



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz
und Reaktorsicherheit

Umwelt
Bundes
Amt 
Für Mensch und Umwelt

Umweltbewusstsein in Deutschland 2012

Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage



IMPRESSUM:

- Herausgeber:** Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU)
Referat Öffentlichkeitsarbeit • 11055 Berlin
E-Mail: service@bmu.bund.de • Internet: www.bmu.de
- Umweltbundesamt (UBA)
Wörlitzer Platz 1 • 06844 Dessau-Roßlau
E-Mail: info@umweltbundesamt.de • Internet: www.umweltbundesamt.de • www.fuer-mensch-und-umwelt.de
- Text:** Dr. Jana Rückert-John (Institut für Sozialinnovation e.V.),
Prof. Dr. Inka Bormann und Dr. René John (Philipps-Universität Marburg)
E-Mail: jana.rueckert-john@isinova.org, inka.bormann@uni-marburg.de, rene.john@uni-marburg.de
- Durchführung der Erhebung:** TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH
- Redaktion:** Dr. Jutta Emig, Dr. Korinna Schack (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, Referat ZG IV 1)
- Fachliche Durchsicht:** Dr. Michael Wehrspaun (Umweltbundesamt)
- Gestaltung:** Peter Selbach, Selbach Design, Bonn
- Druck:** Bonifatius GmbH, Druck-Buch-Verlag
- Abbildungen:** S. 1: Henry Czauderna - Fotolia.com
S. 8: CDU/CSU-Bundestagsfraktion/Christian Doppelgatz
S. 9: Marcus Gloger
S. 11: Marco2811 - Fotolia.com
S. 12/13: Sliver - Fotolia.com
S. 16/17: frank peters - Fotolia.com
S. 24/25: Sergey Nivens - Fotolia.com
S. 62/63: fhmedien_de - Fotolia.com
S. 67: Marco2811 - Fotolia.com
S. 68: Robert Kneschke - Fotolia.com
S. 69: wetwater - Fotolia.com
S. 70: Tom-Hanisch - Fotolia.com
S. 72: Petair - Fotolia.com
S. 73: Ingo Bartussek - Fotolia.com
S. 75: Blackosaka - Fotolia.com
S. 77: Kzenon - Fotolia.com
S. 78: VRD - Fotolia.com
- Stand:** Januar 2013
- 1. Auflage:** 5.000 Exemplare

Forschungsprojekt

Repräsentativumfrage zu Umweltbewusstsein und Umweltverhalten im Jahr 2012

Umweltforschungsplan des Bundesministeriums für Umwelt,
Naturschutz und Reaktorsicherheit

Förderkennzeichen 3711 17 11

Jana Rückert-John (ISInova e.V.)
Inka Bormann, René John (Philipps-Universität Marburg)

Berlin, Marburg 2013

Inhaltsverzeichnis

Vorwort

Bundesumweltminister	8
Präsident des Umweltbundesamtes	9

Die wichtigsten Trends im Überblick 10

1 Konzept und Methodik der Studie 14

1.1 Kontext und Datenerhebung	14
1.2 Schwerpunkte und Vorgehensweise	14
1.3 Typen alltäglicher Lebensführung als zusätzliches Analyseinstrument	15

2 Umweltpolitik als Gestaltungsaufgabe 18

2.1 Umweltschutz ist ein politisches Topthema	18
2.2 Mehr Engagement der Bundesregierung für den Umweltschutz gefordert	19
2.3 Umwelt- und Klimaschutz spielt in Verbindung mit anderen politischen Aufgabenbereichen eine große Rolle	21
2.4 Vor allem Frauen, Bessergestellte und Hochgebildete sind eher unzufrieden mit dem Klimaschutz-Engagement der Politik	22
2.5 Bessere Umweltqualität in der Nähe als in der Ferne	23

3 Handlungsfelder und Veränderungspotenziale 26

3.1 Umweltbewusstsein im Bereich Mobilität	26
3.1.1 Auto weiterhin das Hauptverkehrsmittel im Alltag	26
3.1.2 Gleiche Gründe für Auto und öffentliche Verkehrsmittel: Sie sind bequem und schnell	27
3.1.3 Anlässe für die Wahl des Hauptverkehrsmittel: Gelegenheiten für nachhaltigere Mobilität	29

3.1.4	Für den Alltag mit Kindern und Familie gilt vielen Befragten das Auto als unverzichtbar	30
3.1.5	Elektromobilität und Car-Sharing werden sehr positiv bewertet, aber die meisten Befragten halten eine deutliche Distanz	31
3.1.6	Umwelentlastende Verkehrsmaßnahmen genießen teilweise eine hohe Akzeptanz, besonders in Bezug auf die Stadtentwicklung	33
3.2	Umweltbewusstsein im Bereich Lebensmitteleinkauf	35
3.2.1	Frische, Preis und hohe Qualität stellen die wichtigsten Kriterien bei der Auswahl von Lebensmitteln dar	35
3.2.2	Sorge um Umweltfreundlichkeit und Gesundheit sind Gründe für den Kauf von Bio-Lebensmitteln	37
3.2.3	Nichtkäuferinnen und -käufer von Bio-Lebensmitteln bemängeln zu hohe Preise und mangelnde Verlässlichkeit	38
3.2.4	Viele Befragte haben generell kein Vertrauen in die Qualität von Lebensmitteln	39
3.2.5	Skandale bieten häufig Anlässe für den verstärkten Kauf von Bio-Produkten	40
3.2.6	Es gibt ein großes Interesse an nachhaltigen Produkten, aber nur eine begrenzte Zahlungsbereitschaft	40
3.3	Umweltbewusstsein im Bereich Haushaltsorganisation und größere Anschaffungen	42
3.3.1	Alltägliche Formen der Haushaltsführung entwickeln sich nur teilweise in Richtung stärkerer Nachhaltigkeitsorientierungen	42
3.3.2	Sparsamkeit bestimmt die Art der Haushaltsführung	43
3.3.3	Die subjektive Zufriedenheit mit der je eigenen Art der Haushaltsführung ist hoch, aber es gibt auch Beratungsbedarf	44
3.3.4	Vor allem das Streben nach finanzieller Entlastung bietet Anlässe für eine nachhaltigere Art der Haushaltsführung	45
3.3.5	Uneinheitliche Aussagen zur zukünftigen Bedeutung von Maßnahmen nachhaltiger Haushaltsführung	46
3.3.6	Geringe Relevanz umweltbezogener Kriterien bei größeren Anschaffungen und Ausgaben	47
3.3.7	Abnehmende Bedeutung des „Blauen Engels“	49
3.3.8	Zunehmende Attraktivität des Nutzens statt Besitzens, vor allem bei modern eingestellten Hochgebildeten	50

Inhaltsverzeichnis

3.4 Umweltbewusstsein im Bereich Wohnen und Wohnumfeld	51
3.4.1 Hohe Zufriedenheit mit derzeitiger Wohnsituation	51
3.4.2 Straßenverkehr als wichtigste empfundene Lärmbelästigung	53
3.4.3 Trotz Erkenntnis von Umweltbelastungen: eigenes Haus und individuelles Wohnen sind weiterhin wichtige soziale Werte	54
3.4.4 Veränderte Lebenssituation als Hauptgrund für den letzten Umzug	55
3.4.5 Akzeptanz nachhaltiger Alternativen des Wohnens: Gemeinschaftsstreben der jungen Singles, Versorgungsbedarf im Alter	56
3.4.6 Die meisten Bürgerinnen und Bürger erwarten höchstens geringe Folgen des Klimawandels für ihre persönliche Lebensführung	57
3.4.7 Unterschiedliche Bewertung der Vorsorgemaßnahmen zur Klimaanpassung	58
3.4.8 Noch wenig persönliche Vorsorge gegenüber den Folgen des Klimawandels	60
4 Potenziale für nachhaltige Lebensführung in milieuspezifischer Perspektive	64
4.1 Traditionalität oder Modernität der Orientierungen sowie das vorhandene Ausstattungsniveau sind wesentliche Determinanten von Lebensstilen	64
4.2 Traditionelle Pflicht- und Akzeptanzwerte fördern ressourcensparendes Verhalten, leiden aber am Mangel kultureller Anerkennung	66
4.2.1 Barrieren und Potenziale für Nachhaltigkeit des Lebensführungstyps der „Traditionellen Arbeiter“	66
4.2.2 Barrieren und Potenziale für Nachhaltigkeit des Lebensführungstyps der „Konventionalisten“	68
4.2.3 Barrieren und Potenziale für Nachhaltigkeit des Lebensführungstyps der „Konservativ Gehobenen“	69

4.3 Teilmoderne Orientierungen erzeugen Aufgeschlossenheit für den ökologischen Umbau der Wirtschaft – solange dabei die Lebensqualität stimmt	70
4.3.1 Barrieren und Potenziale für Nachhaltigkeit des Lebensführungstyps der „Heimzentrierten“	70
4.3.2 Barrieren und Potenziale für Nachhaltigkeit des Lebensführungstyps der „Aufstiegsorientierten“	71
4.3.3 Barrieren und Potenziale für Nachhaltigkeit des Lebensführungstyps der „Liberal Gehobenen“	73
4.4 Bei modernen Selbstentfaltungswerten stehen Innovationsbereitschaft und die Sorge um die soziale Gerechtigkeit im Mittelpunkt	74
4.4.1 Barrieren und Potenziale für Nachhaltigkeit des Lebensführungstyps der „Unterhaltungssuchenden“	74
4.4.2 Barrieren und Potenziale für Nachhaltigkeit des Lebensführungstyps der „Hedonisten“	76
4.4.3 Barrieren und Potenziale für Nachhaltigkeit des Lebensführungstyps der „Reflexiven“	77
4.5 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	79
Tabellenverzeichnis	80
Abbildungsverzeichnis	81
Literaturverzeichnis	82

Vorwort

Liebe Leserin, lieber Leser,

Umweltpolitik ist mehr als alle anderen Politikbereiche auf die Unterstützung und aktive Mitwirkung der Bürgerinnen und Bürger angewiesen. Vor allem wird das Projekt Energiewende nur gemeinsam mit Bürgerinnen und Bürgern gelingen, die sich kritisch, konstruktiv und engagiert mit der konkreten Planung und Umsetzung auseinandersetzen und sich daran beteiligen. Daher ist es für mich besonders erfreulich, dass das Umweltbewusstsein in Deutschland nach wie vor außerordentlich hoch ist. Der Umweltschutz steht aus Sicht der Bevölkerung bei der Umweltbewusstseinsstudie 2012 sogar auf Platz 2 der wichtigsten politischen Aufgaben – direkt nach der Sorge um die wirtschaftliche Entwicklung im Zusammenhang mit der Finanzmarktkrise. Für 35 Prozent der Befragten ist der Schutz der Umwelt sogar das wichtigste Problem, das Politik und Gesellschaft gemeinsam zu bewältigen haben.

Gleichwohl führt dieses hohe Umweltbewusstsein nicht zwingend immer zu umweltgerechtem Verhalten. Oft ist zwar eine hohe Veränderungsbereitschaft vorhanden, sie stößt im Alltag aber auf Widerstände und Hindernisse oder konkurriert mit gegenläufigen Zielen, Gewohnheiten oder Interessen. Die vorliegende Umfrage ist deshalb so interessant, weil sie anhand ganz konkreter Lebensbereiche und differenziert nach bestimmten Bevölkerungsgruppen deutlich macht, wo weiteres Potenzial geweckt und Hindernisse überwunden werden können. Es wird interessant sein, die Ergebnisse der Studie daraufhin auszuwerten, welche neuen Anreize Politik setzen kann, um nachhaltige Lebensweisen noch stärker zu fördern.

Den Wunsch der Bevölkerung nach mehr Engagement der Politik sehe ich als Unterstützung und als Ansporn. Besonders motivierend ist für mich, dass der Umstieg auf eine nachhaltige Energieversorgung nach wie vor eine sehr hohe Zustimmung genießt und auch die unvermeidbaren Zielkonflikte nicht mit



einem Nachlassen, sondern eher mit einer Zunahme an Umweltbewusstsein und Engagementbereitschaft verbunden sind. Die treibende Kraft der Politik wird nicht zuletzt deshalb als besonders wichtig angesehen, um das eigene Engagement zu motivieren und eine persönliche Verhaltensänderung zu unterstützen.

Als Bundesumweltminister sehe ich mich diesem Wunsch ganz besonders verpflichtet. Wir sollten den Weg zu einer nachhaltigen, umweltschonenden Lebensweise gemeinsam engagiert und konsequent weiter gehen.

A stylized, handwritten signature in black ink, consisting of several fluid, connected strokes.

Peter Altmaier
Bundesumweltminister

Vorwort

Liebe Leserin, lieber Leser,

eine erfolgreiche Umweltpolitik sichert unsere Lebensgrundlagen und damit unsere Zukunft. Wie stark diese Erkenntnis mittlerweile ins öffentliche Bewusstsein eingedrungen ist, belegt unsere neue Umfrage: 40 Prozent der Befragten – 6 Prozent mehr als vor zwei Jahren – halten einen anspruchsvollen Umwelt- und Klimaschutz für eine grundlegende Bedingung, um Zukunftsaufgaben wie die Globalisierung zu meistern.

Besonders erfreulich ist, dass immer mehr Bürgerinnen und Bürger diese Erkenntnis auch praktisch umsetzen. Deutlich mehr Befragte geben an, Ökostrom (von 8 auf 20 Prozent) zu beziehen, Geld in erneuerbare Energien anzulegen (von 4 auf 12 Prozent) oder freiwillig von ihnen verursachte Klimagase zu kompensieren (von 3 auf 9 Prozent).

Es gibt aber auch gegenläufige Entwicklungen: Die Bereitschaft zum Kauf energieeffizienter Geräte ist von 65 auf 52 Prozent der Befragten zurückgegangen, und durch einfaches Abschalten nicht benötigter Geräte und Lichtquellen im Haushalt Energie sparen, das machen statt 83 nur noch 74 Prozent.

Auffällig ist, dass Befragte mit höheren Einkommen und höheren Bildungsgraden oft ein stärkeres Umweltbewusstsein bekunden als sozial schlechter Gestellte. Trotzdem ist davon auszugehen, dass im Durchschnitt die ärmeren Haushalte wegen ihres geringeren Einkommens- und Konsumniveaus real weniger Umweltbelastungen verursachen als wohlhabende Menschen.

Um das Spannungsfeld zwischen Umweltschutz und Gerechtigkeit näher zu beleuchten, werden in der Studie verschiedene Typen der Lebensführung analysiert. Dabei zeigt sich, dass bei genauerer Betrachtung in allen Milieus erhebliche Potenziale für mehr Umweltschutz im Alltag vorhanden sind: Energiesparen im Alltag, gesunde und ökologische Ernährung



sowie nachhaltigere Mobilitätsformen wie das Car-Sharing, die stärker auf Gemeinschaftlichkeit setzen, sind für alle sozialen Milieus von Vorteil und Chancen für mehr Lebensqualität und geringere Kosten.

Die Umwelt- und Nachhaltigkeitspolitik sollte einen Beitrag dazu leisten, diese Potenziale zu heben. Wichtig sind dafür geeignete Formen der Umweltkommunikation. Dafür wollen wir mit unserer neuen Umweltbewusstseinsbroschüre einen Beitrag leisten. Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre!

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Jochen Flasbarth'.

Jochen Flasbarth
Präsident des Umweltbundesamtes

Die wichtigsten Trends im Überblick

Allgemeine Einstellungen zur Umweltpolitik

Im Kontext der Energiewende: Für die Bevölkerung gehören Umwelt- und Klimaschutz zu den wichtigsten Problemen der Gegenwart.

Etwas mehr als ein Drittel der Bürgerinnen und Bürger (35 Prozent) nennt spontan Aspekte des Umwelt- und Klimaschutzes bei der offenen Frage zum wichtigsten Problem der Gegenwart. Gegenüber der letzten Umfrage von 2010 ist das ein Anstieg um 15 Prozent. Damit rücken die Umweltprobleme vom dritten auf den zweiten Platz unter den wichtigsten Problemen in Deutschland.

Zudem verlangt die Bevölkerung nach mehr politischen Anstrengungen im Umwelt- und Klimaschutz. Nahezu zwei Drittel der Bevölkerung (64 Prozent) fordern, dass die Bundesregierung mehr für den Umweltschutz tun solle. Auch das bedeutet eine weitere Zunahme gegenüber den Jahren 2010 (62 Prozent) und 2008 (56 Prozent). 2006 lag der Wert allerdings noch bei 70 Prozent.

Dem Umwelt- und Klimaschutz wird eine grundlegende Bedeutung bei der Gestaltung von Zukunftsaufgaben zugeschrieben.

40 Prozent der Bundesbürger bewerten den Umwelt- und Klimaschutz als eine Bedingung dafür, dass Zukunftsaufgaben wie etwa die Folgen der Globalisierung gemeistert werden können. Bei der Umfrage 2010 waren es nur 34 Prozent. Auch bei anderen gesellschaftlichen Aufgaben, zu denen die Befragten um ihre Einschätzung gebeten wurden, ist der Anteil derjenigen, die den Umwelt- und Klimaschutz als Bedingung für die Bewältigung dieser Aufgaben ansehen, meistens stabil geblieben oder gestiegen, und liegt zwischen 24 Prozent („für mehr soziale Gerechtigkeit sorgen“) und 32 Prozent („den Wohlstand sichern“).

Die Bevölkerung sieht Zielkonflikte zwischen Umweltschutz und den wirtschaftlichen und sozialen Herausforderungen.

Ein hoher Anteil von Bürgerinnen und Bürgern betont die Zielkonflikte zwischen Umwelt- und Klimaschutz einerseits und wirtschaftlichen und sozialen

Belangen andererseits. Bei den Herausforderungen „Schaffung von Arbeitsplätzen“ sowie „Für mehr soziale Gerechtigkeit sorgen“ ist die Zahl der Befragten, die eine Einschränkung von Umwelt- und Klimaschutz fordern, bis in den genannten Gebieten hinreichende Fortschritte erzielt sind, von 24 auf 33 Prozent gestiegen und liegt damit geringfügig über dem Anteil der Bevölkerung, der Kompromisse zwischen den verschiedenen Politikbereichen fordert.

Innovationsbereitschaft und Potenziale für nachhaltige Lebensstile in ausgewählten Handlungsfeldern

Alternativen zur Mobilität in der heutigen Form werden meist positiv bewertet. Allerdings haben sie im Alltag für die Mehrheit der Befragten noch keine große Bedeutung.

Das Auto wird von fast 60 Prozent, der öffentliche Nahverkehr von fast einem Viertel der Befragten als Hauptverkehrsmittel im Alltag angegeben. Fast alle Autofahrerinnen und -fahrer, aber auch über 80 Prozent der Nutzerinnen und Nutzer öffentlicher Verkehrsmittel nennen am häufigsten Bequemlichkeit und Schnelligkeit als Gründe für ihre Verkehrsmittelwahl.

Ein deutlicher Unterschied zwischen den beiden Gruppen zeigt sich bei der Bewertung von Kosten und Umweltbelangen: 82 Prozent der Nutzerinnen und Nutzer öffentlicher Verkehrsmittel, aber nur 21 Prozent der Autofahrerinnen und -fahrer nennen auch die Umweltverträglichkeit als Grund für ihre Wahl. 69 Prozent der Befragten nutzen den öffentlichen Nahverkehr, weil er preisgünstig sei, dagegen spielt dieses Argument nur bei 24 Prozent der Autofahrerinnen und -fahrer eine Rolle.

Von E-Mobilität haben zwei Drittel der Befragten, von Car-Sharing knapp 40 Prozent schon gehört. In diesen Kreisen gelten sie überwiegend als umweltfreundliche Alternativen, stoßen aber auch dort noch nicht auf großes persönliches Interesse.

Viele verkehrsentlastende Maßnahmen auf politischer Ebene werden von großen Teilen der Bevölke-



zung befürwortet. Am deutlichsten gilt das für eine vom Auto unabhängige Stadt- und Wohngebietenentwicklung: Hierfür sprechen sich im Durchschnitt etwa 70 Prozent der Befragten aus, wie bei den Verkehrsentslastungsmaßnahmen generell etwas mehr die Älteren über 65 Jahre und die Hochgebildeten.

Das Umweltbewusstsein der Bevölkerung beim Einkauf von Lebensmitteln ist hoch. Beim Einkauf spielen aber der Preis und Skepsis gegenüber Verpackungsangaben nach wie vor eine große Rolle.

Als wichtigste Kriterien beim Kauf von Lebensmitteln gelten den Befragten Qualität, Frische und Preis. Nachhaltigkeitskriterien wie regionale Herkunft, Saisonalität, Bio-Anbau und fairer Handel werden deutlich seltener genannt.

Rund 45 Prozent orientieren sich bei ihrem Lebensmitteleinkauf an Gütesiegeln und Regionalmarken, etwas mehr (51 Prozent) setzen auf „Produkte bekannter Hersteller oder Handelsketten“. Gleichzeitig lassen die Angaben auf den Lebensmittelverpackungen nach Ansicht großer Teile der Bevölkerung zu wünschen übrig. Über 60 Prozent halten diese Informationen für schwer verständlich, und fast 80 Prozent der Befragten fällt es schwer, an „Produktversprechen“ zu glauben.

Für die Entscheidung, verstärkt Bio-Produkte zu kaufen, stellen Lebensmittel- oder Umweltskandale die am häufigsten genannten Anlässe dar. Rund ein Drittel der Befragten kauft nie Bio-Produkte, meistens aus dem Grund, dass sie für zu teuer gehalten werden, aber auch, weil die Befragten nicht von der Umweltfreundlichkeit der Produkte überzeugt sind oder der

Bezeichnung „Bio“ generell nicht trauen. An regionalen Produkten und an fair gehandelten Produkten zeigen die Befragten mehrheitlich ein Interesse, aber teils deutlich mehr als die Hälfte bewertet auch diese Angebote für sich selber als zu teuer.

Die Bedeutung von Nachhaltigkeit in der Haushaltsorganisation steigt auf vielen Gebieten weiterhin stark an. Gesichtspunkte des Umwelt- und Klimaschutzes spielen aber oft nur dann eine größere Rolle, wenn sie mit (leicht erkennbaren) Kostenentlastungen verbunden sind.

Während in der Befragung im Jahre 2010 noch 8 Prozent der Befragten angaben, bereits Ökostrom zu beziehen, ist dieser Anteil 2012 auf 20 Prozent gestiegen. Ähnliche Steigerungsraten gibt es bei Geldanlagen in erneuerbare Energien (von 4 Prozent auf 12 Prozent) sowie bei der Leistung finanzieller Kompensationen für selbstverursachte Klimagase beispielsweise im Verkehr (von 3 Prozent auf 9 Prozent).

Ein Teil der Befragten rechnet damit, dass der Umweltschutz im eigenen Haushalt zukünftig an Bedeutung gewinnt, wobei besonders das energiesparende Alltagsverhalten von 27 Prozent und der Kauf energieeffizienter Geräte von fast einem Drittel der Befragten als zukünftig bedeutsamer eingeschätzt werden. Dieser Trend korrespondiert aber nicht mit dem Verhalten: Das Abschalten nicht benötigter Geräte hatten 2010 noch 83 Prozent der Befragten versichert, 2012 taten das nur mehr 74 Prozent. Der Anteil der Käuferinnen und Käufer energieeffizienter Geräte fiel von 65 Prozent auf 52 Prozent.

Bei größeren Anschaffungen ist meistens der Preis das wichtigste Entscheidungskriterium. Insgesamt schiebt sich das Motiv der Sparsamkeit immer wieder in den Vordergrund. Umweltbezogenen Kriterien kommt bei größeren Anschaffungen und Ausgaben nur eine geringe Relevanz zu. Neue Nutzungsstrategien wie beispielsweise das Austauschen oder Mieten von alltäglichen Gebrauchsgegenständen finden vor allem modern eingestellte Hochgebildete attraktiv.



Im Bereich Wohnen und Wohnumfeld sind viele der Befragten zufrieden mit ihrer jetzigen Situation, obwohl über die Hälfte der Befragten sich vom Straßenverkehrslärm gestört oder belästigt fühlt und 28 Prozent derzeit ihre Gesundheit durch Umweltprobleme stark gefährdet sehen. Nur eine Minderheit der Befragten von 20 Prozent kann sich zukünftig neue Wohnformen vorstellen.

Über 90 Prozent der Befragten fühlen sich gegenwärtig in ihrer Wohnung sehr wohl und über 80 Prozent wollen eher nicht wegziehen. Allerdings glaubt über



die Hälfte der Befragten nicht, dass sie heute schon in einer energieeffizienten Wohnung lebt.

Für 54 Prozent der Befragten stellt das eigene Haus ein wichtiges Lebensziel dar, obwohl rund 60 Prozent der Befragten bekannt ist, dass große Wohnungen wegen ihres Energieverbrauchs umweltbelastend sind und durch Einfamilienhäuser am Stadtrand in der Regel der Verkehr zunimmt. Rund drei Viertel der Befragten stimmen der Aussage zu, dass sich die Wohnungsgröße nach individuellen Kriterien richten sollte.

Neue, stärker gemeinschaftliche Wohnformen sind immerhin für rund 20 Prozent der Befragten denkbar. Dabei handelt es sich eher um die jüngeren und die älteren Menschen sowie die Geringverdiener und die überdurchschnittlichen Einkommensklassen.

Die meisten Bürgerinnen und Bürger erwarten nur geringe Folgen des Klimawandels für ihre persönliche Lebensführung und betreiben daher noch wenig persönliche Vorsorge.

Dass sie auch in Zukunft von Hitzewellen, Hochwasser, Starkniederschlägen oder anhaltenden Trockenperioden am Arbeitsplatz, in Wohnung und Freizeit „überhaupt nicht betroffen“ sein werden, glaubt zwischen einem Drittel bis zur Hälfte der Befragten. Etwa ebenso viele rechnen damit nur „wenig betroffen“ zu sein. An eine starke Betroffenheit glauben nur zwischen 9 Prozent (Hochwasser, Stürme) und 23 Prozent (Hitzewellen) und nicht einmal 5 Prozent gehen von einer sehr starken Betroffenheit aus.

Die Mehrheit der Befragten ist überzeugt, dass sie keine weiteren Informationen benötigt und die bereits bestehenden Vorsorgemaßnahmen ausreichend seien. Rund 40 Prozent fühlen sich nicht ausreichend informiert und glauben, dass weder die eigenen noch die kommunalen Vorsorgemaßnahmen schon hinreichen.

1 Konzept und Methodik der Studie

1.1 Kontext und Datenerhebung

Die Studien zum Umweltbewusstsein und Umweltverhalten in Deutschland werden im Auftrag des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit und des Umweltbundesamtes seit 1996 im Abstand von zwei Jahren durchgeführt. Dabei wird die deutsche Wohnbevölkerung ab 18 Jahren befragt.

Für die aktuelle Repräsentativumfrage fanden im Zeitraum von Juli bis August 2012 mündliche Interviews mit zweitausend Personen statt. Davon waren 1585 Personen aus Westdeutschland und 415 Personen aus Ostdeutschland. Federführend wurde die Studie vom Institut für Sozialinnovation e.V. (Berlin) in Zusammenarbeit mit der Philipps-Universität Marburg, in enger Fachbegleitung des Bundesumweltministeriums und des Umweltbundesamtes, durchgeführt. Die Erhebung der Daten oblag der TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH Bielefeld.

Unter der Internet-Adresse www.umweltbundesamt.de/umweltbewusstsein kann die aktuelle Studie eingesehen und heruntergeladen werden. Dort finden sich außerdem die seit dem Jahr 2000 veröffentlichten Broschüren mit den Basisdaten sowie die wissenschaftlichen Vertiefungsberichte seit dem Jahr 2006.

Die Daten der aktuellen Umfrage stehen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern nach Abschluss der ersten Projektphase im Frühjahr 2013 über das Datenarchiv für die Sozialwissenschaften beim GESIS-Leibniz-Institut für Sekundäranalysen zur Verfügung.

1.2 Schwerpunkte und Vorgehensweise

Die Umfragen und durch zusätzliche Analysen ergänzten Studien sollen einen Überblick über den Stand des Umweltbewusstseins, die Verhaltensbereitschaften der Menschen im Alltag sowie die Akzeptanz der Umweltpolitik hinsichtlich aktueller umwelt- und nachhaltigkeitsbezogener Politik- und Themenfelder geben. Es werden wesentliche Veränderungen im Zeitverlauf beschrieben. Außerdem wird das spezi-

fische Umweltbewusstsein und -verhalten von Befragten in unterschiedlichen sozialen Milieus untersucht.

In dieser Hinsicht knüpft die vorliegende Broschüre an die Fragestellungen der früheren Studien an. Sie beinhaltet aber auch einen neuen Ansatz: Das alltägliche Handeln wird mit seinem Potenzial, sich innovativ auf die Anforderungen nachhaltiger Entwicklung einzustellen, ins Zentrum gerückt. Es geht somit um die Frage, welche Anknüpfungspunkte sich für nachhaltigere Lebensweisen im Alltagsleben der Menschen finden lassen. Untersucht wird diese Frage für die Handlungsbereiche Mobilität, Lebensmitteleinkauf, Haushaltsführung/größere Anschaffungen sowie Wohnen/Wohnumfeld.

Diese Neuausrichtung erforderte, dass der Repräsentativbefragung eine umfangreiche Explorationsphase vorausging. Dabei wurden zunächst Expertinnen und Experten verschiedener Umweltverbände und der Umweltforschung danach befragt, wie nach ihrer Erfahrung die Potenziale für mehr Nachhaltigkeit im alltäglichen Handeln und die einschlägige Innovationsbereitschaft der Bürgerinnen und Bürger zu ermitteln sei. Unstrittig war dabei unter den Expertinnen und Experten, dass angesichts der drängenden Umweltprobleme neue Konsummuster mit weniger umweltbelastenden Auswirkungen zu entwickeln sind. Mit solchen neuen Konsummustern entstehen aber auch erhebliche Herausforderungen für die alltäglichen Lebensweisen der Bürgerinnen und Bürger.

Deshalb wurden vier Diskussionsrunden in je einer Großstadt und einer mittelgroßen Stadt in Ost- und Westdeutschland durchgeführt. Im Rahmen der sogenannten „Gruppendiskussionen“ wurden mit Bürgerinnen und Bürgern verschiedener Altersgruppen und unterschiedlicher sozialer Herkunft die Rolle von Umweltthemen im Alltag, der Umgang mit widersprüchlich erscheinenden Informationen und die Einschätzung der Möglichkeit innovativer Verhaltensänderungen besprochen.

Die Ergebnisse der Experteninterviews wie der Gruppendiskussionen sind in die konzeptionelle Gestaltung der aktuellen Repräsentativbefragung eingeflossen. Die Datenerhebung selbst erfolgte dann in den

Sommermonaten Juli und August, da im Juni 2012 die Weltumweltkonferenz „Rio+20“ stattfand. Zu erwarten war daher eine verstärkte Präsenz von Umweltthemen in den Massenmedien und eine zusätzliche Sensibilisierung der Bürgerinnen und Bürger im Hinblick auf die Notwendigkeiten und Chancen ökologischer Umorientierungen.

Zu diesen vorbereitenden Arbeiten liegen bereits erste Arbeitsberichte vor, die in den sozialwissenschaftlichen Vertiefungsstudien zusammenfassend dargestellt werden. In den Vertiefungsstudien wird es darum gehen, Innovativitätspotenziale alltäglichen Verhaltens als Ansatzpunkte für umweltpolitische Förderung und Unterstützung zu erschließen. Dafür sind weitere Gruppendiskussionen und Analysen der medialen Darstellung der Rio+20-Konferenz geplant. Die Ergebnisse werden voraussichtlich im Sommer des Jahres 2013 vorliegen.¹

1.3 Typen alltäglicher Lebensführung als zusätzliches Analyseinstrument

Neu ist in der Umweltbewusstseinsstudie 2012 außerdem, dass die Daten mit dem Milieu-Modell der „Typen alltäglicher Lebensführung“ ausgewertet werden. Diese Typologie wurde im Kontext einer kritischen Auseinandersetzung und Weiterentwicklung der sozialwissenschaftlichen Lebensstil- und Milieuforschung von Gunnar Otte (2004, 2005) entwickelt. Mit diesem Modell können die Befragten anhand we-

niger Fragen bestimmten Typen von Lebensstilen zugeordnet werden.

Diese Typologie hat eine verhaltensbasierte Dimension und eine Dimension der Wertorientierung. Bei der verhaltensbasierten Dimension wird nach dem Ausstattungsniveau im Sinne eines mehr oder weniger gehobenen Lebensstandards gefragt, bei der Dimension der Wertorientierung geht es um die „Modernität“ der Orientierungen und Selbstbeschreibungen im Sinne der Offenheit und Flexibilität der biografischen Perspektive.²

Die folgende Tabelle zeigt, welche neun Lebensführungstypen in diesem Modell unterschieden werden.

Das Modell der „Typen alltäglicher Lebensführung“ ist in der Erhebung unaufwändig, allgemein zugänglich und grundsätzlich für eine vergleichende Forschung konstruiert. Die Nutzung dieses Modells in Umweltbewusstseinsstudien ermöglicht eine bessere Verbindung zu fachwissenschaftlichen Diskussionen in den Kultur- und Sozialwissenschaften, in denen dieses Modell zunehmend angewendet wird.

Die Auswertung der Daten der Umweltbewusstseinsstudie 2012 nach diesem Modell steht in Kapitel 4 im Vordergrund. Um unnötige Wiederholungen zu vermeiden, werden wichtige, mit der Typologie zu gewinnende Differenzierungen aber auch schon in Kapitel 2 und 3 kurz angesprochen.

Tabelle 1: Typen alltäglicher Lebensführung nach Otte (2004)

Ausstattungsniveau

Gehoben	Konservativ Gehobene	Liberal Gehobene	Reflexive
Mittel	Konventionalisten	Aufstiegsorientierte	Hedonisten
Niedrig	Traditionelle Arbeiter	Heimzentrierte	Unterhaltungssuchende
	Traditional/ biografische Schließung	Teilmodern/ biografische Konsolidierung	Modern/ biografische Offenheit

*Modernität/
biografische Perspektive*

¹ Die erwähnten Arbeitsberichte sind unter www.isinova.org einzusehen und können heruntergeladen werden.

² Die Typologie und ihr Aufbau werden in Kapitel 4.1 näher vorgestellt.

Umweltpolitik als Gestaltungsaufgabe





2 Umweltpolitik als Gestaltungsaufgabe

2.1 Umweltschutz ist ein politisches Topthema

Wie in den Vorjahren wurden die Bürgerinnen und Bürger mit einer offenen Frage ohne Vorgaben danach gefragt, welches ihrer Meinung nach das wichtigste Problem ist, dem sich unser Land heute gegenüberübersieht. Die Interviewerinnen und Interviewer notierten nur die ersten zwei Nennungen. 35 Prozent der Befragten nannten darunter Probleme des Umweltschutzes. Häufiger werden von 36 Prozent der Bürgerinnen und Bürger nur Probleme der Wirtschafts- und Finanzpolitik genannt.

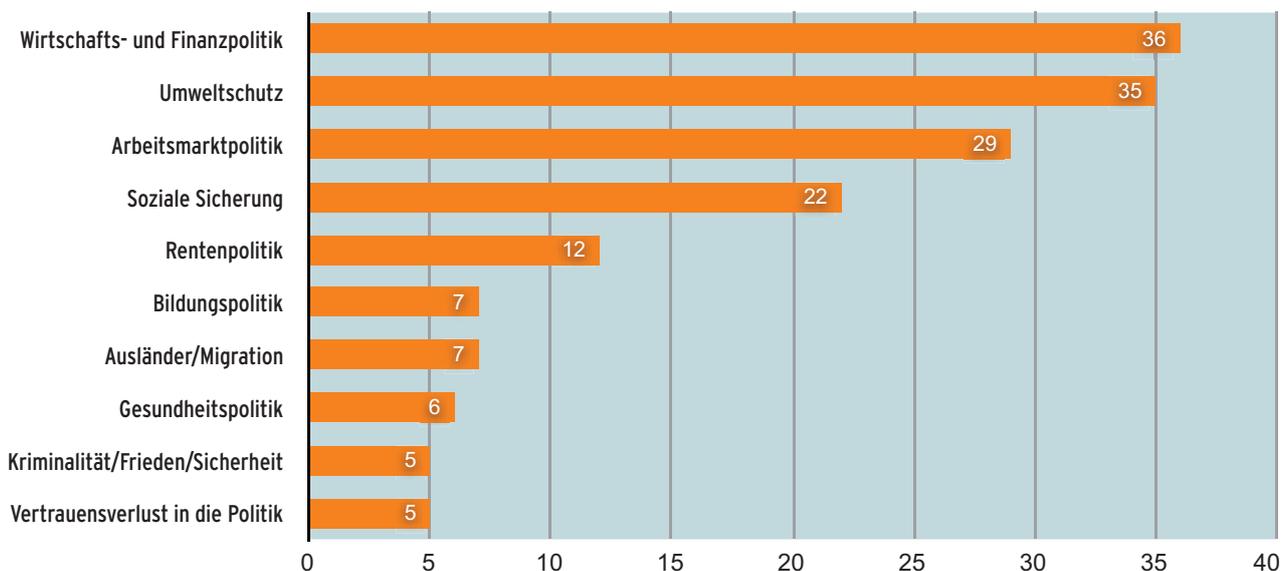
Offene Fragen dieser Art müssen bei der Auswertung kategorisiert werden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich Themenstellungen und Begriffe im Laufe der Zeit ändern. Bei der Zuordnung von Nennungen zu Kategorien besteht daher ein gewisser Interpretationsspielraum.

