



Kapitel 21: Ökologisch nachhaltiger Konsum und ungleiche Teilhabe

von: Forschungsverbund Sozioökonomische Berichterstattung (Hg.); Leßmann, Ortrud; Masson, Torsten

DOI: 10.3278/6004498w021

Erscheinungsjahr: 2016

Schlagnworte: Empirische Bildungsforschung, Konsum, Nachhaltigkeit, empirische Sozialforschung, sozioökonomischer Status

Mit SOEP-IS-Daten von 2012 wird untersucht, ob die Spielräume für ökologisch nachhaltigen Konsum (hier: Kauf von Bio-Lebensmitteln und Autoverzicht für innerstädtische Strecken) durch Ungleichheit beeinträchtigt werden. Bio-Lebensmittel werden eher von Frauen, Personen mit hoher Bildung und hohem Einkommen gekauft, hingegen verzichten Personen mit hohem Einkommen deutlich seltener aufs Auto. Soziale Anerkennung kann Personen mit niedriger Bildung und niedrigem Umweltbewusstsein im nachhaltigen Konsum bestärken. Instabile Erwerbsverläufe verringern den Bio-Kauf, schränken den Spielraum dafür ein und führen zu subjektiver Unsicherheit, die den Spielraum für Bio-Kauf zusätzlich subjektiv verkleinert. Ein Übergang zu nachhaltiger Entwicklung bedarf daher einer sozialpolitischen Komponente.

Diese Publikation ist unter folgender Creative-Commons-Lizenz veröffentlicht:



Creative Commons Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International Lizenz
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

21 Ökologisch nachhaltiger Konsum und ungleiche Teilhabe

ORTRUD LEßMANN/TORSTEN MASSON

In diesem Kapitel steht der ökologisch nachhaltige Konsum im Mittelpunkt. Darunter wird Konsum verstanden, der einen Beitrag zur Minderung der Umweltprobleme leistet oder deren weitere Verstärkung verhindert. Dieser Konsum hat neben der Befriedigung physischer Bedürfnisse auch eine symbolische oder demonstrative Funktion. Damit ist gemeint, dass durch den Konsum die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe angezeigt oder einer (politischen) Überzeugung Ausdruck verliehen wird. Die Konsumhandlungen sind Ausdruck der Identität der konsumierenden Person. Wie die anderen untersuchten Konsumhandlungen (Kapitel 17, 18, 19 und 20) unterliegt auch der ökologisch nachhaltige Konsum Beschränkungen, die aus der ungleichen Verteilung materieller Ressourcen entstehen. Zugleich ist er vor dem Hintergrund des Wandels sozialer Strukturen (schichtspezifischer Konsum) zu sehen.

Umweltprobleme wie Klimawandel und Umweltverschmutzung werden zunehmend als eine Bedrohung der Menschheit und des menschlichen Wohlergehens wahrgenommen. Das Umweltbewusstsein ist hoch und wächst. Viele Konsumentinnen und Konsumenten geben an, den Wunsch zu haben, einen Beitrag zur Minderung der Umweltprobleme zu leisten oder zumindest nicht zu ihrer Verstärkung beizutragen. Sie denken dabei auch an ihre Kinder und Kindeskiner und trachten mit ihrem Konsum danach, diesen die Welt so zu erhalten, dass auch sie und ihre Nachfahren noch die Möglichkeit haben, ein von ihnen wertgeschätztes Leben zu führen. Daneben konsumieren sie auch aus anderen Gründen ökologisch nachhaltig, beispielsweise um ihr eigenes Wohlergehen zu steigern, indem sie sich gesund ernähren oder sich bei der Fortbewegung körperlich fit halten.

Dem Kapitel liegt ein Nachhaltigkeitsverständnis zugrunde, das an die „Brundtland-Kommission“ (Weltkommission für Umwelt und Entwicklung 1987: 46) sowie den Capability-Ansatz von Amartya Sen (2013) anschließt und im Einklang mit den globalen Nachhaltigkeitszielen (Sustainable Development Goals) steht, die auf dem Weltgipfel für nachhaltige Entwicklung 2015 in New York beschlossen wurden (vgl. Kapitel 24). Diese Ziele setzen wichtige Impulse für eine Verschränkung ökologi-

scher, wirtschaftlicher und sozialer Belange auch in Industrieländern (Rat für Nachhaltige Entwicklung [RNE] 2015). Insbesondere weisen sie auf die Bedeutung von Teilhabe und Mitgestaltung für politische Maßnahmen hin, die auf Nachhaltigkeit abzielen. Dies entspricht den Überlegungen von Sen (2013) zu nachhaltiger Entwicklung, der betont, dass nachhaltiger Konsum nicht nur die Verwirklichungschancen zukünftiger Generationen wahren soll, sondern auch jene der aktuellen Generation respektieren muss.

In diesem Sinne versteht das vorliegende Kapitel ökologisch nachhaltigen Konsum als Ausdruck der Teilhabe. Nach der kurzen Vorstellung eines Modells (1) wird kurz auf die verwendeten Daten und Methoden eingegangen (2). Der folgende Teil (3) analysiert allgemein, wovon die Verwirklichungschancen für ökologisch nachhaltigen Konsum beeinflusst werden. Schließlich geht der Beitrag der Frage nach, wie die Verwirklichungschancen für nachhaltigen Konsum durch sozioökonomische Faktoren beeinflusst werden (4). Es folgt ein kurzes Fazit (5).

1 Ökologisch nachhaltiger Konsum und Teilhabe

Konsum im Sinne des Erwerbs von Gütern und Dienstleistungen, also materieller Ressourcen, vermittelt zunächst Teilhabe am Lebensstandard einer Gesellschaft. Am Konsum lässt sich daher auch die Teilhabe ermessen, die aus dem Erwerb von Gütern und Dienstleistungen erwächst. Daneben hat ökologisch nachhaltiger Konsum auch eine demonstrative Funktion: Durch Konsum bestimmter Güter und Dienstleistungen – oder den bewussten Verzicht darauf – wird der eigenen Identität Ausdruck verliehen. Am ökologisch nachhaltigen Konsum lässt sich daher ablesen, wie groß die Möglichkeit (die Verwirklichungschance) ist, zur Nachhaltigkeit beizutragen.

Teilhabe im Sinne von Verwirklichungschancen hängt immer ab von materiellen Ressourcen einerseits und gesellschaftlichen sowie persönlichen Umwandlungsfaktoren andererseits (vgl. Bartelheimer/Kadtler 2012: 55). Um das hier entwickelte Teilhabemodell empirisch für den Fall der Verwirklichungschancen ökologisch nachhaltigen Konsums nutzbar zu machen, wird es mit der Theorie des geplanten Verhaltens verknüpft (Leßmann/Masson 2015: Abb. 1), deren Verwendung zur empirischen Erhebung von Konsum gebräuchlich ist (Kaufmann-Hayoz u. a. 2011). Abbildung 21.1 illustriert diese Verknüpfung. Die Theorie des geplanten Verhaltens (in der Abbildung: grau kursiv) benennt drei Prädiktoren für Verhaltensabsichten (Intentionen) beziehungsweise das Verhalten selbst: Einstellungen, soziale Normen und die wahrgenommene Verhaltenskontrolle. Sie weist damit in mehreren Punkten Ähnlichkeit mit dem Teilhabemodell (schwarz, nicht-kursiv) auf: Beide betonen die Bedeutung sozialer Normen, wobei das Teilhabemodell daneben noch andere gesellschaftliche Umwandlungsfaktoren kennt. Beide sehen freie Wahl aus einer Menge an Möglichkeiten oder, anders gesagt, Verhaltenskontrolle als wichtigen Prädiktor für das Verhalten an. Ressourcen sind Voraussetzung für diese freie Wahl. Die Theo-

rie geplanten Verhaltens unterscheidet hierbei finanzielle und zeitliche Ressourcen. Das Teilhabemodell spricht nicht direkt von Einstellungen, geht aber vom gesellschaftlichen Einfluss auf die Ausbildung von Präferenzen aus. Während die Theorie geplanten Verhaltens einen direkten Einfluss der sozialen Normen auf die Verhaltensabsicht unterstellt, geht das Teilhabemodell davon aus, dass die sozialen Normen vermittelt über die Einstellungen und die Menge an Verwirklichungschancen auf die Verhaltensabsicht wirken.

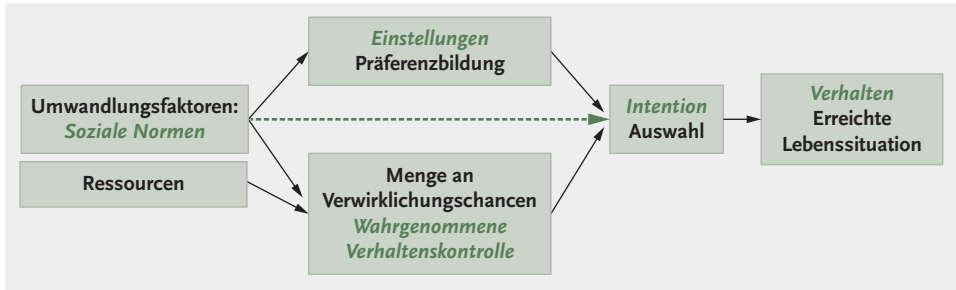


Abb. 21.1: Modell des ökologisch nachhaltigen Konsums als Verschränkung von Teilhabemodell und Theorie des geplanten Verhaltens

Quelle: Eigene Darstellung.

