

Für Mensch & Umwelt

Umwelt 
Bundesamt

Soziale und gesellschaftliche Aspekte der Produktnutzung

UBA-Fachtagung „Wider der Verschwendung II – Strategien
gegen Obsoleszenz“ – Berlin, 25. Juni 2015

Christian Löwe

25. Juni 2015

Angewandte sozialwissenschaftliche Umweltforschung im UBA



Analyse gesellschaftlicher Umweltbeziehungen

1. Wahrnehmungs- und Deutungsmuster ökologischer Krisenphänomene
2. Umweltbewusstsein und –verhalten
3. Engagementformen
4. Umwelt & Gerechtigkeit
5. Governance & Kooperation

Weiterentwicklung der strategischen Umweltkommunikation und Umweltpolitikgestaltung

1. Wissenstransfer nachhaltige Lebensstile und Ökologisierung der Alltagspraxis
2. Aktivierung Engagementpotenziale
3. Mechanismen/Institutionen sozialökologischer Transformation
4. soziale Basisinnovationen für eine Kultur der Nachhaltigkeit

Umweltpolitik als Gesellschaftspolitik etablieren!

Nachhaltige Entwicklung: große Herausforderungen für Forschung, Politik, Gesellschaft und Lebensalltag



Ausgangsüberlegungen/Rahmung

Die Frage nach einem nachhaltigen Umgang der Dinge ist ohne ein tieferes Verstehen gesellschaftlicher, also kultureller und sozialer Dynamiken und Zusammenhänge nicht adäquat zu bewältigen

- Soziotechnische Evolution und Herausbildung soziotechnischer Konstellationen als „Modernisierungsgeschichte von Gesellschaft“ („Technik ist Gesellschaft“)
 - Technisierung des Alltags
- Strukturwandel der Haushalte:
 - Individualisierung der Lebenslagen
 - Pluralisierung alltäglicher Lebensführung
- Damit eng verbunden:
 - Wandel und Differenzierung der Vergesellschaftungs- und Aneignungsformen von „Technik“
 - Pluralisierung von Wahrnehmungen, Deutungsmustern, Dispositionen, Rollenverhältnissen, Ästhetisierung und alltagsweltlichen Bewältigungsstrategien

Ausgangsüberlegungen/Rahmung

Umweltkrise der Gegenwartsgesellschaft hat sich als umfassende Gesellschaftskrise im Bewusstsein der Menschen manifestiert

- Klimawandel: 40% CO₂-Reduktion bis 2020, 95% CO₂-Reduktion bis 2050
- Ressourcenverbrauch: Steigerung der Ressourcenproduktivität um Faktor 2 bis 2020, Faktor X bis 2050
 - Erfordert erhebliche Anpassungsleistungen für Gegenwartsgesellschaften und Alltagsleben

Folge: Die ökologische Modernisierung von Wirtschaft und Gesellschaft verschärft gesellschaftliche Konfliktlage

- Gesellschaftlicher Grundkonsens über „Fortschritt“ und „Wohlstandsversprechen“ wird zunehmend brüchig (Verunsicherungstendenzen, Polarisierungen)
- Fragen der Verteilungs- und Chancengerechtigkeit im Spannungsfeld planetarer Grenzen, zunehmender Globalisierung, innergesellschaftlicher Konfliktlinien und Mehr-Generationen-Perspektive rücken in den Mittelpunkt der öffentlichen Debatte

Herausforderung: neue Gestaltungsanforderungen für Umweltkommunikation und Umweltpolitik

- Überwindung von Pfadabhängigkeiten und „kulturellen Selbstblockaden“ in Form vielfältiger struktureller und alltagsweltlicher Ambivalenzen, Paradoxien und Verunsicherungen
- Systemische Problemanalyse und Suche nach neuen Lösungsansätzen für sozialökologische Transformationen und Kultur(Konsum)wandel

Strukturwandel privater Haushalte

Zunahme der absoluten Anzahl der privaten Haushalte (2013: 40,0 Mio.)

