

Konsum von Leitungs- und Flaschenwasser

Leitungswasser gilt in Deutschland gemeinhin als sicheres Lebensmittel. Es ist preiswert, praktisch und abfallvermeidend. Der Konsum von Leitungswasser scheint wenig voraussetzungsvoll und findet im Alltag deshalb mutmaßlich eine hohe Akzeptanz. Allerdings erfreut sich gekauftes Wasser in Flaschen großer Beliebtheit. Für das Abfallaufkommen ist auch relevant, dass Getränke häufig in Einwegbehältern verkauft werden: Nur 42 Prozent der Getränke wurden im Jahr 2017 in Mehrwegflaschen abgefüllt, deutlich weniger als die im Verpackungsgesetz vorgegebenen 70 Prozent – das zeigt eine aktuelle Erhebung des Umweltbundesamtes (UBA 2019). Mithilfe der erhobenen Daten im Projekt „Soziologische Bestimmungsfaktoren der Abfallvermeidung“ wurde genauer ergründet, bei welchen Bevölkerungsgruppen, unter welchen Bedingungen und alltagspraktischen Umständen Leitungswasser Akzeptanz findet und welche Herausforderungen mit der Nutzung von Leitungswasser verbunden sind.

1 Verbreitung abfallvermeidender Praktiken

Mineralwasser in Flaschen ist beliebt. In der Onlinebefragung des Projekts „Soziologische Bestimmungsfaktoren der Abfallvermeidung“ gab je über die Hälfte der Teilnehmer/-innen an, Wasser in Einwegpfandflaschen oder in Mehrwegpfandflaschen immer oder häufig einzukaufen. Nur etwas mehr als ein Drittel trinkt demnach immer oder häufig Leitungswasser. Mit 28 Prozent sagen annähernd genauso viele Befragte, dass sie nie Wasser aus der Leitung trinken.

1.1 Jüngere tendieren zu Leitungswasser

Jüngere Befragte geben zu überdurchschnittlichen Anteilen an, immer Leitungswasser zu trinken (22 Prozent der 18-29-Jährigen und 25 Prozent der 30-39-Jährigen im Vergleich zu 16 Prozent aller Befragten). Bei den 40-49-Jährigen sowie den 50-59-Jährigen ist der Anteil mit 11 Prozent beziehungsweise neun Prozent unterdurchschnittlich. Unter den 60-65-jährigen Befragten ist der Anteil durchschnittlich. Die Befunde deuten also vor allem auf eine etwas stärkere Nutzung von Leitungswasser zum Trinken unter den jüngeren Befragten im Alter von 18 und 39 Jahren hin.