2 Datengrundlage und Methoden

Datenquelle für die empirischen Analysen ist eine Teilstichprobe der SOEP-Innovationsstichprobe von 2012 (Richter/Schupp 2012 beschreiben die Innovationsstichprobe detailliert). Die Personen wurden entweder zum Kauf von Bio-Lebensmitteln oder zum Autoverzicht befragt. Zum Kauf von Bio-Lebensmitteln wurden 713 Personen befragt. Davon waren 56,9 % weiblich. Die Befragten waren in einem Alter von 17 bis 92 Jahren, mit einem durchschnittlichen Alter von 51 Jahren, und hatten ein durchschnittliches Haushaltseinkommen von 2.553,49 Euro. Zum Autoverzicht für innerstädtische Strecken liegen Antworten von 419 Personen vor. Davon waren mit 45,6 % weniger als die Hälfte Frauen. Hier waren die Befragten in einem Alter von 19 bis 91 Jahren, mit einem durchschnittlichen Alter von 52 Jahren, und hatten ein durchschnittliches Haushaltseinkommen von 2.857,97 Euro. Methodisch liegen den Analysen des Kapitels lineare Regressionen (mit Interaktionstests) und Pfadmodelle (Software: AMOS) zugrunde. Pfadmodelle zielen darauf ab, Wirkungszusammenhänge zwischen unabhängigen, erklärenden Variablen und abhängigen, zu erklärenden Zielvariablen aufzudecken und kausale Abhängigkeiten zu identifizieren.

Tabelle 21.1 listet die Fragen auf, mit denen die Variablen erhoben wurden.

Tab. 21.1: Liste der verwendeten Fragen zum ökologisch nachhaltigen Konsum aus der SOEP-Innovationsstichprobe 2012

Variable	Frage	Antwortmöglichkeiten
Intention (1 Frage)	„Beabsichtigen Sie in Zukunft Lebensmittel aus kontrolliert biologischem Anbau zu kaufen?“	1 nein, nie – 5 ja, sehr häufig
Selbst berichtetes Verhalten (1 Frage)	„Wie häufig haben Sie in den letzten drei Monaten bewusst Lebensmittel aus kontrolliert biologischem Anbau gekauft?“	1 nie – 5 sehr oft
Einstellungen (2 Fragen, Cronbachs $\alpha = .72$)	„Lebensmittel aus kontrolliert biologischem Anbau zu kaufen ...“ „... finde ich sehr gut.“ „... finde ich angenehm.“	1 trifft überhaupt nicht zu – 5 trifft voll und ganz zu
Wahrgenommene Verhaltenskontrolle (1 Frage)	„Wie groß ist generell Ihr Entscheidungsspielraum, Lebensmittel aus kontrolliert biologischem Anbau zu kaufen?“	1 sehr klein – 5 sehr groß
Soziale Normen (1 Frage)	„Die meisten Menschen, die für mich wichtig sind, kaufen Lebensmittel aus kontrolliert biologischem Anbau.“	1 trifft überhaupt nicht zu – 5 trifft voll und ganz zu
Infrastrukturelle Barrieren (1 Frage)	„Lebensmittel aus kontrolliert biologischem Anbau zu kaufen fällt mir schwer, weil es in meiner Nähe keine Geschäfte gibt, die Biolebensmittel anbieten.“	1 trifft überhaupt nicht zu – 5 trifft voll und ganz zu
Finanzielle Einschränkungen (1 Frage)	„Lebensmittel aus kontrolliert biologischem Anbau zu kaufen ist für mich finanziell aufwendig.“	1 trifft überhaupt nicht zu – 5 trifft voll und ganz zu
Zeitliche Einschränkungen (1 Frage)	„Lebensmittel aus kontrolliert biologischem Anbau zu kaufen ist für mich zeitlich aufwendig.“	1 trifft überhaupt nicht zu – 5 trifft voll und ganz zu
(Objektiv) Instabiler Erwerbsverlauf	„Wie häufig sind Sie in den letzten zehn Jahren, also von 2002 bis heute, arbeitslos gewesen?“	Anzahl Perioden arbeitslos in den letzten zehn Jahren: freie Eingabe
Subjektive Erwerbs- und Einkommensunsicherheit (4 Fragen, Cronbachs $\alpha = .68$)	„Wie häufig hindern Sie bestimmte Lebensumstände daran, Dinge zu tun, die Ihnen wichtig sind ... [Geldmangel/Schulden; Ihre Arbeitsstelle; fehlende Arbeitsmöglichkeiten; Ihr Ausbildungsniveau]?“	1 nie – 5 immer

Quelle: SOEP-Innovationsstichprobe 2012. Eigene Darstellung.

Neben den aufgelisteten Fragen liegen Informationen über den höchsten Bildungsabschluss vor. Sie sind nach der International Standard Classification of Education (ISCED) in drei Kategorien – niedrig, mittel und hoch – eingeteilt. Um die Einkommenssituation von Haushalten unterschiedlicher Größe und Zusammensetzung vergleichbar zu machen, wird das Nettoäquivalenzeinkommen berechnet. Dazu wird das Gesamteinkommen des Haushalts ermittelt und es werden die Bedarfsgewichte

der neueren OECD-Skala (Hagenaars/de Vos/Zaidi 1994) angewandt, die dem ersten Haushaltsmitglied ein Bedarfsgewicht von 1 zuordnet, jedem weiteren Haushaltsmitglied über 14 Jahren ein Bedarfsgewicht von 0,5 und Kindern unter 14 Jahren ein Gewicht von 0,3. Das Gesamteinkommen einer Familie mit zwei Kindern unter 14 Jahren wird daher durch 2,1 ($= 1 + 0,5 + 0,3 + 0,3$) geteilt, um das Nettoäquivalenzeinkommen zu berechnen, das dann jedem Familienmitglied zugeordnet wird.

Die hier betrachteten Konsumhandlungen – Konsum von Lebensmitteln und die Zurücklegung von Wegen im innerstädtischen Bereich – finden jeden Tag statt. Sie lassen sich nicht vermeiden, sondern nur ökologischer ausrichten durch den Umstieg auf Lebensmittel aus biologischem Anbau und den Umstieg vom Auto auf umweltfreundlichere Verkehrsmittel. Der Rat für Nachhaltige Entwicklung schreibt in seiner Stellungnahme zu den globalen Nachhaltigkeitszielen (SDG – Sustainable Development Goals), dass „insbesondere Deutschland einen konkreten Vorstoß zu Zielen des ‚nachhaltigen Konsums‘ unternehmen“ solle, und betont die „hohe Bedeutung“ der Mobilitätspolitik für Nachhaltigkeit (RNE 2015). Die Anteile von Landwirtschaft und Mobilität an den Treibhausgasemissionen in Deutschland betragen ca. 7 % beziehungsweise 18 % (Umweltbundesamt [UBA] 2014), was ihre ökologische Bedeutung belegt. Es ist davon auszugehen, dass alle Befragten Erfahrungen in diesen Bereichen haben; zum Autoverzicht wurden aber nur diejenigen befragt, die angaben, über ein Auto zu verfügen.¹ Ferner ist dieser alltägliche Konsum zwar vielen Routinen unterworfen, aber da der Kauf von Lebensmitteln und innerstädtische Strecken jeden Tag neu bewältigt werden müssen, birgt diese Art von Konsum die Möglichkeit, immer wieder neu zu entscheiden, welche Lebensmittel gekauft und wie die Wege zurückgelegt werden, und dabei die Routinen aufzubrechen.

3 Verwirklichungschancen für ökologisch nachhaltigen Konsum

In diesem Abschnitt stehen das Modell und die von ihm nahegelegten Hypothesen über Zusammenhänge im Vordergrund, ohne dass zunächst zwischen Personen mit unterschiedlichem sozioökonomischen Status differenziert würde.

Der Entscheidungsspielraum (Tabelle 21.2) für den Kauf von Bio-Lebensmitteln wird von den meisten als mittelgroß wahrgenommen: Es gibt Spielraum, sich für den Kauf von Bio-Lebensmitteln zu entscheiden, doch offenbar wird diese Entscheidung weder als besonders leicht noch als besonders schwierig wahrgenommen. Dieser Befund dürfte eng mit der Weite des Begriffs „Bio-Lebensmittel“ zusammenhängen: Eine Bio-Variante ist von einigen Produkten wie z. B. Milch in den meisten Supermärkten zu haben, bei anderen Produkten ist dies nicht der Fall, sodass der Kauf einer Bio-Variante davon mit mehr Aufwand – und zumeist auch höheren Kosten

1 141 Personen gaben an, nicht über ein Auto zu verfügen, und wurden deshalb zum Bio-Kauf anstatt zum Autoverzicht befragt.

