



Irmgard Schultz
Barbara Orland
Fritz Reusswig
Inez Werth

Abfallvermeidung und Konsum

Die Relevanz des
Konsumverhaltens für
Abfallvermeidungsstrategien

ISOE-Materialien Soziale Ökologie, Nr. 7

ISSN 1614-8193

Die Reihe „ISOE-Materialien Soziale Ökologie“ setzt die Reihe „Materialien Soziale Ökologie (MSÖ)“ (ISSN: 1617-3120) fort.

Irmgard Schultz, Barbara Orland, Fritz Reusswig, Inez Werth

Abfallvermeidung und Konsum

Die Relevanz des Konsumverhaltens für Abfallvermeidungsstrategien

Herausgeber:

Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE) GmbH

Hamburger Allee 45

60486 Frankfurt am Main

Frankfurt am Main, 1992 (Nachdruck)

INHALTSVERZEICHNIS

Einführung	S.1
Kap.1: Konsumbegriff und Vermeidungsperspektiven in der Abfalldiskussion	S.7
Fazit von Kapitel 1	S.17
Kap.2: Die Konsumdebatte der VerbraucherInnen- bewegung	S.18
Fazit von Kapitel 2	S.35-36
Kap.3: Zur Diskrepanz zwischen Umweltbewußtsein und tatsächlichem Verhalten	S.37
Fazit von Kapitel 3	S.45
Kap.4: Sozialstrukturelle Bedingungen des Konsum- verhaltens bezogen auf Möglichkeiten der Abfallvermeidung	S.46
Fazit von Kapitel 4	S.64-65
Kap.5: Konsum- und Lebensstile	S.66
Fazit von Kapitel 5	S.78-79
Kap.6: Abfallvermeidung in Öko-Marketing und industrieller Produktgestaltung	S.80
Fazit von Kapitel 6	S.91-92
Kap.7: Die zentrale Bedeutung der Marktstrukturen und des Handels für Abfallvermeidungs- strategien	S.93
Fazit von Kapitel 7	S.107-108
Kap.8: Die VerbraucherInnen-Interessen in kommu- nalen Abfallvermeidungsstrategien	S.109
Fazit von Kapitel 8	S.121-122
Kap.9: Vorschläge zur Eröffnung eines Diskurses über abfallvermeidende Stoff- und Produkt- politik	S.123
Kap.10: Forschungsbedarf im Bereich Abfallvermei- dung und Konsumverhalten	S.128
Liste der Expertisen / Literaturliste	S.134-144

Einführung

Die vorliegende Studie zeigt eine Reihe von öffentlich diskutierten und bereits praktizierten Ansätzen der Abfallvermeidung im Hausmüllbereich auf. Ausgehend von den Diskussionen in der Verbraucherbewegung der Bundesrepublik Deutschland und von Erkenntnissen der neueren Konsumforschung werden Möglichkeiten und Grenzen abfallvermeidender Strategien dargestellt, die durch Änderung des Konsumverhaltens der KonsumentInnen von Produkten des häuslichen Gebrauchs und Bedarfs praktiziert werden könnten. Am Ende der Studie sollen dafür einige notwendige politische Instrumente und flankierende Maßnahmen vorgeschlagen werden.

Das Abfallproblem ist eines jener Krisenfelder der gesellschaftlichen Naturverhältnisse^{1a}, dessen Brisanz in Politik und Öffentlichkeit allgemein gesehen wird. Die Erarbeitung von Strategien zur Abfallvermeidung im Hausmüllbereich ist ein möglicher Ansatz unter weiteren erforderlichen Lösungsstrategien, deren Dringlichkeit in der politischen, gesellschaftlichen und fachlichen Öffentlichkeit Deutschlands außer Frage steht. So resümiert Ernst Ulrich von Weizsäcker die Ergebnisse einer exemplarischen Diskussionsrunde von Experten aus Wirtschaft, Forschung und Umweltbewegung: "über den drohenden Müllnotstand gibt es eigentlich keinen Grundsatzdissens, das Problem liegt in der Prioritätensetzung der zu ergreifenden Maßnahmen."¹

Für die Festlegung von politischen Zielvorgaben und Prioritäten in durchschaubaren Lösungsstrategien ist die genaue Beschreibung des Problems, das gelöst werden soll, entscheidend. Wird beispielsweise das Abfallproblem nur quantitativ als Mengenproblem gesehen, das sich in der Erschöpfung der vorhandenen Deponiekapazitäten zeigt, ergeben sich zwangsläufig andere Lösungsvorschläge als bei einem Verständnis, das das Problem mehr qualitativ vor allem im steigenden Anteil von gefährlichen Schadstoffen im Gesamtmüllaufkommen und in schwer neutralisierbaren, toxischen Restmüllmengen sieht.

Die von uns in der Studie eingenommene Perspektive auf die Abfallproblematik geht von vier Problemdimensionen aus:

1. Die Menge der Siedlungsabfälle in der Bundesrepublik ist seit dem Zweiten Weltkrieg nahezu kontinuierlich angestiegen. Trotz technischer Neuerungen und Erweiterungen reicht der Deponieraum nicht mehr aus.
2. Der technische Umweltschutz hat große Erfolge in der Luftreinhaltung, in der Reinigung kontaminierter Gewässer und der Bodenreinigung erreicht. Diese technischen Verfahren verbrauchen jedoch große Mengen an Energie und hinterlassen nicht unerhebliche Mengen an Reststoffen (aus Filtern, Abscheidern, Rechen und Sandfängen), die als Abfall nicht nur mengenmäßig,

¹Ernst Ulrich von Weizsäcker (Hg.), Weniger Abfall - gute Entsorgung. Eine Wage-Gesprächsrunde über Hausmüll, Bonn 1991, S. 64

^{1a}Vgl. Egon Becker (Hg.), Jahrbuch für sozial-ökologische Forschung 1990, Frankfurt 1991

sondern wegen ihrer Toxizität zu einem gravierenden Problem werden.

3. Es ist eine Tendenz zu erkennen, Abfallstoffe und insbesondere toxische Reststoffe als Produkte auf den Markt zu bringen und, als Wirtschaftsgüter deklariert, ins Ausland zu exportieren. Die Auswirkungen solcher Problemstoff-Verschiebung sind unkontrollierbar. Sowohl die rahmengesetzlichen Änderungen durch den europäischen Binnenmarkt als auch die Globalvermarktungsstrukturen von (Vor-)Produkten machen deutlich, daß politische Lösungsstrategien des Abfallproblems in einem vorgegebenen Rahmen globaler wirtschaftlicher und politischer Strukturen stehen, die zu berücksichtigen sind.
4. Die Massendemonstrationen gegen die Errichtung von Müllverbrennungsanlagen in Bayern, Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz in den letzten Jahren haben gezeigt, daß Müllverbrennung als "Lösung" des Abfallproblems in Deutschland nicht akzeptiert wird. Die Luftbelastung mit Schadstoffen, vor allem mit Dioxinen und Furanen, die als krebserregend gelten, steht in vielen Bevölkerungsbefragungen zur Einschätzung von Umweltbelastungen an erster Stelle der Gefahrenliste.² Die Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger an Lösungsstrategien des Abfallproblems ist daher ein Kernbereich des Problems und mehr als eine Frage der Akzeptanz.

Sind die ersten beiden sogenannten "Sachdimensionen" des Abfallproblems - das Mengen- und Schadstoffproblem - inzwischen weitestgehend anerkannt, bedarf das Einbeziehen der Dimension des vorgegebenen global-politischen Rahmens und der politisch-sozialen Dimension von BürgerInnenbeteiligung einer Erläuterung.

Die Dimension des globalpolitischen Rahmens kann durch ein anschauliches Beispiel illustriert werden, das zeigt, wie die Beschreibung eines Problems von der angenommenen Reichweite von Schadens-Wirkungsketten abhängig ist:

"Es ist ironisch und tragisch zugleich, daß uns in der Presse das Thema Tropenwälder zum ersten Mal wirklich ins Bewußtsein gerufen worden ist, als wir merkten, daß wir Riesenmengen Gülle haben, - das ist vor allem in Holland und in Norddeutschland der Fall -, Mengen, mit denen wir auf dem normalen Entsorgungsweg zunehmend weniger fertig werden konnten. In der Überprüfung der Ursachenkette stellte sich schnell heraus, daß wir entschieden zu viel Tierfutter aus Ländern der Dritten Welt importieren und die dafür nötigen Tierfutterplantagen in jenen Ländern ökologische Schäden anrichten, die noch erheblich größer sind als unser Gülleproblem. Erst über das hauseigene Problem aber haben wir überhaupt die

²Stadt Frankfurt am Main, Dezernat Umwelt, Energie und Brandschutz, Dicke Luft in Frankfurt. Einstellungen und Meinungen der FrankfurterInnen zur Luft in ihrer Stadt, eine empirische Befragung der Socialdata GmbH, Frankfurt 1991

Fremdschäden wahrgenommen."³

So hat Greenpeace bspw. in einem norwegischen Fjord Salzschlacken entdeckt, die aus deutschen Aluminium-Recycling-Anlagen stammen. Sie sind ein anschauliches Beispiel für transnationale Schadens-Wirkungsketten durch Abfall: In jenem Fjord werden Lachse für den Export gezüchtet.⁴ Die toxischen Belastungen des Wassers durch Salzschlacken können über die exportierten Lachse nach Deutschland zurückkehren und landen letztlich auf dem Tisch bundesdeutscher Haushalte. Politische Lösungsstrategien für das Abfallproblem müssen solche Schadens-Wirkungsketten berücksichtigen.

Die Beteiligung der BürgerInnen an politischen Lösungsstrategien der Abfallproblematik ist eine Frage des Demokratieverständnisses und wird von seiten der Anti-Müll-Bürgerinitiativen mit Nachdruck in die Diskussion eingebracht. BürgerInnen-Beteiligung ist dann ein unumgänglicher Punkt der Problemwahrnehmung, wenn sich die politischen Strategien - wie in Abfallvermeidungsmaßnahmen, die von den KonsumentInnen der Produkte des privaten Gebrauchs und Bedarfs praktiziert werden sollen - auf das aktive Handeln der BürgerInnen selbst richten.

Die Möglichkeiten für abfallvermeidendes Handeln sind vor allem durch den Grad und die Formen der Beteiligung von verschiedenen Akteuren an der Problemverursachung abhängig. Die KonsumentInnen von Produkten des häuslichen Gebrauchs und Bedarfs haben beispielsweise keine Möglichkeiten, durch ihr Konsumverhalten unmittelbaren Einfluß auf die Verhinderung von Gipsstäuben in Filteranlagen auszuüben. Die Frage der Nähe oder Ferne der verschiedenen gesellschaftlichen Akteure am Prozeß der Verursachung bestimmter Müllarten ist deshalb ein Angelpunkt für die Einschätzung von politischen Instrumentarien und Maßnahmen. Wir machen sie zum Ausgangspunkt unserer Darstellungen, indem wir in Punkt 1 die verschiedenen Versionen des Verursacherprinzips, die in der öffentlichen und politischen Diskussion sind, aufzeigen und bewerten.

Daß die politisch-soziale Dimension des Abfallproblems ein Bewertungsproblem beinhaltet, kann beispielhaft anhand des Versuchs einer Definition des Verursacherprinzips aufgezeigt werden. Die unterschiedlichen Fassungen von Produkthaftung, Produktverantwortung etc. sind abhängig von unterschiedlichen Globalorientierungen, Interessen und Wertverständnissen.

Dennoch versucht diese Studie, über eine reine Wertediskussion

³Ernst Ulrich von Weizäcker, Entbürokratisierung der Abfallpolitik. In: derselbe, Weniger Abfall - gute Entsorgung, a.a.O., S. 72

⁴Andreas Bernstorff in der Podiumsdiskussion "Der Packwahn oder wozu sind Verpackungen da?" In: Dr. Jürgen Schneider-Stiftung (Hg.), Verpackung mehr als Müll? I. Internationaler Umweltkongreß, Darmstadt 1991, S.124-125
siehe auch: Christiane Grefe/Andreas Bernstorff, Zum Beispiel Giftmüll, Göttingen 1991

von Interessens- und Werthaltungskonflikten bei der Beurteilung möglicher Strategien hinauszukommen. Der immer wieder festgestellte Widerspruch zwischen geäußerten Wertorientierungen und tatsächlichem Verhalten sowohl von Wirtschaftsakteuren als auch von KonsumentInnen legt einen Beurteilungsansatz nahe, der von einer Einschätzung materieller Verhaltensspielräume ausgeht. Einen solchen Zugang für die Charakterisierung von Konsumverhalten gewinnen wir über eine Darstellung der sozialstrukturellen Bedingungen und der bereits vorhandenen politisch-institutionellen Vorgaben, die sowohl das Abfallverhalten als auch das Konsumverhalten als Rahmenbedingungen eingrenzen.

Unsere Beleuchtung der Spielräume des Konsumverhaltens der EndverbraucherInnen im Hinblick auf Abfallvermeidungsmöglichkeiten umfaßt daher auch den vorgegebenen größeren Rahmen globaler und nationaler Produktions- und Konsumtionsstrukturen, die wir mit Begründung als Konsumstrukturen fassen.

Aus diesem Verständnis ergibt sich folgender Aufbau:

Die einzelnen Punkte unserer Darstellung bündeln thematisch die von uns herangezogenen Debatten- und Forschungsergebnisse zum Abfall- und Konsumverhalten. Sie sind in der Kapitelüberschrift jeweils ausgewiesen und bezeichnet. Da wir von einem Verständnis des gesellschaftlichen Wissens ausgehen, das die fließenden Übergänge zwischen Laien- und Expertenwissen berücksichtigt und das sogenannte Laienwissen auch als eine (Vor-)Form des Expertenwissens anerkennt, treffen wir in unserer Darstellung keine Unterscheidung zwischen der wissenschaftlichen Konsumforschung und der Debatte über das Konsumverhalten. Unsere Darstellung und Bewertung betrifft immer beide zugleich.

Am Anfang eines jeden Darstellungspunktes geben wir die diesen Punkt betreffenden Leitfragen an und skizzieren kurz, auf welche Themen sich die Darstellung bezieht. Am Ende des Kapitels fassen wir die Folgerungen als Fazit (in Fettdruck) zusammen.

Im ersten Kapitel der Studie verdeutlichen wir die erkenntnisleitenden Fragestellungen und Begriffe der Gesamtuntersuchung. Die zentralen Begriffe des Konsums, der Konsumstruktur, des Konsumverhaltens und der Abfallvermeidung werden definiert und hinsichtlich der Spielräume unterschiedlicher gesellschaftlicher Akteure im Prozeß der Abfallentstehung dargestellt.

Das zweite Kapitel gibt einen Überblick über die Konsumdebatte der VerbraucherInnenbewegung der letzten zwanzig Jahre und stellt das neue Leitbild des "verantwortlichen Konsumenten" vor. Anschließend wird der neuere "Mülldiskurs" in der VerbraucherInnenbewegung anhand von Tip-Listen zum abfallminimierenden Einkauf skizziert, die in verschiedenen Öko-Zeitschriften abgedruckt wurden. Die in Konsumdebatte und Mülldiskurs verwendeten Kriterien eines sozialverträglichen Konsums werden abschließend benannt.

Das dritte Kapitel diskutiert ausführlich die Diskrepanz zwischen Umweltbewußtsein und Umweltverhalten und bezieht sich dabei vor

allem auf den Forschungsstand der empirischen Umweltpsychologie. Vermeidungsstrategien müssen demnach die sozialstrukturellen und sozio-kulturellen Bedingungen und Barrieren individuellen Verhaltens miteinbeziehen.

Das vierte Kapitel gibt deshalb einen Überblick über sozialstrukturelle Rahmenbedingungen von Konsumverhalten und Abfallvermeidung. Dabei konzentriert sich der erste Teil dieser Darstellung auf diejenigen Rahmenbedingungen, die durch die Sozialstatistik ausgewiesen werden. Ein zweiter Teil stellt die Relevanz der Forschungsergebnisse über Eigenarbeit und geschlechtsspezifische Arbeitsteilung im Hinblick auf materielle Ressourcen von Konsumentscheidungen dar. "Arbeit" und "Zeit" werden als strukturell vorgegebene Ressourcen begriffen, die intendierte Verhaltensänderungen begrenzen können. Ein dritter Teil bezieht die verschiedenen Vorstellungen einer Nutzenorientierung im Konsumverhalten auf die sozialstrukturelle Rahmenbedingung von "Eigentumsverhältnissen", die ebenfalls eine strukturelle Voraussetzung darstellen.

Das fünfte Kapitel gibt einen Überblick über die neuere Lebensstil- und Konsumstilforschung, die den Kauf eines symbolischen Nutzens (wie bspw. Statusgewinn, Gruppenzugehörigkeit) theoretisiert. Anhand einer kritischen Darstellung der in der Konsumstilforschung verwendeten KäuferInnen-Typologien schlagen wir am Ende dieses Kapitels ein für die empirische Abfallverhaltensforschung operationalisierbares Sozialstruktur-Schema vor, das verschiedene Typen von AkteurInnen im Hinblick auf mögliche individuelle und soziale Kosten-Nutzen-Kalkulationen differenziert.

Das sechste Kapitel gibt einen Überblick über die Ansätze zu Umweltverträglichkeit und Abfallvermeidung in Marketing und Produktgestaltung. Dabei werden verschiedene Ansätze des "Öko-Marketing" bewertet und die Orientierung an den "Kundeninteressen" in neueren Marketingstrategien als Ansatz für ein "Marketing für Ökologie" herausgestellt.

Das siebte Kapitel stellt dann die Bedeutung des Handels für Abfallvermeidungsstrategien anhand einer kritischen Diskussion der Verpackungsverordnung und des Dualen Systems Deutschlands dar. Am Beispiel der vom Handel praktizierten Einkaufspolitik des "Auslistens" werden einzelne Maßnahmen von Handelsunternehmen als positive Ansätze für Abfallvermeidung vorgestellt und die dabei verwendeten Kriterien der Produktbewertung aufgezeigt.

Das achte Kapitel umreißt einige Möglichkeiten und Grenzen kommunaler Abfallvermeidungsstrategien. Im einzelnen werden gestaffelte Abfallgebührensyste und verschiedene Abfall- und Wertstoff-Sammelsysteme aus einer Perspektive der Sozialverträglichkeit bewertet, die u.a. von der Benutzerfreundlichkeit für die VerbraucherInnen ausgeht. Dabei wird nochmals der Aufbau eines Dualen Systems der Wertstoff- und Abfallsammlung aus der Perspektive der EndverbraucherInnen dargestellt.

Die beiden letzten Kapitel der Studie unterbreiten Vorschläge für die Weiterarbeit auf politischer und wissenschaftlicher Ebene.

Das neunte Kapitel schlägt als Konsequenz aus den vorherigen Darstellungen die Eröffnung eines politischen Diskurses über abfallvermeidendes Konsumverhalten vor. Dieser soll einer Klärung der Abfallvermeidungsperspektive in Abgrenzung gegen Wiederverwertungsansätze dienen und die Konsumverzichts-Option wieder stärker zur Debatte stellen. Ein solcher Diskurs sollte im Rahmen einer öffentlichen Diskussion über Stoff- und Produktpolitik stehen, für deren Konkretisierung politischer Klärungsbedarf besteht.

Das zehnte Kapitel schließlich zieht aus der Studie forschungspraktische Konsequenzen und unterbreitet Vorschläge zur empirischen Ermittlung von a) Kriterien der Produktbewertung nach sozialer Verträglichkeit und b) bereits praktiziertem Abfallvermeidungsverhalten bei verschiedenen sozialen AkteurInnen. Dabei unterscheiden wir nach Umfang und Reichweite des möglichen Forschungsvorhabens eine kleiner angelegte A-Variante von einer größer angelegten B-Variante.

1. Konsumbegriff und Vermeidungsperspektiven in der Abfalldiskussion

In diesem Kapitel sollen die erkenntnisleitenden Fragen und Begriffe für eine Untersuchung des abfallrelevanten Konsumverhaltens geklärt werden. Für die Beantwortung der Frage, wie das Konsumverhalten zur Abfallvermeidung beitragen kann, sind zuerst die beiden Leitbegriffe der Studie zu klären: Was ist Konsum - was ist Abfall? In einem zweiten Schritt kann dann die Perspektive von Abfallvermeidung auf die vorgegebene Definition von Konsumverhalten bezogen und präzisiert werden. Ein dritter Definitionsbedarf besteht hinsichtlich der Akteure und der Frage der Adressaten dieser auf Konsumverhalten bezogenen Abfallvermeidungsperspektive. Sie soll anhand der Diskussion über die Verursachung von Abfall durch verschiedene Akteure (Verursacherprinzip) beantwortet werden.

Wir beginnen mit der Unterscheidung verschiedener Abfallarten, da damit von vornherein Konsumverhalten auf Abfall bezogen und eingegrenzt wird. Ein gängiges Klassifikationsschema unterscheidet drei Abfallarten: Hausmüll, Produktionsabfälle, die nicht Sondermüll sind, und Sonderabfälle.⁵ Im Bereich des Hausmülls kann Sperrmüll dazugezählt oder ausgeschlossen werden, je nach dem Interesse der Einteilung. Sperrmüll unterliegt in den Kommunen einer gesonderten Sammel- und Abfuhrregelung und ist - soweit er über Recyclinghöfe, Sperrmüllcenter etc. der Wiederverwendung zugeführt wird - sehr kostenintensiv. Die Notwendigkeit für eine Unterscheidung vom Hausmüll ergäbe sich beispielsweise dann, wollten die Kommunen den Sperrmüll unter eine gesonderte Sperrmüll-Abgabe stellen. Der Gebührengesichtspunkt bestimmt so auch die innere Logik der angeführten Gesamtklassifizierung. Sie unterscheidet Abfallarten nach Gebührenbereichen und Behandlungsarten. Ein anderes Klassifikationsschema führt Werner Schenkel vom Umweltbundesamt an. Er unterscheidet vier Hauptgruppen von Abfall:

- Abfall, der bei der Gewinnung von Rohstoffen entsteht,
- produktionsspezifische Abfälle,
- Abfall, der über die Produkte selbst entsteht,
- Infrastrukturabfälle (wie Klärschlämme z.B.).

Seine Klassifikation reflektiert das Problem der Verschiebung von Schadstoffen in andere Medien, die damit zu Abfall werden (z.B. Klärschlämme) und die globalen Strukturen der Erzeugung von Abfall. So kritisiert er "unsere ziemlich bedenkenlose Handhabung von Rohstoffen, die in anderen Ländern erhebliche Abfallberge entstehen läßt. Die BRD ist zu 100 Prozent Importland bei nahezu

⁵Vgl. zur genaueren Bestimmung dieses Abfallbegriffs und der verschiedenen Abfallfraktionen: Der Rat von Sachverständigen für Umweltfragen, Abfallwirtschaft - Sondergutachten September 1990, Stuttgart 1991, S. 43 ff (Tz. 96 ff.) und S. 148 ff. (Tz. 534 ff.).

allen Erzen"⁶.

Werden die Abfälle der Rohstoffgewinnung und die der Vorproduktion in das Verständnis von Abfall mit aufgenommen, verlagert sich die Vorstellung von Abfall als einer dinglichen Ansammlung von Stoffen zu einer Vorstellung von Abfallentstehung als Produktions-, Konsumtions-, Wiederverwertungs- und Endablagerungsprozeß. Eine solche Sicht hat in der Abfalldiskussion der USA zur Ausbildung eines Produktbewertungsinstruments, der "Life-Cycle-Analyse" und in der BRD zu dem der Produktlinienanalyse geführt. Das einzelne Produkt wird auf seine Schadstoff- und mengenmäßige Abfallrelevanz von der Rohstoffgewinnung bis zur Endablagerung bewertet. Wir teilen dieses sowohl stoffliche als auch prozessuale Verständnis von Abfall, das den Abfallentstehungsprozeß anhand von Produkten begreift. Deshalb unterscheiden wir Abfallarten von Produkten des privaten Gebrauchs und Bedarfs (Privat Haushalte), des öffentlichen Gebrauchs und Bedarfs (kommunale oder andere staatliche Verwaltungshaushalte) und des privatwirtschaftlichen Gebrauchs und Bedarfs (Herstellerfirmen, Handels- und Transportunternehmen etc.).

Die zentrale Frage unserer Untersuchung betrifft dementsprechend Abfallvermeidungsmöglichkeiten, die durch eine Änderung des Konsumverhaltens, das sich auf Produkte des privaten Gebrauchs und Bedarfs bezieht, zu erreichen sind.

Von diesem Abfallverständnis ausgehend, das den Rohstoffgewinnungs- und Produktionsprozeß einbezieht, definieren wir KONSUM als diejenigen gesellschaftlichen Strukturen und individuellen Handlungen, die der Deckung des (privaten) Bedarfs durch Produkte und Dienstleistungen dienen.

Die Formen der Bedarfsdeckung differieren nach Kulturkreisen bzw. Nationalitäten. Deshalb werden globale, nationale und kulturelle Konsummuster unterschieden. So ist z.B. nach Anthony Sampson die globale Vermarktung von Markennamen (Louis Vuitton, Benetton, Ralph Lauren etc.) als ein neues, globales Konsummuster in den achtziger Jahren dieses Jahrhunderts ausgebildet worden. Markenprodukte werden wegen der symbolischen Verheißung von postmoderner Mobilität gekauft, die der Markenname suggeriert. Dieses neue Markenartikel-Konsummuster ist nicht mehr - wie noch der Markenartikelkauf Ende des 19. Jahrhunderts - an das Privileg und die Kaufkraft der Oberschicht gebunden.⁷ Waren zuerst die Duty-free-Shops der Flughäfen die Verkaufsorte des Markenartikel-Trendsetting, so haben später u.a. die Jugendlichen als neue Trendsetter-Avantgarde zur massenhaften Verbreitung des Markenartikel-Kaufs beigetragen. Sie sprechen ihren Eltern gegenüber nicht davon, daß sie (Turn-)Schuhe brauchen, sondern sie "brauchen" Nikes oder

⁶Werner Schenkel, Pfände- und Rücknahmeverpflichtungen - die Politik des Bundesministers für Umwelt. In: Ernst U. v. Weizäcker (Hg.), Weniger Abfall - gute Entsorgung, a.a.O., S. 82

⁷Anthony Sampson, Globalmacht Geld, Hamburg 1990, S. 195 ff.

Adidas. Ob Coca Cola in China oder McDonalds und Marlboro in Rußland, der Markenname ist zu einer Form der Massenbedarfsdeckung und zu einem Muster des privaten Gebrauchs quer über den Globus geworden.

Als nationale Konsummuster gelten vor allem kulturspezifische Eßgewohnheiten und bestimmte Formen der Wohnraumausstattung (so sind Hängematten als Schlafunterlagen in unserer Kultur eher selten). Nationale Muster des Konsums sind zum Teil (wie die Pizzaküche Italiens) ebenfalls global vermarktet bzw. breiten sich (wie die japanischen Futon-Betten in Westeuropa und den USA) in bestimmten Konsumbereichen aus.

Veränderungen in den nationalen Konsummustern werden durch Konsumtrends angegeben, die sich aus den nationalen Sozialstatistiken, aus Konsumstudien und von der Marktforschung ermitteln lassen. Sie beziehen sich auf verschiedene Bereiche des privaten Konsums wie Wohnung, Kleidung, Nahrungsmittel, Freizeit etc. Die Produkte des privaten Gebrauchs und Bedarfs werden dabei nach Konsumbereichen systematisiert.

Charakteristischstes Kennzeichen der Konsummuster unserer Kultur ist ihre Ausdifferenzierung nach materiellen und symbolischen Nutzenfunktionen für die KäuferInnen. Als Ausdruck verschiedener Lebensstile prägen vor allem die symbolischen Nutzenfunktionen das dominante Konsummuster westlicher Industriegesellschaften. Über den Erwerb von bestimmten Konsumprodukten kann so neben der unmittelbaren Bedürfnisbefriedigung zugleich ein immaterieller Nutzen - wie Gruppenzugehörigkeit, Statusgewinn, Meinungs- und Selbstaussdruck - erzielt werden. Die Produkte dienen damit als Attribute einer Lebensstilkultur, die sich in Konsumstilen ausdrückt.

Die Vielfalt an voneinander sich abgrenzenden Konsumstilen heute ist Ausdruck einer umfassenden westeuropäisch-amerikanisch-japanischen Konsumkultur, die nicht nur als kulturelles Muster der Befriedigung des privaten Bedarfs durch Produkte und Dienstleistungen zu begreifen ist, sondern zugleich als ein Kulturmodell, das auf der permanenten quantitativen wie qualitativen Erweiterung der Bedürfnisse des öffentlichen, privatwirtschaftlichen und privaten Bedarfs beruht.

Mit der beginnenden ökologischen Kritik Ende der sechziger Jahre wurde diese Form der Bedarfsdeckung ("Bedürfnisbefriedigung") als westliches Konsummodell kritisiert, das von den Ländern der Ersten Welt in die Länder der Dritten Welt exportiert wird. Im Sinne dieses Modells der Bedarfsdeckung wurden die westlichen Gesellschaften als westliche "Konsumgesellschaften" analysiert, deren Produktions- und Vermarktungsmechanismen auf die Weckung von immer neuen Bedürfnissen der KonsumentInnen ausgerichtet ist. Als typisches Resultat dieses Konsummodells wurde eine psychische Charakterstruktur des "Homo Consumens" angesehen, die die unterschiedlichsten Bedürfnisse auf die (Schein-)Befriedigung durch immer mehr Produkte umlenkt. Die KonsumentInnen, die diesen "Homo Consumens" verkörpern, müssen zwanghaft immer neue Waren kaufen, für deren Gebrauch und pflegliche Verwendung sie wenig

Interesse zeigen ("Konsumsucht"). Als Ausdruck dieser mit den ständig steigenden Produktmengen entstehenden "Überflußgesellschaft" wurde daher im direkten wie übertragenen Sinne der Abfall verstanden. Müll war in dieser Sicht das Resultat einer gedankenlosen Wegwerfhaltung und stand sinnbildlich für das falsche gesellschaftliche Prinzip der Bedarfsdeckung: falsche Verwendung = Verschwendung.⁸

Wolfgang Schmidbauer argumentierte in seinem 1972 publizierten Beitrag zu dieser Debatte über die Konsum- und Wegwerfgesellschaft:

"Was ich kaufe, gleichgültig ob Nahrungsmittel, Hausgerät, Benzin, Zeitung, Illustrierte, Buch, Autozubehör - ist immer auch ein ethisches Problem. Was ich wegwerfe, ob Einwegflasche, Kunststoffteller, Verpackung, ausgedientes Gerät, Christbaum oder ausgelesene Zeitungen - auch das ist immer eine Frage der Moral. So viel wie möglich soll erhalten werden, so wenig wie möglich gekauft und weggeworfen. Homo consumens muß die Befriedigung neu entdecken, die darin liegt, einen schon lange benutzten Gebrauchsgegenstand durch Pflege wieder "jung" zu machen. Er muß lernen, wenn er schon auf ein Auto nicht verzichten kann, doch ein Modell zu erwerben, dem er zehn Jahre und mehr die Treue halten kann; wenn er dann nicht mehr als wirklich notwendig fährt, wird ihm das zumindest bei einigermaßen solide konstruierten und gut gepflegten Fahrzeugen auch heute noch keine Schwierigkeiten machen. Mit jedem Auto, das verschrottet wird, gehen viel Energie und Rohstoffe verloren, fast immer viel zu früh."⁹

Die anhand des Auto-Beispiels erhobene Forderung nach Rohstoffeinsparung wurde seitdem in der ökologischen Diskussion und im "Mülldiskurs" immer wieder erhoben. Diese Forderung zeigt, daß der "Mülldiskurs" von Anfang an ein wesentlicher Teil der Ökologiedebatte war.

Der von uns in dieser Arbeit verwendete Konsumbegriff wird in jenem umfassenden Sinn gebraucht, wie er in der Kritik des "verschwenderischen Konsummodells" zum Ausdruck kommt, das auf der Vernutzung von immer mehr Rohstoffen beruht und die Schaffung immer neuer Einkaufs- und Absatzmärkte für Produkte beinhaltet. Die dabei entstehenden Strukturen der Rohstoffgewinnung, der Vorproduktion, des globalen und regionalen Transports, der Halb- und Endfertigung, des Verkaufsmarketing, des Groß- und Zwischenhandels, des (öffentlichen, privatwirtschaftlichen oder) privaten Gebrauchs von Produkten und der Wiederverwertung und Endlagerung von Abfällen fassen wir in dem übergreifenden Begriff der Konsumstrukturen.

⁸Vgl. Irmgard Schultz, Müll im Kopf. 20 years after - Ein kleinerer Versuch über den Schmutz. In: Universitas 2/1990, S. 141 ff.

⁹Wolfgang Schmidbauer, Homo consumens, 1972, neu aufgelegt unter dem Titel: Weniger ist manchmal mehr - Zur Psychologie des Konsumverzichts, Reinbek bei Hamburg 1984, S. 142

Der Begriff des Konsumverhaltens, der von uns ausschließlich auf Produkte des privaten Gebrauchs und Bedarfs bezogen wird, umfaßt die einzelnen Verhaltensweisen des Einkaufens, des Benutzens und Verwendens von Produkten und Dienstleistungen, des Wegwerfens oder Wiederverwendens von Produkten sowie des Sammels und Sortierens und des Wegbringens von Abfall. Als Verhaltenssequenzen systematisiert unterscheiden wir im Konsumverhalten eine Einkaufsphase, eine Nutzungsphase und eine Abfallentsorgungsphase.

Anhand dieser Definitionen wird ersichtlich, daß sich die herkömmlichen Vorstellungen von Produktion und Konsumtion in ihrer Abgrenzung gegeneinander erheblich relativiert haben. Mit der Wahrnehmung von Vorprodukten kommen auch die industriellen Hersteller als Konsumenten in den Blick, Handelsunternehmen werden nicht mehr nur als Anbieter, sondern auch als Einkäufer sichtbar. Das ist für eine Präzisierung der Abfallvermeidungsperspektive entscheidend.

Wird Abfallerzeugung vor dem Hintergrund des gesamten Lebenszyklus von Produkten verstanden, dann sind am Abfallerzeugungsprozeß von Produkten des privaten Gebrauchs und Bedarfs nicht nur die (End-)KonsumentInnen beteiligt, sondern "von der Wiege bis zur Bahre" - je nach der Stufe im Prozeß - verschiedene Akteure: die Hersteller- und Vermarktungsfirmen der Rohstoffgewinnung, Vorproduktion und Produktion, Marketing, Transport- und Handelsunternehmen, die KonsumentInnen, die Kommunen mit ihren Sammel- und Entsorgungssystemen, privatwirtschaftliche Wiederverwertungs- und Entsorgungsbetriebe. Die Möglichkeiten zur Abfallvermeidung sind von den konkreten Konsumstrukturen und Akteuren der jeweiligen Stufe im Lebenszyklus des Produkts abhängig.

Die Vorstellung von einer Abfallvermeidungspolitik, die aufgrund einer hundertprozentigen Wiederverwertung aller Abfallstoffe "end of pipe" realisiert werden könnte, ist aus technischen und ökonomischen Gründen unrealisierbar. Ihr liegt eine Vorstellung von "Stoffkreislauf" zugrunde, bei dem durch konsequentes Recycling "alles im Fluß" bleibt und kein Abfall mehr anfällt. Werner Schenkel nennt vier unüberwindbare Grenzen für diese unrealistische Vorstellung einer totalen Wiederverwertung:

1. Die Annahme, alle Stoffe könnten irgendwann vollständig recycelt werden, geht an dem Trend zur Miniaturisierung vor allem der High-Tech-Produkte vorbei. Werden die technischen Produkte aber immer kleiner - das zeigen die Erfahrungen -, so werden sie unauffällig und ohne teuren, unrentablen Wiederverwertungsaufwand entsorgt.
2. Um Material und Gewicht einzusparen, werden immer mehr Verbundwerkstoffe eingesetzt. Produkte aus Verbundwerkstoffen sind aber - mit wenigen Ausnahmen - stofflich nicht mehr recyclefähig.
3. Das Recyclen von Stoffen ist auch dadurch begrenzt, daß die Stoffe sehr diffus angewendet werden und deshalb nicht mehr

zurückgenommen werden können (Beispiel: Verkupferung bei Galvanisierungsprozessen).

4. Recycling ist immer mit einem Qualitätsverlust verbunden (Down-Recycling).¹⁰

Deshalb ist nach Werner Schenkel in der Abfalldiskussion davon auszugehen, "... daß Abfälle nicht eigentlich zu beseitigen sind."¹¹

Als Folgerung aus dieser Einsicht ist eine grundsätzliche Unterscheidung zu treffen zwischen Abfallvermeidung, die keine irgendwie gearteten Beseitigungsanforderungen offenläßt, und Wiederverwerten bzw. Recyclen.

Wir trennen also grundsätzlich zwischen einer Abfallvermeidungsperspektive und allen Ansätzen der Wiederverwertung. Recyclingansätze tragen kurzfristig durchaus zur Entlastung der kommunalen Deponien und Verbrennungsanlagen bei. Langfristig gesehen sind sie aber ebenfalls als industrielle Abfallerzeugungsprozesse zu betrachten. Sie benötigen bisher noch nicht einschätzbare Mengen an Ressourcen (Energie, Wasser, Stoffe, Arbeitskraft, Transportleistungen) und hinterlassen ihrerseits Abfall, der sowohl mengenmäßig als auch schadstoffmäßig keiner Wiederverwertung mehr zuführbar ist. Wiederverwertung ist nicht Abfallvermeidung.

Der entscheidende Punkt zur Differenzierung zwischen Verwerten und Vermeiden ist die Perspektive der absoluten Einsparung von Ressourcen und Schadstoffen. Verwertungsansätze benötigen neue Ressourcen - Vermeidungsansätze erfordern keine neuen Ressourcen, sie sparen Rohstoffe, Vorproduktions- und Produktionsprozesse, Vermarktungs-, Handels- und Transportaufkommen ein, reduzieren den Aufwand an unbezahlter Eigenarbeit und sparen Ressourcen, die zur Abfallentsorgung notwendig sind.

Eine konsequente Perspektive der Abfallvermeidung liegt deshalb in einer konsequenten Verzichtsperspektive auf jeder Stufe des Abfallerzeugungsprozesses:

unmittelbare Abfallvermeidung

keine Rohstoffgewinnung - Nichtproduktion - Nichtwerbung -
Nichttransport - Nichtverkauf - Nichtkauf = Konsumverzicht -
keine Wiederverwertungs- oder Endlagerungsnotwendigkeit.

Da diese Perspektive auf das einzelne Produkt (z.B. ein Produkt mit bestimmten Schadstoffen) bezogen ist, unterscheiden wir zwischen dieser unmittelbaren Perspektive der Abfallvermeidung und einer mittelbaren Perspektive, bei der Abfallvermeidungs-

¹⁰Werner Schenkel, Pfänder und Rücknahmeverpflichtungen - die Politik des Bundesministers für Umwelt, a.a.O., S. 82-85

¹¹ebenda, S. 83

effekte erst in einer Langfristperspektive und auf das Gesamtabfallaufkommen bezogen festzustellen sind:

mittelbare Abfallvermeidung = Abfallverminderung

- * weniger Rohstoffgewinnung mit weniger Schadstoffen
- * Verwendung von weniger Ressourcen, weniger Produktionsabfälle, weniger Schadstoffe in den Produkten
- * Änderung des Entsorgungsverhaltens: Weitergeben, Second Hand
- * gezielte Werbung: "Marketing für Ökologie"
- * gezielter Handel: "Einkauf durch Auslisten"; Umstellung des Handels auf weniger Transport/Direktvermarktung
- * Änderung des Nutzungsverhaltens der KonsumentInnen: längerer Gebrauch der Produkte, Wiederverwendung, Kollektivnutzung
- * Es bleibt die Notwendigkeit, Abfall endzulagern oder wiederzuverwerten. Die Perspektive der Abfallverminderung beseitigt nicht das Abfallaufkommen, sondern vermindert es.

Als übergreifende Definition von Abfallvermeidung führen wir deshalb die 1987 von Bernhard Reiser formulierte Auffassung der ökologischen Forschungsinstitute der BRD an: "Für die ökologisch orientierten Forschungsinstitute bedeutet Abfallvermeidung, daß an der Wurzel der Probleme angesetzt werden muß. Die Forderung nach einer Produktion, die mit geringerem Rohstoffeinsatz und geringerem Energieaufwand auskommt, steht im Einklang mit der Forderung nach einer allgemeinen Schonung der begrenzten natürlichen Ressourcen."¹²

Ausgehend von dieser Abfallvermeidungsperspektive ist als Leitfrage für unsere Untersuchung die Frage aufzunehmen: Was sind "natürliche Ressourcen"? Im Gegensatz zur Einengung des Ressourcenbegriffs auf Rohstoffe und Energie begreifen wir auch die bezahlte und unbezahlte Arbeit als "Ressourcen". Wirkliche Vermeidungsansätze sparen also nicht dadurch Ressourcen (an Energie, Stoffen, Transportleistungen etc.) ein, daß sie durch mehr unbezahlte Eigenarbeit ersetzt werden müssen. Auch die unbezahlte Haus- und Eigenarbeit ist eine "Ressource".

Ebenso ist eine Perspektive der Schadstoffentfrachtung des Abfalls keine Perspektive der Ressourcenschonung, da keine Schadstoffe vermieden werden. Erfordern beispielsweise kommunale Kompostieransätze (also Biotonne statt Eigenkompostierung) eine grundsätzliche Entfrachtung des Komposts von Schadstoffen, sollen diese nicht über den Kompost massenhaft in den Boden eingetragen werden¹³, dann sind diese Ansätze als Verwertungsperspektive zu behandeln.

¹²Bernhard Reiser, Was bedeutet Abfallvermeidung für die ökologischen Forschungsinstitute. In: AGÖF (Hg.), Abfallvermeidung - Stand und Perspektiven, München 1988, S. 9

¹³Uwe Lahl/Andreas Wiebe, Chemie im Müll - verkennen, vergessen, verdrängen. In: Institut für ökologisches Recycling (Hg.), Ökologische Abfallwirtschaft, Dokumentation des Fachkongresses vom 30. 11. - 2.12. 1989 in Berlin, Berlin 1989, S. 96ff

Wir gehen deshalb in unserer Studie auf den schwierig zu bewertenden Komplex der Kompostierungsansätze nicht ein.

Es gibt keine generelle Abfallvermeidungsperspektive unabhängig von den verschiedenen gesellschaftlichen Akteuren. Deshalb muß Abfallvermeidung konkret auf die durch unterschiedliche Konsumstrukturen vorgegebenen Möglichkeiten der verschiedenen Akteure präzisiert werden, damit politische Rahmenzielvorgaben entwickelt werden können, die diese unterschiedlichen Möglichkeiten der Akteure berücksichtigen. An wen richtet sich nun die Vermeidungsperspektive? Als "Verursacherprinzip" wird die Forderung bezeichnet, daß derjenige, der für die Verursachung von Abfall verantwortlich ist, auch derjenige sein soll, der für die Vermeidung und Entsorgung des Abfalls aufzukommen hat. Diese Debatte wird daher auch unter dem Stichwort der "neuen Produktverantwortung" (Bundesumweltminister Töpfer) geführt. Drei unterschiedliche Adressaten werden je nach Auslegung dieser "Produktverantwortung" angesprochen:

1. Die KonsumentInnen und EndverbraucherInnen von Produkten des privaten Gebrauchs und Bedarfs: Sie werden in Strategien, die auf Wiederverwertung bauen, als "Abfallerzeuger" angesprochen, die für das Getrenntsameln ein "neues Selbstverständnis und einen positiven Bezug zur Abfallverwertung" entwickeln sollen.¹⁴ Oder sie werden als diejenigen, die über marktentscheidende "Kaufmacht" verfügen, zur Abfallvermeidung durch Konsumverzicht¹⁵ und zur Abfallverminderung durch Änderung ihres Nutzungsverhaltens aufgefordert.
2. Der Handel hat über die Auslegung des Verursacherprinzips als "Rücknahmeverpflichtung" eine zentrale Rolle in Wiederverwertungsansätzen zugesprochen bekommen. Indem in der Verpackungsverordnung von 1991 die Rücknahme von Verpackungsmaterialien in den Einzelhandelsgeschäften zur Pflicht gemacht wurde, kommt dem Handel als Vermittlungsinstanz zwischen Herstellern und KonsumentInnen die Funktion zu, den Druck lästiger Verpackungsmengen an die Hersteller weiterzugeben. Ob bei den geplanten weiteren Gesetzesausführungen¹⁶ ebenfalls die Rück-

¹⁴Bertram Kehres, Von der Abfallwirtschaft zur Rohstoffwirtschaft, Ein Beitrag des Bundesverbandes der Deutschen Entsorgungswirtschaft e.V. (BDE), Köln, 18.11.1991, S. 14

¹⁵Halo Saibold, Konsum als politisches Instrument. In: Stiftung Verbraucher-Institut (Hg.), Soziale Verantwortung der Konsumenten, Dokumentation der Tagung vom 29.-31. Oktober 1990, Berlin

¹⁶Auf einzelne Produkte/Produktgruppen bezogen sind geplant: die Altpapierverordnung für Druckerzeugnisse, die Elektronik-Schrott-Verordnung, die Bauabfall-Verordnung, die KFZ-Verordnung, die Mehrweg-Getränke-Verordnung. Relevant und in der Planung sind außerdem: die Schadstoff-Verordnung, die technische Anleitung Siedlungsabfälle, weitere technische Anleitungen für Sonderabfälle, die Novelle der Klärschlamm-Verordnung, die Novellierung des Abfallgesetzes.

nahmeverpflichtung der Hersteller über den Handel organisiert werden soll, ist noch nicht klar. KritikerInnen fordern gesetzliche Rahmenvorgaben für eine unmittelbare Herstellerverantwortung, für die der Handel der falsche Adressat sei.

3. Die Hersteller: Die Verantwortung der Hersteller für die Abfallerzeugung wird nicht erst dann eingeklagt, wenn der Müll schon entstanden ist, sondern schon bei der Produktentwicklung und -gestaltung. Das betrifft vor allem auch die Herstellung und Verwendung von Schadstoffen, über die die VerbraucherInnen kein Wissen haben können:

"Die Verantwortlichkeit für die Produkte über den gesamten Lebenszyklus müßte eigentlich bei den Produzenten liegen, denn nur sie wissen, was sie in ihre Produkte hineinrezeptieren; der Verbraucher kann das heute nicht überblicken, selbst bei wünschenswert höherer Markttransparenz wird das nicht möglich sein."¹⁷

Diese Forderung nach einer Herstellerverantwortung schon "from the beginning of the pipe" wirft vor allem Fragen hinsichtlich der Regelung des Haftungsrechts und hinsichtlich der Einführung eines Prüfungsverfahrens für Produkte in bezug auf ihre abfall- und schadstoffvermeidende Marktfähigkeit auf. Ein solcher "Produkte-TÜV" würde eine staatlich sanktionierte Zulassungs- und Kontrollinstanz erfordern. Die Forderung nach Herstellerverantwortung muß also noch als politische Zielvorgabe formuliert und durch Umsetzungsstrategien konkretisiert werden.

Die von uns verwendete Definition von Abfallvermeidung macht eine solche politische Zieldefinition von Produktverantwortung notwendig. Die politische Definition kann nicht ohne Beteiligung aller Akteure des Abfallentstehungsprozesses getroffen werden. Deshalb halten wir einen Diskurs über Produktpolitik, der u.a. die Definition der Herstellerverantwortung zum Inhalt hat, für notwendig. Dieser Diskurs gibt den Rahmen für Abfallvermeidungsstrategien ab, die sich ausschließlich an die KonsumentInnen der Produkte des privaten Gebrauchs und Bedarfs richten.

Von ihrer Stellung im Lebenszyklus-Prozeß her haben die KonsumentInnen von Produkten des privaten Gebrauchs und Bedarfs nur eingeschränkte Möglichkeiten der Abfallvermeidung. Vielleicht plädierte deshalb einer Umfrage der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) von 1991 zufolge eine eindeutige Mehrheit der Befragten dafür, daß die Industrie durch schärfere Gesetze zu mehr ökologischer Verantwortung gezwungen werden müsse:

97% in den neuen Bundesländern und 92% in den alten Bundesländern würden den Staat dabei gegen die Industrie unterstützen.
72% in den neuen Bundesländern und 69% in den alten Bundesländern

¹⁷Ernst U. v. Weizsäcker, a.a.O., S. 118

sehen in der Industrie den Hauptverantwortlichen für die Umweltbelastungen.¹⁸

Zur Selbsteinschätzung ihrer Möglichkeiten für abfallvermeidendes Verhalten als KonsumentInnen und für eine Präzisierung der "Produkt-Verantwortung" aus der Perspektive von EndverbraucherInnen ist die Konsumdebatte der Verbraucherbewegung aufschlußreich, die im nächsten Kapitel dargestellt wird.

¹⁸Management Wissen Nr. 8, S. 13. Quelle GfK Marktforschung 1991

Als Fazit dieses ersten Kapitels kann festgehalten werden:

- 1) Die gängige Auffassung von Abfall als einer nur dinglichen Ansammlung von Stoffen muß aufgegeben werden. Die Perspektive der Abfallvermeidung zwingt stattdessen dazu, von Abfall in seinem Entstehungsprozeß auszugehen und schon in der Phase "beginning of the pipe" mit Abfallvermeidungsmaßnahmen einzusetzen. Das stoffliche und das prozessuale Verständnis von Abfall müssen in bezug auf die Entstehung, Verwendung und Entsorgung von Produkten zusammengeführt werden.
- 2) Die häufig anzutreffende Vorstellung, das Abfallproblem könne durch eine vollständige Recyclingwirtschaft gelöst werden, ist weder technisch noch ökonomisch haltbar und führt zur ökologisch unerwünschten Verschiebung dieses Problems. Zwischen Wiederverwertung und Abfallvermeidung muß klar unterschieden und letzterer eindeutig die Priorität gegeben werden. Wir unterscheiden ferner zwischen unmittelbarer (Verzichtsperspektive) und mittelbarer Abfallvermeidung (Verminderungsperspektive). Beiden Perspektiven wird im weiteren Verlauf nachgegangen.
- 3) Der Konsum ist eine wichtige Phase im Prozeß der Abfallentstehung und bietet daher unmittelbare und mittelbare Vermeidungspotentiale. Unter Konsum werden hier diejenigen gesellschaftlichen Strukturen und individuellen Handlungen verstanden, die der Deckung des privaten Gebrauchs und Bedarfs durch Produkte und Dienstleistungen dienen. Die national und kulturell verschieden ausgeprägten Formen der Bedarfsdeckung werden als Konsummuster bezeichnet. Das dominante Konsummuster der westlichen Industriegesellschaften ist durch steigende Energie- und Rohstoffverwendung, ein hohes Abfallaufkommen und die wachsende symbolische Bedeutung von Produkten und Konsumvorgängen ("Konsumstile") gekennzeichnet.
- 4) Dieses Konsummuster steht im übergreifenden Zusammenhang der Rohstoffgewinnung, der Vorproduktion, der Halb- und Endfertigung, des Transports, des Handels und der Wiederverwertung und Entsorgung der konsumierten Produkte (ihrem Life-Cycle). Diesen übergreifenden Zusammenhang bezeichnen wir als gesellschaftliche Konsumstruktur. Konsumverhalten bezieht sich hingegen auf die drei Phasen des Einkaufs, der Nutzung von Produkten und Dienstleistungen sowie der Entsorgung von Produkten. Eine Abfallvermeidungsperspektive für den Konsum zu entwickeln bedeutet also, in eine Debatte über Konsummuster, Konsumstrukturen und Konsumverhalten einzutreten.
- 5) Die Adressaten der Vermeidungsperspektive im Konsumbereich können daher nicht allein die EndverbraucherInnen in den privaten Haushalten sein. Im Sinne eines problemgerecht verstandenen Verursacherprinzips tragen Hersteller, Handel und EndverbraucherInnen gemeinsam die Verantwortung für eine auf Abfallvermeidung zielende Veränderung der Konsumstrukturen. Deshalb müssen Abfallvermeidungsstrategien im Konsumbereich konkret auf die Verhaltensmöglichkeiten der verschiedenen Akteure bezogen werden.

2. Die Konsumdebatte der VerbraucherInnenbewegung

Überblickt man die Entwicklung der Konsumdebatte in den letzten zwanzig Jahren, so kann man generell einen Trend zur Politisierung des Konsums feststellen.

Die Konsumdebatte, die im engeren Sinn auf eine Veränderung des Konsumverhaltens der EndverbraucherInnen zielt und in den letzten Jahren verstärkt von ökologischen Problemstellungen und dem Abfallproblem her argumentiert, wird seit Mitte der achtziger Jahre unter dem Stichwort des "verantwortlichen Konsums" geführt. Sie wird maßgeblich durch die nichtstaatlichen Institutionen der VerbraucherInnenbewegung formuliert. Vorher gab es - seit Ende der Studentenbewegung in den siebziger und achtziger Jahren - auch schon eine "Konsumdebatte"; diese wurde jedoch mit sehr unterschiedlichen politischen Intentionen von den "Neuen sozialen Bewegungen" der Bundesrepublik geführt. Da die VerbraucherInnenbewegung selbst als ein Teil dieser "Neuen sozialen Bewegungen" zu verstehen ist, die sich Ende der siebziger Jahre bspw. mit dem Berliner Verbraucherinstitut neue institutionelle Formen geschaffen hat, sind diese Debatten kaum zu trennen. Im folgenden geben wir einen kurzen Überblick über die verschiedenen Ansätze der Thematisierung und Politisierung des Konsums, um der Frage nachzugehen, wie von seiten der nichtstaatlichen politischen Öffentlichkeit in der BRD und explizit von den KonsumentInnen und VerbraucherInnen Ansprüche an das Konsumverhalten und an die Gestaltung von Konsumstrukturen formuliert werden. Am Ende dieses Kapitels versuchen wir, aus dieser Debatte Kriterien der Konsumbewertung zu resümieren und auf unsere weitergehenden Fragestellungen zu beziehen.

Die wohl öffentlichkeitswirksamste Kampagne einer Politisierung von Konsumententscheidungen in den siebziger Jahren fand im Rahmen der Menschenrechtsdebatte über Südafrika statt. 1977 startete die Evangelische Frauenarbeit in Deutschland e.V. ihre Aktion "Kauft keine Früchte aus Südafrika". Die "Evangelische Frauenarbeit in Deutschland e.V." (EFD) ist ein Zusammenschluß von 40 evangelischen Verbänden und landeskirchlichen Frauenwerken, die sich u.a. zum Ziel gesetzt haben, entwicklungspolitische Bildungsarbeit zu fördern. Mit der Aufforderung zu einem Konsumboykott von Produkten aus Südafrika brachte die Evangelische Frauenarbeit die Rassendiskriminierung durch Apartheid in die Öffentlichkeit. Sie argumentierte mit der politischen Verantwortung eines jeden Christen, sowohl im Nahbereich von Familie, Freunden und Beruf als auch im Fernbereich der Dritten Welt einen "Teil der Gesamtverantwortung" mitzutragen. Das alltägliche Einkaufen für die Familie solle zu einem Akt des politischen Handelns werden. Die politische Intention dieser Kampagne war, über wirtschaftlichen Druck zur Abschaffung des Apartheid-Systems mit beizutragen.¹⁹ Solche Konsumboykottaufrufe gegen die Produkte eines Landes wurden auch als Protest- und Druckmittel gegen die politische

¹⁹Vgl. Edda Stelck, Politik mit dem Einkaufskorb. Die Boykott-Aktion der evangelischen Frauen gegen Apartheid, Wuppertal 1980

Verfaßtheit in Chile und in Argentinien nach dem Putsch der Militärjunta in diesen Ländern eingesetzt.