Mit der Umfrage im Jahre 2010 verglichen, nennen deutlich mehr Befragte Probleme, die dem Themenfeld „Umwelt“ zuzuordnen sind: der Anteil stieg von 20 auf 35 Prozent. Damit rückt es auf den zweiten

Platz hinter der aktuellen Sorge um die wirtschaftliche Entwicklung insbesondere im Zusammenhang mit der Finanzkrise. Für den Aufstieg des Themenfelds „Umwelt“ können eine erhöhte Sensibilisierung für die Umweltschutzthemen während des Befragungszeitraums kurz nach der Rio+20-Konferenz, die davon ausgelösten Medienberichte zu Umweltproblemen sowie die Debatte um die Energiewende eine Rolle gespielt haben. Inhaltlich stehen 2012 bei den verschiedenen Nennungen, die der Kategorie „Umweltschutz“ zugeordnet wurden, die Themen Verschmutzung von Luft, Wasser und Umwelt an erster Stelle, gefolgt von Klimawandel, globale Erwärmung und CO₂-Ausstoß. Ebenfalls in dieser Kategorie mitgezählt wurden Nennungen, die Probleme mit und durch Lebensmittel, Umwelt- und Naturkatastrophen, Hochwasserschutz, Umweltschutz, Tier- und Artenschutz, Waldsterben, Probleme mit Müll, Ozonloch und schließlich auch Atomkraft und Atomkraftausstieg betrafen.

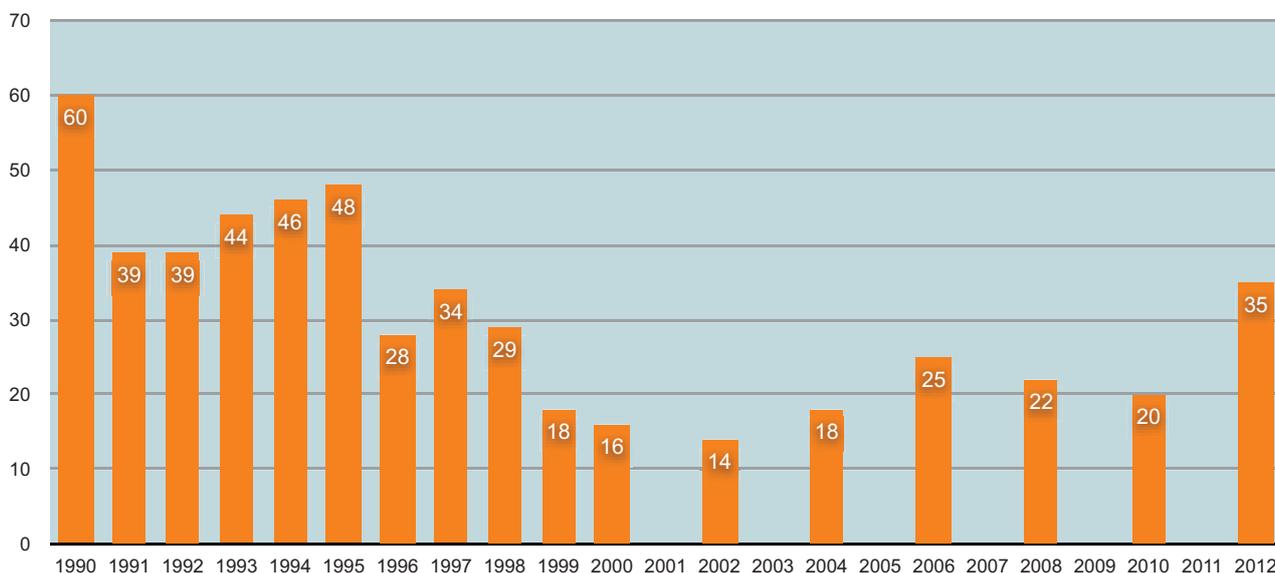
Auch die Problemfelder „Arbeitsmarktpolitik“ und „Soziale Sicherung“³ stehen wie schon 2010 im Vor-

Abbildung 1: Rangliste politischer Aufgabenfelder (Angaben in Prozent der Befragten)



Frage: Was, glauben Sie, ist das wichtigste Problem, dem sich unser Land heute gegenüberübersieht? (Notiert wurde die erste und zweite Nennung bei offener Fragestellung, N=2000. Insgesamt wurden 3705 Nennungen abgegeben)

Abbildung 2: Umweltprobleme als eines der wichtigsten Probleme Deutschlands im Zeitvergleich
(Angaben in Prozent der Befragten)⁵



dergrund, mit Abstand schließen sich Themen rund um die Renten- und Bildungspolitik, Ausländer/Migration, Gesundheitspolitik, Kriminalität/Frieden/Sicherheit und Vertrauensverlust in die Politik an. Die Kategorie „Wirtschafts- und Finanzpolitik“ ist überwiegend durch die Besorgnis um die Eurokrise geprägt.

Umweltprobleme werden häufiger von Hochgebildeten sowie von Personen, die in einem Partnerhaushalt ohne Kinder leben, genannt. Vor dem Hintergrund der Typen alltäglicher Lebensführung betrachtet zeigt sich, dass Umweltprobleme häufiger auch von Menschen mit einer eher teilmodernen Orientierung genannt werden.⁴

Ein längerfristiger Zeitvergleich macht bei allen methodischen Vorbehalten deutlich, dass Probleme des Umweltschutzes heute deutlich häufiger als noch in den vergangenen Jahren genannt werden. Sie sind

2012 im Vergleich zu 2010 in der Platzierung gegenüber den anderen Themenfeldern vom dritten auf den zweiten Platz aufgestiegen.

2.2 Mehr Engagement der Bundesregierung für den Umweltschutz gefordert

Wie die im Sommer 2012 vom Bundesamt für Naturschutz vorgelegte Studie „Naturbewusstsein 2011“ gezeigt hat, stimmt eine große Mehrheit der Bevölkerung dem Ausbau der erneuerbaren Energien zu. Auch in den früheren Umweltbewusstseinsstudien haben 85 Prozent der Befragten dem Statement „Wir brauchen einen konsequenten Umstieg auf erneuerbare Energien“ „voll und ganz“ oder „eher“ zugestimmt. In der Öffentlichkeit wird aber auch diskutiert, dass die Energiewende erhebliche Veränderungen von Natur und Landschaft mit sich führen kann, wenn Windenergie- und Solaranlagen errichtet oder

³ Zur Kategorie „Soziale Sicherung“ zählen folgende Aspekte: Kinderfreundlichkeit, Familienpolitik, Materialismus, Solidarität, soziale Gerechtigkeit, Gleichberechtigung der Geschlechter, gleiche Lebensbedingungen in Ost und West, Wohnungsmarkt, Gesellschaftsprobleme, Armut (Kinder), Überbevölkerung.

⁴ 44 % der Hochgebildeten im Vergleich zu durchschnittlich 31 % der Personen aller anderen Bildungsgruppen. 42 % der Personen in Partnerschaften ohne Kinder im Vergleich zu 34 % der Personen in allen anderen Lebenssituationen. Durchschnittlich 45 % der „Traditionellen Arbeiter“, „Heimzentrierten“ und „Liberal Gehobenen“ im Vergleich zu durchschnittlich 33 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

⁵ Daten bis 2000 entnommen aus „Umweltbewusstsein in Deutschland 2000“ (Internet: <http://www.umweltbundesamt-daten-zur-umwelt.de>, Kategorie „Private Haushalte“, „Umweltbewusstsein und Umweltverhalten“)

vermehrt Energiepflanzen wie Mais und Raps angebaut werden. Diesbezüglich hat die Naturbewusstseinsstudie ergeben, dass diese Nebenfolgen keinen Rückgang der allgemeinen Akzeptanz der Energiewende bedeuten, selbst wenn bis zu 60 Prozent der dort Befragten dem Bau von Hochspannungsleitungen und einer vermehrten (energie-)wirtschaftlichen Nutzung von Feldern und Wäldern durchaus kritisch gegenüber stehen.

Die Umweltbewusstseinsstudie 2012 belegt, dass eine offene Diskussion unvermeidbarer Zielkonflikte gerade nicht dazu führt, dass umweltpolitische Anliegen insgesamt an Bedeutung verlieren – eher im Gegenteil: Fast zwei Drittel der Bevölkerung (64 Prozent) fordern noch mehr aktives Handeln von der Bundesregierung für den Umweltschutz. Eine Verringerung von Umweltschutzbemühungen verlangt nur eine kleine, wenngleich im Zeitverlauf größer werdende Minderheit der Befragten (6 Prozent). Im Zeitvergleich seit 2008 ist die Forderung nach einem höheren Engagement der Bundesregierung stetig gestiegen.

Es sind vor allem Höhergebildete und Frauen sowie Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen ab 3.000 Euro, die am häufigsten ein höheres Engagement von der Bundesregierung für den Umweltschutz fordern.⁶ Nach der Typologie alltäglicher

Lebensführung sind es häufiger die eher modernen Milieus mit einem mittleren bis hohen Ausstattungsniveau („Aufstiegsorientierte“, „Liberal Gehobene“ und „Reflexive“), die mehr Engagement von der Bundesregierung erwarten.⁷

Zufrieden mit dem Engagement sind eher die Befragten mit einem niedrigen oder mittleren Bildungsabschluss, Ältere über 65 Jahren und Personen, die in mittelgroßen Städten wohnen.⁸ Nach den Lebensführungstypen ausgewertet, sind eher die traditional orientierten Milieus mit einem niedrigen Ausstattungsniveau („Traditionelle Arbeiter“ und die „Heimzentrierten“) häufiger mit dem derzeitigen Engagement der Bundesregierung zufrieden.⁹

Diese Ergebnisse machen deutlich, dass die Mehrheit der Bevölkerung nach wie vor der Meinung ist, dass die drängenden Umweltprobleme unserer Zeit nicht ohne ein stärkeres Engagement der Bundesregierung zu lösen sind. Diesbezüglich haben auch die Gruppendiskussionen im Vorfeld der Repräsentativbefragung gezeigt, dass der Bundesregierung eine zentrale Rolle bei der Gestaltung der Umweltpolitik beigemessen wird. Das höhere Engagement der Bundesregierung wird nicht zuletzt deshalb als besonders wichtig angesehen, um das eigene Engagement zu motivieren und eine persönliche Verhaltensänderung zu unterstützen.

Tabelle 2: Engagement der Bundesregierung für den Umweltschutz im Zeitvergleich (Angaben in Prozent der Befragten)

	Erhebung						
	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012
...soll mehr für den Umweltschutz tun	73	65	63	70	56	62	64
...soll weniger für den Umweltschutz tun	2	3	3	2	7	6	6
...ist so richtig, wie es derzeit ist	25	32	34	28	36	32	30

Frage: Wenn Sie die Politik der Bundesregierung bewerten, soll die Regierung Ihrer Meinung nach insgesamt mehr für den Umweltschutz tun, weniger für den Umweltschutz tun, oder ist es so richtig, wie es derzeit ist? N=2000 (2012)

- ⁶ 74 % der Hochgebildeten im Vergleich zu durchschnittlich 60 % der Personen anderer Bildungsgruppen. 66 % der Frauen im Vergleich zu 62 % der Männer. 75 % der Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen ab 3.000 € im Vergleich zu durchschnittlich 62 % der Personen aller anderen Einkommensgruppen.
- ⁷ Durchschnittlich 76 % der „Aufstiegsorientierten“, „Liberal Gehobenen“ und „Reflexiven“ im Vergleich zu durchschnittlich 52 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.
- ⁸ 34 % der Personen mit niedriger Bildung und 32 % der Personen mit mittlerer Bildung im Vergleich zu 22 % der Personen mit hoher Bildung. 35 % der Älteren über 65 Jahre im Vergleich zu durchschnittlich 29 % der Personen aller anderen Altersgruppen. 34 % der Personen aus mittelgroßen Städten im Vergleich zu durchschnittlich 28 % der Personen aus anderen Wohnorten.

2.3 Umwelt- und Klimaschutz spielt in Verbindung mit anderen politischen Aufgabenbereichen eine große Rolle

Zwischen Maßnahmen in unterschiedlichen politischen Aufgabenbereichen können sich Zielkonflikte ergeben. Eine wichtige Frage ist deshalb, ob die Befragten Synergien zwischen den politischen Maßnahmen in den Bereichen Ökologie, Ökonomie und sozialen Herausforderungen für möglich halten und sie dementsprechend einen hinreichenden Umwelt- und Klimaschutz als Grundlage für Erfolge in anderen Politikbereichen betrachten, Kompromisse fordern oder der Meinung sind, dass Anstrengungen im Umwelt- und Klimaschutz zurücktreten müssen, solange die Herausforderungen auf anderen Politikgebieten nicht hinreichend bewältigt worden sind.

Im Vergleich der aktuellen Befunde mit denen von 2010 zeigen sich einige nicht sehr große, aber interessante Veränderungen hinsichtlich der Akzentsetzungen der Bürgerinnen und Bürger. So wird dem Umwelt- und Klimaschutz in der Bevölkerung 2012 eine noch größere Bedeutung bei der Bewältigung allgemeiner Zukunftsaufgaben beigemessen. Demgegenüber hat die Sorge um die Schaffung von Arbeits-

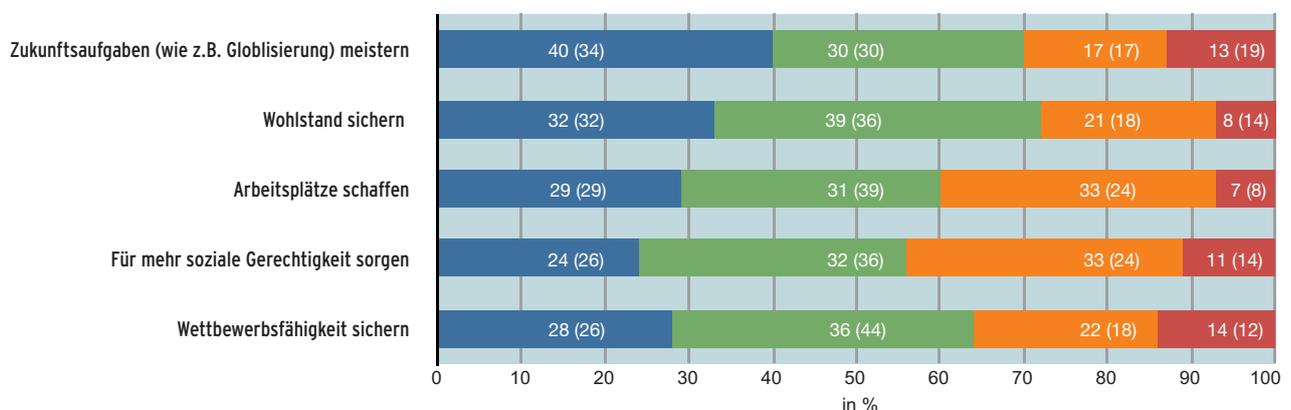
plätzen und die Wahrung der sozialen Gerechtigkeit zu einem deutlichen Anstieg des Anteils derjenigen Befragten geführt, die den Umwelt- und Klimaschutz zurückstellen wollen, bis in diesen Problembereichen Fortschritte zu erkennen sind.

Insgesamt gilt aber weiterhin, dass mindestens ein Viertel der Bürgerinnen und Bürger den Umwelt- und Klimaschutz als eine grundlegende Bedingung für die erfolgreiche Bewältigung der zentralen politischen Herausforderungen ansieht. In Bezug auf Zukunftsaufgaben, wie zum Beispiel der Globalisierung, teilen heute 40 Prozent der Bevölkerung diese Ansicht. Zwischen 30 und 40 Prozent der Bürgerinnen und Bürger sprechen sich für Kompromisse aus. Nur bei den im engeren Sinne sozialen Fragen (Arbeitsplätze und Gerechtigkeit) tritt fast ein Drittel der Befragten für eine Rückstellung von Umwelt- und Klimaschutzanstrengungen ein. Offenbar konkurrieren in ihren Augen diese Anstrengungen mit der Bewältigung sozialer Herausforderungen.

Hinsichtlich Alter und Geschlecht der Befragten lassen sich keine Unterschiede bei der Bewertung des Stellenwertes politischer Aufgaben feststellen. Gutgebildete und Personen mit einem monatlichen Haus-

Abbildung 3: Priorität politischer Aufgabenbereiche
(Angaben in Prozent der Befragten, in Klammern die Werte aus der Studie im Jahre 2010)

- Ein hinreichender Umwelt- und Klimaschutz stellt für diese Aufgabe einen grundlegende Bedingung dar.
- Bei dieser Aufgabe muss der Umwelt- und Klimaschutz auch mal eingeschränkt werden und man muss Kompromisse machen.
- Es muss bei dieser Aufgabe erst mal Fortschritte geben, bevor wir uns Umwelt- und Klimaschutz leisten können.
- Weiß nicht/kann mich nicht entscheiden



Frage: Ich gebe Ihnen nun eine Liste mit wichtigen politischen Aufgaben. Welche Rolle spielt nach Ihrer Meinung der Umwelt- und Klimaschutz im Hinblick auf diese Aufgaben? Dazu gebe ich Ihnen drei Karten. Sie enthalten verschiedene Bewertungen über die Verbindung des Umwelt- und Klimaschutzes zu den jeweiligen Aufgaben. Bitte ordnen Sie jeder Aufgabe auf der Liste eine Karte zu. N=2000 (2012)

⁹ Durchschnittlich 42 % der „Traditionellen Arbeiter“ und „Heimzentrierten“ im Vergleich zu durchschnittlich 26 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

haltsnettoeinkommen ab 3.000 Euro nennen häufiger als andere einen hinreichenden Umwelt- und Klimaschutz als grundlegende Bedingung für die anderen genannten politischen Aufgaben.¹⁰ Menschen mit geringer Formalbildung wählen besonders häufig die Kategorie „weiß nicht/kann mich nicht entscheiden“, wenn sie die Bedeutung des Umwelt- und Klimaschutzes beurteilen sollen.

Bezogen auf die Typen der alltäglichen Lebensführung sind es überwiegend teilmodern orientierte Personen mit einem gehobenen Ausstattungsniveau („Liberal Gehobene“), die dem Umwelt- und Klimaschutz eine stärkere Priorität in Hinblick auf Zukunftsaufgaben beimessen.

2.4 Vor allem Frauen, Bessergestellte und Hochgebildete sind eher unzufrieden mit dem Klimaschutz-Engagement der Politik

Um die Folgen des Klimawandels bewältigen zu können, ist das Engagement verschiedener Akteure aus

Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft notwendig. Wie bei den Befragungen 2008 und 2010 zeigten sich die Befragten auch in 2012 vor allem mit dem Engagement der Umweltverbände zufrieden („genug“ oder „eher genug“). In Bezug auf die anderen Akteure sind die Einschätzungen während der letzten Jahre ebenfalls relativ stabil geblieben.

Bei der Bewertung des Klimaschutz-Engagements der Bundesregierung ist nach dem Rückgang in 2010 im Bevölkerungsdurchschnitt wieder eine höhere Zufriedenheit festzustellen (2008: 49 Prozent, 2010: 38 Prozent, 2012: 46 Prozent). Bezogen auf die Typen alltäglicher Lebensführung sind es überwiegend die Milieus mit einem niedrigen Ausstattungsniveau, die mit dem Klimaschutz-Engagement der Bundesregierung zufrieden sind („Traditionelle Arbeiter“, „Heimzentrierte“ und „Unterhaltungssuchende“).¹¹

Unzufrieden mit dem Klimaschutz-Engagement der Bundesregierung sind viele Frauen (57 Prozent) sowie Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoein-

Tabelle 3: Klimaschutz-Engagement verschiedener Akteure im Zeitvergleich (Angaben in Prozent der Befragten)

Erhebung												
	2008				2010				2012			
	Genug	Eher genug	Eher nicht genug	Nicht genug	Genug	Eher genug	Eher nicht genug	Nicht genug	Genug	Eher genug	Eher nicht genug	Nicht genug
Umweltverbände	21	49	24	7	24	47	24	5	22	55	19	4
Städte/ Gemeinden	13	39	38	10	9	38	45	8	9	41	43	7
Bundesregierung	11	38	39	12	8	30	48	14	7	39	44	10
Bürger/innen	11	33	45	11	11	35	44	10	11	40	37	12
Industrie	3	14	39	44	2	9	41	48	1	13	40	46

Frage: Wird von den genannten Akteuren in Deutschland genug für den Klimaschutz getan? N=2000 (2012)

¹⁰ Zum Beispiel bezogen auf:

- „Zukunftsaufgaben meistern“: 48 % der Personen mit hoher Bildung im Vergleich zu durchschnittlich 39 % der Personen anderer Bildungsgruppen. 56 % der Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen ab 3.000 € im Vergleich zu durchschnittlich 34 % der Personen aller anderen Einkommensgruppen.
- „Wohlstand sichern“: 42 % der Personen mit hoher Bildung im Vergleich zu durchschnittlich 30 % der Personen anderer Bildungsgruppen.
- „Arbeitsplätze schaffen“: 36 % der Personen mit hoher Bildung im Vergleich zu durchschnittlich 27 % der Personen anderer Bildungsgruppen. 42 % der Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen ab 3.000 € im Vergleich zu durchschnittlich 25 % der Personen aller anderen Einkommensgruppen.

¹¹ Durchschnittlich 55 % der „Traditionellen Arbeiter“ und „Heimzentrierten“ sowie der „Unterhaltungssuchenden“ im Vergleich zu durchschnittlich 41 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

Tabelle 4: Lokale, nationale und globale Umweltqualität im Zeitvergleich (Angaben in Prozent der Befragten)

Erhebung														
	2000		2002		2004		2006		2008		2010		2012	
	Sehr gut/ recht gut	Eher schlecht/ sehr schlecht												
...in ihrer Stadt/ örtlichen Gemeinde	79	21	82	18	86	14	84	16	85	15	87	13	84	16
... in Deutschland	75	25	82	18	82	18	66	34	64	37	66	34	69	31
... weltweit	16	84	20	80	16	84	9	91	18	82	18	82	21	79

Frage: Wie schätzen sie heute die Umweltqualität ein? N=2000 (2012)

kommen ab 3.000 Euro.¹² Personen mit einem hohen Bildungsabschluss schätzen zusätzlich noch mehr als andere das Klimaschutz-Engagement der Industrie als ungenügend ein. Das Klimaschutz-Engagement der Industrie wird auch im Bevölkerungsdurchschnitt von einer überwältigenden Mehrheit (86 Prozent) als ungenügend eingeschätzt.

Bezogen auf die Typen alltäglicher Lebensführung sind vor allem Personen mit einem mittleren bis gehobenen Ausstattungsniveau und einer eher modernen Orientierung unzufrieden mit dem Engagement der Bundesregierung („Aufstiegsorientierte“, „Liberal Gehobene“ und „Reflexive“). Diese sind auch mit dem Engagement der Industrie nicht zufrieden, wohingegen „Konventionalisten“ und „Heimzentrierte“ ihr Engagement als eher ausreichend erachten.

Bei der Beurteilung des Engagements der verschiedenen gesellschaftlichen Akteure lassen sich keine Altersunterschiede feststellen. Die mitunter in Medien und Öffentlichkeit geäußerte Ansicht, dass jüngere Menschen in Bezug auf die Beurteilung von Umweltschutzengagement besonders kritisch seien, findet in den Daten keine Bestätigung.

2.5 Bessere Umweltqualität in der Nähe als in der Ferne

Wie in den Vorjahren auch, ist eine deutlich ausgeprägte Nah/Fern-Differenz bei der Beurteilung der Umweltverhältnisse zu beobachten: Während 84 Prozent der deutschen Bürgerinnen und Bürger die Umweltqualität in ihrer Stadt oder örtlichen Gemeinde als „recht gut“ oder „sehr gut“ einschätzen, sagen dies nur 69 Prozent für Deutschland und lediglich 21 Prozent für die globale Umweltqualität.

Wie schon in den Vorgängerstudien festgestellt wurde, schätzen auch in der aktuellen Studie die Personen, die in Kleinstädten oder Dörfern und Mittelstädten leben, die lokale Umweltqualität geringfügig besser ein als Personen aus Großstädten.¹³

Wer die lokale Umweltqualität für problematisch hält, ist eher jünger als 30 Jahre und verfügt über ein geringes monatliches Haushaltsnettoeinkommen bis unter 1.000 Euro. Die kritischen Einschätzungen der Altersgruppen gleichen sich jedoch an, je größer der räumliche Beurteilungsmaßstab angesetzt ist, das heißt die Umweltqualität in der Nähe wird allgemein besser als die in der Ferne eingeschätzt. Hinsichtlich Bildung und Geschlecht lassen sich keine auffälligen Unterschiede in den Antworten erkennen.

¹² 56 % der Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen ab 3.000 € im Vergleich zu durchschnittlich 43 % der Personen aller anderen Einkommensgruppen.

¹³ 90 % der Personen aus „Dorf/Kleinstadt“ im Vergleich zu 84 % der Personen aus Mittelstädten und 78 % der Personen aus Großstädten.

Handlungsfelder und Veränderungspotenziale

The background features a dark blue gradient with vertical white lines of varying heights, resembling a barcode or digital data. Several light blue circles of different sizes are scattered across the page, some containing binary code. White lines connect these circles, creating a network-like structure. The overall aesthetic is modern and technological.

3 Handlungsfelder und Veränderungspotenziale

Aus der Umweltbewusstseinsforschung ist seit langem bekannt, dass aus einem hohen Umweltbewusstsein nicht zwingend umweltgerechtes Verhalten folgt und dass auch umgekehrt umweltgerechtes Verhalten seine Ursache nicht unbedingt im spezifischen Wissen über Umweltprobleme hat. Umweltgerechtes Verhalten kann beispielsweise auch auf traditionelle Orientierungen wie Sparsamkeit und Bescheidenheit zurückgehen. Ebenso kann es auf den Mangel an finanziellen Ressourcen zurückgeführt werden, die notwendig sind, um sich aufwändige Lebensstile und Konsummuster mit potenziell umweltschädigenden Wirkungen leisten zu können. Folglich stehen Umweltbewusstsein und Umweltverhalten in einem komplexen Verhältnis zueinander, dementsprechend fällt es den Menschen oft nicht leicht, sich im Alltag so umweltgerecht zu verhalten, wie sie es vielleicht sogar selber wünschen würden.

Da die aktuelle Umweltbewusstseinsstudie darauf ausgerichtet ist, Potenziale für Veränderungen des alltäglichen Handelns zu identifizieren, wurden die Befragten um ihre Einschätzung gebeten, inwiefern ihr Alltagshandeln in wichtigen Handlungsfeldern bereits umweltgerecht gestaltet ist, welche Rolle ihr Umweltbewusstsein dabei spielt und auf welche Barrieren die umweltgerechte Gestaltung ihres Alltags-

handelns stößt. Außerdem wurde erhoben, wie Entscheidungen für größere Anschaffungen getroffen werden.

Diese Daten wurden mit Blick auf innovative Veränderungspotenziale im Alltagshandeln ausgewertet. Auf dieser Grundlage lässt sich ausloten, wie die Bürgerinnen und Bürger durch politische Maßnahmen darin unterstützt werden können, ihr Handeln im Alltag auf innovative Weise nachhaltiger zu gestalten. In der vorliegenden Broschüre sind dazu einige Basisdaten dargestellt; ausführliche Analysen enthält der wissenschaftliche Vertiefungsbericht.

Untersucht wurden die Handlungsfelder Mobilität, Lebensmitteleinkauf, Haushaltsführung/Energienutzung und Wohnen/Wohnumfeld. Die Darstellung der Untersuchungsergebnisse folgt jeweils dem Muster: Beschreibung der aktuellen Lage, Gründe für die jeweilige Gestaltung des Alltagshandelns, Anlässe für Verhaltensänderungen sowie Akzeptanz umweltgerechter und nachhaltiger Alternativen für die Zukunft. In den Analysen werden relevante soziodemografische Merkmale (wie Alter, Geschlecht, Bildung, Einkommen) und die Typen alltäglicher Lebensführung als Unterscheidungsmerkmale verwendet.

3.1 Umweltbewusstsein im Bereich Mobilität

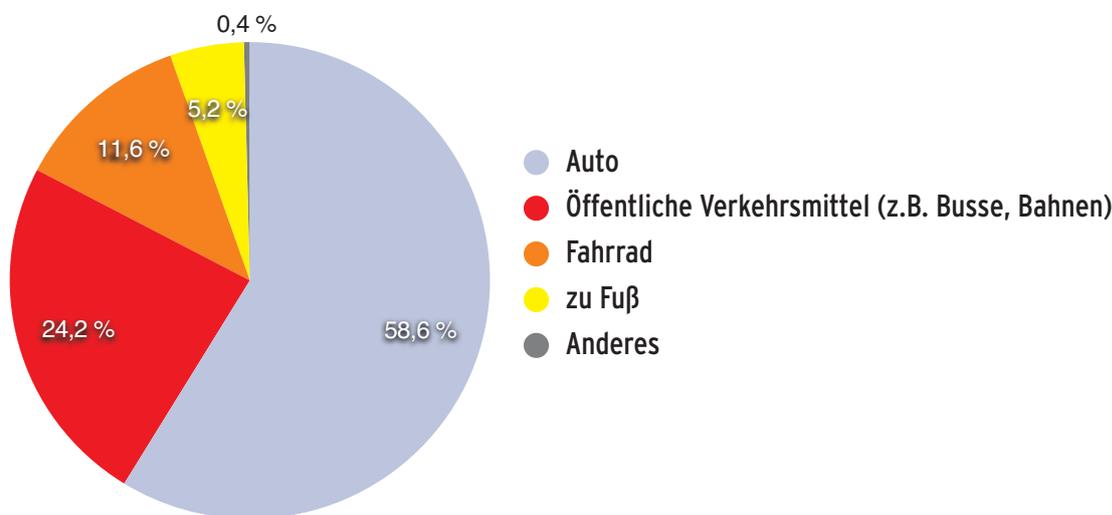
Der motorisierte Individualverkehr stellt eine große Herausforderung für die Zukunft nachhaltiger Mobilitätskonzepte dar. Dieser verursacht erhebliche Umweltbelastungen, die sich bei Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel und der in vielen Regionen etablierten Verkehrsverbünde deutlich reduzieren lassen. Um herauszufinden, wie die Bevölkerung die zahlreichen Verhaltensmöglichkeiten im Handlungsfeld Mobilität nutzt, wurde zunächst die Frage nach der Wahl des dominanten Verkehrsmittels im Alltag und nach den subjektiven Gründen und Anlässen dafür gestellt.

3.1.1 Auto weiterhin das Hauptverkehrsmittel im Alltag

Im Alltag gibt es verschiedene Anlässe für Mobilität: Erwerbsarbeit, Ausbildung, Einkaufen und Freizeitaktivitäten. Mehr als die Hälfte der deutschen Wohnbevölkerung nutzt das Auto als Hauptverkehrsmittel und etwa ein Viertel öffentliche Verkehrsmittel. Knapp jede zehnte Person nutzt regelmäßig das Fahrrad.

Jüngere bis 29 Jahre nutzen mehr als andere die öffentlichen Verkehrsmittel, ebenso Alleinstehende mit und ohne Kinder. Außerdem fahren Personen mit ei-

Abbildung 4: Hauptverkehrsmittel im Alltag (Angaben in Prozent der Befragten)



Frage: Welches Verkehrsmittel nutzen Sie normalerweise, um Ihre Wege im Alltag zu erledigen? Bitte benennen das Verkehrsmittel, welches Sie am häufigsten nutzen! N=2000

nem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen unter 2.000 Euro überdurchschnittlich häufig mit den öffentlichen Verkehrsmitteln.

Erwartungsgemäß wohnen die Nutzerinnen und Nutzer der öffentlichen Verkehrsmittel überwiegend in der Großstadt. Zudem nutzen eher Frauen als Männer öffentliche Verkehrsmittel. In der Typologie alltäglicher Lebensführung sind es vor allem die Personen mit teilweise modernen Orientierungen und einem mittleren Ausstattungsniveau („Aufstiegsorientierte“), die in ihrem Alltag öffentliche Verkehrsmittel bevorzugen.¹⁴

Für das Auto entscheiden sich hingegen eher Männer als Frauen. Überdurchschnittlich häufig sind Personen zwischen 30 und 49 Jahren sowie Paare mit Kindern Autonutzerinnen und -nutzer. Sie wohnen über-

durchschnittlich häufig auf dem Land oder in der Kleinstadt. Es sind vor allem Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen ab 3.000 Euro, die mit dem Auto unterwegs sind. Betrachtet man die Typen alltäglicher Lebensführung, fahren vor allem Personen mit teilmodernen Orientierungen und niedrigem Ausstattungsniveau („Heimzentrierte“) überdurchschnittlich häufig mit dem Auto.¹⁵

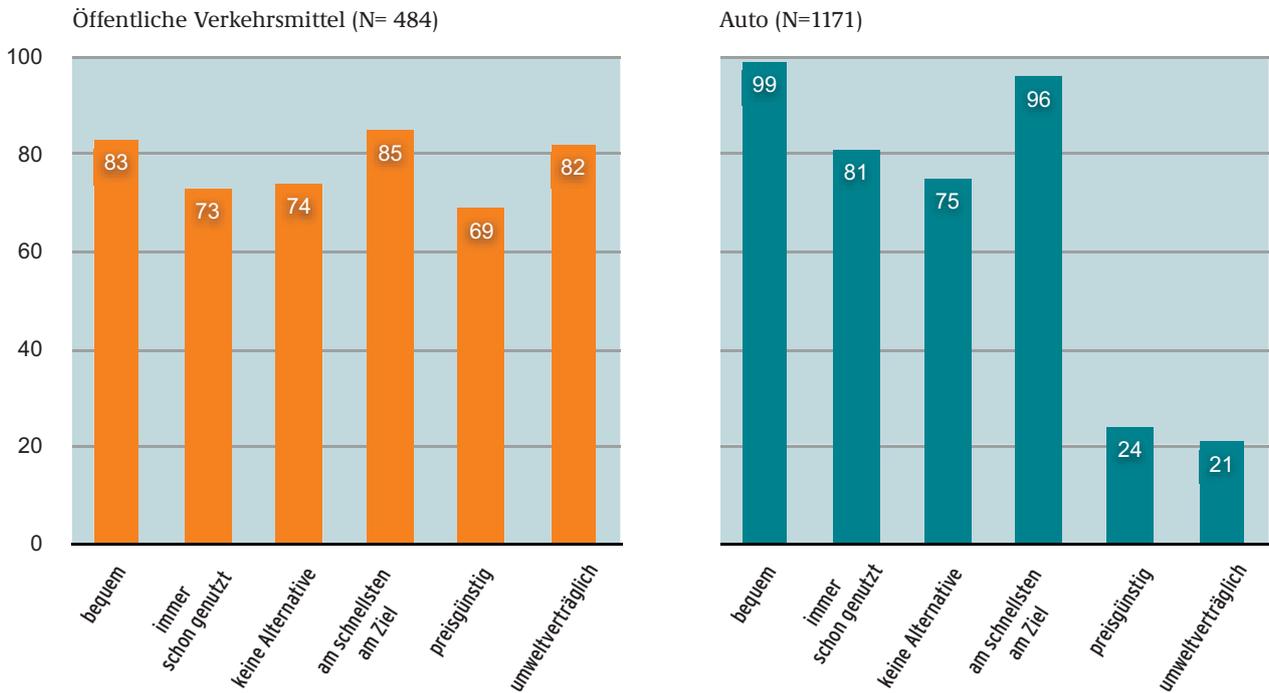
3.1.2 Gleiche Gründe für Auto und öffentliche Verkehrsmittel: Sie sind bequem und schnell

Für die Wahl der Verkehrsmittel gibt es unterschiedliche Gründe. Die Verkehrsmittelwahl wird von den Bürgerinnen und Bürgern entweder mit Verweis auf Bequemlichkeit oder langjährige Erfahrungen („Das Verkehrsmittel habe ich schon immer genutzt.“) begründet.