(Held/Haubach 2017) – verbunden ist. So geben nur 10,6 % der Befragten an, dass der Bio-Kauf an der fehlenden Infrastruktur scheitert (Tabelle 21.3). Das weitaus größere Hindernis stellen die Kosten von Bio-Lebensmitteln dar.

Hingegen ist der Autoverzicht offenbar für einige Befragte schwer zu realisieren (sehr kleiner Entscheidungsspielraum) und für andere leicht (sehr großer Entscheidungsspielraum). Hierbei verteilen sich die Antworten (Tabelle 21.2) recht gleichmäßig auf die fünf Antwortkategorien und es ist zu vermuten, dass sich darin die unterschiedliche Infrastruktur widerspiegelt. Dies wird von den Angaben zu den Barrieren (Tabelle 21.3) insofern bestätigt, als dass jeweils etwa ein Drittel der Befragten angeben, die Infrastruktur sei das Problem beziehungsweise sie sei es eben nicht. Daneben ist für den Autoverzicht eher der zeitliche denn der finanzielle Aufwand ausschlaggebend: Rund ein Drittel der Befragten sagt, Autoverzicht sei zeitlich aufwendig, aber es sind wiederum über 20 % der Befragten, die dies nicht für zutreffend halten.

Tab. 21.2: Entscheidungsspielraum und Häufigkeit des Kaufs von Bio-Lebensmitteln und des Autoverzichts in Deutschland 2012

	Entscheidungs- spielraum	Häufigkeit	
Bio-Kauf			
Antwort	Prozent (N = 689)	Prozent (N = 700)	Antwort
sehr klein	19,6	31,4	nie
eher klein	21,9	20,7	selten
mittelgroß	30,9	27,6	manchmal
eher groß	15,4	13,9	oft
sehr groß	12,2	6,4	fast immer
Gesamt	100	100	Gesamt
Autoverzicht			
	Prozent (N = 416)	Prozent (N = 417)	
sehr klein	21,9	23,3	nie
eher klein	18,5	19,7	selten
mittelgroß	22,4	19,4	manchmal
eher groß	17,3	27,1	oft
sehr groß	20,0	10,6	fast immer
Gesamt	100	100	Gesamt

Quelle: SOEP-Innovationsstichprobe 2012. Eigene Darstellung.

Tab. 21.3: Barrieren gegen Kauf von Bio-Lebensmitteln und Autoverzicht für innerstädtische Mobilität in Deutschland 2012

Bio-Kauf...	...ist für mich finanziell aufwendig	...fällt mir schwer, weil es in meiner Nähe keine Geschäfte gibt, die Biolebensmittel anbieten	Autoverzicht...	...ist für mich zeitlich aufwendig	...fällt mir schwer, weil das Angebot des öffentlichen Personenverkehrs in meinem Wohnort schlecht ist
Antwort	Prozent (N = 693)	Prozent (N = 686)		Prozent (N = 413)	Prozent (N = 406)
trifft überhaupt nicht zu	12,7	44,2	trifft überhaupt nicht zu	22,8	34,0
2	9,1	18,5	2	12,3	12,1
3	18,8	17,2	3	15,3	14,8
4	23,4	9,5	4	18,4	8,9
trifft voll und ganz zu	36,1	10,6	trifft voll und ganz zu	31,2	30,3
Gesamt	100	100	Gesamt	100	100

Quelle: SOEP-Innovationsstichprobe 2012. Eigene Darstellung.

Das selbst berichtete Verhalten bleibt beim Kauf von Bio-Lebensmitteln hinter dem Spielraum zurück: Nur 20,3 % der Befragten geben an, „fast immer“ oder „oft“ Bio-Lebensmittel zu kaufen, während 27,6 % der Befragten dafür einen „großen“ oder „sehr großen“ Spielraum sehen. Dagegen ist der Anteil der Befragten, die angeben, oft oder fast immer auf ihr Auto zu verzichten (37,7 %), etwa so hoch wie der Anteil derjenigen, die angeben, einen großen oder sehr großen Spielraum dafür zu haben (37,3 %).

Die empirischen Analysen bestätigen die Modellstruktur (ausführlich dazu Leßmann/Masson 2015): Wie von der Theorie des geplanten Verhaltens gefordert, sind Einstellungen, soziale Normen und wahrgenommene Verhaltenskontrolle (Entscheidungsspielraum) positiv mit der Verhaltensabsicht korreliert (Abb. 21.2). Allerdings wirken die sozialen Normen – wie vom Teilhabemodell postuliert – sowohl indirekt als auch direkt auf die Verhaltensabsicht ein. Sie sind nämlich mit den individuellen Einstellungen einerseits (Pfadkoeffizient 0,5) und den gesellschaftlich bedingten Verwirklichungschancen (also dem Entscheidungsspielraum, Pfadkoeffizient 0,24) andererseits korreliert. Über die Einstellungen (Pfadkoeffizient 0,48) und den Entscheidungsspielraum (Pfadkoeffizient 0,31) korrelieren die Normen mit der Verhaltensabsicht. Insgesamt sind damit die indirekten Effekte ($0,31 = 0,5 \times 0,48 + 0,24 \times 0,31$) stärker als der direkte Effekt (Pfadkoeffizient 0,11). Ähnliche Ergebnisse werden erzielt, wenn die Korrelation mit dem selbst berichteten Verhalten statt der Verhaltensabsicht untersucht wird.

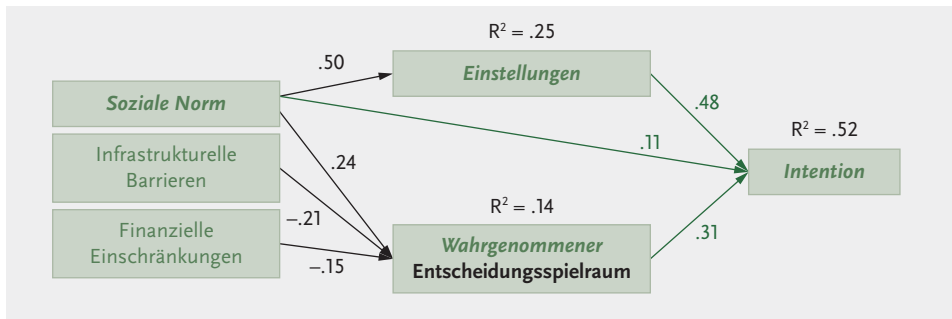


Abb. 21.2: Pfadmodell zum Kauf von Bio-Lebensmitteln für Deutschland 2012 (standardisierte Pfadkoeffizienten)

Quelle: SOEP-Innovationsstichprobe 2012. Eigene Darstellung. Vgl. Web-Abbildung 21.7² mit dem Pfadmodell zum Autoverzicht.

Weiter zeigt sich, dass die Barrieren – seien es knappe finanzielle Mittel, knappe Zeit oder fehlende Infrastruktur – sich ausschließlich auf die wahrgenommene Verhaltenskontrolle beziehungsweise die Verwirklichungschancen auswirken und darüber die Verhaltensabsicht beeinflussen. Die Frage nach dem wahrgenommenen Entscheidungsspielraum fängt also ein, ob es an Ressourcen oder Infrastruktur für den ökologisch nachhaltigen Konsum mangelt. Das Bild vom Entscheidungsspielraum ist geeignet, um das Konzept von Verwirklichungschancen anschaulich zu machen und bilanzierend die Möglichkeiten und Einschränkungen, denen sich eine Person gegenüber sieht, zu bewerten (Leßmann 2015).