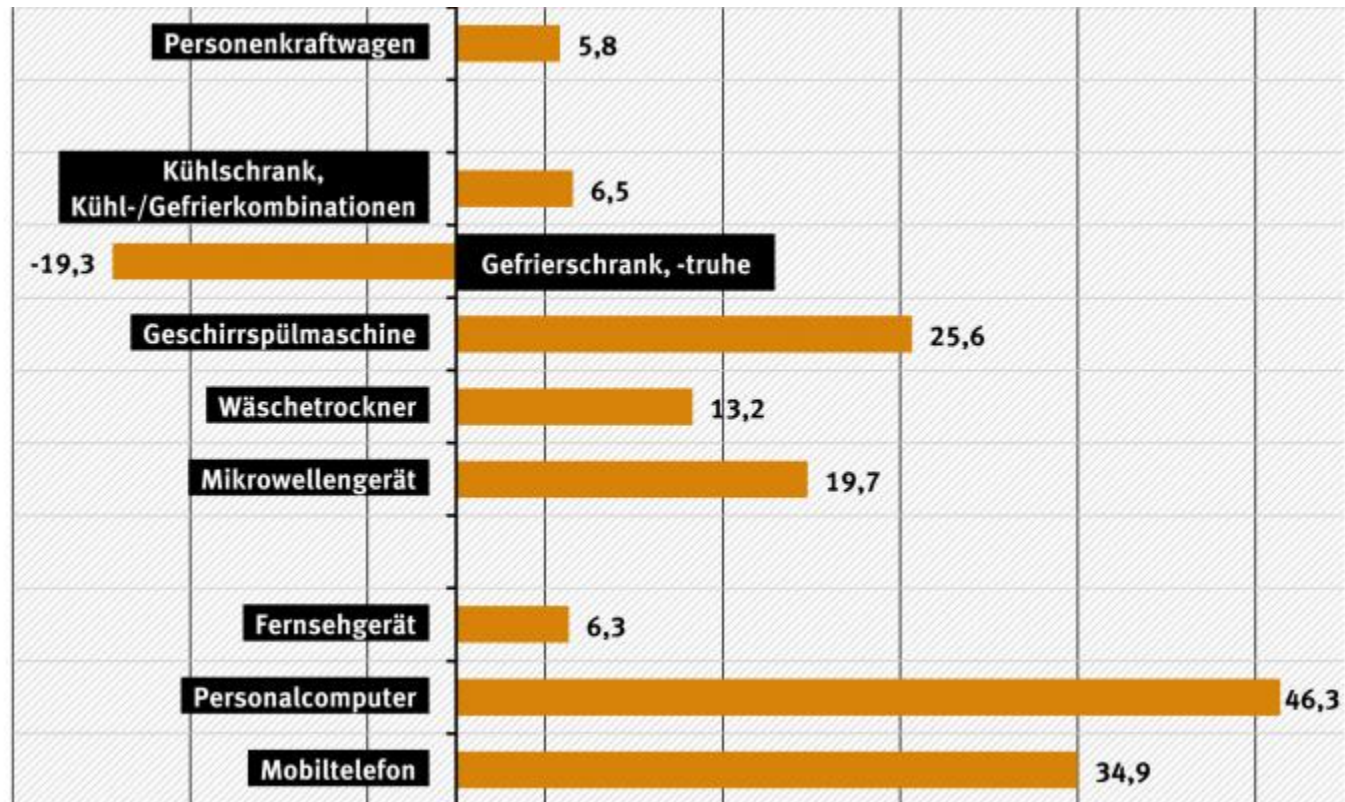
Abnahme durchschnittliche Personenanzahl pro Haushalt: 2,0 Personen (2013)

überproportionale Zunahme vom Ein-Personen-Haushalten (2011: insgesamt 37,1% von allen Haushalten; entspricht 17,1% bzw. absolut 13,4 Mio. Bundesbürger) vor allem in urbanen Zentren