Abbildung 1: Gebrauch von Leitungswasser und Flaschenwasser im Vergleich

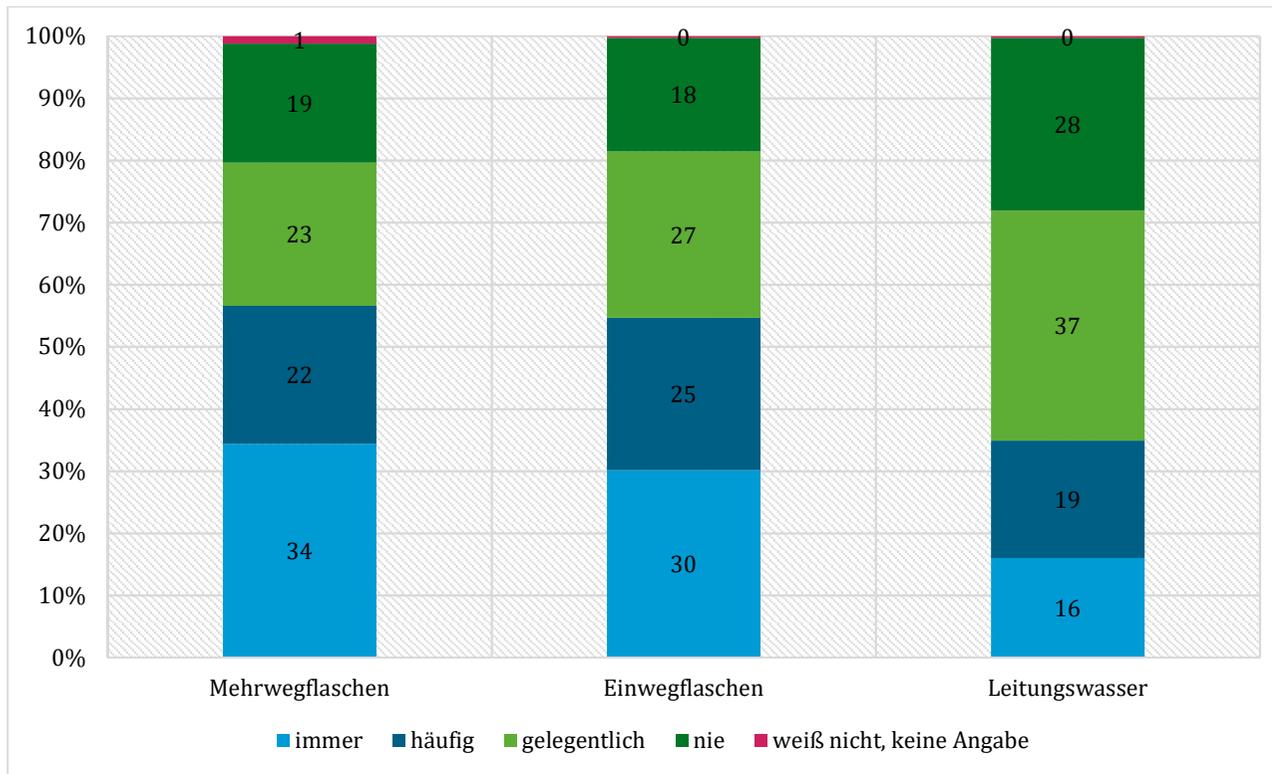


Abb.: Zustimmung zu den Aussagen „Ich trinke Wasser aus der Leitung.“, „Ich kaufe Wasser in Mehrwegflaschen.“ und „Ich kaufe Wasser in Einwegflaschen mit Pfand-“ Angaben in Prozent. N=1.310.

Quelle: Eigene Darstellung, ISIconult

Abbildung 2: Anteil der Personen, die angeben, immer Leitungswasser zu trinken, nach Altersgruppen

