

UNESCO-Verbindungsstelle für Umwelterziehung

UMWELTFORSCHUNGSPLAN DES BUNDESMINISTERIUMS FÜR UMWELT,
NATURSCHUTZ UND REAKTORSICHERHEIT
- Wirtschafts- und sozialwissenschaftliche Umweltfragen -

Forschungsbericht 200 17 157

UBA-FB 000266

Analyse der Folgen des Geschlechtsrollenwandels für Umweltbewußtsein und Umweltverhalten

Dipl. oec. Claudia Empacher
Dr. Doris Hayn
Dipl.-Soz. Stephanie Schubert
Dr. Irmgard Schultz

Institut für sozial-ökologische Forschung GmbH (ISOE), Frankfurt am Main

Zusammenfassung der Ergebnisse

1. Problemstellung

In der genderorientierten Umweltforschung wurde wiederholt festgestellt, dass Umweltprobleme nicht geschlechtsneutral sind (vgl. Buchen et al. 1994, Weller et al. 1999). Problematisiert wird in diesem Kontext, dass Frauen aufgrund ihrer immer noch zentralen Rolle im Haushalt vielfach die 'Gesundheits- und Umweltverantwortung' übertragen bekommen (vgl. Schultz/Weiland 1991), ohne dass sie jedoch tatsächlich über die 'Gestaltungsmacht' verfügen, an den bestehenden Verhältnissen tatsächlich etwas zu ändern (vgl. Schultz/Weller 1995). Die Forderung seitens der feministischen Umwelt- und Nachhaltigkeitsforschung geht folglich dahin, die Zielsetzung der Rio-Konferenz 1992 umzusetzen, nämlich Frauen und Fraueninteressen aktiv in den Gestaltungsprozess einer nachhaltigen Entwicklung einzubeziehen (vgl. Wichterich 2001:21). Da jedoch (Ziel-)Konflikte zwischen einer Ökologisierung des Alltags- und Konsumver-

haltens einerseits und Geschlechtergerechtigkeit andererseits entstehen können, sucht vorliegendes Projekt nach Möglichkeiten, diesen Zielkonflikt zu umgehen und Win-Win-Strategien zwischen beiden Zielen zu identifizieren. Anhand geschlechtsspezifischer Nachauswertungen empirischer Studien zum Thema Umweltbewußtsein und nachhaltiges Konsumverhalten wurden Möglichkeiten nachhaltiger Lebensstile im Alltag beider Geschlechter aufgezeigt. Ein Hauptaugenmerk liegt darauf, wie vorhandene Potentiale durch Umweltkommunikation und –bildung aktiviert werden könnten.

2. Stand der Forschung und Untersuchungsrahmen

Im Vorhaben wurden zunächst Forschungsfelder sondiert, die für die Zielsetzung des Projektes von Bedeutung sind. Aus zentralen Forschungsergebnissen wurden Schlußfolgerungen für den Untersuchungsrahmen der geschlechtsspezifischen Sekundärauswertungen gezogen, die allgemein für eine Untersuchung des Zusammenhangs von Geschlecht und Umweltbewußtsein/-verhalten relevant sind.

Genderforschung

Für die Sekundärauswertung waren aus der Genderforschung folgende Ergebnisse relevant:

- ‚Geschlecht‘ sollte nicht nur als soziodemographisches Merkmal im Sinne des biologischen Geschlechts berücksichtigt werden. In den Blick zu nehmen sind auch *Geschlechtermodelle* und *-beziehungen*.
- Zu untersuchen ist, ob und wenn ja in welchem Ausmaß Geschlechtsstereotype in welchen Handlungsbereichen in Haushalten wirksam sind bzw. wo sich Veränderungen abzeichnen.
- Aus der (feministischen) Biographieforschung ergibt sich darüber hinaus der Fokus auf die Veränderung von Lebenszusammenhängen (bis hin zu Brüchen), die mit Veränderungen in der Alltagsorganisation und damit auch im alltäglichen umweltbezogenen Handeln einhergehen, und für Männer und Frauen unterschiedliche Konsequenzen haben.