Schließlich legen die Ergebnisse eine Diskrepanz zwischen den Einstellungen und dem wahrgenommenen Entscheidungsspielraum offen: Die Einstellungen gegenüber Bio-Kauf beziehungsweise Autoverzicht (Tabelle 21.4) sind weitaus positiver als die Bewertungen des Entscheidungsspielraums (Tabelle 21.2). Nach ihrer Einstellung gefragt, geben 30 % aus der Bio-Kauf-Stichprobe bezüglich der „finde ich gut“-Frage und 22,7 % bezüglich der „finde ich angenehm“-Frage eine um mindestens zwei Skalenpunkte höhere Bewertung an als bei der Frage nach dem wahrgenommenen Entscheidungsspielraum. Eine um mindestens zwei Skalenpunkte höhere Bewertung liegt beispielsweise vor, wenn sie der Aussage voll und ganz zustimmen, den Kauf von Bio-Lebensmitteln gut zu finden, aber meinen, nur einen kleinen oder mittleren Entscheidungsspielraum für den Bio-Kauf zu haben. Umgekehrt sehen nur 5,9 % beziehungsweise 9,9 % einen Entscheidungsspielraum, der um zwei Skalenpunkte höher ist als ihre Einstellungen gegenüber dem Bio-Kauf. Beim Autoverzicht bleibt der wahrgenommene Entscheidungsspielraum für einen noch höheren Anteil der Befragten hinter den Einstellungen zurück: 39,1 % („finde ich gut“) beziehungsweise 27,7 % („finde ich angenehm“) der Befragten stehen dem Autoverzicht

2 http://www.soeb.de/fileadmin/redaktion/downloads/soeb_3_Webtabellen/Kapitel_21_soeb3_Le%C3%9Fmann_Masson_Web-Abbildung_SC_20160804.pdf. Stand: 25.08.2016.

um mindestens zwei Skalenpunkte positiver gegenüber, als sie ihren Entscheidungsspielraum einschätzen. Umgekehrt sind es nur 3,4 % beziehungsweise 9,5 %, die den Entscheidungsspielraum um mindestens zwei Skalenpunkte höher einschätzen, als es ihren Einstellungen zum Autoverzicht entspricht. Interessant ist dabei, dass die Mehrheit der Befragten (56,8 %) den Autoverzicht gut findet, aber nur ein Drittel (33,4 %) ihn auch angenehm bewertet. Das dürfte der Bereitschaft, tatsächlich auf das Auto zu verzichten, einen Dämpfer versetzen. Dieser Befund legt nahe, dass die Befragten bereit wären, häufiger Bio-Lebensmittel zu kaufen beziehungsweise auf das Auto zu verzichten, wenn sie die Möglichkeit dazu sähen. Sie nehmen ihren Entscheidungsspielraum aber – gerade beim Kauf von Bio-Lebensmitteln – als eher klein wahr und handeln nicht gemäß ihren Einstellungen. Die Daten zeigen nur Korrelationen an, geben jedoch keine Auskunft über die Kausalität. Es ist aber plausibel, den geringen Entscheidungsspielraum als Grund für die Diskrepanz zwischen den positiven Einstellungen zu umweltschonendem Konsum und der geringen Realisierung dieses Verhaltens zu sehen.

Tab. 21.4: Einstellungen gegenüber dem Kauf von Bio-Lebensmitteln und dem Autoverzicht für innerstädtische Mobilität in Deutschland 2012

	Bio-Kauf		Autoverzicht	
	...finde ich sehr gut	...finde ich angenehm	...finde ich sehr gut	...finde ich angenehm
Antwort	Prozent (N = 698)	Prozent (N = 685)	Prozent (N = 417)	Prozent (N = 413)
trifft überhaupt nicht zu	10,3	13,0	7,0	13,3
2	9,5	13,9	4,1	8,7
3	27,9	32,3	16,1	23,2
4	20,8	18,7	16,1	21,3
trifft voll und ganz zu	31,5	22,2	56,8	33,4
Gesamt	100	100	100	100

Quelle: SOEP-Innovationsstichprobe 2012. Eigene Darstellung.

4 Analyse des Zusammenhangs zwischen sozioökonomischer Ungleichheit und umweltschonendem Konsum

In diesem Abschnitt wird untersucht, in welchem Zusammenhang der umweltschonende Konsum mit dem sozioökonomischen Status von Personen steht.

4.1 Sozioökonomische Merkmale und ökologisch nachhaltiger Konsum

Alter, Geschlecht, Einkommen, Bildung, Umweltbewusstsein und Haushaltsgröße haben größeren Einfluss auf den Kauf von Bio-Lebensmitteln als auf den Autover-

zucht für innerstädtischen Verkehr. Bezüglich der Bio-Lebensmittel (Tabelle 21.5) werden durch die Ergebnisse der linearen Regression frühere Befunde bestätigt: Es sind eher Frauen als Männer, die Bio-Lebensmittel kaufen, was unter anderem darauf zurückzuführen sein dürfte, dass sie insgesamt stärker für den Lebensmitteleinkauf zuständig sind. Ferner kaufen eher diejenigen mit höherem Einkommen, höherer Bildung und höherem Umweltbewusstsein Bio-Lebensmittel. Dies entspricht den Ergebnissen von Preisendörfer (1999). Bemerkenswert ist, dass alle Ergebnisse auf das Umweltbewusstsein kontrolliert wurden, sodass die höhere Korrelation bei höherem Einkommen und höherer Bildung nicht etwa auf höheres Umweltbewusstsein in diesen Fällen zurückzuführen ist. Ferner ergibt die vertiefende Analyse mittels Interaktionstests, dass bei höherer Bildung der Einfluss des Einkommens auf das selbst berichtete Verhalten nicht so relevant ist wie bei niedrigerer Bildung. Dabei zeigt sich, dass bei Kombination von niedriger Bildung und geringem Äquivalenzeinkommen die Kaufhäufigkeit von Bio-Lebensmitteln deutlich abfällt gegenüber Befragten mit hohem Einkommen und/oder hoher Bildung.

Analog zum selbst berichteten Kaufverhalten ist der Einfluss von Geschlecht, Einkommen, Bildung und Umweltbewusstsein auf die *Absicht*, Bio-Lebensmittel zu kaufen. Die Wahrnehmung des Entscheidungsspielraums ist vor allem von Einkommen und Umweltbewusstsein bestimmt. Auf die Einstellung wirkt sich hingegen nur das Umweltbewusstsein aus. Der Einfluss von Bildung auf die Wahrnehmung des Entscheidungsspielraums und die Einstellung ist nicht signifikant (Tabelle 21.9). Dies lässt sich mit der hohen Korrelation von Bildung und Umweltbewusstsein erklären. Das Umweltbewusstsein ist der entscheidende Einflussfaktor.

Hohes Umweltbewusstsein korreliert mit der Wahrnehmung, dass es teurer ist, beim Lebensmitteleinkauf auf biologische Produkte zu achten (Tabelle 21.5); Schwierigkeiten, entsprechende Verkaufsstellen zu finden, werden von Personen mit hohem Umweltbewusstsein jedoch nicht als Barriere gesehen. Ein höheres Einkommen lässt beide Barrieren geringer erscheinen. Besonders Frauen sehen den finanziellen Aufwand als Hindernis für den Bio-Kauf an.

Das Alter hat nur geringen Einfluss auf den Kauf von Bio-Lebensmitteln (Tabelle 21.5, vgl. Kapitel 16 und 19 zum altersspezifischen Konsum): Es sind eher jüngere als ältere Personen, die beabsichtigen, Bio-Lebensmittel zu kaufen. Ältere Befragte geben jedoch häufiger den Mangel an Verkaufsstellen für Bio-Lebensmittel als Barriere an (Tabelle 21.5). Ferner kaufen eher Single-Haushalte Bio-Lebensmittel als Mehrpersonenhaushalte. Bei den Mehrpersonenhaushalten steigt jedoch die Neigung zu Bio-Lebensmitteln mit zunehmender Anzahl an Haushaltsmitgliedern. Für Befragte in Haushalten ohne Wertanlagen wie zum Beispiel Sparbuch, Bausparverträge oder Lebensversicherungen zeigt sich weiterhin, dass das Einkommen bei ihnen eine größere Rolle für die Häufigkeit des Bio-Kaufs und für die Wahrnehmung des Entscheidungsspielraums spielt. Dabei sind es vorrangig Befragte mit geringem Einkommen, für die das Fehlen von Wertanlagen zu einer deutlichen Verringerung der Häufigkeit des Bio-Kaufs beziehungsweise zur Wahrnehmung eines geringeren

Spielraums für Bio-Kauf führt. Das spricht dafür, dass Wertanlagen im Haushalt den Personen etwas Sicherheit geben und dadurch den Spielraum erhöhen, sich ihren Einstellungen entsprechend zu verhalten, wie dies auch bei den Untersuchungen zur Einkommensprekarität (Kapitel 13 und 14) unterstellt wird.

Tab. 21.5: Einfluss sozioökonomischer Faktoren auf den Bio-Kauf und die Barrieren für den Bio-Kauf (Deutschland 2012)

	Häufigkeit Kauf (N = 677)	Intention (N = 675)	Entscheidungs-spielraum (N = 665)	Einstellung (N = 676)	Barriere Geld (N = 670)	Barriere Geschäft (N = 663)
Alter	n. s.	–	n. s.	n. s.	n. s.	+
Geschlecht (0 = männlich, 1 = weiblich)	+	+	+	n. s.	+	n. s.
Nettoäquivalenzeinkommen (logarithmiert)	+	+	+	n. s.	–	–
Bildung (1 = niedrig, 2 = mittel, 3 = hoch)	+	+	+	n. s.	n. s.	n. s.
Umweltbewusstsein	+	+	+	+	+	–
Single-HH (0 = nein, 1 = ja)	+	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.
HHsgröße (logarithmiert) → nur Mehrpersonen-HH	+	+	+	n. s.		
Anmerkung: Multiple lineare Regression, +/- gibt die Richtung des Zusammenhangs wieder (Signifikanzniveau $p < 0,05$), n. s. = nicht signifikant. HH = Haushalt.						