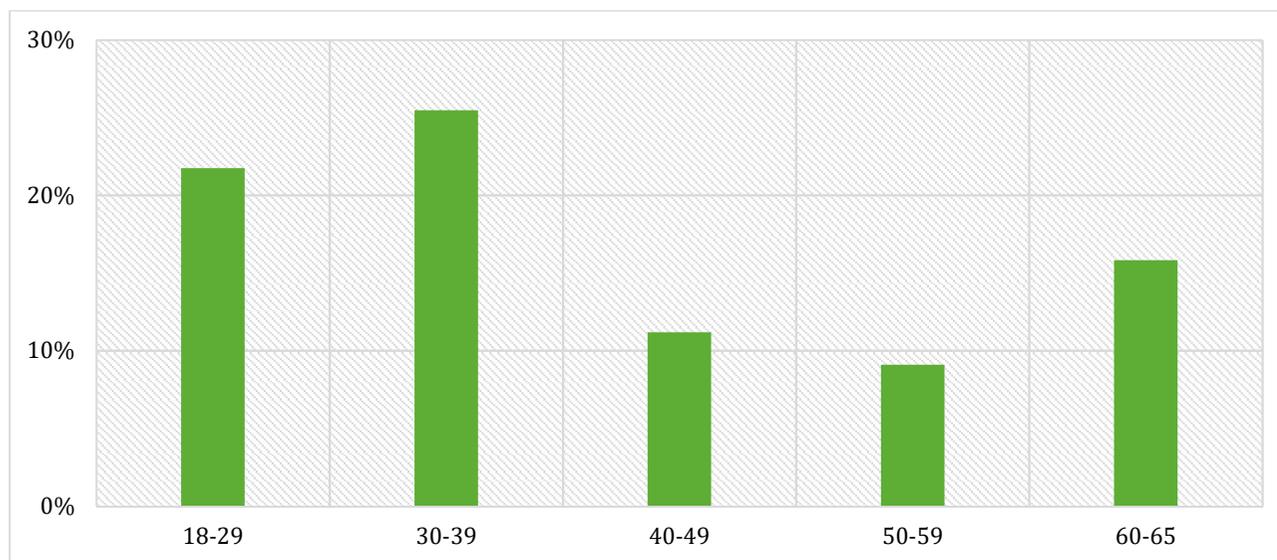


Abb.: Zustimmung zu der Aussage „Ich trinke Wasser aus der Leitung.“ für die Antwortkategorie „immer“ nach Altersgruppen geordnet. Angaben in Prozent. N=210
Quelle: Eigene Darstellung, ISiconsult

Darüber hinaus geben überdurchschnittlich viele Befragte mit Haupt- oder Volksschulabschluss an, dass sie nie Wasser aus der Leitung trinken, während Befragte mit Hochschulabschluss (und etwas weniger stark auch Befragte mit Abitur ohne Hochschulabschluss) in der Antwortkategorie „nie“ unterdurchschnittlich vertreten sind. Das spiegelt sich teilweise in der Milieuanalyse wider: Ein überdurchschnittlicher Anteil der kritisch-kreativen Milieus gibt an, immer oder häufig Leitungswasser zu trinken – im Unterschied zu den Befragten der prekären Milieus, die zu einem überdurchschnittlichen Anteil angeben, nie Leitungswasser zu trinken.

Dieses Ergebnis muss jedoch aus mehreren Gründen mit Vorsicht betrachtet werden: Möglicherweise „versteckt sich“ auch hier das soziale Merkmal ‚Alter‘. Die Daten zeigen, dass mehr ältere Personen über einen niedrigeren Bildungsabschluss und überdurchschnittlich viele jüngere Befragte, über einen Hochschulabschluss oder Abitur verfügen. Auch andere mögliche verdeckte Zusammenhänge sind denkbar.

Es kann auf Basis der Ergebnisse ebenso nicht geschlussfolgert werden, dass ein höheres Bildungsniveau mit dem Wissen um die Qualität von Leitungswasser einhergeht oder umgekehrt ein niedriges Bildungsniveau mit dem Nichtwissen, handelt es sich hierbei doch weniger um Schulwissen als um Alltagswissen. Das schließt nicht aus, dass Bildung ein Einflussfaktor für den Konsum von Leitungswasser sein kann. Es legt aber nahe, dass

das Wissen über die Qualität von Leitungswasser nicht der einzige Grund für den Genuss von oder den Verzicht auf Trinkwasser aus der Leitung ist, und dass dieses Wissen nur in Zusammenhang mit soziodemografischen Faktoren und Alltagsgewohnheiten verstanden werden kann.

1.2 Leitungswasser oder Wasser aus Flaschen? Beides!

Viele Personen trinken sowohl Leitungswasser als auch gekauftes Wasser aus Flaschen. So geben 78 Prozent der Befragten, die Leitungswasser immer oder häufig trinken, an, mindestens gelegentlich Mehrwegflaschen zu kaufen; ebenso groß ist der Anteil beim Einwegflascheneinkauf. Auch die Flaschenkäufer/-innen trinken zu einem großen Teil Wasser mindestens gelegentlich aus der Leitung: Der Anteil der Personen, die immer oder häufig Wasser in Einweg- oder Mehrwegflaschen kaufen und die gleichzeitig angeben, niemals Leitungswasser zu trinken, liegt bei je knapp einem Drittel. Ein größerer Teil der Flaschenkäufer/-innen trinkt also zumindest gelegentlich Wasser aus der Leitung.