Lebensstilforschung

- Aus der Lebensstilforschung, bestärkt durch Ergebnisse der Genderforschung, ergibt sich die Notwendigkeit, die Unterschiede unter Frauen respektive unter Männern zu berücksichtigen, indem nicht nur Männer und Frauen miteinander verglichen werden, sondern Männer respektive Frauen unterschiedlicher Haushaltstypen, Milieus, Lebensstile, Konsumstile, etc..
- Die Lebensstilforschung bestärkt durch ihre komplexe Verbindung von (objektiven) soziodemographischen und (subjektiven) soziokulturellen Kriterien eine Betrachtung von ‚Geschlecht‘ als nicht ausschließlich soziodemographisches Merkmal, sondern auch die Betrachtung von Geschlechterbezie-

hungen und –verhältnissen sowie spezifischer ‚Gender-Orientierungen‘ (z.B. Orientierung an Gleichberechtigung).

Umweltbewußtseinsforschung

- Da Geschlecht in Bezug auf Einstellungen zu Umwelt(-problemen) deutliche Relevanz besitzt, ist bei geschlechtsspezifischen Untersuchungen die Einstellungsebene in Bezug auf Umweltprobleme (umweltrelevante Einstellungen) einzubeziehen. Dabei sind insbesondere zu berücksichtigen:
 - die Wahrnehmung und Betroffenheit von Umweltproblemen (Problemwahrnehmung),
 - die Bereitschaft, für die Umwelt bzw. den Umweltschutz konkret zu handeln (Handlungsbereitschaft) und
 - die Wahrnehmung und (Nicht-)Akzeptanz von Techniken und technologischen Risiken (Technik- und Risikowahrnehmung).

Forschung zu Umweltverhalten

- Auch beim Umweltverhalten zeigt Geschlecht eine große Relevanz, die Unterschiede sind sogar deutlicher als auf der Einstellungsebene. Bei geschlechtsspezifischen Untersuchungen ist die Ebene des Verhaltens in bezug auf Umweltrelevanz folglich einzubeziehen.
- Allerdings finden sich diese Geschlechtsunterschiede nicht in allen Handlungsfeldern. Aus diesem Grunde ist die Unterscheidung verschiedener Handlungsfelder von Bedeutung, um Erkenntnisse darüber zu erlangen, in welchen Handlungsfeldern Unterschiede existieren und wo sich Frauen bzw. Männer stärker engagieren.

Genderbezogene Umweltforschung

- Die Verantwortung für Hausarbeit sowie Umweltbelange in privaten Haushalten darf nicht stereotyp mit Frauen/Frauenarbeit identifiziert werden: eine solche „Feminisierung der Umweltverantwortung“ ist zu vermeiden.
- Das Alltagshandeln (von Frauen und Männern) ist in seiner Komplexität (unterschiedliche Alltagsorganisation und Haushaltsmanagement in verschiedenen Haushalten mit je verschiedenen zeitlichen und finanziellen Ressourcen) zu betrachten, ebenso wie die vielfältigen Bedürfnisse und Wünsche derer, die die alltäglichen Arbeiten erledigen.

Umweltkommunikation

Konkrete geschlechtsspezifische Ansätze aus dem Bereich der Umwelt- und Nachhaltigkeitskommunikation und –bildung sind aktuell kaum zu finden. Aller-

dings liegen im Forschungsfeld der Umwelt- und Nachhaltigkeitskommunikation und –bildung erste Hinweise vor, dass folgende Aspekte zu berücksichtigen sind:

- Fragen von Geschlecht und Nachhaltigkeitskommunikation sind im Kontext eines partizipativen Ansatzes, d. h. unter Beteiligung der AkteurInnen (Frauen wie Männer) zu untersuchen.
- Ansätze, die Ansprüche von Frauen und von Männern in die Produktentwicklung und die Gestaltung von Dienstleistungsangeboten aufnehmen, sind mit solchen zu verbinden, die ökologische Ansprüche berücksichtigen.
- Die Frage danach, wie Verhaltensänderungen in Richtung Nachhaltigkeit (bei Frauen und Männern) induziert werden können, darf nicht einseitig mit Blick auf Informationen und Reaktionen darauf bearbeitet werden. Im Sinne eines Perspektivwechsels gilt es, stärker ohnehin bestehende Veränderungsprozesse, die Informationsbedarf hervorrufen, (z. B. durch biographische Veränderungen wie die Geburt eines Kindes) in den Blick zu nehmen und diese in Richtung ökologischen/nachhaltigen Konsum zu lenken. Dabei kann sich zeigen, dass sowohl diese Veränderungen selbst als auch die Reaktionen darauf bei Männern und Frauen unterschiedlich sind.