Generelle Orientierungsrichtlinien für das Konsumverhalten wurden vor allem von den verschiedenen "Dritte-Welt-Organisationen" erarbeitet und für eine Änderung der globalen Nord-Süd-Beziehungen propagiert. Ein exemplarisches Beispiel für die dabei verwendete Argumentation ist der "Leitfaden für ein ernährungsbezogenes Einkaufs- und Konsumverhalten", der 1982 von der entwicklungspolitischen Gruppe "Erklärung von Bern für solidarische Entwicklung" herausgegeben wurde. Er stellt das Konsumverhalten unter die ethische Maxime eines verantwortlichen Umgangs mit der Natur, mit anderen Menschen und sich selbst. Darunter wird eine generelle Einschränkung des Konsums in den Industrieländern zugunsten der Dritten Welt verstanden. Im besonderen wird der Konsum von Fleisch kritisiert, da Fleisch ungesund sei und in der Erzeugung zu viel Energie benötigt; ferner von Zucker, da zu viel Zucker der Gesundheit schadet und Monokultur-Strukturen in den Herstellerländern verfestigt. Energieaufwendige und durch Insektizide und Pestizide "geschützte" Lebensmittel sollen nicht gekauft werden. Da das Konzept der Förderung der eigenen Ressourcen und Fähigkeiten ("self-reliance") für die Erste Welt genauso wie für die Dritte Welt gelte, wird der Einkauf regionaler und saisonaler Produkte empfohlen.²⁰

Auch die Arbeitsgemeinschaft Dritte-Welt-Läden e.V. (AG3WL) und die Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der Dritten Welt (gepa) wollen mit ihren Aufrufen erreichen, daß durch gezielten Einkauf politische Aspekte beachtet werden. Beide Organisationen üben Kritik an den ungerechten Weltmarktstrukturen, setzen sich für faire Wirtschaftsbeziehungen mit der Dritten Welt ein und unterstützen weltweit Produzentengruppen (Genossenschaften, Selbsthilfegruppen von Kleinbauern und Handwerkern), deren Produkte sie in der Ersten Welt vertreiben. Unter dem ökumenischen Schlagwort "Eine Welt oder keine Welt" wird auf die ungerechte Ressourcenverteilung zwischen Nord und Süd aufmerksam gemacht. Sie argumentieren, daß "wir - Nord und Süd, Ost und West, Arm und Reich - nur überleben können, wenn wir die Reichtümer dieser Erde partnerschaftlich und gerecht verteilen,..."²¹ Darüber hinaus setzt sich die gepa gezielt für die Einführung fair gehandelter Waren im Supermarkt ein und arbeitet gegenwärtig im Rahmen der European Fair Trade Association (EFTA) an der Einführung eines dementsprechenden Gütesiegels. Voraus-

²⁰Vgl. Neukirch Haus für Tagungen, Kurse und Ferienwochen (Hg.), Erklärung von Bern für solidarische Entwicklung, Bern 1982. Anne-Marie Holenstein/Susanna Krebs/Regula Rüst-Walcher (Hg.), Einkaufen, Kochen, Essen mit dem Ziel, rücksichtsvoller gegenüber der Natur, anderen Menschen und uns selbst zu leben. Anregungen, Entscheidungshilfen, Arbeitsblätter und Rezepte für den täglichen Gebrauch im Haushalt oder Unterricht, Bern 1982

²¹Arbeitsgemeinschaft Dritte-Welt-Läden e.V./Referat Weltdienst des Nordelbischen Missionszentrums (Hg), Wegweiser durch den Supermarkt, 4. Überarbeitung, o.J., S.5

setzung dafür ist der gepa zufolge die Information der VerbraucherInnen über die Produktionsbedingungen (Arbeits-, Einkommens- und Bildungssituation), unter denen die Waren zustandekommen. So ruft sie zu Konsumboykott gegen bestimmte Produkte auf, die unter extrem unverträglichen Sozialbedingungen produziert werden: bspw. gegen Spargel oder Erdbeeren aus Hungergebieten; gegen Teppiche, die mit Kinderarbeit hergestellt werden.²²

Die größte "Dritte-Welt-Organisation" der BRD ist der Zusammenschluß vieler Initiativen im "Bundeskongreß entwicklungspolitischer Aktionsgruppen". Der BUKO (Hamburg) formuliert seine Konsumkritik als generelle Kritik an den Strukturen der Weltwirtschaft und ihrer negativen sozialen und ökologischen Folgen. Aufklärungs- und Diskussionsveranstaltungen über die Verschuldung der Dritten Welt, die internationale Arbeitsteilung oder die GATT-Runden zielen von daher in erster Linie auf weltwirtschaftlichen Systemwandel und konkrete Kritik an den Strukturen multinationaler Unternehmen. Gleichwohl ruft der BUKO auch zu Veränderungen des individuellen Lebensstils in den Industrieländern und zu Einschränkungen des persönlichen Konsums auf.

Der Konsum der Ersten und die Ausbeutung der Dritten Welt werden als Zusammenhang gesehen.²³ Im Verlauf der achtziger Jahre hat der BUKO in verschiedenen Aktionen und Kampagnen versucht, die Produktion und den Konsum bestimmter Produkte/Produktgruppen im Sinne seiner entwicklungspolitischen und ökologischen Vorstellungen zu beeinflussen. Dabei gerieten einzelne Firmen oder ganze Branchen ins Visier der Kritik. Der BUKO machte beispielsweise den Boykott gegen Produkte der Firma Nestle in der BRD publik, zu dem die Schweizer Aktionsgruppe 3. Welt in den siebziger Jahren wegen der schädlichen Folgen des Vertriebs von Babynahrung (Trockenmilch) in der Dritten Welt aufgerufen hatte.

Seit 1980 betreiben BUKO-Gruppen die "Pharma-Kampagne". Hintergrund ist die Kritik an Produktion, Vertrieb und Verwendung pharmazeutischer Produkte in der Dritten Welt: 60 % der in die Dritte Welt exportierten deutschen Pharmaka seien entweder von umstrittener Wirksamkeit, unsinnig zusammengesetzt oder gar gesundheitsgefährdend²⁴. Sie plädiert für eine Beschränkung auf wirklich unentbehrliche Arzneimittel im gesamten Gesundheitssek-

²²Vgl. Arbeitsgemeinschaft Dritte-Welt-Läden e.V. und Referat Weltdienst des Nordelbischen Missionszentrums (Hg.), Wegweiser durch den Supermarkt, Darmstadt o.J. Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der Dritten Welt (Hg.), Produkte aus fairem Handel, Katalog 1991/92, Schwelm 1991. Ingo Herbst, Referat auf der Verbraucherkonferenz der Verbraucher Initiative (11.-13.10.91)

²³Vgl. Buko 8/1984. Als kleines Beispiel "Ein Computer kostet in Kaffee gerechnet dreimal, in Kakao gerechnet viermal soviel wie vor fünf Jahren. (Weltbank, Zahlen aus dem Jahr 1991)." (Eduardo Galeano, Aus dem Lexikon der neuen Weltordnung. In: Zukünfte, 1. Jg., Nov. 1991, S. 51)

²⁴Vgl. Buko Pharma-Brief 5/6, Hamburg 1990

tor²⁵ und für bedarfsgerechte Aufklärungs- und Gesundheitsarbeit in der Dritten Welt. Zu den im Rahmen dieser Kampagne direkt kritisierten Konzernen gehören Bayer, Hoechst und Schering.²⁶ Der BUKO begreift seine Pharma-Kampagne als einen "offenen Dialog" mit den Firmen, bei dem "durch fundierte und deutliche öffentliche Kritik" einzelne Firmen "in etlichen Fällen zur Veränderung ihrer Geschäftspraktiken" bewegt werden konnten.²⁷ Zu den Aktionen des BUKO gehörten u.a. der Aufruf, für das Jahr 1985 auf die Organisation und Durchführung von Reisen in die Dritte Welt wegen des Beitrags des Tourismus zu Unterentwicklung und Umweltzerstörung weitestgehend zu verzichten²⁸, speziell der Aufruf zum Tourismus-Boycott gegen Marokko wegen seiner Westsahara-Politik²⁹.

Die Aktion "Bürger gegen Burger" der BUKO-Gruppe "Volksmund" richtet sich vor allem gegen die Fast-Food-Produkte der Firma McDonalds. Der BUKO ruft zu einem Boycott auf, da die Massentierhaltung für den Fleischbedarf zur Regenwaldzerstörung und einer Gefährdung der Kleinbauern in Brasilien durch Waldrodung, Viehzucht und Futtermittelanbau beitrage. Ferner werden die schlechten Arbeitsbedingungen, die miserable Entlohnung der Firma in den Abnehmerländern, das Abfallaufkommen und der Energieaufwand, die mit der Herstellung und dem Konsum von Fast-Food-Produkten verbunden sind, kritisiert.³⁰ "Pharma-Kampagne" und "Bürger gegen Burger" zeigen, daß der entwicklungspolitisch motivierte soziale Schwerpunkt der kritischen Konsumdebatte sich im Lauf der achtziger Jahre vermehrt ökologischen Zusammenhängen zugewendet hat.

Auch die Frauenbewegung und die Frauenforschung der achtziger Jahre haben die Konsumentdebatte beeinflusst. Besonders die Vertreterinnen des "Subsistenzansatzes" - eine bestimmte Richtung des Öko-Feminismus - (Veronika Bennholdt-Thomsen, Maria Mies und Claudia von Werlhof) plädieren für ein Zusammendenken der Inhalte der Frauenbewegung und der Dritte-Welt-Bewegung. Nach ihrer Analyse leisten die Frauen, die Bauern und in globaler Perspektive gesehen die Länder der Dritten Welt den hauptsächlichsten

²⁵Vgl. Buko-Forum 124/5, 1988

²⁶Vgl. Gesundheit und Dritte Welt e.V. (Hg.), Arbeitsmaterialien zur Buko-Pharmakampagne/Macht Hoechst krank? Das Pharmageschäft in der Dritten Welt, Bielefeld 1988, Buko-Forum 15/1987 ("Multi Bayer")

²⁷Stellungnahme der BUKO-Pharma-Kampagne zum Positionspapier der Gemeinsamen Konferenz Kirche und Entwicklung (GKKE) und des Bundesverbandes der Pharmazeutischen Industrie (BPI) zum Thema Arzneimittelversorgung in der Dritten Welt; zitiert nach: Frankfurter Rundschau v. 13.2.1992

²⁸Vgl. Buko 8/1984

²⁹Vgl. Buko 14/1990

³⁰Vgl. Buko 12/1988 und Buko-Forum 131/1988

Beitrag zur Sicherung der täglichen Subsistenz. Darunter verstehen sie im weitesten Sinne die (Über-)Lebensmittel zur Sicherung des unmittelbaren Bedarfs und die menschliche Reproduktion. Die Subsistenzperspektive ist dementsprechend eine politische Orientierung an einer autarken, sich selbst versorgenden, bäuerlichen und die menschliche Reproduktion achtenden Überlebenssicherung. Im Prozeß der weltweiten Durchsetzung von Geld- und Warenstrukturen ist die für die Existenzsicherung nach wie vor notwendige Arbeit entwertet worden und damit auch diejenigen, die dafür verantwortlich sind: die Frauen, die Bauern und insgesamt die Völker der Dritten Welt.³¹ Sie werden in diesem Prozeß der andauernden Durchkapitalisierung zu den "wichtigsten Kolonien des Weißen Mannes".³² Für die Durchsetzung von nichtpatriarchalen und nichtkapitalistischen Strukturen schlagen sie eine "Konsumbefreiungsbewegung" als Übergangsstrategie vor: "Vielleicht sind 50% dessen, was heute hier in den privaten Haushalten konsumiert wird, nicht nur überflüssig, sondern auch schädlich."³³

Konsumverzicht ist Maria Mies zufolge auf jeden Fall dort notwendig, wo Produkte Süchte fördern (Alkohol, Tabak, Drogen, Luxusnahrungsmittel). Verzichtet werden könnte und sollte ihr zufolge ferner auf übertriebenen Fleischkonsum, auf viele Elektronikprodukte (z.B. Fernseher, Video- und Audiogeräte, Homecomputer), auf Produkte, die sexistische Tendenzen fördern (weite Teile der Textil- und Kosmetikbranche, der Werbung etc.) und auf alle Waren, die auf der Ausbeutung der ProduzentInnen in der Dritten Welt beruhen. Eine öffentliche Konsumwende-Kampagne würde sich nicht nur gegen kapitalistische Strukturen richten, sondern auch gegen "den Feind in der eigenen Brust" und damit dazu beitragen, "daß die Mitverantwortung für die herrschenden Zustände wieder erkannt und wahrgenommen würde."³⁴

Aus der internationalen Frauenbewegung stammen auch die Forderungen, die als "Frauenaktionsplan Agenda 21" Anfang November 1991 in Miami (Florida) zur Vorbereitung der UNO-Umweltkonferenz UNCED 1992 in Brasilien formuliert wurden. Dieser Aktionsplan zielt auf eine neue Moral des Produzierens, Handelns und Konsumierens und stellt den Versuch eines Gegenentwurfs zum herrschenden Entwicklungsmodell dar, das auf unendlichem Wachstum, unendlichem Konsum und der Unterdrückung der Frauen beruht. "Wir glauben, daß eine gesunde und sich selbst erhaltende Umwelt abhängig ist von der Achtung der Menschenwürde, einer partizipatorischen Demokratie, der Selbstbestimmung des Menschen, dem Respekt vor indigenen

³¹Vgl. ebenda

³²Maria Mies, Konturen einer öko-feministischen Gesellschaft. In: a.a.O., S. 39

³³ebenda, S. 51

³⁴Maria Mies, Politik im Alltag - Freiheit von Konsum. In: Eckart Hildebrandt, (Hg.), Ökologischer Konsum, Schriftenreihe des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung Bd. 25, 1989, S.52

Völkern und ihrem Land, ihrer Kultur, ihren Traditionen und dem Schutz aller Arten. Wir glauben, daß das Grundrecht der Menschen den Zugang einschließt zu sauberer Luft, sauberem Wasser, Nahrung, Unterkunft, Gesundheit und Wohlergehen. Diese Rechte werden derzeit Millionen von Menschen, in der überwiegenden Mehrzahl Frauen, verweigert."³⁵

Die Politisierung von Kaufentscheidungen aus feministischer Perspektive hat in der VerbraucherInnenbewegung der USA bereits eine längere Tradition.³⁶ In den Aktionen des "Shopping for a better world" werden nicht die Produkte, nicht die politische Situation des Landes, aus dem bestimmte Produkte stammen, sondern einzelne Unternehmen nach menschen- und frauenrechtlichen sowie ökologischen Kriterien bewertet. Kriterien dafür sind z.B.: die Einstellung und Unterstützung von Frauen und Minderheiten im Betrieb, sexistische Werbung, Tierversuche, Umweltschutzaktivitäten, soziales Engagement der Firmen. Je nach Einschätzung wird in den Shopping-Ratgebern zum Kauf der Produkte dieser Firma geraten oder aber zum Boykott aufgerufen. Diese Strategie der Unternehmensbewertung durch Konsumboykott hat sich in den USA als sehr wirksam erwiesen.

Die institutionalisierte VerbraucherInnenbewegung der BRD verfolgt eine andere Hauptstrategie. Ihre Argumentation läßt sich anhand von zwei entscheidenden Orientierungswechseln beschreiben: War in den Institutionen der traditionellen Verbraucherberatung nach dem Zweiten Weltkrieg die Figur des "industriellen Konsumenten"³⁷, dem der Konsum zur isolierten und kurzfristigen Bedürfnisbefriedigung dient, das Leitbild für Konsumorientierung, so wurden mit Beginn der ökologischen Debatte Anfang der siebziger Jahre die externen Folgen und sozialen Kosten dieser egoistischen Konsumorientierung problematisiert. Die "Industrialisierung der Bedürfnisse" wurde als eine Begleiterscheinung dieses Verbraucherleitbildes begriffen.³⁸ Dieses Leitbild bestimmte weitgehend die Ziele der traditionellen Verbraucherpolitik der Verbände: Sicherung von Markttransparenz für die KonsumentInnen, Wahrung einer bedarfsgerechten Angebots- und Preispolitik, Schutz vor Manipulationen etc. Dem lag das Konsumverständnis des bundesdeutschen Wirtschaftsmodells zugrunde, das in den fünfziger und sechziger Jahren herausgebildet wurde. Es ist durch die Gleichsetzung von quantitativ bemessenem Wirtschaftswachstum mit individuellem Wohlergehen und sozialer Wohlfahrt zu charakterisieren.

³⁵Women's Action Agenda 21, Vorwort. Zitiert nach: Gen-ethischer Informationsdienst (GID) 74, Jan. 1992, S. 14

³⁶Vgl. Nina Easton, Women Take Charge. Asserting Your Rights in the Marketplace, Center for Study of Responsive Law, Washington, D.C., 1983

³⁷Hans Immler, Vom Wert der Natur - Zur ökologischen Reform von Wirtschaft und Gesellschaft, Opladen 1989, S. 282

³⁸Vgl. Klaus Traube. Wachstum oder Askese. Kritik der Industrialisierung von Bedürfnissen, Hamburg 1979

In dem Maße, in dem dieses Wohlfahrtsmodell als "Wachstumswahn und Umweltkrise"³⁹ kritisiert wurde, kamen auch die ökologischen und sozialen Kosten eines ausschließlich an der individuellen Bedürfnisbefriedigung orientierten Konsumierens mit in die Kritiklinie.

Erste Versuche, einen Maßstab für eine Begrenzung des Konsumverhaltens zu finden, orientierten sich an der in der Studentenbewegung formulierten Kritik an der "Konsumgesellschaft", die zwischen notwendigen und überflüssigen Bedürfnissen unterschied. Angesichts der "Grenzen des Wachstums", die nicht nur der Club of Rome (1972) aufzeigte, wurde versucht, zwischen quantitativen und qualitativen Bedürfnissen zu unterscheiden. Gerhard Scherhorn ermittelte auf der Basis einer Theorie der Entstehung und Entwicklung von Bedürfnissen unterschiedliche "Konsumbedarfe". Dabei unterschied er zwischen Basiskonsum und überflüssigen Bedürfnissen.⁴⁰ Hinter dieser Vorstellung von 'überflüssigen Bedürfnissen' stand das zu der damaligen Zeit weitverbreitete, entwicklungspsychologische Modell einer triebhaften Verankerung von "Konsumsucht" durch Umlenkung von "wirklichen" Bedürfnissen auf regressive Befriedigungsformen, die sich (wie die Unersättlichkeit oraler Ersatzbefriedigung) durch eine entgrenzte Suchthaftigkeit auszeichnen. Nach Scherhorn ist demgegenüber eine richtige Bedürfnisbefriedigung an "Selbstverwirklichung" orientiert, die bedeutete, daß der Konsument in den Formen seiner Bedürfnisbefriedigung nicht an eine frühere Entwicklungsstufe (suchthaft) fixiert wird⁴¹. Solche entwicklungspsychologischen Interpretationen des Konsumverhaltens sind bis Ende der siebziger Jahre aus der Konsumdebatte (wie aus dem öffentlichen sozialpolitischen Diskurs der BRD im allgemeinen) verschwunden.

Die in der Arbeitsgemeinschaft der Verbraucherverbände (AgV) (Bonn) zusammengeschlossenen Verbände entwarfen Mitte der achtziger Jahre das Konzept eines "qualitativen Konsums" aufgrund von anderen Überlegungen. Analog zu den Zielsetzungen eines qualitativen Wachstums sollten mit dem neuen Leitbild eines "sozio-ökonomisch und ökologisch bewußten Konsumenten" Kriterien für Konsum- bzw. Konsumverzichtsentscheidungen⁴² entwickelt und den VerbraucherInnen nähergebracht werden. Über die unmittelbaren und kurzfristigen Interessen der KonsumentInnen hinaus sollten die "konsumbedingten schädlichen Auswirkungen auf Umwelt, Energie- und Rohstoffreserven, auf die Entwicklungschancen der Dritten Welt und die Arbeitsbedingungen in der industriellen Produk-

³⁹Vgl. Barry Commoner, Wachstumswahn und Umweltkrise, Gütersloh/Wien 1971

⁴⁰Vgl. Gerhard Scherhorn, Verbraucherinteressen und Verbraucherpolitik, Göttingen 1976

⁴¹ebenda S. 12

⁴²Otto Blume, Verbraucherarbeit im Wandel. In: Verbraucherpolitische Korrespondenz, Nr. 48/1983, S. 4

tion"⁴³ bei der Kauf- oder Kaufverzichtsentscheidung berücksichtigt werden. Damit verknüpfte sich die Hoffnung, die Verbraucherpolitik insgesamt stärker in die wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Debatten einzubeziehen.⁴⁴

Das Konzept "qualitativer Konsum" wurde 1985 in einem Gutachten vom Institut für Sozialforschung und Gesellschaftspolitik für die AgV ausgearbeitet. Der Begriff wurde so definiert, daß sich das VerbraucherInnenverhalten über die traditionellen Kriterien wie Qualität und Preis hinaus auch an den Folgewirkungen des Konsums zu orientieren habe:

- erstens an den ökologischen (umweltbezogenen) Folgen (z.B. Rohstoff- und Energieverbrauch),
- zweitens an den sozialen bzw. gesellschaftlichen Folgen (z.B. Arbeitsbedingungen),
- drittens an den ökonomischen Folgen (z.B. monopolistische Wettbewerbsstrukturen) und
- viertens an globalpolitischen Folgen (z.B. Ausbeutung/Benachteiligung der Dritten Welt).⁴⁵

Das Gutachten betont, daß die Berücksichtigung von sozialen und ökologischen Aspekten des VerbraucherInnenverhaltens immer Wertentscheidungen beinhaltet und damit sozialer und ökologischer Bewertungskriterien bedarf. Unabhängige Verbraucherpolitik kann dem Gutachten zufolge nicht "neutral" gegenüber bestimmten Wertentscheidungen und Konsumstilen bleiben, sondern müsse sich gezielt für diejenigen Verbraucherinteressen einsetzen, die mit den Kriterien eines qualitativen Wachstums/Konsums übereinstimmen.⁴⁶

Es werden drei Ebenen individueller Verhaltensänderungen unterschieden:

Umweltschäden könnten zum einen dadurch vermieden werden, daß das Kaufverhalten die Herstellung des Produkts (indirekt) beeinflusst (z.B. durch den Kaufverzicht auf metallic-lackierte Autos); sie könnten zweitens auf der Ebene der Produktverwendung vermieden werden (z.B. durch richtige Dosierung von Waschmitteln) und sie könnten drittens auf der Ebene der Abfallverwertung vermieden werden (z.B. durch Getrenntsammlung).⁴⁷ Das Gutachten stellt mit Nachdruck fest, daß die soziale und ökologische Verantwortung nicht den KonsumentInnen allein aufgebürdet werden kann. Unabhän-

⁴³ebenda

⁴⁴Vgl. Otto Kuby, Qualitatives Wachstum, qualitativer Konsum und die Perspektiven der Verbraucherpolitik. In: Arbeitsgemeinschaft der Verbraucher e.V. (Hg.), Schriften der Verbraucherverbände, Heft 16, 1983

⁴⁵Institut für Sozialforschung und Gesellschaftspolitik e.V. (Hg.), Qualitativer Konsum und Verbraucherpolitik, Köln 1985, S. 10 f.

⁴⁶Vgl. ebenda, S. 70-75

⁴⁷Vgl. ebenda, S. 55

gige Verbraucherpolitik müsse sich daher auch an Industrie und Staat wenden.⁴⁸ Die Resonanz auf dieses Gutachten blieb jedoch selbst innerhalb der AgV - relativ gering.

Der Begriff des "ökologischen Konsumentenverhaltens" wurde wichtig für die Verbraucher-Zentralen in den einzelnen Bundesländern. Vor dem Hintergrund eines gestiegenen ökologischen Verantwortungsbewußtseins wurde die Bewertung des Kauf- und Konsumverhaltens für Beratungstätigkeit und Verbandspolitik immer wichtiger. "Die Neutralität gegenüber bestimmten "Konsumstilen" wurde z.T. zugunsten einer bestimmten Auffassung des "richtigen", nämlich "ökologisch und sozial verantwortlichen Konsumierens" aufgegeben."⁴⁹ Auch die Verbraucher-Zentralen betonen, daß es nicht die Aufgabe der KonsumentInnen allein sein kann, für umweltverträgliche und abfallreduzierende Produkte durch ihre (Nicht-)Kaufentscheidungen zu sorgen. Es erscheint ihnen vielmehr "unausweichlich, zunächst vom Gesetzgeber die notwendigen Schritte zu fordern".⁵⁰

Mit der Formulierung des Leitbildes vom "verantwortlichen Konsumenten" wurde innerhalb der VerbraucherInnenbewegung ein zweiter Orientierungswechsel vollzogen, der bis heute bestimmend ist.⁵¹ Mit der Propagierung eines ökologisch verantwortlichen Lebensstils, den dieser idealtypische Konsument leben soll, wurde die Politik der VerbraucherInnenbewegung stark normativ. Durch dieses Leitbild soll die soziale und politische Verantwortung der VerbraucherInnen auf Menschen, die vom individuellen Konsum unmittelbar betroffen sind (als Arbeitnehmer oder als andere Konsumenten) und auf Menschen, deren derzeitige oder künftige Lebensbedingungen durch den gegenwärtigen Konsum beeinflußt werden, bezogen werden.⁵²

Ökologische Verantwortung und soziale Verantwortung werden als unterschiedene, aber eng verknüpfte Dimensionen eines "ethischen" oder "politischen Konsums" begriffen. Dabei sind die Kriterien zur Bestimmung einer "ökologischen Verantwortung" aus der Umwelt-

⁴⁸Vgl. ebenda, S. 70 f.

⁴⁹Verbraucher-Zentralen im Jahr 2000, unveröff. Manuskript, Stiftung Verbraucherinstitut 1990

⁵⁰Petra Niesbach (Verbraucher-Zentrale NRW): Die Sicht der Verbraucher. In: Ernst U. von Weizsäcker (Hg.), Weniger Abfall - Gute Entsorgung, Bonn 1991, S. 27

⁵¹Vgl. Ursula Hansen/Ingo Schoenheit, Das Leitbild vom sozial verantwortlichen Konsumenten, Unveröff. Manuskript, Stiftung Verbraucherinstitut, Berlin 1991

⁵²Vgl. Ingo Schoenheit, Marketing für Ökologie als Kritik von Anbieter- und Verbraucherinteressen. Referat im Rahmen der Tagung "Konsum-Produkt-Kultur" (Wien) im Sept. 1991, Typoskript (erscheint demnächst im Tagungsband des Campus-Verlags).

ethik zu beziehen, soziale Verantwortung orientiere sich hingegen an den "Belangen künftiger Generationen oder der Menschen in der Dritten Welt".⁵³ Wollte man die Maxime dieser Konsumverantwortung in eine Rangfolge bringen, ergäbe sich nach Ingo Schönheit folgende Hierarchie: Verzicht, Bedürfnisbefriedigung ohne Produkte, sparsamer und vernünftiger Umgang mit Produkten und Ressourcen, Kauf ökologisch verträglicher Produkte.⁵⁴

Offen bleibt allerdings, wie genau dieser "verantwortliche Konsum" in das alltägliche Verhalten der VerbraucherInnen umgesetzt werden kann und ob angesichts der konstatierbaren Diskrepanz zwischen Bewußtsein und Verhalten (vgl. Kap. 3) eine Bewußtseinsänderung allein ausreicht. Auf jeden Fall führte das neue Leitbild des verantwortlichen Konsumenten zu einer rückblickenden Problematisierung des eigenen Beitrags der Verbraucherbewegung zur Herausbildung von ökologisch unverträglichen Konsumstrukturen und -stilen. Zumindest verbandsintern wird mittlerweile über den eigenen Anteil an der Herausbildung von sozial und ökologisch bedenklichen Konsumstrukturen und -stilen diskutiert. Das traditionelle Preis/Qualitäts-Bewußtsein und die Orientierung an kurzfristigen VerbraucherInneninteressen wird als Hemmschuh für die Entwicklung eines verantwortlichen Konsums angesehen.⁵⁵

Den bislang deutlichsten Hinweis auf die Verknüpfung von sozialen und ökologischen Orientierungen in der Konsumdebatte gibt ein von der VerbraucherInitiative (Bonn) im Oktober 1991 verabschiedetes Manifest.⁵⁶ Darin fordert die Initiative - mit mehr als 8.000 Einzelmitgliedern und ca. 150 Gruppen die inzwischen mitgliederstärkste unabhängige VerbraucherInnenorganisation - ein grundlegendes Umdenken in den Kauf- und Konsumgewohnheiten. "Verantwortungsbewußtes Einkaufen" heißt der Initiative zufolge: Berücksichtigung ökologischer und sozialer Aspekte des Produkts - einschließlich der Produktionsbedingungen. So fordert die VI in dem erwähnten Manifest zum Boykott gegen Produkte auf, die mittels gentechnischer Verfahren produziert wurden oder bei denen Tierversuche angewendet wurden (letzteres bezogen auf: Medikamente, Kosmetika, Zusatzstoffe für Lebensmittel). Konsum wird in diesem Manifest nicht nur als Ausdruck persönlicher Freiheit, sondern auch als Quelle von ökologischer Zerstörung und sozialem Elend begriffen. Angesichts krasser globaler Ungleichgewichte und Bedrohungen (Energie- und Stoffverbrauch der Industrieländer vs.

⁵³Klaus Berger, Soziale Verantwortung der Konsumenten. Vortrag auf der Tagung "Soziale Verantwortung der Konsumenten - Ethische, politische und psychische Dimensionen eines Bildungsziels" vom Oktober 1990, Tagungsprotokoll, S. 7

⁵⁴Vgl. Ingo Schönheit, Marketing für Ökologie..., a.a.O.

⁵⁵Vgl. Ingo Schönheit, Marketing für Ökologie... a.a.O.

⁵⁶Vgl. Die Verbraucher Initiative, Manifest "Die Verantwortung der Verbraucherinnen und Verbraucher"; angenommen auf der Mitgliederversammlung am 13.10.1991

Hunger und Armut in den Entwicklungsländern, FCKW, Treibhauseffekt, Regenwaldzerstörung etc.) wird die Entwicklung neuer, global verantwortbarer Konsummodelle gefordert. Global verantwortbar sind der VerbraucherInitiative zufolge aber nur noch solche Lebens- und Konsumstile, die an die Stelle grenzenlosen Konsumierens eine bewußte Selbstbegrenzung, d.h. auch den individuellen Konsumverzicht in den Industrieländern setzen. Voraussetzung dafür seien einerseits ökologisch und sozial verträglichere Produkt- und Dienstleistungsalternativen, zweitens deutlich verbesserte Informationen über die Umwelt-, Sozial- und Menschenrechts-/Frauenverträglichkeit der Produkte und Dienstleistungen und drittens schließlich politische Maßnahmen über den individuellen Konsum hinaus (z.B. eine vertiefte Zusammenarbeit der VerbraucherInnenbewegung mit Umweltgruppen, Gewerkschaften, Frauenorganisationen und Menschenrechtsgruppen). Die Strategie öffentlicher Anklage soll durch einen kritischen Dialog mit Handel, Industrie und Politik ersetzt werden. Von den Herstellern fordert die VI die Beteiligung der Verbraucherorganisationen in den Aufsichtsräten und die Auskunftspflicht über Energieverbrauch, Rohwarenherkunft und produktionsbezogene Umweltbelastungen; von den Behörden wird ein Akteneinsichtsrecht hinsichtlich der Zulassung von Chemikalien und Medikamenten gefordert.

Das Abfallproblem hat in der Konsumdebatte der letzten Jahre einen immer gewichtigeren Stellenwert bekommen und ist verstärkt zum Gegenstand von Vorschlägen und Forderungen einer eigenständigen Diskussion geworden. Man kann regelrecht von einem "Mülldiskurs" sprechen.⁵⁷ Er schließt an die allgemeine Konsumdebatte der letzten 20 Jahre nicht bruchlos an, sondern steht teilweise quer dazu: es werden neue Probleme und Themen eingeführt, weitere Aspekte ins Zentrum gerückt und andere Vorschläge gemacht. Dabei wird bislang vorwiegend ökologisch argumentiert (Umwelt- und Gesundheitsbelastung durch Abfallverbrennung, Grundwasserschutz und Deponierung, Sonderabfälle, Altlastenproblematik, Stoff- und Energiedurchsätze). Die im Konsumdiskurs ansonsten feststellbare Verknüpfung mit Problemen der sozialen Verträglichkeit und einer gerechten Wirtschaftsordnung existiert erst ansatzweise (Arbeitsplätze in der Recyclingwirtschaft, "Ökostreß", Arbeitsteilungen und -belastungen im Haushalt, Kosten). Die TrägerInnen dieses "Mülldiskurses" sind vor allem die Umweltschutzverbände, die Politik (speziell: die Öffentlichkeits- und Abfallberatungsabteilungen der Kommunen), die Abfallwirtschaft, Hausfrauenverbände, VerbraucherInnenverbände, die Jugend- und Erwachsenenbildung (Volkshochschulen) und besonders die Medien (und darunter nochmals vor allem die Öko-Zeitschriften). Da sich die meisten Vorschläge bislang auf das individuelle Konsumverhalten beziehen, konzentrieren wir uns im folgenden auf eine exemplarische Darstellung von Tips zum abfallminimierenden Konsumverhalten in den Ökozeitschriften und einiger Interessenverbände.

⁵⁷Vgl. Günter Altner/Barabara Mettler-Meibom/Udo E. Simonis/Ernst U. von Weizsäcker (Hg.), Jahrbuch Ökologie 1992, München 1991, S. 242 ff.

Die vom Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V. (BUND) herausgegebene Müllcheckliste⁵⁸ geht von einer klaren Prioritätenrangfolge aus: an erster Stelle steht die Abfall- und Schadstoffvermeidung, an zweiter Stelle steht die Abfallverminderung und an dritter Stelle die stoffliche Verwertung. Weil Recycling keine endgültige Lösung des Abfallproblems sei, müsse vorrangig das Kauf- und Nutzungsverhalten der KonsumentInnen umgestellt werden. Die BUND-Müllcheckliste gibt für die verschiedenen Produktgruppen des alltäglichen Konsums Verhaltens(änderungs)vorschläge, die gemäß der Prioritätenliste gestaffelt sind. Die Vorschläge bezüglich des Autos lauten etwa: Rad oder öffentliche Verkehrsmittel benutzen (Vermeiden), umweltverträgliche Autogestaltung und lange Gebrauchserhaltung (Vermindern), schadstoffspezifische (Altöl, Batterien, Kunststoffe etc.) Autoverwertung (Verwertung). Unter Vermeidung wird der Nicht-Kauf oder die Produktsubstitution verstanden. Darunter fallen der BUND-Müllcheckliste zufolge u.a. Folien und Verpackungen aus Aluminium, PVC-Produkte, Plastikgeschirr und -flaschen, Einwegflaschen, gebleichtes Papier, aufwendige Verpackungen überhaupt, Tiefkühlkost und Dosengemüse. Zur Verminderung werden Nutzungs- oder Gebrauchsänderungen empfohlen: Mehrfachnutzung, Reparatur, Pflege, Eigenverwertung, Second-Hand-Shops etc. Individuelle Verhaltensänderungen werden vom BUND allerdings im Kontext einer umfassenderen Abfallvermeidungsstrategie gesehen, die auch Hersteller, Handel und Politik in die Verantwortung nehmen will.⁵⁹ Ganz in diesem Sinn haben BUND-VertreterInnen in letzter Zeit einen gesamtgesellschaftlichen Dialog über die Lebens- und Konsumstile westlicher Industriegesellschaften angeregt. "Diese Diskussion kann nicht mehr - wie bisher - vorwiegend technisch und naturwissenschaftlich geführt werden. Die ökologischen Probleme der industrialisierten Welt sind sehr eng mit unserem Lebensstil verbunden, dessen Grundlage Individualität, Mobilität und Autonomie sind. (...) Dabei kann die gegenwärtige Bedürfnisstruktur nicht mehr einfach als gegeben unterstellt werden. Vielmehr muß der Zusammenhang von Bedürfnissen und Produkten kritisch hinterfragt werden."⁶⁰

Die Stiftung Verbraucherinstitut hat in einem Fernlehrgang verschiedene Vorschläge zur Vermeidung bzw. Verminderung des Abfallaufkommens an die Adresse der VerbraucherInnen wie der Hersteller gemacht. So sollen die VerbraucherInnen auf bestimmte Stoffe und Produkte ganz verzichten (z.B. PVC oder Weichspüler) und Materialeinsatz durch Dienstleistungen substituieren (z.B. Windeldienst statt Einwegwindeln). Die Hersteller sollten bestimmte Produktkreisläufe schließen (z.B. durch Hilfsstoff-Rückgewinnung)

⁵⁸Vgl. Dagmar Mertens/Günter Krämer, Müllcheckliste - Auswege aus der Müllsackgasse, Hg. vom BUND, Stuttgart o.J.

⁵⁹Vgl. Andreas Golding/Andreas Fußer, Duale Abfallwirtschaft - Ein öffentlich-privates Tandem mit ungewissem Kurs, Hg. vom BUND, Stuttgart 1991

⁶⁰Angelika Zahrnt, Marketingstrategen für die Ökologie brauchen wir. In: Frankfurter Rundschau vom 9.1.1992

und die Lebensdauer eines Produkts erhöhen (z.B. durch langlebige Materialien, wartungs- und reparaturfreundliche Bauweise).⁶¹

Die VerbraucherInitiative hat in mehreren Broschüren und Informationspapieren die KonsumentInnen zu Verhaltensänderungen aufgefordert und auch an Politik, Handel und Industrie Forderungen gestellt. An die Adresse der VerbraucherInnen richtet sie den Appell zur weitgehenden Vermeidung von Produkten, die Sondermüll werden bzw. fordert zu ihrer entsprechenden Entsorgung auf.⁶² Ein spezielles Augenmerk wird auf den Bereich Kunststoffe gelegt: Einwegprodukte aus Kunststoff (z.B. Kugelschreiber, Feuerzeuge) sollten generell durch Nichtkauf vermieden werden.⁶³ Zu den Forderungen an die Adresse der Bundesregierung und der EG gehören u.a. eine Kennzeichnungspflicht für Kunststoffe; Pfand auf Kunststoffverpackungen; Förderung von Recyclingbemühungen bei Handel, Industrie und Kommunen; Einführung des "Grünen Punktes" erst, wenn das Sammelsystem etabliert ist.⁶⁴ Die von der Verbraucher-Initiative ins Leben gerufene Aktion MINI-MÜLL will das Abfallaufkommen durch gemeinsame Anstrengungen von VerbraucherInnen und Handel reduzieren; attraktive Werbung für Müllvermeidung im Einzelhandel ebenso wie eine veränderte Preispolitik bei Industrie und Handel werden dafür angestrebt. Als Bewertungsgrundlage fordert die VI neben den Ökobilanzen/Produktlinienanalysen für Produkte und Dienstleistungen auch die Entwicklung von Sozialbilanzen und Dienstleistungsanalysen als Produktbewertungsinstrumente.

Die Arbeitsgemeinschaft Hauswirtschaft e.V. (AgH), ein Dachverband von 16 hauswirtschaftlichen Einzelverbänden, veranstaltete 1988 eine Umweltbörse, auf der verschiedene umwelt- und abfallbezogene Forderungen an die VerbraucherInnen, die Hersteller, den Handel und die Politik formuliert wurden.⁶⁵ Die AgH fordert die VerbraucherInnen zu energie- und wassersparendem Konsumverhalten, zu abfallarmem (speziell: schadstoffarmem) Einkauf und zur Wahl reparaturfreundiger und problemlos recycelbarer Produkte auf. Industrie und Handel werden aufgefordert, diese Produkte zu entwickeln, herzustellen und ins Angebot aufzunehmen. Allgemein wird die Verantwortung besonders der Frauen für umweltverträgliche Reproduktionstätigkeiten betont und eine gesellschaftspoli-

⁶¹Vgl. Stiftung Verbraucherinstitut (Hg.), Fernlehrgang Umweltberatung. Lehrbrief 20 "Abfallvermeidung, -recycling und -entsorgung" (Autor: Andreas Fußer), Berlin 1991

⁶²Vgl. Die VerbraucherInitiative (Hg.): Denk' vorm Kauf! Bonn o.J. (ca. 1988)

⁶³Vgl. Die VerbraucherInitiative (Hg.), Kunststoffibel für Verbraucher, Bonn 1988

⁶⁴Die VerbraucherInitiative (Hg.), Info "Auf die Verpackung kommt es an", Bonn 1991

⁶⁵Vgl. Arbeitsgemeinschaft Hauswirtschaft e.V. (Hg.), "Unser Alltag - unsere Umwelt". Dokumentation zur Umweltbörse der AgH, Bonn 1988

tische Aufwertung der Haushaltsarbeit gefordert. Allerdings bewertet die AgH die Mehrbelastungen von Frauen als sekundär gegenüber ihrer gesellschaftlichen Verantwortung. Von der Politik wird eine entsprechende Rahmensetzung und die stärkere Förderung ökologischer Wissenschafts-, Forschungs- und Beratungsaktivitäten gefordert.⁶⁶

Auf zwei abfallwirtschaftlichen Fachkongressen Ende der achtziger Jahre wurde betont, daß die Verminderung des Abfallaufkommens nicht einseitig in die Verantwortung der VerbraucherInnen oder der Anbieterseite fällt, sondern von beiden gemeinsam getragen werden und mittels Dialog in Handlungen umgesetzt werden muß.⁶⁷ Dabei sollen Umweltverträglichkeitsprüfungen für die Produktbewertung angewendet werden. Bislang konzentrieren sich diese Forderungen allerdings auf die Herstellungs- und die Entsorgungsphase; die Nutzungsphase in den Haushalten - und damit auch: die soziale Seite der Nutzung - wird noch vernachlässigt.

Die Zeitschrift "Natur" hat 1990 eine vom Wissenschaftsladen Gießen erstellte "Öko-Checkliste: Müll" veröffentlicht.⁶⁸ Sie enthält Tips zur Vermeidung bzw. Verminderung des Haushaltsabfallaufkommens (z.B. Vermeidung von PVC, Aluminium, Weißblech, Getränke- und Spraydosen, schadstoffhaltigen Produkten; Vermindern durch Mehrfach- oder Gemeinschaftsnutzung, Reparatur etc.).

Eine weitere Checkliste hat das Ökotest-Magazin 1990 vorgelegt.⁶⁹ Ansatzpunkt dieser Liste sind nicht die Produktgruppen, sondern die Abfallfraktionen (z.B. organischer Abfall, Papier, Glas, Sperrmüll). Es werden Vermeidungspotentiale aufgezeigt und Verhaltensänderungen in den Bereichen Kauf (z.B. Nicht-Kauf, Second-Hand-Kauf, Kauf von verpackungsarmen Produkten), Gebrauch (z.B. Einkochen, Reparieren) und Entsorgung (z.B. Kompostierung, Biotonne, Verschenken) vorgeschlagen. Als einzige Checkliste diskutiert die des Ökotest-Magazins auch die Zielkonflikte zwischen persönlichen und sozialen Bedürfnisse vs. ökologischer Vernunft. Die AutorInnen gehen darauf ein, daß der Anspruch, sich abfallvermeidend zu verhalten, eine andere Form der Hausarbeit erfordert, für die überwiegend immer noch die Frauen zuständig sind. "Sicherlich würde eine konsequente Anwendung aller unserer Rat-

⁶⁶Vgl. Hiltraud Schmidt-Waldherr. Darstellung von verbraucherpolitischen und hauswirtschaftswissenschaftlichen Debatten zu Konsum und Abfallvermeidung.

⁶⁷Vgl. Leben ohne Müll. Wunsch und Wirklichkeit? (Kongreßdokumentation zur Abfallvermeidung/-verminderung, Stuttgart 1988). Ökologische Abfallwirtschaft. Umweltvorsorge durch Abfallvermeidung. Dokumentation des Fachkongresses vom 30.11.-2.12.1989 in Berlin. Hg. vom Institut für ökologisches Recycling (Berlin).

⁶⁸Vgl. Ulrike Kohnert/Dietmar Graf/Ute Conrad/Birgit Emmerich, Öko-Checkliste Müll des Gießener Wissenschaftsladens. In: Natur 1/90

⁶⁹Vgl. "Checkliste Müllsparen im Haushalt". In: Ökotest-Magazin 1/90

schlänge eine 'Kulturrevolution' auslösen, die auch für die Männer nicht ohne Folgen bleiben dürfte"⁷⁰.

Kriterien zur Bewertung eines sozialverträglichen Konsum- und Abfallverhaltens

Die individuelle Konsumfreiheit ist ein wesentlicher Bestandteil der persönlichen Freiheit und eine der Grundlagen der sozialen Marktwirtschaft. Die Bewertung von Konsumententscheidungen stellt daher in einer freiheitlichen und marktwirtschaftlichen Ordnung immer ein Problem dar. Einschränkungen der individuellen Konsumfreiheit durch den Staat, die Industrie, den Handel, die Verbände oder durch andere Akteure sind auf mehrheitsfähige Begründungen und sozial akzeptierte Kriterien angewiesen. Die Konsumdebatte der letzten 20 Jahre hat gezeigt, daß die Politik der VerbraucherInnenbewegung normativ geworden ist: aus sozialen und ökologischen Gründen heraus fordern Gruppen und Verbände die VerbraucherInnen auf, ihr Konsumverhalten zu ändern, bestimmte Produkte/Dienstleistungen nicht oder nur eingeschränkt zu kaufen und ihr Nutzungs- und Entsorgungsverhalten ökologisch anzupassen. Der verantwortliche Konsument, die verantwortliche Konsumentin - sie sollen sich bei ihren Konsumententscheidungen möglichst umwelt- und sozialbewußt verhalten. Die genauen Kriterien für die teilweise sehr detaillierten und folgenreichen Vorschläge sind allerdings zumeist nicht klar. Hinsichtlich der ökologischen Seite ist als grundsätzlicher Maßstab der Konsumbewertung das Prinzip der Langfristigkeit (Nachhaltigkeit) in der Debatte allgemein anerkannt. Ihm zufolge sollen sich Konsumententscheidungen nicht allein am kurzfristigen Nutzen der einzelnen KonsumentInnen orientieren, sondern die zeitlich (und räumlich) entfernt liegenden ökologischen Wirkungen des Konsums mitberücksichtigen.

In der öko-ethischen Diskussion spricht man hier vom "Prinzip Verantwortung"⁷¹ im Sinne einer "Verantwortung für die kommenden Generationen".⁷² Über die genaue Operationalisierung dieses Prinzips der Langfristigkeit besteht allerdings in der Konsumdebatte keine Klarheit. Wie sehen die Interessen zukünftiger (KonsumentInnen-)Generationen aus? Wer soll sie vertreten? Wie werden kurzfristige und langfristige Interessen der heute Lebenden ausgeglichen? "Wie können wir heute bereits Wertentscheidungen derartig langfristiger Tragweite unter der Einbeziehung der Interessen kommender Generationen treffen?"⁷³

⁷⁰Ebenda, S. 62

⁷¹Vgl. Hans Jonas, Das Prinzip Verantwortung. Versuch einer Ethik für die technologische Zivilisation, Frankfurt 1979

⁷²Vgl. Dieter Birnbacher, Verantwortung für zukünftige Generationen, Stuttgart 1988, S. 265

⁷³Volkmar Lübke, "Sozialverträglichkeit" als Kriterium der Produktbewertung. In: Detlef Garbe/Anja Grothe-Senf (Hg.), Bürgerbeteiligung in der Verbraucherinformationspolitik, Frankfurt 1986, S. 100

Die Orientierung an der Langfristigkeit von Konsumententscheidungen ist im Prinzip allgemein anerkannt. Ein anderes Bewertungsprinzip der Konsumdebatte ist dagegen weniger verbreitet, obgleich es für die Bestimmung von Sozialverträglichkeit grundlegend ist: das Prinzip der Universalisierbarkeit und die Orientierung am sozialen Gleichheitsanspruch. Die Sozialverträglichkeit von Konsumententscheidungen wird von verschiedenen Gruppen und Verbänden meist daran gemessen, inwiefern sie zur Herstellung oder Aufrechterhaltung gleicher oder doch chancengleicher Lebens- und Entwicklungsmöglichkeiten von Individuen und Gruppen beitragen. Die inhaltlichen Schwerpunkte dieses Prinzips universaler (Chancen)Gleichheit in der Konsumdebatte sind zum einen das Verhältnis zwischen Erster und Dritter Welt, zum anderen das Verhältnis der Geschlechter und ethnischer Minderheiten. Konsumententscheidungen werden als sozial unverträglich bewertet, wenn sie zur Verschärfung der ungleichen ökonomischen, sozialen und kulturellen Entwicklung in verschiedenen Weltteilen oder wenn sie zur Benachteiligung und Unterdrückung von Frauen beitragen. In diesem Zusammenhang wird auch von den KonsumentInnen der Industrieländer ein ökologisch und sozial universalisierbarer Lebens- und Konsumstil gefordert und kritisch auf die Nicht-Universalisierbarkeit des dominanten Konsummodells verwiesen. "Unser Lebensstil ist nicht universalisierbar. Wenn alle Menschen so viel Energie verschwenden würden, wie wir das tun, dann wäre die Erde schon längst untergegangen. Folgt man dem Kantschen Prinzip der Moral, dann ist nur das moralisch akzeptabel, was universalisierbar ist. Mithin ist unser Lebensstil nicht moralisch. Wenigstens sollten wir so klug sein, es nicht zu forcieren, daß andere Nationen möglichst bald dieselben Bedürfnisse haben wie wir."⁷⁴

Die skizzierten Verhaltens- und Bewertungskriterien in der Konsumdebatte der Neuen sozialen Bewegungen und der VerbraucherInnenbewegung der BRD zielen auf Veränderungen in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen. Interventionsziele sind vor allem:

- Unternehmenspolitik (z.B. im Fall des Nestle-Boykotts oder der kritischen Dialoge mit Pharmakonzernen)
- Länderpolitik (z.B. im Fall Südafrika oder Marokko)
- (Schad)Stoffpolitik (z.B. bei Aluminium oder PVC)
- Produktionsbedingungen (z.B. bei der Kinderarbeit)
- Weltwirtschaftsordnung (z.B. Ansätze eines "fairen Handels")
- Lebens- und Sozialbedingungen (z.B. "Shopping for a better world")
- wissenschaftlich-technische Entwicklung (z.B. bei der gentechnischen Produktion).

Dabei ist generell die Bewertung von Stoffen - toxikologisch oder ökologisch - viel weiter entwickelt als die Bewertung der anderen Aspekte (Unternehmen, Länder, soziale Bedingungen, wissenschaft-

⁷⁴Vittorio Hösle, Diskussionsbeitrag auf dem 1. Internationalen Umweltkongreß der Dr. Jürgen Schneider Stiftung zum Thema "Verpackung - Mehr als Müll?" (Hg. von Andre F. Reuter/Michael Zacharias), Darmstadt/Mainz/Leipzig 1991, S. 129

lich-technische Entwicklung). Insbesondere in der Abfalldiskussion spielen ökologische und toxikologische Argumente bislang eine viel größere Rolle als Argumente der sozialen Verträglichkeit. Die wichtigsten ökologischen und toxikologischen Bewertungskriterien beziehen sich auf:

- den Energieaufwand (z.B. bei der Aluminiumproduktion),
- die Ressourcenverschwendung (z.B. bei Verpackungen oder bei der Papierproduktion),
- die Umweltbelastung (z.B. bei der Papierbleiche) und
- die wachsenden Abfallberge (z.B. bei der Frage der Deponiesicherheit oder bei Sonderabfällen),
- die Gesundheitsgefährdung (z.B. bei der PVC-Verbrennung oder bei Schadstoffen).

Bei der Beurteilung von Gesundheitsgefährdungen überschneiden sich Orientierungen an der sozialen Verträglichkeit mit ökologischen Orientierungen. Wie die sog. Grenzwertdebatte über radioaktive Belastungen in der Folge des Atomunfalls in Tschernobyl zeigte, gehen bei der Festlegung toxikologischer Orientierungen immer auch politische und soziale Definitionen von "Verträglichkeit" ein.

In die Konsumbewertung unter Abfallvermeidungsgesichtspunkten haben bislang spezifisch soziale Kriterien noch nicht in dem Maße Eingang gefunden, wie dies in der allgemeinen Konsumdebatte der Fall ist.⁷⁵ Ohne diese Kriterien und ihre weitere Operationalisierung aber kann auch die Abfalldebatte nicht auskommen; Konsum- und Abfallverhalten sind dafür zu eng miteinander verknüpft. Die Konsumdebatte der VerbraucherInnenbewegung hat bislang im wesentlichen folgende Kriterien für einen sozialverträglichen Konsum entwickelt:

- soziale Gerechtigkeit (z.B. hinsichtlich der Preise und Löhne)
- Chancengleichheit zwischen Erster und Dritter Welt (z.B. im Boykott von Lebensmitteln aus Hungergebieten)
- Menschenrechte und Völkerrecht (z.B. im Fall der Aktion "Kauft keine Früchte aus Südafrika" oder im Marokko-Tourismus-Boykott)
- Frauenrechte (z.B. im Fall der US-Aktion "Shopping for a better world" oder der Ablehnung sexistischer Produkte und Dienstleistungen)
- Achtung vor der Schöpfung/der natürlichen Mitwelt (z.B. im Fall der Ablehnung von gentechnisch produzierten Lebensmitteln oder von Kosmetika auf der Basis von Tierversuchen)
- Selbstverwirklichung (z.B. in der Umdefinition individueller Glücksvorstellungen oder in der Orientierung an sozialen Zielen).

⁷⁵Vgl. hinsichtlich des Aspekts der Geschlechterbeziehungen: Irmgard Schultz/Monika Weiland: "Frauen und Müll" - Frauen als Handelnde in der kommunalen Abfallwirtschaft. Frankfurt 1991

Als Fazit des zweiten Kapitels läßt sich somit festhalten:

- 1) Gegen Ende der achtziger Jahre ist eine Trendwende in der VerbraucherInnenbewegung der BRD vollzogen worden, die sich in der Propagierung des Leitbildes vom "verantwortlichen Konsumenten" ausdrückt. Damit ist die Konsumdebatte der VerbraucherInnenbewegung angesichts der Ökologie- und Dritte-Welt-Problematik normativ geworden: Es geht ihr nicht mehr nur um die Bündelung und Durchsetzung von bestehenden VerbraucherInneninteressen, sondern auch um deren grundlegende Bewertung, Neudefinition und Veränderung. In diesem Sinn kann man von einer "Politisierung des Konsums" sprechen. Damit entsteht allerdings das Problem der Umsetzung des Leitbildes in tatsächliches Konsumverhalten.
- 2) Thematisch sind zwei unterscheidbare Argumentationslinien in der Politisierung des Konsums festzustellen: einmal die politischen und sozialen Voraussetzungen und Folgen des individuellen Konsums, zum anderen die damit verbundenen Umweltbelastungen. Im Leitbild eines sozial und ökologisch verantwortlichen Konsumenten sind beide Dimensionen am Ende der achtziger Jahre verknüpft worden. Damit hat sich die Nutzen- und Konsumvorstellung verändert: an die Stelle des kurzfristig orientierten Eigennutzes durch Bedürfnisbefriedigung tritt ein eher langfristig gefaßtes Nutzen-Konzept, das die Interessen zukünftiger Generationen und anderer Menschen (als Konsumenten, als Produzenten, in der Dritten Welt) einbezieht. Der individuelle Nutzen soll um den sozialen Nutzen ergänzt werden.
- 3) Das Politikmodell, das der Konsumdebatte zugrundeliegt, hat sich verändert. Verstand sich die traditionelle Politik der VerbraucherInnenbewegung weitgehend als "klassische" Verbands- und Lobbypolitik, so traten in den späten siebziger und frühen achtziger Jahren andere, direktere Politikelemente in den Vordergrund: Produkt- oder Firmenboykott, öffentliche Skandalisierung, Aktionen vor Ort. In den späten achtziger und frühen neunziger Jahren zeichnete sich ein neues Politikmodell ab, in das diese Elemente integriert wurden: der kritische Dialog mit den anderen AkteurInnen des Politikbereichs "Konsum" (Handel, Industrie, Staat, Verbände, politische Gruppierungen).
- 4) Die Kriterien für die Sozialverträglichkeit des Konsums, wie sie sich aus der Konsumdebatte ergeben, orientieren sich an der Frage nach der Universalisierbarkeit des herrschenden Konsummodells. Besonders häufig werden in der Debatte als Kriterien genannt: soziale Gerechtigkeit, Chancengleichheit zwischen Erster und Dritter Welt, Menschenrechte/Völkerrecht, Frauenrechte/Antisexismus, Achtung vor der Schöpfung/der natürlichen Mitwelt, Selbstverwirklichung. Genauere Operationalisierungen dieser Kriterien über Fallbeispiele hinaus sind nicht feststellbar.
- 5) Im Rahmen der Konsumdebatte wurde Ende der achtziger Jahre ein "Mülldiskurs" eröffnet, der vor allem von den Verbraucherverbänden, den Trägern der Erwachsenenbildung, der kommunalen

Abfallberatung und der Presse/den Öko-Ratgebern getragen wird. Ziel der meisten Vorschläge ist es, das individuelle Kauf-, Nutzungs- und Entsorgungsverhalten im Sinne der Prioritätenrangfolge "Vermeiden - Vermindern - Sicher Entsorgen" umzuorientieren. Konsumverzicht wird als die wirkungsvollste Müllvermeidungsstrategie betrachtet. Im Mülldiskurs spielen ökologische und toxikologische Argumente die Hauptrolle. Soziale, politische und kulturelle Aspekte und Kriterien des abfallrelevanten Verhaltens, wie sie in der Konsumdebatte eine wichtige Rolle spielten und spielen, werden hier bis auf wenige Ausnahmen nicht berücksichtigt.