Aus den qualitativen Interviews ist zu erfahren, dass in manchen Haushalten zum Beispiel Flaschenwasser gekauft und Leitungswasser getrunken wird, wenn das Flaschenwasser leer ist. Andere Befragte geben an, dass sie vor allem unterwegs Flaschen kaufen, obwohl sie zuhause Leitungswasser trinken. Teilweise werden die gekauften Flaschen aber auch wieder aufgefüllt oder sogar direkt mit dieser Absicht gekauft. Hier erfüllen die Flaschen also einen wichtigen Zweck, um Leitungswasser nutzen zu können. Ebenso gibt es Unterschiede zwischen den Haushaltsmitgliedern. So berichten Befragte, dass sie selbst zwar Leitungswasser trinken, andere Personen in ihrem Haushalt jedoch Wasser aus Flaschen vorziehen oder umgekehrt. Das Alltagsleben im gemeinsamen Haushalt führt also nicht zwangsläufig zur Angleichung von Vorlieben und Gewohnheiten.

2 Individuelle und strukturelle Rahmenbedingungen

2.1 Abfallvermeidung: Ein Motiv unter vielen anderen für Leitungswasser

Die Befunde der qualitativen Interviews zeigen, dass Umweltmotive eher selten als Grund für die Nutzung von Leitungswasser zum Trinken genannt werden. So erwähnen Verbraucher/-innen nur selten explizit die Nutzung von Leitungswasser als abfallvermeidende Praktik. Das Verpackungsaufkommen durch Flaschenwasser wird zwar vereinzelt thematisiert, steht aber weniger im Mittelpunkt der Kritik als andere Arten von Lebensmittelverpackungen. Auch die Nutzung von Mehrwegflaschen wird weniger stark thematisiert, wenn es um abfallvermeidende Praktiken geht. Dies deutet darauf hin, dass Getränkeverpackungen zwar nicht gänzlich aus dem Blickfeld geraten sind, aber nicht an vorderster Stelle stehen, wenn es um die Problematisierung von Verpackungsabfällen geht. Die Vermeidung von Abfällen ist für einige lediglich ein Grund unter anderen, Leitungswasser zu konsumieren. Daneben überzeugt milieuübergreifend vor allem der günstige Preis von Leitungswasser. Vereinzelt werden auch Gründe wie der geringere Transportaufwand von Flaschen (und Pfand) oder die gute Verfügbarkeit von Leitungswasser genannt. Ob Leitungs- oder Flaschenwasser konsumiert wird, ist für viele Befragte auch eine Gewohnheit, die nicht weiter hinterfragt wird.

2.2 Geschmack und Gesundheit entscheidend für die Wahl zwischen Flasche und Leitung

Die wichtigsten Gründe gegen Leitungswasser sind: Geschmack und Gesundheit. Hierbei werden die Wasserleitungen im Wohnhaus häufiger problematisiert als andere Aspekte, wie etwa Nitratbelastung oder Medikamentenrückstände. Für die Verbraucher/-innen spielt der Leitungsweg im Haus eine entscheidende Rolle bei der Frage, ob sie das Wasser trinken. Dies muss beim Qualitätsargument für Leitungswasser mitbedacht werden.

Einige Befragte thematisieren allerdings auch gesundheitliche Risiken von Plastikflaschen. Hier ist also eine gewisse Sensibilisierung zu erkennen. In Punkto Getränke und Lebensmittel könnte für einen Teil der Bevölkerung ‚Gesundheit‘ ein wichtiges Argument sein, um neue abfallvermeidende Praktiken zu kommunizieren und eine Bedingung, um diese letztlich auch zu etablieren. Dabei bleibt immer abzuwägen, welche Praktiken für die Nutzung des Leitungswassers vorgeschlagen werden können, die keine anderen ökologischen Folgen mit sich bringen. Denn auch hier zeigen die Interviews die Komplexität der Thematik auf: So beschreiben vereinzelt Leitungswassertrinker/-innen, dass sie vor dem Genuss das Wasser abkochen, filtern oder lange vorlaufen lassen – mithin Praktiken, die in Summe ökologische Folgen haben.

Auch der Kohlensäuregehalt ist für einige ein Grund, Flaschenwasser vorzuziehen. Trinkwassersprudler werden teilweise in Betracht gezogen, obwohl es Anschaffungshürden gibt, die nicht weiter erklärt werden. Einige Leitungswassertrinker/-innen – unabhängig vom sozialen Milieu – besitzen solche Geräte.

