

## Nachhaltiger Konsum nur für Reiche? Der Zusammenhang von Wohlstandsniveau und Konsumverhalten

Hoffmann, Rasmus

Veröffentlichungsversion / Published Version

Sammelwerksbeitrag / collection article

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Hoffmann, R. (2006). Nachhaltiger Konsum nur für Reiche? Der Zusammenhang von Wohlstandsniveau und Konsumverhalten. In K.-S. Rehberg (Hrsg.), *Soziale Ungleichheit, kulturelle Unterschiede: Verhandlungen des 32. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in München. Teilbd. 1 und 2* (S. 2787-2801). Frankfurt am Main: Campus Verl. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-143395>

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

# Nachhaltiger Konsum nur für Reiche? Der Zusammenhang von Wohlstandsniveau und Konsumverhalten

*Rasmus Hoffmann*

## 1. Einleitung

Milch aus Pfandflaschen, Obst und Gemüse aus kontrolliert-biologischem Anbau, Öko-Papier für das Büro und die Toilette, Energiesparlampen, das drei-Liter Auto – solche Produkte werden allgemein als umweltfreundlich, ökologisch oder auch nachhaltig bezeichnet. Sie belasten die Umwelt weniger als andere, sind aber meistens auch teurer und viele Menschen können oder wollen sich diesen »ökologischen Konsum« nicht leisten. Verhalten sie sich deshalb weniger umweltfreundlich als jene, die sich diesen gehobenen Konsum leisten können?

Einzeln betrachtet sind die oben genannten Produkte jeweils umweltfreundlicher als die herkömmlichen Alternativen. Aber die Haushalte, die aufgrund ihres besseren Einkommens im Ökoladen einkaufen können, konsumieren insgesamt auf einem qualitativ wie quantitativ höherem Niveau.

Es stellt sich also die Frage, wie der als ökologisch bezeichnete Ausschnitt des Konsumverhaltens vor dem Hintergrund eines insgesamt anspruchsvolleren und höheren Konsumniveaus bei den Reichen zu beurteilen ist. In Bezug auf ärmere Haushalte stellt sich dann folgende Frage: Ist der Einkauf bei ALDI und das aus Sparsamkeit bevorzugte Billigprodukt ohne Öko-Label vor dem Hintergrund eines insgesamt niedrigen Konsumniveaus ökologisch bedenklich?

Durch diese Gegenüberstellung von armen und reichen KonsumentInnen wird bereits deutlich, dass jede Gruppe verschiedene Möglichkeiten hat, nachhaltig zu konsumieren, die eine durch Sparsamkeit, die andere durch finanziellen Aufwand. Diese beiden Möglichkeiten lassen sich nicht exakt gegeneinander aufrechnen, aber es kann empirisch untersucht werden, in welchem Maße sie von Haushalten unterschiedlichen Wohlstandsniveaus praktiziert werden. Das führt zu der zentralen Frage meiner Arbeit:

*Wie beeinflusst die sozioökonomische Situation die Nachhaltigkeit des Konsums?*

Ein solcher Ansatz distanziert sich von der Annahme, dem Konsumverhalten würden freie, rationale Entscheidungen zugrunde liegen, und nachhaltigem Verhalten immer eine umweltbewusste Einstellung. Ausdrücklich wird in dieser Arbeit auch Konsumverzicht aus Geldmangel als nachhaltig angesehen und der Einfluss

der sozialen und ökonomischen Situation eines Haushalts wird als stärker eingeschätzt als der des Umweltbewusstseins.

Zur Illustration des Umweltbewusstseins und des Stellenwertes des Umweltschutzes in Deutschland sei gesagt, dass von 1994 bis 2001 der Anteil der vom Staat getätigten Aufwendungen für Umweltschutz am Bruttoinlandsprodukt stetig von 0,9 auf 0,4 Prozent gesunken ist (Statistisches Bundesamt 2004, telefonische Auskunft für 2001). Darüber hinaus zeigt Abbildung 1 den Stellenwert des Umweltschutzes in der Bevölkerung.