- 6) Die im Abfalldiskurs häufig anzutreffende Ausblendung sozialer Kriterien und Restriktionen bei Kauf, Nutzung und Entsorgung muß aufgegeben werden, soll sich die Schere zwischen ökologischem Bewußtsein und ökologischem Verhalten nicht verbreitern. Deshalb sollten die Kriterien der sozialen Verträglichkeit in den Abfalldiskurs eingebracht und präzisiert werden.

3. Zur Diskrepanz zwischen Umweltbewußtsein und tatsächlichem Verhalten

In diesem Kapitel soll die Diskrepanz zwischen Umweltbewußtsein und tatsächlichem umweltrelevantem Verhalten diskutiert werden. Dabei beziehen wir uns hauptsächlich auf Ergebnisse der empirischen Umweltpsychologie, die diese "Schere" auch am Beispiel des Abfallverhaltens festgestellt hat. Das Kapitel soll deutlich machen, daß eine realistische Abfallvermeidungsperspektive die Erfahrungen der Alltagsakteure und den sozialen Handlungskontext miteinbeziehen muß. Abfallvermeidungsmaßnahmen darf sich nicht auf eine Pädagogisierung von "Denkmustern" beschränken.

Einer INFRATEST-Untersuchung über Konsum- und Lebensstiltrends aus dem gleichen Jahr zufolge sind Ökologie und Umweltschutz die Themen Nr.1 im bundesdeutschen Bewußtsein.⁷⁶ Im Populärverständnis wird Abfallvermeidung als ein ökologisches Verhalten angesehen, das durch ein richtiges Umweltbewußtsein gesteuert wird. Auf dieser Annahme beruhen alle pädagogischen und politischen Konzepte, die eine umweltgerechtere Verhaltensänderung durch ökologische Bewußtseinsbildung erreichen wollen. Diese verbreitete Annahme wird durch die empirische Umweltpsychologie - die in den 70er Jahren als neue Fachdisziplin eingerichtet wurde - allerdings nicht gestützt. Sie konstatiert eine deutliche "Schere zwischen Umweltbewußtsein und tatsächlichem Verhalten". Sie hat festgestellt, daß zwischen dem Umweltbewußtsein als einem "politischen Phänomen" und dem Umweltbewußtsein als einer "privaten Handlungsbereitschaft" im Sinne zweier getrennter psychischer Funktionen unterschieden werden muß.⁷⁷ So wurden die Umweltpsychologen bei empirischen Untersuchungen immer wieder mit dem Problem konfrontiert, daß die Befragten ihre Antworten "beschönigen", da ihnen ein umweltgerechtes Verhalten als sozial erwünscht erscheint. Manche Autoren gehen in der Interpretation dieser feststellbaren "Schere" so weit, daß sie jegliche Rückschlüsse vom Bewußtsein auf das Verhalten infragestellen. Wenn beispielsweise in den jüngeren Altersgruppen, wie Helmut Wiesenenthal anführt, ihren eigenen Angaben nach ein ausgeprägtes Umweltbewußtsein festzustellen ist, kann daraus keineswegs auf einen entsprechenden Trend im Verhalten rückgeschlossen werden.⁷⁸

⁷⁶Vgl. Dialoge 3: Berichtsbänd. Orientierungen in Gesellschaft, Konsum, Werbung und Lifestyle, Hamburg 1990, S. 336-341

⁷⁷Hans-Joachim Fietkau, Umweltbewußtsein. In: Dietrich Adam/Klaus Backhaus/Heribert Meffert/Helmut Wagner (Hg.), Integration und Flexibilität. Eine Herausforderung für die allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Wiesbaden 1990, S. 294

⁷⁸Helmut Wiesenenthal, Ökologischer Konsum - ein Allgemeininteresse ohne Mobilisierungskraft? Eine Bestandsaufnahme im Lichte der Rational-Choice-Theorie. In: Eckart Hildebrandt, Ökologischer Konsum, Schriftenreihe des IÖW, Bd. 25, 1989, S. 26

Auch Berger betont die umweltpsychologische Einsicht, "daß zwischen akzeptierten Werten und faktischem Verhalten keine eindeutige Ursache-Wirkungs-Kette besteht."⁷⁹ Um diese "Schiere" zu erklären, unterscheidet er drei Gruppen von Handlungshemmnissen:

- Objektive Hemmnisse (mangelndes Wissen, widersprüchliche oder falsche Informationen, situative Barrieren, mangelnde Verfügbarkeit von Produktalternativen, Preis, Qualität)
- psychische Hemmnisse (Sauberkeits- und Hygienevorstellungen, Ohnmachtsgefühle, Ängste)
- gesellschaftliche Hemmnisse (Normsystem der Konsumgesellschaft, kulturelle Standards, Wertewandel).⁸⁰

Als stärkste Barriere, die zwischen dem politischen Phänomen Umweltbewußtsein und der privaten Handlungsbereitschaft steht, wird in der Umweltpsychologie der Konflikt zwischen egoistischem Eigeninteresse und sozialem Gemeinschaftsinteresse diskutiert. Die VerbraucherInnenbewegung thematisiert diesen Konflikt als Kluft zwischen individuellem Nutzen und sozialem Nutzen. Die Umweltpsychologie geht davon aus, daß die Umsetzung von Umweltbewußtsein in eigene Handlungsbereitschaft ein hohes Maß an sozialer Gemeinschaftsorientierung voraussetzt, die dazu führt, daß die einzelnen ihre individuellen, egoistischen Interessen einem wie auch immer definierten Gemeinschaftsinteresse unterordnen.

Die Kluft zwischen individuellem Nutzen und sozialem (Gemeinschafts-)Nutzen wird in der Umweltpsychologie als "Allmende-Klemme" bezeichnet. Das Bild von der Allmende, der Gemeinschaftsweide in den mittelalterlichen Subsistenzgemeinschaften, steht für ein Modell der Abhängigkeit aller von der Nutzung von Umweltressourcen und ihrer notwendigen Erhaltung. Realisierten einzelne ihre egoistischen Eigeninteressen und nutzten die Allmende über alle Maßen extensiv, so brächte das ihnen zwar einen unmittelbaren, kurzfristigen Gewinn (individuellen Nutzen), schädete aber längerfristig der gesamten Nutzergemeinschaft, da die Weide mit ihrer Regenerationsfähigkeit auch ihre Nutzbarkeit für alle verlieren würde. Das Bild von der Allmende-Klemme besagt also, daß individueller und sozialer Nutzen einander nicht ausschließen müssen, sondern sich langfristig gegenseitig bedingen. Dennoch wird der soziale Gemeinschaftsnutzen in der Regel nicht als individueller Gewinn wahrgenommen. Joseph Huber diskutiert am Beispiel des Ausstiegs aus dem Individualverkehr das individuelle Kalkül, das dieser Sichtweise zugrundeliegt: Verzichte ich auf das Auto, dann mache ich nur Platz für einen anderen Teilnehmer am Individualverkehr. Mein idealistisches Verhalten wird doch nur bestraft und von anderen dazu ausgenutzt,

⁷⁹Klaus Berger, Ökologische Verantwortung. Ein Ziel für die Umwelt- und Verbraucherbildung Erwachsener. In: Klaus Berger (Hg.), Ökologische Verantwortung, Bad Heilbrunn/Obb. 1991, S. 39

⁸⁰Vgl. ebenda, S. 39 f.

ihren Egoismus um so mehr auszuleben.⁸¹

Auch von AbfallberaterInnen wird diese Einstellung zur Erklärung eines immer wieder festgestellten Widerspruchs herangezogen: HausbewohnerInnen geben an, sie würden den Abfall getrennt sortieren, obwohl die Müllanalysen der entsprechenden Häuser zeigen, daß sich keineswegs so viele BewohnerInnen am Getrennt-sammeln beteiligen wie es von sich behaupteten.⁸²

Die Verbraucherbewegung versucht dieses Problem aufzunehmen, indem sie zur Überwindung egoistischer Eigeninteressen und zur längerfristigen Stabilisierung eines handlungsrelevanten Umweltbewußtseins das Leitbild des ökologischen und verantwortungsvollen Konsumenten propagiert. An diesem Leitbild soll die Ausrichtung an einem sozialen Gemeinschaftsnutzen als ein übergreifender Wert verdeutlicht und propagiert werden. Dabei wird stillschweigend unterstellt, daß Wertvorstellungen eine grundlegende Rolle für die Ausbildung eines handlungsrelevanten Umweltbewußtseins spielen. Die Umweltpsychologie diskutiert diese unterstellte Annahme, die der gesamten Wertedebatte zugrundeliegt, sehr kritisch.

Hans-Joachim Fietkau relativiert die Annahme einer direkten Umsetzung von Werteorientierung in Umweltbewußtsein ganz entscheidend, indem er darauf hinweist, daß nicht eine einzige Wertvorstellung oder eine einzige Leitorientierung für die Ausbildung von Umweltbewußtsein relevant ist, sondern sehr verschiedene und zum Teil auch sich widersprechende Orientierungen. Das Umweltbewußtsein ist ein relativ "kompliziertes Konstrukt", das eingebunden ist in ein ganzes Netz von unterschiedlichen Wertvorstellungen des Menschen.⁸³ Deshalb bleiben die Handlungseffekte, die eine einzelne Wertvorstellung bewirkt, undeutlich. Nach Fietkau hat darüber hinaus die Erfahrung, daß das individuelle Handeln auch etwas bewirkt, einen eigenen handlungsverstärkenden "Wert", der die Umsetzung des theoretischen Bewußtseins in praktisches Tun erleichtert. Für die Umsetzung von Absichten spielt zum einen das Maß an persönlicher Betroffenheit eine Rolle, zum anderen das Maß an Eigenverantwortung, und zum dritten vor allem auch das Maß an erwarteter Wirksamkeit. Die Verhaltenspsychologie betont deshalb die Wichtigkeit eines eingebauten Feedback für politische Maßnahmen. In der Abfallberatung wird diese Einsicht beispielsweise so aufgenommen, daß die Beteiligten von Getrenntsammlerversuchen über die "Erfolgsquoten"

⁸¹Joseph Huber, Unternehmen Umwelt, Weichenstellung für eine ökologische Marktwirtschaft, Frankfurt/Main 1991, S. 57 ff.

⁸²Einen krassen Unterschied zwischen Meinung und Tun stellten die Sortieranalysen in einem Modellprojekt für einen Kölner Stadtteil 1986/87 fest: 90% der Befragten behaupteten, sich am Getrenntsammlen von Glas und Papier zu beteiligen, knapp 39% taten es aber nur. Irmgard Schultz/Monika Weiland, Frauen und Müll, a.a.O.

⁸³Hans-Joachim Fietkau, 1990, a.a.O., S. 295

ihrer Sammelergebnisse unterrichtet werden oder daß Haushalte mit wenig Abfallaufkommen durch niedrigere Müllgebühren "belohnt" werden. Diese Strategien der positiven Verhaltensunterstützung setzen aber nicht auf die Propagierung von Wertvorstellungen, sondern reflektieren die Bedingungen und Möglichkeiten des tatsächlichen Verhaltens.

Viele umwelt- und ökopädagogische Ansätze der letzten Jahre thematisieren ethische Wertvorstellungen, die sie den AdressatInnen pädagogischer Maßnahmen als "ökologische Verantwortung" vermitteln wollen. Wir beziehen diese Ansätze der "Umweltbildung" in unsere Darstellung nicht ein. Erstens darf ihre Handlungsrelevanz aufgrund der umweltpsychologischen Forschungsergebnisse bezweifelt werden. Zweitens halten wir moralisierende Pädagogik grundsätzlich für kritikwürdig. Wir teilen hier die Einschätzung von Heino Apel, derzufolge ökologische Bildungsverantwortung nicht darin besteht, "eine konkrete, handlungsbezogene Werthaltung als wesentliches Ziel beim Adressaten erreichen zu wollen. Wer will, daß die Bürger umweltpolitisch "richtig" handeln, soll sich für entsprechende Gesetze oder ökonomische Sanktionssysteme einsetzen, nicht aber die Bildung als Handlungsvehikel benutzen. (...) Ökologische Ethik oder Sittlichkeit, d.h. die Frage, ob ich auf mein Auto verzichte, den Thermostat herunterdrehe, das umweltfreundliche Waschmittel kaufe etc., also die eigentliche Handlungsentscheidung ist ein Akt, der nur in einem lebensweltlichen Kontext zu anderen Handlungen möglich ist und letztlich in eigenständiger Verantwortung vollzogen werden muß."⁸⁴ Auf ihre Weise entmündigen solche normativen Verhaltensvorgaben die TeilnehmerInnen und schneiden durch Setzungen den individuellen, selbsterkennenden Lernprozeß ab. Sie sind als Bestandteile einer entpolitisierten Pädagogik zu kritisieren, weil sie Bildung durch ethische Propaganda ersetzen. Eine lernorientierte, kritische Pädagogik hält immer den Spielraum für die Konfrontation und Diskussion unterschiedlicher Sichtweisen und Wertorientierungen offen. Dieses Offenhalten ist die zentrale Bedingung für eine diskursiv orientierte "politische" Pädagogik.

Diesen Ansatz verfolgen die "Tu Was"-Arbeitskreise der Volkshochschulen. Sie haben sich zu den beiden ökologischen Themenfeldern "Wasserpolitik" und "Abfallpolitik" - ausgehend von Bayern - an verschiedenen Volkshochschulen gegründet. Die TeilnehmerInnen der Arbeitskreise konfrontieren (mit beachtlicher Presseresonanz) die Politiker mit ihren Vorstellungen und Forderungen zur regionalen Wasser- und Müllpolitik. Zur Erprobung von abfallarmem Einkaufsverhalten führen sie "Einkaufslisten-Aktionen" durch, in denen sie Supermärkte in Form einer "Umweltverträglichkeitsprüfung" beurteilen. Dabei werden die VerkäuferInnen konkret nach Informationen über die Umweltverträglichkeit der Produkte befragt (z.B. bei Papier: Recyclingpapier, Umweltschutzpapier, chlorfrei gebleichtes Papier etc.) oder der Marktleiter mit überflüssigen

⁸⁴Heino Apel, Ökologische Verantwortung aus Volkshochschulsicht. In: Klaus Berger u.a. (Hg.), Ökologische Verantwortung, a.a.O., S. 129 ff

Verpackungen konfrontiert.⁸⁵ Die "Aktion Einkaufsliste" ist als Beispiel für einen nicht-moralisierenden Ansatz in der Umweltpädagogik zu werten. In einer 1986 verfaßten Studie kommt Balderjahn zu dem Ergebnis, daß globale Aussagen über "den umweltbewußten Konsumenten" und seine generellen Einstellungen wenig verhaltensrelevant sind. Verschiedene Werte wie z.B. soziale Sicherheit, Selbstverwirklichung, Sparsamkeit und auch materielle Sicherheit wirken sich auf verschiedene Aspekte des Umweltschutzes (z.B. Energiesparen, Pkw-Nutzung, Einsatz für lebenswerte Umwelt) unterschiedlich aus; auch differieren dieselben Wertvorstellungen nach Altersgruppen und den einzelnen sozialen Schichten.⁸⁶

Hormuth und Katzenstein betonen, daß zwischen Einstellungen und Verhalten bei bestimmten Tätigkeitsbereichen - also bspw. dem Tätigkeitsbereich Müllvermeiden im Unterschied zu dem des Energiesparens - unterschieden werden muß. Durch ihre Konkretisierung von verschiedenen umweltrelevanten Handlungsabläufen, die sie nochmals in einzelne Handlungssegmente differenzieren, versuchen sie, das wechselseitige Verhältnis von Einstellungen und tatsächlichem Verhalten zu erfassen. Für eine Beschreibung der für Müllvermeidung und Müllsortierung wichtigen Handlungsabläufe schlagen sie ein Handlungsstrukturmodell vor, das vier relevante Segmente des Konsumverhaltens unterscheidet:

Einkauf ->	Gebrauch/ Verbrauch	->	Wieder-/Weiter- verwendung Weitergabe, Aufbewahrung	->	Entsorgung/ Mülltrennung nach Wert- und Problem- stoffen Weitergabe, Aufbewahrung ⁸⁷
------------	------------------------	----	--------------------------------------------------------------	----	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sie betonen, daß für die beiden Phasen des Nutzungsverhaltens - d.h. Gebrauch/Verbrauch und Wieder-/Weiterverwendung - die sozialen Vernetzungsstrukturen wie beispielsweise nachbarschaftliche Beziehungen im Haus entscheidender sind als ein ökologisch ausgerichtetes "Bewußtsein".⁸⁸ In zwei empirischen Untersuchungen zur Hausmüllsortierung in Häuserblöcken und Hochhauskomplexen fanden sie heraus, daß das Ausmaß sozialer Interaktion im Wohnkomplex einen engen Bezug zur Mülltrennung aufwies. Sozial eingebundene Personen trennten eher den Kompostmüll als sozial isolierte bzw. weniger eingebundene Personen. Eine vergleichbare Korrelation zwischen ökologischem "Bewußtsein" und Mülltrennungs-

⁸⁵Vgl. TU WAS-Arbeitskreis der Volkshochschule, TU-WAS-Rundbrief: Ergebnisse des Treffens vom 25.2.1992, Ebersberg u.a., 1992

⁸⁶Ingo Balderjahn, Das umweltbewußte Konsumverhalten, Berlin 1986

⁸⁷Stefan E. Hormuth/Henriette Katzenstein, Psychologische Ansätze zur Müllvermeidung und Müllsortierung. Forschungsbericht für das Ministerium für Umwelt Baden-Württemberg, Heidelberg 1990, S. 13

⁸⁸ebenda, S. 68

verhalten könnten sie dagegen nicht feststellen.⁸⁹

Die bisher erstellten umweltpsychologischen Arbeiten zum Thema Abfall und Konsum beziehen sich nach der Literatursichtung von Hormuth und Katzenstein überwiegend auf den Bereich der Mülltrennung; sie untersuchen also das Abfallsortierverhalten. Die wenigen sozialwissenschaftlichen Studien, die allgemein das Konsumverhalten untersuchen (etwa die ökologische Qualität von Konsumstilen), gehen nicht auf den Zusammenhang von Konsumverhalten und Abfallaufkommen ein⁹⁰. Über Abfallvermeidung liegt aus umweltpsychologischer Sicht oder aus anderen sozialwissenschaftlichen Disziplinen bisher keine Untersuchung vor.

Die Evaluationsstudien, die unter diesem Stichwort im Bereich der "grauen Literatur" zu finden sind - das sind zumeist Begleitstudien zu kommunalen Modellversuchen - verwechseln mehrheitlich nach einer Sichtung von Schultz/Weiland Abfallverwertung mit Abfallvermeidung. Sie untersuchen vor allem das Abfalltrennungs- und Sortier-Verhalten in den Haushalten und nehmen Fragen in bezug auf das Konsumverhalten nicht auf.⁹¹ Unter der Fragestellung, welche Bedingungen und Barrieren ein abfallvermeidendes Verhalten bestimmen, müßte jedoch die psychologisch orientierte Abfall-Verhaltensforschung auf den gesamten Bereich des Konsumverhaltens ausgedehnt werden. Insbesondere den Beeinflussungsfaktoren für Kaufentscheidungen kommt eine zentrale Rolle zu. Der Nichtkauf von Produkten und Dienstleistungen ist die stärkste Möglichkeit der Abfallvermeidung, die den EndverbraucherInnen zur Verfügung steht.

Ähnlich wie Hormuth/Katzenstein betont auch Fietkau die Notwendigkeit einer Analyse der sozialstrukturellen Begleitumstände, in die sich eine Einzelhandlung einfügt. Er unterscheidet zwischen kognitiven und situativen Bedingungen und Barrieren, die eine Umsetzung von Einstellungen in konkretes Handeln fördern oder behindern. Für den Bereich der kognitiven Bedingungen - das sind die Einstellungen, Werte und Orientierungen der Betroffenen - hält er für ausschlaggebend, daß globale Werte sich kaum in konkretes Verhalten umsetzen.⁹²

Diese Aussage wird durch eine Verbraucher-Panel-Studie von Adlwarth und Wimmer aus dem Jahr 1986 bestätigt. Sie zeigt, daß

⁸⁹ebenda, S. 84

⁹⁰ebenda, S. 53

⁹¹Irmgard Schultz, Monika Weiland, Frauen und Müll - Frauen als Handelnde in der kommunalen Abfallwirtschaft, Frankfurt 1991. Unter der expliziten Vorgabe "Abfallvermeidung" standen hingegen die Beiträge des Kongresses "Perspektive Abfallvermeidung", den das Institut für ökologisches Recycling (IföR) vom 7.-9.10. 1991 in Berlin veranstaltete. Vgl. IföR (Hg.), Perspektive Abfallvermeidung. Dokumentation zum Fachkongreß, Berlin 1991

⁹²Hans-Joachim Fietkau, Umweltbewußtsein, a.a.O., S. 294

der globale Wert "saubere Umwelt" sich nicht in reales Kauf- bzw. Nichtkauf-Verhalten umsetzt.⁹³ Ausschlaggebend für das Kaufverhalten ist vielmehr die Einschätzung der Umwelrelevanz einzelner Produkte bzw. Produktbereiche.⁹⁴

Bei den situativen Bedingungen spielen deshalb sowohl Produktalternativen eine entscheidende Rolle als auch die öffentliche Informationslage über Produkte und Produktgruppen. Die öffentliche Informationslage setzt sich aber nicht bei allen KonsumentInnen gleichermaßen in den subjektiven Informationsstand um. Der Informationsstand der VerbraucherInnen, kann sich aus den unterschiedlichsten Beurteilungskriterien zusammensetzen und ist ein wesentlicher Faktor für Kaufentscheidungen aller Bevölkerungsschichten.

Nach Balderjahn ist für KonsumentInnen der Unterschicht darüber hinaus das Geld (Sparsamkeit) ein wichtiger Faktor der äußeren (situativen) Bedingungen. Selbständige ließen sich eher von einer Orientierung an "Selbstverwirklichung", also einem kognitiven Faktor, in ihren Kaufentscheidungen leiten.⁹⁵ Wird die eingangs getroffene Unterscheidung zwischen unmittelbarer Abfallvermeidungs- und Abfallverminderungswirkung zugrunde gelegt, dann kommt von den vier Handlungssegmenten, die Hormuth und Katzenstein im Konsumverhalten unterscheiden, der ersten Handlung, d.h. dem Kaufverhalten, die entscheidende Bedeutung zu. Kaufentscheidungen schlagen sich in ihrer Gesamtheit gesehen in Verkaufszahlen und Umsatzzahlen nieder, den relevantesten Indikatoren für die Angebotspolitik und die Produktgestaltung der Hersteller und Vermarkter. Durch ihr Kaufen bzw. Nichtkaufen nehmen die VerbraucherInnen unmittelbaren Einfluß auf Angebotspolitik und Produktgestaltung, denn nichts fürchten die Hersteller so sehr wie den aus Umweltbewußtsein begründeten Kaufverzicht. Das sagen inzwischen die Publikationsorgane von Marketing und Management ganz offen:

"Die Früherkennung von Verbraucherstimmungen eröffnet die Möglichkeit, Umweltschutzmaßnahmen dort anzusetzen, wo sie mit ökonomischen Zielen in Einklang zu bringen sind. Umweltschutzmaßnahmen, die den konkreten Bedürfnissen der Verbraucher entsprechen, wirken in starkem Maße verkaufsfördernd (dies wird z.B. am Erfolg FCKW-freier Sprays deutlich). Daß hingegen eine Nichtbeachtung von Verbraucherstimmungen erhebliche Gefahren beinhaltet, wird in einer Untersuchung von Raffee et al gezeigt, nach

⁹³W.I. Adlwarth/F. Wimmer, Umweltbewußtsein und Kaufverhalten, Ergebnisse einer Verbraucher-Panel-Studie. In: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, 2/86, S. 173

⁹⁴ebenda, S. 175

⁹⁵Ingo Balderjahn, a.a.O., S. 246

der 22 % der Befragten angaben, häufig oder immer aus ökologischen Gründen Kaufverzicht zu üben.⁹⁶

Marktforschungsinstitute untersuchen das Umweltbewußtsein der KonsumentInnen, um herauszufinden, welchen Stellenwert die VerbraucherInnen ökologischen Gesichtspunkten bei der Produktauswahl einräumen und wie groß evtl. die Bereitschaft ist, auch höhere finanzielle Belastungen für umweltfreundliche Produkte auf sich zu nehmen.⁹⁷ So haben nach Daten der G & I Forschungsgemeinschaft im Oktober 1990 immerhin 62 % der KonsumentInnen ihre Bereitschaft erklärt, ihr Konsumverhalten zugunsten des Umweltschutzes zu ändern. Noch 1985 waren es nur 39 %, die so dachten.⁹⁸

Ob daraus der generelle Schluß zu ziehen ist, daß sich die "Allmende-Klemme" langsam schließt, wie Hans Hyder diese Umfrageergebnisse interpretiert, sei dahingestellt. Vielleicht wird mit diesen Selbsteinschätzungen nur die Seite des Umweltbewußtseins als ein "politisches Phänomen" erfaßt. Gleichwohl gibt es konkrete Hinweise darauf, daß die KonsumentInnen in einzelnen Handlungsbereichen bereit sind, ihre gewachsene Sensibilität für Umweltfragen auch in wirkliches Verhalten umzusetzen. Das zeigt z.B. der Rückgang des Waschmittel- und Weichspülerabsatzes - ein gerade vor dem Hintergrund des deutschen "Sauberkeitssyndroms" (die Deutschen hatten den höchsten Pro-Kopf-Verbrauch an Waschmitteln in der Welt) äußerst bemerkenswerter Vorgang: "Das wachsende Umweltbewußtsein der Verbraucher läßt den Absatz der Waschmittelindustrie einlaufen. Die Hersteller sind gezwungen, immer schonendere Saubermacher in immer kleineren Packungen auf den Markt zu bringen. So haben die sog. Kompaktwaschmittel bereits 40 % Marktanteil. Der Pro-Kopf-Verbrauch an Wäschereinigern sank im vergangenen Jahr um ein auf nur noch gut neun Kilo. Besonders stark fielen dabei Weichspüler in der Gunst der Käufer zurück."⁹⁹

⁹⁶Peter M. Horst, Öko-Check für die Unternehmensstrategie. In: Gablers Magazin 6/91, S. 19

⁹⁷Asw-Monitor. In: Absatzwirtschaft, 1/90, S. 26

⁹⁸Hans-Peter Traub, Markenartikler packen aus, in: Management-Wissen, 11/90, S. 64

⁹⁹Frankfurter Rundschau vom 10.12.1991: "Härtere Zeiten für Weichspüler"

Als Fazit des dritten Kapitels ist festzuhalten:

- 1) Häufig wird ökologisches Verhalten als Konsequenz eines ökologischen Bewußtseins gedeutet. Durch ökologische Bewußtseinsbildung soll dann umweltgerechtes Verhalten erreicht werden. Im Abfallberatungswesen spielt diese Annahme eine wichtige Rolle. Gleichwohl zeigen die Ergebnisse der empirischen Umweltpsychologie gerade auf dem Gebiet der Abfallvermeidung: Verhaltensrelevant sind nicht globale Wertorientierungen eines "Umweltbewußtseins", sondern ein Gemisch aus unterschiedlichen Orientierungen und Werten (kognitiver Faktoren) sowie sozialstrukturelle Bedingungen und Barrieren (situative Faktoren), die konkrete Verhaltensabläufe bestimmen. Zu den wichtigsten situativen Faktoren für umweltbewußtes Verhalten gehören die soziale Schichtzugehörigkeit und die sozialen Vernetzungsstrukturen.
- 2) Aus umweltpsychologischer Sicht ist Abfallvermeidung kein isolierbares Handlungsfeld. Es muß vielmehr im Gesamtzusammenhang des Konsumtionsprozesses der Haushaltsmitglieder und seines sozialen Umfeldes betrachtet werden. Das für Abfallvermeidung relevante Handlungsstrukturmodell des Konsumverhaltens der EndverbraucherInnen unterscheidet zwischen:

Einkauf	->	Gebrauch/	->	Wieder-/Weiter-	->	Entsorgung
		Verbrauch		verwendung		Mülltrennung nach
				Weitergabe,		Wert- und Problem-
				Aufbewahrung		stoffen

- 3) Dem Einkaufsverhalten kommt für Abfallvermeidungsstrategien das größte Gewicht zu, da der massenhaft praktizierte, individuelle Kaufverzicht die stärkste Möglichkeit der KonsumentInnen ist, auf die Quantität und Qualität sowohl des Hausmüllaufkommens als auch der Produkte unmittelbaren oder mittelbaren Einfluß auszuüben.
- 4) Für die Kaufentscheidung der KonsumentInnen insgesamt sind weniger Orientierungen an globalen Wertvorstellungen ausschlaggebend als vielmehr die Einschätzung der Umweltrelevanz einzelner Produkte und Produktgruppen. Für eine Strategie der Beeinflussung von Kaufentscheidungen sind also konkrete (statt generelle) Kriterien der Produktbewertung gefordert. Diese Kriterien müssen die schichtenspezifische Struktur von kognitiven (z.B. Selbstverwirklichung) und situativen (z.B. Geld) Faktoren berücksichtigen. Sie sollten für die sozialen Bedingungen die unterschiedlichen Möglichkeiten je nach Handlungsphase des Konsumverhaltens (Einkauf, Gebrauch, Wiederverwendung, Entsorgung) einbeziehen.

4. Sozialstrukturelle Bedingungen des Konsumverhaltens bezogen auf Möglichkeiten der Abfallvermeidung

Dieser Teil der Studie soll deutlich machen, ob und wie sozialstrukturelle Bedingungen die Möglichkeiten der Abfallvermeidung beeinflussen und welche unterschiedlichen Abfallvermeidungsstrategien sich danach anbieten. Dafür werden im ersten Absatz die in den Sozialstatistiken gebräuchlichen sozialstrukturellen Faktoren in ihrer Relevanz auf die Abfallproblematik dargestellt. Im zweiten Absatz wird die Bedeutung von Eigen- und Hausarbeit für das Abfallverhalten hervorgehoben. Der dritte Absatz diskutiert Vorschläge zur Änderung des Nutzungsverhaltens hinsichtlich sozialer Rahmenbedingungen.

Sozialstrukturelle Rahmendaten zum Konsum- und Abfallverhalten

Als wichtige Rahmendaten für das Müllaufkommen einer Gesellschaft müssen demographische Trends und Zustandsbeschreibungen herangezogen werden. Die erste zu erwähnende Makrotendenz für die bundesdeutsche Gesellschaft ist die Zunahme von kleineren Haushalten, besonders von Einpersonenhaushalten. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes gab es im April 1989 in der (alten) Bundesrepublik insgesamt 27.793 Mio. Privathaushalte. Davon waren 35,3% Einpersonenhaushalte, 30,1% Zweipersonenhaushalte, 16,8% Dreipersonenhaushalte, 12,6% Vierpersonenhaushalte und 5,3% Haushalte mit fünf oder mehr Personen.¹⁰⁰ Diese Zahlen umschreiben einen Trend zu kleineren Haushaltsgrößen in Deutschland. Im Hinblick auf den Indikator "Anteil der Einpersonenhaushalte" befand sich die DDR also 1989 ungefähr dort, wo sich die alte BRD 1981 befand. Die deutsche Vereinigung wird wahrscheinlich auch hier eine Trendangleichung an die Alt-Bundesrepublik mit sich bringen.

Dieser Trend kann, soweit er sich in der offiziellen Sozialstatistik ausdrückt, durch die Relativierung von Ehe und Kernfamilie als den normalen Lebens- und Haushaltsformen gekennzeichnet werden. Hinweise darauf sind:

- Der Rückgang der Zahl der Eheschließungen (pro tausend EinwohnerInnen) von 10,7 im Jahr 1950 über 9,4 in 1960 auf 6,4 in 1989¹⁰¹. Die Ehe ist damit zwar nicht marginalisiert, wohl aber als Normalform des heterosexuellen Zusammenlebens deutlich relativiert worden.
- Der Anstieg der Ehescheidungen. Lag die Zahl der Ehescheidungen je 100.000 EinwohnerInnen 1960 noch bei 8,8, so stieg sie über 12,6 in 1970 und 15,6 in 1980 auf 21 in 1988¹⁰². Ein Trend zu

¹⁰⁰Statistisches Bundesamt, Statistisches Jahrbuch 1990, S. 57

¹⁰¹ebenda, S. 61

¹⁰²ebenda, S. 70

"amerikanischen Verhältnissen" zeichnet sich ab: 40% aller Ehen werden geschieden. "Two thirds of divorced women remarry, but over half of them divorce again."¹⁰³

- Der Anstieg der Zahl der nicht-ehelichen Lebensgemeinschaften ("Neles") stieg von 137.000 im Jahr 1972 auf 820.000 im Jahr 1989. Diese Zahl dürfte allerdings deutlich höher liegen: Das Statistische Bundesamt erfaßt unter dieser Rubrik nur räumlich zusammenlebende Paare. Einer Studie über "Neue Lebensformen" zufolge rechnen sich aber ca. ein Drittel aller Angehörigen dieser Gruppe ihr auch dann zu, wenn sie räumlich getrennt leben¹⁰⁴. Für 1989 kommt man demnach auf ca. 1,24 Mio. nicht-eheliche Lebensgemeinschaften.

Insgesamt spricht die bundesdeutsche Familiensoziologie daher mit Recht von einer "Entkoppelung und Ausdifferenzierung der (ehemals) in Familie und Ehe zusammengefaßten Lebens- und Verhaltens-elemente".¹⁰⁵

Von den knapp 18 Mio. (alt-)bundesdeutschen Mehrpersonenhaushalten hatten 1989 gut 7,5 Mio. (42%) keine, aber knapp 10,5 Mio. (58%) Kinder. Von den Mehrpersonenhaushalten mit Kindern war über die Hälfte (51,5% oder 5,39 Mio.) ein Haushalt mit nur einem Kind, ein gutes Drittel (35,7% oder 3,74 Mio.) ein Haushalt mit zwei, ein knappes Zehntel (9,8% oder 1,02 Mio.) ein Haushalt mit drei und ca. 3% ein Haushalt mit vier oder mehr Kindern¹⁰⁶.

Von allen Privathaushalten in der (alten) Bundesrepublik hatten 1989 knapp 70% (19,374 Mio.) eine männliche, gut 30% (8,42 Mio.) eine weibliche Bezugsperson. Dieses Verhältnis kehrt sich fast um, betrachtet man die Einpersonenhaushalte: gut 63% (6,2 Mio.) werden von Frauen, knapp 37% (3,6 Mio.) werden von Männern geführt. Es leben also mehr Frauen allein als Männer. Bei den alleinlebenden Frauen dominieren die Witwen (55,6%), gefolgt von den Ledigen (32,8%) und den Geschiedenen (10,5%). Die getrennt lebenden Verheirateten machen mit 9,3% bei den Männern und 2,7% bei den Frauen jeweils den geringsten Anteil der Einpersonenhaushalte aus.¹⁰⁷

¹⁰³A.R. Hochschild, The Need for Nurture and the Culture of Coolness: A study of Advice Books for Women. In: W. Zapf (Hg.), 1991, S. 197

¹⁰⁴Vgl. S. Meyer/É. Schulze, Balancen des Glücks - Neue Lebensformen: Paare ohne Trauschein, Singles, Alleinerziehende, München 1989, S. 14

¹⁰⁵U. Beck, Risikogesellschaft - Auf dem Weg in eine andere Moderne, Frankfurt 1986, S. 164

¹⁰⁶Statistisches Bundesamt 1990, S. 57

¹⁰⁷Statistisches Bundesamt 1990, S. 57

Die Zunahme der Einpersonenhaushalte darf also nicht umstandslos mit einem Trend zum "Single" (ledige/r Berufstätige/r jüngeren Alters) gleichgesetzt werden: Über 40% aller Einpersonenhaushalte wurden 1989 von Personen im Alter von über 65 Jahren geführt. Die überwiegende Mehrzahl aller alleinlebenden Frauen in der Bundesrepublik (45%) sind Witwen über 65 Jahre. Sie liegen noch vor den Frauen unter 45 Jahren, die rund 26% der weiblich geführten Einpersonenhaushalte ausmachen¹⁰⁸ und aus der sich das Gros der weiblichen Singles rekrutiert.¹⁰⁹

In den Großstädten hat am Ende der 80er Jahre der Anteil der Einpersonenhaushalte die 50%-Marke erreicht bzw. überschritten. Für Frankfurt konnte auf der Basis der Volkszählung von 1987 ein Anteil von 49,4% ermittelt werden; die Gruppe der ledigen Frauen erreichte dabei einen Anteil von 57,3% der Einpersonenhaushalte insgesamt - eine Entwicklung, die mit der gestiegenen Erwerbstätigkeit von Frauen korreliert¹¹⁰. In München wurde die 50%-Marke der Einpersonenhaushalte bereits überschritten¹¹¹.

Die generelle Müllrelevanz dieses Trends zu kleineren Haushaltsgrößen liegt auf der Hand: Ausgehend von einem steigendem oder doch zumindest nicht sinkenden Anspruchsniveau an den Wohlfahrtsaspekt der Wohnung und des Wohnumfelds ist eine überproportionale Zunahme des individuellen Müllaufkommens mit sinkender Haushaltsgröße wahrscheinlich. Denn mit der Zahl der Haushalte steigt unter den gesellschaftlichen Rahmenbedingungen die Dichte der Infrastrukturausstattung: Kühlschränke, Waschmaschinen, Elektroherde, Transportaufkommen etc. Auch der Verpackungsmüll dürfte zunehmen, wenn - unter sonst gleichen Umständen - die Haushaltsgröße schrumpft. Betrachtet man die Altersstruktur der Bundesrepublik, dürfte der Trend zum Einpersonenhaushalt auch dann anhalten, wenn man die Veränderungen der Lebensformen ausklammert: allein durch den steigenden Bevölkerungsanteil alter Menschen. Diese sozialstrukturelle Rahmenbedingung hat für die Einrichtung von Sammelsystemen des Abfall- und Wertstoff-Abtransports ebenso Relevanz wie für die Pfandeinlösung. Ältere Menschen können weniger schwer tragen (Glas z.B.) und sind weniger mobil.

Haushaltsgrößen und Lebensformen sind aber nicht die einzigen sozialstatistisch ermittelbaren Determinanten des Müllaufkommens. Dieses ist entscheidend abhängig von der Einkommenssituation und -entwicklung der Haushalte bzw. der einzelnen Haushaltsmitglie-

¹⁰⁸Statistisches Bundesamt 1990, S. 57

¹⁰⁹Vgl. S. Meyer/E. Schulze, a.a.O., S. 16

¹¹⁰Vgl. Chr. Schön, Einige tendenzielle Zwischenergebnisse der z.Zt. laufenden Studie "Struktur und Entwicklung des Frankfurter Frauenarbeitsmarktes", Frankfurt 1989

¹¹¹Vgl. F. Mager, "München leuchtet" - Lebensstile einer Metropole. In: Locomer Protokolle 6/90. Hagen/Loccum 1991, S. 114

der. Von allen bundesdeutschen Privathaushalten verfügten 1989 12,3% (3,43 Mio.) über ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von unter 1.200,- DM (davon immerhin 567.000 Haushalte unter 600,- DM); 14,5% (4,03 Mio.) konnten über ein Einkommen zwischen 1.200,- und 1.800,- DM verfügen, fast 20% (5,4 Mio.) über ein Einkommen zwischen 1.800,- und 2.500,- DM; 10% (knapp 2,8 Mio.) verdienten zwischen 2.500,- und 3.000,- DM, und 34% (9,44 Mio.) verfügten über ein monatliches Nettoeinkommen von über 3.000,- DM (darunter wieder 2,7 Mio. Haushalte (9,7%) mit über 5.000,- DM)¹¹². Das heißt: 46% der Bevölkerung verfügten über ein Einkommen von nicht mehr als 2.500,-DM !

Ein noch differenzierteres Bild ergibt darüber hinaus die Unterscheidung zwischen männlichen und weiblichen Bezugspersonen im Haushalt: von Frauen geführte Haushalte sind deutlich ärmer als von Männern geführte. Während nur 5,8% der Haushalte mit männlicher Bezugsperson mit weniger als 1.200,- DM auskommen mußten, waren es bei den weiblich geführten Haushalten in dieser Einkommensgruppe immerhin 27,4%. Umgekehrt sieht es am oberen Ende der Einkommensskala aus: Während fast 13% aller "Männer-Haushalte" über mehr als 5.000,- DM monatlich verfügten, konnten das gerade 2,5% aller "Frauen-Haushalte". Das bedeutet: Während fast drei Viertel (74,3%) aller Haushalte mit weiblicher Bezugsperson weniger als 2.500,- DM monatlich zur Verfügung hatten, konnten fast zwei Drittel (65,9%) der "Männer-Haushalte" über mehr als 2.500,- DM verfügen.¹¹³ Die Rede von der "Zwei-Drittel-Gesellschaft" bezieht sich dementsprechend nur auf eine Zwei-Drittel-Gesellschaft von Männer-(geführten)-Haushalten.

Das Statistische Bundesamt errechnet und vergleicht das Ausgabeverhalten von drei aus den Statistiken rekonstruierten Idealtypen von Privathaushalten. Als Typ I wird von einem Zweipersonenhaushalt von Rentnern oder Sozialhilfeempfängern ausgegangen, dessen durchschnittliches monatliches Nettoeinkommen 1989 auf 2.026,85 DM veranschlagt wird. Typ II ist ein Vierpersonenhaushalt mit einem (meist: männlichen) Alleinverdiener (Arbeiter oder Angestellter mit mittlerem Einkommen) und zwei Kindern (darunter mindestens ein Kind unter 15 Jahren); für 1989 legt man hier ein Nettoeinkommen von 4.245,66 DM zugrunde. Typ III schließlich ist ebenfalls ein Vierpersonenhaushalt mit einem (meist: männlichen) Hauptverdiener (Beamter oder Angestellter mit höherem Einkommen) und ebenfalls zwei Kindern; hier geht man von monatlich 7.085,31 DM aus.¹¹⁴

Betrachtet man die Ausgaben nach Produktbereichen, kann man die als "Engelsches Gesetz" bekannte Tendenz finden, daß mit steigendem Einkommen der jeweilige Anteil der Ausgaben für das Lebensnotwendige abnimmt, der Anteil für das darüber Hinausgehende

¹¹²Vgl. Statistisches Bundesamt 1990, S. 58

¹¹³Vgl. Statistisches Bundesamt 1990, S. 58

¹¹⁴Vgl. dazu und zum folgenden: Statistisches Bundesamt 1990, S. 481-485

hingegen zunimmt. Für Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren gab Typ I 1989 28,4% seines Nettoeinkommens aus, Typ II 23,8% und Typ III nur 20,4%.

In Bestätigung des "Engelschen Gesetzes" sieht es ähnlich im Bereich der Ausgaben für Wohnungsmieten und Energie (ohne Kraftstoffe) aus, dem für alle Haushalte absolut und relativ größten Ausgabeposten¹¹⁵.

Für die soziale Zuordnung des Hausmüllaufkommens und damit hinsichtlich der Eingrenzung des Adressatenkreises beispielsweise von Abfallberatung unter Vermeidungsgesichtspunkten sind diese Angaben sehr wichtig. Dennoch bleiben sie in entscheidenden Punkten lückenhaft und ergänzungsbedürftig:

- Die Verteilung der Haushaltseinkommen selbst ist sehr viel differenzierter als bei den drei in der Sozialstatistik verwendeten Typen.
- Die Anzahl der ärmeren Haushalte als Typ I macht in der Realität einen überproportional großen Anteil an der Bevölkerung aus. Das betrifft vor allem Frauen.
- Die Haushaltstypen sind angesichts der Pluralisierung der Lebensformen nicht mehr repräsentativ.
- Die Anzahl der Kinder oder Kinderlosigkeit schlägt sich nicht nur auf das Haushaltseinkommen nieder, sondern ist auch maßgebend für die Form der Lebensführung und die Form der Nachbarschafts-, Freundschafts- und Verwandtschaftsbeziehungen. Diese bestimmen ebenfalls das Konsumverhalten entscheidend mit.

Dennoch geben diese drei idealtypisch konstruierten Haushaltstypen absolute Grenzen für die Möglichkeiten der Veränderung des Konsumverhaltens an, die vor allem die Möglichkeiten des quantitativen Kaufverhaltens betreffen, das durch Bindung der Ressourcen an die Konsumbereiche der Grundversorgung vorbestimmt ist: Die statistischen Idealtypen geben klaren Aufschluß darüber, daß das Gesamteinkommen eines Haushalts bezogen auf die Anzahl der Haushaltsmitglieder nach wie vor eine entscheidende Größe und Grenze des Konsumverhaltens ist.

Rückschlüsse auf das Hausmüll-Aufkommen können beispielsweise aufgrund der sozialstatistischen Datenlage für den Bereich der Nahrung wie folgt gezogen werden: Gibt der Haushaltstyp I für den Verzehr von Speisen und Getränken außerhalb des Haushalts (Kantine, Gaststätten etc.) monatlich 50,80 DM (3%) seines Gesamteinkommens aus, Typ II monatlich 119,10 DM (3,6%) und Typ III monatlich 199,20 DM (4%), dann kann als Faustregel behauptet werden: Wer ärmer ist, ißt häufiger zu Hause.

¹¹⁵Vgl. dazu Statistisches Bundesamt 1991, S. 540; die Zahlen beziehen sich auf das Jahr 1990 und das alte Bundesgebiet

Das bedeutet hinsichtlich des Hausmüllaufkommens: Wer ärmer ist, muß den größten Anteil seines Nahrungsbedarfs durch Hausarbeit im vorgegebenen Rahmen eines kleineren Nahrungsmittelbudgets befriedigen. Der Spielraum für teure Nahrungsmittel - das sind im Vergleich zu den Großmarktbilliganbietern wie ALDI vor allem die Nahrungsmittel aus den Reformhäusern und Bioläden - ist geringer als für finanziell besser ausgestattete Haushalte. Vor allem für Mütter mit Kindern der repräsentativen Einkommensstypen I und II, die nach einer empirischen Befragung von Schultz 1991 aufgrund ihrer Gesundheitsverantwortung stark an Lebensmitteln aus diesem teureren Angebot interessiert sind, kommt eine systematische Bedarfsdeckung wegen der höheren Kosten kaum infrage¹¹⁶. Aber auch für berufstätige Single-Frauen, die das Bild der Großstädte während der Zeit der Mittagspause stark bestimmen, kommt das Essengehen kaum infrage. Nach einer österreichischen Konsumforschungsstudie von Ulrike Froschauer betrug der Ausgabenanteil für Ernährung bei Frauen 17,9% der Gesamtmittel, bei Männern lag er immerhin bei 21,4%. Ulrike Froschauer erklärt diese Mehrausgaben der Männer damit, daß diese öfter außer Haus essen.¹¹⁷ Auch weibliche Singles kochen häufiger für sich selbst. Die Autorinnen der Studie "Frauen und Müll", die diese Tatsache eines geschlechtsspezifischen Konsumverhaltens auf ihre Müllrelevanz beziehen, folgern daraus: "Während der Mittagspause gehen sie dann nicht zum Kebab-Büchchen um die Ecke oder zum Schnellgericht der "Nordsee", wo inzwischen ein beträchtlicher Teil der männlichen Angestellten-Kultur mittags den Hunger stillt, sondern sie gießen die "5-Minuten-Terrine" für 1,79 DM auf, deren Plastik- und Aluverpackung dann im Mülleimer landet"¹¹⁸.

Andererseits sagt die idealtypisierende Sozialstatistik über den Besitz von Mikrowellengeräten, der eine Voraussetzung für das schnelle Aufwärmen von "Quick-Food-Gerichten" ist: Während 1990 vom Haushaltstyp I nur 9,8% über eine Mikrowelle verfügten, waren es vom Haushaltstyp II immerhin 42,1% und vom Haushaltstyp III 42,4%. Obwohl eine starke Steigerungsrate in den letzten Jahren bei allen Haushalten hinsichtlich der Ausstattung mit Mikrowellengeräten festzustellen ist, sind die ärmeren Haushalte eindeutig mit weniger Geräten ausgestattet und verfügen auch kaum über die Küchenausstattung für Aufwärmgerichte, die wegen ihrer Aluverpackungen sehr müllrelevant sind. Die Hersteller rechnen mit

¹¹⁶Irmgard Schultz. Umweltbelastungen und Gesundheitskompetenz der Frauen - Ergebnisse einer empirischen Befragung von Frauen in den westlichen Stadtteilen Frankfurts. Im Auftrag des Magistrats der Stadt Frankfurt a.M./Frauenreferat, Frankfurt 1991

¹¹⁷Ulrike Froschauer, Konsumtionsmacht und Konsumrausch - Frauen, Geld, Konsum. In: Marlene Kück (Hg), Der unwiderstehliche Charme des Geldes, Reinbeck bei Hamburg 1988, S.73

¹¹⁸Irmgard Schultz, Monika Weiland, Frauen und Müll - Frauen als Handelnde in der kommunalen Abfallwirtschaft. Gutachten im Auftrag des Magistrats der Stadt Frankfurt am Main/Frauenreferat. Unter Mitarbeit von Engelbert Schramm, Frankfurt 1991, S. 26 und 27

einem expandierenden Markt für Mikrowellengeräte und einem parallel dazu steigenden Bedarf an Schnellgerichten, Tiefkühlkost und kleinen Portionen aufgrund der wachsenden Ansprüche an die Bequemlichkeit ("convenience") bei der Essenszubereitung - speziell bei den berufstätigen Frauen.¹¹⁹ Die Müllberge werden dadurch wachsen.¹²⁰

Gemäß dem Engelschen Gesetz steigen auch die relativen (und damit natürlich auch die absoluten) Ausgabenanteile für Bekleidung und Schuhe mit steigendem Einkommen. Typ I verwendet darauf 5,7% (95,- DM), Typ II 8% (267,40 DM) und Typ III 8,4% (415,50 DM) seines monatlichen Nettoeinkommens - also mehr als viermal so viel wie Typ I. Vor allem die Angestellten (weniger die Beamten) unter den "IIIern" dürften hier zu Buche schlagen. Betrachtet man den Lebensstil von Rentnern und Sozialhilfeempfängern (weniger Modeorientierung, längeres Tragen älterer Kleidungsstücke, Second Hand), dann wird man die Hauptproduzenten der Müllfraktion "Textilien" in den Haushaltstypen II und III vermuten dürfen.

Diese Zahlen sagen nichts über das Nutzungsverhalten der ärmeren Haushalte aus, legen aber doch offen, daß der Textilverbrauch pro Kopf insgesamt höherliegt und damit auch der Ressourcenverbrauch an Rohstoffen, an Energien, an Arbeit pro Person mehr als doppelt so hoch ist als in Haushaltstyp I. Selbst wenn angenommen wird, daß die Menschen von Haushaltstyp III langfristig tragbare Kleidungsstücke bevorzugen, (nach dem Motto: "teuer, aber fürs Leben"), die von Haushaltstyp I hingegen billige, schnell abgelegte und zum Müll geworfene Kleidungsstücke, dann wendet doch Typ III entsprechend mehr für die Garderobe auf, und es muß daher angenommen werden, daß die Kleidung in diesem Haushaltstyp funktionell mehr ausdifferenziert ist, es entsprechend mehr unterschiedliche Garderobennarten gibt. Wird für Abfallvermeidung der Maßstab der Ressourceneinsparung angelegt, dann kann als Schlußfolgerung in pointierter Zuspitzung formuliert werden, daß ärmere Haushalte im Vergleich zu den finanziell besser ausgestatteten "Konsumverzicht" aus mangelnder Kaufkraft ausüben.¹²¹

Am deutlichsten wird diese Aussage am Beispiel des z.Zt. am meisten wegen seiner bedenklichen ökologischen Folgewirkungen diskutierten Produkts, des Automobils: Typ I wendete für Ausgaben rund ums Automobil (umgelegte Anschaffungskosten, Kraftstoff, Reparatur, Ersatzteile, Versicherung etc.) monatlich knapp 4% (80,- DM) auf, Typ II 10% (426,40 DM) und Typ III 9% (638,80 DM). Für fremde Verkehrsleistungen (ohne Pauschalreisen) - also für

¹¹⁹Ursula Hansen, Verpackung und Konsumentenverhalten. In: Marketing 1/86

¹²⁰Vgl. Rudolf Eicheler, Verpackungsmüllberge werden weiter wachsen. In: Handelsblatt vom 4.2.1991

¹²¹Eine Kehrseite dieses unfreiwilligen "Konsumverzichts" ist die steigende Tendenz zur Verschuldung der ärmeren Haushalte. Siehe Jahresbericht der Verbraucherzentralen 1990, die wegen der immensen Nachfrage an erster Stelle Schuldenberatungen anbieten.

Busse und Bahnen - geben Typ I und Typ II absolut gesehen fast gleichviel aus (28,- DM). Je reicher ein Haushalt, desto "automobiler". Über einen Pkw verfügten 1990 (altes Bundesgebiet) fast die Hälfte (46,8%) der Haushalte des Typs I; bei Typ II waren es 96,6% und bei Typ III 99,5%¹²².

Werden die Möglichkeiten des Konsumverhaltens als abhängig von sozialstrukturellen Voraussetzungen angesehen, stehen daher die "traditionellen" Bedingungsfaktoren Einkommen, Familienform und Haushaltsgröße nach wie vor als Rahmengrößen im Zentrum der Interpretation. Dem Preis eines Produkts kommt beim Abwägen für die Kaufentscheidung (Kosten-/Nutzenabwägung) eine um so größere Rolle zu, je geringer das Gesamteinkommen ist. Orientierungen an einem "sozialen Nutzen", wie sie sich beispielsweise in der Propagierung des Kaufs von Reformhaus-Joghurt im Mehrweg-Glas statt des billigeren ALDI-Joghurts niederschlagen, haben daher ihre Grenzen an den vorgegeben Spielräumen der Basis-Existenzsicherung.

Dennoch spielen "Sozialorientierungen" eine wichtige Rolle bei den Kaufentscheidungen. Sie schlagen sich in einem auffallenden "Geschlechter-bias" (d.h. unterschiedliches Kaufverhalten von Männern und Frauen) nieder.