Quelle: SOEP-Innovationsstichprobe 2012. Eigene Berechnungen. Vgl. Web-Tabelle 21.1.³

Der Einfluss von Alter, Geschlecht, Einkommen, Bildung, Umweltbewusstsein und Haushaltsgröße auf das Mobilitätsverhalten ist weitaus schwächer (Tabelle 21.6): Eine positive Einstellung zum Autoverzicht ist eher bei Älteren, Frauen und Befragten mit hohem Umweltbewusstsein gegeben. Je höher das Einkommen, desto selbstverständlicher ist die Nutzung des Autos (schwacher Effekt). Die Haushaltsgröße hat nur auf den Entscheidungsspielraum einen schwachen negativen Effekt.

Diese deutlichen Unterschiede im sozioökonomischen Profil zwischen den beiden betrachteten umweltschonenden Verhaltensweisen zeigen, dass es „den“ ökologisch nachhaltigen Konsum nicht gibt und sich daher nicht ohne Weiteres ein Profil für einen nachhaltig konsumierenden Haushalt bilden lässt. Während sich ein höheres Einkommen positiv auf die Neigung auswirkt, Bio-Lebensmittel zu kaufen, hat es einen negativen Effekt auf den Autoverzicht für innerstädtische Strecken. Dies spiegelt den „Patchwork-Charakter“ wider, der umweltbezogenes Verhalten nicht selten kennzeichnet (Reusswig 1994). Eine Untersuchung der Öko-Bilanz eines Haushalts, beispielsweise in Form des ökologischen Fußabdrucks, müsste daher eine Vielzahl von Verhaltensdaten aus unterschiedlichen Lebensbereichen berücksichtigen (Woh-

3 http://www.soeb.de/fileadmin/redaktion/downloads/soeb_3_Webtabellen/Web-Tabellen_Kap_21.pdf.
Stand: 25.08.2016.

nen, Ernährung, Mobilität, Freizeit etc.) und diese systematisch mit sozioökonomischen Merkmalen verknüpfen. Dafür fehlt im SOEP jedoch die Datengrundlage.

Tab. 21.6: Einfluss sozioökonomischer Faktoren auf den Autoverzicht (Deutschland 2012)

	Häufigkeit Verzicht (N = 411)	Intention (N = 411)	Entscheidungs- spielraum (N = 411)	Einstellung (N = 412)
Alter	n. s.	n. s.	n. s.	+
Geschlecht (0 = männlich, 1 = weiblich)	n. s.	n. s.	n. s.	+
Nettoäquivalenzeinkommen (logarithmiert)	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.
Bildung (1= niedrig, 2 = mittel, 3 = hoch)	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.
Umweltbewusstsein	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.
Single-Haushalt (0 = nein, 1 = ja)	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.
Haushaltsgröße (logarithmiert) → nur Mehrpersonen-Haushalte	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.
Anmerkung: Multiple lineare Regression, +/- gibt die Richtung des Zusammenhangs wieder (Signifikanzniveau $p < 0,05$), n. s. = nicht signifikant.				

Quelle: SOEP-Innovationsstichprobe 2012. Eigene Berechnungen. Vgl. Fußnote 3: Web-Tabelle 21.2.

4.2 Sozialer Einfluss auf nachhaltiges Verhalten

Wie oben (3) dargestellt, deutet das Modell darauf hin, dass soziale Normen stärker indirekt als direkt auf das Verhalten und die Verhaltensabsicht von Personen einwirken. Die soziale Norm wurde im Fragebogen als „deskriptive Norm“ erhoben, indem nach dem Verhalten wichtiger Dritter gefragt wurde (Tabelle 21.7). Nur 16,5 % der Befragten aus der Bio-Kauf-Stichprobe und 21,7 % aus der Mobilitätsstichprobe stimmen überwiegend oder voll und ganz zu, dass ihr Umfeld sich umweltfreundlich verhält. Insgesamt nehmen sie ihr Umfeld also als eher wenig umweltfreundlich wahr. Des Weiteren gibt nur ein Fünftel (Bio-Kauf) beziehungsweise ein knappes Drittel (Autoverzicht) an, von anderen Anerkennung für umweltschonendes Verhalten zu bekommen. Ob umweltschonendes Konsumhandeln (in Form von Bio-Kauf und Autoverzicht) damit als Statussymbol taugt, ist auf Grundlage dieser Ergebnisse nicht abschließend zu bewerten – sie lassen aber, zumindest für den allgemeinen Bio-Kauf, Raum für Skepsis. Das mag mit der geringen Sichtbarkeit umweltschonenden Konsums zu tun haben: Weder ist sichtbar, welche Produkte sich in den Einkaufstaschen befinden, noch ist der Gang zum Bus aufsehenerregend, der Griff zum Fahrrad hingegen eher.

Tab. 21.7: Deskriptive Norm und soziale Anerkennung für nachhaltiges Verhalten (Deutschland 2012)

Die meisten Menschen, die für mich wichtig sind kaufen Lebensmittel aus kontrolliert biologischem Anbau.	... erledigen Wege mithilfe von öffentlichen Verkehrsmitteln, dem Fahrrad oder zu Fuß anstatt mit dem Auto.
Antwort	Prozent (N = 655)	Prozent (N = 407)
trifft überhaupt nicht zu	32,1	31,4
2	26,1	22,4
3	25,3	24,6
4	7,6	11,1
trifft voll und ganz zu	8,9	10,6
Gesamt	100	100
Gibt es Personen, von denen Sie Anerkennung dafür erhalten (würden), dass Sie Lebensmittel aus kontrolliert biologischem Anbau kaufen?	... Wege mithilfe von öffentlichen Verkehrsmitteln, dem Fahrrad oder zu Fuß anstatt mit dem Auto erledigen?
Antwort	Prozent (N = 677)	Prozent (N = 407)
nein	77,5	71
ja	22,5	29
Gesamt	100	100

Quelle: SOEP-Innovationsstichprobe 2012. Eigene Darstellung und Berechnungen.

Betrachtet man diese Aussagen differenziert nach sozioökonomischen Faktoren mittels Regression (Tabelle 21.8), so zeigt sich, dass es eher ältere Befragte und solche mit einem hohen Einkommen sind, in deren Umfeld Bio-Lebensmittel gekauft werden und die insofern darin bestärkt werden, selbst biologische Produkte zu kaufen. Keinen Unterschied in der Wahrnehmung des Kaufverhaltens gibt es bezüglich des Geschlechts, des Umweltbewusstseins und der Haushaltsgröße. Beim Autoverzicht zeigt sich ein anderes Bild: Ältere Befragte haben eher ein Umfeld, in dem auch auf das Auto verzichtet wird. Befragte mit einem höheren Einkommen oder einem höheren Umweltbewusstsein beobachten in ihrem Umfeld eher selten, dass auf das Auto verzichtet wird. Geschlecht, Bildung und Haushaltsgröße haben keinen Einfluss. Daneben liefern die Daten keine Anhaltspunkte für Unterschiede in der wahrgenommenen Anerkennung durch das soziale Umfeld für Bio-Kauf und Autoverzicht bei Unterscheidung der Befragten nach sozioökonomischen Merkmalen. Mit anderen Worten, weder einkommensstärkere noch besser gebildete Befragte nehmen – und das ist ein Unterschied zu den wahrgenommenen Normen – ein höheres Maß an Anerkennung für Bio-Kauf oder Autoverzicht in ihrem sozialen Umfeld wahr.

Tab. 21.8: Sozioökonomische Faktoren und sozialer Einfluss (Deutschland 2012)

	Deskriptive Norm		Anerkennung	
	Bio-Kauf (N = 637)	Autoverzicht (N = 402)	Bio-Kauf (N = 659)	Autoverzicht (N = 405)
Alter	+	+	n. s.	n. s.
Geschlecht (0 = männlich, 1 = weiblich)	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.
Nettoäquivalenzeinkommen (logarithmiert)	+	-	n. s.	n. s.
Bildung (1= niedrig, 2 = mittel, 3 = hoch)	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.
Umweltbewusstsein	n. s.	-	n. s.	n. s.
Single-Haushalt (0 = nein, 1 = ja)	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.
Anmerkung: Multiple lineare Regression, +/- gibt die Richtung des Zusammenhangs wieder (Signifikanzniveau $p < 0,05$), n. s. = nicht signifikant.				

Quelle: SOEP-Innovationsstichprobe 2012. Eigene Berechnungen. Vgl. Fußnote 3: Web-Tabelle 21.3.