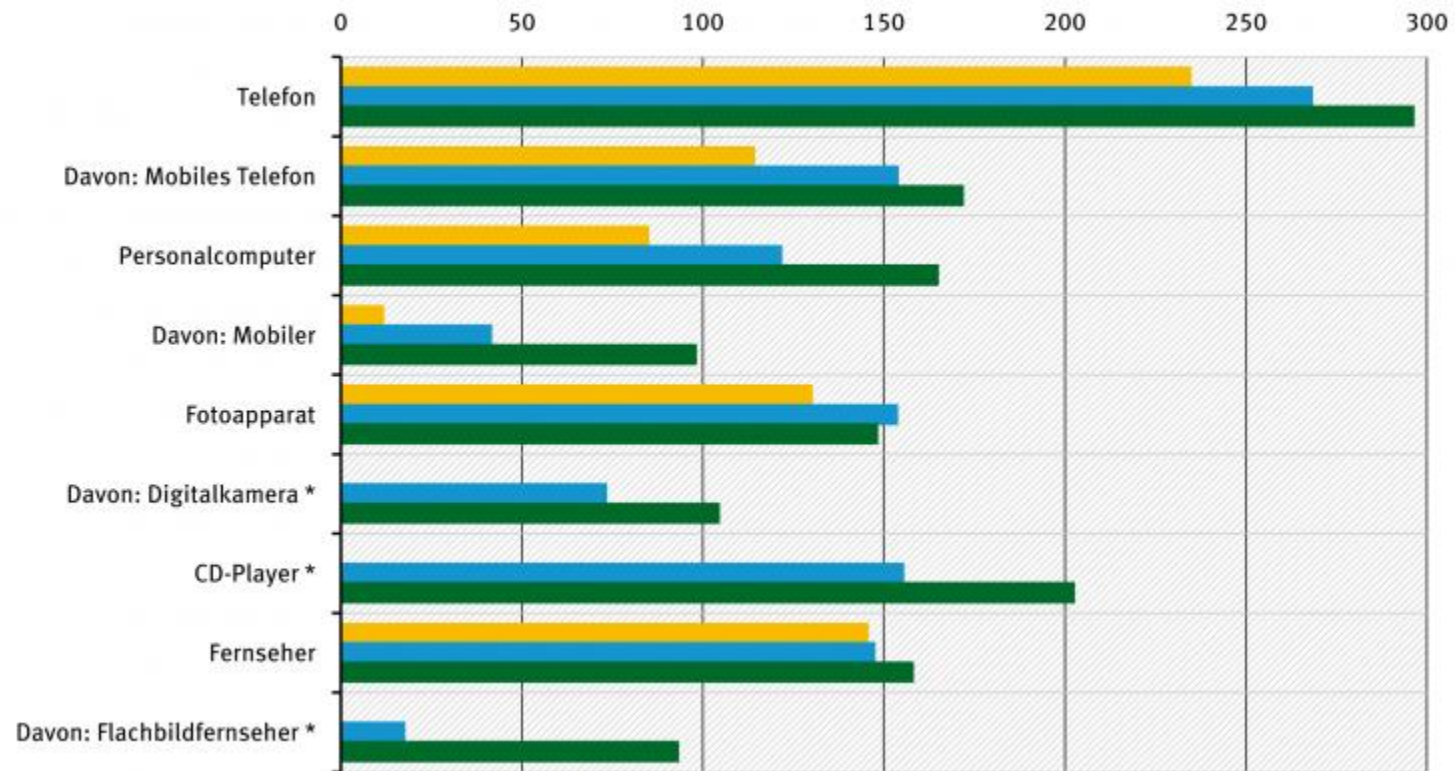
- Alterung der Gesellschaft,
- gestiegene soziale Mobilität junger Menschen,
- Migration

Technisierung der alltäglichen Lebensführung und erhöhte Komplexität des Alltags (z. B. Beschleunigung, Verdichtung)