Untersuchungsrahmen

Aus diesen Ergebnissen wurden fünf zentrale Dimensionen abgeleitet, die in vielfältiger Weise miteinander in Bezug stehen und einander überlappen. Sie sind für eine Untersuchung des Zusammenhangs von Geschlecht und Umweltbewußtsein/Umweltverhalten, zusätzlich zur Identifikation von geschlechtsspezifischen Unterschieden, von Bedeutung:

- Geschlechtermodelle/-beziehungen
- Umweltrelevante Einstellungen
- Verschiedene Handlungsfelder
- Alltagsorganisation
- Biographische Veränderungen

3. Geschlechtsspezifische Sekundäranalysen empirischer Untersuchungen zu Umweltbewußtsein und nachhaltigen Konsummustern

Im Rahmen der Vorstudie wurden zwei empirische Untersuchungen nach Geschlecht nachausgewertet. Zum einen handelt es sich um die repräsentative Befragung „Umweltbewußtsein in Deutschland 2000“ (Kuckartz 2000), die regelmäßig im Auftrag des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit durchgeführt wird. Sie fokussiert auf Einstellungs- und Verhaltensitems zum Thema Umwelt, Naturschutz sowie einzelne Handlungsfelder wie Mobilität/Verkehr, Konsum, Gesundheit.

Zum anderen wurde eine Sekundäranalyse nach Geschlecht des Teilprojektes "Haushaltsexploration der Bedingungen, Möglichkeiten und Grenzen nachhaltigen Konsum-

verhaltens"¹ vorgenommen. In diesem Projekt wurden mittels einer qualitativen Befragung von 100 Personen in privaten Haushalten zu Konsumleitbildern und Konsumverhalten 10 relevante Konsumstile identifiziert und Ansätze zu einer Ökologisierung von Konsumstilen erarbeitet (Empacher et al. 2000).

Die wichtigsten Ergebnisse beider Sekundärauswertungen werden nachfolgend innerhalb der Untersuchungsdimensionen gemeinsam dargestellt.

3.1 Geschlechtermodelle/-beziehungen²

Die Sekundärauswertung der Konsumstile-Studie macht deutlich, dass sich eine Verschiebung hin zu mehr gleichberechtigten Geschlechtermodellen und -beziehungen nur bei einigen Konsumtypen und auch nicht in allen Handlungsfeldern des Alltags ergibt. Wie bei dem Konsumtyp der durchorganisierten Öko-Familien und den Alltags-Kreativen³ deutlich wird, haben Frauen, trotz des angestrebten partnerschaftlichen Geschlechtermodells, immer noch die Verantwortung für die Gesamtkoordination des Haushalts, die Kinderbetreuung und die Abstimmung der Familienbedürfnisse. Männer bleiben, selbst wenn sie sich stark engagieren, Erfüllungsgehilfen ihrer Frauen.

Insgesamt zeigt die Auswertung der Interviews, dass das Anstreben eines partnerschaftlichen Geschlechtermodells mit einer Umwelt-Orientierung verbunden ist, die zu mehr Bereitschaft für nachhaltige Konsumverhaltensweisen führt. Umgekehrt hat eine Umwelt-Orientierung jedoch nicht automatisch zur Folge, dass ein partnerschaftliches Geschlechtermodell angestrebt wird. Dies wird bspw. bei den Ländlich-Traditionellen deutlich, die ein traditionelles Geschlechtermodell leben und bei denen vor allem die Frauen eine ausgeprägte Umwelt-Orientierung aufweisen.