Für elektronische Geräte beispielsweise ist zuerst einmal ebenfalls ein abweichender Ausstattungsgrad je nach Einkommenssituation festzustellen:

Für Fernseh-, Rundfunk- und Phonogeräte gibt Typ I monatlich 0,7% (11,90 DM), Typ II 1,4% (47,70 DM) und Typ III 1,4% (70,40 DM) aus - also fast das sechsfache von Typ I. Mit steigendem Einkommen steigen die relativen und absoluten Ausgaben für Unterhaltungselektronik - und damit auch der entsprechende Verpackungsmüll. 1990 (altes Bundesgebiet) verfügten 12,7% aller Haushalte des Typs I über einen Videorecorder; bei Typ II waren es 53,7% und bei Typ III 46,7%. Bei den Videokameras lagen die Besitzquoten bei 0,6% : 7,1% : 10,7%. Das Fernsehgerät gehört quasi zur Grundausstattung bundesdeutscher Haushalte; selbst bei Typ I war es zu 96,5% zu finden; bei Typ II zu 99% und bei Typ III zu 98,8% der Haushalte. Bei Plattenspielern ergibt sich ein Quotenverhältnis von 32,4% : 40,4% : 55,5%. Homecomputer und PCs verteilen sich über die drei Typen so: 1,2% : 31,5% : 44,8%¹²³. Werden dann Untersuchungen zum geschlechtsspezifischen Kaufverhalten hinzugezogen, ergibt sich nochmals eine deutliche "Schere" zwischen dem Kaufverhalten von Männern und Frauen je nach Produktgruppen: "Deutlich ist zu erkennen, daß Frauen für Wohnlichkeit und Haushaltsführung zuständig sind, für Autos und Freizeitechnik dagegen Männer, wobei bereits die Kinder diese typischen geschlechtsspezifischen Rollen übernehmen". Beim Kauf von Unterhaltungstechnik und beim Autokauf übt der Sohn mehr

¹²²Vgl. Statistisches Bundesamt, Statistisches Jahrbuch 1991, S. 540

¹²³Vgl. Statistisches Bundesamt 1991, S. 540

Mitbestimmung aus als die Mutter.¹²⁴

Frauen sind bedeutend weniger technikidentifiziert als Männer und kaufen weniger elektrische Geräte. So haben die WissenschaftlerInnen einer noch laufenden Studie der Universität Frankfurt über Tendenzen der Eigenarbeit und technische Haushaltsausstattung (Prof. Glatzer, Gisela Dörr u.a.) in empirischen Befragungen überraschend festgestellt, daß Mikrowellengeräte nicht wie zu erwarten nach Aussage der Befragten von Frauen, sondern von Männern gekauft werden. Gorres und Hochgrebe kommen in ihrer Untersuchung zur "Sozialverträglichkeit neuer Technologien"¹²⁵ zu demselben Ergebnis: "Frauen messen den Vorteilen der Mikroelektronik für Haushalte und Gesellschaft eine wesentlich geringere Bedeutung bei als Männer"¹²⁶. Sie interpretieren dieses frauenspezifische Kaufverhalten aus einer geschlechterdifferenten "sozialen-Nutzen"-Orientierung: "Eine analoge Beurteilung der Unterziele zur Zielgröße Wirtschaftlichkeit zeigt, daß Frauen gesamtwirtschaftliche Unterziele fast durchweg höher gewichten als die männlichen Befragten."¹²⁷

Wird "soziale Verantwortlichkeit" in die "harten" sozialstrukturellen Bedingungsfaktoren von Arbeits- und Zeitressourcen übersetzt, die nicht im Bereich der bezahlten Erwerbsarbeit liegen, dann kommen Faktoren der Sozialstruktur in den Blick, die für das Kaufverhalten wie für das Konsumverhalten insgesamt genauso starre Grenzen der Verhaltensmöglichkeiten angeben wie die Familienform, die Haushaltsgröße und das Einkommen. Das Bedingungsgefüge solcher nichtmonetären Ressourcen an Hausarbeit, Eigenarbeit und Zeitverfügung, zu denen zentral auch Informations- und Koordinations- sowie Transportleistungen gehören, werden innerhalb der Sozialwissenschaften in den Ansätzen der "sozialwissenschaftlichen Haushaltsökonomie" und den feministischen Ansätzen über "geschlechtsspezifische Arbeitsteilung" theoretisiert. Ergebnisse dieser Forschungsansätze sollen im folgenden auf ihre Untersuchung des Kauf- und Konsumverhaltens dargestellt werden und in bezug auf Abfallvermeidungsmöglichkeiten diskutiert werden.

¹²⁴Ulrike Froschauer, a.a.O., S.73

¹²⁵Forschungsprojekt "Schnittlinien und Widersprüche in den Konzepten und Diskussionen sozial- und naturverträglicher Technikgestaltung", das vom Land NRW im Rahmen des Programms "Sozialverträgliche Technikgestaltung" gefördert wird

¹²⁶Anke Gorres/Petra Hogrebe, Technik und sozial-ökologische Verantwortung aus der Sicht von Frauen, In: Ökologische Konzepte 30/1989, S. 21

¹²⁷ebenda S. 30

Tendenzen der Eigenarbeit und Hausarbeit

Die sozialwissenschaftliche Haushaltsökonomie geht von der These aus, daß die privaten Haushalte nicht nur als Sozialisations- und Reproduktionsinstanzen, sondern tendenziell auch als Wirtschaftsfaktoren wie als Orientierungsbildner für den Wirtschaftsbereich eine steigende Bedeutung gewinnen. Die von der Soziologie für die moderne Industriegesellschaft festgestellte "Dissoziation von Erwerbs- und Familiensphäre", die sich idealtypisch in der Trennung eines wirtschaftlichen und öffentlichen Bereichs von einem privaten Bereich ohne Wirtschaftsfunktion darstellte, wird für die gegenwärtige Gesellschaft als immer weniger charakteristisch gesehen. Der Trend gehe hin zu einer Rückbindung der Wirtschaft an die Notwendigkeiten, Bedürfnisse und Wertorientierungen der Haushalte. Hartmut Lüdtke stellt fest, "daß mit steigender Autonomie der Haushalte im Hinblick auf ihren ökonomischen Gestaltungsspielraum, verbunden mit der freilich wichtigen Bedingung einer sich auch in Freizeit und Konsum weiter qualifizierenden Gesellschaft, es allmählich zu einer neuen Rückbindung der wirtschaftlichen Steuerung und Produktentwicklung an übergreifende Wert- und Sinnstrukturen der kulturellen Entwicklung kommt, die von den Konsumenten als verbindliche Randbedingung für Produktionsentscheidungen relativ früh und authentisch festgelegt werden"¹²⁸. Der nichtbezahlten Eigenarbeit kommt dabei in den sozialen und strukturellen Verflechtungen von Produktion und Konsumtion eine immer größere Rolle zu.

In den Diskussionen um Postmoderne/Moderne bzw. über die Einschätzung der Gesellschaft als Arbeits- oder Dienstleistungsgesellschaft wurde u.a. um die Definition und die Bedeutung des Arbeitsbegriffs gestritten. Daniel Bell hatte 1973 prognostiziert:

"Da die "Freizeit" immer kostbarer wird, neigt der Verbraucher dazu, Artikel zu kaufen, die relativ wenig von seiner Nichtarbeitszeit und dafür relativ mehr von seinem Arbeitslohn beanspruchen (etwa Dinge, die er nach Gebrauch wegwerfen kann), um sich von bestimmten Dienstleistungen oder Instandhaltungsaufgaben freizumachen, indem er z.B. seine Sachen in die Reinigung gibt."¹²⁹

Diese generell zutreffende Trendbeschreibung zum "Ex-und-hopp-" Verhalten blendet allerdings die wachsende Bedeutung der Eigenarbeit aus. Unter der Eigenarbeit privater Haushalte im weitesten Sinne wird die private (monetär unentgeltliche) Produktion von Gütern und Dienstleistungen außerhalb der formellen Bereiche von

¹²⁸Hartmut Lüdtke, Lebensstile - Formen der Wechselwirkung zwischen Konsum und Sozialstruktur. Vortrag am 19.9.1991 auf dem Symposium "Konsum-Produkt-Kultur" der Wirtschaftsuniversität Wien, erscheint 1992

¹²⁹Daniel Bell, Die nachindustrielle Gesellschaft. Frankfurt/New York 1985, S. 360

Markt und Staat verstanden¹³⁰. Folgende Tätigkeiten sind als Eigenarbeit bestimmt:

- Hausarbeit
- Do-it-yourself-Arbeiten
- Eigenleistungen bei Renovierung, Reparaturen, Hausbau
- Transportleistungen mit privatem Pkw
- Konsumarbeit.

Im Gegensatz zur vormodernen Produktionsweise des "ganzen Hauses" ist die moderne Eigenarbeit eng mit Markt- und Staatsleistungen verflochten. Voraussetzungen für Eigenarbeit sind: technische Ausstattung der Haushalte, entsprechende Infrastruktur (Strom, Wasser, Gas, Abwasser, Straßennetz, Telefonnetz etc.), Verfügbarkeit marktlicher Vorprodukte, Arbeitsqualifikation und technisches Know-how.

Eigenarbeit heute ist weniger eine Alternative als vielmehr ein Komplement für Erwerbsarbeit. Darüber hinaus prägen folgende soziale Bedingungen den Umfang und den Charakter der Eigenarbeit: Einkommen, Erwerbsstatus/Schichtzugehörigkeit, Wohnsituation/Haushaltsform, soziale Ressourcen (soziales Netzwerk), fachliche Kompetenzen/Bildung¹³¹.

Bei der Berücksichtigung aller dieser Faktoren läßt sich feststellen, daß die Eigenarbeit im Zuge der Rationalisierungsprozesse der formellen Arbeit eher zu- als abgenommen hat:

Trotz aller technischen Unterstützung hat sich der Zeitaufwand für die Hausarbeit nicht verringert. Neueren Untersuchungen zufolge braucht "der Haushalt heute soviel Zeit wie vor 80 Jahren".¹³² Besonders seit den siebziger Jahren wächst die technische Ausstattung von Privathaushalten. Das führt jedoch nur in einigen Tätigkeitsbereichen zu geringerem Zeitaufwand; in anderen steigt er dagegen an. Reparatur- und Wartungstätigkeiten sind häufig mit der Technisierung verbunden. Die Do-it-yourself-Ausgaben der Privathaushalte steigen (wie die Statistik zeigt, auch in Haushalten mit geringerem Einkommen). Die Zahl der

¹³⁰Vgl. Gisela Dörr, Kurzfassung des Artikels "Entwicklungstendenzen des Konsums" von Karin Prinz und Gisela Dörr, unveröff. Typoskript, Frankfurt 1991 und R. Schettkat, Informelle Produktion in privaten Haushalten. In: K. Gretschmann/G. Rolf/B. Mettelsiefen (Hg.), Schattenwirtschaft - Wirtschafts- und sozialwissenschaftliche Aspekte, Internationale Erfahrungen, Göttingen 1984, S. 151-164

¹³¹Vgl. Gisela Dörr, Zur Bedeutung der Haushaltstypen in der Diskussion um Eigenarbeit privater Haushalte, unveröff. Typoskript, Frankfurt 1991

¹³²Ulla Terlinden, Kritik der Stadtsoziologie - Zur Raumrelevanz der Hauswirtschaft. In: Karin Dörhöfer (Hg.), Stadt - Land - Frau. Soziologische Analysen feministischer Planungsansätze, Freiburg i. Br. 1990, S. 47. Vgl. Gerda Torniporth (Hg.), Arbeitsplatz Haushalt - Zur Theorie und Ökologie der Hausarbeit, Berlin 1988.

"Heimwerker" wächst. Mehr "Eigenarbeit" wird auch gefordert, da in vielen Geschäften, Banken, Tankstellen usw. die Selbstbedienung zunimmt.

Marktentnahmeprozesse (Wiegen, Verpacken, Einfüllen, Abbuchen etc.) werden - u.a. aus Kostengründen seitens der Marktanbieter - der Eigenarbeit der KundInnen überlassen. Die Diversifikation marktlicher Vorprodukte erweitert sich. Die zu konsumierenden Güter werden in unterschiedlichen Graden der "Konsumreife" bezogen und erfordern einen spezifischen Umfang von Eigenleistungen (Selbstzusammenbauen von Möbeln, Bausätze für technische Geräte etc.).¹³³ Hinzu kommen private Transportleistungen durch Pkws (Kinder-, Alten- und Krankentransporte; Einkäufe in Discountcentern und Abholmärkten etc.). Sie verschärfen den "Verkehrsinfarkt" - und werden durch ihn verlängert.

Unter abfallrelevanten Gesichtspunkten erweisen sich diese Tendenzen der Ausdehnung von Eigenarbeit aus verschiedenen Gründen als problematisch:

- Der Ausnutzungsgrad der technischen Geräte ist - verglichen mit dem des industriellen oder handwerklichen Sachkapitals - deutlich geringer. Heimwerkergeräte etwa sind ein relativ weit verbreiteter, aber vergleichsweise selten genutzter Bestandteil der häuslichen Technostruktur.
- Haushaltsgeräte haben in der Regel einen schlechteren Wirkungsgrad als vergleichbare Profigeräte und machen Eigenarbeit damit energieintensiver. Dies verschärft sich im Fall von finanziell schlechter gestellten Haushalten: ihre Geräteausstattung ist besonders ineffizient und umweltbelastender als die der reicheren Haushalte (z.B. bei Heizungsanlagen und der Wärmeisolierung).¹³⁴
- EigenarbeiterInnen zeichnen sich gewöhnlich durch eine geringere Spezialisierung und auf einigen Gebieten durch eine geringere Kompetenz in ihrer Arbeit - verglichen mit der Professioneller - aus. Bei mangelnder Kenntnis hinsichtlich der Umweltverträglichkeit der verwendeten "Sozialstruktur", Vortrag am 19.9.1991 auf dem Symposium "Konsum-Materialien (z.B. Farben, Lacke, Dämmstoffe) und bei fehlenden Entsorgungsmöglichkeiten für spezielle Abfallprodukte ist die Ausweitung der handwerklichen Eigenarbeit im Wohnbereich und am Pkw aus ökologischer Sicht bedenklich. Die verbreitete Aneignungsweise von Kenntnissen in Form von "learning by doing" erhöht den Zeit- und Materialaufwand.

¹³³Vgl. dazu und zum folgenden Karin Dörr, Kurzfassung des Artikels, a.a.O.

¹³⁴Vgl. H.-J. Rieseberg, Energieverbrauch im Haushalt - Von der Sonnenenergie zur Umweltzerstörung. In: Gerda Tornieporth (Hg.), Arbeitsplatz Haushalt, a.a.O. und B. Joerges/N. Kiene, Privater Energieverbrauch - Umweltbelastend und sozial diskriminierend. In: B. Joerges (Hg.), Verbraucherverhalten und Umweltbelastung, Frankfurt 1982

- Der umweltpolitische Regulierungsgrad der Eigenarbeit ist geringer als im formellen Sektor. Damit ist auch die Steuerung des (ökologisch relevanten) Verhaltens der Privathaushalte schwieriger. Das zeigen die Diskussionen über Tempobe-schränkungen im Individualverkehr und um die Einführung des Katalysators. VerbraucherInnenverhalten kann nicht direkt gesetzlich normiert werden; langfristige und lebensformbezogene Konzepte sind erst noch zu entwickeln.

Eigenarbeit hat eine spezifische Abfallrelevanz:

Die deutliche Zunahme des Verpackungsabfalls am Hausmüllaufkommen ist u.a. auf die Zunahme der Selbstbedienung im Handel zurückzuführen (Portionierung schon beim Hersteller, Transportverpackungen, Diebstahlsicherungsfunktion etc.). Heimwerkermärkte sind besonders verpackungsintensiv (Kleinteile können nicht einzeln gekauft werden). Auch Elektromärkte sind überwiegend Selbstbedienungsmärkte (PVC- und Styroporverpackungen). Die Lebensdauer vieler Gebrauchsgüter wird kürzer. Das betrifft zum einen den technischen Verschleiß - besonders bei den schlechteren Geräten in den finanziell schlechter gestellten Haushalten. Das betrifft zum anderen aber auch den symbolischen Verschleiß - Kleingeräte mit veralteten Designs werden durch neue ersetzt, obwohl sie noch funktionstüchtig sind. Ferner ist die Zunahme der privaten Transportleistungen durch Pkws aufgrund ihres Beitrags zur allgemeinen Belastung der natürlichen und sozialen Umwelt bedenklich. Einkaufsmärkte, Heimwerker- und Elektronikmärkte liegen häufig am Stadtrand oder auf der "grünen Wiese" und sind mit öffentlichen Verkehrsmitteln schlecht erreichbar. Bei Reklamationen, Umtausch, Reparaturen etc. muß ebenfalls der Pkw benutzt werden. Auch die Entsorgung technischer Geräte, anfallenden Sondermülls etc. wird über private Transportleistungen organisiert. Das Verkehrsproblem ist ein Zwilling des Abfallproblems.

Der für das Hausmüllaufkommen bedeutsamste Teil der Eigenarbeit ist die Hausarbeit. Die meisten Vorschläge zur Abfallvermeidung, -verminderung und -entsorgung sind daher auch Vorschläge zur Veränderung der Hausarbeit. Dennoch wird der besondere Charakter der Hausarbeit dabei kaum berücksichtigt. Vor allem aber wird in den meisten Verhaltensvorschlägen übersehen, daß es hauptsächlich Frauen sind, an die sie sich richten. Dies gilt ohnehin für die große Zahl der alleinlebenden Frauen. Es gilt aber auch für die Mehrzahl der verheirateten bzw. mit ihrem Partner zusammenlebenden Frauen. Und es betrifft sie besonders dann, wenn sie erwerbstätig sind.

Im April 1989 war über die Hälfte aller Frauen im Alter von 15 bis unter 65 Jahren erwerbstätig; die Erwerbstätigenquote in dieser Altersgruppe nahm dabei von 46,9% in 1972 über 48,2% in 1980 auf 50,5% in 1989 zu. Über die Hälfte der weiblichen Erwerbstätigen (54% oder 5,76 Mio.) war verheiratet und lebte mit ihrem Ehemann zusammen; ein Drittel (34% oder 3,6 Mio.) war ledig, 7,3% (779.000) waren geschieden, knapp 3% (314.000) waren Witwen und 1,8% (188.000) getrennt lebende Verheiratete. Über 40% der erwerbstätigen Frauen haben Kinder, für deren Versorgung und Erziehung sie in der Regel die Hauptarbeit leisten. Fast jede/r

zweite Schüler/in zwischen 15 und 18 Jahren hatte eine berufstätige Mutter.¹³⁵

Seit den 60er Jahren haben die zunehmende Erwerbstätigkeit der verheirateten Frauen, die verlängerten Bildungs- und Ausbildungsphasen und der verbesserte Zugang zu Verhütungsmitteln die Ansprüche der Frauen an ihre Lebensplanung verändert. Besonders der Abbau geschlechtsspezifischer Bildungsdefizite und die intensive Berufsorientierung (junger) Frauen haben die Einstellungen zu Männern, Familie und Hausarbeit beeinflusst und enttraditionallisiert. Diese Veränderungen haben die Männer aber nur begrenzt mitgemacht. "Auch von berufstätigen Frauen wird weiterhin dieselbe Zuständigkeit für Hausarbeit und Sorge für das psychische Wohl der Familie erwartet wie von >Nur<-Hausfrauen."¹³⁶ Von einer Veränderung der herkömmlichen, geschlechtsspezifischen Aufgabenteilung der Hausarbeit kann nur auf der Einstellungsebene gesprochen werden, kaum aber auf der tatsächlichen Verhaltensebene.

92% der im Rahmen einer Repräsentativstudie über Männer Befragten, die mit ihrer Partnerin zusammenleben, beteiligten sich "kaum" an der Hausarbeit. 87% der verheirateten deutschen Männer bügeln nie; 79% haben noch nie gewaschen, 75% niemals Fenster geputzt, und 66% wischen nie den Fußboden. 72% verrichten gelegentlich Aufräumarbeiten, 63% kaufen manchmal ein, und 61% bewegen ab und zu den Staubsauger.¹³⁷ Auch dort, wo Männer von "Mithilfe" sprechen, gibt es noch immer ein erhebliches Ungleichgewicht. "Selbst in dem Bereich mit den höchsten Beteiligungsraten des Mannes - dem Einkauf - ist es gerade jeder Vierte, der genauso häufig oder häufiger die Arbeit macht; ein weiteres Viertel beteiligt sich gar nicht, und die verbleibende Hälfte begnügt sich mit mehr oder weniger sporadischen Mithilfen".¹³⁸ Beim Abwasch sieht es noch ungünstiger für die Frauen aus. Die Müllbeseitigung gar liegt am Ende der Skala der von Männern nur gelegentlich wahrgenommenen Hausarbeiten.¹³⁹ Einer Studie über Eigenkompostierung im Hochhauskomplex zufolge verhalten sich in diesem Arbeitsbereich Frauen-, Männer- und Kinderarbeit im Verhältnis von 7:3:1.¹⁴⁰

¹³⁵Vgl. Statistisches Bundesamt 1990, S. 100

¹³⁶S. Meyer/E. Schulze, a.a.O., S. 23

¹³⁷S. Metz-Göckel/U. Müller, Der Mann - Eine repräsentative Untersuchung über die Lebenssituation und das Frauenbild 20-50jähriger Männer. Studie im Auftrag der Zeitschrift "Brigitte", Hamburg 1985, S. 44

¹³⁸W. Hartenstein u.a., Geschlechtsrollen im Wandel - Partnerschaft und Aufgabenteilung in der Familie, Stuttgart/Berlin/Köln 1988, S. 57

¹³⁹Vgl. Metz-Göckel/Müller, a.a.O., S. 49

¹⁴⁰Vgl. E. Kusmierska, Umweltlernen am Beispiel der Eigenkompostierung. Ambos-Diskussionspapiere 19, Bielefeld 1989, S. 8

Bisher gibt es nur sehr wenige Studien über das Abfallverhalten von Frauen und keine empirische Erforschung des Stellenwerts von Abfallverhalten im Kontext der Haushaltsorganisation. Einer Untersuchung des Instituts für sozial-ökologische Forschung zufolge kann es eine wirkliche Erforschung des Hausmüllaufkommens nur dann geben, wenn das "Doing-Müll" oder die "Abfallproblematik als sozialer Prozeß" (Schultz/Weiland) betrachtet wird. Der verstärkte Einzug industrieller (Vor-)Produkte in den Haushalt, die verstärkte Berufstätigkeit von Frauen bei gleichzeitiger Verantwortung für große Teile der Eigenarbeit, die zunehmende Bedeutung von Risikoprävention in Ernährung und Gesundheitspflege, die gewachsene Bedeutung eines ökologisch verantwortlichen Abfallverhaltens (Getrenntsammlung) - all dies belastet in den Privathaushalten vor allem die Frauen. Und es bedeutet für sie nicht nur "mehr Arbeit", sondern ein Mehr an Mehrarbeit".¹⁴¹ Besonders im Bereich der Gesundheitspflege und Gesundheitsvorsorge, der in den privaten Haushalten nach wie vor in der Verantwortung der Frauen liegt, überschneiden sich in der alltäglichen Hausarbeit soziale, ökologische und toxikologische Aspekte. Mütter von allergischen oder asthmatischen Kindern verfügen beispielsweise häufig über ein Gesundheits- und Ernährungswissen, das wegen der ja individuellen Ausprägung dieser Krankheiten die Einschätzungsmöglichkeiten ihrer Kinderärzte übersteigt.¹⁴²

Wird diese geschlechtsspezifische und auf die Lebensformen in verschiedenen Haushaltstypen bezogene Perspektive vernachlässigt, gerät die abfallpolitische Diskussion in die Gefahr, Maßnahmen zu propagieren, die eindeutig zu Lasten von Frauen gehen.¹⁴³ Es wurde berechnet, daß ein bewußt abfallarmer Einkauf für einen 2-3-Personenhaushalt ca. 20% mehr an Zeit erfordert.¹⁴⁴ Zudem sind frische und ökologisch hochwertigere Lebensmittel in der Regel teurer als industriell vorgefertigte und ökologisch niederwertige. Mehr an Geld, vor allem aber mehr an Mehrarbeit verlangt auch die Zubereitung ökologisch und gesundheitlich höherwertiger Produkte.

Hausarbeit unterscheidet sich nicht nur aufgrund ihres unentgeltlichen Charakters von Erwerbsarbeit. Sie ist auch qualitativ, ihrem Inhalt und ihrer Organisationsform nach von Erwerbsarbeit

¹⁴¹Irmgard Schultz/Monika Weiland, Frauen und Müll, a.a.O., S. 24

¹⁴²Das ist u.a. ein Ergebnis der bereits angeführten empirischen Befragung von Schultz 1991 zur Gesundheitskompetenz der Frauen

¹⁴³Vgl. G. Hillmann, Soziale und ökonomische Faktoren der Abfallproduktion am Beispiel der lebensmittelverpackung. In: IFÖR (Hg.), Perspektive Abfallvermeidung, a.a.O. und F. Schneider, Feministische Aspekte der Abfallwirtschaftspolitik. In: ebenda

¹⁴⁴Vgl. Ministerium für Umwelt Baden-Württemberg 1988, Leben ohne Müll, a.a.O., S. 344

verschieden. Hausarbeit umfaßt eine Fülle von äußerst unterschiedlichen Tätigkeiten, die nach unterschiedlichen Gesichtspunkten zu organisieren und miteinander abzustimmen sind. Gerade aufgrund ihrer starken Sozialorientierung und schwierigen Planbarkeit ist das "Management" der Haushaltsökonomie in der Regel komplexer als das Management von Erwerbsarbeit. Angesichts der besonderen "Komplexität der Hausarbeit"¹⁴⁵ ihres Charakters als "Patchwork-Arbeit" (Irmtraud Morgner), erhöht das propagierte Abfallvermeidungs- und Entsorgungsverhalten die ohnehin schon "chronische" Zeitnot von Frauen.¹⁴⁶ Daß die meisten Vorschläge zur Abfallvermeidung an die Adresse der HausarbeiterInnen/KonsumentInnen gerichtet werden, damit die verbundenen Mehrbelastungen aber nicht thematisieren, zeigt, daß "Zeit" und "Eigenarbeit" im Haus - vor allem eben der Frauen - als Gratis-Ressource betrachtet werden.

Rahmenbedingungen für eine Änderung des Nutzungsverhaltens

Konsum und Abfallentstehung als soziale Prozesse sind auch Vorgänge der Eigentumsübertragung. Der Kaufakt überträgt den Eigentumstitel vom Einzelhandel auf die KonsumentInnen, die im Rahmen von Eigen- und Hausarbeit dann ihr Eigentum nutzen und gebrauchen. Sobald das verbrauchte Produkt oder was von ihm übrig ist, dann schließlich von der Mülltonne ins Müllauto gekippt wird, "gehört dieser Abfall - salopp gesagt - dem Bürgermeister".¹⁴⁷

Ein in der Diskussion befindlicher Vorschlag zur Abfallvermeidung/-verminderung zielt vor diesem Hintergrund darauf ab, nicht mehr Produkte, sondern nur noch den Nutzen derselben zu verkaufen ("Nutzenkauf"). Darunter versteht man "Regelungen, nach welchen der Hersteller vor allem von langlebigen Gütern für die gesamte Dauer ihrer Nutzung Eigentümer bleibt. Der Kunde/die Kundin zahlt einen Leasingpreis. Dann hätte der Hersteller größtes Interesse daran, die Rohstoffe später leicht wiederverwenden zu können und wird das Produktdesign diesem Interesse anpassen."¹⁴⁸

Walter Stahel hat dieses Konzept weiter ausformuliert. Er betont zu Recht, daß sich damit die rechtliche Situation und das Problemverständnis der Unternehmen deutlich verändern würde: aus

¹⁴⁵U. Terlinden, Kritik der Stadtsoziologie - Zur Raumrelevanz der Hauswirtschaft. In: K. Dörhöfer (Hg.): Stadt - Land - Frau. Soziologische Analysen feministischer Planungsansätze, Freiburg i.Br. 1990, S. 47

¹⁴⁶Vgl. A. Ochel, Hausfrauenarbeit, München 1989

¹⁴⁷Matthias Raith, Infrastrukturerfordernisse und -probleme einer flächendeckenden Entsorgung. In: Ernst U. von Weizsäcker (Hg.), Weniger Abfall - Gute Entsorgung, Bonn 1991, S. 93

¹⁴⁸Ernst U. von Weizsäcker, Erdpolitik - Ökologische Realpolitik an der Schwelle zum Jahrhundert der Umwelt, Darmstadt 1991, S. 81

Herstellern von Produkten würden sie zu Dienstleistern, die ganze "Güterflotten" managen, unterhalten und entsorgen müßten.¹⁴⁹ Da die Unternehmen so Eigentümer der von den Kunden geleasteten Produkte blieben, hätten sie von vornherein ein ökonomisches Interesse an der Entwicklung und dem Nutzen-Verkauf möglichst langlebiger Produkte. Sie sähen sich mit einer Lebensdauerhaftung konfrontiert, die abfallvermeidende Impulse bis in die Produktentwicklung hinein hätte (Reparaturfreundlichkeit, Komponentenbauweise, einfache Anpaßbarkeit an neuere Technologien). Stahel rechnet mit einer Halbierung der Abfallmengen bei einer Verdoppelung der durchschnittlichen Nutzungsdauer eines Produkts. "Der Flottenbetreiber ist der geborene Abfallvermeider aus egoistischem wirtschaftlichem Interesse."¹⁵⁰ Als zweiten Punkt schlägt Stahel vor, Produkte intensiver (häufiger pro Zeiteinheit) zu nutzen, um die Zahl der im Umlauf befindlichen Produkte zu reduzieren. Drittens schließlich diskutiert er die Kollektivnutzung, wie sie etwa in Pkw-Fahrgemeinschaften praktiziert wird. Voraussetzung dafür sei die Konzentration auf den Nutzen des Produkts und die Zurückdrängung des Eigentumgedankens.

In der Bundesrepublik gibt es erste Ansätze dazu. So versucht beispielsweise die Firma Elektrolux-Zanker, große Wohnungsbaugesellschaften für den Aufbau integrierter Wäschepflegezentren in Mehrfamilienhäusern - nach schwedischem und schweizerischem Vorbild - zu gewinnen. Die Firma würde nicht mehr nur als Hersteller auftreten, sondern als Flottenbetreiber von Haushaltsmaschinen (einschließlich weiterer Wäschepflegehilfsmittel und -geräte), der für die Installation, den Betrieb, die Wartung und die Entsorgung der Geräte verantwortlich ist. Die Ausnutzung der einzelnen Maschinen bei Gemeinschaftsnutzung übertrifft die von Waschmaschinen in Privathaushalten erheblich (30.000 gegenüber 3.000 bis 4.000 Waschzyklen). Einer mündlichen Mitteilung der Firma Elektrolux-Zanker zufolge läuft derzeit ein Pilotprojekt in Schwerin erfolgreich. Allerdings muß noch abgewartet werden, ob dieses Modell auf das gesamte Bundesgebiet übertragbar ist. Es läßt sich zumindest nicht ausschließen, daß gerade in den neuen Bundesländern solche Modelle deshalb greifen, weil die Akzeptanz für Gemeinschaftsnutzung (noch) hoch und die Ausstattung mit Haushaltsgeräten (noch) vergleichsweise niedrig ist. Erfahrungen aus den alten Bundesländern legen dies zumindest nahe: Die in den frühen 60er Jahren in hessischen Dörfern eingerichteten Gemeinschaftskühlhäuser sind aufgrund der Verbreitung von privaten Kühlschränken und Tiefkühltruhen weitgehend aufgegeben worden.

Die Idee des Nutzenkaufs jedenfalls wird von vielen Seiten als ein möglicher Weg zur Verminderung des Abfallaufkommens betrachtet. Der BUND etwa fordert eine Rücknahmepflicht für Hersteller und Betreiber hochwertiger Verbrauchsgüter (Kfz, Computer, elek-

¹⁴⁹Vgl. Walter R. Stahel, Langlebigkeit und Materialrecycling - Strategien zur Vermeidung von Abfällen im Bereich der Produkte, Essen 1991

¹⁵⁰ebenda, S. 70

tronische Geräte, weiße und braune Ware).¹⁵¹ Mit der Rücknahmepflicht soll dem Hersteller die Verantwortung für die Entsorgung des Produkts übergeben werden. Auf Überdimensionierung oder überflüssige Verpackung würden die Hersteller dann verzichten. Zudem würden die Produkte dann eher schadstoffarm und recyclefähig gestaltet. Unter der Perspektive der Produkthaftung hat die niedersächsische Umweltministerin Monika Griefahn diese Strategie angesprochen. Sie betonte, daß KonsumentInnen prinzipiell kein Interesse an Produkten, sondern lediglich an Dienstleistungen haben. In Zukunft müsse deshalb vom Konzept eines "Konsums ohne Eigentum" - also dem Nutzenkauf/Produktleasing - ausgegangen werden.¹⁵² Auch Werner Schenkel vom Umweltbundesamt hält eine "erweiterte Leasingidee" - also das "Konzept, weniger das Gut als vielmehr den Nutzen an einem Gut zu verkaufen" - für eine "zukunftssträchtige" "Strategie der Abfallminimierung".¹⁵³

Wir möchten aufgrund unserer Untersuchungen nur zu bedenken geben, daß dieser Ansatz mit einem Problem zu rechnen hat, das gewöhnlich nicht im Vordergrund des Interesses steht: dem Problem des symbolischen Nutzens. Produkte werden von den KonsumentInnen in der Regel nicht nur hinsichtlich ihres materiellen Nutzens, ihres Beitrags zur Befriedigung physischer Bedürfnisse gekauft, sondern auch deshalb, weil sie eine Identitäts- und Symbolfunktion besitzen. Das gilt für viele Bereiche des alltäglichen Konsums, besonders für Kleidung, Wohnungseinrichtung und Nahrungs- und Genußmittel. Produkte sind immer auch Bestandteile eines Lebensstils (vgl. Kap. 5). Je stärker dieser mit der individuellen Identität der NutzerIn verknüpft ist, desto geringer wird wahrscheinlich die Neigung sein, Gegenstände nur zu leasen oder gar gemeinschaftlich zu nutzen. Darüber hinaus sollte bedacht werden, ob es nicht eine spezifische Pflegeorientierung gerade bei Eigentum gibt. Es kann vorweg zumindest nicht ausgeschlossen werden, daß es beim Nutzenkauf zu einer "sinkenden Eigenverantwortlichkeit der Nutzung und Pflege"¹⁵⁴ kommt, die aus ökologischen Gründen (Langlebigkeit!) gerade vermieden werden soll.

¹⁵¹Vgl. Andreas Golding/Andreas Fußer. Duale Abfallwirtschaft: Ein öffentlich-privates Tandem mit ungewissem Kurs. In: K. Wiemer/M. Kern, a.a.O., S. 14

¹⁵²Vgl. Frau Griefahns Beitrag im Tagungsbericht der Tagung des Verbraucherinstituts zum Thema "Handel und Ökologie" vom 10./11. Oktober 1991 in Hannover.

¹⁵³Werner Schenkel, Pfänder und Rücknahmeverpflichtungen. Die Politik des Bundesministers für Umwelt - Eine Erläuterung. In: Ernst U. von Weizsäcker (Hg.), Weniger Abfall - Gute Entsorgung, a.a.O., S. 86

¹⁵⁴Stefan E. Hormuth/Henriette Katzenstein, a.a.O., S. 114 f.

Als Fazit des vierten Kapitels läßt sich festhalten:

- 1) Abfallvermeidung in Privathaushalten ist keine Funktion von ökologischem Bewußtsein allein, sondern zusätzlich abhängig von der sozialstrukturellen Situation der Haushaltsmitglieder, der Haushalts- und Lebensform und den Formen von Eigen- und Hausarbeit. Unmittelbar abfallrelevant ist der für Deutschland feststellbare säkulare Trend zu kleineren Haushaltsgrößen. Bei gleichbleibendem Ausstattungsgrad der Wohnung und vergleichbaren Ansprüchen an die Lebensführung führt diese Individualisierungstendenz zu einer Erhöhung des Hausmüllaufkommens. Dabei ist allerdings die Geschlechts- und Altersstruktur genauer zu berücksichtigen.
- 2) Das verfügbare Einkommen der Haushalte ist eine nach wie vor entscheidende Größe und Grenze des Konsumverhaltens. 1989 verfügten 46% der Haushalte über ein monatliches Nettoeinkommen von weniger als 2.500,- DM. Betrachtet man die Ausgabenstruktur finanziell verschieden ausgestatteter Haushalte, so kann man feststellen:
 - Mit steigendem Einkommen sinken die relativen Ausgabenanteile für Nahrungsmittel, während die Ausgabenanteile für Güter des gehobenen Konsums (Bekleidung, Mobilität, Freizeit, Unterhaltung) steigen ("Engelsches Gesetz").
 - Von Frauen geführte Haushalte sind deutlich ärmer als von Männern geführte. Drei Viertel aller "Frauen-Haushalte" erzielen ein monatliches Nettoeinkommen von unter 2.500,- DM, wohingegen zwei Drittel aller "Männer-Haushalte" über 2.500,- DM verdienen.
 - Ärmere Haushalte üben "Konsumverzicht" aufgrund von mangelnder Kaufkraft. Sie decken ihren Bedarf in der Regel durch einen höheren Eigenarbeitsanteil.
 - Das Konsummuster der beiden Geschlechter differiert auch qualitativ. Bei Frauen geht - im Vergleich zu Männern - eine geringere Technikidentifikation mit einer stärkeren Orientierung an sozialem Nutzen einher.
- 3) Eigenarbeit bezeichnet die nicht-entgeltliche Produktion von Gütern und Dienstleistungen jenseits von Markt und Staat, mit denen sie jedoch eng verflochten ist. Eigenarbeit hat eine steigende Bedeutung für das soziale Leben und die materielle Reproduktion moderner Industriegesellschaften. Für diese gestiegene Bedeutung sind mehrere Faktoren verantwortlich: die gestiegene Komplexität der Hausarbeit bei gleichgebliebenem Zeitaufwand, der Zuwachs an Selbstbedienungsfunktionen, der Anstieg privater Transportleistungen, die wachsenden Eigenleistungen zur Erbringung der Konsumreife von Marktprodukten und neuerdings verstärkt die Entsorgungsarbeit. Abfallvermeidungsansprüche an die Haushalte treffen daher u.U. auf Belastungsgrenzen ("Öko-Streß").
- 4) Dies trifft speziell für die Hausarbeit zu, die trotz feststellbarer Einstellungsänderungen nach wie vor hauptsächlich von Frauen geleistet wird. Die meisten Abfallvermeidungstips berücksichtigen diesen Sachverhalt nicht und betrachten so die

Ressourcen "Zeit" und "Hausarbeit" als Gratis-Ressourcen im Dienste des Umweltschutzes. In ihrer Ignoranz gegenüber der geschlechtsspezifischen Arbeitsteilung und dem komplexen Charakter der Hausarbeit sind sie implizite Plädoyers für ein "Mehr an Mehrarbeit". Es müssen daher verstärkt Maßnahmen entwickelt werden, die abfallvermeidend und frauenentlastend zugleich sind.

- 5) In Wissenschaft und Politik wurde in den letzten Jahren der Vorschlag diskutiert, zum Zweck der Abfallvermeidung vom Eigentums- zum Nutzenverkauf der Produkte überzugehen. Die Hersteller wären für ihre Produkte einschließlich deren Entsorgung verantwortlich. Neben den abfallvermeidenden sollten allerdings auch die sozialpsychologischen Aspekte dieses Vorschlags diskutiert werden. Er achtet zuwenig auf den symbolischen Nutzen der Produkte und die mögliche Pflegeorientierung bei Eigentum.

5. Konsum- und Lebensstile

Dieses Kapitel stellt die Ergebnisse der Lebensstil- und Konsumforschung im Hinblick auf Abfallvermeidung dar. Dabei wird zunächst auf die sozialwissenschaftliche Lebensstilforschung eingegangen. Der Abschnitt diskutiert verschiedene sozialwissenschaftliche Typologisierungen der VerbraucherInnen, die in Untersuchungen über Konsumverhalten benutzt werden. Aufgrund ihres hohen Produkt(gruppen)wissens wird anschließend die Marktforschung vorgestellt, soweit sie für das Abfallproblem relevant ist.

Ausgangspunkt für dieses Kapitel ist die bereits angedeutete Einsicht in die Tatsache, daß es nicht allein die sozialstrukturellen Bedingungen und die Formen der Eigenarbeit sind, die für das Kauf-, Nutzungs- und Entsorgungsverhalten entscheidend sind. Das dominante Konsummuster der modernen Industriegesellschaften ist darüber hinaus durch Konsumstile geprägt. Konsummuster drücken nicht allein die materielle Situation der KonsumentInnen aus, sie sind immer auch die materielle Seite von symbolischen Besetzungen, die "Individualität" und soziale "Identität" signalisieren. Produkte haben neben ihrem stofflichen auch einen symbolischen Nutzen und bringen zum Ausdruck, wer man sein und als was man gelten möchte.

Die sozialwissenschaftliche Lebensstilforschung

Die Sozialwissenschaften benutzen das Konzept "Lebensstil" verstärkt seit etwa 10 bis 15 Jahren. Es dient ihnen erstens als deskriptives Mittel zur vergleichenden Beschreibung konkreter Lebenspraktiken in verschiedenen Kulturen/Gesellschaften, zweitens als diagnostisches Mittel zur Kennzeichnung spezifischer Trends in einzelnen Kulturen/Gesellschaften und drittens als theoretisches Mittel zur Erläuterung von Ungleichheits-Entwicklungen in modernen, industriekapitalistischen Gesellschaften. Sozialwissenschaftlich relevant wurde das Konzept "Lebensstil", weil es die klassischen, objektivierbaren Dimensionen der Erforschung sozialer Ungleichheit (Einkommen, Bildung, Beruf) um wichtige "subjektive" Aspekte bereicherte: Formen der Lebensführung, Alltagsorientierungen, Wertmuster, Selbst- und Weltbilder etc. Die zunehmende Bedeutung des Lebensstil-Konzepts für die empirische Sozialforschung kann als ein theoretischer Reflex auf die zunehmende Enttraditionalisierung und Individualisierung von Lebenslagen in der "Risikogesellschaft" (Ulrich Beck) verstanden werden. Hier interessieren allerdings diese Ergebnisse nur insofern, als sie die Rahmenbedingungen für Abfallvermeidungsverhalten umschreiben.

Mit Pierre Bourdieus Untersuchungen über die "feinen Unterschiede" des Geschmacks und ihre großen sozialen Folgen beginnt die eigentlich moderne Lebensstilforschung. Bourdieu machte am Beispiel Frankreichs deutlich, in welchem hohem Maße die Produkte und Dienstleistungen moderner Industriegesellschaften über ihren unmittelbaren Nutzen hinaus noch eine soziale Funktion erfüllen. Mittels ihrer grenzen sich verschiedene soziale Schichten gegen-

einander ab und symbolisieren ihren sozialen Status. Allerdings vernachlässigte Bourdieu die Identitätsfunktion der Gebrauchsgüter, also ihre Bedeutung für die KonsumentInnen selbst.¹⁵⁵

In den USA hat Arnold Mitchell am Stanford Research Institute (SRI) auf der Basis der Unterscheidung von innen- und außengeleiteten Charakteren und ausgehend von der Wertewandelforschung eine Typologie von neun Lebensstilen entwickelt und empirisch erprobt. Eines der Ergebnisse: Für die neunziger Jahre wird ein Lebensstilkonflikt zwischen den Innengeleiteten (den Trägern des Wertewandels) und ihren Kindern, den zukünftigen außengeleiteten Leistungsträgern prognostiziert.¹⁵⁶ Als Indiz für die Richtigkeit dieser Prognose auf der Ebene von Konsumtrends könnte die Tatsache gelten, daß in den USA eine generationenspezifische Abwendung von Light-Getränken und -Alkoholika stattfindet, die in den achtziger Jahren große Marktsegmente erobert hatten: "Einige jüngere Leute, die vermutlich in der Weißwein- und Perrier-Ära zu trinken begonnen haben, haben jetzt die stärkeren Drinks ihrer Eltern-Generation entdeckt."¹⁵⁷

Auf der Basis eines quantitativ-sozialstrukturellen Ansatzes untersuchte Michael E. Sobel die Konsumausgaben von 18.000 US-Bürgern und konstruierte auf dieser Basis vier grobe Lebensstile heraus: (1) Prestige ("visible success"; orientiert an Wohnungseinrichtung, Urlaub, Möbel, Lektüre); (2) Normaler Lebensunterhalt ("maintenance"; orientiert an: Ernährung, Kleidung, Haushaltstextilien); (3) Besondere Unterhaltung ("high life"; bezogen auf: Alkohol, Musik); (4) Häusliche Unterhaltung ("home life"; orientiert an: Sport, Camping, Gesundheit, Fernsehen).¹⁵⁸ Sobel fand heraus, daß Unterschichten relativ mehr für (1) und (2) - also auch für demonstrativen Konsum - ausgeben, dafür aber (3) und (4) vernachlässigen. Mit zunehmender Haushaltsgröße sinken die relativen Anteile für (1) und (3). Das ist u.a. eine Funktion der Anzahl der Kinder: je mehr Kinder, desto mehr Geld gibt ein Haushalt für alltäglichen Lebensunterhalt und "home life" aus.

Der österreichische Lebensstilforscher Rudolf Richter hat den Zusammenhang von Umweltbewußtsein und Lebensstil untersucht und dabei sechs Typen unterschieden:

¹⁵⁵Vgl. zu Bourdieu: Klaus Eder (Hg.), Lebensstil und kulturelle Praxis - Theoretische und empirische Beiträge zur Auseinandersetzung mit Pierre Bourdieus Klassentheorie, Frankfurt 1989

¹⁵⁶Vgl. Arnold Mitchell, The Nine American Lifestyles, New York 1983

¹⁵⁷Rena Bartos, Die Rolle der Frau als Konsumentin - Spezielle Marketing-trends, Wien 1991, S. 223

¹⁵⁸Vgl. Michael E. Sobel, Life Style and Social Structure - Concepts, definitions, analyses, New York etc. 1981

- Technokratischer Mainstream (17%)
- Leistungsorientierte Materialisten (17%)
- Zuversichtliche Konformisten (16%)
- Alternative (11%)
- Traditionell Wertorientierte (22%)
- Naturbezogene Traditionalisten (17%)¹⁵⁹

Richter kommt zunächst zu dem Ergebnis, daß Frauen (aller Altersstufen) häufiger naturbewußt sind als Männer. Ferner bestätigen seine Untersuchungen den umweltpsychologischen Befund, daß es eine bemerkenswerte Diskrepanz zwischen Einstellungen und tatsächlichen Verhaltensweisen gibt (vgl. Kap. 3). Aufgrund ihrer Ergebnisse faßt die finnische Lebensstilforscherin Liisa Uusitalo diesen Punkt so zusammen: "The consciousness is obviously high on a very abstract and global level, but this has had only a low impact on everyday practices on a broad scale."¹⁶⁰

Besonders wichtig an Richters Ergebnissen ist, daß sie die in den Sozialwissenschaften weit verbreitete Wertewandel-These entscheidend korrigieren. Die Wertewandelthese von Inglehart u.a. besagt, daß sich in westlichen Industriegesellschaften mit fortschreitendem Wohlstand ein fundamentaler Wandel der Werteinstellungen vollzieht: weg von den "materialistischen" Werten wie beruflicher Erfolg und höheres Einkommen hin zu "postmaterialistischen" Einstellungen wie Selbstverwirklichung, Freizeit, Lebensfreude. Das Aufkommen der Ökologiebewegung wurde als Ausdruck dieses Wertewandels interpretiert. Richters Untersuchungen zeigen jedoch, daß es einen solchen globalen Trend nicht gibt. Vielmehr muß erstens von Mischformen beider Wertmuster ausgegangen werden; zweitens kann man z.T. widersprüchliche Wertorientierungen in den verschiedensten Lebensstilen finden. Die Realität moderner Gesellschaften wird nicht durch einen globalen Wertewandel, sondern durch Lebensstil-Patchworks und wachsende "Werteppluralität"¹⁶¹ geprägt. "Entscheidend für die Theorieentwicklung ist die Einsicht, daß sich nicht globale Wertstrukturen, sondern nur einzelne Wertpakete wandeln."¹⁶² Das gilt auch und gerade für die Gruppe der "umweltbewußten Aktiven":

"Tatsächlich antworten auf die Frage, in welchen Schnellgaststätten man ißt oder Mahlzeiten einkauft, mit 13% ebensoviele umweltbewußte Alternative "McDonalds" wie die gar nicht umweltbewußten Bevölkerungsgruppen der "leistungsorientierten Materiali-

¹⁵⁹Vgl. Rudolf Richter, Umweltbewußtsein als Lebensstil. In: Umwelterziehung 4/1990

¹⁶⁰Liisa Uusitalo, Ecological Consciousness and Consumption. Vortrag am 19.9.1991 auf dem Symposium "Konsum - Produkt - Kultur" an der Wirtschaftsuniversität Wien. Abstract. Wien 1991

¹⁶¹Rudolf Richter, a.a.O., S. 12

¹⁶²Klaus von Beyme, Theorie der Politik im 20. Jahrhundert. Von der Moderne zur Postmoderne, Frankfurt 1991, S. 282

sten" oder "zuversichtlichen Konformisten". (...) Oft beschränkt sich dann Naturverbundenheit darauf, daß man mit einem "Mountain-bike" in der Stadt fährt."¹⁶³

"Postmaterialistische" Orientierungen dürfen also nicht umstandslos als Ausdruck eines wachsenden Ökologie-Bewußtseins interpretiert werden. Das bedeutet weiterhin: ökologische Umorientierung von Verhalten darf nicht allein an den Wertorientierungen ansetzen, sondern muß die vielfältigen Lebenslagen und -formen, Interessenorientierungen, Bildungsgrade, den Grad der sozialen Vernetzung etc. eines Lebensstils einbeziehen.

Empirische Untersuchungen zur Lebensqualität in der Bundesrepublik operieren bereits mit einem so abgewandelten Lebensstilansatz. Die Forschergruppe um Wolfgang Zapf geht dabei von der Annahme aus, daß sich die Sozialstruktur auf der Makroebene in der sozialen Schichtung ausprägt, auf der Mikroebene aber in den unterschiedlichen individuellen Lebensverläufen. Für die Mikroebene wird hier das Lebensstil-Konzept herangezogen. Unter Lebensstilen versteht die Gruppe "relativ stabile Muster der Organisation des Alltags im Rahmen gegebener Lebenslagen, verfügbarer Ressourcen und getroffener Lebensplanung".¹⁶⁴ Als wichtigste Bestimmungsfaktoren von Lebensstilen gelten dabei:

- Familien- und Haushaltsstrukturen, besonders die Zusammensetzung des Haushalts und die Erwerbsbeteiligung der Haushaltsmitglieder
- Konsummuster
- Zeit- und Aktivitätsbudgets
- Soziale Beziehungen (Netzwerke) und Mitgliedschaften der Haushaltsangehörigen
- Wohnformen
- Werteinstellungen.

Die bislang umfangreichste theoretische und empirische Studie zu Lebensstilen in der Bundesrepublik hat Hartmut Lüdtke vorgelegt. Lüdtke kritisiert die bestehende empirische Forschung vor allem aufgrund ihrer willkürlichen Konstruktion relativ oberflächlicher Attribute und ihrer fast ausschließlich auf Einstellungen zielenden Fragen. Demgegenüber unterscheidet er vier Dimensionen von Lebensstilen:

- Sozialökonomische Situation (S)
(hier gehen die klassischen Sozialstrukturdaten ein)
- Kompetenz (K)
(Sozialisation und Bildung, ausgedrückt in "Wissen")
- Performanz (P)
(Handlung und Interaktion, realisiert etwa in Konsumverhalten)

¹⁶³Rudolf Richter, a.a.O., S. 14

¹⁶⁴Wolfgang Zapf u.a., Individualisierung und Sicherheit - Untersuchungen zur Lebensqualität in der Bundesrepublik Deutschland, München 1987, S. 14

- Motivation (M)

(Erfahrung, Bedürfnisse, ausgedrückt in "Sinn")

Ein Lebensstil ist von daher für Lütcke definiert als die "unverwechselbare Struktur und Form eines subjektiv sinnvollen, erprobten (...) Kontextes der Lebensorganisation (...) eines privaten Haushalts (Alleinstehende/r, Wohngruppe, Familie), den dieser mit einem Kollektiv teilt und dessen Mitglieder deswegen einander als sozial ähnlich wahrnehmen und bewerten".¹⁶⁵ Lütcke betont, daß die "rationale Stilisierung des gesamten Lebens nach einheitlichen Designvorstellungen als Grenzfall anzusehen" ist.¹⁶⁶ Einer Hypothese von Lütcke zufolge korreliert die geringe Ausstattung von Haushalten mit ökonomischen und sozialen Ressourcen mit einem relativ hohen Anteil an Eigenarbeit und mit einer relativ geringen Technikadaption.¹⁶⁷

In eine ähnliche Richtung geht die Feststellung von Hans-Peter Müller, derzufolge die meisten sozialwissenschaftlich-empirischen Lebensstil-Untersuchungen unter einer Übergewichtigkeit von kulturellen Wertvorstellungen und Einstellungs-Präferenzen leiden. Ein einheitliches, interdisziplinär (Psychologie, Sozialwissenschaften, Marktforschung) verbindliches und empirisch brauchbares Konzept "Lebensstil" ist nach Müller nicht in Sicht. Sein eigener Lebensstil-Ansatz möchte einerseits den Reduktionismus und Objektivismus der herkömmlichen Ungleichheitsforschung vermeiden, ohne andererseits einer bloß noch subjektivistisch argumentierenden Individualisierungsthese zu verfallen. Müller betont ausdrücklich, daß Lebensstile sowohl ein materielles Substrat (soziale Herkunft, Beruf, Einkommens- und Vermögensverhältnisse) als auch ein ideelles Substrat (Mentalitäten, Bedürfnisse, Lebenseinstellungen) besitzen. Seiner Definition zufolge sind Lebensstile "raum-zeitlich strukturierte Muster der Lebensführung (...), die von Ressourcen (materiell oder kulturell), der Familien- und Haushaltsform und den Werthaltungen abhängen. Die Ressourcen umschreiben die Lebenschancen, die jeweiligen Optionen und Wahlmöglichkeiten; die Haushalts- und Familienform bezeichnet die Lebens-, Wohn- und Konsumeinheit; die Werthaltungen schließlich definieren die vorherrschenden Lebensziele, prägen die Mentalitäten und kommen in einem spezifischen Habitus zum Ausdruck".¹⁶⁸

Diese Definition deckt sich weitgehend mit der Lütckes: den materiellen Ressourcen bei Müller entspricht die sozialökonomische Situation bei Lütcke, die kulturellen Ressourcen bezeichnet Lütcke als Kompetenz, die Familien- und Haushaltsform Müllers

¹⁶⁵Hartmut Lütcke, *Expressive Ungleichheit - Zur Soziologie der Lebensstile*. Opladen 1989, S. 40

¹⁶⁶ebenda, S. 110

¹⁶⁷Vgl. ebenda, S. 58 f.

¹⁶⁸Hans-Peter Müller, *Lebensstile - Ein neues Paradigma der Differenzierungs- und Ungleichheitsforschung?* In: *KfSS* (41) 1989, S. 66

faßt Lüdtke als Performanz, die Werthaltungen als Motivation. Diese umfassende Matrix der Lebensstile deckt also den sozialen Kontext des Konsumverhaltens, die Dimension des Bewußtseins oder Wissens der KonsumentInnen, ihre tatsächlichen Verhaltensweisen in Eigen- und Hausarbeit und ihre Werteinstellungen und Bedürfnisse ab. Wir werden uns dieser Matrix in unserem Forschungsvorschlag im letzten Punkt unserer Darstellung bedienen, um Auswahlkriterien für die Erforschung der Vermeidungspotentiale im Konsumverhalten anzugeben.

Konsum- und Marktforschung zu Lebensstilen

Die Marktforschung hat an den Lebensstilen von Individuen und Gruppen ein starkes Interesse, da es ihr um die möglichst präzise und alltagsnahe Umschreibung spezifischer Zielgruppen für Produkte, Werbe- und Verkaufsstrategien geht. Je höher das allgemeine Wohlstands- und Kaufkraftniveau der Bevölkerung, desto wichtiger werden die Lebensstil-Aspekte bei Kaufentscheid (symbolischer Nutzen, kulturelle Signalwirkung, Identitäts-/Distinktionsgewinn etc.). Wenn es den von Beck beschriebenen "Fahrstuhl-Effekt" wirklich gibt - d.h. "die >Klassengesellschaft< wird insgesamt eine Etage höher gefahren"¹⁶⁹-, dann spielen Stilisierungen von Konsummustern und Lebensformen auch in den relativ ärmeren Bevölkerungsschichten eine zunehmende Rolle.