Abbildung 1: Anteil der bundesdeutschen Bevölkerung, der sich große Sorgen um die Umwelt macht

(Quelle: SOEP, ZUMA)

Ergänzend ist hinzuzufügen, dass der Stellenwert des Umweltschutzes in den neuen Bundesländern insgesamt niedriger ist als in den alten (Preisendörfer 1999: 28f.). Zwei Gründe gibt es für die Abnahme der Umweltsorgen:

1. In der Bevölkerung überwiegt die Auffassung, dass sich die Umweltverhältnisse in den neunziger Jahren verbessert hätten und Fortschritte in verschiedenen Bereichen des Umweltschutzes erzielt worden wären (Preisendörfer 1999: 31f.).
2. Die allgemeinen wirtschaftlichen Probleme, die in den 90er Jahren zugenommen haben, insbesondere die Arbeitslosigkeit, verdrängen in der Beurteilung der Menschen den Umweltschutz als wichtiges Problem. Dafür sprechen zwei wei-

tere empirische Ergebnisse: Erstens, dass im selben Zeitraum, in dem die Sorge um den Schutz der Umwelt abgenommen hat, der Anteil derer, die sich große Sorgen um die allgemeine wirtschaftliche Situation machen, stark zugenommen hat (Preisendörfer 1999: 31) und zweitens, dass die Zahlungsbereitschaft für den Umweltschutz (höhere Preise, Steuern, Abgaben etc.) im gleichen Zeitraum deutlich abgenommen hat (Preisendörfer 1999: 30).

Nach diesem Blick auf die allgemeine Einschätzung des Umweltproblems steht im Folgenden das konkrete Umweltverhalten auf der Haushaltsebene im Vordergrund.

## 2. Ökonomische Situation und Umweltverhalten

Zwischen der ökonomischen Situation und dem umweltfreundlichen oder nachhaltigen Verhalten bestehen mindestens folgende zwei Zusammenhänge:

1. Ökonomische Probleme verringern die subjektive Dringlichkeit des Umweltschutzes und die Zahlungsfähigkeit/-bereitschaft dafür.
2. Je höher das Wohlstandsniveau, desto höher ist der Konsum, also auch der Energie- und Ressourcenverbrauch. Dies gilt auf der internationalen Ebene im Ländervergleich, in der historischen Entwicklung und innerhalb einer Gesellschaft.

Aus dem letzten Punkt lässt sich die zentrale Untersuchungsrichtung für den empirischen Teil dieser Arbeit ableiten: Es soll untersucht werden, welche Zusammenhänge zwischen der sozioökonomischen Situation und der Nachhaltigkeit des Konsums empirisch festgestellt werden können. Zu diesem Zusammenhang werden folgende Hypothesen aufgestellt:

1. Je höher das Wohlstandsniveau, desto höher und desto weniger nachhaltig ist der Konsum.
2. Zwischen Haushalten mit unterschiedlichem Wohlstandsniveau gibt es neben quantitativen auch qualitative Unterschiede im Konsumverhalten. Es lassen sich in armen und reichen Haushalten jeweils eigene Formen der Nachhaltigkeit identifizieren.

Zu dieser Auffassung gibt es eine gegensätzliche Position, die mit dem Begriff der *Luxusguthese* beschrieben werden kann und im folgenden Zitat zum Ausdruck kommt.

»Da umweltfreundliches Verhalten oft mit konkreten monetären Kosten verbunden ist, liegt die Vermutung nahe, dass ein geringeres Einkommen eher auf ein weniger umweltfreundliches Ver-

halten schließen lässt. Eine weitere Überlegung, die das Wohlstandsniveau als relevant erscheinen lässt, ist, dass Personen nur dann dazu bereit sind, sich mit Umweltproblematiken zu beschäftigen, wenn primäre Bedürfnisse bereits erfüllt sind. (...) Bei schwieriger ökonomischer Lage (...) sind postmaterialistische Werte, wie z.B. die Sicherung der Umwelt, von geringerer Bedeutung.« (Luber/Scherer 1996:238)

Zur weiteren Illustration dieser Ansicht dient in Abbildung 2 die so genannte Kuznets-Kurve (siehe dazu Dasgupta u.a. 2003). Die Kurve beschreibt einen Zusammenhang, nach dem bei steigendem Wohlstand der Umweltverbrauch zunächst zunimmt und dann wieder abnimmt, weil erstens eine höhere ökonomische Entwicklungsstufe erreicht wird, auf der sauberer und dienstleistungsorientierter gewirtschaftet wird, und zweitens weil nach der Vorstellung einer Bedürfnispyramide (Maslow 1987) *nach* der Befriedigung (materieller) Primärbedürfnisse die Umweltqualität als (postmaterielles) »Luxusgut« verstärkt nachgefragt wird (siehe auch Baumol/Oates 1979; Dunlap/Mertig 1996; Herker 1992: 60 und zur kritischen Untersuchung auch Reusswig 2004: 66ff.).