¹⁴ 33 % der Jüngeren bis 29 Jahre im Vergleich zu durchschnittlich 23 % der Personen aller anderen Altersgruppen. Durchschnittliche 36 % der Personen mit einem Haushaltsnettoeinkommen unter 2.000 € im Vergleich zu durchschnittlich 17 % der Personen aller anderen Einkommensgruppen. Durchschnittlich 35 % der Alleinstehenden mit und ohne Kinder im Vergleich zu durchschnittlich 20 % der Personen in allen anderen Lebenssituationen. 33 % der Großstädter im Vergleich zu durchschnittlich 20 % aller anderen Personen. 29 % der „Aufstiegsorientierten“ im Vergleich zu durchschnittlich 23 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung. 27 % der Frauen gegenüber 21 % der Männer.

¹⁵ 67 % der Männer gegenüber 50 % der Frauen. 69 % aller Personen zwischen 30 und 49 Jahren im Vergleich zu durchschnittlich 51 % der Personen aller anderen Altersgruppen. 71 % der Paare mit Kindern im Vergleich zu durchschnittlich 53 % der Personen in anderen Lebenssituationen. 64 % der Einwohner in Dörfern und Kleinstädten gegenüber durchschnittlich 56 % der Einwohner von Mittel- und Großstädten. 69 % der Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen ab 3.000 € im Vergleich zu durchschnittlich 51 % der Personen aller anderen Einkommensgruppen. 67 % der „Heimzentrierten“ gegenüber durchschnittlich 56 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

Abbildung 5: Gründe für die Wahl des jeweiligen Hauptverkehrsmittels (Angaben in Prozent der jeweiligen Nutzergruppe)



Frage: Welches sind die Gründe dafür, dass Sie dieses Verkehrsmittel am häufigsten nutzen? (Auswahl aus einer vorgegebenen Liste mittels Ja oder Nein-Stellungnahme).

Ebenso werden äußere Zwänge angeführt wie fehlende Alternativen oder die aufgewendete Zeit, um ans Ziel zu gelangen. Eine weitere Kategorie bilden Gründe wie Umweltverträglichkeit und Preise.

Diese Gründe geben Hinweise darauf, welche Stärken und Schwächen die Verkehrsmittel aus Sicht der Befragten haben.

Wie zu erwarten, begründen die Autonutzerinnen und -nutzer ihre Wahl des Hauptverkehrsmittels vor allem mit dessen Bequemlichkeit und Schnelligkeit – fast 100 Prozent geben dieses Urteil ab. Allerdings nennen diese Gründe auch 83 beziehungsweise 85 Prozent der Nutzerinnen und Nutzer öffentlicher Verkehrsmittel.

Tabelle 5: Zufriedenheit mit dem Hauptverkehrsmittel (Angaben in Prozent der Befragten innerhalb der jeweiligen Nutzergruppe)

	Ja	Nein
Auto (N=1171)	94	6
Öffentliche Verkehrsmittel (N=484)	79	21
Fahrrad (N=233)	94	6
Zu Fuß gehen (N=105)	90	10
Andere (Motorrad) (N=7)	100	0

Frage: Alles in allem, sind Sie heute mit Ihrem am häufigsten genutzten Verkehrsmittel zufrieden?

Ein deutlicher Unterschied zwischen den beiden Gruppen von Befragten zeigt sich bei der Bewertung der Kosten und der Umweltbelange: Wegen der Umweltverträglichkeit wählen 82 Prozent der Nutzerinnen und Nutzer die öffentlichen Verkehrsmittel. Mehr als zwei Drittel (69 Prozent) bevorzugen diese Verkehrsmittel, weil sie preisgünstig sind. Ganz anders sieht das bei den Autonutzerinnen und -nutzern aus: Sie geben Umweltverträglichkeit nur zu 21 Prozent als Grund für ihre Wahl an. Das Auto gilt nur rund einem Viertel der Nutzerinnen und Nutzer als preisgünstig.

Auffallend ist die Stabilität des alltäglichen Mobilitätsverhaltens. 80 Prozent der Autonutzerinnen und -nutzer sowie 74 Prozent der Nutzerinnen und Nutzer öffentlicher Verkehrsmittel haben nach eigener Aussage noch kein anderes Hauptverkehrsmittel benutzt. Entsprechend ist die Zufriedenheit mit der Wahl des Hauptverkehrsmittels recht hoch (Tabelle 5).

Den mit Abstand häufigsten Grund für Unzufriedenheit stellt bei den (wenigen) unzufriedenen Au-

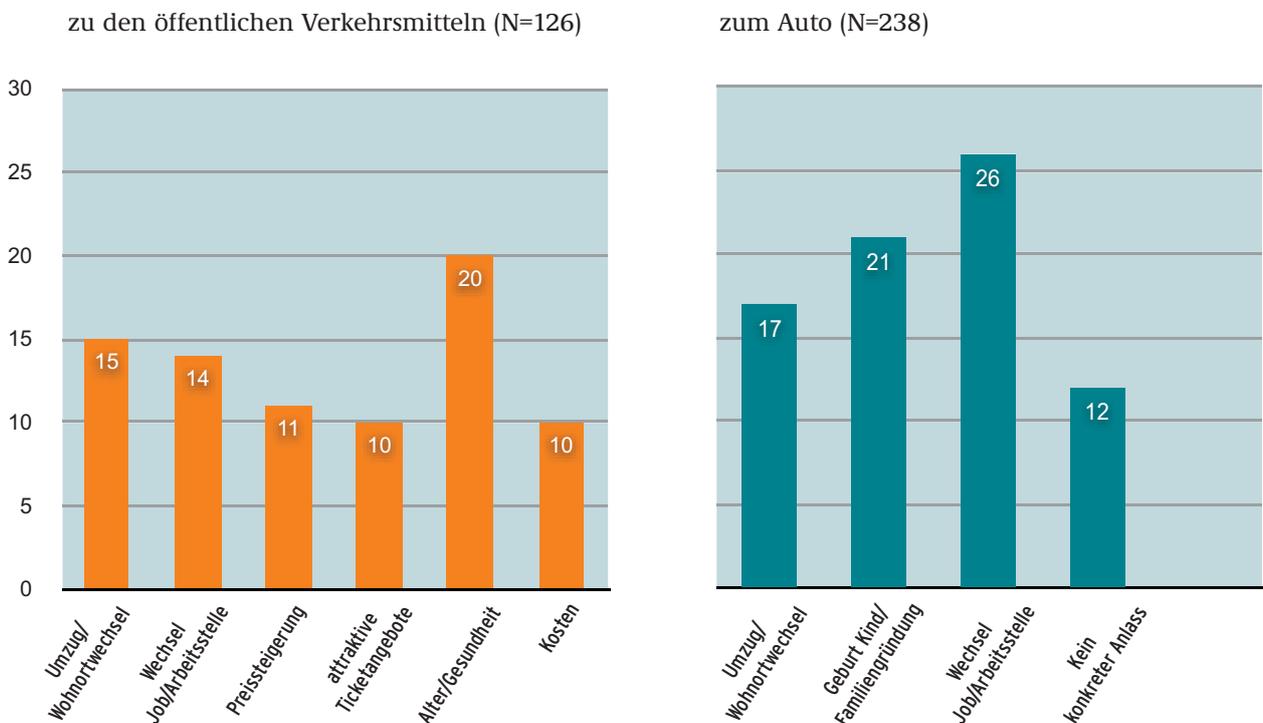
tonutzerinnen und -nutzern vor allem der aus ihrer Sicht zu teure Unterhalt des Autos dar. Die mit dem Auto verbundenen Umweltbelastungen spielen dabei nur eine geringe Rolle. Unter den unzufriedenen Nutzerinnen und Nutzern öffentlicher Verkehrsmittel wird am häufigsten deren Unpünktlichkeit moniert.

3.1.3 Anlässe für die Wahl des Hauptverkehrsmittel: Gelegenheiten für nachhaltigere Mobilität

Nicht nur die Unzufriedenheit mit dem Verkehrsmittel bietet einen Anlass für Veränderungen des Mobilitätsverhaltens. Aus der sozial-ökologischen Forschung ist bekannt, dass verschiedene biografische Ereignisse (wie Familiengründung, Kinder oder Umzug), mediale Informationen, infrastrukturelle Veränderungen und finanzielle Anreize jeweils Anlässe für Veränderungen im Mobilitätsverhalten sind.

Für den Wechsel von einem Verkehrsmittel – meistens den öffentlichen Verkehrsmitteln – hin zum Auto lassen sich drei konkrete Ereignisse ausmachen,

Abbildung 6: Wichtigste Anlässe für den Wechsel des Hauptverkehrsmittels (Angaben in Prozent derjenigen, die einen Anlass genannt haben)



Frage: Was war der konkrete Anlass für Sie, zu Ihrem heutigen Hauptverkehrsmittel zu wechseln? (Auswahl aus einer vorgegebenen Liste; nur eine Nennung möglich).

nämlich ein Wohnortwechsel, die Geburt eines Kindes bzw. die Gründung einer Familie sowie der Wechsel des Jobs oder der Arbeitsstelle.

Die Anlässe für den Wechsel hin zu den öffentlichen Verkehrsmitteln sind breiter gestreut. Kostenüberlegungen spielen nur eine relativ geringe Rolle. Vor allem der altersbedingte Verzicht auf das Autofahren ist ein wesentlicher Grund. Des Weiteren sind Wohnort- und Arbeitsstellenwechsel von Bedeutung. Vor dem Wechsel zu den öffentlichen Verkehrsmitteln benutzten 76 Prozent dieser Befragten ein Auto als Hauptverkehrsmittel.

3.1.4 Für den Alltag mit Kindern und Familie gilt vielen Befragten das Auto als unverzichtbar

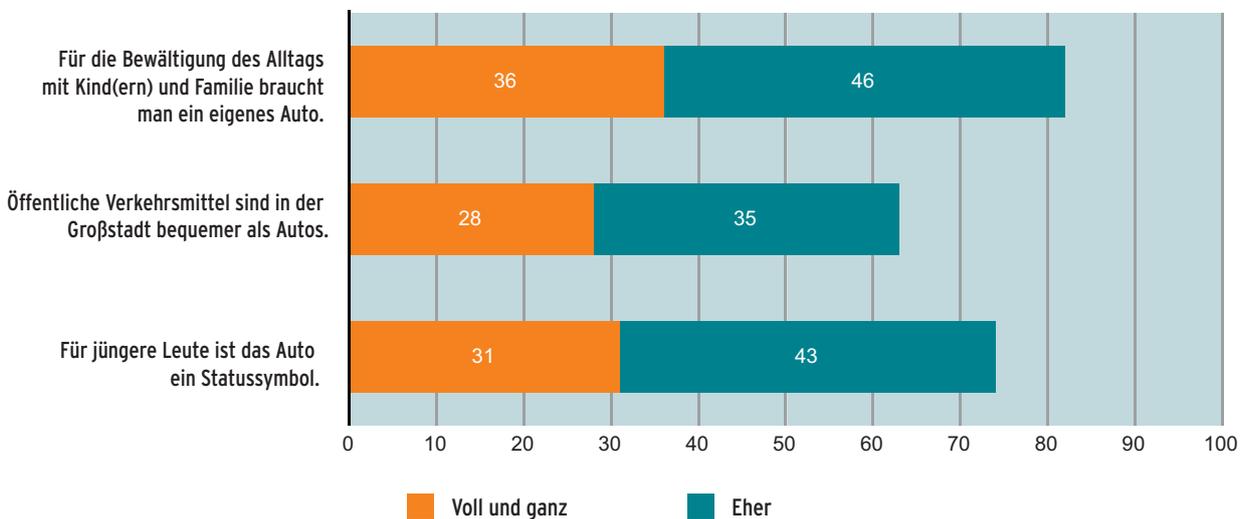
Die Bereitschaft, auf alternative Mobilitätsangebote umzusteigen, hängt auch von allgemeinen Vorstellungen darüber ab, wie notwendig ein Verkehrsmittel für die Bewältigung der alltäglichen Aufgaben er-

scheint. Diese Vorstellungen müssen nicht unmittelbar an die eigene Lebenssituation anschließen.

Darum wurde unabhängig von der persönlichen Verkehrsmittelwahl nach den allgemeinen Meinungen zur Nutzung von Auto oder öffentlichen Verkehrsmitteln im Zusammenhang mit Alltagsproblemen gefragt. Ebenso interessierte die heute gelegentlich diskutierte These, dass für jüngere Menschen das Auto mittlerweile stark an Bedeutung als Statussymbol einbüßen würde.

Auffallend ist, dass „Familie und Kinder“ für 82 Prozent der Befragten als ausschlaggebende Gründe gelten, weshalb ein Auto genutzt wird. Dies sehen häufiger Personen zwischen 30 und 49 Jahren und solche in Partnerschaften mit Kindern so. In der Typologie alltäglicher Lebensführung sind hiervon vor allem Personen mit einem niedrigen Ausstattungsniveau und einer teilmodernen Orientierung überzeugt („Heimzentrierte“).¹⁶

Abbildung 7: Meinungen zum Gebrauch des Autos (Angaben in Prozent der Befragten)



Frage: Zur Nutzung des Autos kann man unterschiedlicher Meinung sein. Sagen Sie mir, welcher Variante der folgenden Aussagen Sie voll und ganz oder eher zustimmen. (Die hier nicht angegebenen Anteile der Befragten haben der jeweiligen alternativen Aussagenvariante voll und ganz oder eher zugestimmt. Die alternativen Aussagen lauteten: „Für die Bewältigung des Alltags mit Kind(ern) und Familie braucht man kein eigenes Auto.“ „Öffentliche Verkehrsmittel sind in der Großstadt unbequemer als Autos.“, „Für jüngere Leute ist das Auto kein Statussymbol.“ Keine Aussage zur Nutzung des Autos machten jeweils weniger als 1 % der Befragten.) N=2000

¹⁶ 86 % der Personen zwischen 30 und 49 Jahre im Vergleich zu durchschnittlich 80 % der Personen anderer Altersgruppen. 87 % der Personen in Partnerschaften mit Kindern im Vergleich zu durchschnittlich 82 % der Personen in anderen Familienverhältnissen. 89 % der „Heimzentrierten“ im Vergleich zu durchschnittlich 77 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

Für die Großstadt findet eine Mehrheit (63 Prozent) die öffentlichen Verkehrsmittel bequemer. Diese Meinung vertreten insbesondere Jüngere bis 29 Jahre und Personen ohne Kinder. In der Typologie alltäglicher Lebensführung sind es vor allem Personen mit einem mittleren Ausstattungsniveau und einer teilweise modernen Orientierung („Aufstiegsorientierte“).¹⁷

Rund drei Viertel der Befragten schließen sich der Aussage an, dass das Auto den jüngeren Leuten nach wie vor als Statussymbol wichtig ist, wobei hier allerdings keine soziodemografischen Unterschiede im Antwortverhalten auffallen. Überdurchschnittlich häufig sind dieser Meinung teilmodern eingestellte Personen mit einem niedrigen Ausstattungsniveau („Heimzentrierte“).¹⁸ Ein Bedeutungsverlust des Autos als Statussymbol lässt sich damit nicht feststellen, wie kritisch auch immer dieser Sachverhalt bewertet werden mag. Auch diese allgemeine Wertschätzung des Autos kann als Grund für das Beharren auf individu-

elle Automobilität bei der Mehrheit der Befragten angesehen werden. Generell gilt, dass bei den Meinungen zum Gebrauch des Autos keine Unterschiede hinsichtlich der Bildung und des Einkommens festzustellen sind.

3.1.5 Elektromobilität und Car-Sharing werden sehr positiv bewertet, aber die meisten Befragten halten eine deutliche Distanz

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Mobilitätspraktiken der Befragten recht stabil erscheinen: Die überwiegende Mehrheit der Befragten ist mit der jeweiligen Verkehrsmittelwahl zufrieden. Ein Wechsel des Verkehrsmittels kommt nur selten vor; ebenso sprechen die für die Wahl des Verkehrsmittels genannten Anlässe ebenfalls für eine große Stabilität der Mobilitätspraktiken.

Für nachhaltige Mobilitätskonzepte stellt dieses Ergebnis eine große Herausforderung dar, denn meis-

Tabelle 6: Einschätzungen zur Elektromobilität (Angaben in Prozent derjenigen, die von Elektromobilität wissen)

	Stimme voll und ganz/eher zu	Stimme eher nicht/überhaupt nicht zu
Elektrofahrzeuge sind eine umweltfreundliche Alternative zum herkömmlichen Auto.	93	7
Die neue Technik ist faszinierend.	79	21
Elektrofahrzeuge ändern nichts am Verkehrsproblem.	70	30
Elektrofahrzeuge sind zu teuer.	87	13
Ich kann mir vorstellen, ein Elektrofahrzeug einmal auszuprobieren.	61	39
Es gibt zu wenige Informationen zur Elektromobilität.	74	26

Frage: Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zu? Bitte sagen Sie, ob sie voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zustimmen. N=1356

¹⁷ 69 % der Personen bis 29 Jahre im Vergleich zu 62 % der Personen anderer Altersgruppen. Durchschnittlich 67 % der Personen ohne Kinder im Vergleich zu durchschnittlich 52 % der Personen in anderen Lebenssituationen. 71 % der „Aufstiegsorientierten“ im Vergleich zu durchschnittlich 61 % der Personen anderer Typen alltäglicher Lebensführung.

¹⁸ 81 % der „Heimzentrierten“ im Vergleich zu durchschnittlich 71 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

tens fällt die Wahl des Verkehrsmittels auf das Auto. Deshalb wurde danach gefragt, ob umweltfreundliche Alternativen der privaten Autonutzung wie Elektrofahrzeuge und Car-Sharing bekannt sind und wie diese von den Befragten in ihrem Potenzial für die innovative Veränderung der Mobilitätspraktiken bewertet werden.

Elektromobilität ist 68 Prozent der Bürgerinnen und Bürger bekannt, 39 Prozent haben schon von der Möglichkeit des Car-Sharing gehört.

Eine große Mehrheit derjenigen, die von Elektromobilität wissen, ist davon überzeugt, dass es sich bei solchen Angeboten um eine umweltfreundliche Alternative zum herkömmlichen Auto handelt. Aber: Nur etwa zwei Drittel dieses Teils der Befragten können sich vorstellen, ein Elektrofahrzeug selbst einmal auszuprobieren. Drei Viertel der über Elektrofahrzeuge Informierten beklagen trotzdem zu wenige Informationen und 87 Prozent von ihnen geben zu hohe Preise als Hindernisse für die Nutzung von Elektrofahrzeugen an.

Praktisch interessiert an Elektrofahrzeugen¹⁹ sind vor allem Jüngere bis 29 Jahre und Männer. Bei den Interessenten handelt es sich nach der Typologie alltäglicher Lebensführung um modern orientierte Personen mit mittlerem Ausstattungsniveau („Hedonisten“). Auch Hochgebildete möchten überdurchschnittlich oft Elektrofahrzeuge ausprobieren.²⁰

Die überwiegende Mehrheit derjenigen, die von Car-Sharing wissen, ist davon überzeugt, dass diese Angebote umweltfreundlich sind. Etwas mehr als ein Drittel von ihnen betrachtet dies als attraktives Angebot in Bezug auf das eigene Mobilitätsverhalten. Das entspricht einem Anteil von 14 Prozent aller Bürgerinnen und Bürger.

Als Hindernisse für die Nutzung wird von drei Vierteln der Car-Sharing-Kenner die mangelnde Verfügbarkeit von Car-Sharing-Autos und von mehr als der Hälfte deren ausschließliche Eignung in Großstädten genannt.

Tabelle 7: Einschätzungen zum Car-Sharing (Angaben in Prozent derjenigen, die von Car-Sharing wissen)

	Stimme voll und ganz /eher zu	Stimme eher nicht/ überhaupt nicht zu
Car-Sharing ist umweltfreundlich.	86	14
Car-Sharing ist preisgünstig.	81	19
Car-Sharing bedeutet eine bedarfsgerechte Autonutzung.	80	20
Die Autos beim Car-Sharing sind nur begrenzt verfügbar.	75	25
Car-Sharing eignet sich nur in Großstädten.	62	38
Car-Sharing finde ich für mich attraktiv.	36	64

Frage: Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zu? Bitte sagen Sie, ob sie voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zustimmen. N=777

¹⁹ Aussage: „Ich kann mir vorstellen, ein Elektrofahrzeug einmal auszuprobieren.“

²⁰ 72 % der Personen bis 29 Jahre im Vergleich zu durchschnittlich 56 % der Personen anderer Altersgruppen. 68 % der Männer gegenüber 55 % der Frauen. 75 % der „Hedonisten“ im Vergleich zu durchschnittlich 60 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung. 70 % der Hochgebildeten im Vergleich zu durchschnittlich 58 % der Personen anderer Bildungsniveaus (N=1.356, diejenigen, die von Elektromobilität wissen).

Es sind eher Männer, die die Möglichkeit des Car-Sharing kennen und diese Option für sich attraktiv finden.²¹ Nach der Typologie alltäglicher Lebensführung sind es traditionell orientierte Personen auf einem mittleren Ausstattungsniveau („Konventionalisten“).²² Hinsichtlich Alter und Bildung sind keine soziodemografischen Unterschiede auszumachen.

Hinsichtlich des Car-Sharing wird es zukünftig interessant sein zu beobachten, wie sich die neuen Geschäftsmodelle deutscher Automobilhersteller etablieren können.

Für beide Alternativen – Elektromobilität und Car-Sharing – kann festgestellt werden, dass sie von den Befragten nicht als Alternativen zur Behebung der Defizite bei ihrem bevorzugten Verkehrsmittel angesehen werden, denn zwischen der Unzufriedenheit mit der eigenen Verkehrsmittelwahl und dem Interesse an Elektromobilität oder Car-Sharing lässt sich kein statistischer Zusammenhang feststellen.

3.1.6 Umweltentlastende Verkehrsmaßnahmen genießen teilweise eine hohe Akzeptanz, besonders in Bezug auf die Stadtentwicklung

Neben den alternativen Verkehrskonzepten haben auch verkehrsberuhigende Maßnahmen umweltentlastende Effekte (Abbildung 8).

Eine deutliche Mehrheit der Bürgerinnen und Bürger befürwortet verkehrsberuhigte Wohngebiete und eine Stadtentwicklung, die dafür sorgt, dass der Einzelne weniger auf das Auto angewiesen ist. Weit weniger Zustimmung finden die Einführung einer City-Maut und Geschwindigkeitsbegrenzungen.

Diese Einstellungen lassen sich nicht nach dem Wohnort der Befragten unterscheiden. Unterschiede ergeben sich jedoch bei den Variablen Bildung und Alter: Hochgebildete befürworten häufiger einzelne umweltentlastende Verkehrsmaßnahmen. Vor allem Ältere über 65 Jahre begrüßen diese durchgehend.

Im Vergleich mit der letzten Umweltbewusstseinsstudie ist die Zustimmung zu den Maßnahmen zur Verminderung der Umweltbelastungen durch den Verkehr teilweise etwas gesunken, aber teilweise auch gestiegen.

So wird die Schaffung verkehrsberuhigter Wohngebiete heute etwas weniger befürwortet als noch 2010²³. Das trifft auch zu für das Tempolimit von 130 km/h auf Autobahnen, für die Begrenzung der innerörtlichen Höchstgeschwindigkeit auf 30 km/h, außer auf Hauptverkehrsstraßen, wie auch für eine verkehrsberuhigende Stadtentwicklung.²⁴

Eine höhere Zustimmung als in den Vorjahren findet die Sperrung der Innenstädte für den Autoverkehr und die Erhebung einer City-Maut.²⁵

Den Bürgerinnen und Bürgern ist die Problematik des Autoverkehrs in der heutigen Form für die Umwelt bekannt. Das erhöht aber kaum ihre Bereitschaft, sich umweltgerechten Alternativen zuzuwenden. Das kann auch mit der hohen Zufriedenheit mit dem persönlich gewählten Hauptverkehrsmittel zusammenhängen. Falls überhaupt bekannt, werden mögliche Verkehrsmittelalternativen zwar sehr positiv bewertet, aber nur selten praktisch genutzt.

Insgesamt erweisen sich die dominanten Muster der individuellen Mobilität als ein schwieriges Thema für die Umweltpolitik. Die Vorstellungen über den Wert des Autos als Statussymbol, aber auch dessen Bedeutung bei der Bewältigung des familiären Alltags mit Kindern weisen darauf hin, dass alternative Angebote massiv ausgebaut werden müssen, wenn auch gewohnheitsmäßige Autonutzerinnen und -nutzer von der Bequemlichkeit und Praktikabilität öffentlicher Verkehrsmittel überzeugt werden sollen.

Aber immerhin halten zwei Drittel der Befragten öffentliche Verkehrsmittel in der Großstadt für bequemer als das Auto (Abbildung 7). Und die rund 40 Prozent der Nicht-Autonutzerinnen und -nutzer sind mit

²¹ Aussage: „Car-Sharing finde ich für mich attraktiv.“

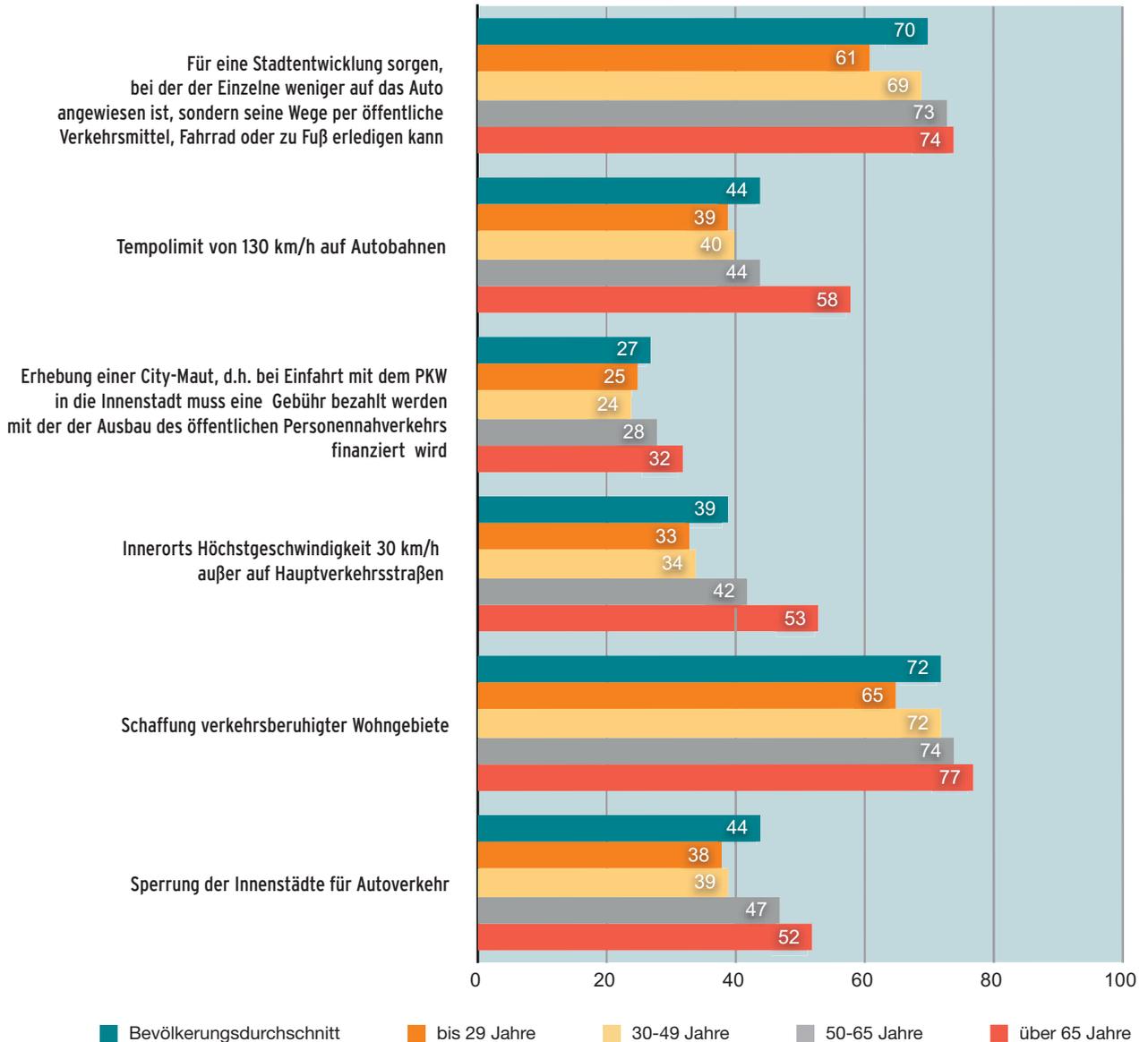
²² 39 % der Männer im Vergleich zu 33 % der Frauen. 51 % der „Konventionalisten“ im Vergleich zu durchschnittlich 34 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung (N=777, diejenigen, die von Car-Sharing wissen).

²³ Im Jahr 2010 waren es 87 % und in der aktuellen Studie 72 %.

²⁴ „Tempolimit von 130 km/h auf Autobahnen“: 2010: 58 % und 2012: 44 %; „Innerorts Höchstgeschwindigkeit 30 km/h außer auf Hauptverkehrsstraßen“: 2010: 58 % und 2012: 39 %; „Stadtentwicklung, bei der der Einzelne weniger auf das Auto angewiesen ist ...“: 2010: 76 % und 2012: 70 %.

²⁵ „Sperrung der Innenstädte für den Autoverkehr“: 2010: 37 % und 2012: 44 %; „Erhebung einer City-Maut“: 2010: 22 % und 2012: 27 %.

Abbildung 8: Zustimmung zu umweltlastenden Verkehrsmaßnahmen („sehr dafür“ und „eher dafür“, Angaben in Prozent der Befragten)



Frage: Wie stehen Sie zu den folgenden Maßnahmen zur Verminderung der Umweltbelastungen durch den Verkehr? Bitte sagen Sie für jede Maßnahme, ob Sie sehr dafür, eher dafür, eher dagegen oder sehr dagegen sind. N=2000

ihrer Verkehrsmittelwahl ebenfalls mehrheitlich zufrieden – eine Einschränkung stellt dabei nur die durch ein knappes Fünftel seiner Nutzerinnen und Nutzer konstatierte Unpünktlichkeit der öffentlichen Verkehrsmittel dar. Dafür schneiden diese bei der Bewertung von Kosten und Umweltverträglichkeit deutlich besser ab als das Auto. Das sind gute Gründe, zumindest im großstädtischen Raum vom Auto auf öffentliche Verkehrsmittel umzusteigen.

Die konkreten Anlässe für die gezielte Veränderung des Mobilitätsverhaltens (siehe Kapitel 3.1.3) können bei der Konzeption einer zielgruppenspezifischen Nachhaltigkeitskommunikation für eine gezielte Ansprache genutzt werden, was in einigen Kommunen auch schon praktiziert wird, etwa beim Neubürgermarketing Münchens.

3.2 Umweltbewusstsein im Bereich Lebensmitteleinkauf

Die Lebensmittelproduktion kann hohe Umweltbelastungen verursachen. Durch ihre Entscheidungen beim Einkauf haben auch Konsumentinnen und Konsumenten wesentlichen Einfluss darauf, wie Lebensmittel produziert werden.

Der Rat für nachhaltige Entwicklung benennt als Kriterien für nachhaltigere Formen des Lebensmittelkonsums zum Beispiel Bio-Qualität, regionale Herkunft der Produkte, jahreszeitliche Produkte (Saisonalität), geringer Fleischverzehr, fair gehandelte Produkte sowie die Nutzung von Mehrwegverpackungen (Rat für nachhaltige Entwicklung 2012). Die Akzeptanz einer nachhaltigeren Art der Ernährung hängt wesentlich mit dem Vertrauen zusammen, das den alternativen Produkten im Vergleich zu konventionellen Produkten entgegengebracht wird. Daher wurden sowohl Fragen zum derzeitigen Kaufverhalten als auch zu den Motiven und Anlässen für den Wandel des Ernährungsverhaltens gestellt.

3.2.1 Frische, Preis und hohe Qualität stellen die wichtigsten Kriterien bei der Auswahl von Lebensmitteln dar

Um zu erfahren, welche Bedeutung eine nachhaltigere Ernährung im Alltag der Bürgerinnen und Bürger schon heute hat, wurde zunächst nach den wichtigsten Kriterien bei der Lebensmittelauswahl ge-

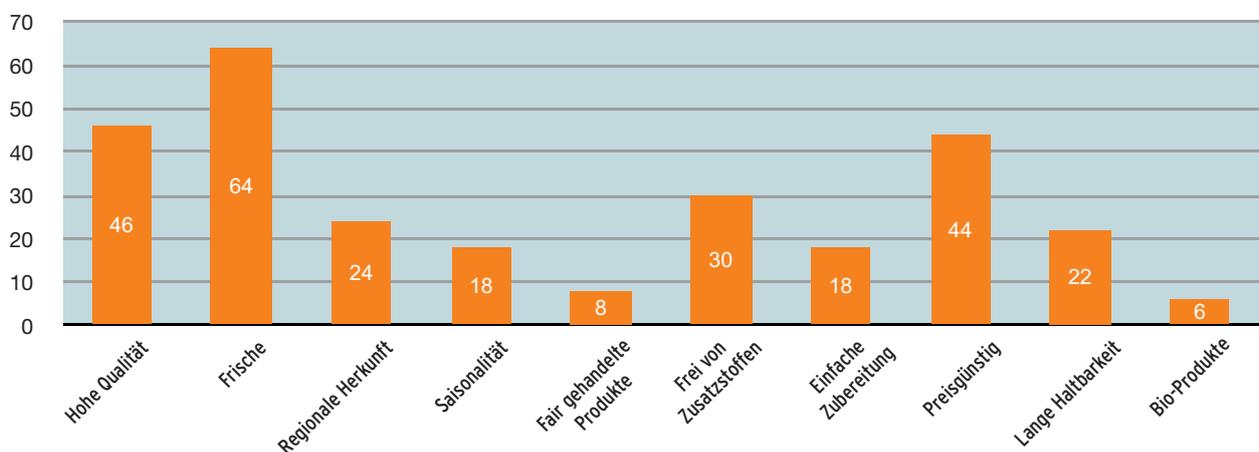
fragt. Dazu wurden den Befragten zehn Karten mit Kriterien vorgelegt, aus denen sie die drei für sie persönlich wichtigsten wählen sollten.

Die höchste Bedeutung beim Kauf von Lebensmitteln messen die Befragten den Kriterien Frische, hohe Qualität und Preis bei. Kriterien, die für nachhaltigere Formen der Ernährung stehen wie Bio-Qualität, Saisonalität oder fairer Handel, werden von den Bürgerinnen und Bürgern eher seltener genannt. Diesbezüglich kommt der regionalen Herkunft die größte Bedeutung zu.

Bei einer genaueren Betrachtung mit Hilfe statistischer Methoden zeigt sich, dass die Befragten bei der Wahl eines Kriteriums mit hoher Wahrscheinlichkeit auch bestimmte andere dazu gewählt haben, so dass die jeweils ausgewählten Kriterien statistisch gesehen eine besonders enge Beziehung zueinander aufweisen. Auf dieser Basis können spezifische Typen des Einkaufsverhaltens gebildet und die befragten Personen diesen Typen zugeordnet werden. Frische und hohe Qualität sind dabei für alle Gruppen von Befragten wichtig, im Hinblick auf die anderen, seltener genannten Kriterien ergeben sich dagegen deutliche Unterschiede.²⁶

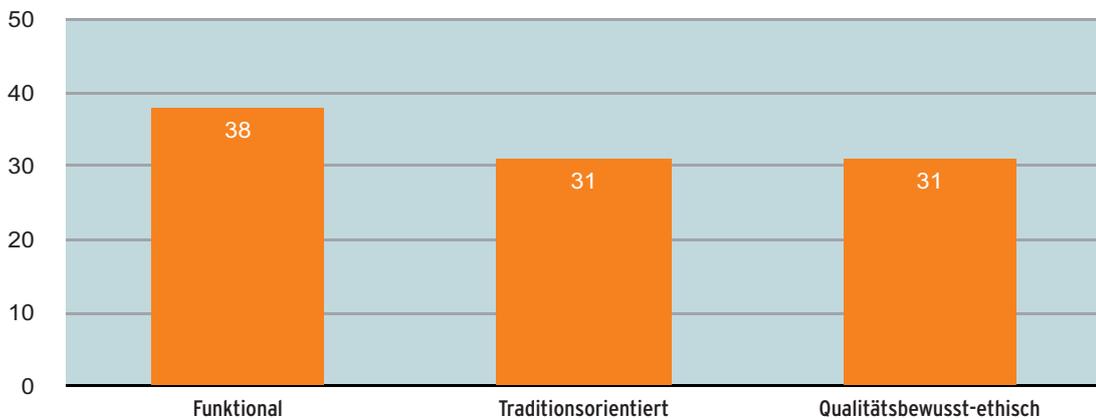
Ein funktional orientierter Lebensmitteleinkauf beinhaltet die vorrangige Orientierung an der einfachen

Abbildung 9: Kriterien bei der Auswahl von Lebensmitteln (Prozentanteil von Befragten, die das jeweilige Kriterium als eines der drei für sie persönlich wichtigsten ausgewählt haben)



Frage: Was ist Ihnen bei der Auswahl von Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte wählen Sie von den Karten die drei wichtigsten aus! N=2000 (Es wurden nicht von allen Befragten drei Karten gewählt, so dass es insgesamt nur 5597 Nennungen gab.)