3.2 Umweltrelevante Einstellungen

Die Sekundär-Auswertung der Umweltbewußtseinsumfrage 2000 bestätigte die geschlechtsspezifischen Ergebnisse anderer Umweltbewußtseinsstudien:

- Frauen messen dem Umweltschutz mehr Bedeutung zu als Männer,
- sie zeigen ausgeprägtere Pro-Umwelteinstellungen,
- sie äußern eine höhere emotionale Betroffenheit durch Umweltprobleme,
- sie sind gegenüber den Möglichkeiten der Technik, die Umweltprobleme zu lösen, deutlich skeptischer,
- sie äußern sich deutlich ablehnender gegenüber Risikotechnologien wie Gentechnik oder Atomenergie und

¹ Nachfolgend wird die Studie kurz als "Konsumstile-Studie" bezeichnet.

² Eine Untersuchung von Geschlechtermodellen/-beziehungen war in der Umweltbewußtseinsumfrage nicht angelegt, die dargestellten Ergebnisse entstammen ausschließlich der Sekundäranalyse der Konsumstile-Studie

³ Für eine Beschreibung der Konsumtypen vgl. Empacher et al. 2000:31ff

- sie sind deutlich häufiger der Meinung, seitens der Politik wird zu wenig für den Umweltschutz getan.

Eine Erhebung umweltbezogener Einstellungen war in der Konsumstile-Studie nicht angelegt. Sie fokussierte Orientierungen, die handlungsleitend wirken können. Die geschlechtsspezifische Betrachtung konnte zeigen, dass zwar innerhalb der Konsumtypen geschlechtsspezifische Differenzen in den Orientierungen existieren, dass die Differenzen zwischen Frauen (bzw. Männern) verschiedener Konsumtypen jedoch ungleich größer sein können.

Neben solchen Differenzierungen zwischen Typen lassen sich aber auch typenübergreifend für Frauen und Männer geschlechtsspezifische Motivkonstellationen⁴ ausmachen. Typisch für die meisten Frauen aus den Typen durchorganisierte Öko-Familien, kinderlose Berufsorientierte, Alltags-Kreative, Ländlich-Traditionelle, sowie teilweise auch unauffällige Familien und Privilegierte ist die Kombination von Umweltorientierung, Gesundheitsorientierung und ethischer Orientierung (auch Mitleid mit Tieren).

Bei den Frauen der durchorganisierten Öko-Familien und der kinderlosen Berufsorientierten ist diese Motivkonstellation gepaart mit einer Zeitnot-Convenience.

Eine andere typisch weibliche Motivkonstellation findet sich bei der Zielgruppe der schlecht gestellten Überforderten wieder: Hygiene-Orientierung, Mode- und Trend-Orientierung gepaart mit einer starken Preis- und Convenience-Orientierung.

Typisch für die männlichen Vertreter vieler Konsumtypen ist hingegen die Kombination von Auto- und Technik-Orientierung (bei den unauffälligen Familien und den Privilegierten) oder von Auto- und (Bequemlichkeits-)Convenience-Orientierung (bei den kinderlosen Berufsorientierten, den jungen Desinteressierten, den Konsum-Genervten sowie den schlecht gestellten Überforderten).

Trotz anderem Fokus werden durch die Konsumstile-Studie auch einige der Ergebnisse der Umweltbewußtseinsforschung bestätigt:

Deutlich wird, dass Frauen häufig eine ausgeprägtere Umwelt-Orientierung aufweisen, was jedoch nicht für alle Konsumtypen gilt. Festzustellen ist ferner, dass es keine Typen gibt, in denen sich bei den Männern eine ausgeprägtere Umwelt-Orientierung zeigt als bei den Frauen.

In Bezug auf Risiko- und Technik-Wahrnehmung läßt sich auch in der Konsumstile-Studie feststellen, dass (mit Ausnahme der jungen Desinteressierten) bei allen Konsumtypen bei den Frauen eine stärkere Ablehnung der Gentechnik vorhanden ist.

⁴ Motivkonstellationen werden hier als wiederkehrende Kombinationen von Konsum-Orientierungen verstanden.

3.3 Alltagsorganisation⁵

Ein Zusammenhang zwischen der Alltagsorganisation und der Umwelt-Orientierung wird in den Fällen deutlich, in denen sich auch die Männer verstärkt mit Alltagsorganisation beschäftigen. Je mehr die Männer bereit sind, die gesamte Alltagsorganisation, nicht nur die Kinderbetreuung, mitzugestalten, desto höher ist auch ihre Umweltorientierung. Umgekehrt zeigen auch Männer eine ausgeprägte Umwelt-Orientierung, die sich nicht mit der Alltagsorganisation beschäftigen bspw. die Ländlich-Traditionellen. Erfahrungen mit der Alltagsorganisation scheinen, neben weiteren Faktoren, ein wichtiger Faktor für die Ausprägung von Umwelt-Orientierungen zu sein.