Das SINUS-Institut versucht, auf der Basis der Klassifizierung bestimmter lebensweltlicher Milieus zu einer deskriptiven Erfassung von Lebensstilen in der Bevölkerung zu kommen. Als Bestimmungsgrößen dieser Milieus werden herangezogen: (a) Wertorientierungen, (b) Alltagsbewußtsein und (c) sozialer Status. Becker und Nowack kommen dabei für die Bundesrepublik 1982 auf acht Lebensstil-Milieus; darunter etwa das "kleinbürgerliche Milieu" als größtes (26%), gefolgt vom "aufstiegsorientierten Milieu" (24%) und den "hedonistischen", "technokratisch-liberalen" und "traditionslosen Arbeiter"-Milieus (jeweils 10%).¹⁷⁰ In einer neueren Studie, die das SINUS-Institut zusammen mit der Werbeagentur Conrad & Burnett an 2.000 Befragten in den alten Bundesländern durchgeführt hat, werden 12 Lebensstile unterschieden. Abgefragt wurden dabei Wertvorstellungen, Zukunftsvisionen, Moralbegriffe und Konsumwünsche. Einteilungsachsen der Lebensstilgruppen sind soziale Lagen (unten, Mitte, oben) und Pflicht- und Akzeptanznormen versus Entfaltungsnorm. So ergibt sich z.B. in der "unteren sozialen Lage" der Typus des "bescheidenen Pflichtbewußten" mit einem Anteil von 14%, in der "mittleren sozialen Lage" den "Bodenständigen" mit 13%; in der "oberen

¹⁶⁹Ulrich Beck, Risikogesellschaft - Auf dem Weg in eine andere Moderne, Frankfurt 1986, S. 122

¹⁷⁰Vgl. U. Becker/H. Nowack, Lebensweltanalyse als neue Perspektive der Meinungs- und Marketingforschung. E.S.O.M.A.R., 1982

sozialen Lage" sind die innovationsfreudigen "jungen Individualisten" mit 6% zu finden.¹⁷¹

Nach 1983 und 1986 hat das Münchener Kommunikationsforschungsinstitut INFRATEST für die Gruner+Jahr-Marktforschung im Jahr 1990 zum dritten Mal die "Orientierungen in Gesellschaft, Konsum, Werbung und Lifestyle" (Untertitel) in der (alten) Bundesrepublik erhoben. Über 5.500 18-70jährige BundesbürgerInnen wurden interviewt bzw. schriftlich befragt. Insgesamt kommt INFRATEST zu folgenden stichwortartigen Ergebnissen:

- Trend zu zunehmender Zufriedenheit mit den bundesdeutschen Lebensverhältnissen
- Umwelt und Ökologie bleiben die Themen Nr. 1
- Zunahme des aktiven Engagements für die Umwelt
- Steigender Wertepluralismus und wachsende Bedeutung von Genuß-, Selbstverwirklichungs- und Individualitätsorientierung¹⁷².

Auch die Marktforschung bestätigt also die Zunahme von Werte-Patchworks aus "materialistischen" und "postmaterialistischen" Orientierungen. Es muß von einem z.T. spannungsvollen Ausdifferenzierungsprozeß innerhalb der "postmaterialistischen" Werte ausgegangen werden: Der Selbstverwirklichungsaspekt kann zu Konflikten mit anderen Handlungsmotiven führen (z.B. "gesundes" vs. "luxuriöses" Essen), aber ebenso zu neuen Verbindungen. Unter dem Label "Verfeinerer" etwa faßt INFRATEST diejenigen 26% der Befragten zusammen, die den "Öko-" mit dem "Gourmet"-Aspekt verbinden wollen. Zu den 26% "gesundheitsorientiert Genügsamen" dürften die in den siebziger und frühen achtziger Jahren im Volksmund als "Müslis" bekanntgewordenen Menschen rangieren: sie achten auf gesunde und ausgewogene Ernährung, nicht jedoch auf Genuß.¹⁷³

Die untersuchten Lebensstile wurden durch die Kombination von Einstellungen zum bisher Erreichten, zu Gesundheit und Umwelt, zur Erlebnisfreude und durch eigene Angaben zum soziokulturellen Engagement ermittelt. Auf dieser Grundlage wurden sechs Typen konstruiert und als Anteil an der Gesamtbevölkerung quantifiziert:

- (1) "Soziokulturell Engagierte" (15%)
- (2) "Lifestyle-Pioniere" (15%)
- (3) "Sorglose Wohlstandskinder" (13%)
- (4) "Zaungäste" (12%)
- (5) "Familienzentrierte Tüchtige" (22%)
- (6) "Kleine Kräuter" (22%)¹⁷⁴

¹⁷¹Vgl. Der Stern, 26/1991

¹⁷²Vgl. Dialoge 3, S. 304 f., 358 f. und 365 f.

¹⁷³Vgl. Dialoge 3, S. 224 f.

¹⁷⁴Vgl. ebenda, S. 260-287

Die Typen (1)-(4) gelten als modern und (konsum-)innovativ, die Typen (5) und (6) - zusammen immerhin 44% der Bevölkerung - als traditionell - sie sind quasi "out". Blickt man auf Alter und Geschlechtszugehörigkeit, überrascht das für (6) nicht: die "kleinen Krauter" sind vor allem "alte Krauterinnen". Zu (6) sind laut INFRATEST 25% aller Frauen zu zählen (bei 19% aller Männer). 49% aller 60-70jährigen Personen sind "kleine Krauter"; 32% aller VolksschulabsolventInnen sind dazu zu zählen (bei nur 11% aller höheren Schulabschlüsse). Ökologisch und damit auch mittelbar abfallrelevant ist, daß die ökonomisch schlechtergestellten Lifestyle-Typen (4) und (6) bei den sich als "Umwelt-Aktive" bezeichnenden Personen unterdurchschnittlich stark repräsentiert sind. Während die "Zaungäste" - sie wollen die Trends mitmachen, aber können nicht so, wie sie eigentlich gern möchten - immerhin 12% der Gesamtbevölkerung ausmachen sollen, finden sich unter den "Umwelt-Aktiven" nur 5% der "Zaungäste". Etwas besser stehen die "Kleinen Krauter" da: 22% der Gesamtbevölkerung besteht aus ihnen, 20% der "Umwelt-Aktiven". Relativ zu ihrem Bevölkerungsanteil sind bei den "Umwelt-Aktiven" überrepräsentiert: die "familienzentrierten Tüchtigen" (leicht: 22% zu 24%) und die "soziokulturell Engagierten" (stark: 15% zu 21%).¹⁷⁵

Daß Frauen ein höheres Umwelt- und Gesundheitsbewußtsein haben, geht ebenfalls aus der INFRATEST-Studie hervor. Während nur 18% der Männer von sich "voll und ganz" behaupteten, sie führten ein besonders gesundes Leben, waren dies 24% der Frauen. Und während 32% der Männer "voll und ganz" der Meinung waren, sich besonders umweltbewußt zu verhalten, hegten diese Meinung 38% der Frauen.¹⁷⁶ 87% aller Befragten gaben an, Sondermüll (z.B. Batterien und Chemikalien) getrennt zu sammeln und zu entsorgen; 72% benutzten bereits schadstoffarme und phosphatfreie Waschmittel, und immerhin 66% sparten Verpackungsmaterial bzw. lehnten es ab, wo es nur ging.¹⁷⁷ Erst auf der Basis von Daten über tatsächliches Verhalten kann allerdings entschieden werden, ob es sich hierbei um ein "scheinhaftes >Als-ob-Verhalten<"¹⁷⁸ handelt oder nicht.

Die Gruppe der berufstätigen alleinlebenden Frauen (die weiblichen "Singles") werden von der Marktforschung mit besonderem Interesse untersucht. Wie die offizielle Statistik zeigt, darf ihre sozialstrukturelle Bedeutung nicht unterschätzt werden. Aufgrund ihres Kaufkraftpotentials sind die (jungen) weiblichen Singles für die Marktforschung weit interessanter als etwa die deutlich zahlreichere Gruppe der alleinlebenden Witwen über 65. Die Fernseh-, Film- und Printwerbung jedenfalls kennt seit

¹⁷⁵Vgl. ebd., S. 276 f.

¹⁷⁶Vgl. ebenda, S. 274 f.

¹⁷⁷Vgl. ebenda, S. 351-356

¹⁷⁸Irmgard Schultz/Monika Weiland, "Frauen und Müll" - Frauen als Handelnde in der kommunalen Abfallwirtschaft, Frankfurt 1991, (sozial-ökologisches Arbeitspapier 40), S. 65

einiger Zeit die junge, dynamische, selbstbewußte, erotische und experimentierfreudige junge Single-Frau. Eine Markt-Studie der Marquard-Verlags-Gruppe (MVG) von 1991 untersuchte Frauen zwischen 18 und 39 Jahren in Einpersonenhaushalten hinsichtlich ihrer Interessensgebiete, Lebenseinstellungen und -ziele und ihres Konsumverhaltens auf verschiedenen Gebieten. Die Studie interpretiert "den" jungen weiblichen Single als "Autozentriker": Die junge Single-Frau hat das Bedürfnis, "ständig neue Erfahrungen zu machen und Eindrücke zu sammeln, diese zu verarbeiten und als Innovation weiterzugeben".¹⁷⁹ Gemessen an den erhobenen Einstellungen dürfte diese Deutung zu stark vom Werbeimage geprägt sein.

Der bereits bei INFRATEST registrierte Zug zum Lebensstil- und Wertepatchwork läßt sich auch bei den weiblichen Singles bestätigen: So sind sie - verglichen mit den gleichaltrigen Nicht-Singles - stärker gegen Kernkraftwerke (34,2% bezeichnen sich als Kernkraftgegnerinnen verglichen mit 28% bei den Nicht-Singles) und weniger positiv dem technischen Fortschritt gegenüber eingestellt (24,3% bewerten ihn als "gut" verglichen mit 31,9% der anderen Frauen). Gleichwohl interessieren sie sich weniger für den Natur- und Umweltschutz (44,2% : 47,7%) und weniger für gesunde Ernährung (45,1% : 49,4%).¹⁸⁰ Auch von der "Abfallperspektive" her ist die Studie in einem Punkt aufschlußreich: Sie scheint zu belegen, daß das Müllaufkommen bei bestimmten Produktgruppen mit der Zunahme junger weiblicher Singles wächst. Die Sparneigung der Singles ist geringer als die ihrer nicht-alleinlebenden Geschlechtsgenossinnen und ihre Bereitschaft größer, in Spitzenrestaurants essenzugehen.¹⁸¹ Daß berufstätige, alleinstehende Frauen allerdings auch zu Hause essen und dort auf Zeitökonomie achten (müssen), belegt ihr Konsumverhalten hinsichtlich der Fertiggerichte. Nicht tiefgekühlte Fertiggerichte hatten 16,4% der Singles in den letzten 14 Tagen gekauft (Nicht-Singles: 8,9%): bei den tiefgekühlten Fertiggerichten waren es sogar 26,1% (Nicht-Singles: 29,6%). Auf der anderen Seite wurde biologisch angebautes Obst und Gemüse von den Singles mit 20,1% häufiger gekauft als von den Nicht-Singles (15,6%).¹⁸² Die Studie interpretiert solche Diskrepanzen als Ausdruck einer "ausgeprägten Individualität, die die Kraft hat, Widersprüchliches in sich zu vereinen, wie dies beim multioptionalen Verhalten sichtbar wird."¹⁸³ Die Studie untersucht allerdings nicht die materielle Situation der weiblichen Singles, wie das die Lebensstil-Ansätze von Lütke und Müller tun. Bezieht man sie ein, dann ließen sich solche Patchworks auch als Ausdruck von Einstellungs-

¹⁷⁹MVG 1991, S. 9

¹⁸⁰Vgl. ebenda, S. 8-12

¹⁸¹Vgl. ebenda, S. 12

¹⁸²Vgl. ebenda

¹⁸³ebenda, S. 10

und Interessenkonflikten aufgrund unterschiedlicher Lebenssituationen und -anforderungen deuten. So zeigt eine internationale Vergleichsstudie über Frauen als Konsumentinnen, daß es gerade bei berufstätigen Frauen einen ausgeprägten Konflikt zwischen einem wachsenden Gesundheitsbewußtsein und den Anforderungen der Haushalts- und Zeitökonomie gibt: Während das Gesundheitsbewußtsein dazu rät, weniger Fertiggerichte zu konsumieren, macht deren Convenience-Charakter sie gerade für berufstätige Frauen sehr attraktiv.¹⁸⁴

Neben den erwachsenen Männern und Frauen nimmt in zunehmendem Maß eine weitere Personengruppe auf das Konsum- und damit mittelbar auch Abfallverhalten von Haushalten Einfluß: die Kinder und Jugendlichen. Sie tun dies einerseits durch ihre eigene Kaufkraft (Taschengeld), andererseits durch ihren Einfluß auf das gesamte Kaufverhalten der Familie bzw. des Haushalts, dem sie angehören. Die Jugendsoziologie stellt für die Bundesrepublik generell das Anwachsen jugendlicher "Ansprüche an wirtschaftlicher, sozialer und politischer Teilhabe" fest und konstatiert einen "zeithistorischen Trend vom bescheidenen Taschengeld zum selbstverständlich gewordenen Jugendeinkommen (finanziert durch Eltern und Großeltern)".¹⁸⁵ Die Stilisierung von Lebensformen ist nicht nur bei Kindern und Jugendlichen offensichtlich (Musik, Kleidung, Sprache, Körpersprache etc.) - durch die gesellschaftlich bedingte Ausweitung der Phase der Postadoleszenz und durch die Leitbildfunktion verschiedener Konzepte und Topoi von "Jugend" haben Jugendliche darüber hinaus die Rolle von ExperimentatorInnen und MultiplikatorInnen für gesellschaftliche Lebensstile.

Einer Untersuchung des Instituts für Jugendforschung (IJF) zufolge verfügten die 5,27 Mio. 7-15jährigen in den alten Bundesländern über "jährliche Einnahmen von nahezu 4 Mrd. DM und Sparguthaben von über 5 Mrd. DM".¹⁸⁶ Im Durchschnitt verfügte ein/e Jugendliche/r zwischen 7 und 13 Jahren 1991 über ein regelmäßiges Taschengeld von 27,- DM pro Monat (knapp 30% der Jugendlichen verfügten über Beträge zwischen 10,- und 20,- DM, aber immerhin knapp 8% verfügten über mehr als 50,- DM pro Monat). 50% aller untersuchten Jugendlichen verfügten darüber hinaus über ein zusätzliches monatliches Taschengeld von 48,- DM (darüber 10% über mehr als 100,- DM). Der jährliche Durchschnitt an Geldgeschenken für Jugendliche (Geburtstage, Weihnachten etc.) betrug 219,- DM (5% erhielten mehr als 500,- DM). Das durchschnittliche Sparguthaben der Jugendlichen betrug 1.143,- DM (mehr als 10% hatten mehr als 2.001,- DM gespart).¹⁸⁷ Der Einfluß

¹⁸⁴Vgl. Rena Bartos, a.a.O., S. 212-229

¹⁸⁵Ferchhoff 1991, S. 149 f. In einer Radiosendung verglich ein 14jähriger Junge die diesbezüglichen Diskussionen mit seinem Vater mit den alljährlichen Tarifverhandlungen zwischen Gewerkschaften und Arbeitgebern.

¹⁸⁶IJF 1991, S. 3

¹⁸⁷Vgl. ebenda, S. 81 f.

von Kindern und Jugendlichen auf das Kaufverhalten der Erwachsenen in Familie und Haushalt ist nicht genau erforscht. Dennoch machen die Untersuchungen des Instituts für Jugendforschung deutlich, "wie stark bei der heutigen Kinder- und Jugendgeneration schon im frühen Alter das Markenbewußtsein ausgeprägt ist und in welchem hohem Maße sich die 7-15jährigen mit ihren Markenpräferenzen in der Familie durchsetzen".¹⁸⁸ An einem ebenso lebensstil- wie müllrelevanten Bereich läßt sich das belegen: dem der Fast-Food-Produkte. Von allen befragten Kindern bezeichneten sich 48,2% als Konsumenten von Fertigsuppen, 68,2% konsumierten Tiefkühlpizzen, 79% Tiefkühl-Pommesfrites, 58,6% Tiefkühlgemüse, 65,6% Hamburger und 81,1% Ketchup. Dabei achteten zwischen 20% (bei Fertigsuppen) und 33,7% (bei Hamburgern) der Konsumenten bei ihrem Kauf auf die Marken der Produkte. Und von diesen Markenbewußten setzten sich wiederum zwischen 50% (Fertigsuppen) und 73,1% (Ketchup) beim Kauf auch mit ihrer Markenvorstellung durch. Trotz hoher Ausgangswerte steigt das Markenbewußtsein bei zunehmendem Alter; bei GymnasiastInnen ist es allerdings in der Regel etwas geringer als bei BesucherInnen von Realschulen - der Schuldomäne des SchülerInnen-Markenbewußtseins. Die 10-12jährigen jedenfalls sind dieser Studie zufolge die Gruppe mit dem höchsten KonsumentInnen-Anteil (68,8%) von Hamburgern (übrigens geschlechtsindifferent). Das Markenbewußtsein steigt in dieser Produktgruppe von 32,2% bei den 7-9jährigen auf 40% bei den 13-15jährigen; die 10-12jährigen achten mit 28,8% relativ wenig auf die Marke. Bei den Cola-Getränken - von den Hamburgern, die ja in der Regel in den entsprechenden Restaurants gegessen werden, im SchülerInnen-Lifestyle nicht wegzudenken - sind Konsumrate (77,9%), Markenbewußtsein (57,8%) und Markendurchsatz (66,3%) noch höher.

Bei bestimmten Produktgruppen (z.B. im HiFi- und Videobereich, Computer) sind die Präferenzen der Jugendlichen - vor allem die der Söhne - für die Kaufentscheidungen des Haushalts (der Väter) wichtiger als die der (Ehe-)Frau. Und in vielen dieser Bereiche kennen sich die Jugendlichen aufgrund des raschen technologischen Produktwandels bereits besser aus als die Erwachsenen (Stichwort "Computer-Kids"). Über Verpackungen, Computerschrott, Elektronikmüll, Gehäusemüll wird damit ebenfalls entschieden. Es kann also durchaus behauptet werden, daß "ganz entscheidende Anteile von Kaufmacht wie von (Sonder-)Müll in Männerhand liegen".¹⁸⁹

Wie die sozialwissenschaftliche Lebensstilforschung und die Umweltpsychologie kommt auch die Marktforschung zu dem Ergebnis, daß "bestimmte klar definierbare gesellschaftliche Gruppen, deren Verhalten pauschal als umweltfreundlich oder schädlich einzustufen wäre, (...) nicht identifizierbar" sind.¹⁹⁰ Die INFRATEST-Studie merkt an einer Stelle eher beiläufig an, daß es die

¹⁸⁸ebenda, S. 3. Vgl. zu den folgenden Angaben: ebenda, S. 66 ff.

¹⁸⁹Irmgard Schultz/Monika Weiland, a.a.O., S. 43

¹⁹⁰Hormuth/Katzenstein, a.a.O., S. 36

verschiedenen Konsumstile in "Reinkultur" nicht gibt: "Vielmehr ist das Verbraucherverhalten in den einzelnen Branchen unterschiedlich...".¹⁹¹ Insgesamt kann daher Liisa Uusitalo zugestimmt werden, die auf dem Wiener Symposium über "Konsum-Produkt-Natur" zusammenfassend festgestellt hat:

"Post-conventional, hedonistic consumers' actions are hard to predict. Neither can they easily be classified under specific life style groupings unless in very broad terms. On the contrary, consumers seem to act as junctures of several different lifestyles and tastes. Nowadays consumers easily change gear between different styles, or between controlled consumption and decontrolled striving for authentic romanticity, that is pleasure seeking. Similarly, they can act environmentally concerned in one domain, and as free riders or ignorants in another domain."¹⁹²

¹⁹¹Dialoge 3, S. 169

¹⁹²Liisa Uusitalo, a.a.O.

Als Fazit des fünften Kapitels läßt sich festhalten:

- 1) Die Beeinflussung von Konsumententscheidungen mit der Absicht, Abfall zu vermeiden, muß generell stärker als bislang in Rechnung stellen, daß Konsummuster in westlichen Industriegesellschaften Bestandteile von Lebensstilen sind. Güter haben neben ihrem materiellen auch einen symbolischen Nutzen und eine Funktion für die soziale und personale Identität der KonsumentInnen.
- 2) Die sozialwissenschaftliche Lebensstilforschung ist vor allem ein Ausdruck der Pluralisierung und Individualisierung von Lebenslagen - auch bei fortbestehenden sozialen Ungleichheiten. Eines ihrer wichtigsten Ergebnisse ist, daß von einem generellen Wertewandel vom "Materialismus" zum "Postmaterialismus" nicht die Rede sein kann. Vielmehr läßt sich ein Wertepatchwork in verschiedenen Lebensstilen feststellen. Das Themenfeld "Umwelt/Ökologie" hat mittlerweile im Bewußtsein und im Konsumverhalten vieler Menschen mit unterschiedlichen Lebensstilen einen festen Platz, weist allerdings die aus der Umweltpsychologie bekannte Diskrepanz zwischen Bewußtsein und Verhalten auf.
- 3) In der sozialwissenschaftlichen Literatur gibt es Konzepte zur Typologisierung von Lebensstilen, die auch für die Ermittlung von Vermeidungspotentialen bei den KonsumentInnen herangezogen werden können. In Anlehnung daran legen wir daher vier Lebensstil-Dimensionen zugrunde:
 - Materielle Ressourcen (sozialökonomische Situation) - Kulturelle Ressourcen (Kompetenz)
 - Familien- und Haushaltsform (Performanz)
 - Bedürfnisse und Wertorientierungen (Motivation).
- 4) In der Marktforschung wird ebenfalls mit Lebensstil-Konzepten gearbeitet. Dabei wird die sozialökonomische Situation weniger beachtet, aber das Konsumverhalten wird genauer untersucht. Auch die Marktforschung belegt die These der sozialwissenschaftlichen Lebensstilforschung, derzufolge ein Patchwork verschiedener Lebensstile charakteristisch für die Gegenwart ist. In verschiedenen Konsumtrends findet dies seinen Niederschlag. Ökologische Einstellungen und umweltbewußtes Verhalten - darunter auch: Abfallvermeidung - haben zwar einerseits in das Verhaltensrepertoire weiterer Bevölkerungsgruppen Eingang gefunden, gehen aber andererseits oft mit nicht-ökologischen Verhaltensweisen auf anderen Gebieten einher. Es gibt Belege dafür, daß ökonomisch schlechtergestellte Lebensstile sich unterdurchschnittlich umweltbewußt verhalten. Verhaltensrelevant in puncto Ökologie ist neben dem Faktor Bildung auch die Familienform (z.B. Kinder).
- 5) Bei den von der Marktforschung besonders untersuchten Gruppe junger weiblicher Singles läßt sich ein Konflikt zwischen einem überdurchschnittlichen Gesundheitsbewußtsein einerseits und einer starken Zeitnot andererseits feststellen. Er wird u.a. in entgegengesetzten Einstellungen zu Fertiggerichten

greifbar. Je nach Auflösung dieses Konflikts steigt oder sinkt das Hausmüllaufkommen. Bei den ebenfalls gut untersuchten Kindern und Jugendlichen ist ein ausgeprägtes Markenbewußtsein und eine erhebliche direkte und indirekte Fähigkeit zur Durchsetzung desselben (Kauf) feststellbar. Abfallvermeidungsmaßnahmen sollten zielgruppenspezifisch gerade für Kinder und Jugendliche und deren Lebenssituation zugeschnitten werden.

6. Abfallvermeidung in Öko-Marketing und industrieller Produktgestaltung

Die Sensibilisierung für ökologische Probleme hat die Unternehmen erreicht. Das Wissen um die Umweltorientierung der Märkte von morgen zwingt sie, ihre Produktions- und Absatzstrategien zu ändern. In diesem Abschnitt sollen umwelt- und abfallrelevante Tendenzen in Marketing und Produktgestaltung skizziert werden; dabei ist auch auf die kritischen Einwände einzugehen, die gegen einige Entwicklungen auf diesem Gebiet erhoben werden. Anschließend werden die sich bislang abzeichnenden Kriterien vorgestellt, die hinsichtlich der Umwelt- und Abfallproblematik in den beiden Bereichen in der Diskussion sind.

Marketing umfaßt generell alle diejenigen Tätigkeiten von Unternehmen, die dem Ausbau oder der Sicherung des Absatzes von Produkten und Dienstleistungen dienen. Die Unternehmen verstehen Marketing in der Regel als ein Instrumentarium für die Ausrichtung des Unternehmens auf die Bedürfnisse der VerbraucherInnen. Mit Hilfe der Marktforschung soll es die VerbraucherInnenwünsche und -forderungen ermitteln und diese - als "Erfüllungsgehilfe des Verbrauchers" - in die Unternehmenspolitik umsetzen.¹⁹³ Dabei findet eine Ausrichtung des Marketings auf die vorhandenen wie auf die potentiellen Bedürfnisse der VerbraucherInnen statt. Unternehmen versuchen also oft auch, Bedürfnisse erst zu wecken.¹⁹⁴ Der Wunsch vieler VerbraucherInnen, umweltfreundliche Produkte zu kaufen und die Bereitschaft, dafür unter Umständen auch tiefer in die Tasche zu greifen, werden von den Unternehmen zunehmend als marktbestimmende Faktoren erkannt. Ziel vieler Marketingstrategien ist es mittlerweile, Produkte möglichst als umweltfreundlich zu deklarieren. Die Konjunktur von Etikettierungen wie "Öko", "Bio" oder "Natur" zeigt, daß Umweltschutz ein Verkaufsargument geworden ist. Bei den Herstellern beginnt sich die Erkenntnis durchzusetzen, daß die alte, marktkonservative Legitimation von umweltschädlichen Produkten ("Der Verbraucher will es so haben") in naher Zukunft nicht mehr akzeptabel sein dürfte.¹⁹⁵ Waren es zunächst nur einige mittelständische Unternehmen, die das Einbeziehen ökologischer Gesichtspunkte in die Produktion als relevant ansahen, wird nunmehr die ökologische Verantwortung der Unternehmer in weiten Teilen der Industrie - zumindest im Prinzip - anerkannt.¹⁹⁶ In der Betriebswirtschaft spricht man dabei von einem

¹⁹³Ursula Hansen, Haushalte im Markt: Partner oder Konsumäffchen? Rollenanalyse am Beispiel der Produktentwicklung. In: Gerda Tornieporth, Arbeitsplatz Haushalt. Zur Theorie und Ökologie der Hausarbeit, Berlin 1988, S. 161

¹⁹⁴Vgl. H. Raffée, Marketing und Umwelt, Stuttgart 1979, S. 3.

¹⁹⁵Klaus Höfner/Michael Techer, Arbeiten Sie in Ihrem Unternehmen wirklich umweltbewußt? In: Marketing-Journal 2/90, S. 138.

¹⁹⁶Waldemar Hopfenbeck, Umweltorientiertes Management und Marketing, Landsberg 1990, S. 20.

Spannungsfeld zwischen "ökologie-Push" (ökologische Impulse gehen von den Unternehmen selbst aus) und "Ökologie-Pull" (Staat und Märkte ziehen die Unternehmen).¹⁹⁷ Schon 1988 fanden sich Unternehmer, Manager, Wissenschaftler, Studenten und Mitglieder von Umweltorganisationen in der Evangelischen Akademie Tutzing zusammen und verabschiedeten Leitsätze für eine umweltorientierte Unternehmensführung. Es wurde anerkannt, daß Umweltschutz und Ökonomie enger miteinander verzahnt werden müßten und daß diese Verzahnung ein wachsender Bestimmungsfaktor für den unternehmerischen Erfolg sei.¹⁹⁸ Umweltschutz müsse zur "Chefsache" erklärt werden. Die lange in der Industrie vertretene Meinung, Umweltschutz sei als Kostenfaktor eine Wachstumsbremse, bedürfe einer klaren Korrektur. Mittel- und langfristig werde eine Verbesserung des Umweltschutzes sogar zur Stärkung des Industriestandortes Bundesrepublik führen.¹⁹⁹

Mittlerweile sind Indikatorensysteme entwickelt worden, aufgrund derer Unternehmen möglichst frühzeitig auf ökologisch motivierte Veränderungen von Marktentwicklung und Verbraucherpräferenzen in ihren Marketingentscheidungen reagieren können.²⁰⁰ Unter allen ökologischen Problemen spielt das Abfallproblem für die Unternehmen eine herausragende Rolle. Dem Werbefachblatt "Advertising Age" zufolge gibt es inzwischen häufiger Aufträge für Marktforschungsinstitute, in denen untersucht werden soll, wie die KonsumentInnen auf die Reduzierung von Verpackungsmaterial reagieren. Befürchtet wird dabei, daß eine Verpackungsreduzierung zu einer verminderten Aufmerksamkeit für das Produkt und damit zu Umsatzeinbußen führt.²⁰¹

Eine Umfrage bei Marketing- und Vertriebsleitern hat ergeben, daß sie mehrheitlich umweltpolitischen Fragen und einer ökologisch ausgerichteten Produktgestaltung hohe Priorität einräumen. Dabei werden vor allem die Bereiche Verpackungsreduzierung, Schaffung von recycelbaren Produkten, Materialsubstitution, die Bedeutung der Ökologie als Werbeargument und die Herstellung umweltfreundlicher Produkte angesprochen.²⁰² 88 % aller Marketingleiter werden

¹⁹⁷Heribert Meffert, Umwelt als Markt - 12 Thesen. In: Absatzwirtschaft 7/91, S. 93.

¹⁹⁸Ralf-Dieter Brunowsky/Jürgen Kleinert, Aufruf aus Tutzing. In: Wirtschaftswoche 20/88, S. 70.

¹⁹⁹Vgl. "Umweltfragen hoch ansiedeln" - Das aktuelle Interview mit Tyll Necker. In: Umweltmagazin, Dez. 89, S. 24 f

²⁰⁰Vgl. Thomas Freitag, Umwelt und Verbraucher (GfK Marktforschung), Nürnberg 1991 und Ulrich Krystek/Ingo Behrendt, Ökologieorientierte Frühaufklärung - Damit der Öko-Crash ausbleibt. In: Gablers Magazin 6/91, S. 16-20

²⁰¹Vgl. Peter Stippel, Asw-Report: Budget und Planung '92. In: Absatzwirtschaft 9/91, S. 42

²⁰²Vgl. ebenda, S. 38.

sich in den nächsten Jahren mit Recyclingkonzepten auseinandersetzen, 80 % denken über Verpackungsalternativen nach und 89 % wollen das Volumen der Umhüllung reduzieren.²⁰³

Schon 1990 zeigte sich bei einer Umfrage unter Führungskräften aus dem Konsumgüterbereich, daß als vordringliche Marketingaufgabe "Verpackung und Umwelt" gesehen wird (87 % der Befragten teilten diese Einschätzung); auch Recyclingkonzepten und Ideen für den Austausch von Verpackungsmaterialien (68 %) kommt eine entscheidende Bedeutung zu.²⁰⁴

Einige Marketing-Manager haben sich in einem sogenannten "Hippokratischen Marketing-Eid" auf die unternehmerische Verantwortung für die Sicherstellung der Lebensqualität künftiger Generationen verpflichtet.²⁰⁵ Dabei kommt ein umfassendes Konzept von Lebensqualität zum Tragen: es umfaßt eine physische, eine psychische, eine soziale und eine spirituelle Komponente. Die neue Lebensqualität-Philosophie der Unternehmen solle neben ökologischen Fragen (darunter u.a.: Verpackungsreduktion) auch die sozialen Interessen der Kunden (z.B. über eine sozialverträgliche Preispolitik) berücksichtigen und in einen Dialog mit ihnen treten.²⁰⁶

Von diesem Trend zur "Ökologisierung des Marketings" kann jedoch nicht ohne weiteres auf die tatsächliche Ökologisierung der Produktion, d.h. auf den Ausbau bzw. die Entwicklung umweltverträglicher Produkte und Verfahren geschlossen werden. Eine Studie der Universität Münster etwa kommt zu dem Ergebnis, daß nur 23 % von 200 befragten Unternehmen als "ökologieorientiert" bezeichnet werden konnten, d.h. daß sie sich um umweltfreundliche Produktionsprozesse und umweltfreundliche Entsorgungsmöglichkeiten ihrer Produkte auch wirklich bemühten.²⁰⁷ Auch hier ist also eine Diskrepanz zwischen geäußertem Bewußtsein und tatsächlichem Verhalten festzustellen.

Versteht man unter "Öko-Marketing" alle diejenigen absatzbezogenen Maßnahmen und Strategien der Unternehmen, die auf eine Marktausweitung oder -erhaltung für umweltverträgliche Produkte aus umweltverträglichen Verfahren zielen, dann kann man - werden einmal Kriterien für Umweltverträglichkeit vorausgesetzt - zwi-

²⁰³Vgl. ebenda, S. 42.

²⁰⁴Vgl. Marketing: Hart an der Grenze. In: Absatzwirtschaft 9/90, S. 44 ff.

²⁰⁵Vgl. Malte W. Wilkes, Der Hippokratische Marketing-Eid. Wegen der Moral haben wir Erfolg. In: Marketing Journal 5/90 sowie die Diskussionen und ersten Unterschriften in: Marketing Journal 6/90.

²⁰⁶Vgl. Malte W. Wilkes, >Quality of Life< - Neue strategische Zentral-Philosophie in Management und Marketing - 7 Thesen. In: Marketing Journal 5/91

²⁰⁷Vgl. Evelin Möller, Öko-orientierte Produktentwicklung. In: Gabler's Magazin 6/91, S. 28.

schen echtem Öko-Marketing und Öko-Kosmetik unterscheiden. Diese Unterscheidung wird zum einen von ökologisch orientierten Unternehmen, zum anderen von den Verbraucherverbänden vorgenommen. Beide kritisieren ein "Eco-Labeling", das den VerbraucherInnen durch unvollständige oder gar falsche Produktinformationen ein umweltverträgliches Produkt suggeriert, das dieses Etikett nicht oder nur sehr eingeschränkt verdient. "Es geht nicht darum, bereits bestehende Produkte mit schmückenden Vorsilben wie >Bio<, >Öko< oder >Natur< zu versehen und das vorhandene und steigende Umweltbewußtsein durch eine rein kosmetische Änderung auszunützen. (...) Öko-Marketing kann (...) nur bedeuten, bestehende oder neue Produkte ganzheitlich unter dem Aspekt der Umweltverträglichkeit - vom Rohstoff bis zur Entsorgung - zu überprüfen, ggf. anzupassen oder neu zu definieren und die Umweltvorteile genau definiert zu kommunizieren."²⁰⁸

Ganz in diesem Sinn wenden sich auch viele Verbraucherverbände gegen Öko-Kosmetik. Im Extremfall stelle sie eine Irreführung der VerbraucherInnen dar und trage zur Verschlechterung der Umweltsituation bei.²⁰⁹ In den Worten einer Vertreterin der Verbraucher-Zentrale Nordrhein-Westfalens: "Vorsicht scheint uns auch geboten, wenn das Stichwort >Wiederverwenden< dazu dient, Produkten, die an sich weniger empfehlenswert oder unnötig sind, ein neues Image zu verpassen. Hier sei nur das Beispiel der Weichspüler im Nachfüllbeutel erwähnt."²¹⁰

Das angesprochene Beispiel - es handelt sich um den Weichspüler "Lenor" der Firma Procter & Gamble - zeigt, daß häufig nur einzelne ökologische Aspekte (z.B. Abfallverminderung durch Nachfüllpackungen) vom Marketing kommuniziert werden, während andere (z.B. die Abwasserbelastung oder das Allergierisiko durch das Produkt) ausgeblendet bleiben. Den KritikerInnen der Öko-Kosmetik geht es demgegenüber um eine ganzheitliche ökologische Bewertung des Produkts "von der Wiege bis zur Bahre", die alle Energie- und Materialflüsse einbezieht. Öko-Marketing darf dieser Sicht zufolge nicht zur nachträglichen Alibi-Beschaffung für ein überflüssiges oder umweltschädigendes Produkt verkommen, sondern sollte die Absatzkomponente einer integrierten und langfristig orientierten ökologischen Unternehmenspolitik sein. Wenn Öko-Marketing sich zudem die Frage stellt, ob die Nicht-Produktion

²⁰⁸Peter M. Horst, Umweltorientierte Unternehmensführung: Öko-Check für die Unternehmensstrategie. In: Gablers Magazin 6/91, S. 15 f. (Der Autor ist Leiter der Geschäftsstelle München des B.A.U.M.; vgl. dazu weiter unten)

²⁰⁹Vgl. Ingo Schoenheit, Öko-Marketing aus Verbrauchersicht. In: Heribert Meffert (Hg.), Ökologie im vertikalen Marketing. Rüslikon/Zürich 1990, S. 110-128

²¹⁰Petra Niesbach, Vermeiden - Wiederverwerten - Wiederverwenden - Sicher entsorgen: Stellungnahmen aus der Sicht verschiedener Akteure. Die Sicht der Verbraucher. In: Ernst U. von Weizsäcker (Hg.), Weniger Abfall - Gute Entsorgung, Bonn 1991, S. 28

und der Nicht-Konsum nicht die bessere Alternative sei, kann sogar von einem "Marketing für Ökologie"²¹¹ gesprochen werden.

Gerade dieser letzte Punkt aber stellt ein bedeutsames Hindernis für echtes Öko-Marketing dar. Viele Unternehmen orientieren sich an kurzfristigen Gewinnaussichten statt an langfristiger Marktsicherung. Diese Unternehmens-Perspektive setzt auch die Werbebranche unter den Druck, langfristig angelegte Marktsondierungen zugunsten kurzfristiger Werbefeldzüge aufzugeben. Der vielbeachteten Kritik eines Insiders der US-amerikanischen Werbebranche zufolge handeln viele Unternehmen und die von ihnen abhängigen Werbeagenturen nach dem Motto "Dabeisein ist alles". Es gehe ihnen häufig nur noch darum, daß ihre Produkte von den VerbraucherInnen überhaupt wahrgenommen werden - und sei es eben in Form bloßer Öko-Kosmetik.²¹²

Immer häufiger wird von Managern öffentlich bekannt, daß die Verantwortung für ökologisches Handeln auch bei der Industrie liege. Das ökologische Bewußtsein dürfe sich nicht auf das fertige Produkt beschränken, sondern müsse schon bei seiner Entwicklung und Produktion zum Tragen kommen. Da die VerbraucherInnen nicht über das Wissen der Hersteller verfügten, müsse die Produktgestaltung die VerbraucherInnen in ihren ökologisch motivierten Konsumententscheidungen unterstützen.²¹³ Abfallvermeidung und stoffliche Verwertung müßten bei der Optimierung von Produkten und Produktionsprozessen von vornherein berücksichtigt werden.²¹⁴ Folgt man der Darstellung einer Vertreterin vom Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI), dann wird der Umwelt- und speziell der Abfallaspekt mehr und mehr zum festen Gesichtspunkt für unternehmerisches Handeln insgesamt. "In der unternehmerischen Praxis werden umweltrelevante und insbesondere abfallwirtschaftliche Aspekte zunehmend in die gesamte Unternehmenspolitik einbezogen. Dabei stehen - wie eine BDI-Umfrage bei Industrieunternehmen zeigt - Maßnahmen in der Produktion, Produktionstechnik und Produktgestaltung, aber auch beim Recycling und der Entsorgung im

²¹¹Vgl. Ingo Schoenheit, Marketing für Ökologie als Kritik von Anbieter- und Verbraucherinteressen. Referat im Rahmen der Tagung >Konsum-Produkt-Kultur< im September 1990 in Wien. Erscheint demnächst in einem Tagungs-Band des Campus-Verlags.

²¹²Vgl. zu dieser Umorientierung der US-amerikanischen Werbebranche: Martin Mayer, Whatever Happened To Madison Avenue? Advertising in the 90s, Boston 1991. Und: "Katerstimmung in der Madison Avenue. In: Frankfurter Rundschau, 21.10.91

²¹³Umwelt-Workshop: Verbraucher überfordert, in: Euro-Magazin, 5/90, S. 37

²¹⁴Vgl. G. Fleischer, Elemente der vorsorgenden Abfallwirtschaft. In: Abfallwirtschafts-Journal 1/89, S. 18-23

Vordergrund.²¹⁵

Von einer umweltorientierten und abfallvermeidenden Unternehmenspraxis kann allerdings insgesamt noch nicht gesprochen werden. Neben den Grenzen der umweltpolitischen Instrumentarien sind es vor allem innerwirtschaftliche Hemmnisse, die der praktischen Umsetzung ökologischer und abfallrelevanter Aspekte im Wege stehen. Hemmend wirken dem Sachverständigenrat für Umweltfragen zufolge u.a.:

- die traditionelle Auffassung, Abfälle seien ein Problem der öffentlichen Hand;
- die fehlende oder mangelhafte Motivation und Qualifikation der für Prozeß- und Produktinnovation zuständigen Mitarbeiter
- die einseitige Ausrichtung von Konstruktionsvorschriften und Normen auf die Nutzungs-, nicht jedoch die Entsorgungsphase von Produkten;
- das unternehmerische Abschreibungskalkül, das eine Prozeßinnovation verzögert;
- fehlende Investitionsmittel und mangelnde technische Kenntnisse vor allem bei kleinen und mittleren Betrieben.²¹⁶

Ökologisch orientierte Unternehmer beklagen denn auch die noch immer mangelhafte Berücksichtigung der Umwelt- und Abfallproblematik in den meisten Betrieben und setzen auf eine umweltorientierte Unternehmensführung, die alle Tätigkeitsbereiche der Unternehmen betrifft. Das konzeptionelle Leitbild ist dabei der "integrierende Umwelt- und Ressourcenschutz".²¹⁷ Praktischen Ausdruck findet dieser Einstellungswandel in der Gründung zweier ökologisch orientierter unternehmerischer Selbsthilfeorganisationen. Der "Bundesdeutsche Arbeitskreis für Umweltbewußtsein Management e.V." (B.A.U.M.) hat mittlerweile über 200 Mitglieder, darunter auch viele Großunternehmen. Ziel der Organisation ist die Einbeziehung des Umweltschutzes als gleichberechtigtes unternehmenspolitisches Strategieziel; dies soll zu einem umweltschonenden Handeln vom Einkauf über Produktion und Absatz bis zur Entsorgung führen.²¹⁸ Zum integrierten Umweltschutz in diesem Sinn schlagen B.A.U.M.-Vertreter im einzelnen vor:

²¹⁵Margit Urbanietz. Die Sicht der Produzenten. Lösungsansätze. konkrete Beiträge und künftige Perspektiven für eine integrierte und innovative Abfallwirtschaft. In: Ernst U. von Weizsäcker (Hg.), Weniger Abfall - Gute Entsorgung, a.a.O., S. 30

²¹⁶Vgl. Der Rat von Sachverständigen für Umweltfragen, Abfallwirtschaft, a.a.O., S. 204-207 (Tz. 696-714)

²¹⁷Joseph Huber, Unternehmen Umwelt, Frankfurt 1991, S. 145

²¹⁸Vgl. Waldemar Hopfenbeck, Umweltorientiertes Management und Marketing. Landsberg 1990 und Klaus Göppert, Es geht ums Überleben. In: Wirtschaftswoche 7/91, S. 42 ff.

- ein Energiemanagement zur rationellen Energieerzeugung und -verwendung (z.B. durch die Ernennung eines innerbetrieblichen Energie-Beauftragten und die Kooperation mit betriebsexternen Energieberatern);
- eine ökologisch orientierte Materialwirtschaft (z.B. durch die Erstellung von Sicherheits-Datenblättern der eingesetzten Stoffe oder die Suche nach umweltverträglicheren Ersatzstoffen);
- eine umweltverträgliche Verfahrenstechnik (z.B. durch die engere Zusammenarbeit zwischen der Produktentwicklung, der Materialwirtschaft, der Verfahrenstechnik und dem Marketing);
- der Einsatz nachgeschalteter Reinigungsanlagen;
- ein integriertes betriebliches Abfallwirtschaftskonzept (z.B. durch die Ausschöpfung des Abfallvermeidungspotentials auf allen Herstellungsstufen oder durch die Einrichtung von Rückholssystemen für problematische Produkte).²¹⁹

Im "Förderkreis Umwelt future e.V." sind ca. 200 Mitglieder engagiert, die sich dem Leitgedanken verpflichten, daß "eine Verbesserung der Umweltqualität nur dann erreichbar ist, wenn in alle Entscheidungsprozesse die ökologischen und sozialen Folgen des beabsichtigten Handelns von Anfang an einbezogen werden."²²⁰ Umwelt- und Ressourcenschutz als Unternehmensziele stellen die Unternehmen und vor allem das Management vor Herausforderungen, die durch einzelne betriebliche Maßnahmen allein (z.B. durch Filter- und Reinigungstechniken) nicht adäquat zu bewältigen sind. "Umweltverträglichkeit als Produktionskriterium erhöht die Komplexität der Arbeitsabläufe und Entscheidungsvariablen in allen Produktionsfunktionen, da sie nicht zusätzliche, sondern Querschnittsaufgabe ist, die aufgrund der Variabilität, Dynamik und des Spektrums ökologischer (Neben-)Folgen der Produktion Kooperation, interdisziplinäres Wissen und Arbeiten sowie permanente Aktualisierung und Innovation von Qualifikation und Problemlösungskompetenz erfordert."²²¹

Die moderne japanische Management-Strategie des "Jishu-Kanri" - sie orientiert sich am "Verstehen des Kunden" und an einer "innovativen Gestaltung von Qualität durch Selbstkontrolle und Zusammenarbeit"²²² - wird von einigen europäischen Managern bei diesem Umstellungsprozeß als Vorbild betrachtet. Hier stehen Selbstorganisation gegen Fremdorganisation, Netzwerke gegen Hier-

²¹⁹Vgl. Peter M. Horst, Umweltorientierte Unternehmensführung, a.a.O., S. 14 f

²²⁰Vgl. future e.V.: future-forum 1990: Wohin mit dem Abfall?, Firmenbezogene Modelle der Abfallwirtschaft, Osnabrück 1991.

²²¹Martin Birke, Ökologie als bricolage? Über Schwierigkeiten und Chancen, Ökologie in den Normalbetrieb zu integrieren. In: Kommune 3/92, S. 44

²²²Gottfried Wolf, Gestalten von Komplexität durch Netzwerk-Management. In: Karl W. Kratky/Friedrich Wallner, Grundprinzipien der Selbstorganisation, Darmstadt 1990, S. 108

archien, Zusammenwirken gegen Wettbewerb, kreative Flexibilität gegen starre Zielvorgaben. Das japanische Management sieht eine seiner Hauptaufgaben darin, "alle Funktionen auf den Kundennutzen auszurichten".²²³

Um die Unternehmen bei ihren internen Umstellungen auf ein verbessertes Güterangebot in "gebrauchstechnischer, ökologischer und gesellschaftlicher" Hinsicht zu unterstützen bzw. kritisch zu begleiten, wird von der Haushaltswissenschaft und den Verbraucherverbänden eine stärkere Einbeziehung der VerbraucherInnen in die Planung und Entwicklung der Produkte diskutiert.²²⁴ Diesem Vorschlag zufolge sind Marketing, Marktforschung und unternehmensinterne Produktentwicklung alleine nicht in der Lage, benutzerfreundliche Produkte auf den Markt zu bringen. Dabei wird Wert auf eine möglichst frühe KonsumentInnenbeteiligung gelegt, damit deren Gesichtspunkte nicht nur noch Detailkorrekturen bewirken. Aus feministischer Sicht wird speziell die z.T. noch vorhandene "Reproduktionsorientierung" (Pflegeorientierung statt Ex- und Hopp, Wiederverwertung etc.) der Hausfrauen betont, die schon in die Produktentwicklung aufgenommen werden sollte. Das auf die Dauerhaftigkeit der Reproduktion gerichtete und auf konkreten Nutzungserfahrungen beruhende Produkt- und Materialwissen der Konsumentinnen sollte eruiert und als Qualitätsorientierung in die Entwicklung der entsprechenden Produkte eingehen.²²⁵

U. Hansen analysierte 1988 die Möglichkeiten und Grenzen einer Verbraucher-Mitbestimmung in der Produktentwicklung und -gestaltung. Aufgrund der relativ geringen Effektivität punktueller Einflußnahmen und der fehlenden Legitimität der Interessenvertretung der VerbraucherInnen schlägt sie eine feste Institutionalisierung des Hersteller-Verbraucher-Dialogs (Projektkommissionen, Beiräte, Kundenforen) vor, wie es sie etwa in den USA (Verbraucherabteilungen) bei einzelnen Unternehmen schon gibt.²²⁶ Dadurch soll es zu einer Einflußnahme der VerbraucherInnen in Richtung einer gebrauchtorientierten Produktentwicklung kommen. Ein alter Vorschlag der Ökologiebewegung ist, daß VerbraucherInnen in "Planungszellen"²²⁷ oder in "Zukunftswerkstätten"²²⁸ selbst Produktideen entwickeln und Produkte entwerfen.

²²³ebenda, S. 110

²²⁴Ursula Hansen, Haushalte im Markt, a.a.O., S. 169.

²²⁵Vgl. Irmgard Schultz/Monika Weiland, Frauen und Müll, Frankfurt 1991, S. 96.

²²⁶Vgl. Ursula Hansen, Haushalte im Markt, a.a.O., S. 171 ff.

²²⁷Vgl. P.C. Dienel, Die Planungszellen, Köln 1978.

²²⁸Vgl. Robert Jungk, Statt auf den großen Tag zu warten...., über das Pläneschmieden von unten. Ein Bericht aus Zukunftswerkstätten. In: Kursbuch 53, Berlin 1978, S. 1 - 10.

Die Verbraucherverbände schätzen die Durchsetzungsmöglichkeiten für solche Vorschläge dann höher ein, wenn sie von den Verbänden und nicht von Einzelpersonen getragen werden: neben dem Problem der Motivierung interessierter, gut informierter KonsumentInnen fürchten sie auch, daß innerhalb der Unternehmen eine "Domestizierung des Andersdenkenden" stattfindet.²²⁹ U. Hansen diskutierte die Möglichkeit, die Arbeit des Verbraucherinstituts - evtl. mit staatlicher Unterstützung - auf das Gebiet der Produktentwicklung auszuweiten. W. Stahel regt an, daß die Stiftung Warentest ihr Programm um den Bereich der Produktinnovation erweitern sollte.²³⁰

Im Zusammenhang des Öko-Marketings und der verschiedentlich erhobenen Forderungen nach einer integralen ökologischen Produktgestaltung wurden Kriterien für die Produktbewertung benannt, die wir im folgenden darstellen wollen. Das Kriterium der Umweltverträglichkeit wird mittlerweile allgemein eingefordert oder zumindest akzeptiert. So schreibt eine BDI-Vertreterin, die "umwelt- und recyclinggerechte Gestaltung von Produkten" erfolge "nach Kriterien wie z.B. Ressourcenschonung, Umweltverträglichkeit, Entsorgungs- und Recyclingfreundlichkeit sowie Schadstoff- und Abfallreduzierung bzw. -vermeidung."²³¹ Unklar bzw. umstritten bleibt allerdings, was genau "umweltverträglich" oder "entsorgungsfreundlich" bedeutet. Die verbraucherpolitische Kritik am Öko-Marketing ebenso wie die unternehmensinternen Ansätze einer ökologischen Produktgestaltung ziehen in dieser Frage zwei Bewertungsmaßstäbe heran: die Langfristigkeit und die "Ganzheitlichkeit". Jede Operationalisierung der Kriterien für umweltverträgliche Produkte muß demnach zum einen darauf achten, daß sie langfristig angelegt ist (z.B. bei der Folgenabschätzung, bei der Frage der betroffenen Akteure oder bei der Marktbeobachtung), und sie muß zweitens darauf achten, daß sie die notwendige Differenzierung der Bewertungsaspekte mit einer umfassenden, möglichst viele Aspekte einbeziehenden Betrachtungsweise verbindet (z.B. den Verpackungsaspekt und den der Abwasserbelastung).

Allerdings steht eine solche geforderte "integrierte Betrachtungsweise" vor ganz praktischen Problemen: eine umfassende Umweltverträglichkeitsprüfung ist enorm kosten- und zeitaufwendig und die Methoden sind noch nicht ausgereift. Ein relativ weit entwickelter Ansatz für eine umfassende Bewertung der Umweltverträglichkeit eines Produkts ist die sog. "Produktlinienanalyse" (PLA).²³² Dabei werden alle Phasen im Lebenszyklus eines Produkts (von der Rohstofferschließung und Verarbeitung über die Produk-

²²⁹Ursula Hansen, Haushalte im Markt, a.a.O., S. 174.

²³⁰Vgl. Walter R. Stahel, Langlebigkeit und Materialrecycling. Strategien zur Vermeidung von Abfällen im Bereich der Produkte, Essen 1991

²³¹Margit Urbanietz, a.a.O., S. 32

²³²Vgl. Projektgruppe Ökologische Wirtschaft, Produktlinienanalyse - Bedürfnisse, Produkte und ihre Folgen, Köln 1987

tion bis hin zu Transport und Beseitigung) unter den Gesichtspunkten ihrer Natur-, Gesellschafts- und Wirtschaftsverträglichkeit untersucht und bewertet. Allerdings sind die einzelnen Analyseschritte der PLA noch nicht hinreichend operationalisiert. An der Bewertung von Bedürfnissen findet die PLA zudem ihre Grenze; sie setzt beim vorhandenen Produkt, nicht bei den ihm zugrundeliegenden Bedürfnis- und Konsumstrukturen an. Besonders die Bedürfnisse nach "symbolischem Nutzen" (wie Statusgewinn, Identitätsausdruck) können mit diesem Instrument schwer erfaßt werden. Das hat Erika Mink am Beispiel der kaufrelevanten symbolischen Besetzung des Autos (Status- und Männlichkeitssymbol, Geborgenheit, Unabhängigkeit) gezeigt. Sie weist auch darauf hin, daß die PLA die politischen Gestaltungspotentiale vernachlässige. Eine Entscheidung gegen das Auto als Verkehrsmittel aus Gründen sozialer und ökologischer Verträglichkeit könne nur politisch getroffen werden. Die PLA könne die politische Diskussion und Entscheidung nicht ersetzen.²³³ Ferner müßte geklärt werden, in welcher Form dieses Bewertungsinstrument institutionalisiert werden soll: als Mittel der Selbstkontrolle durch das Management, als Bestandteil gewerkschaftlicher Mitbestimmung oder im Rahmen der behördlichen bzw. öffentlichen Kontrolle.²³⁴

Bei den vorgestellten Entwicklungen des Öko-Marketing und des Öko-Management spielen "ökologische" Argumente die ausschlaggebende Rolle. Den VertreterInnen von Öko-Marketing und ökologischer Produktgestaltung geht es in erster Linie um eine umweltverträgliche, d.h. energie- und ressourcenschonende, emissionsarme, abfallreduzierende Produktion und Produktentwicklung. Gesellschaftliche und politische Kriterien, wie es sie in der Konsumdebatte der VerbraucherInnenbewegung gibt, spielen kaum eine Rolle. Das ist unter der Perspektive der Abfallvermeidung insofern von Interesse, als dadurch die Diskussion über die sozialen und ökologischen Folgen bestimmter Konsumstrukturen aus dem Blick geraten. Die gesamte Diskussion über Konsumeinschränkung oder -verzicht, Konsumboykott, verantwortlichen Konsum oder die Problematisierung bestimmter Bedürfnisse hat in Marketing und Produktgestaltung bisher kaum eine Entsprechung gefunden. Lediglich die konzeptionelle Integration von "Lebensqualität" in die Unternehmensstrategie und die Forderung nach einer Einbeziehung der VerbraucherInnen in die Produktgestaltung operieren mit Kriterien der Sozialverträglichkeit der Produkte. Auch dabei allerdings sind die globalen "sozialen" Werte nicht genau definiert und müssen konkretisiert werden.

²³³Vgl. Erika Mink, Produktlinie Auto: Fehlende Antworten der Produktlinienanalyse auf Bedürfnisstruktur und Produktgestaltung. In: IfÖR (Hg.), Perspektive Abfallvermeidung, a.a.O., S. 135 ff.