Abbildung 10: Typen des Einkaufsverhaltens
(gebildet nach einer Faktorenanalyse, Angaben in Prozent der Befragten, N=2000)



Zubereitung, dem Preis und der langen Haltbarkeit der Produkte.

Es sind vor allem Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen zwischen 1.000 bis unter 2.000 Euro, Alleinstehende mit und ohne Kinder sowie Personen mit niedrigem und mittlerem Bildungsabschluss, die häufig nach funktionalen Kriterien einkaufen. Außerdem sind in dieser Gruppe überwiegend Jüngere bis 29 Jahre vertreten. Hinsichtlich der Typen alltäglicher Lebensführung sind die funktional orientierten Lebensmitteleinkäuferinnen und -käufer vor allem in Milieus mit einem niedrigen Ausstattungsniveau zu finden („Traditionelle Arbeiter“, „Heimzentrierte“ und „Unterhaltungssuchende“).²⁷

Beim traditionsorientierten Einkaufen sind die regionale Herkunft und die Saisonalität der Produkte ausschlaggebend. Bei dieser Gruppe von Käuferinnen

und Käufern wird zudem noch mehr als bei den anderen Einkaufstypen auf Frische geachtet.

Traditionsorientiert sind beim Lebensmitteleinkauf häufig Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen ab 2.000 Euro sowie Personen in Paarhaushalten ohne Kinder und ältere Personen über 65 Jahre. Entsprechend der Typen alltäglicher Lebensführung findet man dieses Einkaufsmuster vor allem in den Milieus mit einem hohen Ausstattungsniveau und einer teilmodernen Orientierung („Liberal Gehobene“).²⁸

Beim qualitätsbewusst-ethisch orientierten Lebensmitteleinkauf richten sich die Konsumentinnen und Konsumenten bevorzugt nach den Kriterien des fairen Handels und der Bio-Qualität, ebenso ist ihnen wichtig, dass die Produkte frei von Zusatzstoffen sind. Zudem wird in dieser Gruppe von Käuferinnen und Käufern auf eine hohe Qualität besonderer Wert gelegt.

- ²⁶ Gebildet mit rotierter Faktoranalyse Varimax mit Kaiser-Normalisierung, $p < 0.001$. Die Gruppen wurden mittels der Auswahlkriterien klassifiziert, wobei jeweils die gemeinsam auftretenden Kriterien zu Faktoren zusammengefasst werden.
- ²⁷ 44 % der Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen zwischen 1.000 bis unter 2.000 € im Vergleich zu durchschnittlich 36 % der Personen aller anderen Einkommensgruppen. Durchschnittlich 47 % aller Alleinstehenden mit und ohne Kinder im Vergleich zu durchschnittlich 36 % der Personen aller anderen Haushaltsformen. Durchschnittlich 42 % der niedrig und mittel Gebildeten im Vergleich zu 27% der Hochgebildeten. 49% der Jüngeren bis 29 Jahre im Vergleich zu durchschnittlich 35 % der Personen aller anderen Altersgruppen. Durchschnittlich 51 % der „Traditionellen Arbeiter“, „Heimzentrierten“ und „Unterhaltungssuchenden“ im Vergleich zu durchschnittlich 31 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.
- ²⁸ Durchschnittlich 34 % der Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen ab 2.000 € im Vergleich zu durchschnittlich 28 % der Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen unter 2.000 €. 36 % der Personen in Paarhaushalten ohne Kinder im Vergleich zu durchschnittlich 27 % der Personen aller anderen Haushaltsformen. 38 % der Älteren über 65 Jahre im Vergleich zu durchschnittlich 27 % der Personen aller anderen Altersgruppen. 41 % der „Liberal Gehobenen“ im Vergleich zu durchschnittlich 29 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

Tabelle 8: Gründe für den Kauf von Bio-Produkten (Angaben in Prozent derjenigen, die Bio-Produkte kaufen)

	Voll und ganz	Eher	Eher nicht	Überhaupt nicht
„Ich kaufe Bio-Produkte, weil sie im Vergleich mit anderen Lebensmitteln ...“				
... sicherer sind.	21	56	22	1
... umweltfreundlicher sind.	31	44	23	2
... besser schmecken.	26	41	31	2
... gesünder sind.	36	46	17	1
„Ich kaufe Bio-Produkte, weil sie ...“				
... im Trend liegen.	8	32	36	24
... im Angebot sind.	18	43	29	10

Frage: Warum werden in Ihrem Haushalt Bio-Produkte gekauft? Bitte sagen Sie für jede dieser Aussagen, ob Sie voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zutreffen. (Nur für Personen, die regelmäßig, gelegentlich oder selten Bio-Produkte kaufen.) N=1282

Es sind vor allem Personen mit einer hohen Bildung, die sich beim Lebensmitteleinkauf vor allem an qualitätsbewusst-ethischen Kriterien orientieren. Wenn gleich in Bezug auf diesen Einkaufstyp kein statistischer Zusammenhang mit dem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen festzustellen ist, sind es mit Blick auf die Typen alltäglicher Lebensführung überwiegend die Milieus mit einem mittleren bis hohen Ausstattungsniveau und einer teilmodernen Orientierung („Aufstiegsorientierte“ und ebenfalls „Liberal Gehobene“), folglich sozial eher gutsituierte Kreise, die nach diesen Kriterien einkaufen.²⁹

3.2.2 Sorge um Umweltfreundlichkeit und Gesundheit sind Gründe für den Kauf von Bio-Lebensmitteln

Oft ist in der öffentlichen Diskussion einfach von „Bio-Produkten“ die Rede, wenn es um umweltschonende Lebensmittelherstellung geht. Zwar spielt dieser Aspekt bei der Auswahl der drei wichtigsten Kriterien beim Lebensmitteleinkauf nur eine geringe Rolle (6 Prozent der Befragten wählten dieses Kriterium), aber die Bürgerinnen und Bürger wurden auch direkt danach gefragt, ob sie Bio-Produkte kau-

fen oder nicht kaufen, wie häufig und aus welchen Gründen sie das tun.

Etwa zwei Drittel der Bürgerinnen und Bürger kaufen Bio-Produkte, davon 11 Prozent regelmäßig und 28 Prozent gelegentlich. Weitere 26 Prozent der Befragten kaufen selten Bio-Produkte. Über ein Drittel (36 Prozent) der Bevölkerung hat nach eigener Aussage noch nie Bio-Produkte gekauft.

Wie begründen die Bürgerinnen und Bürger den Kauf von Bio-Produkten? Die von den Befragten genannten Gründe geben Aufschluss darüber, welche Eigenschaften die Konsumentinnen und Konsumenten mit solchen Produkten verbinden.

Personen, die regelmäßig Bio-Produkte einkaufen, sind mehrheitlich davon überzeugt, dass solche Produkte sicherer, umweltfreundlicher, gesünder sind und zudem auch besser schmecken. Hierbei handelt es sich überdurchschnittlich häufig um Personen, die qualitätsbewusst-ethisch einkaufen, über eine hohe formale Bildung und ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen ab 3.000 Euro verfügen. Insbesondere

²⁹ 41 % der Hochgebildeten im Vergleich zu durchschnittlich 28 % der Personen anderer Bildungsgruppen. Durchschnittlich 37 % der „Aufstiegsorientierten“ und der „Liberal Gehobenen“ im Vergleich zu durchschnittlich 30 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

Personen, die einem Lebensführungstyp mit gehobenem Ausstattungsniveau zugeordnet werden können („Liberal Gehobene“ und „Reflexive“), kaufen regelmäßig Bio-Produkte. Häufiger handelt es sich dabei um Frauen.³⁰

Von den Gelegenheitskäuferinnen und -käufern wird am häufigsten das Motiv „weil Bio-Produkte im Trend liegen“ genannt. Dies sind überwiegend Personen, die entweder qualitätsbewusst-ethisch oder traditionsorientiert einkaufen. Überdurchschnittlich häufig leben diese Personen in Paarhaushalten mit Kindern. Es handelt sich dabei oft um Personen mit einem teilmoderne Lebensführungstypus („Aufstiegsorientierte“ und „Liberal Gehobene“), die meist zwischen 30 und 49 Jahre alt sind.³¹

Die seltenen Bio-Käuferinnen und -Käufer greifen am ehesten dann zu diesen Produkten, wenn sie gerade im Angebot sind. Überdurchschnittlich häufig leben

diese Personen in Paarhaushalten ohne Kinder und sind 50 bis 65 Jahre alt.

3.2.3 Nichtkäuferinnen und -käufer von Bio-Lebensmitteln bemängeln zu hohe Preise und mangelnde Verlässlichkeit

Auch die Nichtkäuferinnen und -käufer von Bio-Produkten wurden nach den Gründen ihrer Entscheidung gefragt.

Wie sich zeigt, sind über 90 Prozent derjenigen, die keine Bio-Lebensmittel kaufen, davon überzeugt, dass diese für sie zu teuer seien, rund 60 Prozent teilen diese Einschätzung sogar „voll und ganz“.

Ein weiterer starker Grund für die Ablehnung von Bio-Produkten ist eine grundlegende Skepsis gegenüber deren Vorteile. Über 80 Prozent der Nichtkäuferinnen und -käufer sind nicht überzeugt, dass solche Produkte

Tabelle 9: Gründe gegen den Kauf von Bio-Produkten (Angaben in Prozent derjenigen, die nie Bio-Produkte kaufen)

	Voll und ganz	Eher	Eher nicht	Überhaupt nicht
„Ich kaufe keine Bio-Produkte, weil ...“				
... sie zu teuer sind.	59	32	6	3
... ich nicht davon überzeugt bin, dass sie umweltfreundlicher sind.	44	38	16	2
... sie in den Supermärkten bzw. Discountern, wo ich einkaufe, nicht angeboten werden.	14	20	43	23
... ich nicht weiß, ob wirklich Bio drin ist, wo Bio drauf steht.	47	31	20	2
... sie weniger gut als konventionelle Produkte schmecken.	18	31	46	5
... sie mich nicht interessieren.	36	39	22	3

Frage: Warum werden in Ihrem Haushalt keine Bio-Produkte gekauft? Bitte sagen Sie für jede dieser Aussagen, ob Sie voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zutreffen. N=718

³⁰ 25 % der qualitätsbewusst-ethischen Käufer/innen im Vergleich zu durchschnittlich 5 % der Personen aller anderen Käufergruppen. 20 % der Hochgebildeten im Vergleich zu durchschnittlich 8 % der Personen aller anderen Bildungsgruppen. 20 % der Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen ab 3.000 € im Vergleich zu durchschnittlich 10 % der Personen anderer Einkommensgruppen. Durchschnittlich 27 % der „Liberal Gehobenen“ und „Reflexiven“ im Vergleich zu durchschnittlich 9 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung. 13 % der Frauen gegenüber 8 % der Männer.

³¹ Durchschnittlich 34 % der qualitätsbewusst-ethischen und traditionsorientierten Käufer/innen im Vergleich zu durchschnittlich 17 % der funktional-orientierten Käufer/innen. 33 % der Hochgebildeten im Vergleich zu durchschnittlich 26 % der Personen aller anderen Bildungsgruppen. 32 % der Personen in Paarhaushalten mit Kindern im Vergleich zu durchschnittlich 26 % der Personen in anderen Lebenssituationen. Durchschnittlich 36 % der „Aufstiegsorientierten“ und „Liberal Gehobenen“ im Vergleich zu durchschnittlich 24 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung. 32 % der Personen zwischen 30 und 49 Jahre im Vergleich zu durchschnittlich 25 % der Personen aller anderen Altersgruppen.

Tabelle 10: Einstellungen zu Produktversprechen im Lebensmittelbereich (Angaben in Prozent der Befragten)

	Voll und ganz	Eher	Eher nicht	Überhaupt nicht
Es fällt mir schwer, den Produktversprechen der Lebensmittel zu glauben.	21	58	19	2
Die Angaben auf den Lebensmittelverpackungen sind schwer verständlich.	24	37	31	8
Ich orientiere mich beim Einkauf an den Gütesiegeln für Lebensmittel (wie EU-Bio-Siegel, Regionalmarken).	12	34	41	13
Ich kaufe vorrangig Markenprodukte, d. h. Produkte bekannter Hersteller oder Handelsketten.	8	43	38	11

Frage: Nun zurück zu Lebensmittel im Allgemeinen. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen für die von Ihnen gekauften Lebensmittel zu? Bitte sagen Sie für jede dieser Aussagen, ob Sie voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zustimmen. N=2000

tatsächlich umweltfreundlicher sind, fast ebenso viele äußern grundlegende Zweifel daran, ob wirklich „Bio drin ist, wo Bio drauf steht“. Es fällt auf, dass die diesbezüglichen Produkteigenschaften überwiegend „voll und ganz“ infrage gestellt werden – eine bei solchen Fragen, die auch moderatere Antwortmöglichkeiten anbieten, durchaus seltene Konstellation.

Diejenigen, die keine Bio-Produkte kaufen, sind vor allem Alleinstehende ohne Kinder und Personen mit niedriger formaler Bildung und orientieren sich an funktionalen Kriterien beim Lebensmitteleinkauf (siehe Kapitel 3.2.1).³² Nach den Typen alltäglicher Lebensführung sind in dieser Gruppe vor allem Personen zu finden, die Milieus mit einem niedrigen Ausstattungsniveau zugeordnet werden können („Traditionelle Arbeiter“, „Heimzentrierte“ und „Unterhaltungssuchende“). Dabei handelt es sich überwiegend um Jüngere bis 29 Jahre und Ältere über 65.³³

3.2.4 Viele Befragte haben generell kein Vertrauen in die Qualität von Lebensmitteln

Ohne Vertrauen in alternative Produkte wird sich eine nachhaltige Ernährung nicht durchsetzen kön-

nen. Daher wurden auch Fragen danach gestellt, wie die Befragten grundsätzlich zu Produktversprechen im Lebensmittelbereich stehen.

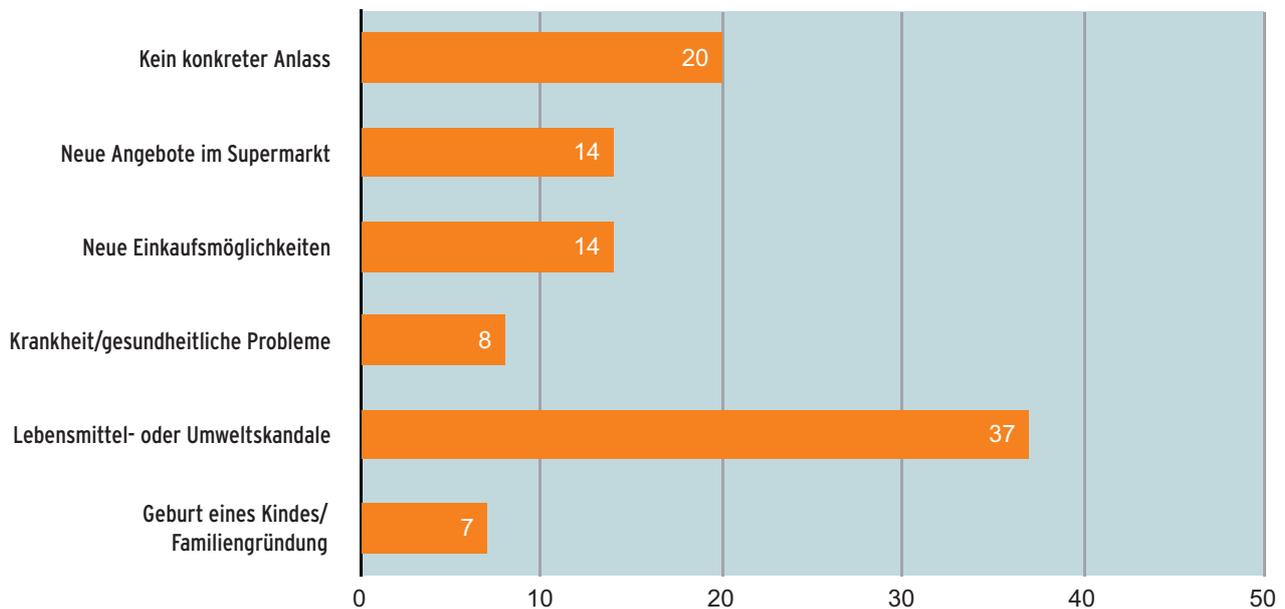
Hier zeigt sich, dass ganz generell das Vertrauen in die von den Befragten üblicherweise gekauften Lebensmittel, auch wenn es nicht um Umweltbelange geht, überraschend gering ist. Fast 80 Prozent der Befragten fällt es schwer, an die Produktversprechen der Produkte ihrer Wahl zu glauben. Rund 60 Prozent finden die Angaben auf den Verpackungen schwer verständlich. Trotzdem orientieren sich sogar etwas mehr der Befragten an den Produkten bekannter Hersteller oder Handelsketten als an Gütesiegeln und Regionalmarken. Sie spielen nur für weniger als die Hälfte der Befragten eine Rolle.

Vor allem die traditionsorientierten Lebensmittelkäuferinnen und -käufer haben weniger Vertrauen in die Produktversprechen der Lebensmittel. Die meisten von ihnen finden auch die Angaben auf den Lebensmitteln kompliziert und irreführend.

An Gütesiegeln und Regionalmarken orientieren sich beim Lebensmitteleinkauf vor allem die traditionsori-

³² 43 % der Alleinstehenden ohne Kinder im Vergleich zu durchschnittlich 32 % der Personen aller anderen Haushaltsformen. 56 % der funktionalen Käufer/innen im Vergleich zu durchschnittlich 24 % der Personen anderen Käufergruppen (Cramers V=.316, p<0.001), 44 % der Personen mit geringer formaler Bildung im Vergleich zu durchschnittlich 30 % der Personen anderer Bildungsgruppen.

³³ Durchschnittlich 50 % der „Traditionellen Arbeiter“, „Heimzentrierten“ und „Unterhaltungssuchenden“ im Vergleich zu durchschnittlich 30 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung, durchschnittlich 42 % der Personen bis 29 Jahre und über 65 Jahre im Vergleich zu 32 % der Personen anderer Altersgruppen.

Abbildung 11: Anlässe für den verstärkten Kauf von Bio-Produkten (Angaben in Prozent derjenigen, die Bio-Produkte kaufen)

Frage: Was war der konkrete Anlass, verstärkt Bio-Produkte zu kaufen? (Nur eine Nennung möglich!) N=1282

entierten und qualitätsbewusst-ethisch ausgerichteten Käuferinnen und Käufer.³⁴ Hersteller- und Handelsmarken stellen vor allem für qualitätsbewusst-ethisch orientierten Käuferinnen und Käufer eine maßgebliche Orientierung dar.³⁵

3.2.5 Skandale bieten häufig Anlässe für den verstärkten Kauf von Bio-Produkten

Aus der sozialwissenschaftlichen Umwelt- und Nachhaltigkeitsforschung ist bekannt, dass es verschiedene Anlässe und Gelegenheiten gibt, die Verhaltensänderungen motivieren. Im Bereich der Ernährung sind es vor allem biografische Ereignisse, neue Infrastrukturangebote und mediale Ereignisse, wie zum Beispiel Lebensmittel- und Umweltskandale.

Lebensmittel- oder Umweltskandale sind die am häufigsten genannten Auslöser für eine Umorientierung auf Bio-Produkte. Gelegenheitsstrukturen wie neue Einkaufsmöglichkeiten oder neue Angebote im Supermarkt folgen an zweiter und dritter Stelle.

Krankheiten oder gesundheitliche Probleme und mehr noch die Geburt eines Kindes oder die Grün-

dung einer Familie werden in dieser Umfrage eher selten als Anlässe genannt. Aus anderen sozialwissenschaftlichen Studien ist allerdings bekannt, dass diesen Anlässen sehr wohl Bedeutung für die Veränderung der Konsumpraktiken zukommt. Wie diese unterschiedlichen Ergebnisse zusammenhängen, ist noch eine offene Forschungsfrage und wird in der zu dieser Umfrage noch zu erstellenden Vertiefungsstudie weiter behandelt.

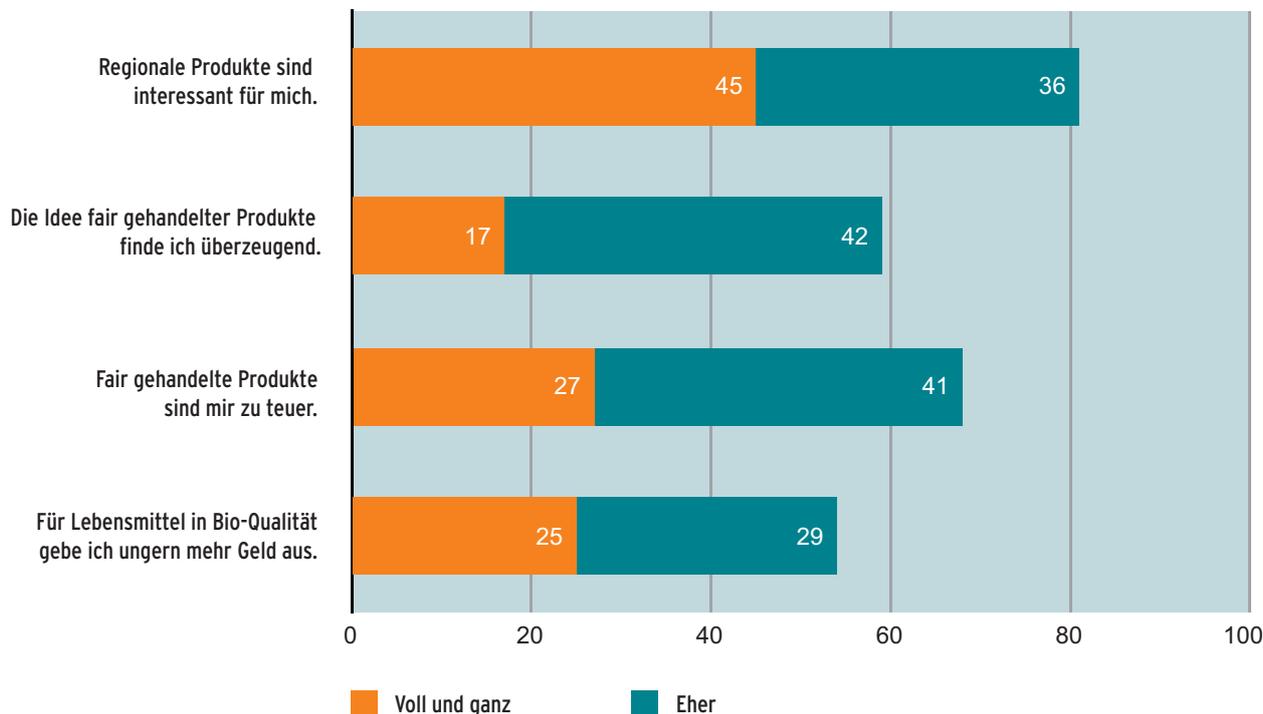
3.2.6 Es gibt ein großes Interesse an nachhaltigen Produkten, aber nur eine begrenzte Zahlungsbereitschaft

Die Verbreitung nachhaltiger Ernährungsmuster wird künftig davon abhängen, inwieweit es gelingt, ihnen eine breite Akzeptanz zu verschaffen und Barrieren nachhaltiger Alternativen in der Ernährung abzubauen. Die Bürgerinnen und Bürger wurden deshalb mit einigen allgemeinen Fragen nach ihrem Interesse an regionalen und fair gehandelten Produkten sowie nach ihrer Bereitschaft, mehr Geld dafür auszugeben, gefragt.

³⁴ Durchschnittlich 57 % der traditionsorientierten und qualitätsbewusst-ethisch orientierten Käufer/innen im Vergleich zu 27 % der funktional orientierten Käufer/innen (Cramers $V=.295$, $p<0.001$).

³⁵ 62 % der qualitätsbewusst-ethisch orientierten Käufer/innen im Vergleich zu durchschnittlich 46 % der funktional orientierten und traditionsorientierten Käufer/innen.

Abbildung 12: Meinungen zum Einkauf von Lebensmitteln (Angaben in Prozent der Befragten)



Frage: Zu Lebensmitteln kann man unterschiedlicher Meinung ein. Sagen Sie mir, welcher Variante der folgenden Aussagen Sie voll und ganz oder eher zustimmen. (Die hier nicht angegebenen Anteile der Befragten haben der jeweiligen alternativen Aussagenvariante voll und ganz oder eher zugestimmt. Die alternativen Aussagen lauteten: „Regionale Produkte sind uninteressant für mich.“, „Die Idee fair gehandelter Produkte finde ich nicht überzeugend.“, „Fair gehandelte Produkte sind mir nicht zu teuer.“, „Für Lebensmittel in Bio-Qualität gebe ich gern mehr Geld aus.“ Keine Aussage zu Lebensmitteln machten jeweils weniger als 1 % der Befragten.) N=2000

Für regionale Produkte interessieren sich 81 Prozent der Bürgerinnen und Bürger. Darunter sind vor allem Personen ab 50 Jahre. Nach der Typologie alltäglicher Lebensführung sind es im Wesentlichen Personen mit einer teilmodernen Orientierung („Heimzentrierte“ und „Liberal Gehobene“).³⁶

Eine Mehrheit der Befragten (59 Prozent) findet die Idee fair gehandelter Produkte überzeugend. Jedoch sind die meisten (68 Prozent) nicht bereit, höhere Preise hierfür zu zahlen. Von der Idee fair gehandelter Lebensmittel sind häufig Personen zwischen 30 und 49 Jahren sowie solche mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen ab 3.000 Euro und mehr überzeugt. Nach der Typologie alltäglicher Lebens-

führung sind es überwiegend Personen mit einem mittleren bis hohen Ausstattungsniveau und einer eher modernen Orientierung („Aufstiegsorientierte“, „Liberal Gehobene“ und „Reflexive“), die von der Idee fair gehandelter Produkte überzeugt sind.³⁷

Vor allem Personen, die Milieus mit einem niedrigen Ausstattungsniveau zugeordnet werden können, nehmen fair gehandelte Produkte als zu teuer wahr („Traditionelle Arbeiter“, „Heimzentrierte“ und „Unterhaltungssuchende“). Auch den Jüngeren bis 29 Jahre sind fair gehandelte Produkte zu teuer.³⁸ Ein ähnliches Bild findet sich hinsichtlich der Bereitschaft, mehr Geld für Bio-Lebensmittel auszugeben. Es sind auch hier die Jüngeren bis 29 Jahre, aber

³⁶ Durchschnittlich 85 % der Personen ab 50 Jahre im Vergleich zu durchschnittlich 80 % der Personen anderer Altersgruppen. Durchschnittlich 88 % der „Heimzentrierten“ und „Liberal Gehobenen“ im Vergleich zu durchschnittlich 77 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

³⁷ 64 % der Personen zwischen 30 und 49 Jahren im Vergleich zu durchschnittlich 56 % der Personen aller anderen Altersgruppen. 69 % der Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen ab 3.000 € und mehr im Vergleich zu durchschnittlich 55 % der Personen anderer Einkommensgruppen. Durchschnittlich 76 % der „Aufstiegsorientierten“, „Liberal Gehobenen“ und „Reflexiven“ im Vergleich zu durchschnittlich 55 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

auch Ältere über 65 Jahre, denen Bio-Lebensmittel zu teuer sind. Vor allem Personen, die den Milieus mit einem niedrigen Ausstattungsniveau zugeordnet werden können, nehmen Bio-Lebensmittel als zu teuer wahr („Traditionelle Arbeiter“, „Heimzentrierte“ und „Unterhaltungssuchende“).³⁹

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Umweltbewusstsein im Ernährungsbereich hoch ist: Die Käuferinnen und Käufer von Bio-Produkten, etwa zwei Drittel der Befragten, zeigen sich bei ihren Aussagen zum Lebensmittelkonsum überwiegend überzeugt von alternativen Produkten. Sie bekunden Interesse an regionalen und fair gehandelten Lebensmitteln. An den Aussagen zur Kaufbereitschaft zeigt sich allerdings, dass sich zum einen die Kosten als eine wesentliche Barriere für nachhaltigeres Ernährungsverhalten er-

weisen. Es sind vor allem Lebensführungstypen mit geringen sozialen und kulturellen Ressourcen sowie jüngere Menschen und solche im Rentenalter, die wenig Bereitschaft zeigen, mehr für nachhaltige Lebensmittel auszugeben. Eine weitere Barriere bildet zum anderen das Misstrauen im Hinblick auf die Produktversprechen: Es ist allgemein recht hoch, und relativ viele Befragte zeigen sich auch skeptisch im Hinblick auf die Qualität von Bio-Produkten. Nur etwa die Hälfte orientiert sich an Gütesiegeln und dem Markenimage. Um mehr Nachhaltigkeit im Bereich des Lebensmitteleinkaufs durchzusetzen, wird eine bessere Information und Kommunikation über die entsprechenden Gütesiegel und ihren Hintergrund für breite Kreise der Bevölkerung erforderlich sein.

3.3 Umweltbewusstsein im Bereich Haushaltsorganisation und größere Anschaffungen

Der Konsum der Privathaushalte ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Eine nachhaltige Gestaltung der Haushaltstätigkeiten kann daher erheblich zum Umwelt- und Klimaschutz beitragen. Ein sparsamer und effizienter Umgang mit Energie und Wasser sowie Mülltrennung und Abfallvermeidung bieten alltägliche Gelegenheiten für umweltschonende Verhaltensweisen. Daher werden im folgenden Kapitel zunächst Fragen behandelt, die sich um diese alltäglichen Verhaltensweisen drehen. Im Anschluss werden ausschlaggebende Gründe für die Auswahl bei größeren Anschaffungen dargestellt.

3.3.1 Alltägliche Formen der Haushaltsführung entwickeln sich nur teilweise in Richtung stärkerer Nachhaltigkeitsorientierungen

Die Organisation und Führung des Haushalts birgt vielfältige Potenziale zum Energiesparen sowie zur Abfallvermeidung und -reduzierung. Die Bürgerinnen und Bürger wurden deshalb zu ihren Gewohnheiten der Haushaltsführung befragt (Tabelle 11).

Hier gibt es einige bemerkenswerte Entwicklungen im Zeitverlauf: Der starke Anstieg beim Bezug von Ökostrom (von 8 Prozent auf 20 Prozent in den letzten beiden Jahren), aber auch die ebenfalls stark zunehmende Bedeutung von Geldanlagen in erneuerbare Energien sowie finanzieller Kompensationen für selbsterzeugte Klimagase.

Aber für Mülltrennung, den Kauf energieeffizienter Geräte und beim Abschalten unnötig laufender Elektrogeräte ist die Handlungsbereitschaft im Vergleich zu den Umweltbewusstseinsstudien der Vorjahre eher gesunken. Dieser Befund ist deshalb überraschend, weil die Befragten wie im folgenden Kapitel weiter ausgeführt wird, die Sparsamkeit als starkes Motiv für ihre Art der Haushaltsführung benennen.

Die in der Tabelle 11 abgefragten umweltbewussten Verhaltensweisen werden besonders von hochgebildeten Personen bejaht, die über ein höheres Einkommen verfügen. Bezogen auf die Typologie alltäglicher Lebensführung sind es vor allem Personen, die Milieus mit höherem Ausstattungsniveau und einer

³⁸ 75 % der Jüngeren bis 29 Jahre im Vergleich zu durchschnittlich 67 % der Personen anderer Altersgruppen. Durchschnittlich 79 % der „Traditionellen Arbeiter“, „Heimzentrierten“ und „Unterhaltungssuchenden“ im Vergleich zu durchschnittlich 57 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

³⁹ Durchschnittlich 61 % der Personen bis 29 Jahre und der Älteren über 65 Jahre im Vergleich zu durchschnittlich 50 % der Personen anderer Altersgruppen. Durchschnittlich 72 % der „Traditionellen Arbeiter“, „Heimzentrierten“ und „Unterhaltungssuchenden“ im Vergleich zu durchschnittlich 44 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

Tabelle 11: Umweltrelevante alltägliche Handlungen der Haushaltsführung (Angaben in Prozent der Befragten)

	Erhebung		
	2008	2010	2012
Ich halte den Verbrauch von Wasser und Strom gering.	-	-	85
Ich halte den Verbrauch von Heizkosten gering.	-	-	79
Ich halte Abfälle getrennt und gebe sie in den entsprechenden Müllsystemen getrennt ab.	-	90	77
Ich vermeide Müll.	-	-	60
Ich beziehe Ökostrom.	3	8	20
Ich schalte gerade nicht benötigte Geräte und Lichtquellen ab.	74	83	74
Ich kaufe energieeffiziente Geräte.	53	65	52
Ich lege Geld in erneuerbare Energien an, z.B. Anteile an Anlagen, Fonds.	2	4	12
Ich leiste finanzielle Kompensationen (Ausgleichszahlungen) für die selbstverursachten Klimagase, z.B. im Verkehr.	-	3	9

Frage: Welche der folgenden Maßnahmen praktizieren Sie in Ihrem Haushalt? Bitte antworten Sie mit Ja oder Nein. N=2000 (2012)

eher traditionellen Orientierung zugeordnet werden können („Konventionalisten“, „Konservativ Gehobene“, „Aufstiegsorientierte“ und „Liberal Gehobene“).⁴⁰

Jüngere bis 29 Jahre, Alleinstehende ohne Kinder und Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen unter 2.000 Euro sowie Personen, die Milieus mit einem niedrigen Ausstattungsniveau zugeordnet werden können („Traditionelle Arbeiter“, „Heimzentrierte“ und „Unterhaltungssuchende“), stimmen den oben genannten Aussagen weniger zu. Dies kann einerseits auf Informations- und Beratungsbedarf hinweisen. Andererseits stellen die Anschaffung energieeffizienter Geräte oder die Leistung von Kompensationen für Haushalte mit niedrigerem Einkommen auch eine große finanzielle Herausforderung dar.

3.3.2 Sparsamkeit bestimmt die Art der Haushaltsführung

Im nächsten Schritt wurden diejenigen Bürgerinnen und Bürger, die auf einen geringen Wasser- und Stromverbrauch sowie geringe Heizkosten oder auf Mülltrennung und -vermeidung achten, nach ihren Gründen und Motiven für diese Art der Haushaltsführung gefragt. Hierbei wurde nach vier Gründen unterschieden: Sozialisation, Ausgabenverringerung bzw. Sparen, Umweltschutz und Ressourcenschonung.

Die Ergebnisse machen deutlich, dass für eine nachhaltigere Art der Haushaltsführung das Motiv der Kostenersparnis dominant ist, aber auch Motive des Umweltschutzes und der Ressourcenschonung eine Rolle spielen. Dem Erlernen dieser Zusammenhänge und der entsprechenden Verhaltensweisen messen die Befragten eine große Bedeutung zu. Auch in den Gruppendiskussionen im Vorfeld der Umfrage waren diese Zusammenhänge ein wichtiges Thema für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer.