Insgesamt findet sich bei den meisten Männern, vor allem bei den alleinstehenden, eine starke Abwehrhaltung gegenüber Anforderungen der Alltagsorganisation. Demgegenüber zeigen die Männer der Alltags-Kreativen, dass Alltagsorganisation auch ein kreatives Feld sein kann, welches Spaß macht und als erfüllend wahrgenommen wird.

Übergreifend läßt sich festhalten, dass die Frauen in allen Typen mehr Alltagskompetenz aufweisen als die jeweils zugehörigen Männer. Bei den zwei Extremtypen, den Alltags-Kreativen und den Konsum-Genervten, sind die Unterschiede zwischen den Geschlechtern zwar weniger deutlich, es finden sich jedoch auch hier Hinweise darauf, dass Frauen kompetenter mit der Alltagsgestaltung umgehen und mehr für ihr Verhalten mehr Kriterien zugrunde legen (bei den Konsum-Genervten z. B. im Bereich Waschen).

3.4 Umweltverhalten in spezifischen Handlungsfeldern

Nachhaltigere Verhaltensweisen können bei den Frauen vor allem im Bereich Ernährung und Mobilität festgestellt werden, sowie in Teilbereichen auch bei Haushaltspflege, Waschen und Bekleidung. Handlungsfeldübergreifend läßt sich jedoch bei den Frauen fast aller Typen eine deutlich höhere Gesundheitsorientierung, die oft mit einem ganzheitlichen Körperbild verbunden ist, feststellen. Dies zeigt sich vor allem bei der Ernährung, aber auch bei der Bekleidung. Auch ethische und soziale Kriterien von Verhaltensweisen werden vor allem von Frauen benannt. Sie kaufen eher Produkte aus der Region, um Arbeitsplätze zu erhalten und zeigen eher Mitleid mit Tieren und Interesse am Tierschutz. Vor allem im Bereich Ernährung, aber auch bei der Körperpflege wird dies deutlich. Frauen sind auch diejenigen im Sample, die Ausbeutung von Menschen in anderen Ländern zum Thema machen, z. B. beim Bekleidungskauf das Thema Kinderarbeit.

Bezüglich der Zuständigkeiten im Haushalt wird deutlich, dass diese über alle Typen hinweg in einigen Handlungsbereichen (primär beim Waschen, aber auch in den Bereichen Haushaltspflege und Ernährung) nach wie vor deutlich bei den Frauen liegen.

⁵ Eine Untersuchung von Alltagsorganisation war in der Umweltbewußtseinsumfrage nicht angelegt, die dargestellten Ergebnisse beziehen sich nur auf die Konsumstile-Studie.

Hieraus schließen zu wollen, dass die Frauen in diesen Bereichen entscheidenden Einfluß und Gestaltungsmacht hätten und deshalb allein für Ökologisierungsstrategien ansprechbar sind, wäre jedoch zu kurz gegriffen. Die Nachauswertung der Interviews der Konsumstile-Studie verweist darauf, dass Männer teilweise, trotz Zuständigkeit der Frauen, deutlichen Einfluß auf das Handeln der Frauen nehmen. Dies betrifft z. B. den Fleischkonsum, den Kauf von Getränkedosen, aber auch die Entscheidung, ob Wäsche gekocht wird oder nicht.

3.5 Biographische Veränderungen

Biographische Veränderungen markieren Lebensabschnitte und haben deutliche Auswirkungen auf die Verfügbarkeit zeitlicher und finanzieller Ressourcen. Im Alltag spielen dagegen Routinen eine große Rolle und es besteht eher wenig Bedarf an neuen Informationen. Folglich ist es auch schwierig, neue Informationen über alltäglichen Konsum an den Adressaten oder die Adressatin zu bringen, da diese nicht aktiv gesucht und in der Routine des Alltags eher übersehen werden. Biographische Veränderungen brechen jedoch mit alten Routinen und es wird ein Suchprozeß nach Informationen und neuen Angeboten eingeleitet, bevor wieder neue Routinen gefunden werden.