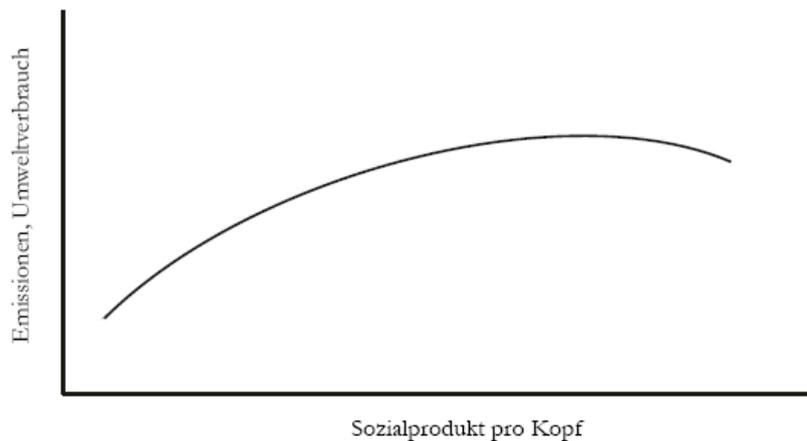


Abbildung 2: »Environmental Kuznets-Curve«

Ein Problem mit der Luxusgutthese ist, dass häufig, wie im obigen Zitat, kein Unterschied gemacht wird zwischen Verhalten einerseits und Bewusstsein, Einstellungen und Werten andererseits (Hoffmann 2003). Letztere mögen vielleicht zur Änderung des Verhaltens irgendwie wichtig sein, aber für den Zustand der Umwelt zählt nun einmal nur das Verhalten. Auf dieses richtet sich folglich meine Analyse und

nur bezüglich des Verhaltens möchte ich auch die Luxusgutthese widerlegen. Dabei untersuche ich den Konsum in privaten Haushalten.

### 3. Daten

Das Datenmaterial für diese Untersuchung wurde mir vom Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE) in Frankfurt a.M. zur Verfügung gestellt. Dieses Institut arbeitete vom Herbst 1997 bis zum Frühjahr 2000 zusammen mit drei weiteren Instituten am »*Demonstrationsvorhaben zur Fundierung und Evaluierung nachhaltiger Konsummuster und Verhaltensstile*« im Auftrag des Umweltbundesamtes. Das Thema des vom ISOE bearbeiteten Teilprojekts war die »*Haushaltsexploration der Bedingungen, Möglichkeiten und Grenzen nachhaltigen Konsumverhaltens*« (Schultz u.a. 1999). Auf der Grundlage der Daten dieser Haushaltsexploration, das heißt Fragebögen zur Erfassung der Haushaltsausstattung, des Konsumverhaltens und statistischer Angaben zur sozialen Situation, habe ich für meine Magisterarbeit eine Sekundäranalyse durchgeführt, in der das Wohlstandsniveau der Haushalte und dessen Auswirkungen auf das Konsumverhalten im Mittelpunkt steht.

Es handelt sich um eine quotierte Stichprobe von 100 bundesdeutschen Haushalten. Aufgrund der Quotierung ist die Stichprobe nicht repräsentativ, jedoch ist bei den wichtigsten Variablen für die soziale Position keine starke Abweichung der Stichprobe von der Grundgesamtheit festzustellen. Wegen der geringen Fallzahl sind meine Ergebnisse nicht zum statistischen Nachweis von Zusammenhängen in der Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland geeignet, wohl aber können die oben genannten Thesen untersucht und die Luxusgutthese gegebenenfalls entkräftet werden.

### 4. Variablen

Als Variablen für den sozioökonomischen Status werden berücksichtigt: Einkommen (Nettoäquivalenzeinkommen), Bildung, Berufsstatus, Ost/West, Geschlecht, Alter und Lebensform mit den Kategorien Single, Paare, Alleinerziehende, Paare mit einem Kind und Paare mit mehreren Kindern.

Die Variablen für das Konsumverhalten werden unterteilt in »positive Variablen«, bei denen durch mehr Geld mehr Nachhaltigkeit erreicht werden kann, und »negative Variablen«, bei denen dies genau umgekehrt ist: wird der finanzielle

Handlungsspielraum bei diesen Variablen ausgenutzt, führt dies zu mehr Ressourcenverbrauch, also zu weniger Nachhaltigkeit.

Für den Neu- oder Gebraucherwerb von Kleidung wurden drei Typen gebildet mit den Ausprägungen: nie, gelegentlich, häufig. Ebenso wurden für die Autobenutzung 4 Typen gebildet (siehe Tabelle 2).