⁴⁰ Gemäß einem Summenindex zur Zusammenfassung: 69 % der Hochgebildeten im Vergleich zu durchschnittlich 56 % der Personen aller anderen Bildungsgruppen. Durchschnittlich 66 % der Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen ab 2.000 € im Vergleich zu durchschnittlich 45 % der Personen mit einem geringeren monatlichen Haushaltsnettoeinkommen. 64 % der kinderlosen Partnerhaushalte im Vergleich zu durchschnittlich 55 % der Personen aller anderen Haushaltsformen. Durchschnittlich 73 % der „Konventionalisten“, „Konservativ Gehobenen“, „Aufstiegsorientierten“ und „Liberal Gehobenen“ im Vergleich zu durchschnittlich 51 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

Tabelle 12: Gründe einer sparsamen Art der Haushaltsführung beim Wasser- und Energieverbrauch sowie den Heizkosten (Angaben in Prozent derjenigen, die angegeben hatten, dass sie hierauf achten)

„Ich achte darauf, weil ...“	Voll und ganz	Eher	Eher nicht	Überhaupt nicht
... ich das so gelernt habe.	25	47	22	6
... ich dadurch meine Ausgaben verringern will.	60	33	6	1
... Energie und Wasser wertvolle Ressourcen sind.	36	46	17	1
... ich so zum Umweltschutz beitrage.	31	51	17	1

Frage: Warum achten Sie auf einen geringen Wasser-, Energieverbrauch und /oder Heizkosten? Bitte sagen Sie für jede dieser Aussagen, ob Sie voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zutreffen. N=1770

Tabelle 13: Gründe für eine sorgsame Art der Haushaltsführung beim Umgang mit Müll (Angaben in Prozent derjenigen, die gesagt hatten, dass sie getrennt sammeln und auf Müllvermeidung achten)

„Ich achte darauf, weil ...“	Voll und ganz	Eher	Eher nicht	Überhaupt nicht
... es in meinem Elternhaus so gemacht wurde.	18	41	27	14
... ich damit Kosten spare.	36	37	21	6
... Müll ein wiederverwertbarer Wertstoff ist.	33	47	18	2
... ich so zum Umweltschutz beitrage.	31	50	17	2

Frage: Warum achten Sie darauf, Ihren Müll zu trennen oder zu vermeiden? Bitte sagen Sie für jede dieser Aussagen, ob Sie voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zutreffen. N=1684

3.3.3 Die subjektive Zufriedenheit mit der je eigenen Art der Haushaltsführung ist hoch, aber es gibt auch Beratungsbedarf

Die Bürgerinnen und Bürger wurden gefragt, wie gut es ihnen im Alltag gelingt, die umweltschonenden Verhaltensweisen in ihre tatsächliche Haushaltsorganisation zu integrieren. Dieser Frage liegt die Annahme zugrunde, dass eine hohe Zufriedenheit mit den eigenen Verhaltensweisen und der Haushaltsführung insgesamt als ein Beleg dafür interpretiert werden kann, dass Aspekte einer nachhaltigen Haushaltsführung bereits zum Alltag der Bürgerinnen und Bürger gehören und sich als bereits bestehende Routinen bewähren. Umgekehrt wird angenommen, dass eine Unzufriedenheit mit der Haushaltsführung ein Hinweis auf eine grundsätzliche Änderungsbereitschaft und somit auch auf vorhandene Potenziale für eine stärker nachhaltige Orientierung der Haushaltsführung ist.

Ein größerer Teil der Bürgerinnen und Bürger ist mit ihrer Haushaltsführung zufrieden, obwohl es offen-

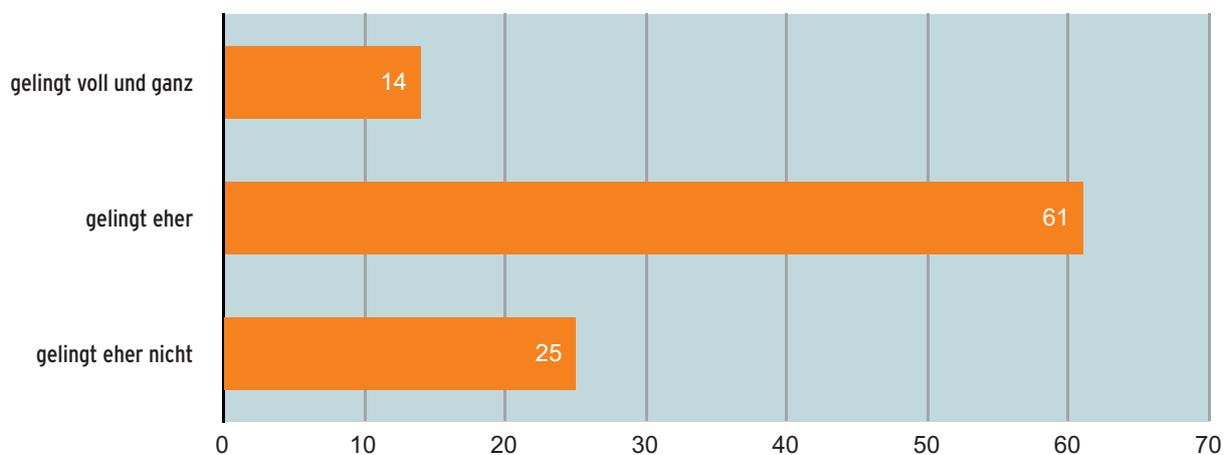
bar insgesamt noch Informations- und Beratungsbedarf in umweltpolitischer Hinsicht gibt: Nach eigener Aussage gelingt es nur der Hälfte der Befragten, den Verbrauch von Strom und Wasser gering zu halten (51 Prozent). Deutlich öfter sind die Bürgerinnen und Bürger der Meinung, dass es ihnen gut gelingt, die Heizkosten gering zu halten (65 Prozent), den Müll zu trennen (72 Prozent) und ihren Müll auf das Notwendigste zu reduzieren (61 Prozent).

Fasst man die vier genannten Beurteilungskriterien (siehe Legende der Abbildung 13) zusammen, sind 14 Prozent der Bürgerinnen und Bürger voll und ganz mit ihrer Haushaltsführung zufrieden. Der überwiegende Teil der Befragten (61 Prozent) ist eher zufrieden und ein Viertel ist eher nicht zufrieden (25 Prozent).⁴¹

Die Personen, die meinen, ihre Haushaltsführung gelinge ihnen voll und ganz, gehören überwiegend Lebensführungstypen auf höherem Ausstattungsniveau an („Konventionalisten“, „Liberal Gehobene“ und „Reflexive“). Überrepräsentiert sind Frauen.

⁴¹ Die Kategorie „gelingt überhaupt nicht“ ist nicht besetzt (0 %).

Abbildung 13: Zufriedenheit mit der Art der Haushaltsführung (Angaben in Prozent der Befragten)



Frage: Alles in allem, wie beurteilen Sie Ihre Art der Haushaltsführung? Bitte sagen Sie für jede dieser Aussagen, ob Sie voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zutreffen. (Zusammenfassung der Beurteilungskriterien: „Mir gelingt es kaum, den Verbrauch von Strom und Wasser gering zu halten.“, „Mir gelingt es gut, meine Heizkosten gering zu halten.“, „Mülltrennung finde ich einfach zu erledigen.“, „Ich habe meinen Müll auf das Notwendigste reduziert.“) N=1986

Ebenfalls überdurchschnittlich hoch ist hier auch der Anteil von Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen ab 3.000 Euro, der Anteil von Hochgebildeten sowie von Personen, die in einem Partnerhaushalt ohne Kinder leben.⁴²

Zu den Personen, die mit ihrer Haushaltsführung eher unzufrieden sind, zählen häufiger Jüngere bis 29 Jahre wie auch Personen mit niedriger formaler Bildung und solche in Paarhaushalten mit Kindern.⁴³

Dabei fällt auf, dass die sozial besser gestellten Milieus mit ihrer Art der Haushaltsführung deutlich zufriedener sind als Menschen, die aufgrund ihrer eher ungünstigen sozialen Lage weniger Umweltbelastungen verursachen können als Gutsituierte. An dieser Stelle zeigt sich erneut das Spannungsfeld zwischen Umwelt und Gerechtigkeit, welches schon in den Umweltbewusstseinsstudien der früheren Jahre einen wichtigen Schwerpunkt bildete. Inzwischen wird die Frage breit diskutiert, wie ökologische und soziale Nachhaltigkeit miteinander zu vereinbaren und ge-

meinsam durchzusetzen sind. In der vorliegenden Studie wird deutlich, dass solche Fragen bis in den Alltag der Menschen hineinreichen.

3.3.4 Vor allem das Streben nach finanzieller Entlastung bietet Anlässe für eine nachhaltigere Art der Haushaltsführung

Ergänzend zur Bewertung der Haushaltsführung wurden die Bürgerinnen und Bürger danach gefragt, welcher konkrete Anlass sie stärker als bisher auf nachhaltige Aspekte der Haushaltsführung, wie zum Beispiel einen geringen Wasser- und Energieverbrauch, die Minimierung von Heizkosten und Mülltrennung sowie Müllvermeidung achten ließ.

Erneut zeigt sich die grundlegende Bedeutung des Sparsamkeitsmotivs. Auch beim Umgang mit Müll ist dies der Grund, der am häufigsten angegeben wird, wobei hier die Müllverordnung, die zum getrennten Sammeln von Müll auffordert, eine fast gleich starke Rolle spielt.

⁴² 16 % der Frauen im Vergleich zu 13 % der Männer. 24 % der Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen ab 3.000 € im Vergleich zu durchschnittlich 10 % der Personen anderer Einkommensgruppen. 24 % der Hochgebildeten im Vergleich zu durchschnittlich 10 % der Personen aller anderen Bildungsgruppen. 17 % der Personen in Paarhaushalten ohne Kinder im Vergleich zu durchschnittlich 12 % der Personen aller anderen Haushaltstypen. Durchschnittlich 23 % der „Konventionalisten“, „Liberal Gehobenen“ und „Reflexiven“ im Vergleich zu durchschnittlich 13 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

⁴³ 34 % der Jüngeren bis 29 Jahre im Vergleich zu durchschnittlich 22 % der Personen anderer Altersgruppen. 29 % der Personen mit niedriger formaler Bildung im Vergleich zu durchschnittlich 22 % der Personen aller anderen Bildungsgruppen. 30 % der Personen in Paarhaushalten mit Kindern im Vergleich zu durchschnittlich 22 % der Personen aller anderen Haushaltstypen.

Tabelle 14: Anlässe, auf nachhaltige Aspekte der Haushaltsführung zu achten: Wasser-, Stromverbrauch und Heizkosten (Angaben in Prozent derjenigen, die hierauf achten)

Anlässe	Prozent
Ich begann, einen eigenen Haushalt zu führen.	13
Mich hat die Art des Haushaltens bei anderen überzeugt.	11
Ich wollte meine Haushaltskasse entlasten.	46
Neue Haushaltsgeräte boten die Sparmöglichkeiten an.	7
In den Medien habe ich erfahren, dass die Privathaushalte durch ihren Wasser- und Stromverbrauch sowie die Heizung hohe Umweltbelastungen verursachen.	9
Anderes	1
Es gab keinen konkreten Anlass.	13

Frage: Was war der konkrete Anlass dafür, dass Sie verstärkt auf geringen Wasser-, Stromverbrauch und/oder Heizkosten achten? (Nennung des wichtigsten Grundes!) N=1770

Tabelle 15: Anlässe auf nachhaltige Aspekte der Haushaltsführung zu achten: Umgang mit Müll (Angaben in Prozent derjenigen, die hierauf achten)

Anlässe	Prozent
Ich begann, einen eigenen Haushalt zu führen.	13
Mich hat die Art des Haushaltens bei anderen überzeugt.	11
Ich wollte meine Haushaltskasse entlasten.	24
Neue Verordnungen zur Mülltrennung erforderten das.	22
Neue Haushaltsgeräte boten die Sparmöglichkeiten an.	4
In den Medien habe ich erfahren, dass die Privathaushalte durch ihr Müllaufkommen hohe Umweltbelastungen verursachen.	9
Anderes	1
Es gab keinen konkreten Anlass.	17

Frage: Was war der konkrete Anlass dafür, dass Sie verstärkt auf Mülltrennung oder -vermeidung achten? (Nennung des wichtigsten Grundes!) N=1684

Dagegen spielen biografische Übergänge (Beginn eigener Haushaltsführung), aber auch das soziale Lernen mittels konkreter Vorbilder oder Medien eine relativ geringfügige Rolle. Auch technische Innovationen, die beim Energieverbrauch Sparmöglichkeiten durch Effizienzsteigerung eröffnen, werden nur selten als Anlass genannt, stärker auf eine nachhaltige Haushaltsführung zu achten. Nur wenige Befragte sehen hier Potenziale, wobei auch wieder zu beachten ist, dass deren Realisierung zunächst Investitionen in neue Geräte erfordert, die sich gerade

die sozial weniger begüterten Milieus, die am meisten unter dem Sparzwang stehen, oft nicht leisten können.

3.3.5 Uneinheitliche Aussagen zur zukünftigen Bedeutung von Maßnahmen nachhaltiger Haushaltsführung

Unabhängig davon, ob die erfragten umweltschonenderen Maßnahmen im Bereich der Haushaltsorganisation (siehe Tabelle 11) schon realisiert werden oder

Tabelle 16: Zukünftige Bedeutung von nachhaltigen Handlungen der Haushaltsführung (Angaben in Prozent der Befragten)

	Nimmt zu	Bleibt gleich	Wird geringer	Keine
Bezug von Ökostrom	21	45	13	21
Abfälle getrennt zu halten und in den entsprechenden Müllsystemen getrennt abzugeben	18	64	15	3
Abschalten gerade nicht benötigter Geräte und Lichtquellen	27	59	11	3
Kauf energieeffizienter Geräte	32	48	12	8
Geldanlagen in erneuerbare Energien, z. B. Anteile an Anlagen, Fonds	14	29	19	38
Finanzielle Kompensationen (Ausgleichszahlungen) leisten für die selbst verursachten Klimagase, z. B. im Verkehr	8	32	18	42

Frage: Bitte sagen Sie mir für jede der folgenden Maßnahmen, inwiefern diese zukünftig für Ihre Haushaltsführung bedeutsam sind, d. h. nimmt die Bedeutung zu, bleibt sie gleich oder wird die Bedeutung geringer oder hat sie gar keine Bedeutung für Sie? N=2000

nicht, wurden alle Befragten dazu aufgefordert, die zukünftige Bedeutung dieser Maßnahmen für ihren eigenen Haushalt einzuschätzen.

Die meisten Maßnahmen im Haushalt werden als gleichbleibend bedeutsam gehalten. Dies ist auch so zu verstehen, dass diejenigen, die bereits Maßnahmen ergriffen haben, auch von deren anhaltender Bedeutung überzeugt sind.

Darüber hinaus meint knapp ein Drittel der Befragten, dass der Kauf energieeffizienter Geräte zukünftig an Bedeutung gewinnen wird. Etwa ein Viertel der Befragten teilt diese Meinung in Bezug auf das Sparen von Strom, beispielsweise für Beleuchtung. Rund ein Fünftel geht davon aus, dass zukünftig die Bedeutung von Ökostrom und der Mülltrennung für die Haushaltsführung zunimmt.

Nur Geldanlagen in erneuerbare Energien und die finanziellen Kompensationen für selbstverursachte Klimagase werden von der Bevölkerung widersprüchlich in ihrer Bedeutung eingeschätzt: Hier geben relativ viele Befragte an, dass diese Maßnahmen künftig eher eine geringere Bedeutung haben werden,

obwohl hier im Zeitvergleich tatsächlich eine Zunahme zu verzeichnen ist, wenn auch auf niedrigem Niveau (siehe Kapitel 3.3.1). Ein großer Anteil der Bürgerinnen und Bürger geht davon aus, dass diese Maßnahmen auch in Zukunft keinen Einfluss auf ihre Haushaltsführung haben werden.

Vor allem Hochgebildete und Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von 3.000 Euro und mehr meinen, dass die genannten Maßnahmen an Bedeutung zunehmen. Bezogen auf die Typen alltäglicher Lebensführung sind hier vor allem Personen aus Milieus mit einem höheren Ausstattungsniveau vertreten („Konventionalisten“, „Konservative“, „Liberal Gehobene“ sowie „Reflexive“).⁴⁴

3.3.6 Geringe Relevanz umweltbezogener Kriterien bei größeren Anschaffungen und Ausgaben

Zunächst wurde die Frage gestellt, welche größeren Anschaffungen, inklusive Urlaubsflugreisen in ferne Länder, die Befragten in den letzten drei Jahren getätigt haben. Bei den von allen Befragten abgegebenen 2.164 Nennungen zeigte sich: größere Haushaltsgeräte wie Spül- oder Waschmaschine und Unterhal-

⁴⁴ 14 % der Hochgebildeten im Vergleich zu durchschnittlich 11 % der Personen aller anderen Bildungsgruppen. 19 % der Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen ab 3.000 € im Vergleich zu durchschnittlich 8 % der Personen aller anderen Einkommensgruppen. Durchschnittlich 25 % der „Konventionalisten“, „Konservativ Gehobenen“ und „Liberal Gehobenen“ sowie „Reflexiven“ im Vergleich zu durchschnittlich 10 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

Tabelle 17: Kriterien beim Autokauf (Prozentanteil von Käuferinnen und Käufern, welche das jeweilige Kriterium als eines der beiden wichtigsten ausgewählt haben)

Aussage: „Wenn ich mir ein Auto kaufe, achte ich auf ...“ (die wichtigsten zwei Kriterien)	Prozent
... den Preis im Vergleich zu den Leistungsdaten	51
... die Marke	41
... den Verbrauch des Motors	39
... geringe Unterhaltskosten	24
... das Aussehen	21
... umweltfreundliche Technik	15
... die Bewertungen in Fachzeitschriften oder im Internet	2
... Anderes	2

Frage: „Wenn ich mir ein Auto kaufe, achte ich auf ...“ Bitte nennen Sie die wichtigsten zwei Kriterien! (Diese Frage richtete sich nur an diejenigen Befragten, welche nach eigener Angabe in den letzten drei Jahren ein Auto gekauft hatten.) N=207

Tabelle 18: Kriterien beim Kauf von Haushaltsgeräten und Unterhaltungselektronik (Prozentanteil von Käuferinnen und Käufern, welche das jeweilige Kriterium als eines der beiden wichtigsten ausgewählt haben)

Aussage: „Wenn ich mir größere Haushaltsgeräte oder Unterhaltungselektronik kaufe, achte ich auf ...“ (die wichtigsten zwei Kriterien)	Prozent
... den Preis im Vergleich zu den Leistungsdaten	67
... den Energieverbrauch des Gerätes, d. h. die Effizienzklasse	58
... die Bewertungen in Fachzeitschriften oder im Internet	24
... das Design	20
... die Möglichkeit zum völligen Abschalten des Gerätes	15
... Anderes	1

Frage: „Wenn ich mir größere Haushaltsgeräte oder Unterhaltungselektronik kaufe, achte ich auf ...“ Bitte nennen Sie die wichtigsten zwei Kriterien! (Diese Frage richtete sich nur an diejenigen Befragten, welche nach eigener Angabe in den letzten drei Jahren größere Haushaltsgeräte oder Unterhaltungselektronik gekauft hatten.) N=888

Tabelle 19: Kriterien beim Kauf von Fernurlaube mit Flugreisen (Prozentanteil von Käuferinnen und Käufern, welche das jeweilige Kriterium als eines der beiden wichtigsten ausgewählt haben)

Aussage: „Wenn ich mir Fernurlaube mit Flugreisen leiste, achte ich auf ...“ (die wichtigsten zwei Kriterien)	Prozent
... die Urlaubsgegend	78
... den Preis	72
... meine Erfahrungen	20
... Empfehlungen in Fachzeitschriften oder im Internet	11
... den Umwelt- und Klimaschutz	9
... Anderes	1

Frage: „Wenn ich mir Fernurlaube mit Flugreisen leiste, achte ich auf ...“ Bitte nennen Sie die wichtigsten zwei Kriterien! (Diese Frage richtete sich nur an diejenigen Befragten, welche sich nach eigener Angabe in den letzten drei Jahren Fernurlaube mit Flugreisen geleistet hatten.) N=550

Tabelle 20: Kriterien beim Kauf von neuen Möbeleinrichtungen (Prozentanteil von Käuferinnen und Käufern, welche das jeweilige Kriterium als eines der beiden wichtigsten ausgewählt haben)

Aussage: „Wenn ich mir neue Möbeleinrichtungen kaufe, achte ich auf ...“ (die wichtigsten zwei Kriterien)	Prozent
... den Preis	86
... das Design	76
... die Bewertungen in Fachzeitschriften oder im Internet	12
... das Herstellungsland	11
... eine umweltgerechte Waldbewirtschaftung	7
... sozialgerechte Produktionsbedingungen	1
... Anderes	1

Frage: „Wenn ich mir neue Möbeleinrichtungen kaufe, achte ich auf ...“ Bitte nennen Sie die wichtigsten zwei Kriterien! (Diese Frage richtete sich nur an diejenigen Befragten, welche nach eigener Angabe in den letzten drei Jahren neue Möbeleinrichtungen gekauft hatten.) N=519

tungselektronik wurden von der Befragten in den letzten drei Jahren am häufigsten gekauft (41 Prozent der Nennungen). Fernurlaube mit Flugreisen bilden ein Viertel aller Nennungen (25 Prozent). Ähnlich oft wurden auch größere Möbel angeschafft (24 Prozent). Das Auto folgt an letzter Stelle der genannten Anschaffungen (10 Prozent).

Wovon hängt der Kauf eines Autos, von Haushaltsgeräten, Urlaubsreisen und Möbel ab? Dazu wurde jeweils nach den zwei wichtigsten Entscheidungskriterien gefragt.

Bei allen vier Anschaffungen ist wieder der Preis für viele der Befragten das zentrale Kriterium. Nur beim Urlaub ist die Urlaubsgegend für die Entscheidung wichtiger. Beim Autokauf orientieren sich viele Befragte vorrangig auch am Wunsch nach einer speziellen Marke.

Umweltbezogene Kriterien wie umweltfreundliche Motortechnik, Klimaschutz, Ausschaltmöglichkeiten des Gerätes und umweltgerechte Holzgewinnung spielen – außer beim Energieverbrauch – eine deutlich geringere Rolle bei den Befragten.

3.3.7 Abnehmende Bedeutung des „Blauen Engels“

Der „Blaue Engel“ ist das älteste deutsche Umweltzeichen. Darauf beim Einkauf zu achten, geben 34 Prozent der Befragten an. Gleichzeitig ist festzustellen, dass die Bedeutung des „Blauen Engels“ im Vergleich der letzten Jahre abnimmt.

Auf den „Blauen Engel“ achten beim Einkauf vor allem Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen ab 2.000 Euro und Hochgebildete. Bezogen auf die Typologie alltäglicher Lebensführung sind es überwiegend Bürgerinnen und Bürger, die Milieus mit mittlerem und hohem Ausstattungsniveau zugeordnet werden können („Konventionalisten“, „Konservativ Gehobene“ und „Liberal Gehobene“, „Aufstiegsorientierte“ und „Reflexive“). Das Umweltzeichen ist vor allem für diejenigen Personen von Bedeutung, die auch ihren Lebensmitteleinkauf an qualitätsbewusst-ethischen Kriterien orientieren (vgl. Kapitel 3.2).⁴⁵

Neben dem „Blauen Engel“ gibt es inzwischen eine Vielzahl von Kennzeichen. Das birgt die Gefahr in sich, dass sie Unübersichtlichkeit schaffen anstatt mehr Orientierung, die sich die Käuferinnen und Käufer eigentlich wünschen. Außerdem wird durch

⁴⁵ Es achten auf den „Blauen Engel“: Durchschnittlich 39 % der Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen ab 2.000 € im Vergleich zu durchschnittlich 24 % der Personen mit einem niedrigeren monatlichen Haushaltsnettoeinkommen. 44 % der Hochgebildeten im Vergleich zu durchschnittlich 30 % der Personen anderer Bildungsgruppen. Durchschnittlich 47 % der „Konventionalisten“, „Konservativ Gehobenen“ und „Liberal Gehobenen“, „Aufstiegsorientierten“ und „Reflexiven“ im Vergleich zu durchschnittlich 24 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung. 42 % der Personen, die sich an qualitätsbewusst-ethischen Kriterien beim Lebensmitteleinkauf orientieren im Vergleich zu durchschnittlich 31 % der Personen anderer Lebensmittel-Käufergruppen.

Tabelle 21: Bedeutung des „Blauen Engels“ im Zeitvergleich (Angaben in Prozent der Befragten)

Erhebung					
	2004	2006	2008	2010	2012
Ja, ich achte darauf.	49	38	38	39	34
Nein, ich achte nicht darauf.	34	41	42	37	45
„Blauer Engel“ ist mir nicht bekannt.	17	21	20	24	21

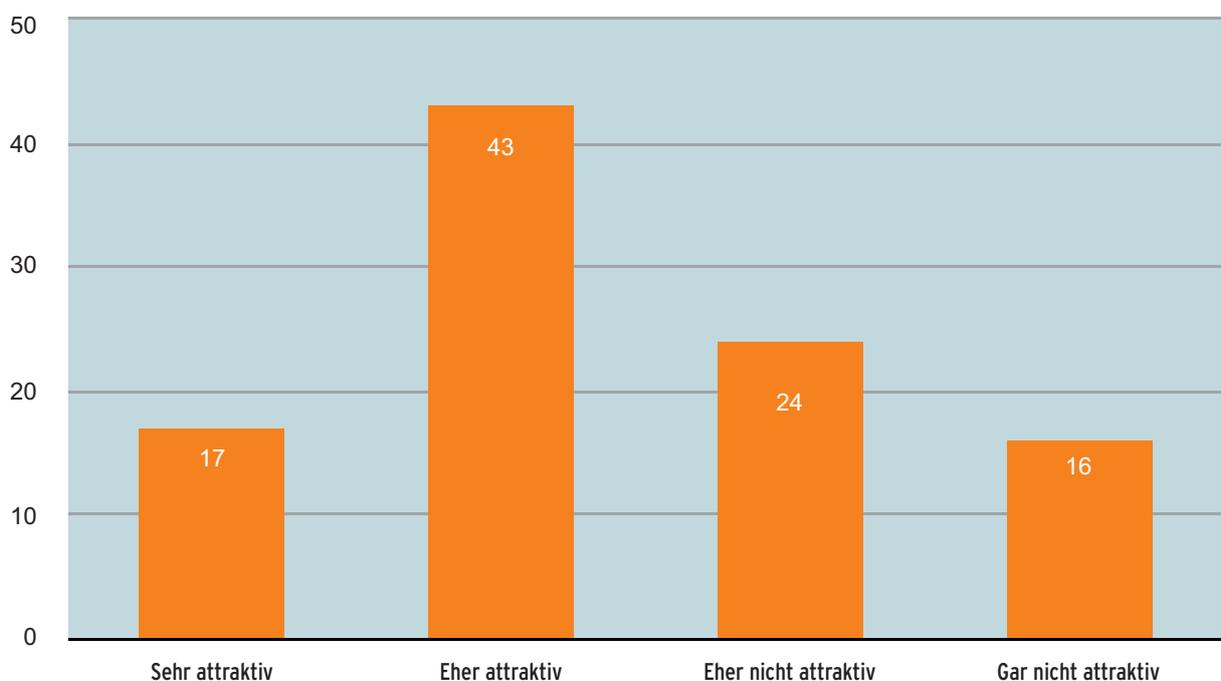
Frage: Achten Sie beim Einkaufen auf Produkte mit dem „Blauen Engel“ oder ist Ihnen dieses Zeichen nicht bekannt? N=2000 (2012)

die Vielzahl der unterschiedlichen Informationen unter Umständen auch das pauschale Misstrauen gegenüber Produktversprechen weiter geschürt, welches sich im vorigen Kapitel im Hinblick auf den Lebensmitteleinkauf als eine der Barrieren für stärkere Nachhaltigkeitsorientierungen erwies.

3.3.8 Zunehmende Attraktivität des Nutzens statt Besitzens, vor allem bei modern eingestellten Hochgebildeten

Alternativ zum Kauf und Besitz von Gebrauchsgütern besteht die Möglichkeit, diese zu leihen oder zu mieten. Damit lässt sich durch den geringeren Ressourcenverbrauch und höhere Nutzungsgrade ein positiver Beitrag zur Umweltbilanz leisten. Solche Ange-

Abbildung 14: Ausleihen von Gebrauchsgegenständen (Angaben in Prozent der Befragten)



Frage: Angenommen in Ihrem näheren Wohnumfeld gäbe es die Möglichkeit, Gegenstände, die Sie in Ihrem Alltag nicht ständig brauchen (z. B. elektrische Haushaltsgeräte, Gartengeräte oder Renovierungstools), gegen Gebühr zu leihen. Wie attraktiv fänden Sie es, solche Gegenstände zu leihen oder gemeinschaftlich zu nutzen, statt diese zu kaufen oder selbst zu besitzen? N=2000

bote sind aber nicht für alle Bürgerinnen und Bürger attraktiv. Deshalb wurden sie nach ihrem Interesse daran gefragt.

Mehr als die Hälfte der Befragten finden Miet- oder Ausleihangebote für Gebrauchsgüter sehr und eher attraktiv. Innerhalb von zwei Jahren ist das Interesse daran um 9 Prozent von 51 Prozent im Jahr 2010 auf aktuell 60 Prozent gestiegen. Unter den Interessierten stechen vor allem die Hochgebildeten und Personen zwischen 30 und 49 Jahren hervor. Mit Blick auf die Typologie alltäglicher Lebensführung sind vor allem Personen mit einer eher modernen Lebensorientierung auf unterem und mittlerem Ausstattungsniveau („Aufstiegsorientierte“, „Unterhaltungssuchende“ und „Hedonisten“) an solchen Angeboten interessiert.⁴⁶

Wenig oder kein Interesse an diesen Mietangeboten haben weniger Gebildete und Ältere über 65 Jahren. Bezogen auf die Typen alltäglicher Lebensführung sind es vor allem Personen in Milieus mit einem niedrigen Ausstattungsniveau und mit einer eher traditio-

nellen Lebensorientierung („Traditionelle Arbeiter“ und „Heimzentrierte“).⁴⁷

Zusammenfassend zeigt dieses Kapitel eine hohe Sensibilisierung der Befragten auch für die Umweltrelevanz der Haushaltsorganisation. Ein wichtiges Motiv für umweltgerechteres Verhalten bei der Haushaltsorganisation ist vor allem die Sparsamkeit. Bei konkreten Entscheidungssituationen wie beim Kauf von Dienstleistungen, größeren Anschaffungen wie Haushalts-elektronik oder einem Auto treten Umweltaspekte bislang aber häufig deutlich in den Hintergrund. Innovationspotenziale für neue Verhaltensformen sind vorhanden, auch eine generelle Innovationsbereitschaft vor allem bei den Höhergebildeten und Gutsituierten. Aber die im Alltag der Bevölkerung vorherrschenden Gewohnheiten sind noch sehr dominant und möglicherweise einer der zentralen hinderlichen Faktoren bei der Neu- und Umorientierung zu mehr Nachhaltigkeit in der Haushaltsführung.

3.4 Umweltbewusstsein im Bereich Wohnen und Wohnumfeld

Wohnen kann mit Umweltbelastungen verbunden sein. Der Trend zum Eigenheim am Stadtrand kann beispielsweise erhebliche umweltbelastende Effekte haben, wie auch die weitere Erschließung von Siedlungsflächen und die Zunahme des Individualverkehrs. Daher stellt sich auch in diesem Bereich die Frage, wie nachhaltige Wohn- und Siedlungsformen entwickelt werden können. Dabei ist es wichtig zu wissen, welche Wohnformen aus Sicht der Bevölkerung wünschenswert sind. Ebenso ist aber auch von Interesse, ob und wie die Menschen sich heute bereits auf zukünftig erwartbare Ereignisse wie die Folgen des Klimawandels vorbereiten.

3.4.1 Hohe Zufriedenheit mit derzeitiger Wohnsituation

Zunächst wurde die Frage gestellt, wie Befragte heute tatsächlich wohnen, ob in Miete oder im Wohneigentum, und mit welchen durchschnittlichen Wohnungsgrößen das verbunden ist.

Es gibt unter den Befragten etwa doppelt so viele Mieterinnen und Mieter wie Wohnungs- oder Hauseigentümerinnen und -eigentümer. Die durchschnittliche Wohnungsgröße von Mieterinnen und Mietern beträgt 70 Quadratmeter, die von Wohnungs- oder Hauseigentümerinnen und -eigentü-

⁴⁶ Mietangebote – sehr und eher attraktiv: 66 % der Hochgebildeten im Vergleich zu durchschnittlich 58 % der Personen aller anderen Bildungsgruppen. 65 % der Personen zwischen 30 und 49 Jahren im Vergleich zu durchschnittlich 58 % der Personen aller anderen Altersgruppen. Durchschnittlich 67 % der „Aufstiegsorientierten“, „Unterhaltungssuchenden“ und „Hedonisten“ im Vergleich zu durchschnittlich 55 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

⁴⁷ Mietangebote – eher nicht und gar nicht attraktiv: 42 % der weniger Gebildeten im Vergleich zu durchschnittlich 38 % der Personen aller anderen Bildungsgruppen. 48 % der Personen über 65 Jahren im Vergleich zu durchschnittlich 38 % der Personen aller anderen Altersgruppen. Durchschnittlich 51 % der „Traditionellen Arbeiter“ und „Heimzentrierten“ im Vergleich zu durchschnittlich 37 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

Tabelle 22: Beurteilung der derzeitigen Wohnsituation (Angaben in Prozent der Befragten)

	Voll und ganz	Eher	Eher nicht	Überhaupt nicht
Ich fühle mich in meiner Wohnung sehr wohl.	45	48	6	1
Wegen der Lage meiner Wohnung habe ich im Alltag lange Wege zurück zu legen.	9	33	40	18
Ich wohne in einer energieeffizienten Wohnung.	9	39	40	12
Die Größe meiner Wohnung entspricht nicht meinen Bedürfnissen.	7	17	36	40
Ich möchte eher früher als später wegziehen.	2	15	30	53

Frage: Wie zufrieden sind Sie im Großen und Ganzen mit Ihrer derzeitigen Wohnsituation? Bitte sagen Sie für jede dieser Aussagen, ob sie voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zutreffen. N=2000

mern 109 Quadratmeter. Betrachtet man die Wohnfläche, die jeder einzelnen im Haushalt lebenden Person zur Verfügung steht (der sogenannte Wohngrößenquotient), zeigt sich, dass Eigentümerinnen und Eigentümer meistens über mehr Platz verfügen als Mieterinnen und Mieter (durchschnittlich 57 Quadratmeter bei Eigentümerinnen und Eigentümern gegenüber 38 Quadratmeter bei Mieterinnen und Mietern).

Dann wurde nach der subjektiven Zufriedenheit mit der derzeitigen Wohnsituation gefragt. Dazu wur-

den den Befragten einige Statements zur Bewertung vorgelegt.

Wie sich zeigt, ist auch in diesem Bereich die Zufriedenheit mit dem Status quo außerordentlich hoch. Bei den wenigen, die sich in ihrer Wohnung weniger wohlfühlen, handelt es sich vor allem um Jüngere bis 29 Jahre. Großstädter und Alleinlebende sind häufiger mit der Größe ihrer Wohnung unzufrieden. Singles und Jüngere bis 29 Jahre äußern häufiger die Absicht, wegzuziehen.⁴⁸ Die Unzufriedenheit geht somit offenkundig zu einem beträchtlichen Teil auf

Tabelle 23: Beurteilung der Wohnsituation nach Lärmbelastigungen (Angaben in Prozent der Befragten)

„Ich persönlich fühle mich durch ...gestört oder belästigt.“	Äußerst	Stark	Mittelmäßig	Etwas	Überhaupt nicht
Schienenverkehrslärm	0	3	12	19	66
Straßenverkehrslärm	0	6	20	28	46
Industrie- und Gewerbelärm	0	2	11	19	68
Flugverkehrslärm	0	1	5	17	77
Lärm von Nachbarn	0	3	14	25	58

Frage: Wenn Sie einmal an die letzten 12 Monate hier bei Ihnen denken, wie stark fühlen Sie sich persönlich, also in Ihrem eigenen Wohnumfeld, von folgenden Dingen gestört oder belästigt? Bitte sagen Sie mit jeweils, ob Sie sich äußerst gestört, stark gestört, mittelmäßig, etwas gestört oder überhaupt nicht gestört oder belästigt fühlen? N=2000

⁴⁸ Aussage „Ich fühle mich in meiner Wohnung sehr wohl“ - „trifft eher nicht zu“ und „trifft überhaupt nicht zu“: 12 % der bis 29 Jährigen im Vergleich zu durchschnittlich 5 % der Personen anderer Altersgruppen. Aussage „Die Größe der Wohnung entspricht nicht meinen Bedürfnissen“ - „trifft voll und ganz zu“ und „trifft eher zu“: 30 % der Großstädter im Vergleich zu durchschnittlich 22 % der Personen anderer Einwohnergruppen. 29 % der Alleinlebenden ohne Kinder im Vergleich zu 23 % der Personen in anderen Lebenssituationen. Aussage „Ich möchte eher früher als später wegziehen“ - „trifft voll und ganz zu“ und „trifft eher zu“: 24 % Alleinlebende ohne Kinder im Vergleich zu durchschnittlich 15 % der Personen in anderen Lebenssituationen. 31 % der Jüngeren bis 29 Jahre im Vergleich zu 14 % der Personen anderer Altersgruppen.