Der vorherige Absatz behandelte die Zusammenhänge zwischen sozioökonomischen Merkmalen und der Häufigkeit von umweltschonendem Verhalten beziehungsweise der Anerkennung für umweltschonendes Verhalten im sozialen Umfeld der Befragten. Eine andere Frage ist, inwiefern die Stärke des sozialen Einflusses über die einzelnen sozialen Gruppen hinweg variiert, ob also die Wirkung von Normen und Anerkennung auf das Verhalten der Befragten sich nach sozioökonomischen Merkmalen unterscheidet. Vertiefende Analysen (vgl. Fußnote 3: Web-Tabelle 21.4 zu *Einfluss der Einstellung des Partners bzw. anderer Haushaltsmitglieder auf den Bio-Kauf*) deuten darauf hin, dass es bei niedriger Bildung eine positive Korrelation zwischen Anerkennung für Bio-Kauf und Kaufhäufigkeit gibt. So wirkt sich bei Personen mit geringer Bildung das Fehlen von Anerkennung stärker (negativ) auf die Häufigkeit des Kaufs von Bio-Lebensmitteln aus als bei höher gebildeten Befragten. Noch deutlicher beeinflusst das Umweltbewusstsein der Befragten den Zusammenhang zwischen Anerkennung und Autoverzicht. So zeigt sich, dass der Autoverzicht bei hohem Umweltbewusstsein nicht von der Anerkennung abhängt, während umgekehrt bei weniger umweltbewussten Befragten Anerkennung die Bereitschaft zum Autoverzicht deutlich erhöht. Insofern kann die Anerkennung durch andere insbesondere bei Personen mit niedriger Bildung beziehungsweise niedrigem Umweltbewusstsein eine wichtige Rolle für die Stärkung umweltschonenden Verhaltens spielen.

Aufgrund der gewählten Datenbasis kann zusätzlich untersucht werden, welchen Einfluss die Partnerin oder der Partner beziehungsweise andere Haushaltsmitglieder auf das Kaufverhalten der Befragten ausüben. Zusätzlich zum eigenen Umweltbewusstsein ist die Neigung, Bio-Lebensmittel zu kaufen, größer, wenn auch die anderen Haushaltsmitglieder ein starkes Umweltbewusstsein haben. Dieser Effekt ist besonders ausgeprägt bei Befragten mit relativ niedriger Bildung (Interaktionstest):

Ist der Haushalt insgesamt wenig umweltbewusst, senkt dies die Häufigkeit des Bio-Kaufs von Personen mit niedriger Bildung deutlich.

Die Einstellungen des Partners bzw. der Partnerin haben ebenso Auswirkungen auf den Entscheidungsspielraum für den Bio-Lebensmittelkauf: Die Umweltfreundlichkeit der Partnerin bzw. des Partners erhöht den wahrgenommenen Entscheidungsspielraum, sich beim Einkauf für Bio-Produkte zu entscheiden. Dies gilt auch umgekehrt, insbesondere wenn die Befragten selbst kein hohes Umweltbewusstsein haben: Ist dies für beide Partner der Fall, so wird auch der Entscheidungsspielraum für den Bio-Kauf als deutlich kleiner wahrgenommen.

Für den Verzicht auf das Auto können jedoch keine derartigen Einflüsse durch die Einstellungen des Umfelds nachgewiesen werden.

4.3 Effekte eines prekären Erwerbsverlaufs auf den Bio-Lebensmittelkonsum

Beim Konsum von Bio-Lebensmitteln spielt das Einkommen eine große Rolle. Über ein Drittel der Befragten (36,1 %) stimmt zu, dass der finanzielle Aufwand ein wichtiger Grund ist, keine Bio-Lebensmittel zu kaufen (Tabelle 21.3). Insofern steht zu vermuten, dass es nicht nur die Gruppe der Armen ist, die mangels finanzieller Ressourcen zu anderen Produkten greifen, sondern auch die Gruppe jener Personen, die in prekären Verhältnissen (vgl. Kapitel 3, 10, 13 und 14) leben und wegen der Unsicherheit über ihren weiteren Erwerbs- und Einkommensverlauf vorsichtig bei ihren Ausgaben sind. Ob diese Vermutung zutrifft und wie sich ein instabiler Erwerbsverlauf auf den Kauf von Bio-Lebensmitteln auswirkt, wird in zwei Schritten untersucht. Als Indikator für einen objektiv instabilen Erwerbsverlauf wird hierbei mehrfache Arbeitslosigkeit innerhalb der letzten zehn Jahre verwendet (Tabelle 21.1). Es werden nur die Antworten derjenigen analysiert, auf die dies zutreffen kann, nämlich Personen im Alter von mindestens 25 Jahren, die bereits einige Jahre auf dem Arbeitsmarkt sein können, und höchstens 65 Jahren, da dies das Renteneintrittsalter ist. Im ersten Schritt wird der unmittelbare Einfluss eines objektiv instabilen Erwerbsverlaufs auf das Konsumverhalten untersucht, um im zweiten Schritt (ähnlich wie in Kapitel 10) den Effekt zu messen, der auf die subjektive Unsicherheit zurückzuführen ist, die sich aus dem objektiv instabilen Erwerbsverlauf ergibt.

4.3.1 Effekte eines objektiv instabilen Erwerbsverlaufs

Wird die Stichprobe auf Personen im Alter von 25 bis 65 Jahren begrenzt, so zeigt sich zusätzlich zu den Effekten aus Tabelle 21.5 ein Alterseffekt (Tabelle 21.9): Es sind eher jüngere Personen, die Bio-Lebensmittel kaufen. Dieser Effekt zeigt sich ferner bei der Einstellung gegenüber dem Kauf von Bio-Lebensmitteln und bei der Verhaltensabsicht (wie schon bei der Gesamtstichprobe, siehe Tabelle 21.5).

Instabile Erwerbsverläufe haben sowohl direkte als auch indirekte Effekte auf den Kauf von Bio-Lebensmitteln. Zu den direkten Effekten gehört, dass Personen umso seltener berichten, zu Bio-Produkten zu greifen, je häufiger sie in den letzten zehn Jahren arbeitslos waren. Dieser Effekt ist besonders stark ausgeprägt bei niedrigem

Einkommen und hohem Umweltbewusstsein, also dann, wenn zur Erwerbsprekariät in Form der häufigen Arbeitslosigkeit auch eine Einkommensprekariät im Sinne eines geringen Einkommens kommt und zugleich das Umweltbewusstsein hoch ist. Diese Analyse wird durch negative Effekte eines instabilen Erwerbsverlaufs auf den wahrgenommenen Entscheidungsspielraum noch unterstützt: Wer häufiger arbeitslos war, sieht sich in seinen Verwirklichungschancen für ökologisch nachhaltigen Konsum beschränkt, sodass der Kauf von Bio-Lebensmitteln auch indirekt – über den Entscheidungsspielraum – beeinträchtigt wird. Mit anderen Worten, Unsicherheiten in der persönlichen Erwerbsbiografie beeinflussen die Kaufhäufigkeit von Bio-Lebensmitteln nicht nur unmittelbar negativ, sondern auch mittelbar über verringerte wahrgenommene Entscheidungsspielräume, solche Lebensmittel zu kaufen. Zugleich wirkt sich der unsichere Erwerbsverlauf auch auf die Absicht, Bio-Lebensmittel zu kaufen (direkter Effekt), und auf die Einstellungen zum Bio-Lebensmittelkauf (indirekter Effekt) negativ aus. Es sind zwei Interpretationen dieses Zusammenhangs denkbar: Nach der alten Fabel erklärt der Fuchs die Weintrauben, die zu hoch hängen, als dass er sie erreichen könnte, für sauer (Elster 2001). Analog dazu könnte der Kauf von Bio-Lebensmitteln von denjenigen, die ihn wegen ihrer finanziell unsicheren Situation nicht tätigen können, als nicht gut und unangenehm erklärt werden, um die eigene Enttäuschung möglichst gering zu halten beziehungsweise das eigene Verhalten vor sich selbst zu rechtfertigen. Der beobachtete Effekt auf die Einstellungen lässt sich jedoch auch als Bewertung der Preissetzung für Bio-Lebensmittel deuten: Die Befragten finden den Kauf von Bio-Lebensmitteln nicht gut, solange die Produkte für sie nicht erschwinglich sind.

Tab. 21.9: Der Einfluss sozioökonomischer Faktoren und insbesondere eines objektiv instabilen Erwerbsverlaufs auf den Bio-Kauf in Deutschland 2012

	Häufigkeit Kauf (N = 395)	Intention (N = 392)	Entscheidungsspielraum (N = 385)	Einstellung (N = 391)
Alter	–	–	n. s.	n. s.
Geschlecht (0 = männlich, 1 = weiblich)	+	n. s.	+	n. s.
Nettoäquivalenzeinkommen (logarithmiert)	+	n. s.	+	n. s.
Bildung (1 = niedrig, 2 = mittel, 3 = hoch)	+	+	n. s.	n. s.
Umweltbewusstsein	+	n. s.	+	+
Single-Haushalt (0 = nein, 1 = ja)	+	n. s.	n. s.	+
(Objektiv) instabiler Erwerbsverlauf	–	–	–	–
Anmerkung: Multiple lineare Regression, +/- gibt die Richtung des Zusammenhangs wieder (Signifikanzniveau $p < 0,05$), n. s. = nicht signifikant.				