Positive Variablen:

*Bereich Ernährung:*

- außer Haus essen, Produkte aus kontrolliert-biologischem Anbau kaufen,
- Fairtrade Produkte kaufen

*Bereich Abfall:*

- Recycling-Schreibpapier, Öko-Toilettenpapier,
- Öko-Taschentücher, umweltschonende Getränkeverpackungen

*Bereich Energie:*

- Energiesparlampen, Energiesparmaßnahmen

Negative Variablen:

*Bereich Wohnen (jeweils pro Kopf):*

- Wohnfläche
- Stromverbrauch
- Heizkosten
- Wasserverbrauch

*EDV/Kommunikationstechnik (Anzahl der Ausstattungen)*

*Bereich Waschen/Reinigen:*

- Wäschetrockner
- Spülmaschine
- chemische Reinigung benutzen

*Bereich Kleidung:*

- Anzahl der Schuhe
- Neu- oder Gebraucherwerb von Kleidung (3 Typen)

*Mobilität:*

- Auto oder andere Verkehrsmittel (4 Typen)
- Mit Auto gefahrene Kilometer
- PS-Zahl des Autos
- Urlaub (Anzahl multipliziert mit Entfernung)

## 5. Ergebnisse

Es können in diesem Artikel nicht alle Analysearten für alle Variablen präsentiert werden, sondern auf jedem Analyseniveau jeweils nur eine Auswahl. Es folgt die univariate Darstellung der Verbräuche im Haushalt (Tabelle 1) und die Häufigkeiten der Autotypen in Ost und West (Tabelle 2).

Lebensform	Einkommen (DM)	Wohnfläche (m <sup>2</sup> )	Strom (kw/h)	Heizkosten (DM)	Wasser (m <sup>3</sup> )	PKW-km
alleinlebend (n=27)	2.973	52	2.691	1.031	110	18.225
Paare (n=18)	2.700	55	2.052	768	60	10.318
alleinerziehend (n=10)	2.043	31	1.323	474	23	9.907
Paare mit 1 Kind (n=20)	2.121	36	948	525	48	9.099
Paare mit >1 Kind (n=24)	1.573	27	743	380	38	7.061

*Tabelle 1: Einkommen und Verbräuche der Lebensformen pro Kopf und Jahr*

Ohne auf alle Einzelheiten und Unterschiede einzugehen, soll hier festgestellt werden, dass mit steigender Personenzahl im Haushalt das Pro-Kopf-Einkommen und der Energie- und Wasserverbrauch sinkt (*economies of scale*). Lediglich zwischen den Alleinerziehenden und den Paaren mit einem Kind ist dieser Unterschied nicht eindeutig.

In Prozent	West	Ost	Deutschland
Typ 1: nur Auto	25	59	38
Typ 2: hauptsächlich Auto	39	12	29
Typ 3: Auto und anderes Verkehrsmittel	26	12	20
Typ 4: kein Auto oder seltene Benutzung	10	17	13
	100	100	100

Tabelle 2: Anteile der Verkehrstypen in West- und Ostdeutschland

Tabelle 2 zeigt, dass Verkehrstypen, die das Auto mit anderen Verkehrsmitteln mischen, im Westen und solche, die entweder nur das Auto benutzen oder aber kein Auto, im Osten häufiger sind. In Deutschland insgesamt überwiegt die Gruppe, die nur das Auto benutzt.

Geschlechtsspezifische Unterschiede sind unverzerrt nur dann zu untersuchen, wenn allein stehende Frauen und Männer verglichen werden. Dadurch wird die Fallzahl zwar sehr gering, aber die Ergebnisse (hier nicht gezeigt) können das Argument entkräften, dass Frauen nur deswegen umweltfreundlicher konsumieren, weil sie seltener im aktiven Berufsleben stehen und sich mehr auf häusliche Belange des Umweltschutzes konzentrieren können.

### 5.1. Regressionsanalyse

Der Vorteil der Regressionsanalyse ist, dass der Effekt der im Modell vorhandenen Variablen kontrolliert werden kann und die gezeigten Zusammenhänge wirklich den entsprechenden Variablen zuzuordnen sind. Es handelt sich hier um separate Regressionsanalysen für jede der (abhängigen) Konsumvariablen. Innerhalb einer Regressions-schätzung sind die Beta-Koeffizienten vergleichbar. Sie geben die Stärke

und die Richtung des Zusammenhangs an, richten sich nach dem Z-Wert und erlauben dadurch einen Vergleich zwischen Variablen mit verschiedenen Dimensionen. Die wichtigsten Einflussfaktoren sind in der rechten Spalte in der Reihenfolge der Stärke ihres Einflusses aufgeführt.