Tabelle 24: Beurteilung der Gesundheitsgefährdung durch Umweltprobleme (Angaben in Prozent der Befragten)

Erhebung							
	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012
Sehr stark	4	4	3	4	5	4	2
Stark	19	19	19	22	24	25	26
Weniger	55	54	58	57	46	50	47
Überhaupt nicht	22	23	20	16	25	21	25

Frage: Wie stark, glauben Sie, belasten Umweltprobleme derzeit Ihre Gesundheit? N=2000 (2012)

biografische Besonderheiten der Betroffenen zurück, beispielsweise Studentinnen und Studenten oder Menschen in sonstigen Übergangssituationen.

3.4.2 Straßenverkehr als wichtigste empfundene Lärmbelästigung

Die Energieeffizienz der Wohnung steht, wie Tabelle 22 zeigt, bei der Beurteilung der Wohnsituation nicht im Vordergrund. Die Befragten teilen sich in etwa zwei gleich große Gruppen, von denen die eine damit bereits zufrieden ist, während die andere Hälfte einen Verbesserungsbedarf und Verbesserungsmöglichkeiten sieht.

Mit einer weiteren Frage wurde erhoben, ob die Befragten sich durch Lärm gestört oder belästigt fühlen (Tabelle 23). Das ist je nach Lärmquelle sehr unterschiedlich der Fall. Dabei geben die Befragten den Straßenverkehrslärm eindeutig als diejenige Ursache an, von der sie sich in ihrem Wohnumfeld am meisten beeinträchtigt fühlen. Die Lärmbelästigung selbst wird aber als nicht sehr stark empfunden. Als Umzugsgrund spielt Lärm daher nur eine nachgeordnete Rolle.⁴⁹

Die Wohnsituation steht außerdem in engem Zusammenhang mit der Beurteilung der Gesundheitsge-

fährdung durch Umweltbelastungen. Da die Wohnung als Erholungsort von großer Bedeutung ist, sind Gesundheitsgefährdungen von großer Relevanz.

Gesundheitlich sehr stark und stark belastet durch Umweltprobleme fühlen sich überwiegend Ältere über 65 Jahren und Frauen. Bei den Typen alltäglicher Lebensführung sind es vor allem Personen, die Milieus mit einem mittleren Ausstattungsniveau und einer traditionellen Lebensorientierung zugeordnet werden können („Konventionalisten“).⁵⁰

Bei der empfundenen Gesundheitsgefährdung spielen auch die (von den Interviewerinnen und Interviewern) beurteilte Nähe der Wohnung zu einer stark befahrenen Straße und der damit verbundene Lärm eine, allerdings nicht stark ausgeprägte Rolle.⁵¹

Es sind überwiegend Jüngere bis 29 Jahre und Menschen in mittelgroßen Städten, die sagen, dass Umweltprobleme ihre Gesundheit derzeit überhaupt nicht belasten. Bei den Typen alltäglicher Lebensführung sind es vor allem Personen aus Milieus mit einem niedrigen Ausstattungsniveau und einer eher modernen Lebensorientierung („Heimzentrierte“ und „Unterhaltungssuchende“).⁵²

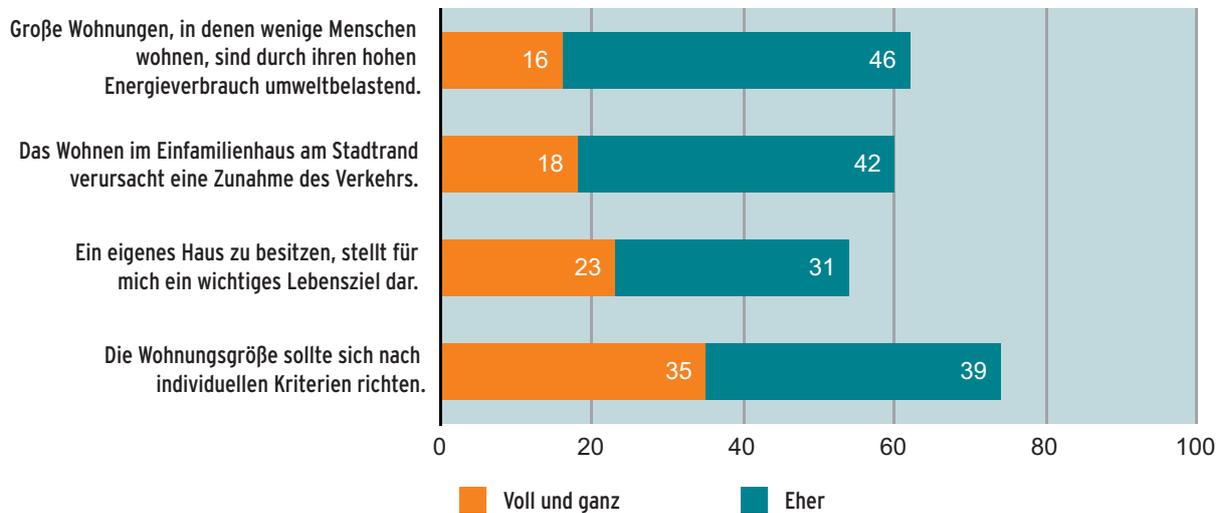
⁴⁹ „Ich möchte eher früher als später wegziehen“ korreliert nur schwach mit Lärmbelästigung: Kendalls $\tau c=.15$, $p<0.001$

⁵⁰ 36 % der Personen über 65 Jahre im Vergleich zu durchschnittlich 26 % der Personen aller anderen Altersgruppen. 30 % der Frauen im Vergleich zu 26 % der Männer. Durchschnittlich 42 % der „Konventionalisten“ im Vergleich zu durchschnittlich 26 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

⁵¹ Eine „starke“ und „sehr starke“ Gesundheitsbelastung durch Umweltprobleme korreliert schwach mit der Art der Straße, in der die Befragten wohnen: Kendalls $\tau c=.115$, und mit Lärm: Kendalls $\tau c=.203$, $p<0.001$

⁵² 35 % der Jüngeren bis 29 Jahren im Vergleich zu durchschnittlich 23 % der Personen aller anderen Altersgruppen. 30 % der Bewohner in mittelgroßen Städten im Vergleich zu 23 % der Personen, die anderswo wohnen. Durchschnittlich 33 % der „Heimzentrierten“ und „Unterhaltungssuchenden“ im Vergleich zu 21 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

Abbildung 15: Meinungen zum Wohnen (Angaben in Prozent der Befragten)



Frage: Zum Wohnen kann man unterschiedlicher Meinung sein. Sagen Sie mir, welche Variante der folgenden Aussagen Sie voll und ganz oder eher zustimmen. (Die hier nicht angegebenen Anteile der Befragten haben der jeweiligen alternativen Aussagenvariante „voll und ganz“ oder „eher“ zugestimmt. Die alternativen Aussagen lauteten: „Große Wohnungen, in denen wenige Menschen wohnen, sind durch ihren hohen Energieverbrauch nicht umweltbelastend.“, „Das Wohnen im Einfamilienhaus am Stadtrand verursacht keine Zunahme des Verkehrs.“, „Ein eigenes Haus zu besitzen, stellt für mich kein wichtiges Lebensziel dar.“, „Die Wohnungsgröße sollte sich nach ökologischen Kriterien richten.“ Keine Aussage zum Wohnen machten jeweils weniger als 1 % der Befragten.) N=2000

3.4.3 Trotz Erkenntnis von Umweltbelastungen: eigenes Haus und individuelles Wohnen sind weiterhin wichtige soziale Werte

Die Befragten wurden gebeten, zu einigen allgemeinen Statements im Hinblick auf das Wohnen und seine Umweltrelevanz Stellung zu nehmen.

Zusammenfassend lässt sich dabei feststellen: 62 Prozent der Befragten halten große Wohnungen, in denen wenige Menschen wohnen, wegen des hohen Energieverbrauchs für umweltbelastend. Dieser Meinung sind vor allem Großstädter und Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen ab 3.000 Euro. Nach der Typologie alltäglicher Lebensführung zählen hierzu eher Personen, die Milieus mit einer modernen oder teilmodernen Lebensorientierung und einem höherem Ausstattungsniveau zuge-

ordnet werden können („Liberal Gehobene“ und „Hedonisten“).⁵³

Rund 60 Prozent der Befragten sind davon überzeugt, dass das Wohnen im Einfamilienhaus am Stadtrand eine Zunahme des Verkehrs verursacht. Das sehen vor allem Jüngere bis 29 Jahre, Großstädter und Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen ab 2.000 Euro so. Nach der Typologie alltäglicher Lebensführung sind es eher Personen aus Milieus mit einer modernen Orientierung und einem hohen Ausstattungsniveau („Liberal Gehobene“ und „Reflexive“).⁵⁴

Aber trotz erkannter Umweltbelastungen stellt das eigene Haus für 54 Prozent der Befragten ein wichtiges Lebensziel dar. Dieser Meinung sind häufiger Perso-

⁵³ 67 % der Großstädter im Vergleich zu durchschnittlich 60 % der Personen anderer Einwohnergruppen. 69 % der Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen ab 3.000 € im Vergleich zu durchschnittlich 61 % der Personen anderer Einkommensgruppen. Durchschnittlich 73 % der „Liberal Gehobenen“ und „Hedonisten“ im Vergleich zu durchschnittlich 61 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

⁵⁴ 65 % der Personen bis 29 Jahre im Vergleich zu durchschnittlich 58 % der Personen aller anderen Altersgruppen. 65 % der Großstädter im Vergleich zu durchschnittlich 59 % der Personen anderer Einwohnergruppen. Durchschnittlich 65 % der Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen ab 2.000 € im Vergleich zu durchschnittlich 57 % der Personen anderer Einkommensgruppen. Durchschnittlich 73 % der „Liberal Gehobenen“ und „Reflexiven“ im Vergleich zu durchschnittlich 59 % der Personen anderer Typen alltäglicher Lebensführung.

nen bis 49 Jahren, die in Partnerschaften mit Kindern leben und eher Personen, die über ein monatliches Haushaltseinkommen ab 3.000 Euro verfügen. Nach der Typologie alltäglicher Lebensführung sind es vor allem Personen mit einer eher modernen Orientierung („Aufstiegsorientierte“, „Unterhaltungssuchende“ und „Reflexive“).⁵⁵

74 Prozent der Bürgerinnen und Bürger sind der Meinung, dass sich die Wohnungsgröße nicht nach ökologischen, sondern individuellen Kriterien richten sollte. Dieser Meinung sind vor allem – mit Blick auf die Typologie alltäglicher Lebensführung – Personen, die Milieus mit einem geringen Ausstattungsniveau und einer traditionellen oder teilmodernen Lebensorientierung zugeordnet werden können („Traditionelle Arbeiter“ und „Heimzentrierte“).⁵⁶ Interessanterweise handelt es sich dabei um die Personengruppen, deren Wohnraum aufgrund geringer finanzieller Ressourcen im Vergleich eher unterdurchschnittlich ausfällt.⁵⁷

Die Ergebnisse machen deutlich, dass die umweltbelastenden Folgen der Wohnformen zwar bekannt sind, diese aber mehrheitlich keinen Einfluss auf die persönlichen Präferenzen haben: Auch wenn große Wohnungen als umweltbelastend angesehen werden, soll doch der individuelle Wunsch für die Größe der eigenen Wohnung ausschlaggebend sein, auch wenn, wie bei den weniger begüterten Milieus, dieser Wunsch nur geringe Realisierungschancen hat. Und wenngleich das Einfamilienhaus am Stadtrand mit einer Zunahme des Verkehrs in Verbindung gebracht wird, überwiegt doch der Wunsch, ein eigenes Haus zu besitzen.

3.4.4 Veränderte Lebenssituation als Hauptgrund für den letzten Umzug

Je nachdem, wie die Menschen wohnen, haben sie die Chance, ein mehr oder weniger umweltgerechtes Verhalten zu praktizieren. Und wenn man sich die vorangegangenen Ergebnisse der Befragung anschaut, kann man davon ausgehen, dass sie um diese Chance wissen. Wenn die Menschen diese Chance wider besseres Wissen nicht nutzen, spielt möglicherweise die Zufriedenheit mit dem Gewohnten eine entscheidende Rolle. Wie sieht es aber aus, wenn tatsächlich ein Umzug ansteht? Von daher interessieren die Gründe und Motive für den letzten Umzug (Abbildung 16).

Ob Änderung der Familien- oder Haushaltsgröße oder der Auszug bei den Eltern – für fast zwei Drittel der Befragten (62 Prozent) liegt in der Veränderung der Lebenssituation einer der ausschlaggebenden Gründe, weshalb sie einen Umzug auf sich nehmen. Weitere 28 Prozent nennen den Umzug in eine größere Wohnung als Grund. Auch die Verringerung der Wohnkosten wird von 21 Prozent der Befragten genannt.

Die veränderte Lebenssituation wird vor allem von Personen bis 49 Jahre mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen zwischen 1.000 und unter 2.000 Euro als einer der drei wichtigsten Gründe für einen Umzug angegeben. Nach der Typologie alltäglicher Lebensführung sind es vor allem Personen, die Milieus mit einer teilmodernen Orientierung und einem niedrigen Ausstattungsniveau zugeordnet werden können („Heimzentrierte“).⁵⁸

Die Vergrößerung der Wohnung geben häufiger Personen zwischen 30 und 49 Jahren und mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen ab 2.000 Euro als einen der Gründe für den Umzug an. Nach der Typologie alltäglicher Lebensführung zählen hierzu Personen aus Milieus mit einer modernen Le-

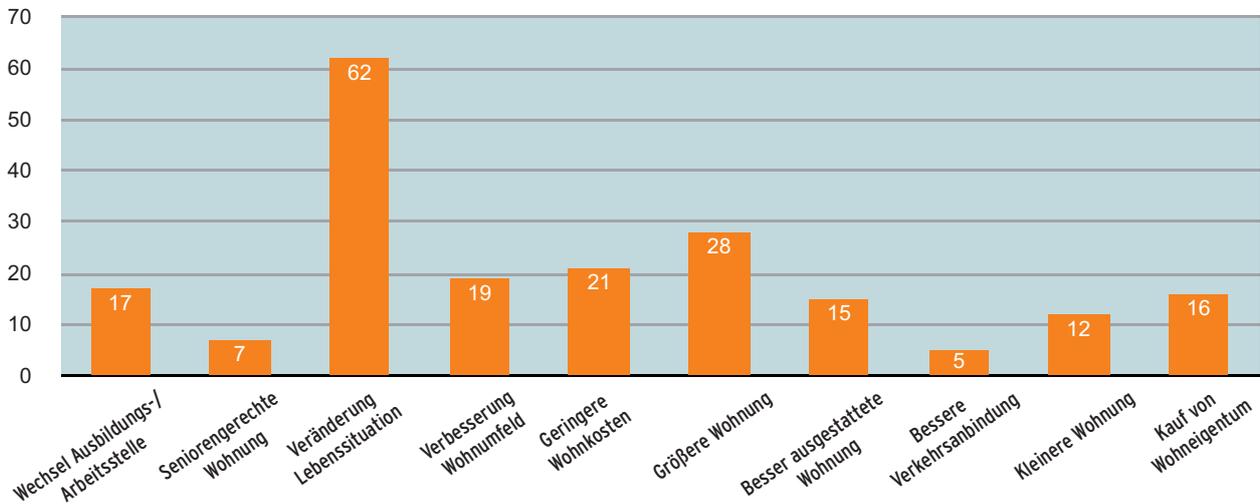
⁵⁵ Durchschnittlich 60 % der bis 49-Jährigen im Vergleich zu durchschnittlich 45 % der Personen aller anderen Altersgruppen. 64 % der Personen in Partnerhaushalten mit Kindern im Vergleich zu 48 % der Personen in anderen Haushaltsformen. 71 % der Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen ab 3.000 € im Vergleich zu durchschnittlich 47 % der Personen anderer Einkommensgruppen. Durchschnittlich 65 % der „Aufstiegsorientierten“, „Unterhaltungssuchenden“ und „Reflexiven“ im Vergleich zu durchschnittlich 45 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

⁵⁶ Durchschnittlich 81 % der „Traditionellen Arbeiter“ und „Heimzentrierten“ im Vergleich zu durchschnittlich 67 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

⁵⁷ „Traditionellen Arbeitern“ stehen durchschnittlich 70 m² Wohnfläche, „Heimzentrierten“ 79 m² zur Verfügung im Vergleich zum gesamten Durchschnitt von 83 m² Wohnfläche.

⁵⁸ Durchschnittlich 73 % der Personen bis 49 Jahre im Vergleich zu durchschnittlich 51 % der Personen aller anderen Altersgruppen. 66 % der Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von 1.000 bis unter 2.000 € im Vergleich zu durchschnittlich 57 % der Personen aller anderen Einkommensgruppen. Durchschnittlich 68 % der „Heimzentrierten“ im Vergleich zu durchschnittlich 58 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

Abbildung 16: Die wichtigsten Gründe für den letzten Umzug (Angaben in Prozent derjenigen, die Umzugsgründe genannt haben. Mehrfachnennungen möglich, bis zu drei wichtige Gründe)



Frage: Was waren die wichtigsten Gründe für Ihren letzten Umzug? (Auswahl von höchstens drei Gründen aus einer Liste. Nur für diejenigen Befragten, die vorher sagten, dass sie schon einmal umgezogen sind, N=1818. Insgesamt erfolgten 3649 Nennungen.)

bensorientierung und einem hohen Ausstattungsniveau („Reflexive“).⁵⁹

Geringere Wohnkosten spielen vor allem für Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen bis unter 2.000 Euro eine wichtige Rolle bei einem Umzug. Das trifft auch auf die älteste Altersgruppe über 65 Jahre zu. Mit Blick auf die Typen alltäglicher Lebensführung zählen zu dieser Gruppe vor allem Personen aus Milieus mit einem niedrigen Ausstattungsniveau und einer traditionellen Orientierung („Traditionelle Arbeiter“).⁶⁰

3.4.5 Akzeptanz nachhaltiger Alternativen des Wohnens: Gemeinschaftsstreben der jungen Singles, Versorgungsbedarf im Alter

Welche Chancen gibt es für die Entwicklung nachhaltiger Wohnformen? Um das Innovationspoten-

zial der Befragten im Bereich Wohnen zu ermitteln, wurde in der Umfrage auch die Bereitschaft zur Gründung von Wohngemeinschaften abgefragt.

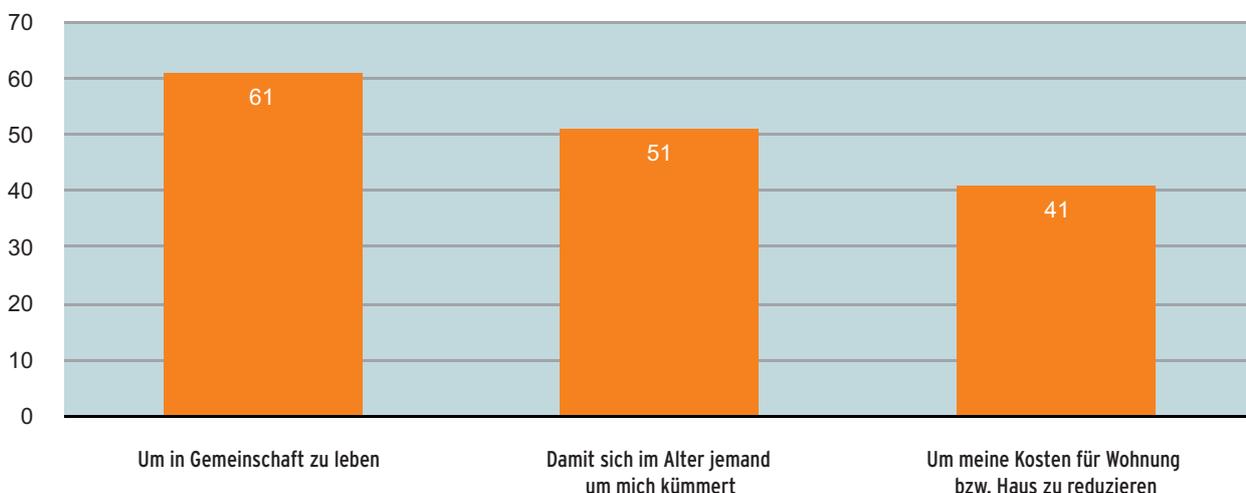
Rund 80 Prozent der Befragten liegt die Vorstellung, eine solche Lebensform selbst zu praktizieren, fern. Aber immerhin ein Fünftel der Befragten kann es sich vorstellen, irgendwann einmal mit anderen Menschen in gemeinschaftlichen Wohnformen zusammen zu leben, zum Beispiel durch Untervermietung, in Gemeinschaftssiedlungen oder Wohngemeinschaften. Die an neuen Wohnformen Interessierten, die sich gemeinschaftliche Wohnformen vorstellen können (N=413), sind vor allem Jüngere bis 29 Jahre und Ältere über 65 Jahre wie auch überwiegend Singles. Es sind vor allem Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen unter 1.000 Euro und ab 3.000 Euro.⁶¹

⁵⁹ 36 % der Personen zwischen 30 und 49 Jahren im Vergleich zu durchschnittlich 23 % der Personen aller anderen Altersgruppen. Durchschnittlich 39 % der Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen ab 2.000 € im Vergleich zu durchschnittlich 21 % der Personen aller anderen Einkommensgruppen. 53 % der „Reflexiven“ im Vergleich zu durchschnittlich 26 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

⁶⁰ Durchschnittlich 36 % der Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen unter 2.000 € im Vergleich zu durchschnittlich 12 % der Personen aller anderen Einkommensgruppen. 26 % der Personen über 65 Jahren im Vergleich zu durchschnittlich 20 % der Personen aller anderen Altersgruppen. 42 % der „Traditionellen Arbeiter“ im Vergleich zu durchschnittlich 20 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

⁶¹ Durchschnittlich 27 % der Personen bis 29 Jahren und der Personen über 65 Jahren im Vergleich zu durchschnittlich 18 % der Personen aller anderen Altersgruppen. Durchschnittlich 28 % der Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen bis unter 1.000 € und ab 3.000 € im Vergleich zu durchschnittlich 19 % der Personen anderer Einkommensgruppen. 28 % der Alleinstehenden ohne Kinder im Vergleich zu 15 % der Personen aller anderen Haushaltsformen.

Abbildung 17: Gründe für gemeinschaftliches Wohnen
(Angaben in Prozent derjenigen, die sich gemeinschaftliche Wohnformen vorstellen können)



Frage: Welche Gründe könnten hierfür eine Rolle spielen? (Nur für Personen, die sich vorstellen können, mit anderen Menschen in gemeinschaftlichen Wohnformen zusammenzuwohnen.) N=413

Diese Ergebnisse machen deutlich, dass gemeinschaftliches Wohnen vor allem beim Start ins selbstständige Leben oder am Ende des Berufslebens für attraktiv gehalten wird.

Bei den Gründen für neue Wohnformen stehen die Gemeinschaftsbedürfnisse weit oben. Diejenigen 20 Prozent, die neuen Wohnformen gegenüber aufgeschlossen sind, sehen aber zu einem beträchtlichen Teil auch die Kostenreduktion, die durch neue Wohnformen erreichbar ist. Das trägt sicher zu deren positivem Urteil bei.

3.4.6 Die meisten Bürgerinnen und Bürger erwarten höchstens geringe Folgen des Klimawandels für ihre persönliche Lebensführung

Auch wenn zurzeit im Bereich Wohnen und Wohnumfeld bei den meisten Bürgerinnen und Bürgern eine recht hohe Zufriedenheit herrscht: Das kann sich in Zukunft ändern, zum Beispiel aufgrund der Folgen des globalen Klimawandels.

Der Klimawandel ist wissenschaftlichen Erkenntnissen zufolge mit vielfältigen Folgen, wie Hochwasser,

Stürmen, Starkniederschlägen und Hitzewellen verbunden. Diese Ereignisse sind teilweise bereits heute auch in Deutschland erfahrbar und es ist davon auszugehen, dass Bürgerinnen und Bürger davon zukünftig in ihrer persönlichen Lebensführung deutlich beeinträchtigt werden. Ebenso können sie zu beträchtlichen Vermögensverlusten führen, wenn nicht rechtzeitig Vorsorgemaßnahmen getroffen werden.

Es zeigt sich allerdings, dass eine deutliche Mehrheit der deutschen Bevölkerung die möglichen zukünftigen Folgen des Klimawandels heute noch nicht als Bedrohung und Beeinträchtigung des eigenen Lebens ansieht (Tabelle 25).

Auffällig ist, dass sich vor allem die Jüngeren bis 29 Jahre nicht von den Folgen des Klimawandels betroffen fühlen. Einkommen und Bildung haben keinen Einfluss auf Unterschiede im Antwortverhalten. Den Typen alltäglicher Lebensführung zugeordnet, fühlen sich überwiegend Lebensführungstypen mit niedrigem Ausstattungsniveau („Traditionelle Arbeiter“, „Heimzentrierte“ und „Unterhaltungssuchende“) eher nicht betroffen.⁶²

⁶² Zum Beispiel bezogen auf „Hochwasserereignisse und Stürme führen zu Schäden an meinem Haus oder meiner Wohnung“: Durchschnittlich 87 % der „Traditionellen Arbeiter“, „Heimzentrierten“ und „Unterhaltungssuchenden“ im Vergleich zu durchschnittlich 76 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung. Bezogen auf „Hitzewellen beeinträchtigen mein körperliches Wohlbefinden oder meine Gesundheit“: 89 % der „Unterhaltungssuchenden“ im Vergleich zu durchschnittlich 62 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

Tabelle 25: Zukünftige Betroffenheit der Bürgerinnen und Bürger von den Folgen des Klimawandels
(Angaben in Prozent der Befragten)

	Sehr stark betroffen	Stark betroffen	Wenig betroffen	Überhaupt nicht betroffen
Hochwasserereignisse und Stürme führen zu Schäden an meinem Haus oder meiner Wohnung.	2	17	45	36
Hochwasserereignisse und Stürme bedrohen meine Gesundheit bzw. mein Leben.	3	9	45	43
Stürme, Starkniederschläge oder Hochwasser sowie deren Folgen schränken mich in meiner Mobilität ein.	3	19	41	37
Hitzewellen beeinträchtigen mein körperliches Wohlbefinden oder meine Gesundheit.	5	23	39	33
Hitzewellen beeinträchtigen meine Leistungsfähigkeit, z.B. am Arbeitsplatz.	4	21	37	38
Anhaltende Trockenperioden führen zu Einschränkungen in der Wasserverfügbarkeit und damit auch eingeschränkten Freizeitmöglichkeiten.	3	13	34	50

Frage: Im Folgenden nenne ich Ihnen verschiedene Folgen des Klimawandels, die Sie in Ihrer persönlichen Lebensführung betreffen können. Glauben Sie, dass Sie in Zukunft sehr stark, stark, weniger oder überhaupt nicht davon betroffen sind? N=2000

Die Folgen des Klimawandels sind ganz unterschiedlicher Art und werden von der Bevölkerung auch als unterschiedlich bedrohlich erachtet. So fürchten sich häufig Ältere über 65 Jahre vor der Gefahr durch Hitzewellen. Innerhalb der kleinen Gruppe, die starke Schäden durch Hochwasserereignisse und Stürme an ihrem Haus oder ihrer Wohnung fürchten, sind Männer stärker vertreten.

Nach den Typen alltäglicher Lebensführung fühlen sich Personen, die Milieus ab einem mittleren Ausstattungsniveau und traditioneller oder teilmoderner Orientierung zugeordnet werden können („Konven-

tionalisten“, „Aufstiegsorientierte“ sowie „Konservativ Gehobene“ und „Liberal Gehobene“), häufiger von den Folgen des Klimawandels betroffen. Diese Milieus verfügen aber oft auch über höhere Einkommen und Vermögen, daher können sie durch den Klimawandel auch mehr verlieren als die weniger begüterten Menschen.⁶³

3.4.7 Unterschiedliche Bewertung der Vorsorgemaßnahmen zur Klimaanpassung

Eine Mehrheit der Befragten (59 Prozent) fühlt sich bereits heute ausreichend über die Folgen des Klima-

⁶³ Zum Beispiel bezogen auf „Hochwasserereignisse und Stürme führen zu Schäden an meinem Haus oder meiner Wohnung“: Durchschnittlich 27 % der „Konventionalisten“, „Aufstiegsorientierten“ und „Hedonisten“ im Vergleich zu durchschnittlich 17 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung. Bezogen auf „Hitzewellen beeinträchtigen mein körperliches Wohlbefinden“: Durchschnittlich 35 % der „Konventionalisten“, „Aufstiegsorientierten“ sowie „Konservativ Gehobene“ und „Liberal Gehobene“ im Vergleich zu durchschnittlich 23 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

Tabelle 26: Vorsorgemaßnahmen zur Klimaanpassung (Angaben in Prozent der Befragten)

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Stimme eher nicht zu	Stimme überhaupt nicht zu
Ich fühle mich über die Risiken, die für mich persönlich mit den Folgen des Klimawandels verbunden sind, ausreichend informiert.	7	52	33	8
Ich denke, dass ich in ausreichendem Umfang persönliche Vorsorgemaßnahmen treffe.	13	45	30	12
Ich glaube, dass sich meine Stadt und Gemeinde hinreichend mit dem Thema auseinandersetzt und in ausreichendem Umfang Vorsorgemaßnahmen vorgenommen werden.	10	48	34	8

Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Bitte sagen Sie für jede dieser Aussagen, ob Sie voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zustimmen. N=2000

wandels informiert und meint, dass sie selbst (58 Prozent) wie auch ihre Gemeinde (58 Prozent) genügend Vorsorgemaßnahmen ergreifen. Haus- und Wohnungseigentümerinnen und -eigentümer sind in der Gruppe derjenigen, die den optimistischen Aussagen zur Vorsorge vor Folgen des Klimawandels voll und ganz oder eher zustimmen, verstärkt vertreten.

Persönlich ausreichend informiert zu sein und ausreichend Vorsorgemaßnahmen getroffen zu haben, meinen vor allem Personen mit einem monatlichen Haushaltseinkommen ab 3.000 Euro und die Hochgebildeten. Vor allem die traditional orientierten Lebensführungstypen mit einem mittleren Ausstattungsniveau („Konventionalisten“) fühlen sich genügend informiert über die Folgen des Klimawandels. Sie treffen ihrer Meinung nach auch genügend persönliche Vorsorgemaßnahmen.⁶⁴

Als persönlich nicht ausreichend informiert betrachten sich oft die Älteren über 65 Jahre und die formal niedriger Gebildeten.⁶⁵ Selbst nicht ausreichend vorgesorgt zu haben, glauben vor allem die Jüngeren bis 29 Jahre.⁶⁶ Sie sind es, die auch mit der Vorsorge ihrer Gemeinden nicht zufrieden sind.

Personen in den Einkommensgruppen unter 2.000 Euro sind sowohl mit ihrem Informationsgrad, mit ihren eigenen Vorsorgemaßnahmen als auch denen der Gemeinden unzufrieden. Nach den Typen alltäglicher Lebensführung meinen Personen, die modern orientierten Milieus mit einem mittleren Ausstattungsniveau („Hedonisten“) zugeordnet werden können, dass sie nicht genug vorgesorgt haben.⁶⁷

⁶⁴ Aussage „Fühle mich über Risiken [...] ausreichend informiert“ – „stimme voll und ganz zu“ und „stimme eher zu“: 72 % der Personen mit einem monatlichen Haushaltseinkommen ab 3.000 € im Vergleich zu durchschnittlich 52 % der Personen anderer Einkommensgruppen. 78 % der „Konventionalisten“ im Vergleich zu durchschnittlich 57 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung. Aussage „Dass ich [...] persönliche Vorsorgemaßnahme treffe“ – „stimme voll und ganz zu“ und „stimme eher zu“: 74 % der Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen ab 3.000 € im Vergleich zu durchschnittlich 48 % der Personen anderer Einkommensgruppen. 62 % der Hochgebildeten im Vergleich zu durchschnittlich 56 % der Personen anderer Bildungsgruppen. 75 % der „Konventionalisten“ im Vergleich zu durchschnittlich 57 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

⁶⁵ Aussage „Fühle mich über Risiken [...] ausreichend informiert“ – „stimme eher nicht“ und „stimme überhaupt nicht zu“: 47 % der über 65-Jährigen im Vergleich zu durchschnittlich 40 % der Personen anderer Altersgruppen. 44 % der formal niedriger Gebildeten im Vergleich zu durchschnittlich 38 % der Personen aller anderen Bildungsgruppen.

⁶⁶ Aussage „Dass ich ausreichend [...] persönliche Vorsorgemaßnahmen treffe“ – „stimme eher nicht zu“ und „stimme überhaupt nicht zu“: 52 % der bis 29-Jährigen im Vergleich zu durchschnittlich 40 % der Personen aller anderen Altersgruppen.

⁶⁷ So zum Beispiel: Aussage „Fühle mich über Risiken [...] ausreichend informiert“ – „stimme eher nicht zu“ und „stimme überhaupt nicht zu“: Durchschnittlich 57 % der Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen unter 2.000 € im Vergleich zu durchschnittlich 34 % der Personen anderer Einkommensgruppen. 57 % der „Hedonisten“ im Vergleich zu durchschnittlich 36 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

3.4.8 Noch wenig persönliche Vorsorge gegenüber den Folgen des Klimawandels

Die Bürgerinnen und Bürger wurden auch danach gefragt, wie sie sich konkret auf mögliche Folgen des Klimawandels einstellen und ob sie in Zukunft konkrete Vorsorgemaßnahmen planen.

Wie sich zeigt, bereiten sich bislang nur ein Viertel maximal die Hälfte der Befragten auf die verschiedenen Folgen des Klimawandels vor. Von denen, die bisher keine Vorsorgemaßnahmen getroffen haben, ist die Mehrheit auch in Zukunft nicht bereit, solche zu treffen. Obwohl sie sich über die Folgen des Klima-

wandels gut informiert fühlen, beziehen die meisten Befragten – wie schon oben deutlich wurde (siehe Tabelle 25) – die Folgen des Klimawandels nicht auf sich selbst.

Vorsorge gegenüber den Folgen des Klimawandels treffen überwiegend Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen zwischen 2.000 und bis unter 3.000 Euro, Personen zwischen 50 und 65 Jahren und Personen mit einer hohen Bildung. Hinsichtlich der Typen alltäglicher Lebensführung finden sich hier Bürgerinnen und Bürger, die Milieus mit einem mittleren bis hohen Ausstattungsniveau

Tabelle 27: Persönliche Vorsorge gegenüber den Folgen des Klimawandels (Angaben in Prozent der Befragten)

	Ja	Nein	Weiß nicht
Ich versichere mein Haus bzw. meine Wohnung im Rahmen einer „Elementarschadenversicherung“ gegen klimabedingte Schäden durch Hochwasser, Erdbeben und Lawinen.	34	59	7
Bei Nein/Weiß nicht: Werden Sie dies zukünftig tun?	6	47	13
Ich informiere mich darüber, wie ich mich im Katastrophenfall, z.B. Extremwetterereignisse oder Hochwasser, verhalten sollte.	38	57	5
Bei Nein/Weiß nicht: Werden Sie dies zukünftig tun?	10	38	14
Ich nutze Warn- und Informationsdienste wie Polleninformationsdienste, Hitzewarndienste, Hochwasserwarn- oder -informationsdienste.	41	56	3
Bei Nein/Weiß nicht: Werden Sie dies zukünftig tun?	7	38	14
Ich stelle meine Freizeit- oder Urlaubsplanung um, z.B. meide ich besonders anstrengende Aktivitäten bei Hitze oder heiße Urlaubsregionen.	50	46	4
Bei Nein/Weiß nicht: Werden Sie dies zukünftig tun?	5	37	8
Ich ändere meine Wintersportaktivitäten.	26	64	10
Bei Nein/Weiß nicht: Werden Sie dies zukünftig tun?	2	55	16

Frage: Als Bürgerin oder Bürger haben Sie selbst die Möglichkeit, sich auf die Folgen des Klimawandels einzustellen und vorzubeugen. Bitte sagen Sie mir, ob folgende Aussagen auf Sie zutreffen mit Ja, Nein oder Weiß nicht. N=2000

und einer traditionellen bis teilmodernen Orientierung zugeordnet werden können („Konventionalisten“, „Aufstiegsorientierte“ und „Liberal Gehobene“).⁶⁸

Demgegenüber treffen Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen zwischen 1.000 und bis unter 2.000 Euro eher weniger Vorsorgemaßnahmen. Diejenigen, die eher weniger vorsorgen, sind zumeist auch jüngere Personen bis 29 Jahre und jene mit einer niedrigen formalen Bildung. Ausgewertet nach den Typen alltäglicher Lebensführung sind es vor allem Personen aus Milieus mit einem niedrigen Ausstattungsniveau („Traditionelle Arbeiter“, „Heimzentrierte“ und „Unterhaltungssuchende“).⁶⁹

Auch im Bereich Wohnen zeigen die Ergebnisse ein bekanntes Muster, das bisher immer als Kluft zwischen Bewusstsein und Verhalten beschrieben wurde: Das Bewusstsein über Umwelteffekte des Wohnens und die Einsicht in die Notwendigkeit, neue Wohn- und Siedlungsformen zu etablieren, ist recht weit verbreitet. Aber diese Einsicht hat augenscheinlich keine Effekte auf die Handlungsbereitschaften oder Präferenzen der Menschen. Dass die Folgen des Klimawandels auch hierzulande spürbar sein werden und persönliche Anpassungen erforderlich machen, ist zwar weitgehend bekannt, hat aber kaum praktische Änderungen im Alltag zur Folge.