Quelle: SOEP-Innovationsstichprobe 2012. Eigene Berechnungen. Vgl. Fußnote 3: Web-Tabelle 21.5.

4.3.2 Effekte subjektiver Erwerbsunsicherheit

Aus einem objektiv instabilen Erwerbsverlauf – der Erwerbsprekariät – muss nicht zwangsläufig subjektive Unsicherheit resultieren. Zum einen könnten die finazi-

ellen Folgen eines instabilen Erwerbsverlaufs – die Einkommensprekarität – durch die Haushaltskonstellation aufgefangen werden (vgl. Kapitel 3): Haben andere Haushaltsmitglieder ein ausreichend hohes Einkommen, um die finanziellen Einbußen bei Arbeitslosigkeit eines Haushaltsmitglieds zu verkraften, und sind die Beziehungen zwischen den Haushaltsmitgliedern stabil, so muss der instabile Erwerbsverlauf nicht zwangsläufig zu einer Unsicherheit bezüglich des Einkommens führen. Zum anderen gibt es Berufe, die eher in Projekten organisiert sind, beispielsweise Künstler oder manche IT-Berufe, und in denen kurze Zeiten von Arbeitslosigkeit – mit samt den finanziellen Folgen – quasi eingeplant sind. Schließlich kann Arbeitslosigkeit je nach Alter unterschiedlich wirken: Während bei jüngeren Personen die Hoffnung besteht, die Einkommensverluste im weiteren Leben ausgleichen zu können, gibt es diese Aussicht nicht bei Arbeitslosigkeit kurz vor dem Renteneintrittsalter. Sowohl Einkommens- als auch Erwerbsprekarität durch instabile Erwerbsverläufe müssen also nicht dazu führen, dass auch subjektiv die Situation als unsicher empfunden wird. Zugleich kann umgekehrt der Fall eintreten, dass Personen subjektiv ein starkes Gefühl von Unsicherheit haben, auch wenn dies objektiv nicht gerechtfertigt erscheint, weil beispielsweise das Haushaltsumfeld Einkommensverluste auffängt und die Erwerbsaussichten objektiv – z. B. gemessen an der regionalen Arbeitslosenquote – gut sind.

Aus beiden Gründen ist es interessant zu untersuchen, ob sich neben dem Einfluss eines objektiv instabilen Erwerbsverlaufs auch Auswirkungen subjektiver Unsicherheit nachweisen lassen. Es ist plausibel, dass wegen des subjektiven Charakters von Kaufentscheidungen bei ihnen eher die subjektive denn die objektive Unsicherheit entscheidend ist. In der Befragung sind Angaben zu (subjektiv) wahrgenommenen Einschränkungen durch verschiedene Lebensumstände erhoben worden (Tabelle 21.1). Für die nachfolgende Analyse werden die Angaben zu Einschränkungen aufgrund von Geldmangel beziehungsweise Schulden, fehlenden Arbeitsmöglichkeiten und fehlenden Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten einbezogen. Es zeigt sich, dass die subjektive Unsicherheit zusätzlich zum objektiv instabilen Erwerbsverlauf Effekte hat (Tabelle 21.10).

Subjektiv wahrgenommene Einschränkungen gehen mit einer geringeren Absicht einher, Bio-Lebensmittel zu kaufen. Dieser und die folgenden Effekte treten *neben* der Wirkung des objektiv instabilen Erwerbsverlaufs auf. Wahrgenommene Einschränkungen bezüglich Geldmangel und Arbeitsmöglichkeiten bewirken insbesondere, dass der Entscheidungsspielraum für den Bio-Lebensmittelkauf als geringer wahrgenommen wird. Des Weiteren haben die subjektiven Einschränkungen auch eine negative Auswirkung auf die Einstellungen zum Bio-Lebensmittelkauf. Subjektive Unsicherheit wirkt also vor allem auf die Kauf*absicht* (Intention), und zwar indirekt über die Einstellungen und den Entscheidungsspielraum.

Tab. 21.10: Der Einfluss sozioökonomischer Faktoren und insbesondere eines subjektiv/objektiv instabilen Erwerbsverlaufs auf den Bio-Kauf in Deutschland 2012

	Häufigkeit Kauf (N = 394)	Intention (N = 391)	Entscheidungsspielraum (N = 385)	Einstellung (N = 390)
Alter	–	–	n. s.	–
Geschlecht (0 = männlich, 1 = weiblich)	+	n. s.	n. s.	n. s.
Nettoäquivalenzeinkommen (logarithmiert)	+	n. s.	+	n. s.
Bildung (1 = niedrig, 2 = mittel, 3 = hoch)	+	+	n. s.	n. s.
Umweltbewusstsein	+	n. s.	+	+
Single-Haushalt (0 = nein, 1 = ja)	+	n. s.	n. s.	+
(Objektiv) instabiler Erwerbsverlauf	n. s.	–	n. s.	–
Subjektive Erwerbs- unsicherheit	n. s.	–	–	–
Anmerkung: Multiple lineare Regression, +/- gibt die Richtung des Zusammenhangs wieder (Signifikanzniveau $p < 0,05$), n. s. = nicht signifikant.				

Quelle: SOEP-Innovationsstichprobe 2012. Eigene Berechnungen. Vgl. Fußnote 3: Web-Tabelle 21.6.

Interaktionstests zeigen weiterhin direkte Effekte auf die Kaufhäufigkeit, wenn der subjektiven Wahrnehmung die objektive Situation entspricht. So wirkt sich die subjektive Unsicherheit besonders bei einkommensschwachen Befragten negativ auf die Häufigkeit des Kaufs von Bio-Produkten aus. Das Gleiche zeigt sich bei der Untersuchung des Zusammenspiels von fehlenden Wertanlagen und subjektiven Einschränkungen: Wo die Wertanlagen im Haushalt fehlen, geht die subjektive Wahrnehmung von Einschränkungen mit einer Abnahme des Kaufs von Bio-Lebensmitteln einher.

5 Fazit und Schlussfolgerungen für Politik und Forschung

Die Mehrheit der Befragten steht dem ökologisch nachhaltigen Konsum positiv gegenüber. Neben der Teilhabe, die sich allgemein im Konsum ausdrückt, ist es vielen Personen wichtig, was und wie sie konsumieren. Jedoch sehen sie sich in ihrer Teilhabe insofern beschränkt, als sie ihre Möglichkeiten (im Sinne von Verwirklichungschancen), ökologisch nachhaltig zu konsumieren, als kleiner wahrnehmen als ihr Umweltbewusstsein. Eine Verbesserung der Verwirklichungschancen durch Schaffung der entsprechenden Infrastruktur, die Bio-Lebensmittel kostengünstiger und den Verzicht aufs Auto für innerstädtischen Verkehr zeitlich weniger aufwendig macht, würde den ökologisch nachhaltigen Konsum stärken.

Sozioökonomische Faktoren haben besonders auf den als finanziell aufwendig empfundenen Konsum von Bio-Lebensmitteln einen Einfluss, wie bereits aus anderen Studien bekannt ist: Frauen, Personen mit hohem Einkommen und/oder hoher Bildung greifen eher zu Bio-Lebensmitteln. Der Kauf von Bio-Lebensmitteln kann durch Anerkennung von anderen gestärkt werden, jedenfalls bei Personen mit niedriger Bildung beziehungsweise niedrigem Umweltbewusstsein. Er wird ferner begünstigt, wenn die anderen Mitglieder des Haushalts ein starkes Umweltbewusstsein haben. Dann wird auch der Entscheidungsspielraum für den Kauf von Bio-Lebensmitteln als größer wahrgenommen. Auch dieser Effekt ist besonders ausgeprägt bei Befragten mit relativ niedriger Bildung.

Die Analyse zeigt auch, dass ein (objektiv) instabiler Erwerbsverlauf mit geringerem Bio-Kauf korreliert. Zusätzlich zu diesem direkten Effekt haben Personen mit instabilem Erwerbsverlauf die Wahrnehmung, dass ihr Entscheidungsspielraum für den Kauf von Bio-Lebensmitteln eingeschränkt ist (sie also weniger Verwirklichungschancen haben). Neben dem objektiv instabilen Erwerbsverlauf (mehrfache Arbeitslosigkeit in den letzten zehn Jahren) lassen sich auch Auswirkungen subjektiver Unsicherheit nachweisen. Die subjektive Unsicherheit korreliert mit den objektiven Gegebenheiten, hat jedoch einen unabhängigen Effekt insbesondere auf die Absicht, Bio-Lebensmittel zu kaufen. Dies dürfte damit zusammenhängen, dass durch die subjektive Unsicherheit die Zukunft nicht als planbar erscheint.