Positive Konsumvariable	erklärende Variablen, Beta-Koeffizient
außer Haus essen	Einkommen 0,38 Bildung 0,24
KbA-Produkte	Bildung 0,32
Fairtrade	Frauen eher als Männer 0,26 Berufsposition 0,25 große Haushalte/Familien weniger 0,21
Recycling-Schreibpapier	Bildung 0,31 im Westen eher als im Osten 0,22
Öko-Toilettenpapier	Einkommen -0,23
Öko-Taschentücher	Frauen eher als Männer 0,21
Öko-Getränkeverpackung	Bildung 0,29 Frauen eher als Männer 0,29
Energiesparlampen pro m <sup>2</sup>	Frauen eher als Männer 0,24
Energiesparmaßnahmen	Einkommen -0,46 Bildung 0,24 große Haushalte/Familien weniger 0,23

Negative Konsumvariable	erklärende Variablen, Beta-Koeffizient
Wohnfläche pro Kopf	große Haushalte/Familien weniger 0,43 Einkommen 0,39 Alter 0,26
Stromverbrauch pro Kopf	große Haushalte/Familien weniger 0,40 bis 0,46
Heizkosten pro Kopf	
Wasserverbrauch pro Kopf	
Technik	Einkommen 0,38 große Haushalte/Familien mehr 0,30

Wäschetrockner	große Haushalte/Familien mehr 0,28 Im Westen eher als im Osten 0,27
Spülmaschine	große Haushalte/Familien mehr 0,47 Einkommen 0,45
chemische Reinigung	Einkommen 0,53
Anzahl der Schuhe	Einkommen 0,53 Frauen mehr 0,24
Kinderkleidung	Im Westen eher gebraucht gekauft 0,33
autoorientierter Verkehrstyp	Einkommen 0,37 große Haushalte/Familien mehr 0,33 Im Alter weniger autoorientiert -0,23
Urlaubsverbrauch	Einkommen 0,46

*Tabelle 3. Zusammenhänge sozialer Variablen mit den Konsumvariablen in der Regressionsanalyse*

Tabelle 3 zeigt zusammengefasst, dass das Einkommen den größten Einfluss auf die Konsumvariablen hat und dabei besonders auf die Bereiche Technik und Mobilität, die es beide in Richtung weniger Nachhaltigkeit beeinflusst. Die Lebensform ist bedeutsam für Verbräuche im Haushalt. Allerdings verliert die Lebensformvariable ihren qualitativen Informationsgehalt, den sie auf dem Nominalniveau hat, und wird in der Regressionsanalyse einfach zu einer Variablen für die Haushaltsgröße. Größere Haushalte verbrauchen pro Kopf weniger Ressourcen. An dritter und vierter Stelle der Einflussfaktoren kommt die Bildung mit einem positiven Einfluss auf die Nachhaltigkeit und das Geschlecht. Frauen konsumieren tendenziell nachhaltiger als Männer. Erst dann folgen die Variablen Ost/West, Alter und Berufsposition, für deren Einfluss in der Analyse je nach Konsumvariable unterschiedliche Ergebnisse vorliegen.

## 5.2. Zusammenfassung der Haushalte zu Gruppen im sozialen Raum

Um die etwas kleinteiligen Zusammenhänge der einzelnen erklärenden mit einzelnen abhängigen Variablen etwas zu vereinfachen, werden im folgenden Schritt die 100 Haushalte zu vier Gruppen im sozialen Raum zusammengefasst, deren typisches Konsumverhalten dann beschrieben wird. Die Gruppen sind: die Traditionellen, die Überforderten, die Ökologischen und die Privilegierten. Abbildung 3

zeigt den sozialen Raum in Anlehnung an Bourdieu (1982) mit den zwei Dimensionen Einkommen und Bildung. Die Variable Bildung auf der X-Achse ist ordinalskaliert, die Abstände in horizontaler Richtung sind also nicht exakt definiert. Das Fadenkreuz gibt die Medianbildung und das Durchschnittseinkommen des ganzen Samples wieder. Der linke obere Quadrant ist nur spärlich gefüllt, daher die Nähe der Traditionellen zu den Überforderten.