Diese Studie bleibt aber nicht bei der Feststellung dieser Tatsache stehen, sondern fragt nach den Barrieren und sucht nach Potenzialen für Veränderungen. Die Ergebnisse im Bereich Wohnen, wie in den anderen abgefragten Handlungsfeldern zeigt eine sehr große und weit verbreitete Zufriedenheit mit den bestehenden Verhältnissen, obwohl es in Bezug auf die

Zukunft und Zukunftsfähigkeit ein recht großes Problembewusstsein gibt. Es stellt sich die Frage, ob gerade diese große Zufriedenheit eine der Barrieren ist, sich mit möglichen Alternativen zu heutigen Alltagspraktiken auseinanderzusetzen. Das legen zumindest die Ergebnisse aus Kapitel 3.1 zur Mobilität nahe.

Denn die unmittelbar wahrnehmbaren Probleme der Mobilität führen unter anderem dazu, dass fast drei Viertel der Befragten eine Stadtentwicklung, die weniger vom Auto abhängig ist, und die Schaffung verkehrsberuhigter Wohngebiete als wichtige verkehrsentlastende Maßnahmen befürworten.

Die Frage nach den Barrieren und Potenzialen für Verhaltensänderungen ist Gegenstand des nächsten Kapitels. Als Zugang wurde die milieuspezifische Perspektive gewählt.

⁶⁸ Bezogen auf einen Summenindex über alle Vorsorgemaßnahmen (überwiegend mit JA beantwortet): 41 % der Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen zwischen 2.000 bis unter 3.000 € im Vergleich zu durchschnittlich 19 % der Personen aller anderen Einkommensgruppen. 38 % der Personen im Alter zwischen 50 bis 65 Jahren im Vergleich zu durchschnittlich 29 % der Personen aller anderen Altersgruppen. 39 % der Hochgebildeten im Vergleich zu durchschnittlich 30 % der Personen aller anderen Bildungsgruppen. Durchschnittlich 43 % der „Konventionalisten“, „Aufstiegsorientierten“ und „Liberal Gehobenen“ im Vergleich zu durchschnittlich 29 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung..

⁶⁹ Bezogen auf einen Summenindex über alle Vorsorgemaßnahmen (überwiegend mit NEIN beantwortet): 72 % der Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen zwischen 1.000 bis unter 2.000 € im Vergleich zu durchschnittlich 63 % der Personen aller anderen Einkommensgruppen. 76 % der Personen bis 29 Jahre im Vergleich zu 64 % der Personen aller anderen Altersgruppen. 71 % der formal niedrig Gebildeten im Vergleich zu durchschnittlich 64 % der Personen aller anderen Bildungsgruppen. Durchschnittlich 77 % der „Traditionellen Arbeiter“, „Heimzentrierten“ und „Unterhaltungssuchenden“ im Vergleich zu durchschnittlich 59 % der Personen aller anderen Typen alltäglicher Lebensführung.

Potenziale für nachhaltige L milieuspezifisc



Lebensführung in neuer Perspektive



4 Potenziale für nachhaltige Lebensführung in milieuspezifischer Perspektive

Wie die Analysen in den vier untersuchten Handlungsbereichen Mobilität, Lebensmittelkonsum, Haushaltsorganisation und Wohnen ergeben haben, bestehen für die Befragten vielfältige Barrieren, aber auch Potenziale im Hinblick auf stärker nachhaltig ausgerichtete Orientierungsmuster und Verhaltensweisen.

Die in den vorigen Kapiteln vorgestellten Umfragedaten zeigen, dass die Problematik des alltäglichen Verhaltens im Hinblick auf Umweltschutz und Nachhaltigkeit offenbar erkannt wird. Ebenso ist vielen Befragten bewusst, dass Verhaltensänderungen notwendig sind. Dabei handelt es sich aber nur um ein latentes Veränderungspotenzial, denn es ist nur eine Minderheit, die eine für diese Veränderungen notwendige Innovationsbereitschaft erkennen lässt. Daher stellt sich die Frage, was einer Entfaltung des vorhandenen Veränderungspotenzials im Wege steht. Welche Pfadabhängigkeiten in Kultur und Gesellschaft stärken die alltäglichen Gewohnheiten und Routinen wider das bessere Wissen und die grundsätzliche Veränderungsbereitschaft?

4.1 Traditionalität oder Modernität der Orientierungen sowie das vorhandene Ausstattungsniveau sind wesentliche Determinanten von Lebensstilen

Die Beschreibung und Analyse gesellschaftlicher Trends und kultureller Entwicklungen sowie deren Auswirkungen auf das Alltagsleben und die Werthaltungen der Menschen ist insbesondere Aufgabe der Sozialwissenschaften. Wesentlich ist hierfür eine differenzierte Erfassung und Abbildung von Lebensstilen sowie die Analyse von deren Auswirkungen auf die Orientierungs- und Verhaltensmuster in unterschiedlichen sozialen Milieus.

In modernen Gesellschaften ist immer eine Vielzahl unterschiedlicher Lebensstile vorzufinden. Die jeweiligen Ausformungen von Umweltbewusstsein und Umweltverhalten sind von diesen Lebensstilen genauso geprägt wie die Praktiken und Routinen des alltäglichen Lebens.

Schon die Umweltbewusstseinsstudien 2008 und 2010 enthielten soziostrukturelle Analysen, um das Umweltbewusstsein und das Umweltverhalten vor dem Hintergrund verschiedener Lebensstile differenziert darstellen zu können. In der vorliegenden Studie wird zu diesem Zweck erstmals das Milieu-Modell der „Typen alltäglicher Lebensführung“ von Gunnar Otte (2004, 2005) verwendet.

Das Modell wurde von Otte auf der Grundlage der Prüfung und Diskussion bereits vorhandener sozialwissenschaftlicher Lebensstil- und Milieumodelle erarbeitet und mit eigenen empirischen Untersuchungen auf seine Anwendbarkeit und Zuverlässigkeit überprüft. Es versteht sich als integrativer Ansatz, in dem die vorliegenden Ergebnisse und Erkenntnisse der bisherigen sozialwissenschaftlichen Lebensstilforschung gebündelt und auf ihre wesentlichen Determinanten reduziert werden. Aus dieser Verknüpfung und Verdichtung der bislang recht uneinheitlichen Lebensstilforschung sind sowohl ein integratives Modell als auch ein vielseitig einsetzbares Erhebungsinstrument hervorgegangen.

Vor allem zwei Gründe sprechen für die Anwendung dieses Modells: Zum einen lässt sich mit ihm ein hoher Erhebungsaufwand vermeiden, da die Lebensstile mit wenigen Fragen ermittelt werden können. Aufgrund der guten Erfahrungen, die mit der Kurzform zur Erhebung der „Typen alltäglicher Lebensführung“ in unterschiedlichen Anwendungsbereichen erzielt wurden, fand diese auch in der vorliegenden Studie Anwendung. Zum anderen steht dieses Modell – im Gegensatz zu anderen, die auch in der Marktforschung verwendet werden – der wissenschaftlichen Gemeinschaft zur freien Nutzung zur Verfügung. Die gute Dokumentation der Kurzform und der freie Zugang zu ihr ermöglichen es, bei sozialwissenschaftlichen Untersuchungen zu ganz verschiedenen Themen mit demselben Milieu-Modell zu arbeiten (Otte 2012).

In dem hier verwendeten Modell von Otte werden zwei grundlegende Dimensionen alltäglicher Lebensführung unterschieden. Die eine Dimension erfasst das Ausstattungsniveau der Befragten, die andere die Modernität oder Traditionalität ihrer Orientierungen

und Werthaltungen. Bei der Anwendung des Modells wird das Ausstattungsniveau teils mit ökonomischen Indikatoren erfasst, teils mit kulturellen Indikatoren.⁷⁰ Für die graduelle Unterscheidung von Modernität oder Traditionalität werden Wertorientierungen erhoben.⁷¹

Auf diese Weise können die Befragten je nach ihren Antworten auf diese speziellen Fragen einem Lebensführungstyp zugeordnet werden. Ein solcher Typ zeichnet sich nach Otte durch eine „hypothetische Handlungslogik“ aus, die in idealtypischer Weise die jeweils wichtigsten Charakteristika des Typs beschreibt. Das Modell bildet also keine konkreten Menschen ab, sondern arbeitet die Unterscheidungsmerkmale verschiedener Lebensführungstypen heraus. Diese Unterscheidungen sind im konkreten alltäglichen Handeln immer nur annäherungsweise zu finden. Dennoch sind sie für die herrschenden Formen der soziokulturellen Differenzierung sowie für die Entstehung gesellschaftlicher Trends bedeutsam.

In Tabelle 28 ist die quantitative Verteilung der Typen alltäglicher Lebensführung dargestellt. Die in dieser Studie erfassten Typen zeichnen sich durch eine recht gleichmäßige Verteilung hinsichtlich Geschlecht und Haushaltssituation aus. Sie unterscheiden sich häufig hinsichtlich Alter, Bildung und monatlichem Haushaltsnettoeinkommen. In anderen repräsentativen Erhebungen in Deutschland, die ebenfalls dieses Lebensführungsmodell verwendet haben, zeigten sich ganz ähnliche Muster.

In den folgenden Kapiteln werden diese Typen beschrieben. Dabei spielen sowohl ihre zentralen Charakteristika im Kontext des Modells als auch ihre dominanten Orientierungsmuster und Verhaltensweisen im Bereich Umweltbewusstsein und Umweltverhalten eine Rolle. Die Darstellung orientiert sich an besonders auffälligen Antwortmustern, durch die sich die jeweiligen Lebensführungstypen von anderen Typen deutlich unterscheiden. Da das Ausstattungsniveau meist stark mit soziodemografischen

Tabelle 28: Verteilung der Typen alltäglicher Lebensführung 2012 (Angaben in Prozent der Befragten, N=2000)

Ausstattungsniveau

Gehoben	Konservativ Gehobene	Liberal Gehobene	Reflexive
	2	10	4
Mittel	Konventionalisten	Aufstiegsorientierte	Hedonisten
	7	26	7
Niedrig	Traditionelle Arbeiter	Heimzentrierte	Unterhaltungssuchende
	10	27	7
	Traditional/ biografische Schließung	Teilmodern/ biografische Konsolidierung	Modern/ biografische Offenheit

*Modernität/
biografische Perspektive*

⁷⁰ Die entsprechenden Fragen hierzu lauteten: „Als nächstes würden wir Ihnen gern ein paar Fragen zu Ihrem Lebensstil stellen. Ich habe hier eine Liste mit Beschreibungen, wie man seinen Alltag gestalten kann. Bitte sagen Sie mir für jede, ob sie für Sie persönlich voll und ganz zutrifft, eher zutrifft, eher nicht zutrifft oder überhaupt nicht zutrifft.“ Aussage: „Ich pflege einen gehobenen Lebensstandard.“ „Sagen Sie mir bitte bei den folgenden Freizeitaktivitäten, ob Sie sie oft, manchmal, selten oder nie ausüben. Aussagen: „Kunstaussstellungen oder Galerien besuchen“, „Bücher lesen“. „Wie häufig lesen Sie eine überregionale Tageszeitung wie die „FAZ“ oder die „Süddeutsche Zeitung“ – oft, manchmal, selten oder nie?“ „Wenn Sie einmal in ein Restaurant richtig gut Essen gehen, wie viel Euro geben Sie dann maximal pro Person – inklusive Getränke – aus?“

⁷¹ Die entsprechenden Fragen hierzu lauteten: „Als nächstes würden wir Ihnen gern ein paar Fragen zu Ihrem Lebensstil stellen. Ich habe hier eine Liste mit Beschreibungen, wie man seinen Alltag gestalten kann. Bitte sagen Sie mir für jede, ob sie für Sie persönlich voll und ganz zutrifft, eher zutrifft, eher nicht zutrifft oder überhaupt nicht zutrifft.“ Aussagen: „Ich gehe viel aus.“ „Ich lebe nach religiösen Prinzipien.“ „Ich halte an alten Traditionen meiner Familie fest.“ „Ich genieße das Leben in vollen Zügen.“ „Mein Leben gefällt mir dann besonders gut, wenn ständig etwas los ist.“

Variablen zusammenhängt, die in den vorstehenden Kapiteln bereits ausführlich angesprochen wurden, ist die Darstellung in diesem Kapitel vorrangig an der Differenz von Traditionalität beziehungsweise Modernität der Orientierungen ausgerichtet.

Damit sollen typenspezifische Hinweise auf Barrieren und Potenziale herausgearbeitet werden, die in den jeweiligen Milieus die Veränderungsbereitschaft zu mehr Nachhaltigkeit im Alltag behindern oder fördern.

4.2 Traditionelle Pflicht- und Akzeptanzwerte fördern ressourcensparendes Verhalten, leiden aber am Mangel kultureller Anerkennung

Etwa 20 Prozent der Befragten der vorliegenden Studie lassen sich mit dem verwendeten Modell alltäglicher Lebensführung (Otte 2004) den eher traditionell und konservativ ausgerichteten Milieus zuordnen. In der aktuellen Lebensstilforschung kommt traditionellen Orientierungen eine besondere Bedeutung zu.

„Traditionelle“ Werte wie Disziplin, Fleiß, Bescheidenheit, Unterordnungs- und Anpassungsbereitschaft bilden sich häufig erst im Laufe des Erwachsenenalters heraus, während das „moderne“ Interesse an persönlicher Selbstentfaltung eher dem Jugendalter zuzuordnen ist, also den jüngeren Menschen innerhalb einer Generation. Deren Experimentierfreude und Interesse am Kennenlernen anderer Kulturen und Lebensmöglichkeiten können als „biografische Offenheit“ interpretiert werden. Mit zunehmendem Alter, Eintritt in das Berufsleben und Gründung einer Familie tritt dann oft die Notwendigkeit einer biografischen Konsolidierung auf, die wiederum als Festlegung auf bereits eingegangene Verpflichtungen und Abhängigkeiten bewertet werden kann. Im weiteren Lebensverlauf verfestigt sich diese Festlegung häufig in der „Gesundheits- und Sicherheitsorientierung älterer Personen“ (Otte 2005: 450) und kann auf eine biografische Schließung hinauslaufen.⁷²

Diesen Überlegungen zufolge können sich Orientierungen sowohl im Laufe des Lebens langsam verändern als sich auch wegen verschiedener biografischer Ereignisse im Lebenslauf wandeln. Diese Betrachtung bedeutet aber keine Festlegung derart, dass ältere Menschen stets traditionelle und jüngere stets moderne Werte vertreten würden. Insbesondere traditionelle Pflicht- und Akzeptanzwerte stehen vielmehr in einem Spannungsverhältnis zwischen der soziokulturellen Dynamik des gesellschaftlichen Wertewandels auf der einen Seite – zu dem nicht zuletzt auch die Entwicklung eines breiten Umweltbewusstseins in der Bevölkerung gehört – und dem jeweils individuellen Lebensverlauf auf der anderen Seite. Das wird auch deutlich, wenn man die einzelnen im Modell unterschiedenen Typen der Lebensführung betrachtet.

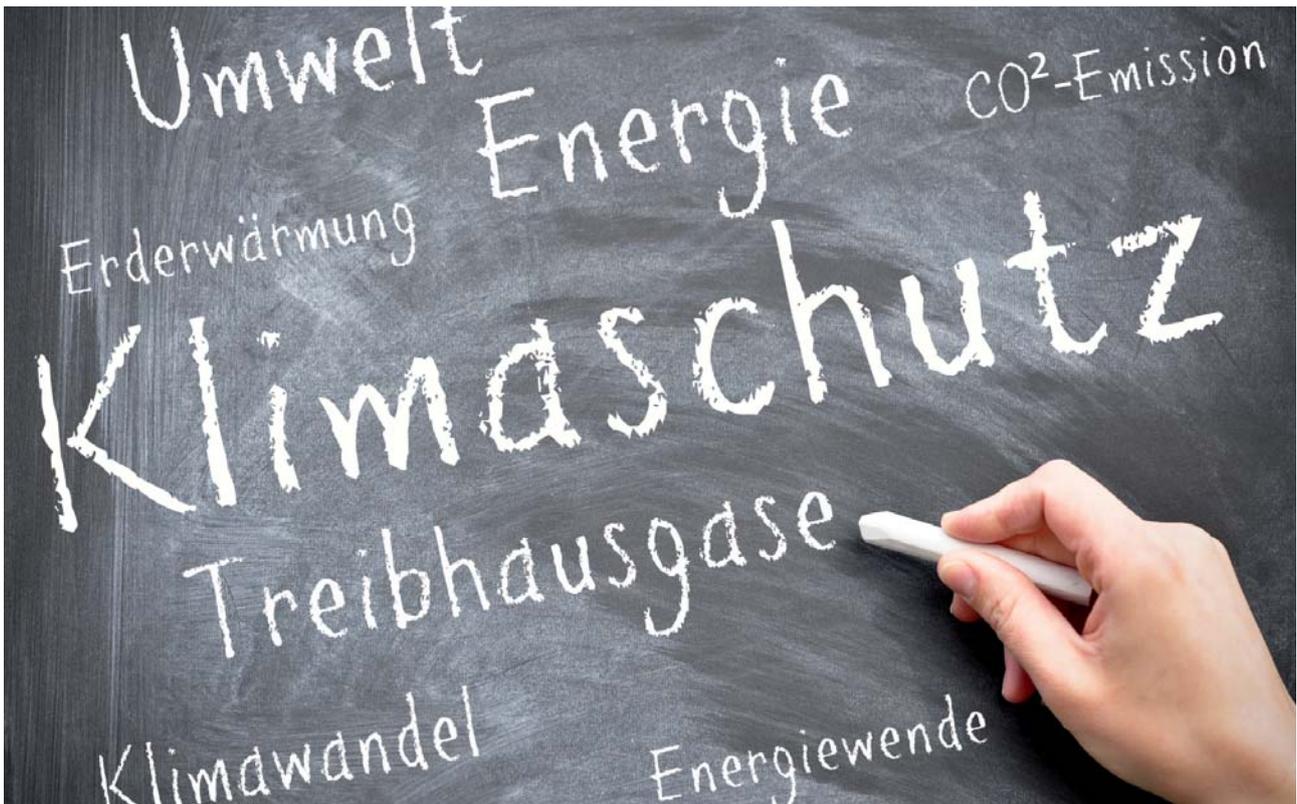
Die Ergebnisse zu biografischen Anlässen für Verhaltensänderungen im Alltag sind in Kapitel 3 dargestellt. Im Folgenden geht es um die Ebene der oben erwähnten hypothetischen Handlungslogik, um weitere Hinweise auf Veränderungsmöglichkeiten zu mehr Nachhaltigkeitsorientierung im Alltag zu gewinnen.

4.2.1 Barrieren und Potenziale für Nachhaltigkeit des Lebensführungstyps der „Traditionellen Arbeiter“

Dieser Lebensführungstyp verfügt über ein niedriges Ausstattungsniveau und eine geringe Formalbildung. Das monatliche Haushaltsnettoeinkommen liegt überdurchschnittlich häufig zwischen 1.000 und bis unter 2.000 Euro. „Traditionelle Arbeiter“ finden sich in den Umfragedaten der vorliegenden Studie in allen Altersklassen, aber etwas häufiger bei den Älteren über 65 Jahre. Die Grundeinstellung ist von Bescheidenheit und einer hohen Wertschätzung sozialer Sicherheit gekennzeichnet. Vertreter dieses Typs nehmen oft aktiv am Vereinsleben teil und schätzen eher volkstümliche Kulturformen.

„Traditionelle Arbeiter“ sind häufig davon überzeugt, dass der Umwelt- und Klimaschutz zurücktreten

⁷² Eine knappe Begründung dieser Entscheidungen der Modellkonstruktion und eine Aufzählung der dabei verwendeten Lebensstilanalysen findet sich bei Otte (2005: 447-453). Theoretischer Hintergrund ist ein sogenanntes „Investitionsparadigma“ (452), das davon ausgeht, dass von den Menschen getätigte Lebensentscheidungen sich als Investitionen beim Aufbau eines Ausstattungsniveaus sowie beim Bemühen um soziale Anerkennung und Wertschätzung in den eigenen sozialen Netzwerken interpretieren lassen.



muss, damit Wohlstand gesichert, Arbeitsplätze geschaffen und für soziale Gerechtigkeit gesorgt werden kann. Den derzeitigen Umfang umweltpolitischer Maßnahmen der Bundesregierung halten sie für ausreichend.

Obwohl die meisten „traditionellen Arbeiter“ genau wie die große Mehrheit der Bevölkerung ihre alltäglichen Wege mit dem Auto erledigen, ist hier ein überdurchschnittlich hoher Anteil an Fußgängern zu verzeichnen. Die öffentlichen Verkehrsmittel nehmen viele von ihnen als unbequem wahr. Sie bezweifeln auch, dass ein Mietauto in der Großstadt praktisch sein könnte. Die Themen Elektromobilität und Car-Sharing halten „traditionelle Arbeiter“ auf sich selbst bezogen eher für irrelevant.

Lebensmittel kauft dieser Typ bevorzugt nach funktionalen Gesichtspunkten ein. Viele von ihnen haben noch nie Bio-Produkte gekauft. Fair Trade-Produkte sind für sie kaum überzeugend und werden außerdem für zu teuer gehalten.

Maßnahmen, die zu mehr Nachhaltigkeit im eigenen Haushalt führen können, schätzen sie überwiegend als unbedeutend ein. Das Ausleihen von Geräten, die im Alltag nicht ständig gebraucht werden, erscheint

ihnen wenig attraktiv. Der „Blaue Engel“ ist vielen von ihnen unbekannt.

„Traditionelle Arbeiter“ wohnen überdurchschnittlich häufig in einer Mietwohnung, mit der sie jedoch oft nicht zufrieden sind. Viele von ihnen können sich vorstellen, mit anderen in einer Wohngemeinschaft zusammenzuleben.

Dieser Lebensführungstyp ist durch ein überwiegend niedriges Einkommen und niedrige formale Bildung benachteiligt. Auf Basis der Befragungsdaten gesehen, scheinen diese Menschen auf den ersten Blick nur wenig Innovationspotenzial für einen nachhaltigen Wandel von Alltagspraktiken aufzuweisen. Gleichzeitig ist aber zu bedenken, dass im Gegensatz zu Milieus mit einem höheren Ausstattungsniveau die „traditionellen Arbeiter“ allein schon wegen des Mangels an Ressourcen in der Regel nur geringe Umweltbelastungen verursachen können. Das aber bewerten weder sie selber noch die meisten Angehörigen der anderen Milieus als wertvolles Verdienst – teilweise wird den traditionellen Werten dieses Milieus wenig Wertschätzung entgegengebracht. Dabei ist Werten wie Sparsamkeit, Solidaritätsbereitschaft und Selbstdisziplin aus der Perspektive der Nachhaltigkeit wieder mehr gesellschaftliche Anerkennung beizumessen. Zudem können soziale Innovationen,



wie zum Beispiel die Strategie des „Nutzens statt Besitzen“, für Menschen mit wenigen materiellen Ressourcen eine Verbesserung der Lebensqualität bedeuten. Diese Strategien zu fördern und gesellschaftsweit bekannt zu machen, sollte daher zu einem wichtigen politischen Ziel werden. Daher wird für diesen Typ eine Politik benötigt, die Teilhabemöglichkeiten durch Empowerment und Einbezug in gesellschaftliche Prozesse maßgeblich fördert. Das gilt ganz besonders für die jüngeren Menschen, die diesem Typ entsprechen – resignative Haltungen und das Gefühl einer steten Benachteiligung können sonst politisch höchst unerwünschte Folgen haben.

4.2.2 Barrieren und Potenziale für Nachhaltigkeit des Lebensführungstyps der „Konventionalisten“

Bei den „Konventionalisten“ handelt es sich um einen traditionell orientierten Lebensführungstyp auf mittlerem Ausstattungsniveau. Ältere zwischen 50 bis 65 Jahre sind bei den Befragten der Umweltbewusstseinsstudie häufiger hier einzuordnen. Sie haben eine höhere Bildung und ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen zwischen 2.000 und bis unter 3.000 Euro. Auch diese Menschen sind vorrangig an Pflichten orientiert und legen Wert auf Sicherheit. Weiterhin zeichnen sie sich durch einen Hochkulturkonsum mit populärer Ausrichtung, eine konservativ-religiöse Moral und einer Orientierung an häuslicher Idylle aus.

„Konventionalisten“ sorgen in der Regel gegenüber den möglichen Folgen des Klimawandels vor. Hinsichtlich des umweltpolitischen Engagements der Bundesregierung zeigen sie aber kein klares Typen-Profil. Auch bei der Beurteilung des Stellenwertes von Umwelt- und Klimaschutz im Vergleich zu anderen Herausforderungen in der Politik ergibt sich kein eindeutiges Antwortmuster.

Mehr als andere sind „Konventionalisten“ neben dem Auto regelmäßig mit dem Fahrrad unterwegs. Die öffentlichen Verkehrsmittel erscheinen auch ihnen eher unbequem. Mietautos in der Großstadt bewerten sie aber als praktisch. Sie interessieren sich auch häufiger für Car-Sharing-Modelle und stehen umweltentlastenden Verkehrsmaßnahmen grundsätzlich aufgeschlossen gegenüber.

Die „Konventionalisten“ sind häufiger an regionalen und saisonalen Produkten interessiert, zeigen aber kein besonderes Interesse an fair gehandelten oder Bio-Produkten. Sie geben an, sich in ihrer Haushaltsführung bereits an Nachhaltigkeitskriterien zu orientieren und sind davon überzeugt, dass diese Maßnahmen auch zukünftig an Bedeutung zunehmen. Beim Einkauf achten sie auf den „Blauen Engel“.

„Konventionalisten“ wohnen gleichermaßen zur Miete wie in der eigenen Wohnung oder im eigenen Haus. Die Wohnfläche ihrer Wohnungen ist häufig

eher großzügig bemessen. Allerdings erscheinen ihnen große Wohnungen, in denen nur wenige Menschen wohnen, als umweltbelastend. Ihrer Meinung nach sollte sich daher die Wahl der Wohnung eher nach ökologischen Kriterien als individuellen Bedürfnissen richten. Hieran werden die Widersprüche zwischen der Einsicht in Veränderungsnotwendigkeiten und der persönlichen Veränderungsbereitschaft dieser Gruppe sehr deutlich.

Insgesamt gilt der Umweltschutz den „Konventionalisten“ als eines von mehreren Problemen, die gelöst werden müssen. Dabei setzen sie auf pragmatische Lösungen. Die auch für dieses Milieu besonders wichtigen Pflicht- und Akzeptanzwerte zeigen hier ihre Grenzen: Die von den „Konventionalisten“ bereits realisierten alternativen Praktiken beschränken sich weitgehend auf den erlebten Nahbereich, in dem sie sich bewusst um eine ressourcensparende Lebensweise bemühen.

Dieser Lebensführungstyp kann wegen seiner Pflichtorientierung ein wichtiger Partner für den Weg in die gesellschaftliche Zukunftsfähigkeit sein. Der Beitrag von Menschen mit traditionellen Werten besteht vorrangig in deren hohen Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen und staatliche Maßnahmen zu unterstützen. Aber um diese Menschen für Nachhaltigkeit wirklich zu gewinnen, muss auch ihr potenzieller Beitrag erheblich mehr gesellschaftliche Anerkennung finden. Ebenso sollte noch deutlicher werden, dass „Konventionalismus“ – im Sinne einer gesetzestreuen Mitwirkungsbereitschaft – weit mehr sein kann als eine bloße Anpassung an bestehende Verhältnisse. Es gilt daher, sowohl die dafür förderlichen gesetzlichen Rahmenbedingungen zu schaffen als auch die politische Bedeutsamkeit von Pflicht- und Akzeptanzwerten oder Sekundärtugenden für die Sicherung gesellschaftlicher Zukunftsfähigkeit wieder ins kulturelle Gedächtnis zu rufen.

4.2.3 Barrieren und Potenziale für Nachhaltigkeit des Lebensführungstyps der „Konservativ Gehobenen“

Dieser Lebensführungstyp zeichnet sich durch ein hohes Ausstattungsniveau aus und verfügt über ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von 3.000 Euro und mehr. Auch die „Konservativ Gehobenen“ sind häufiger unter den Älteren zwischen 50 und 65 Jahren zu finden. Kulturell gesehen stehen sie in der Tradition des Besitzbürgertums: Konservatismus und soziale Abgrenzung kennzeichnen grundlegende Ein-

stellungen dieses Typs. Es wird die Exklusivität des Lebensstandards gepflegt, die klassische Hochkultur wird geschätzt, religiöse Werte werden betont und nicht zuletzt wird auch eine Leistungs- und Führungsbereitschaft gezeigt.

„Konservativ Gehobene“ äußern vor allem ihre Sorge um die innen- und außenpolitische Sicherheit (Kriminalität, Frieden und Sicherheit). Und sie ergreifen Vorsorgemaßnahmen gegen die möglichen Folgen des Klimawandels. Aber: Wie bei den „Konventionalisten“ lässt sich auch bei den „Konservativ Gehobenen“ keine klar pointierte Meinung zur Umweltpolitik der Bundesregierung oder hinsichtlich des Stellenwerts der Umweltpolitik gegenüber anderen aktuellen politischen Maßnahmen erkennen.

„Konservativ Gehobene“ benutzen alle Verkehrsmittel gleichermaßen. Wie die anderen traditionellen Lebensführungstypen sind sie häufiger der Meinung, dass man den Familienalltag mit Kindern ohne Auto durchaus bewältigen kann. Aber weder zu weiteren Bewertungen des Autogebrauchs noch zu Meinungen hinsichtlich umweltentlastender Verkehrsmaßnahmen lassen sich Antwortmuster feststellen, die sie von anderen Typen alltäglicher Lebensführung unterscheiden.

Auch beim Lebensmittelkonsum lässt sich bei den „Konservativ Gehobenen“ kein spezifisches Antwortmuster erkennen. Bei der Haushaltsführung messen sie vor allem den schon länger bekannten Maßnahmen wie Mülltrennung und Abschalten elektrischer Geräte eine künftig weiter steigende Bedeutung zu. Die „Konservativ Gehobenen“ lassen sich häufig beim Kauf von Produkten vom „Blauen Engel“ leiten.



Die „Konservativ Gehobenen“, die sowohl Eigentümer als auch Mieter von Wohnungen sind, können sich häufig vorstellen, mit anderen in eine Wohngemeinschaft zusammenzuziehen. Dabei sollte sich ihrer Meinung nach die Wohnungsgröße eher nach ökologisch vertretbaren Kriterien richten.

Dieser Lebensführungstyp verfügt sowohl über die finanziellen Mittel als auch die entsprechende Werthaltung, um sich alternativen Lösungen für ihre Alltagspraktiken zuzuwenden. Allerdings funktionieren diese Praktiken aus ihrer Sicht bereits hinreichend gut. Daher entfalten „Konservativ Gehobene“ in der Regel kein zusätzliches eigenes Engagement für den Umweltschutz, obwohl sie aufgrund ihres Wertekonservatismus durchaus dafür aufgeschlossen sind. Den Umstieg auf eine ressourcensparende Lebensweise stellen sie zwar nicht in Abrede, sehen dabei aber keine Notwendigkeit größerer gesellschaftlicher Transformationen.

Für dieses Bevölkerungssegment erscheint es deshalb wichtig zu verdeutlichen, inwiefern wachstumsorientierte Industriegesellschaften, wenn sie sich nicht grundlegend in Richtung Nachhaltigkeit umorientieren, auf weiterhin naturzerstörerische Praktiken hinauslaufen, die die „Konservativ Gehobenen“ aufgrund ihres Wertekonservatismus eigentlich nicht unterstützen können. Insofern kann bei den „Konservativ Gehobenen“ ebenfalls ein wichtiges Unterstützungspotenzial für vor allem ordnungsrechtliche

Maßnahmen erschlossen werden, wenn die Politiker deren Angemessenheit und Verpflichtungscharakter zu verdeutlichen vermag.

4.3 Teilmoderne Orientierungen erzeugen Aufgeschlossenheit für den ökologischen Umbau der Wirtschaft – solange dabei die Lebensqualität stimmt

Fast zwei Drittel der Befragten in der vorliegenden Umweltbewusstseinsstudie sind nach dem hier verwendeten Milieumodell von Otte der „teilmodernen Orientierung“ zuzuordnen. Diese Wertorientierung kann biografisch auch als Phase der Konsolidierung bezeichnet werden. Dabei handelt es sich um die Phase im individuellen Lebensverlauf, in der Familie und Beruf wesentliche Fixpunkte des Lebens darstellen. In diesem Zusammenhang ist auch oft von den Milieus der „bürgerlichen Mitte“ oder dem „gesellschaftlichen Mainstream“ die Rede. Aber auch innerhalb der teilmodernen Orientierung finden sich große Unterschiede, je nach Ausstattungsniveau.

4.3.1 Barrieren und Potenziale für Nachhaltigkeit des Lebensführungstyps der „Heimzentrierten“

Dieser Typ hat ein niedriges Ausstattungsniveau und verfügt eher über wenige Ressourcen. In den Daten der Umfrage zum Umweltbewusstsein findet er sich häufig unter den Jüngeren bis 29 Jahren, die eher



eine geringe formale Bildung haben und deren monatliches Haushaltsnettoeinkommen unter 2.000 Euro beträgt. Alltagskulturell zeichnet sich dieser Lebensführungstyp durch seine Familienzentriertheit und eine kinderbedingte Häuslichkeit aus. Der Kulturkonsum orientiert sich an traditionellen Volksfesten und moderner Massenunterhaltung wie Popmusik und Fernsehen.

Für die „Heimzentrierten“ stellt die Schädigung und Gefährdung der Umwelt das wichtigste Problem der Gegenwart dar. Dennoch ergreifen sie überwiegend keine Vorsorgemaßnahmen gegen die Folgen des Klimawandels. Zudem meinen sie häufiger als andere Milieus, dass die Umweltpolitik der Bundesregierung im derzeitigen Umfang beibehalten oder eingeschränkt werden sollte. Entsprechend sind sie der Ansicht, dass Wohlstandsicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen der Umweltpolitik vorgezogen werden sollten.

Häufiger als andere Lebensführungstypen bevorzugen „Heimzentrierte“ das Auto. Den öffentlichen Nahverkehr in Großstädten bewerten sie mehrheitlich als unbequem. Öffentliche Verkehrsmittel nutzen sie seltener. Für sie ist das Auto ein notwendiges Mittel im familiären Alltag mit Kindern. Umweltentlastenden Verkehrsmaßnahmen stehen sie mehrheitlich ablehnend gegenüber.

Die „Heimzentrierten“ orientieren sich bevorzugt an funktionalen Kriterien beim Lebensmitteleinkauf. Sie haben eher noch nie Bio-Produkte gekauft. Von der Idee fair gehandelter Produkte sind sie nicht überzeugt und finden diese – ebenso wie Bio-Produkte – zu teuer.

Bei der Haushaltsführung messen die „Heimzentrierten“ den Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit im Haushalt zukünftig eher keine Bedeutung zu oder meinen, diese würde eher noch abnehmen. Das Leihen von Geräten, die im Alltag nicht ständig gebraucht werden, ist für „Heimzentrierte“ eher nicht attraktiv. Sie legen häufig keinen Wert auf Informationen und Maßnahmen zur Kennzeichnung energiebetriebener Produkte. Oft ist ihnen der „Blaue Engel“ unbekannt.