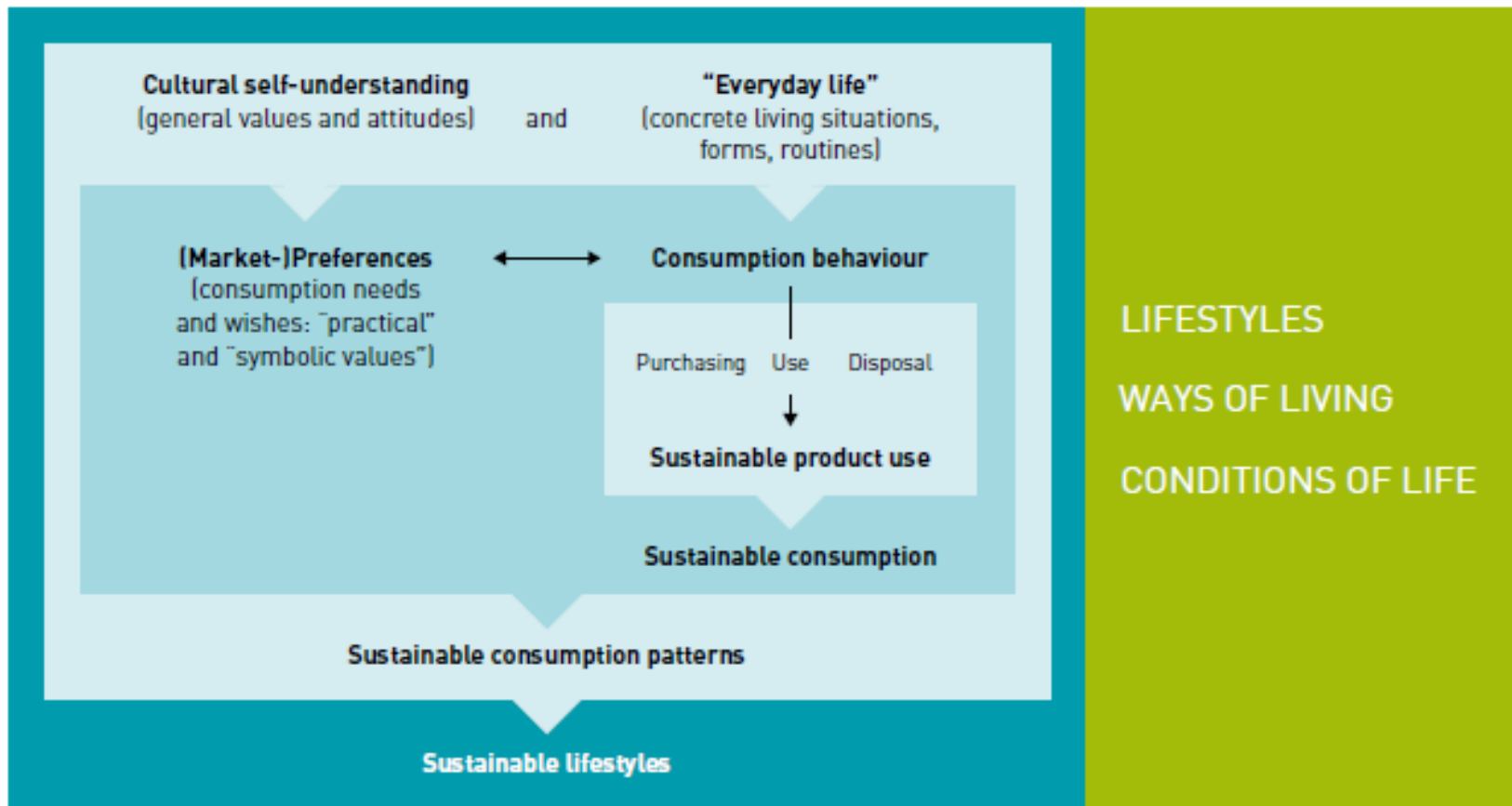
Technisierung der Haushalte schreitet weiter fort



Mehrfachausstattung privater Haushalte mit Gebrauchsgegenständen hat sich weiter dynamisiert



Determinanten des Alltags: mehrdimensionales Konstrukt und sozialökologischer Innovationsraum