Die Anordnung der Gruppen im sozialen Raum erlaubt den analytisch aufschlussreichen Paarvergleich von Gruppen mit gleicher Bildung aber unterschiedlichem Einkommen und von Gruppen mit gleichem Einkommen aber unterschiedlicher Bildung, der zur späteren Interpretation der Ergebnisse dient.

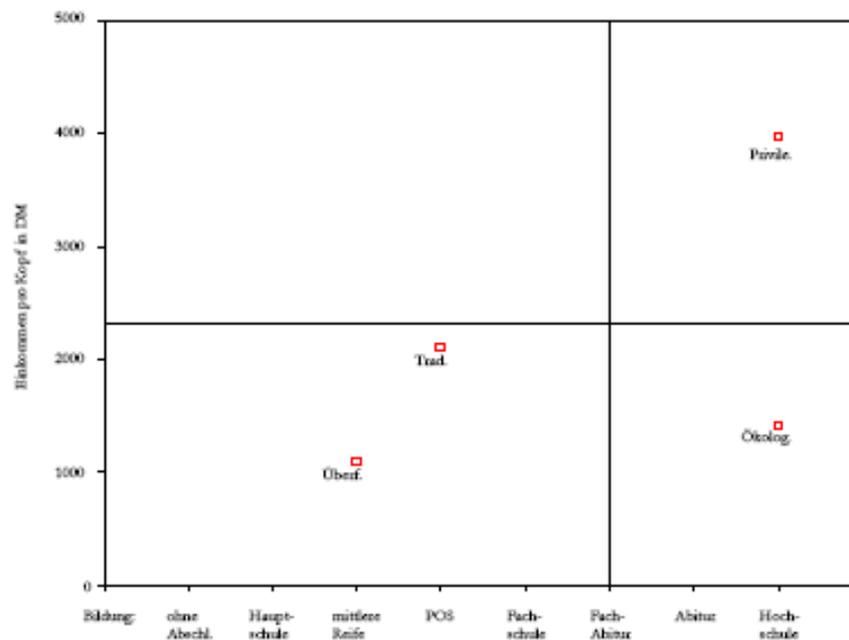


Abbildung 3: Die Haushalte als Gruppen im Sozialen Raum

Die *Privilegierten* zeigen bei allen negativen Variablen die geringste Nachhaltigkeit im Konsum. Das bedeutet, dass in dieser Gruppe die vorhandenen finanziellen Ressourcen ausnahmslos zu einem Mehrverbrauch und damit zu geringerer Nachhaltigkeit führen. Demgegenüber gleichen die positiven Variablen nur wenig aus: lediglich beim Essen gehen, beim Kauf von Recycling-Schreibpapier und beim Einsatz von Energiesparlampen liegen die Privilegierten an der Spitze, sparen also durch

Mehrausgaben Ressourcen ein. Für die einzelnen Konsumbereiche kann gesagt werden, dass die Privilegierten im Bereich Ernährung am ehesten nachhaltig konsumieren. In den Bereichen Waschen/Reinigen und Abfall ist der Konsum kaum und bei Kleidung, Mobilität, Technik und Wohnen gar nicht als nachhaltig zu bewerten.

Bei den *Überforderten* stellt sich die Situation genau gegensätzlich dar. Sie konsumieren fast überall dort, wo Nachhaltigkeit Geld kostet, von allen Gruppen am wenigsten nachhaltig. Dagegen übertreffen die Überforderten die anderen Gruppen in einigen Parametern, bei denen sich Sparsamkeit und Verzicht nachhaltig auswirken: die Urlaubsfahrten sind ressourcenschonend und die Technikausstattung gering. Aber obwohl diese Gruppe im Durchschnitt die kleinsten Wohnungen hat, ist der Energie- und Wasserverbrauch nicht am geringsten. Dies könnte dadurch erklärt werden, dass die Überforderten zwar kleine Wohnungen haben, aber im Einzelfall nicht so konsequent sparen, wie die Ökologischen oder die Traditionellen. Bei einer bereichsspezifischen Betrachtung des Konsums dieser Gruppe fällt auf, dass bei der Ernährung sehr gespart wird, dieser Bereich somit die Nachhaltigkeit des Konsums beeinträchtigt und nachhaltige Elemente am ehesten bei Mobilität, Technik und kleinen Wohnungen zu finden sind.