Die „Heimzentrierten“ sind häufig Mieter und mit ihrer Wohnsituation zufrieden. Bei der Wohnungswahl folgen sie überwiegend individuellen Präferenzen statt ökologischen Erfordernissen. Ein eigenes Haus am Stadtrand stellen sie aus ökologischer Sicht eher

nicht infrage, für viele von ihnen ist das aber ohnehin kein bevorzugtes Lebensziel.

Wenngleich der Umwelt- und Klimaschutz von den „Heimzentrierten“ als wichtigstes Problem benannt wird, entscheiden sie sich häufig gegen entsprechende Lösungsmaßnahmen. Sie bewerten politische Aufgaben höher, die unmittelbar die Wohlstandsicherung betreffen. Für sie steht der Erhalt der eigenen Lebensqualität im Vordergrund.

Für die Umweltkommunikation ist es deshalb wichtig zu betonen, dass die Lebensqualität durch Umweltbelastungen massiv bedroht sein kann. Gerade Haushalte mit niedrigem Ausstattungsniveau fühlen sich oft unter Druck, sich für den Erhalt ihres Lebensstils an neue Gegebenheiten anzupassen und Veränderungsbereitschaft zu zeigen. Im Rahmen ihrer biografischen Konsolidierung, die die Sorge um das Wohlergehen der eigenen Nahumwelt besonders dringlich macht, wird die gesellschaftliche Widersprüchlichkeit besonders deutlich, wenn die „Heimzentrierten“ trotz deutlicher Sorgen um die ökologische Zukunft den Umweltschutz nicht aktiv vorantreiben.

Eine Aufgabe der Umweltkommunikation besteht daher darin, darüber aufzuklären, dass Verhaltensanpassungen für den Erhalt der Lebensqualität gerade mittel- und langfristig erforderlich sein können. Wichtig ist dabei auch eine breite gesellschaftliche, alle Bevölkerungsgruppen einschließende Diskussion über notwendige ökonomische Maßnahmen auf gesellschaftlicher Ebene, wie der Abschaffung umweltschädlicher Subventionen sowie der Beendigung der Externalisierung von Kosten, beispielsweise beim Verkehr oder in der industrialisierten Lebensmittelproduktion.

4.3.2 Barrieren und Potenziale für Nachhaltigkeit des Lebensführungstyps der „Aufstiegsorientierten“

Dieser Lebensführungstyp mit mittlerem Ausstattungsniveau findet sich mehrheitlich in der Altersgruppe der 30 bis 49 Jährigen. Er verfügt meist über eine mittlere Bildung und ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von 2.000 bis unter 3.000 Euro. Alltagskulturell ist auch dieser Typ um die Berufskarriere und Familie zentriert. Ansonsten nehmen die „Aufstiegsorientierten“ eine Mittelposition im sozialen Feld mit wenig persönlicher Pointierung ein – dieser Typ ist vor allem durch seine „Durchschnittlichkeit“ charakterisiert.

Die Wirtschafts- und Finanzpolitik bewerten die „Aufstiegsorientierten“ als das wichtigste Problemfeld der Gegenwart. In Bezug auf die möglichen Folgen des Klimawandels treffen sie wohl auch aus ökonomischen Gründen Vorsorgemaßnahmen. Zusätzlich erwarten sie mehr Anstrengungen der Bundesregierung bei der Bewältigung der Umweltprobleme. Im Hinblick auf die vorrangige Sicherung von Wohlstand und Wettbewerbsfähigkeit wollen sie trotzdem den Umwelt- und Klimaschutz eingeschränkt wissen. Gleichzeitig erscheint ihnen der Umwelt- und Klimaschutz aber auch als ein Mittel zur Schaffung von Arbeitsplätzen.

Die „Aufstiegsorientierten“ nutzen weniger häufig das Auto für ihre täglichen Wege. Sie fahren mehr als andere mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Öffentliche Verkehrsmittel finden sie in Großstädten zumeist bequem, ebenso wie ihnen Mietautos in Großstädten als praktisch erscheinen. Umweltentlastende Verkehrsmaßnahmen, wie die Sperrung von Innenstädten für den Autoverkehr, die Einrichtung verkehrsberuhigter Wohngebiete und eine innerstädtische Höchstgeschwindigkeit von 30 Kilometer pro Stunde beziehungsweise von 130 Kilometer pro Stunde auf Autobahnen, begrüßen sie öfter als Vertreter anderer Lebensführungstypen.

Bei ihrem Lebensmitteleinkauf orientieren sich die „Aufstiegsorientierten“ überwiegend an qualitätsorientiert-ethischen Kriterien. Sie zählen zu denjenigen, die gelegentlich Bio-Produkte kaufen. Außerdem sind sie von der Idee fair gehandelter Produkte überzeugt und erklären sich dazu bereit, dafür und für Lebensmittel in Bio-Qualität mehr Geld auszugeben.

Dieser Lebensführungstyp ist davon überzeugt, im eigenen Haushalt bereits umweltbewusste Maßnahmen (wie zum Beispiel Strom-, Wasser- und Heizkostensparen) zu praktizieren. Weiterhin finden „Aufstiegsorientierte“ die Möglichkeit des Geräteleihens interessant. Sie halten Informationen und Maßnahmen zur Kennzeichnung energiebetriebener Produkte für wichtig. Beim Einkauf von Produkten achten sie auf den „Blauen Engel“.

Sie sind häufig zufriedene Eigentümer von Wohnungen und Häusern. Ein eigenes Haus zu besitzen, stellt für die meisten von ihnen ein wichtiges Lebensziel dar.

Die „Aufstiegsorientierten“ sind sich ihrer Lebensqualität bewusst und wollen diese schützen. Das gehört zu ihrer Handlungslogik im Rahmen ihrer biografischen Konsolidierung. Dieses Motiv bestimmt auch ihre Einstellungen zu umweltpolitischen Maßnah-





men. Lässt sich dadurch eine Erhöhung ihrer Lebensqualität erreichen, sprechen sie sich für diese aus, ist dies nicht der Fall, lehnen sie diese eher ab.

Umweltpolitisch relevante Effekte durch die Alltags-handlungen der „Aufstiegsorientierten“ sind vor allem dann zu erwarten, wenn sich die Maßnahmen unmittelbar auf den Erhalt oder die Verbesserung ihrer Lebensbedingungen auswirken. Das Innovationspotenzial ist bei diesem Typ alltäglicher Lebensführung offensichtlicher als bei den anderen bisher vorgestellten, doch ist dessen Aktivierung zumeist an zeitlich und räumlich nahe, erlebbare Zielsetzungen gebunden.

Bei der konsequenten Umstellung der Wirtschaft auf eine „Green Economy“ könnten die „Aufstiegsorientierten“ wohl dann als Unterstützer und Förderer gewonnen werden, wenn es gelingt, ihnen die dadurch zu erzielenden Gewinne, vor allem an immaterieller Lebensqualität, zu verdeutlichen. Die zentrale Orientierung dieses Lebensführungstyps an Beruf und Familie kann dazu gute Ansätze bieten, denn beides kann durch einen Mangel an Zukunftsfähigkeit massiv bedroht werden.

4.3.3 Barrieren und Potenziale für Nachhaltigkeit des Lebensführungstyps der „Liberal Gehobenen“

„Liberal Gehobene“ verfügen über ein hohes Ausstattungsniveau und finden sich in der Umfrage zum Umweltbewusstsein überdurchschnittlich oft unter den 50 bis 65 Jahre alten Befragten. Diese Personen sind typischerweise hochgebildet und haben ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von 3.000 Euro und mehr. Liberale Orientierung und berufliche Selbstverwirklichung sind hier wichtige Werte. Hochkulturkonsum sowie ein Sinn für Authentizität gepaart mit Kennerschaft im Konsum kennzeichnen diesen Typ.

Den meisten „Liberal Gehobenen“ erscheint wie den „Heimzentrierten“ die Umwelt als wichtigstes Gegenwartsproblem. Gegen die möglichen Folgen des Klimawandels haben sie in der Regel eigene Vorsorge-maßnahmen ergriffen. Allerdings meinen die Vertreterinnen und Vertreter dieses Typs auch, dass die Bundesregierung sich noch mehr für den Umweltschutz engagieren sollte. Konsequenterweise erscheint ihnen der Umwelt- und Klimaschutz als eine Bedingung zur Lösung anderer Politikprobleme.

Die Nutzung des Auto ist bei diesem Lebensführungstyp dominant, weniger die öffentlichen Verkehrsmittel. Car-Sharing ist für sie eher uninteressant. Einigen umweltentlastenden Verkehrsmaßnahmen stimmen die „Liberal Gehobenen“ aber eher zu, nämlich der Einrichtung verkehrsberuhigter Wohngebiete, der Begrenzung der Höchstgeschwindigkeit in Innenstädten und einer Stadtplanung, die Autoverkehr vermeiden hilft.

Der Lebensmitteleinkauf der „Liberal Gehobenen“ folgt sowohl eher traditionsorientierten als auch qualitätsbewusst-ethischen Kriterien. Bio-Produkte werden von ihnen überwiegend regelmäßig oder doch gelegentlich gekauft. Sie sind von der Idee des fairen Handels überzeugt und bereit, mehr Geld für Lebensmittel in Bio-Qualität auszugeben.

Bei der Haushaltsführung sind die „Liberal Gehobenen“ davon überzeugt, dass ihnen verschiedene Maßnahmen einer nachhaltigen Haushaltsführung gut gelingen. Dabei gehen sie von einer steigenden Bedeutung vieler Aktivitäten zur Stärkung der Nachhaltigkeit im Haushalt aus, wie den Bezug von Ökostrom, Maßnahmen zum Stromsparen sowie Geldanlagen in ökologische Energieerzeugung und Ausgleichszahlungen für selbstverursachte Klimagase. Sie finden es attraktiv, sich Gegenstände zu leihen, die sie in ihrem Alltag nicht ständig brauchen. Sie achten beim Einkauf von Produkten auf den „Blauen Engel“.

Die Wohnsituation der „Liberal Gehobenen“ ist geprägt durch großräumiges Wohneigentum, mit dem sie voll und ganz zufrieden sind. Gleichwohl finden sie, dass große Wohnungen, in denen wenige Menschen wohnen, umweltbelastend sind und Einfamilienhäuser am Stadtrand zu einer Zunahme des Verkehrs führen.

Bei den „Liberal Gehobenen“ scheint es, dass aus einer hohen Bewertung von Umweltproblemen auch Konsequenzen folgen. So ergreifen „Liberal Gehobene“ selbst Maßnahmen zum Schutz vor dem Klimawandel, führen nachhaltige Haushalte und erkennen umweltpolitische Maßnahmen als Bedingung für den Erfolg bei anderen politischen Gestaltungsaufgaben an. Auf der Grundlage ihres hohen Ausstattungsniveaus wird zudem Verantwortung im Sinne des Umweltschutzes und der Nachhaltigkeit wahrgenommen. Beim Thema Wohnraum zeigt sich allerdings, dass es dabei auch Grenzen gibt: Aus der Einsicht in den Zusammenhang von Wohnungsgröße und Um-

weltbelastung ergibt sich für die „Liberal Gehobenen“ nur selten die Notwendigkeit zu handeln.

Insofern können die „Liberal Gehobenen“ als ein Teil des sogenannten LOHAS-Konsumentensegments („Lifestyles of Health and Sustainability“) betrachtet werden, einer sozialen Bewegung, der es primär um die Wahrnehmung von Konsumentenverantwortung geht. Dabei entstehen aber auch Widersprüche durch das hohe Ausstattungsniveau, das den darüber verfügbaren gesellschaftlichen Milieus eine ressourcenschonende alltägliche Lebensführung erschwert.

Die Lösung kann aber auch hier nur in einer Umstellung des Wirtschaftens auf die Schaffung und Erhaltung immaterieller Werte liegen, zum Beispiel durch das Ersetzen von Produkten durch Dienstleistungen. Solche Strategien einer erweiterten „Green Economy“ würden auch den Einstellungen und Werten der „Liberal Gehobenen“ sehr entgegenkommen.

4.4 Bei modernen Selbstentfaltungswerten stehen Innovationsbereitschaft und die Sorge um die soziale Gerechtigkeit im Mittelpunkt

Insgesamt 18 Prozent der Befragten in der Umfrage zum Umweltbewusstsein lassen sich den Lebensführungstypen zuordnen, die durch die modernen Selbstentfaltungs-, Genuss- und Postmaterialismus-Werte charakterisiert sind. Es handelt sich dabei um „jüngere Werte“, sowohl was ihre Entstehung und Durchsetzung in Industriegesellschaften betrifft – in Europa und den USA waren das vor allem die 1970er Jahre des 20. Jahrhunderts – als auch im Hinblick darauf, dass diese Werte in vielen Lebensstilstudien vor allem bei den jüngeren Menschen festgestellt werden. Daher sind diese Werte mit biografischer Offenheit verbunden, das heißt mit Experimentierfreude und Interesse an Neuem und Modischem. Wie auch bei den anderen Wertorientierungen gibt es auch hier starke Unterschiede zwischen den modernen Milieus in Abhängigkeit von deren Ausstattungsgrad.

4.4.1 Barrieren und Potenziale für Nachhaltigkeit des Lebensführungstyps der „Unterhaltungssuchenden“

Dieser Lebensführungstyp verfügt über ein niedriges Ausstattungsniveau und findet sich bevorzugt bei



den Jüngeren bis 29 Jahre. Die „Unterhaltungssuchenden“ haben eher ein niedriges formales Bildungsniveau und ein geringeres monatliches Haushaltsnettoeinkommen von 1.000 bis unter 2.000 Euro. Alltagskulturell ist dieser Lebensführungstyp durch die Suche nach Erlebniskonsum sowie der Darstellung einer materialistischen Statussymbolik gekennzeichnet. Da diese Werte oft nur bei der eigenen Subkultur gut ankommen, erleben diese Menschen möglicherweise auch eine soziale Abwertung. Zudem besteht bei den „Unterhaltungssuchenden“ nur ein geringes allgemeines politisches Interesse.

Die primäre Sorge der „Unterhaltungssuchenden“ betrifft überwiegend die innere und äußere Sicherheit. Die umweltpolitischen Bemühungen der Bundesregierung empfinden die meisten von ihnen als ausreichend oder wollen diese eingeschränkt wissen.

Die „Unterhaltungssuchenden“ sind mit allen Verkehrsmitteln, aber eher selten mit dem Fahrrad unterwegs. Umweltentlastende Verkehrsmaßnahmen lehnen sie eher ab.

Lebensmittel kaufen die „Unterhaltungssuchenden“ wie die anderen Lebensführungstypen auf niedrigem Ausstattungsniveau bevorzugt nach funktionalen Kriterien ein. Produkte in Bio-Qualität sowie fair gehandelte Lebensmittel sind ihnen zu teuer.

Maßnahmen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit im Haushalt haben für „Unterhaltungssuchende“ wenig Bedeutung. Mietangebote für Gebrauchsgüter finden sie allerdings attraktiv. Der „Blaue Engel“ ist ihnen eher unbekannt.

Sie wohnen in Mietwohnungen und präferieren aber trotzdem das Lebensziel, ein eigenes Haus zu besitzen.

Für die „Unterhaltungssuchenden“ steht die Frage im Mittelpunkt, wie die eigene, bevorzugte Lebensgestaltung überhaupt möglich ist. Umweltpolitische Maßnahmen erscheinen ihnen dabei eher als Einschränkungen. „Unterhaltungssuchende“ betonen die Bedeutung der Gegenwart, sie scheinen sich deshalb kaum um die Folgen des Klimawandels zu kümmern. Vieles deutet bei ihnen darauf hin, dass die Abkehr von traditionellen Werten und von der Bemühung

um biografische Konsolidierung auch zu einem ganz persönlichen Lebensrisiko werden kann – nämlich dann, wenn die Orientierung an individualistischen Selbstentfaltungswerten tendenziell zur sozialen Deklassierung führt. Insofern scheint die Befähigung zu Selbstbestimmung und Selbstverantwortlichkeit für diesen Lebensführungstyp auch jenseits umweltpolitischer Belange der Zukunftssicherung dringend notwendig.

Da ein geringer Ausstattungsgrad oft mit einem niedrigen formalen Bildungsniveau einhergeht, ergeben sich für die „Unterhaltungssuchenden“ ähnliche Folgerungen wie für die beiden anderen Lebensführungstypen auf niedrigem Ausstattungsniveau („Traditionelle Arbeiter“ und „Heimzentrierte“). Auch hier sollte im Rahmen von Umweltkommunikation betont werden, dass die hier typischen Vorstellungen von einem guten Leben durch die zunehmenden Umweltbelastungen bedroht werden. Zwar verursachen die Lebensführungstypen auf niedrigem Ausstattungsniveau wegen ihres Ressourcenmangels meist deutlich unterdurchschnittliche Umweltverbräuche. Dennoch kann ein konsequenter Umwelt- und Naturschutz oft sogar zu einer deutlichen Verbesserung ihrer Lebenssituation führen. Wenn es gelingt, sie im Rahmen ihrer persönlichen Interessen an der Zukunftsgestaltung zu beteiligen, können sie erhebliche Kompetenzen gewinnen, die über umweltpolitische Belange hinaus von großem Nutzen für ihre persönliche Lebensgestaltung sein können.

4.4.2 Barrieren und Potenziale für Nachhaltigkeit des Lebensführungstyps der „Hedonisten“

Diesen Typ alltäglicher Lebensführung kennzeichnet ein mittleres Ausstattungsniveau. Im Rahmen der Daten zur Umweltbewusstseinsumfrage findet er sich in allen Bildungs-, Einkommens- und Altersgruppen gleichermaßen. Alltagskulturell ist er sehr innovativ, inklusiv, inklusive einem Interesse an jugendkulturellem Stilprotest durch Mode und Musik. Häufig treibt ihn eine gegenwartsbezogene, auf äußerliche Reize setzende Genuss- und Konsumorientierung im Rahmen städtischer Spektakel- und Clubkulturen um.

Für die „Hedonisten“ sind die wichtigsten Probleme der Gegenwart im Bereich der sozialen Sicherung angesiedelt. In Bezug auf eine Rangfolge politisch zu bewältigender Probleme zeigen sich die „Hedonisten“ aber ambivalent: Einer herausragenden Stellung des Umwelt- und Klimaschutzes gegenüber anderen Politikaufgaben wird ebenso häufig zugestimmt wie

diese auch abgelehnt wird. Gleichwohl fordern die „Hedonisten“ mehr Engagement der Bundesregierung beim Umweltschutz.

„Hedonisten“ nutzen alle Verkehrsmittel, jedoch weniger das Fahrrad. Sie interessieren sich häufiger als andere Lebensführungstypen für Elektromobilität. Verkehrsberuhigte Wohngebiete und eine Stadtplanung, die Autoverkehr vermeiden hilft, lehnen „Hedonisten“ häufig ebenso ab wie die Begrenzung der Höchstgeschwindigkeit auf Autobahnen.

Dieser Lebensführungstyp ist keinem bestimmten Muster beim Lebensmittelkauf zuzuordnen. Es gelingt den „Hedonisten“ nach eigener Einschätzung seltener ihren Haushalt nachhaltig zu führen. Benötigte Gebrauchsgüter möchten sich „Hedonisten“ bevorzugt leihen, statt diese zu kaufen. Wie die „Unterhaltungssuchenden“ messen aber auch die „Hedonisten“ den Maßnahmen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit im Haushalt eine abnehmende oder gar keine Bedeutung bei.

„Hedonisten“ sind eher Mieter, denen eher weniger Wohnraum zur Verfügung steht. Häufiger sind sie davon überzeugt, dass große Wohnungen umweltbelastend sind.

Die Bedeutung von Umweltproblemen und der Umstellung von Alltagspraktiken zu mehr Nachhaltigkeit scheinen bei diesem Lebensführungstyp vor dem Hintergrund anderer gesellschaftlicher Probleme, vor allem sozialpolitischer Probleme, in den Hintergrund zu treten. Deshalb sind die „Hedonisten“ von der wichtigen Rolle der Umweltpolitik weniger überzeugt. Beim Umweltschutz sehen sie vor allem bei der Bundesregierung und anderen politischen Akteuren Handlungsbedarf. Sich selbst nehmen die „Hedonisten“ von diesem Handlungsbedarf aus, wie sich an ihren Bewertungen von Maßnahmen zur Verkehrsvermeidung und zur nachhaltigen Haushaltsführung erkennen lässt.

Das Innovationspotenzial der „Hedonisten“ lässt sich in deren primärer Orientierung an sozialen Problemen finden. In diesem Bereich zeigen sie eine Bereitschaft zur Verantwortungsübernahme. Dabei betrachten „Hedonisten“ den Schutz von Umwelt und Natur nicht als Selbstzweck, sondern beziehen diesen auf die Sicherung von Zukunftsfähigkeit menschenwürdiger Lebensformen. Sein Interesse für Genuss, Flexibilität und „Spektakel“ macht diesen Lebensführungstyp zu einem möglichen Verbündeten von in-



novativen Problemlösungen, sowohl in technischer als auch in sozialer Hinsicht. Chancen für die Umweltkommunikation bestehen darin, aufzuzeigen, dass sich Umsetzungsmöglichkeiten für Selbstentfaltungswerte nicht zuletzt im Rahmen eines zivilgesellschaftlichen Engagements, beispielsweise auf der kommunalen Ebene, ergeben können. Dabei ist von „Hedonisten“ durchaus Unterstützung zu erwarten.

4.4.3 Barrieren und Potenziale für Nachhaltigkeit des Lebensführungstyps der „Reflexiven“

Die „Reflexiven“ verfügen über ein hohes Ausstattungsniveau und sind häufig unter den 30 bis 65 Jährigen zu finden. Sie verfügen über eine hohe formale Bildung und über ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von 3.000 Euro und mehr. Gemäß den Ergebnissen der Lebensstilforschung handelt es sich bei diesem Typ um eine kulturelle Avantgarde mit akademischem Hintergrund. Die „Reflexiven“ sind kreativ und experimentierfreudig ausgerichtet, auf der Suche nach eigenverantwortlicher Persönlichkeitsentfaltung und mit einem globalen Lebensgefühl versehen.

Auch für diesen Typ markiert das Feld der Sozialpolitik die drängendsten Gegenwartsprobleme. Bei den „Reflexiven“ lässt sich keine typische Handlungsweise

hinsichtlich der Vorsorge gegenüber den Folgen des Klimawandels erkennen. Es finden sich auch keine Muster bei der Beurteilung der Stellung des Umwelt- und Klimaschutzes gegenüber anderen Politikaufgaben. Aber für die Herstellung sozialer Gerechtigkeit erscheint vielen „Reflexiven“ die Umweltpolitik als probates Mittel. „Reflexive“ geben außerdem an, dass ein größeres umweltpolitisches Engagement der Bundesregierung beim Klima- und Umweltschutz erforderlich ist.

Die „Reflexiven“ sind eher der Meinung, für den familiären Alltag mit Kindern kein Auto zu brauchen. Mietautos finden sie in der Großstadt eher unpraktisch. Ansonsten nutzen sie alle Verkehrsmittel gleichermaßen häufig. Ihre Einstellungen zu den verschiedenen Verkehrsmitteln und zu den umweltlastenden Verkehrsmaßnahmen entsprechen den durchschnittlichen Antwortmustern der anderen Lebensführungstypen.

Die „Reflexiven“ richten ihren Lebensmittelkonsum traditionsorientiert sowie qualitätsbewusst-ethisch aus. Sie kaufen regelmäßig Bio-Produkte und sind auch bereit, für Bio-Produkte mehr auszugeben. Ebenso vertrauen sie fair gehandelten Produkten und finden diese nicht zu teuer.



Die Art der Haushaltsführung ist bei den „Reflexiven“ auf Nachhaltigkeit ausgerichtet. Insgesamt meinen sie, dass die Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit im Haushalt in ihrer Bedeutung zunehmen werden. Hinsichtlich der Frage, ob die „Reflexiven“ Gebrauchsgüter lieber besitzen oder mieten, findet sich keine eindeutige Tendenz. Die „Reflexiven“ achten beim Einkauf von Produkten auf den „Blauen Engel“.

Die „Reflexiven“ wohnen überwiegend in großräumigen Eigentumswohnungen oder eigenen Häusern und sind mit dieser Situation sehr zufrieden. Obwohl sie meinen, dass ein eigenes Haus am Stadtrand eine Ursache für zunehmenden Verkehr ist, halten sie dieses für ein wichtiges Lebensziel.

Trotz ihres nicht immer durchgängigen Bekenntnisses zum Umweltschutz und zu nachhaltigen Alltagspraktiken weisen die „Reflexiven“ ein Innovationspotenzial auf, das leicht unterschätzt wird: Sie betrachten nämlich umweltpolitische Maßnahmen als Bedingung für soziale Gerechtigkeit. Die Verantwortung für den Klimaschutz wird vor allem bei der Bundesregierung gesehen. Jedoch sind die „Reflexiven“ offenbar bereit, auch in ihrem Privatbereich mehr Verantwortung für umweltrelevante Handlungen zu übernehmen. Das zeigt sich zum Beispiel daran, dass sie im Bereich der Haushaltsführung davon ausgehen,

dass der Bezug von Ökostrom in Zukunft noch bedeutsamer wird. Allerdings findet sich auch hier das schon bei anderen Lebensführungstypen mit hohem Ausstattungsniveau festgestellte Problem, das im Streben nach dem Erhalt eines hohen, ressourcenintensiven Lebensstandards besteht – beispielsweise beim eigenen Haus als Lebensziel.

Bei einem recht hohen Lebensstandard mit entsprechend hohen umweltbelastenden Effekten besteht bei diesem Lebensführungstyp durchaus eine Umorientierungsbereitschaft im Hinblick auf die Sicherung von Gerechtigkeit und Zukunftsfähigkeit. Soweit solche Orientierungen im Alltag derzeit noch nicht realisiert werden, bestehen immerhin gute Absichten in Bezug auf das zukünftige Verhalten.

Letztlich erscheint es bei diesem modern orientierten Typ alltäglicher Lebensführung wichtig zu sein, mehr Möglichkeiten für eigenverantwortliche Flexibilisierung anzubieten, die auch Raum für nachhaltige Optionen lassen, wie zum Beispiel eine zeitliche Entschleunigung im Berufsalltag. Dafür sind allerdings die politischen Voraussetzungen zu schaffen, zum Beispiel Verbesserungen im Bereich Work-Life-Balance durch neue Arbeitszeitmodelle.

4.5 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Die Beschreibung der Typen alltäglicher Lebensführung entlang ihrer Handlungslogiken und Praktiken in den verschiedenen Konsumfeldern zeigt erhebliche, wenn auch erst noch zu aktivierende Innovationspotenziale, diese Praktiken in Richtung Nachhaltigkeit umzuorientieren. Dabei scheint ein umweltpolitischer Instrumentenmix förderlich, mit dem die Lebensführungstypen jeweils spezifisch angesprochen werden können.

Die eher traditional eingestellten Lebensführungstypen streben vor allem nach Sicherheit und Ordnung, was zur Aufgeschlossenheit für umweltschonende und nachhaltige Orientierungen und Verhaltensalternativen führt. Gleichzeitig ist dieses Kontinuitätsstreben aber auch ein Hindernis für die persönliche Bereitschaft, alltägliche Lebensformen grundlegend zu ändern. Für die Umweltkommunikation ergeben sich hier wichtige Aufgaben, über ökologische Notwendigkeiten der Zukunftssicherung aufzuklären. Solche Maßnahmen werden aber bei den Bevölkerungssegmenten mit traditioneller Werthaltung wohl kaum Erfolg haben, wenn sie nicht von konsequenten, konsistenten und nachvollziehbaren Regelsetzungen auf gesetzlicher Basis begleitet werden.

In teilmodernen Milieus finden sich oft Menschen, denen die ökonomische Stabilisierung einerseits und Flexibilisierung von Lebens- und Gesellschaftsformen andererseits besonders wichtig sind. Ihnen gilt es zunächst zu vermitteln, dass ihr primäres Ziel, die Steigerung der eigenen Lebensqualität, ohne umweltverantwortliches Handeln dauerhaft nicht möglich ist. Die Orientierung an Beruf und Familie sowie das Streben nach biografischer Konsolidierung ist schon von sich aus auf die Sicherung von Zukunftsfähigkeit ausgerichtet - allerdings meistens beschränkt auf den persönlich erlebten Nahbereich. Hier sollte noch deutlicher kommuniziert werden, dass solche Bemühungen wirkungslos bleiben, wenn nicht insgesamt eine ökologische Zukunftssicherung gelingt. Gelingt diese Verknüpfung, können Menschen mit teilmodernen Orientierungen ebenso zu Verbündeten beim Umweltschutz werden wie die Vertreterinnen und Vertreter sogenannter „traditioneller“ Werte. Allerdings ist bei den teilmodernen Milieus auch zu berücksichtigen, dass sie keine kulturellen Vorreiter sein wollen. Daher sind sie am ehesten für ökonomische Instrumente aufgeschlossen, die flexibles Verhalten erlauben, aber durch ihre gesetzliche Basis, wie

etwa das Steuerrecht, bei allen Menschen eine Umorientierung erfordern.

Die „modern“ orientierten Typen alltäglicher Lebensführung sind für individualistische und unkonventionelle Verhaltensoptionen besonders aufgeschlossen. Da sie ohnehin die individuelle Abgrenzung und Imagebildung pflegen, könnten sie auf bestimmten Gebieten zu Pionieren werden. Das gilt vor allem für das zivilgesellschaftliche Engagement, besonders auf kommunaler Ebene. Dort findet man heute schon vielfältige Initiativen für alternative Lebens- und Wirtschaftsformen, etwa bei der Energiewende, dem Urban Gardening, aber auch vielen Projekten, bei denen es um die Vereinbarkeit ökologischer und sozialer Ziele geht. So findet man bei der Energiesparberatung oder im Rahmen sozialer Innovationen wie Mehrgenerationenhäusern und gemeinschaftlichen Wohnformen schon heute oft eine Förderung möglicher Synergien zwischen wirtschaftlichem Wohlstand, sozialem Zusammenhalt und ökologischer Nachhaltigkeit.

Bei dieser Diskussion muss allerdings beachtet werden, dass kulturell-biografische Orientierungen immer auch mit konkreten Lebenslagen verbunden sind. Das führt dazu, dass nicht nur Menschen mit einem hohen Ausstattungsniveau ihren Status quo halten wollen, sondern auch diejenigen, die derzeit ein niedriges Ausstattungsniveau haben, dieses verbessern möchten. Notwendig ist darum ein den jeweiligen sozialen Erfahrungen und Möglichkeiten angemessenes Empowerment zur Verantwortungsteilnahme. Dieses muss mit einer konsequenten und konsistenten Politik im Ordnungsrecht, bei ökonomischen Regelungen und einer Stärkung der nachhaltigkeitswirksamen Alltagspraktiken sowie einer Unterstützung der noch unausgeschöpften Innovationspotenziale einhergehen.

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Typen alltäglicher Lebensführung nach Otte (2004)	15
Tabelle 2:	Engagement der Bundesregierung für den Umweltschutz im Zeitvergleich	20
Tabelle 3:	Klimaschutz-Engagement verschiedener Akteure im Zeitvergleich	22
Tabelle 4:	Lokale, nationale und globale Umweltqualität im Zeitvergleich	23
Tabelle 5:	Zufriedenheit mit dem Hauptverkehrsmittel	28
Tabelle 6:	Einschätzungen zur Elektromobilität	31
Tabelle 7:	Einschätzungen zum Car-Sharing	32
Tabelle 8:	Gründe für den Kauf von Bio-Produkten	37
Tabelle 9:	Gründe gegen den Kauf von Bio-Produkten	38
Tabelle 10:	Einstellungen zu Produktversprechen im Lebensmittelbereich	39
Tabelle 11:	Umweltrelevante alltägliche Handlungen der Haushaltsführung	43
Tabelle 12:	Gründe einer sparsamen Art der Haushaltsführung beim Wasser- und Energieverbrauch sowie den Heizkosten	44
Tabelle 13:	Gründe für eine sorgsame Art der Haushaltsführung beim Umgang mit Müll	44
Tabelle 14:	Anlässe, auf nachhaltige Aspekte der Haushaltsführung zu achten: Wasser-, Stromverbrauch und Heizkosten	46
Tabelle 15:	Anlässe, auf nachhaltige Aspekte der Haushaltsführung zu achten: Umgang mit Müll	46
Tabelle 16:	Zukünftige Bedeutung von nachhaltigen Handlungen der Haushaltsführung	47
Tabelle 17:	Kriterien beim Autokauf	48
Tabelle 18:	Kriterien beim Kauf von Haushaltsgeräten und Unterhaltungselektronik	48
Tabelle 19:	Kriterien beim Kauf von Fernurlaube mit Flugreisen	48
Tabelle 20:	Kriterien beim Kauf von neuen Möbeleinrichtungen	49
Tabelle 21:	Bedeutung des „Blauen Engels“ im Zeitvergleich	50
Tabelle 22:	Beurteilung der derzeitigen Wohnsituation	52
Tabelle 23:	Beurteilung der Wohnsituation nach Lärmbelastigungen	52
Tabelle 24:	Beurteilung der Gesundheitsgefährdung durch Umweltprobleme	53
Tabelle 25:	Zukünftige Betroffenheit der Bürgerinnen und Bürger von den Folgen des Klimawandels	58
Tabelle 26:	Vorsorgemaßnahmen zur Klimaanpassung	59
Tabelle 27:	Persönliche Vorsorge gegenüber den Folgen des Klimawandels	60
Tabelle 28:	Verteilung der Typen alltäglicher Lebensführung 2012	65

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Rangliste politischer Aufgabenfelder	18
Abbildung 2:	Umweltprobleme als eines der wichtigsten Probleme Deutschlands im Zeitvergleich	19
Abbildung 3:	Priorität politischer Aufgabenbereiche	21
Abbildung 4:	Hauptverkehrsmittel im Alltag	27
Abbildung 5:	Gründe für die Wahl des jeweiligen Hauptverkehrsmittels	29
Abbildung 6:	Wichtigste Anlässe für den Wechsel des Hauptverkehrsmittels	28
Abbildung 7:	Meinungen zum Gebrauch des Autos	30
Abbildung 8:	Zustimmung zu umweltentlastenden Verkehrsmaßnahmen	34
Abbildung 9:	Kriterien bei der Auswahl von Lebensmitteln	35
Abbildung 10:	Typen des Einkaufsverhaltens	36
Abbildung 11:	Anlässe für den verstärkten Kauf von Bio-Produkten	40
Abbildung 12:	Meinungen zum Einkauf von Lebensmitteln	41
Abbildung 13:	Zufriedenheit mit der Art der Haushaltsführung	45
Abbildung 14:	Ausleihen von Gebrauchsgegenständen	50
Abbildung 15:	Meinungen zum Wohnen	54
Abbildung 16:	Die wichtigsten Gründe für den letzten Umzug	56
Abbildung 17:	Gründe für gemeinschaftliches Wohnen	57

Literaturverzeichnis

Otte, Gunnar (2004): Sozialstrukturanalyse mit Lebensstilen. Wiesbaden: VS Verlag.

Otte, Gunnar (2005): Entwicklung und Test einer integrativen Typologie der Lebensführung für die Bundesrepublik Deutschland. In: Zeitschrift für Soziologie 37/2: 442-467.

Otte, Gunnar (2012): Die Lebensführungstypologie von Gunnar Otte – Hinweise zur Datenerhebung und Personenklassifikation. (Internet: www.uni-marburg.de/fb03/soziologie/institut/arbeitschwerpunkte/methoden/otte/dateien/otte_lft.pdf, 20.11.2012)

Rat für nachhaltige Entwicklung (2012): Der nachhaltige Warenkorb. Aktualisierte 4. Auflage. Berlin (Internet: www.nachhaltigkeitsrat.de/uploads/media/Broschuere_Nachhaltiger_Warenkorb.pdf, 11.12.2012)

„Der Staat schützt auch in Verantwortung für die künftigen Generationen die natürlichen Lebensgrundlagen ...“

Grundgesetz, Artikel 20 a

BESTELLUNG VON PUBLIKATIONEN:

Publikationsversand der Bundesregierung

Postfach 48 10 09

18132 Rostock

Tel.: 01805 / 77 80 90*

Fax: 01805 / 77 80 94*

E-Mail: publikationen@bundesregierung.de

Internet: www.bmu.de/bestellformular

(*0,14 Euro/Minute aus dem deutschen Festnetz; abweichende Preise aus den Mobilfunknetzen möglich)

Diese Publikation ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit. Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Gedruckt auf Recyclingpapier.