²³⁴Der Sachverständigenrat für Umweltfragen plädiert hier für eine Mischung aus Option eins und drei wenn er fordert, Unternehmen sollten durch gesetzgeberische Maßnahmen dazu gebracht werden, selber Produktlinienanalysen vorzunehmen und zu veröffentlichen. Dabei schlägt er eine "gesetzliche Erweiterung des Genehmigungsverfahrens nach dem Bundes-Immissionsschutzgesetz" vor (Sachverständigenrat für Umweltfragen, a.a.O., S. 278, Tz. 937).

Über den Inhalt und die Operationalisierungsformen der Kriterien für eine umweltverträgliche, abfallarme und sozialverträgliche Produkt- und Produktionsgestaltung muß es unseres Erachtens eine gesellschaftliche Debatte geben, in die die VerbraucherInnen und Verbraucherverbände, Wissenschaft und Industrie einzubeziehen sind. Aus dieser Debatte sollte auch die Politik Konsequenzen für ihre umweltpolitischen und abfallvermeidenden Rahmenvorgaben ziehen. Der Sachverständigenrat für Umweltfragen kommt in diesem Punkt zu folgendem Ergebnis:

"Wie die vorstehenden Ausführungen zeigten, folgt aus dem inneren Zusammenhang von Produktion und Abfall keineswegs selbstverständlich, daß sich moderne Technologien bzw. Produktentwicklungen und umweltverträgliche Abfallwirtschaft in der wünschenswerten Beziehung zueinander entwickeln. Bisherige Erfahrungen legen eher den Schluß nahe, daß die Intentionen moderner Produktentwicklung und diejenigen umweltverträglicher Abfallwirtschaft einander entgegengerichtet sind. (...) Darum ist die Umweltpolitik gefordert, sich mit den oben beschriebenen Hindernissen auseinanderzusetzen und die Voraussetzungen zu schaffen, die die heute noch nicht bestehende Einbeziehung abfallwirtschaftlicher Gesichtspunkte in die Planung und Entwicklung von Produkten und Produktionsprozessen ermöglichen bzw. unterstützen. Dabei sind klare umweltpolitische Rahmensetzungen und Zielvorgaben von größter Bedeutung, um die Unternehmen zu veranlassen, der Vermeidung von Reststoffen und Abfällen, insbesondere von Problemstoffen, den nötigen Rang einzuräumen."²³⁵

²³⁵Der Rat von Sachverständigen für Umweltfragen, a.a.O., S. 207, Tz. 714

Als Fazit des sechsten Kapitels ist festzuhalten:

- 1) Umweltschutz allgemein und neuerdings verstärkt auch die Abfallproblematik sind für die Kauf- bzw. Nicht-Kaufentscheidungen der KonsumentInnen in den letzten Jahren immer wichtiger geworden. Die unternehmerischen Antworten auf diese Marktveränderungen lauten hier vor allem "Öko-Marketing" und "integrierender Umweltschutz". Die Realisierung ökologischer und abfallvermeidender Ansätze in den Unternehmensstrategien ist allerdings sehr unterschiedlich ausgeprägt.
- 2) Nicht jede Absatzstrategie, die Umweltschutz- oder Abfallvermeidungsaspekte hervorhebt, kann als echtes Öko-Marketing verstanden werden. In den Augen kritischer Beobachter (Umweltschutz- und Verbraucherverbände, ökologische Unternehmer) liegt Öko-Marketing nur dort vor, wo es zu einer umfassenden und langfristig orientierten Bewertung und Gestaltung des Produkts in seinem ganzen Lebenszyklus kommt. Darüber hinaus muß ein "Marketing für Ökologie" auf die den Produkten zugrundeliegenden Bedürfnisse reflektieren und sie unter einer Vermeidungsperspektive bewerten. Die Kommunikation einzelner ökologischer Produktverbesserungen wird als "Öko-Kosmetik" kritisiert.
- 3) Umweltschutz und Abfallvermeidung sind keine zusätzlichen und isolierbaren Unternehmensaktivitäten, sondern betreffen als "Chefsache" und "Querschnittsaufgabe" alle konzeptionellen und operativen Unternehmensbereiche - also neben dem Marketing auch den Einkauf, die Produktentwicklung, die Herstellung und die Entsorgung. Ökologische Krise und Marktentwicklung stellen die gesamte Unternehmensorganisation und speziell das Management vor neue Herausforderungen. Management-Konzepte, die auf mehr Selbstorganisation und stärkere Orientierung am Kundeninteresse setzen, haben dabei strategische Vorteile.
- 4) KonsumwissenschaftlerInnen und Verbraucherverbände diskutieren die Möglichkeiten und Grenzen einer Beteiligung der VerbraucherInnen an der Produktentwicklung und -gestaltung. Aufgrund ihres Gebrauchswissens und ihrer Nutzungserfahrungen sollten die VerbraucherInnen an der unternehmerischen Produktpolitik beteiligt werden. Deren soziale und ökologische Umorientierung könnte durch solche Maßnahmen (VerbraucherInnenmitbestimmung, Kundenforen, Planungszellen usw.) unterstützt und forciert werden. Probleme stellen dieser Diskussion zufolge allerdings die innerbetriebliche Legitimation, die Kompetenz und die Interessenorganisation der VerbraucherInnen dar.
- 5) Die Bewertungskriterien für eine umweltfreundliche und abfallvermeidende Produktgestaltung sind weniger weit entwickelt als in der Konsumdebatte. Die vorliegenden Bewertungsinstrumentarien (Produktlinienanalyse, Öko-Bilanzen) weisen im Hinblick auf Konsumstrukturen und Institutionalisierungsformen charakteristische Grenzen auf. Sie diskutieren die Umweltverträglichkeit von Produkten auf ökologischer bzw. toxikologischer Ebene. Kriterien der Sozialverträglichkeit sind weniger weit entwickelt. Die in der Diskussion befindlichen Kriterien für

eine umwelt- und sozialverträgliche Produktpolitik sind sehr unterschiedlich. Sie sollten aufeinander bezogen werden und bedürfen der politischen Klärung und Festlegung.

7. Die zentrale Bedeutung der Marktstrukturen und des Handels für Abfallvermeidungsstrategien

Die zentrale Stellung des Handels und seine Druckposition gegenüber den Herstellern ist in den letzten Jahren dadurch verstärkt ins öffentliche Bewußtsein getreten, daß einzelne Handelsketten/Großvermarkter und Kaufhäuser mit Umweltschutzargumenten ihre Haltung begründeten, bestimmte Produkte nicht mehr einzukaufen und anzubieten. Die einflußreiche Position des Handels gegenüber den Herstellern beruht darauf, daß er nicht auf den Verkauf von bestimmten Einzelprodukten festgelegt ist, sondern innerhalb einer Produktgruppe (oder Produktpalette) einzelne Produkte bevorzugen oder ablehnen kann, ohne damit sein Umsatzinteresse insgesamt infragestellen zu müssen.

Diesen Spielraum nutzten seit Mitte der achtziger Jahre einzelne Handelsketten, indem sie, mit einer "umweltbewußten Firmenphilosophie" aufzutreten begannen. Sie übernahmen damit eine Vorreiterrolle bei der Aufnahme des Umweltbewußtseins in die Zielsetzungen von Unternehmen.

So erregte der im Einzelhandel marktbeherrschende Schweizer Konzern Migros in Umweltschützerkreisen dadurch Aufmerksamkeit, daß er schon 1985 Zahnpastatuben ohne den üblichen Pappkarton anbot, um seiner Firmenphilosophie entsprechend überflüssigen Verpackungsmüll einzusparen.²³⁶ Die bundesdeutsche Handelskette Tengelmann nahm zu dieser Zeit Schildkrötensuppen aus ihrem Sortiment, da sie mit ihrer Verkaufspraxis nicht das Aussterben dieser bedrohten Tierart unterstützen wollte. Und die BP AG Deutschland verpflichtete 1985 alle ihre Lieferanten, nur noch asbestfreie Produkte zu liefern.²³⁷

Indem die Handelsketten und Vermarkter einzelne in der Öffentlichkeit gerade diskutierte Umweltschutzargumente zur Ablehnung bestimmter Produkte aufnahmen, verstärkten sie diese Diskussionen und übten direkten Druck auf die Produktgestaltung ihrer Lieferanten aus.

Auf eine solche indirekte Steuerung der Produktgestaltung zielte das politische Instrument der Rücknahmeverpflichtung von Verpackungsmaterialien, die von der Verabschiedung der Verpackungsverordnung 1991 in Deutschland zusammen mit der Verordnung eines Pfandzwangs auf Getränkeverpackungen als rahmengesetzliche Vorgabe in der politischen Diskussion war.

Dem Handel kommt bei einer solchen Pfand- und Rücknahmeverpflichtung eine zentrale Rolle zu, da die Einzelhändlerverkaufsstellen dann zur Müllannahme- und Sammelstelle der zurückgegebenen Verpackungen würden. Das hätte für sie die Konsequenz, entscheidend

²³⁶Ausblick 4/90, S. 17: "Letztlich zählt nur der Wille - Migros, das positive Gegenbeispiel"

²³⁷Vgl. Gablers Magazin 6/91, S. 19

mehr Lagerplätze und (Sortier-)Personal zur Verfügung stellen zu müssen. Deshalb wäre zu erwarten, daß der Handel Druck auf seine Lieferanten/Hersteller ausübt, um überflüssige Verpackungsarten und -materialien einzusparen und "intelligente Lösungen" für ein wirklich notwendiges Minimum an Verpackungsfunktion zu finden. Die politische Vorgabe einer Rücknahmeverpflichtung rekurriert also auf diese Druckposition des Handels. Das Zusammenwirken von Handel und Herstellern wäre maßgeblich durch die Interessen des Handels am Aufbau einer verpackungseinsparenden Entsorgungslogistik bestimmt, und der Handel selbst wäre gezwungen worden, seine Entsorgungsfunktion gleichrangig mit seiner Distributionsfunktion wahrzunehmen.

Dagegen wehrte sich die Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels (HDE) im Vorfeld der erwarteten Neuregelungen 1990 entschieden. Ihr Sprecher Hubertus Tessar kritisierte, mit dieser Regelung würden die Verkaufsstellen "zur Zwischenlagerstätte für den Müll der Nation" gemacht.²³⁸ Was das bedeutete, hatten die "Auspackaktionen" gezeigt, die zu dieser Zeit von den Verbraucherinitiativen in verschiedenen Orten als Protestaktionen gegen den Verpackungsmüll durchgeführt wurden. Die KäuferInnen hatten dabei demonstrativ die Verpackungen der gekauften Waren an den Zahlkassen entfernt und zurückgelassen, was nach Auskunft eines anderen Sprechers des HDE den Verkaufs- und Kassiervorgang belastet hatte.²³⁹ Der Hauptverband des Deutschen Lebensmitteleinzelhandels (HLV) lehnte eine generelle Rücknahmeverpflichtung von Verpackungen ebenfalls ab. Sein Sprecher Johann-Anton Pernice stellte als Alternative ein "duales Abfallwirtschaftskonzept" vor, das anstelle der Abfallsammlung in den Verkaufsstellen auf eine Wertstoffsammlung an den Haushalten setzt und als gemeinsames Konzept von Industrie und Handel weiter ausgearbeitet werden sollte.²⁴⁰

Die "Rücknahmeverordnung", die am 13.6.1991 schließlich als "Verordnung über die Vermeidung von Verpackungsabfällen" (Verpackungsverordnung - VerpackV) von der Bundesregierung verabschiedet wurde, hat dieses "duale Abfallwirtschaftskonzept" für den entscheidenden Bereich der Verkaufsverpackungen in die Verordnung eingebaut.

Verkaufsverpackungen sind Verpackungen, die von den KäuferInnen zum Schutz und Gebrauch der Waren und zum Heimtransport mit nach Hause genommen werden müssen. Für diese Behältnisse und Umhüllungen entfällt eine Rücknahmeverpflichtung der Hersteller und Vertreiber, "wenn sie sich an einem System beteiligen, das flächendeckend im Einzugsgebiet des nach Absatz 1 verpflichteten Vertreibers eine regelmäßige Abholung gebrauchter Verkaufsver-

²³⁸Frankfurter Rundschau vom 16.6.1990: "Töpfers Verpackungspläne - Mit knüppelharter Politik gegen die Müllflut"

²³⁹Baseler Zeitung vom 31.8.1990: "Einzelhandel will nicht Mülltonne der Nation sein"

²⁴⁰Süddeutsche Zeitung vom 6.6.1990: "Töpfer verlangt das Unmögliche"

packungen beim Endverbraucher oder in der Nähe des Endverbrauchers in ausreichender Weise gewährleistet ..." und die Anforderung von Sammel-, Sortier- und Verwertungsquoten erfüllt, die die VerpackVO für einzelne Abfallfraktionen (Glas, Papier etc.) in unterschiedlichen Prozentzahlen vorschreibt.²⁴¹

Ein solches System wurde im Juli 1991 unter Beteiligung von 400 Unternehmen der Konsumgüterindustrie, der Verpackungswirtschaft und des Handels der Öffentlichkeit unter dem Namen "Duales System Deutschland" (DSD) vorgestellt. Die DSD ist eine Finanzierungsgesellschaft mit angeschlossenen Entsorgungsunternehmen, die eine Sammel- und Verwertungsgarantie für alle Verpackungen von Produkten übernimmt, die einen "Grünen Punkt" tragen. Dieses neue Umweltsiegel dürfen Hersteller nur gegen ein Nutzungsentgelt aufdrucken, das ihnen pro Stück vom DSD in Rechnung gestellt wird. Dafür müssen sie Verträge mit dem DSD schließen und im Schnitt 2 Pfennig bezahlen, die sie auf den Verkaufspreis des Produktes aufschlagen können. Die DSD verpflichtet sich dafür, die mit einem grünen Punkt gekennzeichneten Verpackungen entsprechend der Anforderungen der Verpackungsverordnung haushaltsnah einzusammeln und der Wiederverwertung zuzuführen. Sie hat sich dafür Verwertungsgarantien der entsprechenden Branchen der Verpackungswirtschaft geben lassen (Glasindustrie, Weißblechindustrie, Aluminiumindustrie, Kunststoffindustrie, Verbundhersteller) oder eigene Gesellschaften als Garantiegeber gegründet (so die Interseroh AG für Papier und Pappe, da die Papierindustrie keine Verwertungsgarantie geben wollte).²⁴²

Die Verkaufsverpackungen sollen also nicht beim Handel zurückgenommen und gesammelt werden, sondern in die DSD-eigenen gelben Tonnen mit dem grünen Punkt entsorgt werden, die flächendeckend in den Wohnorten aufgestellt werden sollen. Der Handel ist damit von einem gewichtigen Teil der Distributionslogistik befreit worden, die Hersteller aber auch von dem möglichen Druck des Handels auf verpackungsvermeidende und verpackungsminimierende Produktgestaltung. Für viele Kritiker der Verpackungsverordnung fällt daher durch dieses "Schlupfloch DSD" in der Rücknahmeverpflichtung der wichtige Regulierungsmechanismus einer marktbestimmten Aussteuerung der Abfallentsorgungsinteressen zwischen Handel und Herstellern aus. Statt einer Integration der Entsorgungslogistik in den Stoffkreislauf von Produktion - Distribution - Entsorgung und wiederverwertender (Re-)Produktion werde die Abfallbewirtschaftung der Verkaufsverpackungen als ein eigener Distributions- und Wiederverwertungskreislauf aufgebaut, der von

²⁴¹Bundesgesetzblatt Nr. 36 vom 20.6.1991, Bonn, Z 5702, S. 1235

²⁴²Bundesverband der Deutschen Entsorgungswirtschaft e.V. (Hg.), Umweltschonende Entsorgung: Duales System in der Praxis. Die Umsetzung der Verpackungsverordnung, Köln 1991

der industriellen Entwicklung im Produktkreislauf abgekoppelt ist.²⁴³

Für den Bereich der Transportverpackungen dagegen, die in der verabschiedeten Verpackungsverordnung mit Geltung ab dem 31.12.1991 konsequent durch eine Rücknahmeverpflichtung der Hersteller und Vertreiber geregelt wurde, ist eine Tendenz zu "intelligenten Lösungen" in der Distributionslogistik nach Aussage von Experten schon nach nur wenigen Monaten des Inkrafttretens der Regelung zu erkennen. So würden Einwegpaletten mehrheitlich durch Mehrwegsysteme ersetzt.

Für Umverpackungen - das sind überwiegend Blister- und Skinverpackungen, die zur Diebstahlsicherung und als Werbeträger in den Verkaufsräumen dienen - ist ein solcher Effekt der Verpackungseinsparung ebenfalls zu erwarten, wenn die KäuferInnen ab dem 1.4.1992 - dem Zeitpunkt, ab dem die VerpackVO eine Rücknahmeverpflichtung auch für diese Verpackungsart festgeschrieben hat - diese Verpackungen im Kaufhaus zurücklassen dürfen.

Die gewichtige Kritik an der Verpackungsverordnung - sie setze die marktwirtschaftlichen Aussteuerungsmechanismen außer Kraft - trifft vor allem auch deswegen zu, weil dem DSD eine einmalige Monopolstellung in der Wertstoff-Bewirtschaftung zugebilligt wird. Dies hat bereits zu einer Überprüfung durch das Bundeskartellamt geführt.²⁴⁴ Die DSD ist nicht nur eine Finanzierungsgesellschaft, sondern hat eine Monopolstellung aufgrund des ausschließlichen Zulassungsrechts zu dem von ihr beherrschten Markt. Nur die DSD kann den "Grünen Punkt" vergeben. "Die DSD regelt den Zugang aller Beteiligten zum System. Sie sitzt am Eingang und entscheidet sowohl über diejenigen, die im System mitmachen wollen, weil sie ihren Verpackungsmüll loswerden wollen, als auch über diejenigen, die im Auftrag der DSD den gesamten Verpackungsmüll weiter verwerten, was auch immer sie damit machen".²⁴⁵ Ließe beispielsweise ein Hersteller gemäß der VerpackVO die Verkaufsverpackungen seines Produkts, die - einmal angenommen - ausschließlich aus Pappe bestehen, statt durch die DSD-eigene Interseroh durch einen kommunalen Eigenbetrieb entsorgen und in einer nicht bei der Interseroh unter Vertrag stehenden Papierfabrik zu Altpapier aufbereiten, dürfte er nicht den "Grünen Punkt" auf sein Produkt aufdrucken. Damit würde den KäuferInnen nicht

²⁴³Matthias Raith, Infrastrukturerfordernisse und -probleme einer flächendeckenden Entsorgung. In: Ernst Ulrich von Weizsäcker (Hg.), Weniger Abfall - gute Entsorgung, Bonn 1991, S. 91

²⁴⁴Daß das Kartellamt das DSD dennoch gebilligt hat, liegt nicht daran, daß der Monopolvorwurf entkräftet wurde, sondern daran, daß der Bundeswirtschaftsminister besondere Gemeinnutz-Interessen geltend machte.

²⁴⁵Joschka Fischer, Der Beitrag der Verpackungsverordnung zur Vermeidung von Abfällen. In: Dr. Jürgen Schneider Stiftung "Verpackung - Mehr als Müll?" Tagungsband zum 1. Internationalen Umweltkongreß der Dr. Jürgen Schneider-Stiftung, Darmstadt/Mainz/Leipzig 1991, S. 160

klar, daß auch diese Verpackung wiederverwertet wird. Deshalb wird die Monopolstellung des DSD und seine Absicherung durch ein neues Umwelt-Siegel nicht nur von Umweltorganisationen wie dem BUND oder Verbraucherorganisationen wie der AgV²⁴⁶ kritisiert. Auch kleine und mittlere Unternehmen der Branche üben Kritik, wie Michael Zacharias von der Dr. Jürgen Schneider-Stiftung: "Betrachtet man die ökonomischen Auswirkungen der Verpackungsverordnung und ihrer Umsetzung, dann stellt sich die Frage, ob hier nicht eine unerwünschte wirtschaftliche Konzentration gefördert wird und enorme volkswirtschaftliche Mittel in Systeme gelenkt werden, die technisch, wirtschaftlich und ökologisch keine optimale Lösung darstellen. Eine konsequente Förderung von Mehrwegverpackungen hätte unserer Einschätzung nach sowohl die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft gestärkt als auch eine Entlastung von Verpackungsabfällen und Verringerung von Umweltbelastungen insgesamt erreicht."²⁴⁷ Statt auf einen indirekten Marktsteuerungsmechanismus zu setzen (Rücknahmeverpflichtung), der in der Verordnung paradoxerweise zugleich wieder außer Kraft gesetzt wird, werden andere politische Vorgaben gefordert.

Die Haupteinwände gegen die Verpackungsverordnung lassen sich in folgende Punkte zusammenfassen:

1. "Die Verpackungsverordnung setzt nicht auf eine Vermeidung von Abfällen, sondern vorwiegend auf deren Verwertung."²⁴⁸
"Der BUND-Abfallexperte Andreas Fußer kritisierte in einer schriftlichen Stellungnahme zu der geplanten Rechtsverordnung aus dem Hause Töpfer, mit dem >Dualen System< werde die abfallwirtschaftliche Zielhierarchie auf den Kopf gestellt. Anstelle von Abfallvermeidung setze man einseitig auf Recycling."²⁴⁹
2. Die stoffliche Verwertung wird in der Verpackungsverordnung nicht zur Pflicht gemacht. Es wird keinerlei Verpflichtung zum Recycling vorgegeben. Die ÖTV kritisierte deshalb die VerpackVO als eine "Mogelpackung"²⁵⁰. Die ÖTV-Vorsitzende Monika Wulf-Mathies bezeichnete die Behauptung, daß das DSD der Wiederverwertung dienen solle, als eine "Recycling-Lüge", da der Verpackungsmüll in den DSD-Tonnen wieder unsortiert in unterschiedlichster Zusammensetzung landen werde. Vermischter

²⁴⁶Vgl. Duales System - ein Segen für die Umwelt? In: Verbraucherpolitische Korrespondenz, Nr. 30 vom 30.7.91

²⁴⁷Michael Zacharias, Technologie-Transfer - eine alte Idee neu verpackt? In: Dr. Jürgen Schneider-Stiftung, a.a.O., S. 43. Die Schneider-Stiftung fühlt sich dem Transfer umweltfreundlicher Technologien verpflichtet und unterstützt vor allem kleine und mittlere Betriebe.

²⁴⁸ebenda, S. 41

²⁴⁹Presseinformation des BUND vom 8.8.1990

²⁵⁰Baseler Zeitung vom 7.8.1990: "ÖTV spricht von >Mogelpackung<"

Abfall aber sei erfahrungsgemäß schwer wiederzuverwerten.²⁵¹ Tatsächlich ist in der verabschiedeten VerpackVO (im Gegensatz zum 1. Entwurf) die Kennzeichnungspflicht für die Art der Verpackungsmaterialien herausgefallen, die eine Voraussetzung für die sortenweise Vorsortierung für die Wiederaufbereitung ist.

Auch der Leiter des Fachgebiets Abfallwirtschaft der TU Berlin, Prof. Dr. Karl Thomé-Kozmiensky, stellt diesen Punkt ins Zentrum: "Der Schlüssel an der ganzen Geschichte ist, daß sichergestellt wird, daß das Material nach der Sortierung nicht auf dem Müllplatz landet, und wir es nachher in der Müllverbrennungsanlage oder der Deponie wiederfinden."²⁵²

3. Da die gesammelten Verkaufsverpackungen nach der VerpackVO nicht als Abfall, sondern als Wirtschaftsgüter (Wertstoffe) behandelt werden, entgleiten sie der Kontrolle der Abfallbehörden. "Somit entfällt eine nachvollziehbare Erfolgskontrolle im Hinblick auf die stoffliche Verwertung. Im gemeinsamen EG-Markt ab 1993 schlagen fehlende Kontrollmöglichkeiten besonders hart zu Buche, weil die besagten Wertstoffe dann auch auf verschlungene Exportwege geschickt werden können".²⁵³ Vor allem Greenpeace Deutschland schlägt deswegen Alarm. Schon jetzt halten die Deutschen (nicht pro Kopf, sondern in absoluten Mengen gesehen) den Weltrekord im Müllexport und exportieren dreimal so viel wie die USA.²⁵⁴
4. Das komplizierte System der Sicherstellung des Verwertungsgebots durch den Nachweis von Verwertungsquoten wird kritisiert, da in der Verordnung nicht angeführt wird, wer die Quoten erbringt und wer kontrolliert. "Die Kontrolle muß sichergestellt werden. Es nutzt nichts, Quoten aufzustellen, wenn man nicht Systeme findet, wer denn wen wie kontrollieren könnte."²⁵⁵
5. Die Art der stofflichen Verwertung - das WIE - wird in der Verpackungsverordnung nicht normiert. Damit können problematische Materialien wie PVC z.B. ein Umweltsiegel bekommen, wenn sie recycelt werden, statt völlig aus der Produktion herausgenommen zu werden. Das Wiederverwertungsgebot der Verpackungsverordnung ist ein rein quantitatives und ignoriert den qualitativen Aspekt der Schadstoffvermeidung im Abfallproblem.

²⁵¹Frankfurter Rundschau vom 27.8.1990: "Recycling nur eine >Lüge<?"

²⁵²Karl J. Thomé-Kozmiensky, Duale Abfallwirtschaftchancen, Probleme, Risiken. In: Dr. Jürgen Schneider-Stiftung, a.a.O., S. 56

²⁵³Joschka Fischer, a.a.O., S. 147

²⁵⁴Christiane Greife/Andreas Bernstorff, Zum Beispiel Giftmüll, a.a.O.

²⁵⁵Karl J. Thomé-Kozmiensky, a.a.O., S. 57

So plant die Firma Tetra Pak beispielsweise in einer Pilotanlage in Diez, Verbundkartons für Getränke zu häckseln, in kleine Chips zu mahlen und zu Platten zu pressen. Diese Platten sollen vor allem in der Möbel- und Bauindustrie Verwendung finden.²⁵⁶ Ob diese Leichtmöbel dann gesundheitsverträglich sind oder nicht in 5 Jahren einen ähnlichen Skandal provozieren werden wie vor Jahren bestimmte Holzschutzmittel, muß Tetra Pak nach der Verpackungsverordnung nicht vorab prüfen.

Wird der Anspruch der Verpackungsverordnung als eine "Verordnung zur Vermeidung von Verpackungsabfällen" (so die offizielle Bezeichnung) ernstgenommen, dann müssen die vorgegebenen Zielfestlegungen und politischen Instrumentarien aus zwei Hauptgründen als unzulänglich oder schlicht als falsch beurteilt werden:

1. Weder in der Zielfestlegung noch durch die politischen Instrumentarien wird angestrebt, das breite Spektrum der Verpackungsmaterialien und -stoffe einzuschränken.
2. Weder in der Zielfestlegung noch durch die politischen Instrumentarien wird angestrebt, das breite Spektrum der Schadstoffe in den Verpackungsmaterialien (erst einmal festzustellen und dann) zu vermeiden.

Ob die Verpackungsverordnung und das mit ihr ins Leben gerufene Duale System Deutschland einen Beitrag zur quantitativen Verminderung von Verpackungsabfällen leisten werden, bleibt abzuwarten. Das Problem zu vieler Stoffe und zu vieler Schadstoffe wird durch diese politische Vorgabe nicht ins Visier genommen.

Deshalb ist dem Hessischen Minister für Umwelt, Energie und Bundesangelegenheiten, Joschka Fischer, zuzustimmen, wenn er kritisiert, daß die Verpackungsverordnung die Müllvermeidung vertagt und im einzelnen aufzählt:

"Vertagt wurden von der Bundesregierung unter anderem:

- die Festlegung ökologischer Kriterien zur umweltverträglichen Vermeidung von Verpackungsmaterial,
- die Kennzeichnungspflicht für Verpackungen,
- das Verbot für Verpackungen aus ökologisch bedenklichen Materialien,
- das PVC-Verbot."²⁵⁷

Für eine Festlegung von ökologischen Kriterien zur umweltverträglichen Vermeidung müßte die Bundesregierung ihren ausschließlich quantitativen Ansatz einer indirekten Steuerung von Müllmengen aufgeben. Auf die Entschließung des Bundesrats anlässlich der

²⁵⁶Wirtschaft und Umwelt Heft 6/1991: "Kartonverpackungen: Verband plant Recycling von Getränkekartons", S. 10

²⁵⁷Joschka Fischer, a.a.O., S. 146

Zustimmung zur Verpackungsverordnung hin haben der Bundesumweltminister und das Bundesumweltamt einen umfassenden Forschungsauftrag an drei wissenschaftliche Institute (unter Federführung des Fraunhofer Instituts für Verpackungswesen und Lebensmitteltechnologie in München) vergeben, in dem eine gesamtökologische Bilanz aller Verpackungsmaterialien aufgestellt werden soll.²⁵⁸ Dieser Forschungsauftrag soll der Bestimmung von Kriterien dienen, die kennzeichnen, was auf dem Stand des heutigen Wissens als ökologisch verträglich bzw. unverträglich gelten soll. Ob und wie die Ergebnisse dieser Studie in den Prozeß der politischen Zielfestlegungen eingebracht werden, bleibt abzuwarten. Die politischen Instrumente der Rücknahmeverpflichtung und des Pfandzwangs, auf die die Verpackungsverordnung bei Nichteinhaltung der Quoten zurückgreifen kann, geben jedenfalls keine Eingriffsmöglichkeiten im Sinne der Vermeidung von ökologisch unverträglichen Verpackungstoffen vor. Auch unter dem Gesichtspunkt der Überprüfung politischer Rahmenvorgaben auf ihre soziale Verträglichkeit hin muß der Ansatz einer generellen Rücknahmeverpflichtung und Bepfändung als Abfallverminderungsstrategie problematisiert werden. Das indirekte Steuerungsinstrumentarium setzt die Verkaufsstellen des Einzelhandels unter einen Druck, der als unzumutbare Verschlechterung der Arbeitsbedingungen der dort Beschäftigten - das sind in der Mehrzahl Frauen, die beispielsweise als Kassierinnen angestellt sind - von der Gewerkschaft Handel, Banken und Versicherungen (HBV) zurückgewiesen wird. Ähnlich wie die HBV kritisierte auch der Bundestagsabgeordnete Klaus Kübler, daß die 2,8 Mio. ArbeitnehmerInnen im Handel "auch noch als Müllmänner und -frauen zusätzlich" belastet werden sollen.²⁵⁹ Bettina Markmeyer beschrieb in der "tageszeitung" die Situation, die in den Verkaufsstellen entsteht, wenn eine Kundin gemäß der VerpackVO Umhüllungen schon beim Einkaufen im Geschäft zurücklassen möchte, als gleichermaßen unzumutbar für die KassiererIn wie für die Kundin: "Immer wieder hätten ungeduldige KundInnenschlangen in meinem Rücken, wenn ich versuchte, eine unnütze Folie oder eine überflüssige Tüte abzulehnen, nicht nur mir, sondern auch den VerkäuferInnen hinter unzähligen Käse- und Fleischtheken Nervenstärke abverlangt. Vermutlich mehr als Herr Töpfer braucht, wenn er sich entschließt, eine neue Verordnung basteln zu lassen. Ihm steht ein Heer von Beamten, die alle genügend Zeit haben, zur Verfügung, während Frauen diesseits und jenseits der Verkaufstische in den neonbeleuchteten Tiefparterren bundesdeutscher Kaufhäuser den Verpackungsstreit sozusagen ehrenamtlich ausfechten müssen."²⁶⁰

²⁵⁸Ministerium für Umwelt Baden-Württemberg, Stellungnahme vom 24.5.1991 zum Antrag der Fraktion der SPD zum Vorgehen des Landes nach der Verabschiedung der Verordnung zur Vermeidung von Verpackungsabfällen im Bundesrat, Stuttgart 1991, S. 7

²⁵⁹Frankfurter Rundschau vom 23.7.1990: "Kein Gramm weniger Müll"

²⁶⁰tageszeitung vom 25.9.1990: "Absurdes Theater made by Minister Töpfer"

Werden zur Beurteilung der sozialen Unverträglichkeit eines politischen Instrumentariums wie bei der Beurteilung von Produkten auch die Kriterien der Verursachung von individuellen Kosten an Mehrarbeit, Arbeitsbelastung (Streß) und Zeit herangezogen, dann ist eine abschließende Wertung von der Frage abhängig, ob diese individuellen Mehrkosten durch andere politische Vorgaben vermieden werden könnten.

Eine solche politische Alternative formulierte der stellvertretende SPD-Fraktionsvorsitzende Harald Schäfer für seine Partei: "Die SPD wolle dort ansetzen, >wo man ansetzen muß: an der Herstellung<".²⁶¹ In diesem politischen Ansatz schon bei den Herstellern sind sich viele Kritiker der VerpackVO einig. Würden der Druck und das Interesse an abfallvermeidender und -vermindernder Verpackungsgestaltung unmittelbar schon bei den Herstellern aufgebaut statt beim Handel, entfielen die individuellen Kosten, die für die KundInnen und VerkäuferInnen bei der sozialen Interaktion während der Verpackungsrückgabe in den Einzelhandelsverkaufsstellen anfallen.

Im Sinne eines solchen Ansatzes bei der Herstellung werden eine Einwegabgabe für Getränkeverpackungen und eine Sondermüllabgabe gefordert.²⁶² Ein Programm zur Einführung von Umweltsteuern oder Abgaben auf den Verbrauch von Energie und wichtigen Ressourcen, auf die Verursachung von Emissionen und bestimmten Abfällen ist ebenso im Gespräch wie die Einschränkung der Sortenvielfalt bei Kunststoffverpackungen auf zwei bis drei Kunststoffarten und ein PVC-Verbot für Verpackungsmaterial.²⁶³ Auch der Sachverständigenrat für Umweltfragen plädierte in einem Sondergutachten 1990 für Ordnungsinstrumente wie Verwahrungsgebühren für besonders gefährliche Sonderabfälle, Erhöhung der Beseitigungskosten etc. (die z.T. von einzelnen Kommunen aufgewendet werden) und für ein generelles Verbot von PVC in Verpackungen und von Cadmium in Verbindung mit PVC-Produkten, das nur durch die Bundesregierung erlassen werden könnte.

Als Hauptinstrumentarien, die als politische Vorgaben schon bei der Produktgestaltung von Verpackungen auf eine Material-, Sorten- und Schadstoffeinsparung hinwirken, werden immer wieder genannt:

- Produktionsverbote
- Verbot des Exports von Abfällen aus Recyclingprozessen
- Kennzeichnung von Verpackungsmaterialien
- Steuern.

²⁶¹tageszeitung vom 3.8.1990: Verpackungsverordnung ist "umweltpolitischer Sündenfall"

²⁶²ebenda

²⁶³Erny Hildebrand, Schluß mit dem Verpackungswahn. In: Natürlich 1/91, S. 131

Sonderabgaben betreffen vor allem den Schutz der Mehrwegsysteme von Getränkeverpackungen. Statt unterschiedsloser Bepfändung von Einweg- wie Mehrweggefäßen, die die VerpackVO im Falle der Nichteinhaltung von Mehrwegquoten vorsieht, wird ein Verbot von Getränke-Aludosen (wie in Irland und Dänemark) gefordert und Abgaben auf Einwegware. Eberhard Feess-Dörr und Ulrich Steger erklären "das geringe Interesse des Handels an Mehrwegsystemen dadurch, daß bei ihm höhere Handlingkosten anfallen und in vielen Marktsegmenten zudem mit der gebrauchsfreundlichen Einwegverpackung bei gleichen Produkten höhere Deckungsbeträge erzielt werden als mit der Mehrwegverpackung. Gerade streng kalkulierende Handelsketten wie Aldi sind deshalb um die Aufrechterhaltung des Einwegverkaufs bemüht."²⁶⁴

KritikerInnen fürchten deshalb vor allem, daß die Verpackungsverordnung und das Duale System zu einer Destabilisierung der Mehrwegsysteme für Getränkeflaschen führen werden. So stellte auch Andreas Fußer in einer Abfall-Schwachstellenanalyse des Hertie-Konzerns fest: "Die Rücknahme von vermischtem Leergut verursacht zur Zeit noch Mehreinsatz von Personal, weswegen die Mehrwegsysteme auf großen Widerstand stoßen."²⁶⁵ Mehrwegverpackungen müssen als Leergut vom Ort der VerbraucherInnen zum Abfüller zurücktransportiert werden, Einwegverpackungen brauchen diesen Rücklauf nicht, nur den Transport zur Müll- bzw. Wertstoff-Tonne.²⁶⁶ Das Transportaufkommen schlägt sich in der Distributions- und Entsorgungslogistik der Hersteller wie Vermarkter als bestimmender Kostenfaktor nieder. Das Transportaufkommen für die Wertstoff-Abfuhr nach dem Dualen System wird hingegen pauschal von den Herstellern über ihren Anschluß- und Benutzerpreis an das DSD zu entrichten sein und den KäuferInnen mit einem Aufpreis für die Wiederverwertung in Rechnung gestellt. Der Druck, lange Transportwege aus Kostengründen einzusparen und die Distributionslogistik so dezentral wie möglich zu gestalten, entfällt beim Dualen System. Ein ernstzunehmendes Argument, das das DSD aufgrund von sozialer Unverträglichkeit kritisiert, verweist auf eine erhebliche Zunahme an Transportaufkommen als Folge der monopolistisch organisierten, privatwirtschaftlichen Wertstoff-Einsammlung und (Re-)Produktion. Es wird nicht nur erheblich mehr Müllwagen geben, sondern diese werden auch erheblich längere Wege zurücklegen.

Der Direktor des Berliner Umweltbundesamtes, Professor Werner Schenkel, hat einen ursächlichen Zusammenhang zwischen Einwegverpackungen und zentralisierten Produktions- und Verteilungsstrukturen aufgezeigt: "Einweg ist eine Strategie, um zentrale Produk-

²⁶⁴Eberhard Feess-Dörr/Ulrich Steger, "Denkfehler in Bonn". In: Die Zeit vom 17.4.1991

²⁶⁵Andreas Fußer, Abfallvermeidung im Warenhaus - Probleme und Perspektiven. In: IFÖR (Hg.), Perspektive Abfallvermeidung, Berlin 1991, S. 104

²⁶⁶Andreas Golding, Ökologisch orientierte Mehrwegsysteme. In: IFÖR (Hg.), Perspektive Abfallvermeidung, a.a.O.

tions- und Verteilungsstrukturen durchzusetzen. Es ist derzeit schwierig zu erkennen, welche Investitionen zur Ausweitung der Dosenverpackung kohlenensäurehaltiger Getränke in Weißblech und Aluminium richtig sind. Nach einer Auflistung des Bayerischen Brauereibundes hat sich in der Zeit von 1986 bis 1991 der Inlandsabsatz der in Dosen abgefüllten Biermengen fast verdreifacht. Zu welchen Lasten? Wenn die Bitburger-Brauerei als die letzte große deutsche Brauerei nun auch zur Dosenverpackung übergeht, dann schrillen die Alarmglocken. Es scheint beim Handel das groteske Mißverständnis zu herrschen, das Duale System und der Grüne Punkt seinen bereits erfolgreich! Mehrweg könne nun durch Einweg ersetzt werden, wenn es nur den Grünen Punkt trägt."²⁶⁷

Die Bitburger-Brauerei hatte nach Verabschiedung der Verpackungsverordnung in einer aufsehenerregenden Presseerklärung bekannt gemacht, daß sie aus Konkurrenzgründen durch das Duale System gezwungen würde, ihr Bier ebenfalls in Aludosen abzufüllen, da die Distribution und Entsorgung dieser Einwegverpackungen nach dem DS schlicht kostengünstiger sein werde als das aufwendige Mehrwegsystem der Pfandflasche. Statt in diesem zentralen Punkt bei den Verkaufsverpackungen das Umweltbewußtsein des Handels einzuklagen, fehlen hier politische Vorgaben, die das Mehrwegsystem schon bei den Herstellern unterstützen und auch ökonomisch rentabler machen.

Dennoch gibt es Modelle und Ansätze des Handels, seinen Spielraum für eine ökologische und abfallminimierende (Einkaufs-)Politik zu nutzen. Einige dieser Modelle, in denen bereits praktisch und effektiv nach Kriterien der Umweltverträglichkeit gehandelt wird, sollen im folgenden kurz vorgestellt werden.

Das bekannteste Beispiel für eine konsequente ökologische Unternehmenspolitik ist das bereits angeführte Schweizer Handelshaus Migros, das mit 500 Filialen, 20.000 Lieferanten, 30.000 Sortimentsprodukten und 6.200 MitarbeiterInnen ein Gigant der Branche ist. Aus Gründen der Abfallminimierung wurden Mitte der achtziger Jahre nicht nur die Kartonverpackungen der Zahnpastatuben aus dem Verkauf herausgenommen, auch die Einwegflaschen, in denen Milch, Säfte und Sprudel verkauft wurden, verschwanden aus dem Angebot. Die Umstellung auf Mehrwegsysteme erforderte einen erheblichen Personal- und Platzaufwand in den Geschäften, und der Umsatz an Zahnpastatuben ging anfangs wegen des unattraktiven Aussehens der Produkte zurück. Inzwischen haben sich aber die Umstellungen nach Auskunft von Wolfgang Brokatzky, der die Umweltaktivitäten des Konzerns koordiniert, rentiert.²⁶⁸

Die Abfallbewirtschaftung bei Migros zielt darauf ab, möglichst wenig Müll zu erzeugen und möglichst viel Material wiederzuver-

²⁶⁷Werner Schenkel, Umschließen, Ausschließen, Verschließen - Verpacken. In: Dr. Jürgen Schneider-Stiftung, a.a.O., S. 70

²⁶⁸Ausblick 4/90, S. 17: "Letztlich zählt nur der Wille" - Migros, das positive Gegenbeispiel"

werten. Mit Hilfe eines firmeneigenen Computerprogrammes zur Öko-Bilanzierung wurden in den letzten 3 Jahren über 1000 Produkte und Verpackungen von der Rohstoffgewinnung bis zum Verkauf und zur Entsorgung auf ihre Luft- und Wasserbelastung, ihren Energiebedarf und Möglichkeiten der Abfallbeseitigung untersucht und erfaßt. PVC-Verpackungen wurden durch chlorfreie Kunststoffe ersetzt, Gewürzgläser auf Leichtglas statt Standardglas umgestellt. Bei den Joghurtbechern wurde das Bechergewicht um 10% verringert. Es wurde geprüft, bei welchen Lebensmitteln das Tiefgefrieren im Sinne einer ökologischen Bilanz sinnvoller ist als das Einfüllen in Konservendosen. Und aus verkehrspolitischen Erwägungen werden die Hälfte aller Gütertransporte der Migros nicht per LKW, sondern per Bahn bewältigt.²⁶⁹ Damit ist die Handelskette Migros ein eindrucksvolles Beispiel dafür, wie das Kriterium Verkehrsbelastung (soziale Kosten) als ein wichtiger Indikator für soziale Unverträglichkeit in einem unternehmerischen Konzept der Abfallverminderung aufgenommen wird.

Ein bekanntes Beispiel für eine konsequent geplante Abfallvermeidungs- und Verminderungsstrategie in Deutschland ist der Hertie-Konzern, der seine Filiale in Frankfurt-Höchst beispielhaft durch Experten des BUND auf Abfallverminderungspotentiale bei den Verpackungen durchchecken ließ. Als erstes führten diese einen gründlichen "Shop-Check" aller Verpackungen durch und systematisierten die Probleme. Als einen Problemschwerpunkt machten sie beispielsweise die Blister und Skinverpackungen aus, die im Kaufhaus "nahezu inflationär angewandt" werden.²⁷⁰

Als Kriterien zur Beurteilung von Verpackungen legten sie zugrunde:

- Aufwendigkeit der Verpackungen (Gewicht und Volumen)
- Energieverbrauch bei der Herstellung
- Abfallaufkommen durch Produktion und Gebrauch
- Schadstoffprobleme
- Emissionsaufkommen im Lebenslauf der Verpackung
- Mehrwegfähigkeit
- Recyclingfähigkeit.

Danach erstellten sie eine Rangfolge von Packmitteln, die das Kaufhaus im Sinne einer Nachordnung erreichen soll:

1. unverpackt und lose
2. Direktabfüllung in vom Kunden mitgebrachte Verpackungen
3. Mehrwegverpackungen
4. Nachfüllverpackungen
5. Einwegverpackungen.

²⁶⁹ebenda

²⁷⁰Andreas Fußer, Abfallvermeidung im Warenhaus - Probleme und Perspektiven, a.a.O., S. 100 ff.

Entsprechend dieser Rangfolge bewerteten sie die einzelnen Verpackungsbereiche und unterbreiteten konkrete Vorschläge zur Verbesserung wie z.B. die Einrichtung eines eigenen Redistributionsystems für Leergut oder Kooperation mit bestehenden oder neu zu schaffenden Dienstleistungsunternehmen zur Leergutrückführung (Schaffung eines externen Leergutbetriebes also).

Das entscheidende Instrumentarium für die Umsetzung dieser Vorschläge ist ein strategischer Stufenplan, der kurzfristige, mittelfristige und langfristige Maßnahmen unterscheidet und langfristige Zielvorgaben definiert. So verspricht Hertie, nach einer Übergangszeit von 3-5 Jahren keine Produkte in PVC-Verpackungen mehr zu führen. Das Kaufhaus verpflichtet sich zur Auslistung von umweltproblematischen Stoffen: "HERTIE teilt den Lieferanten mit, daß künftig Artikel in bestimmten umweltproblematischen Verpackungen konsequent ausgelistet werden. Der Industrie wird eine ausreichende Frist zur Umstellung der Produktion gewährt."²⁷¹

Eine solche Strategie des Auslistens praktizieren inzwischen bereits mehrere Handelsketten und Kaufhäuser (z.B. REWE). Die Kriterien für ihren Nichtkauf variieren dabei je nach Zielsetzung und Einschätzung der Umweltschutzabteilungen dieser Firmen. So hat sich die Karstadt AG nach Darstellung ihres Umweltschutzbeauftragten Klaus Wilmsen vier Ziele gesetzt:

- Sortiment: Forcierung von umweltschonenden Produkten und deren Herstellung
- Verpackung: Reduzierung von Verpackungen bzw. Umstellung auf umweltschonende Gebinde
- Materialien und Hilfsstoffe: Einsparung bzw. Umstellung auf umweltverträglichere Alternativen
- Entsorgung: Fachgerechte Entsorgung von Produkten und Materialien insbesondere unter dem Gesichtspunkt der Wiederverwertung.²⁷²

Nach einer Bestandsaufnahme, die der Konzern unter diesen Gesichtspunkten vor 2 Jahren durchführen ließ, wurden die Produkte eingestuft. Als Kriterien der Einstufung dienten u.a.:

- FCKW-frei oder reduziert
- phosphatfrei
- biologisch abbaubare Wirkstoffe
- aus Recyclingpapier hergestellt
- aus Naturprodukten hergestellt
- quecksilberfrei bzw. -arm

²⁷¹ebenda, S. 109

²⁷²Klaus Wilmsen, Pull-Effekt à la Öko. In: absatzwirtschaft 11/91, S. 60

- energiesparend
- geräuscharm.

Auffallend an dieser Kriterienliste ist, daß es sich um ökologische bzw. toxikologische Kriterien handelt. Als ein Ausnahmebeispiel, bei dem ein Artikel aus sozialen Gründen geordert wird, führte Klaus Wilmsen den Kauf von Baumwoll-Tragebeuteln mit dem Karstadt-Umweltsymbol an, die anstelle der Plastiktragetaschen angeboten werden sollen und von dem schon anderthalb Millionen Stück verkauft wurden: "Wir beziehen die Beutel zur Unterstützung der Dritten Welt aus Vietnam".²⁷³

²⁷³ebenda S. 65

Als Fazit des siebten Kapitels läßt sich festhalten:

- 1) Die zentrale Bedeutung des Handels für eine Politik der Abfallvermeidung und -verminderung hängt direkt mit seiner Mittlerfunktion zwischen EndverbraucherInnen und Herstellern zusammen. Er gibt die Änderungen des Kaufverhaltens und der Ansprüche der KonsumentInnen an Qualität und Quantität der Waren als Signale zur Produktgestaltung an die Industrie weiter oder kann dies zumindest tun. Die Produktpolitik des Handels setzt die Hersteller in qualitativer und quantitativer Hinsicht unter Druck.
- 2) Die Ökologiedebatte, die verbraucherpolitische Debatte und die politische Abfalldiskussion (z.B. über Rücknahmeverpflichtungen und Zwangspfänder) haben den Handel und mittelbar auch die Hersteller in den letzten Jahren in Zugzwang gebracht. Teile des Handels haben daraufhin mit einer ökologisch orientierten "Politik des Auslistens" reagiert und so den Druck an die Hersteller weitergegeben. Die Mehrheit der Handelshäuser und der Einzelhandelsverband haben sich allerdings dem Gegendruck der Industrie - vor allem der Verpackungsindustrie - gebeugt und sich am "Dualen System Deutschland" (DSD) beteiligt. Dabei spielten organisatorische und Kostengründe die Hauptrolle.
- 3) Die Verpackungsverordnung der Bundesregierung erlaubt den Herstellern und dem Handel, Verkaufsverpackungen dann nicht zurückzunehmen, wenn die Erfassung des Verpackungsabfalls durch ein privatwirtschaftliches und flächendeckendes Entsorgungs- und Verwertungssystem nach bestimmten Verwertungsquoten geregelt ist. Dem möglichen Entlastungseffekt der kommunalen Abfallentsorgung durch das DSD stehen eine Reihe negativer Effekte gegenüber, die von verschiedenen Kritikern aus der Politik, den Umwelt- und Verbraucherverbänden und den Klein- und Mittelbetrieben moniert werden:
 - Die Verpackungsverordnung setze auf stoffliche Verwertung und stelle damit die abfallpolitisch gebotene Zielhierarchie auf den Kopf, die vom Vorrang der Vermeidung ausgeht. Der Handel werde aus seiner Rolle entlassen, den Druck zur Abfallvermeidung an die Industrie weiterzugeben. Der "Grüne Punkt" benachteilige Mehrwegsysteme und deklariere die "Ex-und-Hopp-Mentalität" zur ökologischen Tugend.
 - Die stoffliche Verwertung selbst werde nicht hinreichend geregelt und sei noch nicht hinreichend sichergestellt. Problemstoffe (z.B. PVC) würden auf diese Weise weiterproduziert, anstatt verboten zu werden.
 - Die Verwandlung von Abfällen in Wertstoffe (Wirtschaftsgüter) entziehe wichtige Teile des Abfalls der öffentlichen Gestaltbarkeit und produziere Kontrolldefizite (Gefahr des Müllexports).
 - Unter ordnungspolitischen Gesichtspunkten sei die Errichtung eines Verwertungsmonopols durch die DSD zu befürchten, das längerfristig zu höheren volkswirtschaftlichen Entsorgungskosten führen werde und die kommunalen Bemühungen zur Abfallvermeidung bzw. -verminderung gefährde.

- Zentralistische Struktur und Finanzierungsmodalitäten nähmen von Herstellern und Handelslogistik den Druck, Transportwege aus Kostengründen einzusparen; ein Mehr an Transport wird befürchtet.

- 4) Eine andere Strategie, mit dem Abfallproblem von seiten des Handels umzugehen, besteht in der Entwicklung einer abfallvermeidenden/-vermindernden Sortimentspolitik. Diesen Weg sind einzelne Handelshäuser im In- und Ausland z.T. freiwillig gegangen. Am bekanntesten ist das Beispiel des Schweizer Migros-Konzerns, der seit der Mitte der achtziger Jahre auf der Basis einer computergestützten Öko-Bilanzierung gezielt auf umweltverträgliche und abfallvermeidende/-vermindernde Produkte und Transportmittel setzt. Trotz anfänglicher Umsatzprobleme in einzelnen Bereichen konnte Migros seine marktführende Stellung in der Schweiz festigen und der Industrie starke Vermeidungsimpulse geben. In der Bundesrepublik gibt es erste Ansätze, die in eine ähnliche Richtung weisen. Zusammen mit BUND-Abfallexperten bemüht sich etwa der Hertie-Konzern in einer zeitlich gestuften Strategie, eine möglichst verpackungsarme Produktpalette anzubieten. Die Karstadt AG strebt an, ökologisch und toxikologisch als problematisch eingestufte Produkte und -gruppen (z.B. FCKW, Phosphat, Quecksilber) aus ihrem Angebot zu nehmen und durch umweltfreundliche Produktalternativen zu ersetzen. Verpackungsreduktion wird hier ebenfalls angestrebt.

8. Die VerbraucherInnen-Interessen in kommunalen Abfallvermeidungsstrategien

Die Notwendigkeit einer Beteiligung der Öffentlichkeit an behördlichen Planungs- und Entscheidungsprozessen ist in den letzten Jahren zunehmend - nicht zuletzt durch eine Vielzahl verwaltungsrechtlicher Klagen gegen Ansiedlungsprojekte aus dem Abfallbereich - ins Blickfeld der politischen Diskussion gerückt.

"BürgerInnenbeteiligung" schon bei der Produktgestaltung ist auch eine zentrale Forderung der VerbraucherInnenbewegung seit Mitte der achtziger Jahre.²⁷⁴ Der Forderung nach BürgerInnenbeteiligung bei der Entwicklung und Gestaltung kommunaler Abfallwirtschaftskonzepte liegt dasselbe Verständnis von partizipativer Demokratie zugrunde. Es geht von der Aushandlung der Interessen unterschiedlicher Akteure in einem kommunikativen Gestaltungsprozeß aus. Diese Forderung wurde mit Nachdruck in dem Gesetzesentwurf für ein Volksbegehren "Das bessere Müllkonzept" von dem gleichnamigen Zusammenschluß der bayerischen Anti-Müll-Bürgerinitiativen erhoben: "Eine wichtige Vorschrift des Gesetzesentwurfs ist die permanente Beteiligung der Öffentlichkeit: Emissionsdaten müssen offengelegt, Bürger und Verbände bei der Erstellung von Abfallwirtschaftsplänen beteiligt werden."²⁷⁵ Dennoch gibt es unseres Wissens keine Gesamtbewertung eines kommunalen Abfallwirtschaftskonzeptes oder eines kommunalen Modellprojekts zur Abfallvermeidung aus der Sicht von BürgerInnen, die im Auftrag einer Kommune erstellt wurde. Das ist insofern erstaunlich, als diese Konzepte - wie wir schon in Kapitel 4 unserer Studie gezeigt haben - in hohem Maße nicht nur auf die Akzeptanz, sondern auf die aktive Beteiligung der (End-)VerbraucherInnen und ihre unbezahlte Arbeit rekurrieren. Das betrifft vor allem die Einführung von Abfall- und Wertstoffsammelsystemen, die auf Trennung und Vorsortierung der einzelnen Müllfraktionen im Haushalt aufbauen, und es betrifft Sammel- und Abfuhrsysteme, die durch verschiedene monetäre Anreize bei der Gebührengestaltung zu müllsparenden Formen des Haushaltes motivieren sollen. Ebenso rekuriert die kommunale Abfallberatung für EndverbraucherInnen, die zum abfallarmen Einkauf, dauerhafter Nutzung und Wiederverwertung von Produkten statt Ex- und Hopp-Verhalten rät, auf eine recht weitreichende Umstellung der Konsum- und Lebensgewohnheiten der KonsumentInnen.

Bevor wir zur Darstellung und Einschätzung dieser beiden zentralen Instrumente kommunaler Abfallvermeidungs- und Verminderungsstrategien kommen, zu denen inzwischen eine Reihe von Erfahrungsberichten vorliegen, sollen kurz die Möglichkeiten bzw. Grenzen kommunaler Abfallvermeidungs- und -verminderungsstrategien dargestellt werden.

²⁷⁴Vgl. Kapitel 6 dieser Studie

²⁷⁵Brigitte Parzich/Erika Barwig, "Das bessere Müllkonzept" - Einfälle gegen Abfälle. In: Günter Altner/Barbara Mettler-Meibom/Udo E. Simonis/Ernst U. von Weizsäcker (Hg.), Jahrbuch Ökologie 1992, München 1991, S. 258 f.