Die *Ökologischen* zeigen bei einer ganz überwiegenden Mehrheit der Variablen den nachhaltigsten Konsum. Es ist auffällig, dass trotz des geringen Einkommens viele teure und nachhaltigere Konsumvarianten gewählt werden. Auch bei den negativen Variablen konsumieren die Ökologischen am nachhaltigsten. Im Verkehrsbereich, beim Urlaub und beim Energie- und Wasserverbrauch sind sie sogar noch sparsamer als die Überforderten, haben aber häufiger eine Spülmaschine und benutzen auch häufiger die chemische Reinigung. Nach den Konsumbereichen geordnet kann festgestellt werden, dass die Ökologischen im Bereich Ernährung mit den Privilegierten gleichauf liegen und in den Bereichen Abfall und Wohnen mit Abstand am nachhaltigsten sind. Beim Waschen und Reinigen liegen sie hinter den Überforderten. Im Verkehrsbereich sind sie noch etwas sparsamer als die Überforderten.

Die *Traditionellen* finden sich entsprechend ihrer Mittelstellung beim Einkommen auch bei vielen Konsumvariablen im Mittelfeld der Nachhaltigkeit. Eine Ausnahme bildet der Stromverbrauch, der in dieser Gruppe am geringsten ist. Beim Verkehrstyp und beim Urlaub liegen die Traditionellen mit den Privilegierten an der Spitze. Die Tatsache, dass die Traditionellen beim Stromsparen alle anderen Gruppen übertreffen und beim Wassersparen den Ökologischen zumindest gleichkommen, zeigt, dass sie in Teilbereichen sehr sparsam sind. Aber im Großen und Ganzen verzichtet diese Gruppe nicht auf eine gute Ausstattung und achtet auch nicht auf eher plakativ ökologische Produkte, wie zum Beispiel Recycling-Papier oder umweltschonende Getränkeverpackungen.

## 6. Interpretation und Zusammenfassung der Ergebnisse

Das wichtigste Ergebnis der Untersuchung ist, dass mit steigendem Einkommen die Nachhaltigkeit des Konsums abnimmt, die erste Hypothese also in dem untersuchten Datensatz zutrifft. Einzelne Konsumvariablen aus der Gruppe der positiven Variablen können dieser Tendenz zuwider laufen, aber sie heben den Zusammenhang nicht auf.

Jedoch: die Überforderten als die ärmste Gruppe ist nicht die umweltfreundlichste. Diesen Platz nehmen die Ökologischen mit einem etwas höheren Einkommen ein, vermutlich deshalb, weil bei ihnen geringes Einkommen mit hoher Bildung zusammentrifft.

Der positive Einfluss der Bildung auf die Nachhaltigkeit des Konsums ist als zweites Ergebnis festzuhalten. Dem Bestandteil der »Luxusgut-These«, der besagt, dass Bildung die Nachhaltigkeit positiv beeinflusst, wird also nicht grundsätzlich widersprochen. Vielmehr müssen Einkommen und Bildung in ihrer Wirkung auf die Nachhaltigkeit des Konsums differenziert betrachtet werden. Sie wirken nämlich nicht in die gleiche Richtung, sondern entgegengesetzt, wobei hohes Einkommen eindeutig stärker wirkt und den positiven Einfluss höherer Bildung regelmäßig überkompensiert, wenn in der Gesellschaft hohe Bildung oft mit hohem Einkommen gemeinsam vorkommt.

Als weiterer wichtiger Faktor konnte die Haushaltsgröße und das Vorhandensein von Kindern, also insgesamt die Lebensform identifiziert werden. Der Pro-Kopf-Verbrauch sinkt, wenn die Personenzahl steigt und wenn Kinder im Haushalt sind.

Zur Beurteilung der zweiten Hypothese diente die Unterscheidung der Konsumvariablen in positive und negative Variablen. Hier zeigt sich, dass der umweltschonende Effekt der positiven Variablen mit steigendem Einkommen nur unwesentlich zunimmt, da die Möglichkeiten, nachhaltig zu konsumieren, die ein hohes Einkommen bietet, kaum ausgenutzt werden. Hier trifft die wichtige *Zahlungsfähigkeit* auf Grenzen der *Zahlungsbereitschaft*. Wenn also Öko-Produkte vor allem wegen des höheren Preises abgelehnt werden (Umweltbundesamt 1994), kann daraus nicht geschlossen werden, dass reiche Haushalte sie regelmäßig kaufen.