In den Interviews wird der Einfluß mehrerer biographischer Veränderungen auf das Konsumverhalten deutlich: Besonderen Einfluß hat die Geburt eines Kindes, weil nicht nur Verhaltensweisen, sondern auch Wahrnehmungsmuster geändert werden und Umweltorientierungen und Umweltverhalten steigen, und zwar bei Männern und Frauen. Allerdings sind die Auswirkungen in Bezug auf das Umweltverhalten auch ambivalent, so führt z.B. im Bereich Mobilität die Existenz kleiner Kinder zu umweltschädlicherem Verkehrsverhalten.

Nicht überall sind die Auswirkungen so deutlich wie bei der Geburt eines Kindes, jedoch zeigen sich auch bei anderen biographische Veränderungen, die Geschlechterbeziehungen betreffen, z. B. beim Zusammenziehen in einen gemeinsamen Haushalt, oder einer Trennung, Potentiale für nachhaltigeren Konsum. Daneben sind altersspezifische biographische Ereignisse wie das Verlassen des Elternhauses, eine neue Arbeitsstelle oder der Eintritt in die Rente von Bedeutung.

Die Reaktionen darauf und die Auswirkungen solcher Veränderungen sind in vielen Fällen geschlechtsspezifisch unterschiedlich, da nach wie vor Haushalts- und Betreuungsaufgaben eher in die Zuständigkeit der Frauen fallen, sind sie es meistens, die mit geringeren finanziellen sowie knapperen zeitlichen Ressourcen konfrontiert sind.

Eine besondere Umweltrelevanz können biographische Veränderungen nicht nur in der Neuausbildung von ökologischeren Routinen entfalten. Sie sind auch Anlaß, um die von Bodenstein et al. genannten „strategischen Konsumententscheidungen“ (1997) zu treffen, z. B. der Kauf eines Autos, der Küchengeräteausstattung, die Wahl der Wohnung etc. Damit ziehen sie entsprechende Umweltauswirkungen nach sich, die über Jahre nicht mehr geändert werden.

Die Implikation biographischer Veränderungen für nachhaltigere Verhaltensweisen sind zunächst ambivalent, das heißt, sie führen nicht zwangsläufig zu nachhaltigerem Verhalten. Da derartige Veränderungen jedoch, im Gegensatz zum routinisierten Alltag, eine höhere Offenheit für neue Informationen und Angebote beinhalten, gälte es, dies zu nutzen, um die Ausbildung neuer Routinen in nachhaltigere Bahnen zu lenken.

4. Folgerungen für Umweltkommunikation, Umweltbildung und Umweltpolitik

Bei der Berücksichtigung des Zusammenhangs von Geschlecht und Umweltbewußtsein/-verhalten innerhalb der Umweltpolitik, -kommunikation und -bildung kommen drei mögliche Zielsetzungen in Betracht:

- Zunächst sollten die Potentiale, die in der teilweise höheren Ansprechbarkeit bestimmter Gruppen von Frauen sichtbar werden, in Umweltpolitik, -kommunikation und -bildung entsprechend genutzt werden.
- Gleichzeitig sollten die, wenn auch geringen, Potentiale, die bei Männern sichtbar werden, genutzt werden. Vor allem sollten Männer direkt für Umweltbelange angesprochen werden.
- Zuletzt und übergreifend muß nach neuen Lösungsmöglichkeiten gesucht werden, die sowohl nachhaltige Entwicklung vorantreiben als auch Geschlechtergerechtigkeit fördern können.

Für die Umsetzung nachhaltiger Entwicklung ist es unerlässlich, Umweltschutz als Querschnittsthema in anderen Ressorts zu verankern (vgl. hierzu Becker et al. 1999:1). Vor dem Hintergrund, dass sich in der Sekundärauswertung der Konsumstile-Studie gezeigt hat, dass eine Orientierung auf ein partnerschaftliches Geschlechtermodell und die Möglichkeit, diese auch im Alltag umzusetzen, dem Umwelthandeln im Alltag beider Geschlechter förderlich ist, sollte eine strategische Allianz zwischen Umweltpolitik und einer Geschlechter- und Familienpolitik, die auf Gleichberechtigung zielt, verfolgt werden.