3 Chancen und Hürden für abfallvermeidende Praktiken im Alltag

- ▶ Dass viele Leute sowohl Leitungs- als auch Flaschenwasser konsumieren, deutet auf grundsätzliche Potenziale hin, den Leitungswasserkonsum auszubauen.
- ▶ Ökologische Argumente und im Speziellen die Abfallvermeidung spielen bei der Getränkeversorgung in der Problematisierung eine untergeordnete Rolle. Die relativ niedrighürden beim Umstieg auf Leitungswasser sowie die grundsätzliche Sensibilisierung für die Verpackungsproblematik bei Verbraucher/-innen können als Chance begriffen werden, um die ökologischen Vorteile von Leitungswasser kommunikativ zu fokussieren.
- ▶ Geschmack und Gesundheit sind wichtige Argumente. Es ist nicht ausreichend, auf die grundsätzlich hohe Wasserqualität bis zum Hausanschluss zu verweisen, da Verbraucher/-innen mitunter gerade den Wasserleitungen im Wohnhaus misstrauen. Hauseigentümer/-innen könnten wichtige Partner/-innen sein, um dieses Thema zu adressieren. Gleichzeitig fragen Verbraucher/-innen nach den gesundheitlichen Risiken von Wasser aus Kunststoffflaschen. Gesundheitliche Argumente sind also auch für die Frage des Flaschenwasserkaufs mitentscheidend.
- ▶ Sowohl gesundheitliche als auch ökologische Argumente können bei der kommunikativen Ansprache zum Thema Mehrwegflaschen berücksichtigt werden. Hierbei sind allerdings ebenfalls infrastrukturelle Hürden zu beachten, wie etwa das geringe Angebot an

Mehrwegflaschen in bestimmten Lebensmitteleinzelhandelsgeschäften, wie etwa Discountern. Ebenso muss beachtet werden, dass das ausdifferenzierte Pfandsystem mitunter für Verbraucher/-innen verwirrend sein kann. Es bleibt offen, ob die verpflichtende Ausweisung von Einwegflaschen in den Einkaufsstätten hier Änderungen bei der Kaufentscheidung bringen.

- ▶ Der Preis ist ein wichtiges Argument für Leitungswasser und eine Chance für die Kommunikation.
- ▶ Die Ergebnisse deuten auf einen verstärkten Konsum von Leitungswasser unter jüngeren Personen hin. Hiermit kann die Hoffnung verbunden werden, dass solche Konsumgewohnheiten auch in Zukunft beibehalten werden.

4 Datenbestände und Methoden

Online-Befragung: Im Zeitraum von Mai bis Juli 2018 wurden 1.310 Personen in Deutschland zu ihrem Umgang mit Haushaltsabfällen, ihrem Wissen und ihren Wertvorstellungen zum Thema Abfall befragt. Die Stichprobe umfasste Internetnutzer/-innen in Deutschland im Alter von 18 bis 65 Jahren¹ und wurde per Quotenverfahren aus dem Online-Panel von Kantar Emnid gezogen. Die gewählten Quoten bezogen sich auf die Merkmale Alter, Geschlecht, monatliches Haushaltsnettoeinkommen, Bundesland und höchster Bildungsabschluss und wurden so ausgesteuert, dass die Verteilung dieser Merkmale in der Stichprobe den Verhältnissen in der Grundgesamtheit weitgehend entspricht. Zusätzlich wurde die Stichprobe hinsichtlich der Merkmale Geschlecht, Alter, Bundesland, Bildung und Einkommen gewichtet, um die der Auswertung zugrundeliegende Stichprobe in ihrer Zusammensetzung den repräsentativen Verteilungen noch weiter anzunähern.

Qualitative Interviews: Von Juli bis September 2018 wurden 100 Personen aus Berliner Haushalten über ihre Konsum- und Abfallpraktiken sowie ihre Einstellungen zum Thema Abfall interviewt. Die qualitativen Interviews unterscheiden sich im Rahmen des gewählten Mixed-Methods-Ansatzes zur Online-Befragung vor allem durch den explorativen, qualitativen Forschungsansatz. Im Rahmen der Interviews wurden offene und stärker erzählgenerierende Fragen im Unterschied zu geschlossenen Fragen mit vorstrukturierten Antworten (wie in der Online-Befragung) gestellt. Mit den qualitativen Interviews wird vor allem nach dem ‚Wie‘ und ‚Warum‘ abfallrelevanter Praktiken gefragt. Damit werden Begründungen der Praktiken aufgezeigt sowie Probleme und Lösungen bei der Abfallvermeidung identifiziert.