Bezüglich der Entscheidung, für kurze Strecken auf das Auto zu verzichten, können derartige Effekte hingegen kaum beobachtet werden. Hier sticht lediglich hervor, dass ein hohes Einkommen diesbezüglich einen der Umweltfreundlichkeit zuwiderlaufenden Effekt hat: Finanziell gut ausgestattete Personen verzichten eher nicht auf das Auto. Das deutet darauf hin, dass es keine eindeutigen sozioökonomischen Profile für nachhaltigen Konsum gibt: Mangelnde Ressourcen zwingen einerseits dazu, sich umweltfreundlich zu verhalten und zum Beispiel auf längere Reisen zu verzichten, andererseits schließen sie von der Teilhabe an kostspieligen Formen des ökologisch nachhaltigen Konsums wie dem Bio-Kauf aus. Ja, es genügt bereits die Unsicherheit, die von einem instabilen Erwerbsverlauf ausgeht, um Personen in prekären Verhältnissen von dieser Teilhabe abzuhalten, was insbesondere denjenigen mit hohem Umweltbewusstsein nur zu bewusst ist.

Der Übergang zu nachhaltiger Entwicklung bedarf daher einer sozialpolitischen Komponente. Wie der Rat für Nachhaltige Entwicklung in Deutschland feststellt, erfordern politische Maßnahmen zu Nachhaltigkeit die breite Beteiligung und Teilhabe, weil sie in der Regel auf das Handeln vieler Akteure angewiesen sind (RNE 2015: 9). Neben den vom Rat erwähnten Maßnahmen – Entwicklung umwelt- und sozialverträglicher Produktalternativen, sozialer Innovationen und neuer Nutzungsmodelle (RNE 2015: 20) – muss die Forderung, die Konsumierenden sollten als Bürgerinnen und Bürger aktive Beiträge zur nachhaltigen Entwicklung leisten, auch flankiert werden von sozial- und arbeitsmarktpolitischen Maßnahmen, die der zunehmenden Verunsicherung breiter Bevölkerungsschichten durch prekäre Verhält-

nisse entgegenwirken. Solange die eigene Versorgung mittelfristig nicht sicher erscheint, ist die Sorge um zukünftige Generationen, die zum Kern nachhaltiger Entwicklung gehört, kaum möglich beziehungsweise in erster Linie erdrückend.

Natürlich ist die vorliegende Studie nur explorativ: Zum ökologisch nachhaltigen Konsum wurde nur ein Teil der Teilnehmerinnen und Teilnehmer an der – repräsentativen – SOEP-Innovationsstichprobe befragt. Diese Gruppe teilt sich weiter auf in diejenigen, die zum Autoverzicht, und jene, die zum Bio-Kauf befragt wurden, so dass sich die Ergebnisse nicht (ohne Weiteres) für Deutschland hochrechnen lassen. Der Datensatz ist ferner zu klein, um stark zwischen verschiedenen Gruppen differenzieren zu können. Umso bemerkenswerter ist es, dass diesen Beschränkungen zum Trotz sich deutliche sozioökonomische Effekte zeigen. Um die ermittelten Effekte (vor allem instabiler Erwerbsverläufe und subjektiver Unsicherheit) näher untersuchen und stärker differenzieren zu können, ist es nötig, mehr Personen zu befragen. Um ein besseres Bild (ökologisch) nachhaltigen Konsums zu zeichnen, sollten ferner weitere umweltrelevante Verhaltensweisen abgefragt werden wie der Energiekonsum, das Wohnverhalten, weitere Facetten des Mobilitätsverhaltens (insbesondere Urlaubsreisen) sowie der regionalen Gegebenheiten für nachhaltige Mobilität und vieles mehr. Schließlich bedarf die eingehende Untersuchung prekärer Erwerbs- und Einkommensverläufe und ihrer Auswirkungen auf den Konsum einer Längsschnittbetrachtung, die durch das Einfügen einiger Fragen zu umweltrelevantem Verhalten in die Kernbefragung des Sozioökonomischen Panels leicht erreicht werden könnte.

Neben diesen für die Politik relevanten Ergebnissen gibt es andere, die eher für die Forschung relevant sind: Die Studie bestätigt die Struktur des Modells für Verwirklichungschancen für ökologisch nachhaltigen Konsum, nach dem soziale Normen sich eher indirekt – über die Einstellungen und den Entscheidungsspielraum – auf das Verhalten auswirken. Zudem zeigt die Studie, dass die Frage nach dem Entscheidungsspielraum gut die Wahrnehmung der Verhaltenskontrolle zusammenfasst, wie sie durch Ressourcen einerseits und Barrieren andererseits bestimmt wird. Es ist ein (befragungs-)ökonomisches wie auch valides Messinstrument für Verwirklichungschancen im Sinne einer bilanzierenden Bewertung von Möglichkeiten und Einschränkungen.

Literatur

- Bartelheimer, Peter/Kadtlar, Jürgen (2012):** Produktion und Teilhabe – Konzepte und Profil sozioökonomischer Berichterstattung. In: Forschungsverband Sozioökonomische Berichterstattung (Hrsg.): Berichterstattung zu sozioökonomischen Entwicklung in Deutschland. Teilhabe im Umbruch. Zweiter Bericht. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 4185.
- Elster, Jon (2001):** *Sour Grapes: Studies in the Subversion of Rationality*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hagenaars, Aldi/de Vos, Klaas/Zaidi, Asghar (1994):** *Poverty Statistics in the Late 1980s: Research Based on Micro-data*. Office for Official Publications of the European Communities. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- Held, Benjamin/Haubach, Christian (2017):** The Additional Costs of Organic Food Products – A Basket of Goods-Based Analysis Differentiated by Income. In: *Management Revue*. Vol. 28. No. 1.
- Kaufmann-Hayoz, Ruth/Bamberg, Sebastian/Defila, Rico/Dehmel, Christian/Di Giulio, Antonietta/Jaeger-Erben, Melanie/Matthias, Ellen/Sunderer, Georg/Zundel, Stefan (2011):** Theoretische Perspektiven auf Konsumhandeln – Versuch einer Theorieordnung. In: Defila, Rico/Di Giulio, Antonietta/Kaufmann-Hayoz, Ruth (Hrsg.): *Wesen und Wege nachhaltigen Konsums: Ergebnisse aus dem Themenschwerpunkt „Vom Wissen zum Handeln – Neue Wege zum nachhaltigen Konsum“*. München: oekom Verlag. 89–124.
- Leßmann, Ortrud (2015):** Lebenslage, Capability Set, Teilhabe – Spielraum bei neuen Konzeptionen von Ungleichheit. In: Romahn, Hajo/Rehfeld, Dieter (Hrsg.): *Die soziale Dimension nachhaltiger Entwicklung – Wurzeln und Impulse für eine neue Gesellschaftspolitik*. 1. Auflage. Marburg: Metropolis-Verlag. 89–103.
- Leßmann, Ortrud/Masson, Torsten (2015):** Sustainable Consumption in Capability Perspective: Operationalization and Empirical Illustration. In: *Journal of Behavioral and Experimental Economics*. Vol. 57. 64–72. doi:10.1016/j.socec.2015.04.001. Stand: 30.06.2016.
- Preisendörfer, Peter (1999):** *Umwelteinstellungen und Umweltverhalten in Deutschland – Empirische Befunde und Analysen auf der Grundlage der Bevölkerungsumfragen „Umweltbewußtsein in Deutschland 1991–1998“*. Opladen: Leske & Budrich Verlag.
- Reusswig, Fritz (1994):** *Lebensstile und Ökologie: gesellschaftliche Pluralisierung und alltagsökologische Entwicklung unter besonderer Berücksichtigung des Energiebereichs*. Sozial-ökologische Arbeitspapiere 43. Frankfurt a. M.: IKO – Verlag für Interkulturelle Kommunikation.
- Richter, David/Schupp, Jürgen (2012):** SOEP Innovation Sample (SOEP-IS) – Description, Structure and Documentation. SOEP-Papers on Multidisciplinary Panel Data Research 463. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2131214. Stand: 30.06.2016.

- Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE) (2015):** Deutsche Nachhaltigkeits-Architektur und SDGs – Stellungnahme des Rates für Nachhaltige Entwicklung. Berlin. http://www.nachhaltigkeitsrat.de/fileadmin/_migrated/media/RNE_Stellungnahme_Deutsche_Nachhaltigkeits-Architektur_und_SDG_26-05-2015.pdf. Stand: 30.06.2016.
- Sen, Amartya Kumar (2013):** The Ends and Means of Sustainability. In: Journal of Human Development and Capabilities. Vol. 14. No. 1. 6–20. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/19452829.2012.747492>. Stand: 30.06.2016.
- Umweltbundesamt (UBA) (2014):** Treibhausgas-Emissionen in Deutschland 1990 bis 2014 nach Kategorien der UNFCCC-Berichterstattung. <http://www.umweltbundesamt.de/themen/klima-energie/klimaschutz-energiepolitik-in-deutschland/treibhausgas-emissionen/emissionsquellen>. Stand: 30.06.2016.
- Weltkommission für Umwelt und Entwicklung (Hrsg.) (1987):** Unsere gemeinsame Zukunft. Grevin: Eggenkamp Verlag.