Die Kompetenz zum Erlassen von Gesetzen, von ausführenden Verordnungen und technischen Normen zur Abfallbehandlung (wie beispielsweise der TA Abfall) liegt ausschließlich beim Bund bzw. bei den Ländern. Bis 1986 war das Abfallgesetz ein reines "Gesetz über die Beseitigung von Abfällen" (so der damalige Titel). Mit der am 27.8.1986 verabschiedeten neuen Fassung wurde der Abfallwirtschaft eine neue Zielhierarchie vorgegeben, die Abfallvermeidung vor Abfallverwertung vor schadarmen Beseitigung vorschrieb.²⁷⁶

Aus dem Vorrang der Vermeidung vor der Verwertung ergibt sich für die Kommunen beispielsweise, daß die Eigenkompostierung stets einer getrennten Sammlung von Bioabfall vorzuziehen ist.²⁷⁷

Mit der Verpackungsverordnung vom 13.6.1991 hat der Bund von seiner in § 14 Abfallgesetz festgelegten Ermächtigung zur Erlassung von Rechtsverordnungen Gebrauch gemacht, die das Abfallvermeidungsgebot umsetzen sollen. Für die Kommunen hat diese Regelung einerseits eine reale Entlastung ihrer Kapazitäten von Verpackungsabfall zur Folge, andererseits aber auch eine Bedrohung der in ihrer Regie eingerichteten "Verwertungspfade" durch den Aufbau eines zweiten, "dualen" privatwirtschaftlich organisierten Sammel- und Verwertungssystems.²⁷⁸

Auf Abfallvermeidung gerichtete Normen und Verordnungen können nach dem Abfallgesetz allein auf Bundesebene beschlossen werden. Den Kommunen, die zur Abfuhr des Mülls und seiner Bewirtschaftung verpflichtet sind, bleibt dementsprechend ein eingeschränkter Handlungsspielraum unterhalb dieser gesetzgeberischen Ebene.

Dennoch haben einige Kommunen (z.B. Bielefeld) eine erstaunliche Vielfalt von Steuerungsinstrumentarien und Modellen zur Abfallvermeidung und -minimierung entwickelt, die sich nach einer Darstellung von Andreas Wiebe (Bielefeld) wie folgt systematisieren lassen²⁷⁹:

- Maßnahmen des direkten Behördenhandelns: Dazu gehören die Beschaffungspolitik der Kommunen für den kommunalen Eigenbedarf und der Aufbau einer (häufig den Abfallämtern eingegliederten) Verwaltungseinheit, die für Abfallberatung und Umweltaufklärung zuständig ist. Im Bielefelder Konzept ist das eine in die Öffentlichkeits-Abteilung der Kommunen integrierte Abfallberatung. Die Abfallberatung umfaßt eine eigene Abteilung der

²⁷⁶Vgl. Der Sachverständigenrat für Umweltfragen, Abfallwirtschaft. Sondergutachten September 1990, Stuttgart 1991, S. 60-65 (Tz. 181-207)

²⁷⁷B. Gallenkemper/H. Doedens, Getrennte Sammlung von Wertstoffen als Hausmüll, Berlin 1988, S. 3

²⁷⁸Vgl. unsere Bewertung des Dualen Systems in Kapitel 7 dieser Studie und am Ende dieses Kapitels

²⁷⁹Andreas Wiebe, Kommunale Steuerungsinstrumente für eine ökologische Abfallwirtschaft. In: IfÖR (Hg.), Ökologische Abfallwirtschaft, a.a.O., S. 211

Handels- und Gewerbeberatung. Diese kann Vereinbarungen nur auf freiwilliger Basis erreichen, hat in Bielefeld trotzdem ermutigende Ergebnisse gezeigt.²⁸⁰

- Maßnahmen des ordnungsbehördlichen Handelns: Dazu gehören die Sonderabfallüberwachung und der Aufbau eines Gewerbekatasters, Kontrollaufgaben vor Ort, Stellungnahmen der unteren Abfallwirtschaftsbehörde in Genehmigungsverfahren nach AbfG und BImSchG und kommunale Kontrolleure in privaten Entsorgungsbetrieben.
- Ökonomische Steuerungsinstrumente: Diese können als Erhöhung der Entsorgungskosten eingeführt werden, als Gebührendifferenzierungsmodelle und indirekte Kostensteigerungen. Das Bielefelder Abfallwirtschaftskonzept sieht eine lineare Verringerung der Abfallgebühren vor, wobei ein kleineres Behältervolumen nur gegen die Verpflichtung zur Beteiligung am Getrenntsameln und Kompostieren ausgegeben wird.²⁸¹ Die Kompostierung kann als Eigenkompostierung oder als Gemeinschaftskompostierung erfolgen, wofür die Kommune sowohl finanzielle wie Beratungshilfen anbietet.²⁸²
- Der Beteiligung der Öffentlichkeit und der Information der Öffentlichkeit über die geplanten Maßnahmen der Kommune räumt Andreas Wiebe einen eigenen, wichtigen Punkt im Katalog möglicher kommunaler Maßnahmen zur Abfallvermeidung bzw. -minderung ein.

Andere Autoren wie Torsten Warncke des Bremer Umweltinstituts führten das Instrument der wirtschaftspolitischen Förderung als weitere Möglichkeit ökonomischer Steuerungsinstrumente an.²⁸³ Das im Auftrag der Alternativen Liste Berlin erarbeitete ökologische Abfallkonzept für Berlin sah solche Maßnahmen vor, indem die zur damaligen Zeit geltende Berlinförderung für die Ansiedlung von Gewerbebetrieben nur nach Gesichtspunkten abfallarmer Produktion vergeben werden sollte.²⁸⁴

²⁸⁰So verpflichtete sich beispielsweise eine Molkerei freiwillig zur Lieferung von Milch an die Schulen in Mehrwegflaschen. Siehe Stadt Bielefeld, Zwischenbericht zum Abfallwirtschaftskonzept, Februar 1989

²⁸¹Hans Heinrich Lindemann/Andreas Wiebe, Die Hausmüllgebührenstruktur als Anreiz für Abfallvermeidung und -verwertung. In: Natur-Recht 4/91, S. 171

²⁸²ebenda, S. 176

²⁸³Torsten Warncke, Einflußmöglichkeiten der Kommunen auf die Abfallmenge. In: AGÖF (Hg.), Abfallvermeidung - Stand und Perspektiven, München 1988, S. 37 ff.

²⁸⁴Vgl. Gerd Jordan, Ein alternatives Konzept zur Vermeidung von Abfall in Berlin. In: AGÖF (Hg.), a.a.O., S. 97 ff.

Erfahrungen mit dem Einsatz der kommunalen Wirtschaftsförderung für (flankierende) Abfallvermeidungsmaßnahmen scheinen noch nicht vorzuliegen, sondern vorerst mehr im Bereich der Vorschläge zu bleiben. So schlägt Basche 1991 vor, den Einsatz von abfallarmen Technologien mit einer Anreiz-Förderung zu verstärken.²⁸⁵ Finanzierungshilfen zur Abfallvermeidung werden z.Zt. im Landkreis München an Molkereien vergeben, die in Lebensmittelgeschäften Milchzapfautomaten aufgestellt haben.²⁸⁶ Die Wirtschaftsförderung als Instrument zur Abfallvermeidung ist für eine ganze Reihe von Projekten möglich. Gisela Dörr schlägt folgende Unterstützungsmaßnahmen vor:

- Die Existenzgründung von öffentlichen Reparaturbetrieben (Auto- oder Fahrradwerkstätten), die schadstoff- und abfallarme Werkzeuge und Materialien zur Verfügung stellen;
- Autowaschanlagen, die mit Brauchwasser arbeiten;
- Starthilfen für Hersteller und Vertreiber von Mehrwegprodukten;
- Bürgschaften für die Produktionsumstellung auf abfallarme/ökologisch sinnvolle Produkte; - Subventionen im Fremdenverkehrs-/Touristikbereich für Maßnahmen zur abfallarmen Bewirtung;
- Subventionen für Wäschereibetriebe, wenn sie auf ökologische Wasch- und Pflegemittel umrüsten.²⁸⁷

Die Liste der Förderung von konkreten Umrüstungsmaßnahmen in den Betrieben läßt sich sicher erweitern. Entscheidend an diesem Ansatz ist, daß der Gedanke der Abfallverminderung wie in den Industrie- und Handelsunternehmen auch in den Kommunen "zur Chefsache" gemacht wird (d.h. in diesem Fall zur Sache der kommunalen Wirtschaftsplanung) und daß Konzepte gefunden werden, das ressortegoistische Denken der verschiedenen kommunalen Verwaltungseinheiten zu überwinden.

Unter dem Gesichtspunkt der "BürgerInnenbeteiligung" ist von den ökonomischen Steuerungsinstrumenten die Neugestaltung der Abfuhr- und Gebührensatzungen als "Belohnungsstrategie" für die Abfallverminderung der Haushalte bisher am ausführlichsten diskutiert und dokumentiert. Aus der Überlegung heraus, durch abfallmengenabhängige Gebührenstaffelung Anreize für die Reduzierung der Hausmüllmengen zu geben, hatte der bayerische Landkreis Bad Kissingen 1990 ein Wertmarkensystem erproben lassen. Die Haushalte erhielten einen Block mit 52 Wertmarken, die sie auf den Müllbehälter kleben mußten, damit er entleert wurde. Mußte der Behälter nicht entleert werden, konnten die Wertmarken gespart

²⁸⁵Iris Basche, Abfallvermeidung durch Abfallberatung und Konsumverzicht. In: K. Wiemer/M. Kern (Hg.), Weniger Abfall. Entwicklungen in der Abfallwirtschaft nach der Verpackungsverordnung. Abfall-Wirtschaft Bd. 8, Witzenhäuser 1991

²⁸⁶Gisela Dörr, Brainstorming zum Thema Müllvermeidung im Do-It-Yourself-Bereich und bei der Hausarbeit, unveröffentlichtes Arbeitspapier, Frankfurt 1991

²⁸⁷ebenda

werden und - falls nicht benötigt - gegen Rückerstattung anteiliger Gebühren zurückgegeben werden. Solche Wertmarkenversuche wurden in verschiedenen Varianten auch in Glauburg und Alsfeld (Hessen) und Fuchstal (Bayern) durchgeführt.

Die Ergebnisse des Bad Kissinger Modells lassen keine bedeutsame Förderung von abfallsparendem Verhalten erkennen. Die einwohnerspezifische Hausmüllmenge lag nicht niedriger als in vergleichbaren Landkreisen. Das heißt: "Unter Zugrundelegung dieser spezifischen Müllmengen kann eine signifikante Reduzierung der Restmüllmengen nicht angenommen werden."²⁸⁸ Dennoch ergab eine begleitende Akzeptanzprüfung, bei der die Bevölkerung nach ihrer Meinung zu den Wertmarken befragt wurde, daß die Mehrheit der Befragten das neue Gebührensystem positiv aufnahm und seine Beibehaltung wünschte.²⁸⁹

Muß dieses Umfrageergebnis als Ausdruck der immer wieder feststellbaren Diskrepanz zwischen Umweltbewußtsein und tatsächlichem Verhalten interpretiert werden, so lassen die empirisch feststellbaren Fakten wenig Zweideutigkeiten in bezug auf die geringe positive Beeinflussung des tatsächlichen Verhaltens durch das geänderte Gebührenmodell offen: Für die Reinigung von Abfallbehältern an Parkplätzen, vor allem von uneinsehbaren und wenig frequentierten Parkplätzen, mußte der Landkreis nach Einführung des Wertmarkensystems erheblich höhere Reinigungskosten aufbringen. Die Abfallmengen stiegen um ca. 50%. Der Landkreis Böblingen, in dem es während eines ähnlich angelegten Versuchs der Gebührenstaffelung ebenfalls zu dieser Erscheinung des "Parkplatz-Müllens" kam, führte deshalb zur Kontrolle zwei sogenannte "Müll-Sheriffs" ein.²⁹⁰

Der Landkreis Esslingen führt seit dem 1.1.1991 einen Versuch mit dem ähnlich funktionierenden Wertbündelsystem durch, der noch nicht abgeschlossen ist, nach einer vorläufigen Einschätzung von Karlheinz Scheffold jedoch radikale Verhaltensänderungen der Beteiligten erwarten läßt "im positiven wie im negativen Sinne."²⁹¹ Bei diesem Versuch wird der Inhalt des Abfallbehälters vermessen und bewertet. Bürger schlugen die Messung des Volumens im Abfallbehälter vor. "Das ergibt aus abfallwirtschaftlicher Sicht jedoch keinen Sinn, da zwischen Volumen im Gefäß, im Fahrzeug oder auf der Deponie kein Zusammenhang besteht. Die

²⁸⁸Udo Meyer, Kommunale Konzepte zur Abfallvermeidung - Ein Überblick. In: IfÖR (Hg.), Perspektive Abfallvermeidung, a.a.O., S. 187

²⁸⁹ebenda

²⁹⁰Vgl. Irmgard Schultz/Monika Weiland, a.a.O., S. 61

²⁹¹Karlheinz Scheffold, Ökonomische Instrumente zur Abfallvermeidung und -verwertung. In: IfÖR (Hg.), a.a.O. S. 229

Kosten der Abfuhr und der Behandlung werden von der Masse und der Qualität bestimmt."²⁹²

Traditionell richtete sich die Höhe der Abfallgebühren im Hausmüllbereich entweder nach der Behälter- oder nach der Haushaltsgröße, wobei eine degressive Preisstaffelung üblich war. Das bedeutete, daß größere Behälter pro - "Literpreis" gesehen - kostengünstiger waren. Außerdem schrieben die meisten kommunalen Abfuhrsatzungen ein Mindestbehältervolumen (zwischen 30 und 40 Liter je Einwohner/Woche) vor. VerbraucherInnen, die wenig Müll (pro Woche) erzeugten, wurden daher mit diesem System "bestraft". Als Anreiz zur Mülleinsparung wird deshalb eine Verwiegung der tatsächlich anfallenden Müllmengen und deren Bezahlung in einem nach Abfallmengen differenzierenden Gebührensystem gefordert. Der technische Aufwand für ein solches System der Verwiegung ist beträchtlich: die Müllbehälter müssen mit einer eindeutigen, automatisch lesbaren und fälschungssicheren Kennung versehen werden (Code-Streifen oder Magnetkarte). Am Müllfahrzeug muß sich ein entsprechendes Lesegerät und eine Wiegevorrichtung befinden. Die Wiegevorrichtung muß eichfähig sein und muß auch bei schräger Stellung des Fahrzeugs eindeutig funktionieren. Das Nettogewicht muß in einer zentralen Datenverarbeitung der Gebührenbescheidstelle ausgewertet werden.

Solche Modellversuche mit dem Verwiegungssystem waren in München, im Landkreis Eberberg, im Saarland und in Wolfsburg²⁹³ geplant. Ein Modellversuch wurde 1991 in Eschborn bei Frankfurt gestartet. Versuche mit der "intelligenten Schüttung", die automatisch den Inhalt eines Gefäßes identifizieren und während des Schütt- und Leervorgangs in 5 bis 7 Sekunden pro Behälter das Inhaltsgewicht ermitteln, sind seit Mitte 1990 im praktischen Einsatz. Erste Erfahrungen aus Esslingen und Billigheim zeigen extrem schwankende Inhaltsgewichte trotz gleicher Voraussetzungen. Karlheinz Scheffold hält die komplizierte technische Gestaltung dieses Systems für machbar. "Das Verhalten der beteiligten Bürger wird Aufschluß darüber geben, ob der Einsatz im MGB-120/240-Bereich sinnvoll ist. Die Beherrschung dieser Technik würde sicher das mangelhafte Bündel-/Wertmarkensystem ablösen."²⁹⁴

So weit wir feststellen konnten, liegen neben den Evaluationsstücken, die sich auf die Akzeptanz der Bevölkerung richten, keine sozialwissenschaftlichen Studien vor, die unter Einbeziehung von sozialstrukturellen (siehe Kapitel 4 dieser Studie) und sozialpsychologischen Faktoren (siehe Kapitel 3 dieser Studie) den Zusammenhang von Gebührenmodellen, Sammelsystemen und Abfallverhalten untersuchen. So müßte die Ausgangsthese dieser Versuche, daß das Abfallverhalten auch wirklich von einer individuellen Kosten-Nutzenrechnung abhängig ist, die die Möglichkeit

²⁹²ebenda

²⁹³Udo Meyer, Kommunale Konzepte zur Abfallvermeidung - Ein Überblick, a.a.O., S. 186

²⁹⁴Karlheinz Scheffold, a.a.O., S. 232

der Einsparung einer relativ kleinen Summe an Müllgebühren im Jahr in Betracht zieht, erst einmal sozialwissenschaftlich verifiziert werden. Balderjahns Unterscheidung zwischen einer mehr materiell ausgerichteten Interessenslage der einkommensschwachen Schichten im Gegensatz zu der mehr auf "Selbstverwirklichung" ausgerichteten Interessenslage der einkommensstarken Bevölkerungsschichten läßt diese Grundannahme zumindest für die Besserverdienenden fraglich erscheinen. So ergab beispielsweise eine Umfrage der Kommune Freiburg, daß nur 28% der Befragten ihre tatsächlichen Müllgebühren kannten, 53% schätzten diese höher ein als sie wirklich waren; trotzdem hielten 67% die Aufwendungen für angemessen, und 30% wären mit einer Erhöhung der Müllgebühren einverstanden.²⁹⁵

Darüber hinaus sind aus sozialpsychologischer Sicht Ansätze von Ländern und Kommunen entschieden zu problematisieren, die mit Kontrollen und Ordnungsstrafen dem Begleiteffekt des "wildem Müllens" beizukommen versuchen.

In einigen kommunalen Müllsatzungen kann bei illegaler Entsorgung ein Bußgeld angedroht werden. So begehen z.B. die BürgerInnen in Vaerstetten eine Ordnungswidrigkeit, wenn sie Wertstoffe in die Mülltonne werfen.²⁹⁶ Eine solche obrigkeitsstaatliche Disziplinierung führt nicht nur zur Institutionalisierung von zweifelhaften neuen Polizeifunktionen (siehe Böblingen), sondern provoziert geradezu eine nachbarschaftliche Blockwartmentalität, die zur "Müllschnüffelei" in Nachbars Tonne wie zur Austragung nachbarschaftlicher Konflikte durch "Fremdmüllern" auffordert. Angesichts einer vielfach besonders für die Deutschen analysierten Tradition der Ordnungs- und Sauberkeitsfixierung, die sozialpsychologisch den Nährboden für autoritäre bis faschistische Verhaltensformen abgibt, sollten diese Ansätze einer ordnungsstaatlichen Sauberkeitsdisziplinierung noch einmal kritisch überprüft werden.

Die Diskussion über kommunale, ordnungsrechtliche Maßnahmen, die sowohl für den Fall vorgesehen sind, daß BürgerInnen falsche Abfall- oder Wertstoffe in die Biotonne werfen²⁹⁷, als auch für die Sanktionierung einer generellen Auflage, daß Wertstoffe separat gesammelt werden müssen²⁹⁸, ist jedoch genau der Punkt, der die Betreiber des neuen Dualen Systems Deutschland in bezug auf das Abfallverhalten der BürgerInnen interessiert: "So verlangte der Sprecher des DSD, Gerhard Rüschen, in einer Presseerklärung im Februar 1992 eine Nachbesserung der Verpackungsverord-

²⁹⁵Stadt Freiburg, Umweltdezernat/Umweltschutzamt, Abfallwirtschaft in Freiburg, Heft 1: Wird unsere Stadt im Müll ersticken? Freiburg 1991

²⁹⁶Iris Basche, a.a.O., S. 215

²⁹⁷Dieter Teufel, Öko-Steuern als marktwirtschaftliches Instrument im Umweltschutz - Vorschläge zu einer ökologischen Steuerreform. In: Das Bessere Müllkonzept. Im Gespräch, Bd. 2, hrg. v. "Das Bessere Müllkonzept Bayern e.V.", Ulm 1989, S. 166

²⁹⁸Iris Basche, a.a.O., S. 215

nung. Der Nestlé-Chef wörtlich: Es fehlen noch einige Dinge vom Gesetzgeber." DSD erfülle "eine quasi hoheitliche Aufgabe", könne aber nicht wie "der Staat auftreten". Mit größter Aufmerksamkeit verfolgt Rüschen deshalb Pläne, nach denen Gemeinden ermächtigt werden sollen, diejenigen Verbraucher "zu bestrafen", die Verpackungen mit einem "Grünen Punkt" in die normalen Mülltonnen werfen.²⁹⁹

Für den Fall, daß sich die BürgerInnen nicht diszipliniert an der Vorsortierung der Abfallstoffe beteiligen und beispielsweise die absehbar steigenden Transportarbeiten umgehen, die das Wegbringen zu den verschiedenen kommunalen und DSD-Tonnen erfordern wird, indem sie Abfall- und Wertstoffe vermischt in die nächstbeste Tonne werfen, ruft das DSD schon jetzt nach ordnungsstaatlichen Sanktionen. Das ist aus der verwertungstechnischen Logik des DSD heraus verständlich. Die BürgerInnenbeteiligung ist der "Knackpunkt" beim Dualen System. Die Möglichkeiten der Wiederverwertung sind vom richtigen Wegbringen und vom Grad der Vorsortierung im Haushalt abhängig³⁰⁰. Deshalb kann zu Recht davon gesprochen werden, daß die Wiederverwertung von Wertstoffen - verfahrenstechnisch gesehen - den ersten Arbeitsgang in die unbezahlte Eigenarbeit verlegt.³⁰¹ Auf die (Haus-)Frauen, die nach allen neuen Untersuchungen zur Hausarbeit nach wie vor in den mehrköpfigen Haushalten die planerischen und ausführenden Hausarbeiterinnen sind, "kommt mit der Einführung des Dualen Systems eine wesentliche Ausweitung der Sortier-, Hol- und Bringarbeiten und darüber hinaus zusätzliche Arbeit für die Informationsbeschaffung zu."³⁰²

Nach Gallenkempers und Doedens Vergleich verschiedener Systeme getrennter Sammlung bieten Holsysteme - das sind Systeme, die die Wertstoffe von den EndverbraucherInnen (ab Haus) abholen - im Gegensatz zu Bringsystemen - das sind Systeme, bei denen die Wertstoffe von den EndverbraucherInnen zu zentralen Sammelstellen (Container z.B.) gebracht werden müssen - einen entscheidend größeren "Benutzerkomfort".³⁰³ Am bequemsten sind Holsysteme mit einem eigenen, festen Behälter pro Wertstoff am Haus. Andererseits geben Gallenkemper und Doedens als Erfahrungswert an, daß die Akzeptanz der HausbesitzerInnen auf 2 Behälter(arten) pro Grundstück begrenzt ist.³⁰⁴ Werden nun die Behälter durch Einfüh-

²⁹⁹Frankfurter Rundschau vom 8.2.1992: "Duales System will mit Grüne-Punkt-Kritikern Kontakt aufnehmen".

³⁰⁰B. Gallenkemper/H. Doedens, a.a.O., S. 68

³⁰¹Irmgard Schultz, Frauen und Müll - Über Müll- und Geschlechtertrennung. In: Wechselwirkung 52/91, S. 8 ff.

³⁰²Irmgard Schultz/Monika Weiland, "Frauen und Müll" - Kommunale Abfallkonzepte aus feministischem Blickwinkel", In: IfÖR (Hg.), a.a.O., S. 46

³⁰³B. Gallenkemper/H. Doedens, a.a.O., S. 244

³⁰⁴ebenda, S. 154

rung des Dualen Systems um DS-Tonnen vermehrt, ist absehbar, daß das DS sich entweder in bereits existierende kommunale (Hol-) Systeme einkaufen (soweit vorhanden) oder aber weniger benutzerfreundliche Bringsysteme einführen muß. Das schlägt der Bundesverband der Deutschen Entsorgungswirtschaft (BDE) in einer Informationsbroschüre von 1991 für die Altglaserfassung vor.³⁰⁵ Vom Haus entfernte Glascontainer, die längere Bringtransporte durch die EndverbraucherInnen erforderlich machen, belasten jedoch ausgerechnet überproportional die weniger mobilen Bevölkerungsgruppen: Alte, schwangere Frauen, Frauen mit Kleinkindern. Unter dem Gesichtspunkt der sozialen Verträglichkeit wäre ein Bringsystem für Glas daher klar zu kritisieren.

Aber nicht nur die Frage der Mehrbelastung durch ein weniger bequemes Sammelsystem im Vergleich zu einem bequemeren, sondern auch die Frage der Plausibilität und Sinnhaftigkeit eines neuen Systems ist für eine verlangte Verhaltensänderung der EndverbraucherInnen entscheidend.³⁰⁶ So ist es schwer nachvollziehbar für diejenigen, die aus Einsicht in die Notwendigkeiten der Wiederverwertung den Müll in getrennten Wertstoffen diszipliniert im Haus vorsortieren, daß beim DS verschiedene Verpackungstoffe wie Pappe, Verbundmaterialien, Aluminium etc. vermischt in eine einzige Tonne geworfen werden sollen. Das widerspricht der bisherigen Trennlogik. Die kommunalen Ansätze getrennter Wiederverwertung und der Ansatz des Dualen Systems stehen sich nicht nur unter marktwirtschaftlichen Gesichtspunkten als paradoxer Widerspruch gegenüber, sondern auch unter sozialpsychologischen: einerseits wird mit ordnungsstraflicher Gewalt auf Einhaltung der Sortier-, Trennungs- und Transportdisziplin bestanden, andererseits ist die Logik und Systematik des Trennens und Sortierens, die mit dem DS zu den kommunalen Systemen dazukommt, nicht mehr einsichtig. Diese kognitiven Faktoren sind bisher so wenig erforscht wie die Grenzen der Ausweitung des Informationsbedarfs für die EndverbraucherInnen: wann welche Stoffe abgeholt, wo welche Container aufgestellt sind, ob wann die Verpackungsverordnung welche Rückgaben wo erlaubt. Ob es nicht auch einen "Grenzwert" für die kognitiven Belastungen durch die ständig steigenden Informationsnotwendigkeiten in der Behandlung des Abfalls im Haushalt gibt und in diesem Sinne von einer sozialen Unverträglichkeit durch "Überkompliziertheit" gesprochen werden muß, kann nur die Alltagspraxis erweisen. Die Hauptakteure - das sind die EndverbraucherInnen - sind dazu bisher weder befragt worden noch wurden sie an der Planung und Gestaltung dieses Systems beteiligt.

³⁰⁵Bundesverband der Deutschen Entsorgungswirtschaft (BDE) e.V. (Hg.), Duales System in der Praxis, Köln 1991, S. 10

³⁰⁶So betonen mehrere der in sog. "Frauen-und-Müll-Runden" zu ihrem Abfallverhalten befragten Frauen, daß sie in dem Moment aufgehört hätten, weiterhin Papier getrennt zu sammeln, als sie aus der Presse erfuhren, daß das Altpapier wegen Absatzschwierigkeiten der Kommune in der Müllverbrennungsanlage entsorgt werde.

Die Öffentlichkeitsarbeit, die das Duale System Deutschland bisher mit großem Aufwand betreibt, ist reine Akzeptanzwerbung, nicht aber eine Erkundung von Bedürfnis- und Interessensfragen der EndverbraucherInnen.

Daß die Erfahrungen, Bedürfnisse und Interessen der HausarbeiterInnen auch in vielen Ansätzen kommunaler Haushalts-Abfallberatung nicht aufgenommen werden, ist der Hauptkritikpunkt der Autorinnen der bereits mehrfach zitierten "Frauen und Müll"-Studie. Nach der Sichtung von Dokumentationen über kommunale Abfallvermeidungsprojekte, Abfallberatungs- und Umweltaufklärungsbroschüren aus über 30 Kommunen der Bundesrepublik aus den Jahren 1985-1990 kritisieren Irmgard Schultz und Monika Weiland im einzelnen:

- Nicht in einem einzigen Beispiel werden Frauen als Handelnde angesprochen, obwohl sie - als "Haushalt" oder als "der Verbraucher" angesprochen - direkt zu müllsparendem Haushalten aufgefordert werden.
- Nicht in einem einzigen Beispiel wird das müllsparende Haushalten als unbezahlte Eigenarbeit und Hausarbeit gezeigt.
- Nicht in einem einzigen Beispiel kommen die HausarbeiterInnen mit ihren Erfahrungen, ihrem Gebrauchswissen und ihren Schwierigkeiten bei der geforderten Umstellung ihrer Konsum- und Lebensgewohnheiten zu Wort.
- Nicht in einem einzigen Beispiel wird die "Erziehung zur Müllverantwortung" auch als ein alltägliches Konfliktfeld mit den derart zu erziehenden Kindern und Jugendlichen gezeigt.
- In nicht einem einzigen Beispiel kommen Jugendliche und Kinder zu Wort, wird beispielsweise erfragt, warum sie so gern zu Mc Donalds essen gehen.

Stattdessen erschöpfen sich - pointiert zusammengefaßt - die meisten Beratungsbeispiele in technischen Anleitungen zum Getrenntsameln, die oft fachlich als Beitrag zur "Vermeidung" ausgegeben werden und in Tips zum "richtigen Einkauf".³⁰⁷

Als positiv an den gesichteten Abfallberatungsbeispielen werten die Autorinnen,

- daß viele Kommunen eine eigene Abfallberatung für die eigene Verwaltung aufgebaut haben ("Mit gutem Beispiel voran").
- daß konzeptionell und institutionell zwischen Haushalts- und Gewerbeberatung unterschieden wird (z.B. Köln),
- daß einzelne Kommunen in eigenen Informationsmedien (z.B. einer "Umweltzeitung" in Wiesbaden) nicht nur über Sammelquoten, sondern auch über die Marktlage und Absatzsituation der ver-

³⁰⁷Irmgard Schultz/Monika Weiland, a.a.O.

schiedenen Abfallfraktionen berichten (Markttransparenz als kommunales Informationsgebot gegenüber den BürgerInnen),

- daß in vielen Kommunen zielgruppenspezifisch beraten wird, indem von den spezifischen Erfahrungen dieser Gruppe ausgegangen wird (in Kreisen, in Schulen, Kindergärten etc.),
- daß es Ansätze zu einer "pfiifigen" Abfallberatung gibt, die die Angesprochenen nicht nur mit Informationen versorgt, sondern "animiert" und am Prozeß der Beratung beteiligt (z.B. über ein Umweltquiz in Bielefeld),
- daß es für die Haushaltsberatung feste Service-Angebote gibt (Beratungstelefone z.B.), die flexibel von den EndverbraucherInnen je nach Bedarf genutzt werden können (Kassel).

Eine Abfallberatung, die sich als Haus-zu-Haus-Beratung an die Haushalte wendet, lehnen die AutorInnen ab. Sie entspreche nicht dem flexibel zu gestaltenden "Patchwork-Charakter" der Hausarbeit heute, die durch immer mehr Arbeiten "außer Haus", insbesondere durch Transportarbeiten der HausarbeiterInnen, gekennzeichnet sei.³⁰⁸

Aus frauenspezifischer Sicht betrachten die Autorinnen es als eine unverzichtbare Anforderung an die kommunale Abfallberatung, daß sie konzeptionell und institutionell mit einer Umweltaufklärung (Öffentlichkeitsarbeit) verbunden ist, die die Relationen der "Müll-Verantwortlichkeiten" immer wieder in der Öffentlichkeit darstellen. Das betrifft als ersten Punkt die Tatsache, daß der Hausmüll am Gesamtmüllaufkommen in der Regel nur gut 10% ausmacht. Die Gewichtsanteile von Bodenaushub/Bauschutt und Produktionsabfällen liegen mit jeweils über 40% über denen des Hausmülls und verursachen darüber hinaus größere Umweltprobleme (Sonderabfälle, Schadstoffe).³⁰⁹ Ferner möchten die Autorinnen in den Beispielen der Umweltaufklärung auch die Verursachung von Müll durch Produkte, die mehrheitlich von Männern gekauft werden, herausgestellt sehen. Sie kritisieren, daß in der Öffentlichkeit immer wieder Beispiele der Müllverursachung aus dem Nahrungsmittelbereich gezeigt werden und damit indirekt Frauen - die mehrheitlich Nahrungsmittel einkaufen - für den Hausmüll verantwortlich gemacht werden. Diese Art der öffentlichen Darstellung des Müllproblems leiste einer Moralisierung der (Haus-)Frauenverantwortung Vorschub, die zu einer Verschiebung des Verursacherprinzips führe: weg von den Herstellern - Vermarktern - Gesetzgebern, hin auf "die Haushalte", die dann als "die Hausfrauen" verdeutlicht werden.

³⁰⁸ebenda, S. 81

³⁰⁹Der Sachverständigenrat für Umweltfragen stellt für die 80er Jahre fest: "Der Anteil von Hausmüll, hausmüllähnlichen Gewerbeabfällen und Sperrmüll liegt praktisch unverändert bei etwas über 10% der Gesamtabfallmenge." Der Sachverständigenrat für Umweltfragen, a.a.O., S. 150 (Tz. 544)

Als Anspruch an ein integriertes Konzept von Abfallberatung und Umweltaufklärung formulieren die Autorinnen deshalb:

- daß die Ergebnisse der Gewerbeberatung wie die in der Kommune gegebenen Strukturen in der Öffentlichkeit dargestellt werden,
- daß die Erfahrungen, das Wissen und die Kompetenzen der HausarbeiterInnen in der kommunalen Umweltaufklärung dargestellt werden - also die Frauen und Männer mit ihrer konkreten "Müllmacht" selbst zu Wort kommen.

Ein positives Beispiel für "BürgerInnenbeteiligung" nicht nur in der Öffentlichkeitsarbeit der kommunalen Umweltaufklärung, sondern schon bei der Erarbeitung eines Konzepts zur Abfallvermeidung hat Jens Graul aus Wilhelmshaven berichtet. Nach einem von der Münchener Firma Socialdata entwickelten Konzept der Einbindung der Öffentlichkeit (nach dem "public awareness"-Ansatz) hat die Kommune eine Kampagne zur Abfallvermeidung entwickelt, die auf der Grundlage der Vorstellungen und Ideen ihrer BürgerInnen entworfen und geplant wurde. Dafür wurden 1990 in Wilhelmshaven die BewohnerInnen von 300 Haushalten befragt und die Befragungsergebnisse in ein Programm für die mehrjährige Kampagne umgesetzt. Dieses Programm umfaßt:

- Organisation von Seminaren mit Parteien, Verbänden und anderen Institutionen
- Veröffentlichung von Broschüren und Kurzinformationen
- Gemeinsame Aktionen mit Bürgergruppen und Institutionen
- Erstellung von Plakatserien
- Durchführung von Einzelaktionen.

"Entscheidend ist dabei, daß die Kampagne kommunikationsorientiert durchgeführt wird, das heißt, daß die Ergebnisse der ersten Aktionen immer wieder in die darauffolgende Kommunikation eingebracht werden."³¹⁰

³¹⁰Jens Graul, Möglichkeiten der Abfallvermeidung durch Öffentlichkeitsarbeit.
In: IföR (Hg.), Perspektive Abfallvermeidung, a.a.O., S. 63

Als Fazit dieses achten Kapitels läßt sich festhalten:

- 1) Obwohl die Kommunen aufgrund der gesetzgeberischen Kompetenzen des Bundes nur begrenzten Einfluß auf den Erlaß von Ausführungsverordnungen haben, nutzen sie ihren begrenzten Handlungsspielraum in vielfältiger und unterschiedlicher Weise.
- 2) Die von den Kommunen erprobten Abfallvermeidungs- bzw. -verminderungsmaßnahmen lassen sich wie folgt systematisieren:
 - direktes Behördenhandeln (z.B. in der Beschaffungspolitik oder bei der Einrichtung von Getrenntsammlungssystemen)
 - ordnungsbehördliches Handeln (z.B. im Kontrollbereich)
 - ökonomische Steuerungsinstrumente (z.B. in der Gebührenpolitik)
 - Öffentlichkeitsbeteiligung und Information (z.B. über kommunale Medien oder zielgruppenspezifische Befragungen)
 - kommunale Wirtschaftsförderung (z.B. Ansiedlung oder Subventionierung abfallarmer Produktionen/Dienstleistungen).

Dabei liegen die Schwerpunkte der kommunalen Aktivität bislang beim direkten Behördenhandeln, bei den ökonomischen Steuerungsinstrumenten und im Beratungsbereich. Besonders auf dem Gebiet der Wirtschaftsförderung sind Abfallvermeidungsmaßnahmen bislang eher als Vorschläge in der Diskussion.

- 3) Die wichtigste Maßnahmengruppe aus dem Bereich der ökonomischen Abfallminimierungsstrategie betrifft die Neugestaltung der Abfuhr- und Gebührenstruktur. Einzelne Gemeinden versuchen, durch sog. "Clip-" oder "Code-Systeme" (Wertmarken, Wertbündel etc.) den BürgerInnen einen individuellen Anreiz zur Einsparung von Abfällen zu bieten. Die dabei z.T. erzielten Erfolge (Mengenreduktion) werden allerdings durch eine Reihe von ungeplanten Nebenfolgen stark relativiert:
 - Wildes Deponieren (z.B. das "Parkplatz-Müllen") nimmt teilweise zu
 - Parallel steigt der Kontrollaufwand (z.B. durch "Müll-Sheriffs"), der unter Aspekten sozialer Verträglichkeit als sehr problematisch einzuschätzen ist. -Der technische Aufwand für individuell zurechenbare Entsorgungsgebühren (z.B. durch "intelligente Schüttung") ist beträchtlich.

Zudem ist die der Gebührenpolitik zugrundeliegende Hypothese problematisch, derzufolge ein direkter Zusammenhang zwischen Kostenbewußtsein und Abfallverhalten besteht; einer empirischen Untersuchung zufolge kannten nur 28% der befragten BürgerInnen tatsächlich ihre Abfallgebühren.

- 4) Durch die Etablierung des Dualen Systems Deutschland (DSD) könnten die Bemühungen und Erfolge der Kommunen bei der Getrenntsammlung gefährdet werden. Die zusätzliche gelbe Tonne dürfte bei vielen HausbesitzerInnen auf Akzeptanzprobleme stoßen und zu benutzerunfreundlichen Bringsystem-Lösungen zwingen. Die Monopolstellung des DSD steht auch einer Partizipation der VerbraucherInnen bei der Festlegung von Planungen

(und Entscheidungen) der privatwirtschaftlichen Verwertungswirtschaft entgegen.

- 5) Die Praxis der kommunalen Abfallberatung schafft zwar Problembewußtsein beim Hausmüll, beachtet aber die besonderen Belastungen des abfallarmen Konsumverhaltens (Kosten, Zeit, geschlechtsspezifische Arbeitsteilung) zu wenig. Hier sind in Zukunft partizipative Strategien der Abfallvermeidung auf kommunaler Ebene gefragt, die verstärkt die Problemsicht, die Kompetenz und die Belastungen der KonsumentInnen einbeziehen.

9. Vorschläge zur Eröffnung eines Diskurses über abfallvermeidende Stoff- und Produktpolitik

Das Stichwort "Müllnotstand" benennt treffend die krisenhafte Zuspitzung der Abfallproblematik in ihren verschiedenen Facetten. Trotz aller politischen Bemühungen der letzten Jahre hat sich das Abfallaufkommen nicht verringert. Die von ihm ausgehenden Gefährdungen und Risiken haben sich eher erhöht. Man kann vor diesem Hintergrund mit Recht von einer Krise der traditionellen Umweltpolitik sprechen. Umweltpolitik, die ihre Aufgabe vornehmlich darin sieht, durch medienspezifische Auflagen, Vorschriften und Grenzwerte Mensch und Umwelt zu schützen, setzt zu fragmentiert und vor allem zu spät an. "Ein Resultat dieser Politik ist das Entstehen von ökologischen >Verschiebebahnhöfen<. Durch Filtertechnologien wird zwar das Medium Luft entlastet, dafür beanspruchen aber die Gipsberge einen entsprechenden Deponieraum."³¹¹ Die "End-of-pipe"-Strategie ist spätestens dort an eine Grenze geraten, wo Umweltbelastungen trotz oder gar wegen gesetzgeberischer Auflagen und umwelttechnischer Verbesserungen global zunehmen.

Gerade die Abfallproblematik zeigt: Das entscheidende umweltpolitische Problem stellen die Produkte moderner industrieller Gesellschaften dar. Bislang hat sich die Umweltpolitik vorrangig auf die Gestaltung der Rahmenbedingungen des Produktionsprozesses konzentriert. Eines der Ergebnisse dieser Konzentration ist z.B., "daß wir mittlerweile relativ viel mehr über die Schadstoffverteilung in der Umwelt wissen als von ihrer Verteilung und Wirksamkeit in unseren Produkten."³¹² In Zukunft jedoch wird sich Umweltpolitik viel stärker mit den Produkten beschäftigen müssen.

"Das tradierte Festhalten am >schmutzigen Rhein< und an der >wasservergiftenden Chemieindustrie< verschleierte, daß sich die Hauptursachen für die Schadstoffbelastung der Gewässer zunehmend von der Produktionssphäre in die Konsumtionssphäre verlagern. (...) Die größte Emission der chemischen Industrie sind ihre Produkte. (...) Das Niveau unserer ständig steigenden Konsumtion entpuppt sich mehr und mehr als die wahre Umweltgefahr."³¹³

Das bedeutet auch: Gegenstand der Umweltpolitik wird verstärkt das moderne Wohlstandsmodell sein müssen. Die Produkte, die in einer Gesellschaft hergestellt, konsumiert und entsorgt werden, sind zugleich der materielle Ausdruck ihrer Bedürfnisstruktur,

³¹¹Stefan Zundel, Zwischen Fortschritt und symbolischer Ersatzhandlung. Überlegungen zum Stand der Umweltpolitik in der Bundesrepublik Deutschland. In: IÖW/VÖW-Informationsdienst 6/91, S. 8

³¹²Werner Schenkel, Umschließen, Ausschließen, Verschließen - Verpacken. In: Dr. Jürgen Schneider Stiftung, a.a.O., S. 74

³¹³Nik Geiler, Ökologische Rollenspiele - Zum anachronistischen Festhalten der Umweltbewegung an lieb gewonnenen Feindbildern. In: die tageszeitung vom 15.8.1990

ihrer Produktions- und Lebensweise. "Die ökologischen Probleme der industrialisierten Welt sind sehr eng mit unserem Lebensstil verbunden, dessen Grundlagen Individualität, Mobilität und Autonomie sind."³¹⁴

Das gilt ganz besonders für das Abfallproblem. Das Abfallaufkommen ist das Produkt einer gesellschaftlichen Konsumstruktur, zu der die Prozesse der Produktion, der Verteilung, der Konsumtion und der Entsorgung gehören. Darüberhinaus bestimmen verschiedene soziokulturelle Konsummuster, welche Produkte bzw. Stoffe an welchem Ort in welchen Mengen als Abfall anfallen. Die Vermeidung und Verminderung von Abfällen setzt eine Veränderung von Konsumstrukturen und Konsummustern voraus. Da sich diese Strukturen und Muster in einem Prozeß herausgebildet haben, an dem alle in dieser Studie angesprochenen Akteursgruppen beteiligt waren (Hersteller, Handel, KonsumentInnen), kann ihre Änderung auch nicht von einer Gruppe allein vorgenommen werden. Gefordert ist vielmehr eine gesellschaftliche Selbstveränderung im Rahmen eines langfristigen politischen Prozesses. Es gehört nicht zu den Aufgaben dieser Studie, Politikstrategien zu diskutieren und zu bewerten. Aufgrund unserer Ergebnisse halten wir es jedoch - unterhalb dieses langfristigen politischen Prozesses - mittelfristig für sinnvoll, einen sozialen Diskussions- und Lernprozeß mit dem Ziel der Abfallvermeidung und -verminderung zu initiieren. Wir schlagen daher einen Diskurs über abfallvermeidende Stoff- und Produktpolitik als ein Mittel vor, um diesen Diskussions- und Lernprozeß anzustoßen.

Dabei kann an die von uns in dieser Studie aufgezeigten Debatten angeknüpft werden. Es gibt ein steigendes Problembewußtsein hinsichtlich des Komplexes "Abfall" in der Gesellschaft. Es besteht weithin - bis in die Formulierungen des Abfallgesetzes hinein - Konsens darüber, daß Abfallvermeidung die gegenüber der Verminderung und Verwertung prioritäre umweltpolitische Strategie ist. Unklar und kontrovers ist allerdings, was genau unter Abfallvermeidung zu verstehen ist. Auch die Vertreter einer Recycling-Wirtschaft, die das Leitbild geschlossener Verwertungskreisläufe propagieren, verstehen dies als Abfallvermeidung - obwohl das aus technischen, ökonomischen und entropischen Gründen nicht zutrifft. Politischer Klärungsbedarf besteht also hinsichtlich der Frage, was Abfallvermeidung konkret bedeutet. Umwelt- als Produktpolitik ist hier auf eine gesellschaftliche Debatte verwiesen, an der die verschiedenen Gruppen teilnehmen sollten, die für die Abfallentstehung verantwortlich sind. Bezogen auf den Life-Cycle der Produkte sind das Industrie, Handel und EndverbraucherInnen. Sie haben das konsensuelle Ziel der Abfallvermeidung zu konkretisieren und für ihre verschiedenen Handlungsbereiche zu definieren.

Die Konsumdebatte der VerbraucherInnenbewegung kommt mehrheitlich zu dem Schluß, daß Konsumverzicht (und damit: Herstellungs-

³¹⁴Angelika Zahrnt, Marketingstrategien für die Ökologie brauchen wir. In: Frankfurter Rundschau vom 9.1.1992

Transport-, Kauf-, Entsorgungsverzicht) die konsequenteste und umweltverträglichste Strategie der Abfallvermeidung ist. Das ist auch die Kernaussage der verschiedenen Öko-Ratgeber zu diesem Thema (vgl. Kap. 2). Das von der VerbraucherInnenbewegung normativ gewendete Leitbild des "sozial und ökologisch verantwortlichen Konsumenten" rückt die Verzichtsoption daher ausdrücklich an die erste Stelle. Dieses Leitbild und die gesellschaftliche Konsum-Realität liegen jedoch noch weit auseinander. Das zeigen die Ergebnisse der empirischen Umweltpsychologie (vgl. Kap. 3). Trotz des angewachsenen ökologischen Bewußtseins und trotz des Anstiegs ökologisch verantwortlicher Verhaltensweisen in einzelnen Handlungsbereichen muß man festhalten: Ökologisch verantwortliches Konsum- und Abfallvermeidungsverhalten treffen auf eine ganze Reihe von objektiven und subjektiven Hemmnissen, die der Umsetzung von Bewußtsein in Verhalten im Wege stehen. Unter diesen Hemmnissen erweisen sich die sozialstrukturellen Rahmenvorgaben (Einkommen, Haushaltsform, Schichtzugehörigkeit, Bildung) als ebenso wirksam wie die Bedingungen, die moderne Lebens- und Konsumstile prägen (kulturelle Ressourcen, Bedürfnisse, soziale und persönliche Identität) (vgl. Kap. 4 und 5). Es gibt auf verschiedenen Ebenen einen Konflikt zwischen der "ökologischen" und der "sozialen Vernunft" - zwischen Konsumverzicht und Abfallvermeidung einerseits und Konsumstrukturen und -mustern andererseits. Zu den Aufgaben eines stoff- und produktpolitischen Diskurses gehört es, diesen Konflikt umfassend und differenziert - bei den verschiedenen Akteuren und in verschiedenen Handlungsbereichen - zu thematisieren und bearbeitbar zu machen.

Damit ist ein zweiter politischer Klärungsbedarf angesprochen: Geklärt werden muß im politischen Diskurs, welche sozialen Akteure welche Verantwortung für Produkte und Stoffe haben. Diese Klärung der Produktverantwortung ergibt sich aus der von uns vorgeschlagenen stoff- und prozeßorientierten Perspektive. Erst auf der Grundlage dieser Klärung können Kosten und Nutzen für die verschiedenen Akteure gegeneinander abgewogen und definiert werden. Die Konsumdebatte der VerbraucherInnenbewegung hat klargemacht, daß die Verantwortung für eine Änderung des Konsumverhaltens keine Sache ist, die den EndverbraucherInnen alleine zumutbar ist bzw. nur von ihnen realisiert werden kann. Umweltbewußtes Konsumverhalten ist unter den gegebenen Rahmenbedingungen eine zumeist teure, zeit- und arbeitsintensive Angelegenheit. Die wenigsten Vorschläge zur Abfallvermeidung/-verminderung berücksichtigen dies bislang (vgl. Kap. 2 und 4). Zu einer sozialverträglichen Veränderung des Konsumverhaltens kann es daher nur kommen, wenn alle diejenigen ihre Verhaltensspielräume nutzen und erweitern, die für die bestehende Konsumstruktur verantwortlich sind. Das sind neben den EndverbraucherInnen erneut der Handel und die Herstellerfirmen. Sie müssen daher auch gemeinsam die zweite große Aufgabenstellung des stoff- und produktpolitischen Diskurses angehen: die Klärung von Produktverantwortung unter der Vermeidungsperspektive.

Gesellschaftliche Debatten über Produktverantwortung und Abfallvermeidung gibt es bereits. Diese Studie dokumentiert dies ausführlich. Auf die Konsumdebatte der VerbraucherInnenbewegung

und ihre "Politisierung des Konsums" wurde bereits hingewiesen. Aber auch beim Handel und bei den Herstellern werden Kriterien diskutiert und Maßnahmen ergriffen, die auf ein gestiegenes Bewußtsein für die jeweils eigene Produktverantwortung und die jeweils eigenen Vermeidungspotentiale deuten. Hier sei nur auf die in der Studie ausgeführten Stichworte "Öko-Marketing", "Politik des Auslistens" oder "Umweltschutz als Chefsache" verwiesen (vgl. Kap. 6 und 7). Daran hat der produktpolitische Diskurs anzuknüpfen. Allerdings sind die vorhandenen Kriterien für die Bewertung der Produkte und Verfahren - und damit auch für die genauere Bestimmung und Zurechnung von Verantwortung - nicht einheitlich und zu global. Selbst dort, wo die Kriteriendiskussion am weitesten gediehen ist - bei der Umweltverträglichkeit -, hat sich noch kein einheitliches, produkt- und bedürfnisbezogenes Bewertungssystem herauskristallisiert. Vor allem aber die Kriterien für Sozialverträglichkeit von Produkten und Abfallvermeidungsmaßnahmen sind unklar. Es gibt zwar auch Kontroversen um die Umweltverträglichkeit eines Produkts oder einer Anlage, aber sie haben einen gänzlich anderen Charakter als Kontroversen über Sozialverträglichkeit. In die Bewertung der sozialen (Un)Verträglichkeit eines Produkts gehen nicht nur verschiedene wissenschaftliche Ansätze und Verfahren ein (wie beim Experten-Gegenexperten-Streit über Umweltverträglichkeit), sondern unterschiedliche Lebenssituationen, Bedürfnisse und Sichtweisen von sozialen Akteuren. Sie müssen auch dann im Diskurs berücksichtigt werden, wenn sie als wissenschaftlich "falsch" einzuschätzen sind - sofern es eine solche Einschätzung überhaupt geben kann. Der Diskurs über Kriterien der Sozialverträglichkeit muß also partizipativ angelegt sein. Partizipative Ansätze haben wir auch bei kommunalen Abfallvermeidungskonzepten als besonders wichtig eingeschätzt (vgl. Kap. 8).

Eine dritte Aufgabe des Diskurses über Stoff- und Produktpolitik besteht damit in der Ermittlung und Diskussion der Kriterien von Sozialverträglichkeit bei Abfallvermeidungsmaßnahmen innerhalb einer Konsumstruktur. Auch hierfür sind die genannten Akteursgruppen miteinander in die Debatte zu bringen.

Der von uns vorgeschlagene Diskurs über Stoff- und Produktpolitik soll also insgesamt erstens klären, was Abfallvermeidung konkret bedeutet, er soll zweitens ermitteln, wo die Produktverantwortung jeweils liegt, und er soll drittens herausfinden, welche Kriterien für Sozialverträglichkeit bei abfallvermeidendem Konsumverhalten zum Tragen kommen sollen.

Die Umweltpolitik könnte über diesen Diskurs ein Stück von jener Gestaltbarkeit der gesellschaftlichen Naturverhältnisse zurückgewinnen, die ihr beim Abfallproblem offensichtlich verlorenzugehen droht. Die diskursiv ermittelten Dimensionen der Abfallvermeidung, der Produktverantwortung und der Sozialverträglichkeit würden ihr Kriterien an die Hand geben, mittels derer sie zu stoff- und produktpolitischen Rahmenvorgaben gelangen könnte. Zwar kann die Politik in einer freiheitlichen Gesellschaft nicht von sich aus festlegen, wie genau ein sozial- und umweltverträglicher (z.B.: abfallarmer) Produktions- und Konsumstil auszusehen hat. Aber sie muß die gesellschaftliche Debatte darüber verstärkt

zur Kenntnis nehmen, zu einem Diskurs bündeln und dessen Ergebnisse zur Entscheidungsfindung heranziehen und in gesellschaftlich verbindliche Entscheidungen umsetzen.

Die Wissenschaften können zu diesem Diskurs einen bedeutenden Beitrag liefern. Unsere Studie zeigt, daß es wissenschaftliches Wissen gibt, das für die diskursive und politische Berarbeitung des Abfallproblems relevant ist. Allerdings ist dieses Wissen disziplinar verstreut und in einigen wichtigen Punkten auch lückenhaft. Unsere Studie hat versucht, auch diese wissenschaftlichen Defizite in den einzelnen Bereichen des Abfallproblems aufzuzeigen. Auf dieser Grundlage skizzieren wir im letzten Kapitel ein Forschungsvorhaben, das diese Defizite beseitigen soll. Zugleich kann dieser Vorschlag als ein erster Schritt hin zu dem anvisierten gesellschaftlichen Diskurs über Stoff- und Produktpolitik verstanden werden. Er bezeichnet damit eine wissenschaftliche Politikberatung neuen Typs.

10. Forschungsbedarf im Bereich Abfallvermeidung und Konsumverhalten

Die vorliegende Untersuchung zum Zusammenhang von Abfallvermeidung und Konsumverhalten kann aufgrund der Breite des untersuchten Themenspektrums lediglich als eine Pilotstudie bewertet werden.

Forschungsstand und Untersuchungsbedarf

Für eine genauere Analyse des Zusammenhangs von Abfallvermeidung und Konsumverhalten sind deshalb weitere Untersuchungen aus sozialwissenschaftlicher Sicht zu fordern, die nicht von vornherein auf Akzeptanzforschung oder auf Begleitforschung zu politischen Maßnahmen (Modellversuchen) ausgerichtet sein sollten. Insbesondere die Gebrauchserfahrungen, das Nutzungswissen, die Wünsche und die Möglichkeiten und Grenzen für ein abfallvermeidendes Konsumverhalten der EndverbraucherInnen sind bisher in der wissenschaftlichen und politischen Technikfolgenabschätzung unterbelichtet.

So stellen auch Hormuth und Katzenstein in ihrer Beschreibung zum Stand der Forschung fest³¹⁵, daß generell solche sozialwissenschaftlichen Studien fehlen, die die Bedingungsstrukturen zwischen Abfall- und Konsumverhalten untersuchen. Eine derartige empirische Erkundung der Bedingungsfaktoren ist für eine Feststellung von Abfallvermeidungspotentialen durch Änderung des Konsumverhaltens also dringend geboten. Obwohl es seit Mitte der 80er Jahre eine ganze Reihe von kommunalen Projekten und Modellen zur Abfallvermeidung gibt, die mit Beratungsansätzen zentral auf eine Änderung des Konsum- und Abfallverhaltens der EndverbraucherInnen zielen, ist die Sicht der davon Betroffenen bis heute nicht systematisch erfaßt worden.³¹⁶

Allgemeine Forschungsfragen

Ausgehend von unserem Abfall- und Konsumverständnis ist in einer solchen Forschung das Abfall- und Konsumverhalten in Abhängigkeit von Konsumstrukturen zu untersuchen.

Für eine empirische Erforschung des Konsumverhaltens der EndverbraucherInnen kann von der in der Umweltpsychologie getroffenen Unterscheidung zwischen

- Kaufverhalten
- Nutzungsverhalten und
- Entsorgungs- bzw. Sortier- und Sammelverhalten

ausgegangen werden.