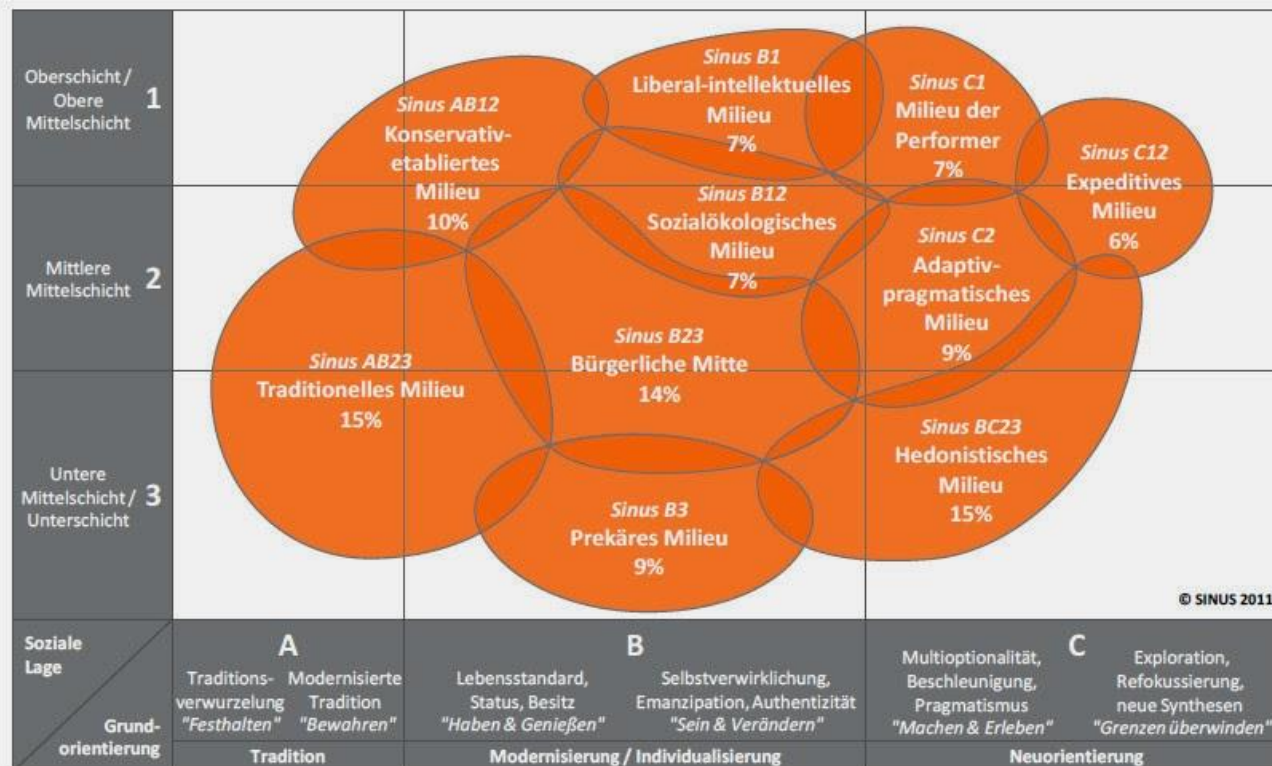


Quelle: GIZ 2015; adaptiert von UBA 2002; Löwe 2004

Produktnutzung im Spiegel gesellschaftlicher Pluralisierung

Die Sinus-Milieus[®] in Deutschland 2011

Soziale Lage und Grundorientierung



Produktnutzung im Spiegel gesellschaftlicher Pluralisierung: lebensweltliche Grundorientierungen und kulturelle Mentalitätsmuster

Konzept der Umweltmentalitäten:

Handlungsleitende Orientierungsmuster bzw. sozial geteilte Wahrnehmungen und Vorstellungen über die Wirklichkeit, die als Denkweisen, Anschauungs- und Auffassungsarten im Alltagsbewusstsein der Individuen verankert sind (Pofert 1997)

Typ 1: Persönliches Entwicklungsprojekt

Typ 2: Bürgerpflicht

Typ 3: System-/Staatsorientierung

Typ 4: Indifferenz

Typ 5: Weiter So

Die Aneignung (oder auch Nicht-Aneignung) von „Produkten“ einschließlich des alltagsweltlichen Gebrauchs ist somit Teil einer **komplexen „Integrationsleistung“ des Menschen** zur Erzeugung von **„Stimmigkeit“** und **„sozialer Selbstvergewisserung“** in einem sich zunehmend dynamisierenden gesellschaftlichen Umfeld

Diese „Stimmigkeit“ bezieht sich dabei nicht nur auf die **„Selbstwahrnehmung“**, sondern zunehmend auch auf die **Wahrnehmung „Anderer“** und durch **„Andere“**

Soziale und symbolische Dimensionen gewinnen zunehmend an Bedeutung: **Konsum als „soziale Aushandlungsarena von Erwartungshaltungen, Anerkennungsbedürfnissen und Teilhabechancen“**

Produktnutzung im Spiegel gesellschaftlicher Pluralisierung: Konsumstile (Beispiele)

Konsumstil: Durch-organisierte Ökofamilien

Orientierung an Zeitersparnis und Familienablauf-Convenience, Lust an Konsumgestaltung, Orientierung an umweltbewusstem Konsum, z.T. auch regional, ethisch, Tierschutz, Orientierung an Kindergesundheit, z.T. Qualität, Auto wegen Familienorganisation

Konsumstil: Alltags-Kreative

Lust am Konsum (Selbermachen/Gestalten), ausgeprägte Umweltorientierung, ethischer Konsum, Tierschutz, z.T. regional, Gesundheitsorientierung, Kindergesundheit, z.T. Autoorientierung