Während also bei den positiven Variablen nur geringe Unterschiede zwischen verschiedenen Wohlstandniveaus zu beobachten sind, können bei den negativen Variablen große Unterschiede zwischen reichen und armen Haushalten festgestellt werden, die letztere eindeutig als nachhaltiger ausweisen. Wohnen, Urlaubsflüge und Autofahren sind Bereiche, die stark vom Einkommen abhängen und die Umwelt erheblich belasten (vgl. Bodenstein 1997: 82). In diesen Bereichen sind die Möglichkeiten, den Konsum bei gleichem Anspruch und gleicher Menge nachhaltiger zu gestalten, also die Effizienz zu steigern, sehr begrenzt. Die großen Unter-

schiede zwischen armen und reichen Haushalten kommen hier durch unfreiwilligen Verzicht der Armen also durch Suffizienz zustande.

Der Eindruck, dass der typische ökologische Konsum (Ökoläden, Pfandflaschen, langlebige Produkte) Kennzeichen für ein nachhaltiges Verhalten sei und Wohlstand zu mehr Nachhaltigkeit beiträgt, ist vermutlich falsch. Preisendörfer (1999: 137) sagt zwar, »dass ein höheres Einkommen den Spielraum für umweltorientiertes Verhalten erhöht«, dies ist aber bisher höchstens eine ungenutzte Möglichkeit, die nicht den empirischen Befund verdecken sollte, dass materieller Wohlstand vielmehr das größte Hindernis für nachhaltigen Konsum ist. Somit kann auch der eingangs referierten Luxusgut-These widersprochen werden.

## Literatur

- Baumol, William J./Oates, Wallace E. (1979), *Economics, Environmental Policy and the Quality of Life*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall.
- Bodenstein, Gerhard/Spiller, Achim/Elbers, Helmut (1997), *Strategische Konsumententscheidungen: Langfristige Weichenstellungen für das Umwelthandeln. Eine empirische Studie*, Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Universität/Gesamthochschule Duisburg.
- Bourdieu, Pierre (1992/1979), *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris.
- Dasgupta, Susmita/Laplante, Benoit/Wang, Hua/Wheeler, David (2003), »Confronting the environmental Kuznets curve«, *The Journal of Economic Perspectives*, Jg. 16, H. 1, S. 147–168.
- Dunlap, Riley E./Mertig, Angela G. (1996), »Weltweites Umweltbewußtsein. Eine Herausforderung für die sozialwissenschaftliche Theorie«, in: Diekmann, Andreas/Jaeger, Carlo (Hg.), *Umweltsoziologie*, Sonderheft 36 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Opladen, S. 193–218.
- Herker, Armin (1992), *Eine Erklärung des umweltbewußten Konsumverhaltens: Eine internationale Studie*, Frankfurt a.M.
- Hoffmann, Rasmus (2000), *Nachhaltiger Konsum nur für Reiche? Zum Zusammenhang von Wohlstandsniveau und Konsumverhalten*, Magisterarbeit im Fach Soziologie an der Universität Freiburg.
- Hoffmann, Rasmus (2003), »Der Zusammenhang zwischen sozialen und ökologischen Problemen. Führt das Leitbild der nachhaltigen Entwicklung zu trügerischer Harmonie?« *Forum Recht*, 3, S. 76–79, <http://www.forum-recht-online.de>
- Luber, Silvia/Scherer, Stefani (1996), »Umweltbewußtsein und Umweltverhalten in den alten und neuen Bundesländern«, in: Müller, Walter (Hg.), *Soziale Ungleichheit. Neue Befunde zu Strukturen, Bewußtsein und Politik*, Opladen, S. 235–265.
- Maslow, Abraham H. (1987), *Motivation und Persönlichkeit*, Reinbek.
- Preisendörfer, Peter (1999), *Umwelteinstellungen und Umweltverhalten in Deutschland*, Opladen.
- Reusswig, Fritz/Gerlinger Katrin/Edenhofer, Ottmar (2004), *Lebensstile und globaler Energieverbrauch. Analyse und Strategieansätze zu einer nachhaltigen Energiestruktur*, PIK Report Nr. 90, Potsdam Institute for Climate Research, Potsdam.

- 
- Schultz, Irmgard/Empacher, Claudia/Götz, Konrad (1999), *Konsumtypen und Konsumstile deutscher Haushalte. Ergebnisse einer empirischen Haushaltsexploration zu nachhaltigem Konsumverhalten*, Institut für sozial-ökologische Forschung, Frankfurt a.M.
- Statistisches Bundesamt (Hg.) (2004), *Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland*, Stuttgart.
- Umweltbundesamt (Hg.) (1994), *Das Umweltverhalten der Verbraucher – Daten und Tendenzen*, Berlin.