahmenbedingungen* (Steg, Dreijerink, Abrahamse, 2005; Thøgersen & Ölander, 2002; Hunecke, Blöbaum, Höger & Matthies, 2001). Empirische Befunde zeigen, dass Umweltbewusstsein sich eher auf Bereitschaften und Akzeptanz von Maßnahmen auswirkt, einzelne Alltagshandlungen hingegen von so vielen Faktoren und Res-

traktionen bestimmt sind, dass hier kaum das ökologische Bewusstsein steuert (Steg et al., 2005). Diese Überlegungen lassen sich leicht auf das Handlungsfeld des nachhaltigen Konsums übertragen. Es ist bedauerlich, dass diese bereits vorliegenden Befunde nicht von jenen zur Kenntnis genommen werden, die sich zur Interaktion zwischen Individuum und System, bzw. zur Wirksamkeit von Steuerungsansätzen im Bereich des nachhaltigen Konsums äußern.

Der Themenschwerpunkt

Die vier Beiträge in diesem Schwerpunktheft befassen sich im weiten Sinne alle mit der Frage nach dem Zusammenspiel zwischen Struktur und Individuum bei der Förderung des nachhaltigen Konsums; dabei beziehen sich alle Beiträge auch auf eigene wissenschaftlich-empirische oder aber praktisch-veränderungsorientierte Arbeit.

Melanie Jaeger-Erben, Martina Schäfer und Sebastian Bamberg haben in einem mehrjährigen Projekt untersucht, ob und wie Interventionen zur Förderung eines nachhaltigen Mobilitäts-, Ernährungs-, und Energieverhaltens im *Kontext biographischer Übergänge* (Umzug, Geburt des ersten Kindes) Wirkung entfalten können. Die AutorInnen stellen im vorliegenden Beitrag ihren Forschungsansatz vor. Sie argumentieren, dass es im Forschungsfeld „Nachhaltiger Konsum“ besonders sinnvoll ist, eine Kombination qualitativer und quantitativer empirischer Methoden und eine Verwendung psychologischer und soziologischer Theorien anzustreben. Diese Kombination ermöglicht es, Wissen zur *Interaktion zwischen Mikro- und Makroinflüssen* auf Konsum erarbeiten zu können.

Der Beitrag von *Ingo Kastner* und KollegInnen nimmt das Zusammenspiel zwischen

staatlichen Anreizprogrammen und KonsumentIn in den Blick. Die AutorInnen befassen sich in ihrem Beitrag mit der Gestaltung von Förderprogrammen zur Erhöhung des Verbreitungsgrades solarthermischer Anlagen in privaten Haushalten und nehmen hier die Perspektive der psychologischen Entscheidungsforschung ein. In einem fiktiven Szenario wurden Untersuchungspersonen gebeten, sich für Förderalternativen zu entscheiden, bzw. hinsichtlich des wahrgenommenen ökonomischen Risikos zu beurteilen. Bei der Wahlentscheidung zeigten sich Präferenzen für ein auf Grundlage der Entscheidungsforschung entwickeltes neues Konzept – der Herstellerfinanzierung. Es zeigte sich zudem, dass ProbandInnen mit einer ausgeprägten ökologischen Orientierung sich eher für Solaranlagen entscheiden.

Susanne Steiner und Kollegen befassen sich in ihrem Beitrag mit der Interaktion zwischen Produkt, Hersteller und KonsumentIn. Sie berichten aus einer Studie zur *Nutzerintegration bei der Entwicklung von nachhaltigkeitsrelevanten Innovationen*. Ausgehend von der Überlegung, dass gerade hier große Potenziale für einen nachhaltigen – weil energieeffizienten Konsum – liegen, wurde u.a. der Bereich Bauen/Wohnen untersucht und wird hier beispielhaft vorgestellt. Das AutorInnenteam berichtet u.a., dass die Identifikation mit dem nachhaltigen Produkt selbst zu den wichtigsten Anreizen für die Teilnahme an Innovationsworkshops gehört.

Auch der Beitrag von *Kuno Roth* greift das Zusammenspiel von Struktur und Individuum auf. Aus Sicht eines Experten für Interventionen/Kampagnen formuliert er die These, dass viele Umweltschutzinterventionen zu sehr auf Wissensvermittlung an Einzelpersonen setzen. Als Alternative stellt er

■ **Schwerpunktthema** eine „urwaldfreundlich-Mitmachkampagne“ vor, die von 2004 bis 2007 in der Schweiz durchgeführte wurde. Die Kampagne arbeitete mit breiten Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche/Umweltaktive und richtete sich insbesondere an Großkundinnen wie Gemeindeverwaltungen. In der Kampagne wurde die Veränderung von Strukturen und individuellem Handeln angegangen. Vor dem Hintergrund der Möglichkeiten und Grenzen der Mitmach-Kampagne stellt Kuno Roth abschließen ein Konzept des „Open Campaigning“ vor.

Kontakt

Prof. Dr. phil. Andreas Homburg
Hochschule Fresenius
Fachbereich Wirtschaft & Medien
Limburger Str. 2
65510 Idstein
homburg@hs-fresenius.de

Literatur

- Crompton, T. & Thøgersen, J. (2009). Simple and Painless? The limitations of spillover in environmental campaigning. *World Wildlife Foundation*: 33.
- Ernst, A. (2008). Ökologisch-soziale Dilemmata. In E.D. Lantermann & V. Linneweber (Hrsg.), *Enzyklopädie der Psychologie, Serie IX, Umweltpsychologie, Bd. 1*. (S. 569-605). Göttingen: Hogrefe.
- Grunwald, A. (2010). Wider die Privatisierung der Nachhaltigkeit. *GAIA*, 19(3), 178-182.
- Homburg, A. & Matthies, E. (2010). Nachhaltiger Konsum – Einleitung zum Schwerpunktthema. *Umweltpsychologie*, 14(2), 4-8.
- Hunecke, M., Blöbaum, A., Matthies, E. & Höger, R. (2001). Responsibility and environment – Ecological norm orientation and external factors in the domain of travel mode choice behavior. *Environment and Behavior*, 33, 845-867.
- Steg, L., Dreijerink, L. & Abrahamse, W. (2005). Factors influencing the acceptability of energy policies: A test of VBN theory. *Journal of Environmental Psychology*, 25, 415-425.
- Thøgersen, J., & Ölander, F. (2002). Human values and the emergence of a sustainable consumption pattern: A panel study. *Journal of Economic Psychology*, 23, 605-630.