Gruppendiskussionen: Im Februar 2019 wurden fünf milieuhomogene Gruppendiskussionen in Berlin durchgeführt. Ziel der Gruppendiskussionen war es, gewonnene Erkenntnisse aus der Online-Befragung und den qualitativen Interviews zu diskutieren und zu überprüfen sowie die Brücke zwischen soziologischer und kommunikationswissenschaftlicher Perspektive zu schlagen.

Milieumodell: Bei der Strukturierung der vorliegenden Analysen kommt das Modell sozialer Milieus von sociodimensions zum Einsatz (vgl. sociodimensions 2010). Es ermöglicht eine Analyse über reine soziodemografische Merkmale von Individuen und Haushalten hinaus. Unter sozialen

¹ Eine Bedingung war, dass die Personen über einen Internetzugang verfügen. Um Verzerrungen der Stichprobe entgegenzuwirken, wurde auf Befragte im Alter von über 65 Jahren verzichtet, da im Vergleich zu jüngeren Altersgruppen in dieser Alterskohorte weniger Menschen Internetnutzer/-innen sind.

Milieus werden Bevölkerungsgruppen verstanden, die sich nicht nur objektiv – etwa in Bezug auf Alter, Einkommen, Bildungsabschlüsse – sondern auch in ihrer subjektiven Lebensauffassung wie ihren Werten oder Lebenszielen ähnlich sind. Auf Basis dieser Analysen werden Prinzipien der Lebensführung deutlich; das Verstehen dieser Prinzipien ermöglicht, einzelne Einstellungen und Verhaltensweisen – wie die Abfallpraktiken – in ihrem lebensweltlichen Zusammenhang zu begreifen und zu erklären. Das Modell von sociodimensions bezieht die soziale Lage unterschiedlicher Gesellschaftsschichten und die soziokulturelle Prägung verschiedener Generationen ebenso in die Modellbildung ein, wie grundlegende Einstellungen und Werte (vgl. BMUB/UBA 2017).

5 Weitere Quellen

BMU/UBA (2017): Umweltbewusstsein in Deutschland 2016. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage.

Jaeger-Erben, Melanie / Rückert-John, Jana / Schäfer, Martina (2017): Do-it-yourself oder do-it-together? – Eine Typologie sozialer Innovationen für nachhaltigen Konsum. In: Jaeger-Erben, M. / Rückert-John, J. / Schäfer, M. (Hg.): Soziale Innovationen für nachhaltigen Konsum. Wiesbaden: Springer, 23-50.

Sociodimensions (2010): Socio-Milieus 2010. Unter: www.sociodimensions.com/files/milieus_2.pdf, abgerufen am 15.05.2019.

UBA (2019): Mehrweganteil bei Getränken 2017 weiter gesunken. Unter: <https://www.umweltbundesamt.de/presse/pressemitteilungen/mehrweganteil-bei-getraenken-2017-weiter-gesunken>, abgerufen am 18.09.2019.

Impressum

Herausgeber

Umweltbundesamt
Wörlitzer Platz 1
06844 Dessau-Roßlau
Tel: +49 340-2103-0
Fax: +49 340-2103-2285
buergerservice@uba.de
Internet: www.umweltbundesamt.de
 [/umweltbundesamt.de](https://www.facebook.com/umweltbundesamt.de)
 [/umweltbundesamt](https://twitter.com/umweltbundesamt)

Autorenschaft, Institution

Dr. Jana Rückert-John, Dr. Melanie Kröger, Johanna Ritter
Institut für Sozialinnovation Consulting, ISIconult
IPW (H40 C, 0.265)
Köpenicker Str. 325
12555 Berlin
Tel: +49 30 6576 4241
Jana.rueckert-john@isiconsult.net

Stand: Oktober 2020