³¹⁵vgl. Kapitel 3

³¹⁶Das einzige uns bekannte Beispiel dafür, daß die Vorstellungen und Wünsche der Bevölkerung zur Grundlage einer kommunalen Abfallvermeidungs-Kampagne gemacht wurde, ist die von uns referierte Kampagne der Stadt Wilhelmshaven, Kap. 8 dieser Studie

Aufgrund der Ergebnisse unserer Studie lassen sich drei generelle Fragerichtungen unterscheiden:

1. Fragen zur Bereitschaft und Praxis von Konsumverzicht

Werden die von uns dargestellten Debatten der VerbraucherInnenbewegung der BRD ernstgenommen, dann sollten die Bereitschaft zu und das bereits praktizierte Verhalten von individuellem Konsumverzicht der EndverbraucherInnen als der am häufigsten geforderten verantwortlichen Konsumhaltung empirisch nachgegangen werden.

2. Fragen nach den Bedingungen und Voraussetzungen für ein abfallvermeidendes Konsumverhalten

Eine sozialwissenschaftliche Beschreibung des Problemfeldes "Konsumstrukturen" unter abfallvermeidender Perspektive hätte Verhaltensspielräume und deren Grenzen zu ermitteln. Verhaltensgrenzen könnten Hinweise auf Strukturalternativen sein, die es ebenfalls zu erforschen gilt. Nach unserer Studie hat die Ermittlung von Verhaltensspielräumen und -grenzen die verschiedenen Lebensstile einzubeziehen, innerhalb derer Konsum praktiziert wird.

3. Fragen nach Kriterien der Bewertung von Produkten hinsichtlich ihrer ökologischen, wirtschaftlichen und sozialen Verträglichkeit

Wie wir in den einzelnen Punkten unserer Darstellung aufgezeigt haben, werden in der Konsum- und Abfalldebatte eine ganze Reihe von Kriterien zur Bewertung von Produkten benötigt. Die von den verschiedenen Akteuren im Abfallerzeugungsprozeß vorgenommenen Bewertungen sind dabei sehr unterschiedlich und teilweise globalisierend. Exaktere Prüfkriterien müßten in empirischer Forschung nach der gängigen Unterscheidung zwischen ökologischer, sozialer und wirtschaftlicher Verträglichkeit bei den verschiedenen Akteuren eruiert und in eine produkt- und stoffbezogene Werteskala gebracht werden. Eine Übertragung eines solchen Bewertungsschemas auf die Produktbewertung wird seit Mitte der achtziger Jahre bereits in Institutionen der VerbraucherInnenbewegung gefordert.³¹⁷

Spezifische Fragestellungen - Vorschlag für ein Forschungsprojekt: A-Variante

Das Beurteilungsschema "Sozialverträglichkeit" ist in der Konsumdebatte der neuen sozialen Bewegungen der BRD und der VerbraucherInnenbewegung weitaus verbreiteter als in der engeren Abfalldebatte. Dort dominieren ökologisch-toxikologische Produkt-Bewer-

³¹⁷So beispielsweise von Volkmar Lübke, "Sozialverträglichkeit" als Kriterium der Produktbewertung, In: Detlef Garbe/Anja Grothe-Senf (Hg.), Bürgerbeteiligung in der Verbraucherinformationspolitik, Frankfurt 1986, S. 93 ff

tungskriterien, die jedoch z.T. auch als Orientierungen an "sozialer Verträglichkeit" zu verstehen sind, wenn sie von Überlegungen der Gesundheitsprävention geleitet werden.

Begreift das Verständnis von Abfall und Abfallvermeidung auch den Prozeß der Rohstoffgewinnung, der Vorproduktion, Produktion und (Global-)Vermarktung in die Perspektive der Ressourcen- und Schadstoffminimierung mit ein, dann stehen Kriterien sozialer Verträglichkeit im Zentrum der Überlegungen.

In den von uns gesichteten Debatten werden folgende Sozialverträglichkeitskriterien genannt:

- soziale Gerechtigkeit
- Chancengleichheit zwischen Erster und Dritter Welt
- Menschenrechte/Völkerrecht
- Frauenrechte/Antisexismus
- Achtung vor der Schöpfung/vor der natürlichen Mitwelt
- Selbstverwirklichung (siehe Fazit von Kapitel 2).

Eine Operationalisierung dieser Kriterien im Hinblick auf eine praktikable Produktbewertung lassen diese Normen aufgrund ihrer Generalisierungen allerdings nicht zu.

Schon in der Energiepolitik wurde versucht, "Soziale Verträglichkeit" als Bewertungsschema von Energiesystemen zu definieren. Dort wurden unter "Sozialverträglichkeit" folgende Normen aufgeführt:

- die Gewährleistung von verfassungsrechtlichen Grundrechten und Prinzipien
- das Offenhalten von Freiräumen für persönliche Entscheidungen
- Flexibilität im Interesse der Entwicklung von Wertvorstellungen und Lebensformen künftiger Generationen
- in diesem Sinne möglichst weitgehender Gebrauch regenerativer Energiequellen sowie
- Ermöglichung reibungsloser Übergänge auf zukünftige Energiesysteme
- ein breiter politischer Konsens.

Als generalisierende, diese Normen umfassende Leitorientierung für "Sozialverträglichkeit" wurde formuliert: "Energiesysteme sollen - für den einzelnen wie für die Gesellschaft - mit der sozialen Ordnung und Entwicklung verträglich sein ...".³¹⁸

Diese pauschale Definition von "Sozialverträglichkeit" läßt sich zwar ohne Probleme auf die Produktbewertung übertragen, zu befürchten ist aber, daß die danach systematisierten Kriterien aufgrund der generalisierenden Ausrichtung der Definition für

³¹⁸Bericht der Enquete-Kommission des Deutschen Bundestags "Zukünftige Kernenergiepolitik", In: Zur Sache 1 und 2/80, Bonn 1980, S. 31; Volkmar Lübke, "Sozialverträglichkeit" als Kriterium der Produktbewertung, a.a.O., S. 99

eine praktikable Produktpolitik so folgenlos bleiben werden wie diese Definition für die Energiepolitik geblieben ist.

Wir schlagen deshalb vor, auch die genauere Definition von Sozialverträglichkeit zum Ziel der empirischen Untersuchung zu machen. Anknüpfend an die genannten drei generellen Fragerichtungen hätte das von uns vorgeschlagene Forschungsprojekt bei den EndverbraucherInnen zu ermitteln:

1. Kriterien der Produktbewertung nach Sozialverträglichkeit und ihre genaue Definition
2. Bereitschaft zu abfallvermeidendem Konsumverhalten im Hinblick auf bestimmte Produkte/Produktbereiche
3. Bereitschaft zu abfallminimierendem Konsumverhalten bezogen auf bestimmte Produkte nach Kriterien sozialer Verträglichkeit.

Bearbeitungsmethode

Aufgrund der Ergebnisse unseres dritten Kapitels (siehe Fazit Kapitel 3) gehen wir von der Hypothese aus, daß "Sozialverträglichkeit" nur in Bezug auf eine konkrete Produktgruppe und einzelne Produkte exakter zu definieren ist. Für ein empirisches Untersuchungsprojekt ist dementsprechend ein Produktbereich des häuslichen Gebrauchs und Bedarfs vorzugeben (Nahrung, Kleidung, Wohnen etc.). Dieser Bereich ist in bezug auf einzelne Produkte zu bewerten; für ihn sollen Abfallvermeidungsstrategien erfragt werden und in ihm sollen die Erfahrungen mit Abfallverminderungsverhalten eruiert werden.

Der schwierigste Punkt bei der Konzeptualisierung eines Forschungsprojektes zum Konsumverhalten ist der Umgang mit der immer wieder konstatierten Diskrepanz zwischen behauptetem Umweltbewußtsein und tatsächlichem Verhalten (siehe Fazit von Kapitel 3). Deshalb reicht es nicht aus, nur die Bereitschaft zu abfallvermeidendem und abfallverminderndem Verhalten zu erfragen, sondern ebenso sollte das tatsächlich praktizierte Verhalten beschrieben werden. Für eine Ermittlung von Trendaussagen sollten dann diese Ergebnisse abgeglichen werden mit Verkaufs-Trendanalysen der Markt-Forschung.

Unser Vorschlag ist daher als ein empirisches Projekt zur Eruiierung von Trends in der Einschätzung und Bewertung von Produkten unter einer Abfallvermeidungs- und Abfallverminderungsperspektive bei EndverbraucherInnen zu verstehen.

Zum methodischen Vorgehen bietet sich das Konzept der "Zukunftswerkstätten"³¹⁹ oder das der "ökologischen Denk-Werk-

³¹⁹Robert Jungk, Norbert Müller, Zukunftswerkstätten, Hamburg 1981

statt"³²⁰ an (siehe Kapitel 6 unserer Darstellungen über Beteiligung von EndverbraucherInnen an der Produktentwicklung/Produktgestaltung). Wir präferieren hier die Gesprächsrunden nach der Methode der Zukunftswerkstätten, da das Modell der "ökologischen Denk-Werkstatt" auf die Einübung von Denk- und Werthaltungen zielt und von daher wenig Ansätze für die Erfassung von praktizierten Verhaltensweisen bietet.

Die von R. Jungk entworfenen und propagierten Zukunftswerkstätten sind als "soziale Versuchslabore" geplant worden, in denen engagierten BürgerInnen die Möglichkeit gegeben werden soll, auf unkonventionelle Art und in kleinem Kreis Alternativen für die Zukunft zu entwickeln und Optionen für politische Entscheidungsfindungen zu entwickeln. Diesem Projektentwurf liegt die Überzeugung zugrunde, daß Politiker und spezialisierte Planer häufig an den realen Bedürfnissen der eigentlich Betroffenen "vorbeiplanen", daß aber deren Mitwirkung oftmals Perspektiven einer effektiven Problemlösung aufweisen. Dieses Partizipationsmodell erscheint uns besonders geeignet und offen, die zuvor dargestellten Anforderungen an die Entwicklung von Produktbewertungskriterien einzulösen.

In der Auswahl der Untersuchungsgruppen sollte der besonderen Bedeutung von Lebensstilen und unterschiedlichen Mustern der Lebensführung Rechnung getragen werden.

Entsprechend der im Fazit von Punkt 5 angeführten Ergebnisse aus der Lebensstilforschung plädieren wir für die Einbeziehung unterschiedlicher Lebensstile auf der Grundlage der vier Lebensstil-Dimensionen:

<u>materielle Ressourcen</u>	<u>Haushalts- und Lebensform</u>	<u>kulturelle Ressourcen</u>	<u>Lebensziele Mentalitäten</u>
Einkommen, Schichtzugehörigkeit	Haushaltsgröße Netzwerke Eigenarbeit	Bildung Informationsstand	Werteinstellung Bedürfnisse

Zusätzlich sollten Alter und Geschlecht berücksichtigt werden.

Aufgrund der in den Kapiteln 4 und 5 dargestellten sozialstrukturellen Bedingungen und ihrer Konsumstil-Relevanz halten wir eine Befragung von Frauen, Jugendlichen/Kindern (Trendsetter) und alten Personen für unbedingt erforderlich.

Da die Nutzungserfahrungen und das Gebrauchswissen der KonsumentInnen in die Befragungen miteinbezogen werden sollen, wäre ein Vergleich zwischen einer Gruppe von (in der Konsumstil-Forschung

³²⁰ Reinhard Sellnow, Die Förderung ökologischer Verantwortung im Konzept der "Ökologischen Denk-Werkstatt", In: Klaus Berger u.a., Ökologische Verantwortung, Bad Heilbrunn/Obb. 1991, S. 103 ff.

bevorzugten) Single-Frauen, einer Gruppe von Frauen, die Kinder und Haushalt versorgen müssen, und einer Gruppe von Bäuerinnen/Landfrauen sinnvoll, denen traditionell eine größere Gebrauchsnutzenorientierung ("nichts wegwerfen", "Reste verwerten" statt wegschmeißen etc.) nachgesagt wird.

Forschungsfragen der B-Variante

Eine Erweiterung des Forschungsvorhaben wäre hinsichtlich der Eruiierung von Produktbewertungskriterien nicht nur bei den EndverbraucherInnen, sondern bei allen am Abfallentstehungsprozeß beteiligten Akteuren sinnvoll.

Der entscheidende methodische Zugang, der auch der A-Variante unseres Vorschlags zugrundeliegt, ist die Einbeziehung des Erfahrungswissens der Akteure als Konsum-Kompetenz. Diese umfaßt immer beides: die Orientierung und das tatsächliche Verhalten und ist für jede Akteursgruppe entsprechend ihrer Möglichkeiten an Abfallvermeidung nach der Stufe im Abfallentstehungsprozeß zu konkretisieren. So sind die in der Studie dargestellten Ansätze des Öko-Managing, des Marketings für Ökologie wie des "Auslistens" einzelner Handelsunternehmen als Konsum-Kompetenz dieser Akteure zu werten.

Ausblick: Mögliche zu erwartende Ergebnisse

In exemplarischen Zukunftswerkstätten mit Akteuren jeder Gruppe könnten - unter derselben Vorgabe eines Produktbereichs - die Kriterien der Bewertung nach "Sozialverträglichkeit" eruiert werden und anschließend in einer Diskurs-Runde (evtl. mit VertreterInnen der Politik) in eine Prioritätenfolge gebracht werden. Dabei könnte - wird ein Konsensverfahren vorausgesetzt - eine "K.O-Liste" mit einzelnen Produkten erstellt werden, deren Einstufung und Bewertung als politisches Instrument der Abfallpolitik dann anstehen würde. Ein wichtiges Arbeitsergebnis wäre aber auch eine Liste stark dissent eingeschätzter Produkte. Hier läge der Akzent eher auf der bewußten Offenlegung gesellschaftlich und empirisch dissenter Bewertungskriterien.

Liste der Expertisen:

- Dr. Barbara Böttger, Die Debatten zu Konsumverzicht und Konsumverhalten. Vervielfältigtes Typoskript, Köln 1991
- Gisela Dörr, Zur Bedeutung der Haushaltstypen in der Diskussion um Eigenarbeit privater Haushalte. Vervielfältigtes Typoskript, Frankfurt 1991
- dies., Kurzfassung des Artikels "Entwicklungstendenzen des Konsums" von Gisela Dörr und Karin Prinz. Vervielfältigtes Typoskript, Frankfurt 1991
- dies., Brainstorming zum Thema Müllvermeidung im Do-it-yourself-Bereich und bei der Hausarbeit. Vervielfältigtes Typoskript, Frankfurt 1991
- Dr. Barbara Orland, Sozialstatistische Daten und geschlechtsspezifische Aspekte zur Differenzierung der Lebensformen. Vervielfältigtes Typoskript, Berlin 1991
- Fritz Reusswig, Konsum- und Lebensstile in Marktforschung und Sozialwissenschaften. Vervielfältigtes Typoskript, Frankfurt 1991
- Prof. Dr. Hiltraud Schmidt-Waldherr, Literaturlauswertung zu Konsumverhalten und Abfallvermeidung. Vervielfältigtes Typoskript, Fulda 1991
- dies., Darstellung von verbraucherpolitischen und hauswirtschaftswissenschaftlichen Debatten zu Konsum und Abfallvermeidung. Vervielfältigtes Typoskript, Fulda 1991
- dies., Übersicht über verschiedene Abfallberatungsansätze. Vervielfältigtes Typoskript, Fulda 1991
- Dr. Ingo Schoenheit, Verbraucherpolitische Argumentationen zu Konsum und Abfallvermeidung. Vervielfältigtes Typoskript, Berlin 1991
- Inez Werth, Abfallvermeidung in Marktforschung und Marketingstrategien. Vervielfältigtes Typoskript, Berlin 1991

Literatur

- Adlwarth, W.I./Wimmer, F., Umweltbewußtsein und Kaufverhalten -Ergebnisse einer Verbraucherpanel-Studie. In: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung 2/86
- AGÖF - Arbeitsgemeinschaft ökologischer Forschungsinstitute (Hg.), Abfallvermeidung - Stand und Perspektiven, München 1988
- Altner, Günter/Mettler-Meibom, Barbara/Simonis, Udo E./von Weizsäcker, Ernst U., Jahrbuch Ökologie 1992, München 1991
- Annighöfer, Frank, Umweltbewußtsein nicht als Kostenfaktor, sondern als Zukunftsleistung. In: Markenartikel 8/90
- Apel, Heino, Ökologische Verantwortung aus Volkshochschulsicht. In: Berger, Klaus (Hg.), Ökologische Verantwortung, Bad Heilbrunn/Obb. 1991
- Arbeitsgemeinschaft Dritte Welt Läden e.V./Referat Weltdienst des Nordelbischen Missionszentrums (Hg.): Wegweiser durch den Supermarkt. 4. Überarbeitung, o.J.
- Arbeitsgemeinschaft Hauswirtschaft e.V (Hg.): "Unser Alltag - unsere Umwelt", Dokumentation zur Umweltbörse der AgH, Bonn 1988
- Arbeitsgemeinschaft der Verbraucherverbände e.V., AgV-Stellungnahme zu Öko-

- Abgaben. Hekt.Man. Bonn vom 20.11.1990
- Ausblick (HBV-Mitgliederzeitschrift), Nr. 4/1990
- Balderjahn, Ingo, Das umweltbewusste Konsumverhalten, Berlin 1986
- Bartos, Rena, Die Rolle der Frau als Konsumentin - Spezielle Marketingtrends. Harvard Business School Press/Management Series, Wien 1991
- Basche, Iris, Abfallvermeidung durch Abfallberatung und Konsumverzicht. In: Wiemer, K./Kern, M. (Hg.), Weniger Abfall, a.a.O.
- Beck, Ulrich, Risikogesellschaft - Auf dem Weg in eine andere Moderne, Frankfurt 1986
- Becker, U./Nowack, H., Lebensweltanalyse als neue Perspektive der Meinungs- und Marketingforschung. E.S.O.M.A.R. 1982
- Beier, Bedarfsreflexion: Eine typologische Betrachtung über fehlentwickeltes Konsumverhalten. In: Krol, G.-J. (Hg.), Verbrauchererziehung und wirtschaftliche Bildung. Heft 1, 1989
- Bell, Daniel, Die nachindustrielle Gesellschaft, Frankfurt/New York 1985
- Bennholdt-Thomsen, Veronika, Die Ökologiefrage ist eine Frauenfrage. In: Die Grünen/AK Frauenpolitik (Hg.), a.a.O.
- Bennigsen-Foerder, Renaissance der Marktwirtschaft? Der Bürger als Kunde, der Kunde als Bürger. In: Zentralausschuß der Werbewirtschaft, edition ZAW, Bonn 1988
- Berger, Klaus, Soziale Verantwortung der Konsumenten. Vortrag auf der Tagung "Soziale Verantwortung der Konsumenten" - Ethische, politische und psychische Dimensionen eines Bildungsziels vom Oktober 1990. Tagungsprotokoll
- ders., Ökologische Verantwortung. Ein Ziel für die Umwelt- und Verbraucherbildung Erwachsener. In: Berger, Klaus (Hg.), Ökologische Verantwortung, Bad Heilbrunn/Obb. 1991
- Bernstoff, Andreas, Diskussionsbeitrag zur Podiumsdiskussion "Der Packwahn oder wozu sind Verpackungen da?" In: Dr. Jürgen Schneider Stiftung, a.a.O.
- Beyme, Klaus von, Theorie der Politik im 20. Jahrhundert. Von der Moderne zur Postmoderne, Frankfurt 1991
- Birke, Martin, Ökologie als bricolage? Über Schwierigkeiten und Chancen, Ökologie in den Normalbetrieb zu integrieren. In: Kommune 3/92
- Birnbacher, Dieter, Verantwortung für zukünftige Generationen, Stuttgart 1988
- Blume, Otto, Verbraucherarbeit im Wandel. In: Verbraucherpolitische Korrespondenz 48/83
- Braßel, Frank/Sauerland, Petra/Schürmann-Mock, Petra (Hg.), Unverblühte Geschäfte - Wie man mit Blumen einen guten Schnitt macht, Bonn 1991
- Broschüre von Procter & Gamble: In partnership with our environment, o.O., o.J.
- Brunowsky, Ralf-Dieter/Kleinert, Jürgen, Aufruf aus Tutzing. In: Wirtschaftswoche 20/88
- Bundeskongreß entwicklungspolitischer Aktionsgruppen (BUKO) (Hg.)**
- Arbeitsgruppe Babynahrung: Resolution zum Nestlé-Boycott, Buko 5/81 und Buko 8/84
 - Arbeitsgruppe Volksmund: Volksmund - Fast Food Info- und Koordinationsbüro, c/o Dritte Welt Haus, Frankfurt. Bürger gegen Burger. In: Buko-Forum Nr. 131, Sept. 1984
 - Kaffeekampagne: Glögwe, Michael, Kaffee aus El Salvador. In: Buko-Forum, Nr. 148, 1990. BUKO und Aktion Arme Welt Tübingen, Sauberer Kaffee. In: Buko-Forum, Nr. 140, 1989
 - Pharma-Kampagne: Gesundheit und Dritte Welt e.V. (Bielefeld) (Hg.), Arbeitsmaterialien zur Buko-Pharmakampagne - Macht Hoechst Krank? Das Pharmageschäft in der Dritten Welt, 2.Aufl. 1988
 - Buko-Forum, Nr. 124/5, 1988
 - Buko-Forum Nr. 15, "MULTI/Bayer", 1987
 - Buko-Pharmakampagne: Pharma-Brief, Nr. 5/6 1990

- Bundeskongreß in Münster 1984: AG "Verzicht, der als Befreiung empfunden wird, kann Hoffnung wecken", Buko 8/84
 - Resolution: Reisen in die Dritte Welt?, Buko 8/84
 - Bundeskongreß 1988: "Bürger gegen Burger", Buko 12/88
 - Bundeskongreß 1990: "Tourismusboykott Marokko, Buko 14/90
- Bundesverband der Deutschen Entsorgungswirtschaft e.V. (Hg.), Umweltschonende Entsorgung: Duales System in der Praxis. Die Umsetzung der Verpackungsverordnung, Köln 1991
- Checkliste "Müllsparen im Haushalt". In: öko-Test Magazin, 1/90
- Collins/Moore-Lappe, Vom Mythos des Hungers - Die Entlarvung einer Legende: Niemand muß hungern, Frankfurt/M. 1980
- Commoner, Barry, Wachstumswahn und Umweltkrise, Gütersloh/Wien 1971
- Dialoge 3: Berichtsband. Orientierungen in Gesellschaft, Konsum, Werbung und Lifestyle (Die Stern Bibliothek), Hamburg 1990
- Dienel, P.C. Die Planungszellen, Köln 1978
- Diller, Hermann, Umweltschutz und Marketing. In: Handbuch des Umweltschutzes, 51. 12. Erg.-Lieferung, 1990
- Dr. Jürgen Schneider Stiftung, "Verpackung - Mehr als Müll?" 1. Internationaler Umweltkongreß der Dr. Jürgen Schneider Stiftung, (Hg. von Reuter, André F./Zacharias, Michael) Darmstadt/Mainz/Leipzig 1991
- Easton, Nina, Women Take Charge. Asserting Your Rights in the Marketplace. Center for Study of Responsive Law, Washington, D.C., 1983
- Eder, Klaus (Hg.), Lebensstil und kulturelle Praxis - Theoretische und empirische Beiträge zur Auseinandersetzung mit Pierre Bourdieus Klassentheorie, Frankfurt 1989
- Eicheler, Rudolf, Verpackungsmüllberge werden weiter wachsen. In: Handelsblatt vom 4.2.1991
- Einwegverbot - kann sich die Stadt München durchsetzen?
Mitteilung der Landeshauptstadt München, Amt für Abfallwirtschaft, Abteilung 2, zugesandt am 21.8.91
- Ewen, Christoph, Die Rolle des Abfalls beim Umbau der Industriegesellschaften. In: Loccumer Protokolle, Abfallwirtschaft. Hg. von Striegnitz, Meinfried, Loccum 1991
- Feess-Dörr, Eberhard/Steger, Ulrich, "Denkfehler in Bonn". In: Die Zeit vom 17.4.1991
- Ferchhoff, Wilfried, Jugendstile und Jugendmedien im Lichte des Strukturwandels der Jugendphase. In: Loccumer Protokolle 6/90, a.a.O.
- Fietkau, Hans-Joachim, Umweltbewußtsein. In: Adam, Dietrich/Backhaus, Klaus/Meffert, Heribert/Wagner, Helmut (Hg.), Integration und Flexibilität. Eine Herausforderung für die allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Wiesbaden 1990
- Fischer, Andreas/Lübke, Volkmar, Verantwortung durch politische Konsum - Eine mögliche Antwort der Konsumenten auf die "Business-in-business"-Ideologie. In: Hildebrandt, E. (Hg.), a.a.O.
- Fischer, Joschka, Der Beitrag der Verpackungsverordnung zur Vermeidung von Abfällen. In: Dr. Jürgen Schneider Stiftung, a.a.O.
- Fleischer, G., Elemente der vorsorgenden Abfallwirtschaft. In: Abfallwirtschafts-Journal 1/89
- Fricke, Annette, Der Lebensmittelhandel und sein Beitrag zur Durchsetzung umweltfreundlicher Konzepte, Münster 1990
- Fricke, Klaus, Möglichkeiten der Abfallvermeidung durch Umstellung der öffentlichen Beschaffung am Beispiel des Landkreises Garmisch-Partenkirchen. In: IföR (Hg.), Perspektive Abfallvermeidung, a.a.O., S. 19-31
- Freitag, Thomas, Umwelt und Verbraucher, GfK Marktforschung, Nürnberg 1991
- Froschauer, Ulrike, Konsumtionsmacht und Konsumrausch - Frauen, Geld, Konsum. In: Kück, M. (Hg.), Der unwiderstehliche Charme des Geldes, Reinbek bei

- Hamburg 1988
- Fußer, Andreas, Duale Abfallwirtschaft: Ein öffentlich-privates Tandem mit ungewissem Kurs. In: Wiemer, K./Kern, M., a.a.O.
- ders., Abfallvermeidung im Warenhaus - Probleme und Perspektiven. In: IfÖR (Hg.), Perspektive Abfallvermeidung, a.a.O.
- future e.V. (Hg): future-forum 1990, "Wohin mit dem Abfall?", Firmenbezogene Modelle der Abfallwirtschaft, Osnabrück 1991
- Galeano, Eduardo, Aus dem Lexikon der neuen Weltordnung. In: Zukünfte 1/91
- Gallenkemper, B./Doedens, H., Getrennte Sammlung von Wertstoffen als Hausmüll, Berlin 1988
- Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der Dritten Welt (gepa), Produkte aus fairem Handel. Katalog 1991/92
- Gesundheit und Dritte Welt e.V. (Hg.), Arbeitsmaterialien zur Buko-Pharmakampagne/Macht Hoechst krank? Das Pharmageschäft in der Dritten Welt, Bielefeld 1988
- Gierl, Heribert, Ökologische Einstellungen und Kaufverhalten im Widerspruch. In: Markenartikel 1/87
- Göppert, Klaus, Es geht ums Überleben. In: Wirtschaftswoche 7/91
- Golding, Andreas, Ökologisch orientierte Mehrwegsysteme, In: IfÖR (Hg.), Perspektive Abfallvermeidung, a.a.O.
- ders./Fußer, Andreas, Duale Abfallwirtschaft - Ein öffentlich-privates Tandem mit ungewissem Kurs, Hg. vom BUND, Stuttgart 1991
- Gorres, Anke/Hogrebe, Petra, Technik und sozial-ökologische Verantwortung aus der Sicht der Frauen. In: Ökologische Konzepte 30/89
- Graul, Jens, Möglichkeiten der Abfallvermeidung durch Öffentlichkeitsarbeit. In: IfÖR (Hg.), Perspektive Abfallvermeidung, a.a.O.
- Grefe, Christiane/Bernstorff, Andreas, Zum Beispiel Giftmüll, Göttingen 1991
- Grefermann, Klaus, Änderungen im Umfeld der Faltschachtelindustrie. In: info-Schnelldienst 5/91
- Die Grünen im Bundestag/AK Frauenpolitik (Hg.), Frauen und Ökologie - Gegen den Machbarkeitswahn. Dokumentation zum Kongreß vom 3.-5.10.1986 in Köln, Köln 1987
- Handel und Ökologie, Tagungsbericht einer Veranstaltung der Stiftung Verbraucherinstitut und des Lehrstuhl Markt und Konsum, Universität Hannover vom 10. bis 11. Oktober 1991
- Hansen/Raabe/Schoenheit (Hg.), Konsumentenbeteiligung an der Produktentwicklung. Dialoge zwischen Unternehmen und Verbrauchern, Hannover/Berlin 1988
- Hansen, Ursula/Schoenheit, Ingo, Das Leitbild vom sozial verantwortlichen Konsumenten, unveröffentlichtes Manuskript. Stiftung Verbraucherinstitut, Berlin 1991
- Hansen, Ursula, Haushalte im Markt: Partner oder Konsumaffchen?, Rollenanalyse am Beispiel der Produktentwicklung. In: Tornieporth, Gerda (Hg.), Arbeitsplatz Haushalt - Zur Theorie und Ökologie der Hausarbeit, Berlin 1988
- dies., Verpackung und Konsumentenverhalten. In: Marketing, Zeitschrift für Forschung und Praxis 1/86
- Hanel, Peter-Caspar/Kalthoff, Marliese, Abfall-Dilemma: Es gibt viele Konzepte, aber keinen Konsens. In: dfz 1990
- Hartenstein, W. u.a., Geschlechtsrollen im Wandel - Partnerschaft und Aufgabenteilung in der Familie, Stuttgart/Berlin/Köln 1988
- Heiss, Rudolf, Verpackung zwischen Umwelt und Verbraucherschutz. In: Markenartikel 11/89
- Hecht, Dieter, Abfallprobleme - Ansatzpunkte für marktwirtschaftliche Lösungen. In: Das Bessere Müllkonzept. Im Gespräch Bd. 2, Hg. von "Das Bessere Müllkonzept e.V.", Ulm 1989
- Helten, F.: Umweltgefährdung - kein Thema für Verbraucherinformation? In: Zeitschrift für Verbraucherpolitik 4/77 Herbst, Ingo, Referat auf der Ver-

- braucherkonferenz der VerbraucherInitiative 1991
- Hildebrand, Erny, Schluß mit dem Verpackungswahn. In: Natürlich 1/91
- Hildebrandt, Eckart (Hg), Ökologischer Konsum. Schriftreihe des IÖW, Bd. 25, Berlin 1989
- Hillmann, Gisela, Chancen und Barrieren kommunaler Abfallvermeidungspolitik als präventives Element der Umweltfürsorge. Vortrag auf dem Arbeitskreis Gesundheit und Umwelt der SPD in Kassel am 16.9.1990 und am 20.3.1990 bei der Öko-AG der Grünen in Kassel
- Hochschild, Arlie Russell, The Need for Nurture and the Culture of Coolness: A Study of Advice Books for Women. In: Zapf, Wolfgang (Hg.), a.a.O. 1991
- Höfner, Klaus/Techer, Michael, Arbeiten Sie in Ihrem Unternehmen wirklich umweltbewußt? In: Marketing-Journal 2/90
- Hösle, Vittorio, Diskussionsbeitrag. In: Dr. Jürgen Schneider Stiftung, a.a.O.
- Holenstein, Anne-Marie, Zerstörung durch Überfluß. Zürich 1977
- Holenstein, Anne-Marie/Krebs, Susanna/Rüst-Walcher, Regula (Hg.), Einkaufen, Kochen, Essen mit dem Ziel, rücksichtsvoller gegenüber der Natur, anderen Menschen und uns selbst zu leben. Anregungen, Entscheidungshilfen, Arbeitsblätter und Rezepte für den täglichen Gebrauch im Haushalt oder Unterricht, Bern 1982
- Hopfenbeck, Waldemar, Umweltorientiertes Management und Marketing, Landsberg 1990
- Hormuth, Stefan E./Katzenstein, Henriette, Psychologische Ansätze zur Müllvermeidung und Müllsortierung. Forschungsbericht für das Ministerium für Umwelt Baden-Württemberg, Heidelberg 1990
- Horst, Peter M., Öko-Check für die Unternehmensstrategie. In: Gablers Magazin 6/91
- Huber, Joseph, Unternehmen Umwelt - Weichenstellungen für eine ökologische Marktwirtschaft, Frankfurt 1991
- Immler, Hans, Vom Wert der Natur - Zur ökologischen Reform von Wirtschaft und Gesellschaft, Opladen 1989
- Huber, Joseph, Unternehmen Umwelt - Weichenstellungen für eine ökologische Marktwirtschaft, Frankfurt 1991
- Hyder, Hans, Ohne Umweltbewußtsein, ohne Chancen, o.O., o.J.
- Informationszentrum Dritte Welt (IZ3W):
- ...und Centre Europe/Tiers Mode, Giftmüll, Afrika Hungert - Da habt ihr unseren Dreck, 1989
 - ...und Dritte Welt Haus Bielefeld, Hunger durch Agrarexport Afrikas Landwirtschaft zwischen Selbstversorgung und Exportproduktion, Bielefeld 1987
 - ...und Buko agro-Ko, Wer Hunger pflanzt und Überschuß erntet, Beiträge zu einer entwicklungspolitischen Kritik der EG-Agrarolitik, 1987
 - "Tourismus, Prostitution, Aids" Dokumentation der Veranstaltung in Berlin auf der ITB'90, 1990
 - ...und Arbeitskreis Tourismus und Entwicklung Basel, Türkei und Tourismus, 1990
 - "Ferntourismus", Unterrichtsreihe "explizit", Nr. 23, o.J.
- IJF - Institut für Jugendforschung, Schüler-Medienanalyse 1991 - Food/Non-Food, München 1991
- IfÖR - Institut für ökologisches Recycling (Hg.), Ökologische Abfallwirtschaft - Umweltvorsorge durch Abfallvermeidung. Dokumentation des Fachkongresses vom 30.11.-2.12.1989 in Berlin
- dies., Perspektive Abfallvermeidung. Fachkongreß zur "Ökologischen Abfallwirtschaft II" 7.-9. Oktober 1991 in Berlin, Berlin 1991
- Institut für Sozialforschung und Gesellschaftspolitik e.V. (Hg.)
- Qualitativer Konsum und Verbraucherpolitik. Gutachtem im Auftrag der AgV, (Autor: Hartmann, H.), Hekt. Typ., Bonn 1985
- Joerges, B./Kiene, N., Privater Energieverbrauch - Umweltbelastend und sozial

- diskriminierend. In: Joerges, B. (Hg.), Verbraucherverhalten und Umweltbelastung, Frankfurt 1982
- Jonas, Hans, Das Prinzip Verantwortung. Versuch einer Ethik für die technologische Zivilisation, Frankfurt 1979
- Jordan, Gerd, Ein alternatives Konzept zur Vermeidung von Abfall in Berlin. In: AGÖF (Hg.), Abfallvermeidung, a.a.O.
- Jungk, Robert, Statt auf den großen Tag zu warten über das Pläneschmieden von unten. Ein Bericht aus Zukunftswerkstätten. In: Kursbuch 53, Berlin 1978
- Kehres, Bertram, Von der Abfallwirtschaft zur Rohstoffwirtschaft. Ein Beitrag des Bundesverbandes der Deutschen Entsorgungswirtschaft e.V. (BDE), Köln 1991
- Knoch, J., Zur Wirtschaftlichkeit abfalltechnischer Verbundlösungen, Vortrag beim Kongreß "Ökonomie und Ökologische Umwelt" in Essen am 1.- 2.6.1989. Zit. nach "Müll und Abfall" 10/89
- Kohnert, Ulrike/Graf, Dietmar/Conradt, Ute/Emmerich, Birgit, Öko-Chechliste Müll des Gießener Wissenschaftsladens. In: Natur 1/90
- Kosinsky, Thomas, Die "Wunderfaser" Gore-Tex ist ins Gerede der Umweltschützer gekommen. In: Frankfurter Rundschau vom 13.11.1991
- Kreibich/Canzler/Weert, Verbraucherpolitik 2000 und die Rolle von Wissenschaft und Technik. In: Verbraucher-Zentrale Nordrhein-Westfalen e.V. (Hg.), Verbraucher 2000. Verbraucherpolitische Hefte 10/90
- Kuby, Otto, Qualitatives Wachstum, qualitativer Konsum und die Perspektiven der Verbraucherpolitik. In: Arbeitsgemeinschaft der Verbraucher e.V. (Hg.), Schriften der Verbraucherverbände, Heft 16, 1983
- Kuhlmann, Eberhard, Verbraucherpolitik. München 1989
- Kusmierska, E., Umweltlernen am Beispiel der Eigenkompostierung. Ambos-Diskussionspapiere 19, Bielefeld 1989
- Lahl, Uwe/Wiebe, Andreas, Chemie im Müll - verkennen, vergessen, verdrängen. In: IfÖR (Hg.), Perspektive Abfallvermeidung, a.a.O.
- Leipert, Christian, Ökologische und soziale Folgekosten des Wirtschaftens in der Industriegesellschaft. In: Bedrohte Natur in der Wohlstandsgesellschaft, Vortragsreihe der Klaus-Dieter-Arndt-Stiftung, e.V., 9. März 1990
- Lenders, Helmut, Rahmenbedingungen und Perspektiven der Verbraucherarbeit. In: Mielenhausen, Eberhardt (Hg.), Verbraucherpolitik - Politik für den Verbraucher? Osnabrück 1986
- Lentz, Roland, Stoff- und Höschenwindeln - ein Vergleich. In: Moonbeams, Zeitschrift für die Mitarbeiter von Procter & Gamble, Mai 1990
- Lindemann, Hans Heinrich/Wiebe, Andreas, Die Hausmüllgebührenstruktur als Anreiz für Abfallvermeidung und -verwertung. In: Natur-Recht 4/91
- Loccumer Protokolle 6/90, Lebensstil und Gesellschaft - Gesellschaft der Lebensstile?, Hagen/Loccum 1991
- Lucas, Rainer, Zur Praxis der Hausmüllvermeidung ausgewählter Kommunen Nordrhein-Westfalens. Schriftenreihe des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung Bd. 47, Berlin 1991
- Lübke, Volkmar, "Sozialverträglichkeit" als Kriterium der Produktbewertung. In: Garbe, Detlef/Grothe-Senf, Anja (Hg.), Bürgerbeteiligung in der Verbraucherinformationspolitik, Frankfurt 1986
- Lüdtke, Hartmut, Expressive Ungleichheit - Zur Soziologie der Lebensstile, Opladen 1989
- Lenders., Lebensstile - Formen der Wechselwirkung zwischen Konsum und Sozialstruktur. Vortrag am 19.9.1991 auf dem Symposium "Konsum-Produkt-Kultur" der Wirtschaftsuniversität Wien, erscheint demnächst.
- Lundholm, M.P./Sundström, G., Ressourcen und Umweltbeeinflussung. Tetrabrik Aseptic Kartonpackungen sowie Pfandflaschen und Einwegflaschen aus Glas, Malmö 1985
- Mager, Friedrich, "München leuchtet" - Lebensstile einer Metropole. In: Loccumer Protokolle 6/90, Hagen/Loccum 1991

- o.V., Management Wissen 8/91 (Quelle: GfK Marktforschung 1991)
- o.V., Marketing: Hart an der Grenze. In: Absatzwirtschaft 9/90
- o.V., Weihnacht '88 - Fest der Verpackung. In: Der Spiegel 52/88
- o.V., Politische Anstöße zur Markenprofilierung nutzen. In: Absatzwirtschaft 4/90
- o.V., "Umweltfragen hoch ansiedeln". Das aktuelle Interview mit Tyll Necker. In: Umweltmagazin 1989
- o.V., Umwelt-Workshop: Verbraucher überfordert. In: Euro-Magazin 5/90
- o.V., Wohin damit? In: Eisenwarenborse 14/90
- o.V., Rücknahmepflicht für alle Elektrogeräte gefordert. Verbraucherpolitische Korrespondenz 43/91
- PAN-Pestizid Aktions-Netzwerk e.V.:**
- Ein Netzwerk stellt sich vor, Sept. 1990
 - "Globale Ernährungssicherung und Pestizide - besteht ein Zusammenhang?" April 1991
 - "Pestizide in Lebensmitteln - darf das sein?", August 1989
- PAN-Pestizid-Rundbriefe - "Pestizide Ex- und Import", Köln 1985
- Parzich, Brigitte/Barwig, Erika, "Das bessere Müllkonzept" - Einfälle gegen Abfälle. In: Altner, Günter/Mettler-Meibom, Barbara/Simonis, Udo E./Weizsäcker, Ernst U. von (Hg.), Jahrbuch Ökologie 1992, a.a.O.
- Prinz, Karin, Eigenarbeit im privaten Haushalt: Bedingungen und Konsequenzen. Diplomarbeit am Fachbereich Gesellschaftswissenschaften der J.-W.-Goethe Universität Frankfurt, 1988
- Projektgruppe Ökologische Wirtschaft, Produktlinienanalyse - Bedürfnisse, Produkte und ihre Folgen, Köln 1987
- Raffée, Hans, Marketing und Umwelt, Stuttgart 1979
- Raith, Matthias, Infrastrukturerfordernisse und -probleme einer flächendeckenden Entsorgung. In: von Weizsäcker, Ernst U. (Hg.), Weniger Abfall - gute Entsorgung, a.a.O.
- Der Rat von Sachverständigen für Umweltfragen, Abfallwirtschaft - Sondergutachten September 1990, Stuttgart 1991
- Reiser, Bernhard, Was bedeutet Abfallvermeidung für die ökologischen Forschungsinstitute. In: AGÖF (Hg.), a.a.O.
- Richter, Rudolf, Umweltbewußtsein als Lebensstil. In: Umwelterziehung 4/90
- ders., Lebensstile zwischen Zeitgeist und Handlungsprinzip. Vortrag auf dem Symposium "Konsum-Produkt-Kultur" an der Wirtschaftsuniversität Wien. Vielfältigstes Typoskript, Wien 1991
- Rieseberg, H.-J., Energieverbrauch im Haushalt - Von der Sonnenenergie zur Umweltzerstörung. In: Tornieporth, Gerda (Hg.), a.a.O.
- Rominski, Dietrich, Wer aus der Schädigung der Natur Einkaufsvorteile zieht... Interview mit Klaus Steilmann. In: Absatzwirtschaft 6/91
- Rosenberger, Günther (Hg.), Konsum 2000 - Veränderungen im Verbraucheralltag, Frankfurt/New York 1992
- Rubik, Frieder, Produktbilanzen: Produktlinienanalyse und verwandte Konzepte. In: IfÖR (Hg.), Perspektive Abfallvermeidung, a.a.O.
- Rüsch, Gerhard, Die Definition des Markenartikels durch Kriterien des Umweltschutzes ergänzen. In: Markenartikel 6/90
- Runge, Martin, Müllvermeidung, München 1989
- Saibold, Halo, Konsum als politisches Instrument. In: Stiftung Verbraucherinstitut (Hg.), Soziale Verantwortung der Konsumenten, a.a.O.
- Sampson, Anthony, Globalmacht Geld, Hamburg 1990
- Scheffold, Karl Heinz, Ökonomische Instrumente zur Abfallvermeidung und -verwertung auf kommunaler Ebene. In: IfÖR (Hg.), Perspektive Abfallvermeidung, a.a.O.
- Schenkel, Werner, Pfände- und Rücknahmeverpflichtungen - die Politik des Bundesministers für Umwelt. In: Ernst U. v. Weizsäcker (Hg.), Weniger Abfall -

- gute Entsorgung. Eine Wage-Gesprächsrunde über Hausmüll, Bonn 1991
- ders., Umschließen, Ausschließen, Verschließen - Verpacken! In: Dr. Jürgen Schneider Stiftung, a.a.O.
- Scherhorn, Gerhard, Verbraucherinteresse und Verbraucherpolitik, Kommission für wirtschaftlichen und sozialen Wandel, Göttingen 1976
- ders., Wertewandel und Konsum, Stichworte zu einem Vortrag auf der "Verbraucher-Konferenz" der Verbraucher-Initiative am 11.10.91 in Bonn
- Schettkat, R., Informelle Produktion in privaten Haushalten. In: Gretschmann, K./Rolf, G./Mettelsiefen, B. (Hg.), Schattenwirtschaft - Wirtschafts- und sozialwissenschaftliche Aspekte, Internationale Erfahrungen, Göttingen 1984
- Schmidbauer, Wolfgang, Weniger ist manchmal mehr - Zur Psychologie des Konsumverzichts, Reinbek bei Hamburg 1984 (Neuaufgabe von Homo consumens 1972)
- Schneider, Ingrid/Sirowy, Elke, Frauen - Welt - Macht - Wirtschaft. Diskussionsansätze von Perspektiven für eine feministische Ökonomie der Welt. In: Gruppe Feministischer Internationalismus (Hg.): Zwischen Staatshaushalt und Haushaltskasse. Frauen in der Weltwirtschaft, Bremen 1989
- Schneider, Franziska, Feministische Aspekte der Abfallwirtschaftspolitik. In: IfÖR (Hg.), Perspektive Abfallvermeidung, a.a.O., S. 277-284
- Schneider, Lothar/Hoffmann, Walter/Heinzelmann, André, Das Umwelttagebuch, Berlin 1987 (vervielfältigtes UBA-Manuskript)
- Schneider, Lothar/Grott-Markus, J.P., Abfall, Verpackungsmaterial und Chemikalien im Haushalt - das Beispiel zweier Industrienationen: Bundesrepublik Deutschland und die Niederlande. In: Hauswirtschaftliche Bildung 3/89
- Schön, Christine, Einige tendenzielle Zwischenergebnisse der z.Zt. laufenden Studie "Struktur und Entwicklung des Frankfurter Frauenarbeitsmarktes", Frankfurt 1989
- Schoenheit, Ingo, Entwicklungsperspektivn der Verbraucherinformation und Verbraucherberatung. In: Mielenhausen (Hg.), Verbraucherpolitik, a.a.O
- ders., Marketing für Ökologie als Kritik von Anbieter- und Verbraucherinteressen. Referat auf der Tagung "Konsum-Produkt Kultur" vom September 1991 (Wien), erscheint demnächst in einem Tagungsband des Campus-Verlags
- ders., Öko-Marketing aus Verbrauchersicht. In: Meffert, Herbert (Hg.), Ökologie im vertikalen Marketing, a.a.O.
- Schultz, Irmgard, Müll im Kopf. 20 years after - Ein kleinerer Versuch über den Schmutz. In: Universitas 2/1990
- dies., Frauen und Müll - Über Müll- und Geschlechtertrennung. In: Wechselwirkung 52/91
- dies., Umweltbelastungen und Gesundheitskompetenz der Frauen - Ergebnisse einer empirischen Befragung von Frauen in den westlichen Stadtteilen Frankfurts. Im Auftrag des Magistrats der Stadt Frankfurt am Main/Frauenreferat, Frankfurt 1991
- Schultz, Irmgard/Weiland, Monika, Frauen und Müll, Frauen als Handelnde in der kommunalen Abfallwirtschaft. Gutachten im Auftrag des Magistrats der Stadt Frankfurt am Main/Frauenreferat. Unter Mitarbeit von Engelbert Schramm, Frankfurt 1991
- Siegel, Curt, An der Quelle geforscht. In: Müllmagazin 4/90
- Silberer, Bedarfsreflexion im Konsumbereich. Unveröffentlichte Manuskript, Stiftung Verbraucherinstitut, Berlin 1990
- Sobel, Michael E., Life Style and Social Structure - Concepts, Definitions, Analyses, New York etc. 1981
- Stadt Frankfurt am Main (Dezernat Umwelt, Energie und Brandschutz), Dicke Luft in Frankfurt. Einstellungen und Meinungen der FrankfurterInnen zur Luft in ihrer Stadt. Eine empirische Befragung der Sociladata GmbH, Frankfurt 1991
- Stadt Freiburg (Umweltdezernat/Umweltschutzamt), Abfallwirtschaft in Freiburg, Heft 1: Wird unsere Stadt im Müll ersticken? Freiburg 1991

- Stahel, Walter, R., Langlebigkeit und Materialrecycling. Strategien zur Vermeidung von Abfällen im Bereich der Produkte, Essen 1991
- Statistisches Bundesamt, Statistisches Jahrbuch 1990, Wiesbaden 1991
- dass., Statistisches Jahrbuch 1991, Wiesbaden 1992
- Steffens, Heiko, Die ökologische Verantwortlichkeit des Verbrauchers. In: Rosenberger, Günther (Hg.), Konsum 2000, a.a.O.
- Stelck, Edda, Politik mit dem Einkaufskorb. Die Boykott-Aktion der evangelischen Frauen gegen Apartheid, Wuppertal 1980
- Stern, Nr. 26/1991
- Stiftung Verbraucherinstitut (Hg.), Grundkurs "Umweltberatung für private Haushalte - Konzeption" - unveröffentlichtes Manuskript. Berlin 1986
- dies. (Hg.), Soziale Verantwortung der Konsumenten. Dokumentation der Tagung vom 29.-31. Oktober 1990, Berlin
- dies. (Hg.), Der umweltfreundliche Schreibtisch, München 1991
- dies. (Hg.), Fernlehrgang Umweltberatung. Lehrbrief 20 "Abfallvermeidung, -recycling und -entsorgung" (Autor: A. Fußer), Berlin 1991
- dies., Begleittext zur Ton-Dia-Reihe "Siegfried Sorglos und der Müll", Berlin 1988
- dies., Aspekte der Energieeinsparung Ökologie im Rahmen der Verbraucherberatung der 80er Jahre, Tagungsbericht. Berlin 1982
- dies., Verbraucher-Zentralen im Jahr 2000, unveröffentlichtes Manuskript, Berlin 1990
- dies., "Verbraucherbildung in der Lehreraus- und -fortbildung", Tagungsbericht. Berlin 1979
- Stiftung Warentest, Satzung der Stiftung Warentest, Neufassung vom 1. Juli 1985, Berlin 1985
- Stippel, Peter, asw-report: Budgets und Planung '92. In: Absatzwirtschaft 9/91
- Stroschein, F.-R., Aspekte zur Verpackung als Marketing-Instrument aus betrieb- und volkswirtschaftlicher Sicht. In: Planung und Analyse 6/89
- Terlinden, Ulla, Kritik der Stadtsoziologie - Zur Raumrelevanz der Hauswirtschaft. In: Dörhöfer, Karin (Hg.), Stadt - Land - Frau. Soziologische Analysen feministischer Planungsansätze, Freiburg i. Br. 1990
- Teufel, Dieter, Öko-Steuern als marktwirtschaftliches Instrument im Umweltschutz - Vorschläge zu einer ökologischen Steuerreform. In: Das bessere Müllkonzept, Im Gespräch Bd. 2, Hg. von "Das Bessere Müllkonzept Bayern e.V.", Ulm 1989
- Tetra Pak (Hg), Daten und Fakten, Umweltauswirkungen der Kartoneinwegverpackungen, Hochheim o.J.
- Thomé-Kosmienzky, Karl J., Duale Abfallwirtschaft - Chancen, Probleme, Risiken. In: Dr. Jürgen Schneider Stiftung, a.a.O.
- Tornieporth, Gerda (Hg.), Arbeitsplatz Haushalt - Zur Theorie und Ökologie der Hausarbeit, Berlin 1988
- Traub, Hans-Peter, Markenartikler packen aus. In: Management-Wissen 11/90
- Traube, Klaus, Wachstum oder Askese. Kritik der Industrialisierung von Bedürfnissen, Hamburg 1979
- TU WAS-Arbeitskreis der Volkshochschule, TU Was-Rundbrief: Ergebnisse des Treffens vom 25.2.1992, Ebersberg u.a. 1992
- Umwelt-Info "Die Getränkeverpackung aus Karton", Hg. vom Fachverband Kartonverpackungen für flüssige Nahrungsmittel e.V., Wiesbaden, o.J.
- Universität Trier, FB IV (Hg.), Verpackungen im Spannungsfeld zwischen Ökonomie und Ökologie, Trier 1991
- Urbanietz, Margit, Die Sicht der Produzenten. Lösungsansätze, konkrete Beiträge und künftige Perspektiven für eine integrierte und innovative Abfallwirtschaft. In: Ernst U. von Weizsäcker (Hg.), Weniger Abfall - gute Entsorgung, a.a.O.

- Uusitalo, Liisa, Ecological Consciousness and Consumption. Vortrag am 19.9.1991 auf dem Symposium "Konsum-Produkt-Kultur" an der Wirtschaftsuniversität Wien. Abstract, Wien 1991
- Die VerbraucherInitiative (Hg.), Denk' vorm Kauf! Bonn o.J.
- dies., Kunststoffibel für Verbraucher, Bonn 1988
- dies., Info "Auf die Verpackung kommt es an", Bonn 1991
- dies., Manifest "Die Verantwortung der Verbraucherinnen und Verbraucher"; angenommen auf der Mitgliederversammlung am 13.10.1991, Bonn
- Warncke, Torsten, Einflußmöglichkeiten der Kommunen auf die Abfallmenge. In: AGÖF (Hg.), Abfallvermeidung, a.a.O.
- Weizsäcker, Ernst Ulrich von (Hg.), Weniger Abfall - gute Entsorgung. Eine Wage-Gesprächsrunde, Bonn 1991
- ders., Entbürokratisierung der Abfallpolitik. In: ders. (Hg.), Weniger Abfall - gute Entsorgung, a.a.O.
- ders., Erdpolitik - Ökologische Realpolitik an der Schwelle zum Jahrhundert der Umwelt, Darmstadt 1991
- Wiebe, Andreas, Kommunale Steuerungsinstrumente für eine ökologische Abfallwirtschaft. In: IfÖR (Hg.), Ökologische Abfallwirtschaft, a.a.O.
- Wiemer, K./Kern, M. (Hg.), Bioabfallkompostierung - flächendeckende Einführung. Abfall-Wirtschaft Bd. 6, Witzenhausen 1990
- dies., Weniger Abfall. Entwicklungen in der Abfallwirtschaft nach der Verpackungsverordnung. Abfall-Wirtschaft Bd. 8, Witzenhausen 1991
- Wiesenthal, Helmut, Ökologischer Konsum - ein Allgemeininteresse ohne Mobilisierungskraft? Eine Bestandsaufnahme im Lichte der Rational-Choice Theorie. In: Hildebrandt, Eckart (Hg.), a.a.O.
- Wilkes, Malte W., Der Hippokratische Marketing-Eid. Wegen der Moral haben wir Erfolg. In: Marketing Journal 5/90
- ders., "Quality of Life" - Neue strategische Zentral-Philosophie in Management und Marketing - 7 Thesen. In: Marketing Journal 5/91
- Willems, Karl, Der Handel listet Umweltschutz. In: Euro-Magazin 4/90
- Wilmsen, Klaus, Pull-Effekt à la Öko. In: Absatzwirtschaft 11/91
- Wirtschaft und Umwelt, Heft 6/1991
- Witte, J., Haushalt und Familie. In: Krupp, H.-J./Schupp, J. (Hg.), Lebenslagen im Wandel - Daten 1987, Frankfurt/New York 1988
- Wolf, Gottfried, Gestalten von Komplexität durch Netzwerk-Management. In: Kratky, Karl W./Wallner, Friedrich, Grundprinzipien der Selbstorganisation, Darmstadt 1990
- Women's Action Agenda 21, zitiert nach: Gen-ethischer Informationsdienst (GID) 74, Jan. 1992
- Zahrnt, Angelika, Marketingstrategien für die Ökologie brauchen wir. In: Frankfurter Rundschau vom 9.1.1992
- Zapf, Wolfgang u.a., Individualisierung und Sicherheit - Untersuchungen zur Lebensqualität in der Bundesrepublik Deutschland, München 1987
- Zapf, Wolfgang (Hg.), Die Modernisierung moderner Gesellschaften - Verhandlungen des 25. Deutschen Soziologentages in Frankfurt am Main 1990, Frankfurt/New York 1991

ISOE – Institut für sozial-ökologische Forschung

Das ISOE – Institut für sozial-ökologische Forschung ist ein unabhängiges, transdisziplinäres Forschungsinstitut in Frankfurt am Main. Wir entwickeln sozial-ökologische Konzepte für eine nachhaltige Entwicklung. Durch unsere Forschung liefern wir fundierte Entscheidungsgrundlagen für Gesellschaft, Politik und Wirtschaft. Zu den Forschungsthemen gehören Wasser, Energie, Klimaschutz, Mobilität, Urbane Räume, Biodiversität und sozial-ökologische Systeme.

Unsere Informationsangebote:

<http://www.isoe.de>

<http://www.isoe.de/medien/newsletter>

<https://twitter.com/isoewikom>