Konsumstil: Junge Desinteressierte

Desinteresse an Umwelt, Politik, Sozialem; Konsum ist lästig, Preisorientierung/Sparzwang, Bequemlichkeit, z.T. Tierschutz, starke Autoorientierung

Konsumstil: Konsum-Genervte

„Konsum ist lästig“, Beruf wichtig, Abwehr gegen Umweltthema, stark Convenience- und preisorientiert, z.T. Sparzwang, keine Gesundheitsorientierung, starke Autoorientierung

Konsumstil: Schlecht gestellte, Überforderte

Preisorientierung/Sparzwang sind bestimmend, traditionelle Familienorientierung, z.T. Orientierung an Kindergesundheit, manchmal regionaler Konsum, starke Autoorientierung

Konsumstil: Ländlich-Traditionelle

Regionalorientierung, Orientierung am traditionellen Familienkonsum, Qualitätsorientierung, z.T. Umweltorientierung und ethischer Konsum, starke Autoorientierung

Konsumstil: Unauffällige Familien-Haushalte

Orientierung an traditionellem Familienkonsum, Preisorientierung, z.T. Kindergesundheit, umweltorientierter Konsum möglich, starke Autoorientierung

Produktnutzung im Spiegel gesellschaftlicher Pluralisierung: Ambivalenzen und Paradoxien als „kulturelle Selbstblockaden“

1. **Exklusivitäts-Dilemma** der etablierten Wohlstandsmilieus
2. **Konsumstil-Dilemma** der ökologisch aufgeklärten (post-) modernen Aufstiegsmilieus
3. **Teilhabe-Dilemma** der diversen (meist unfreiwillig flexibilisierten) Prekariatsmilieus
4. **Anerkennungs-Dilemma** der (oft überforderten) Traditionsmilieus

Folge: Verunsicherung und Vertrauensverlust in gesellschaftliche Institutionen und in kollektive/eigene **Problemlösungskompetenz** erzeugen „kulturelle Selbstblockaden“

Diese führen zum Festhalten an „geübter Praxis“ (**sich dynamisierender Teufelskreis**) bzw. **beschleunigen Verbrauch** an ökologischen, sozialen und kulturellen Ressourcen zur Aufrechterhaltung des Status-quo in einer zunehmend unübersichtlichen Welt.

Selbstverstärkung kultureller Obsoleszenz

These:

Selbstverstärkung der kulturellen Obsoleszenz als Grundproblem, das sich in vielfältigen Formen sozialer/psychologischer Obsoleszenz Ausdruck verschafft!

Kulturdiagnose:

Kurzlebigkeit als soziale Überlebensstrategie zur Aufrechterhaltung von Flexibilität für eine **permanente Selbstaktualisierung** im Kontext sich schnell verändernder Lebensbedingungen!

Strategien gegen Obsoleszenz: Langlebigkeit als gesellschaftspolitische Gestaltungsaufgabe

1. Schaffung erweiterter Gewährleistungsinstitutionen und Vertrauensstrukturen
2. Intensivierung gesellschaftlicher Aushandlungsprozesse über neue Bedeutungsmuster und Verwirklichungsbedingungen von „Langlebigkeit“ als „Qualitätsmerkmal“ gesellschaftlicher Zukunftsfähigkeit (soziale Orientierungssicherheit stärken)
3. Stärkung der personellen und kollektiven Selbstwirksamkeit und Kompetenz (Empowerment) im Lebensalltag
4. Förderung von Ermöglichungsstrukturen für die Herausbildung alternativer Formen sozialer Teilhabe und Integration
5. Förderung neuer sozialer Arrangements, lebensweltlicher Engagementformate und Experimente für alternative soziale Praktiken der Langlebigkeit in einer Kultur der Nachhaltigkeit

Soziale Innovationen für einen Kultur(Konsum)Wandel

Typ 1: „Do-it-together“

Die Selbstorganisation nachhaltigkeitsorientierter Konsumräume

Typ 2: „Strategischer Konsum“

Die Aktivierung von Konsumentinnen und Konsumenten zur
Mitgestaltung von Konsumangeboten

Typ 3: „Konsumgemeinschaften“

Neue Ermöglichungsstrukturen für gemeinschaftsbasierte
Konsumformen

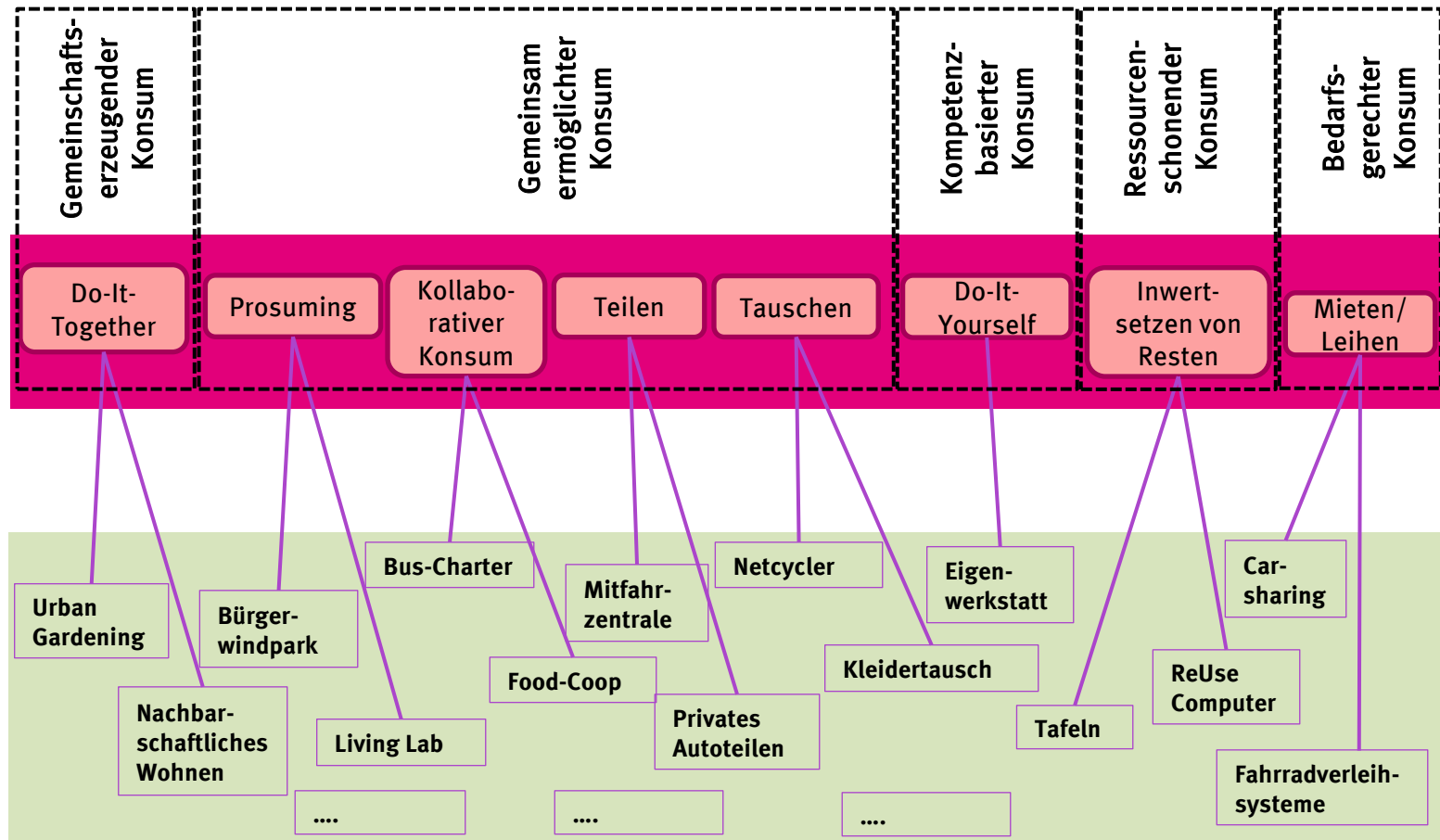
Typ 4: „Do-it-yourself“:

Neue Ermöglichungsräume und Sinnangebote der Eigenarbeit

Typ 5: „Nutzen intensivierender Konsum“:

Neue Angebote für effiziente Produktnutzung

Systematisierung sozialer Praktiken und Modi nachhaltigen Konsums



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

christian.loewe@uba.de

<http://www.umweltbundesamt.de/publikationen/soziale-innovationen-im-aufwind>