Für eine Umweltpolitik bedeutet dies, dass ihre Maßnahmen und Instrumente bestehende Geschlechtsunterschiede nicht reproduzieren und verstärken. Für jede umweltpolitische Maßnahme sollte somit eine Abschätzung geschlechtsspezifischer Auswirkungen, ein Gender Impact Assessment nach niederländischem Vorbild (vgl. Verloo/Roggeband 1996), durchgeführt werden, um Maßnahmen, die eine Feminisierung der Umweltverantwortung weiter vorantreiben, zu verhindern.

Bei der Ausgestaltung politischer Maßnahmen sollte der Alltagskontext der betroffenen Akteurinnen und Akteure explizit und differenziert mit berücksichtigt werden. Umweltpolitische Maßnahmen, die sich auf das Alltagshandeln der von ihnen Betroffenen auswirken, sollten so konzipiert werden, dass sie in bestehende Alltagsroutinen integrierbar sind bzw. nicht zu einer Erhöhung der Belastung, vor allem der Frauen, bei der Alltags-

organisation führen. Neben bereits praktizierten Ansätzen partizipativer Umwelt- und Stadtplanung käme z. B. die Förderung von Strategien infrage, die zur Zeit unter dem Schlagwort „Von der Nische zum Massenmarkt“ diskutiert werden, sowie die Förderung von Öko-Dienstleistungen und das Öko-Design von Haushaltsgeräten.

Für die Umweltkommunikation folgt aus den Ergebnissen der Sekundärauswertungen, dass Frauen nicht per se eher ansprechbar für Umweltthemen sind als Männer. So hat sich gezeigt, dass die Verfolgung von Emanzipationsinteressen fast immer mit einer akuten Zeitnot einhergeht. Hierdurch entsteht ein klarer Zielkonflikt zwischen der Umsetzung nachhaltigerer Verhaltensweisen und Geschlechtergerechtigkeit. Diesen Konflikt gilt es bei Kommunikationsstrategien zu berücksichtigen. Frauen können folglich nicht als alleinige Hauptzielgruppe der Umweltkommunikation gesehen werden. Im Gegenteil sollten in bestimmten Bereichen eher gezielt Männer angesprochen werden, um diese dazu zu bewegen, mehr Verantwortung für Umweltschutz im Alltag zu übernehmen. Dies gestaltet sich sicherlich schwierig und ist mit größerem Aufwand verbunden, da viele der Männer durch das Umweltthema schwerer erreichbar sind und starke hemmende Konsumorientierungen aufweisen. Darüber hinaus steht das männliche Geschlechtsstereotyp einem für die Umwelt sorgenden Verhalten entgegen. Hier müssen Anstrengungen unternommen werden, ein Männerbild zu schaffen, das umweltfreundliches Verhalten integriert. Insgesamt könnte es auch verstärkt zu den Aufgaben der Umweltbildung gehören, geschlechtsspezifische Aufgabenzuschreibungen beim Umweltverhalten explizit anzusprechen und in Richtung deren Abbau zu wirken.

Thematisch sollte sich die Umweltkommunikation vorrangig dem Thema Ernährung widmen, um eine nachhaltige Agrarwende kommunikativ zu unterstützen, sowie stärker bestehende Hygiene-Vorstellungen in den Bereichen Waschen und Haushaltspflege thematisieren. Entsprechende Kommunikationsstrategien müssen sowohl geschlechts- als auch typenspezifisch angepaßt sein. Ein besonderes Augenmerk sollte darauf gelegt werden, hierbei die Aufmerksamkeit von Männern zu wecken, indem Themen angesprochen werden, die für sie von Interesse sind (in Bezug auf Hygienevorstellungen z. B. das Thema Auto waschen). Auch sollten die Potentiale, die sich durch biographische Veränderungen ergeben, stärker berücksichtigt werden.

Da geschlechtsspezifische Aufgabenzuschreibungen im Bereich des Umwelthandelns nur sehr schwer zu ändern sind, ist in dem gesamten Themenfeld insbesondere eine geschlechterdifferenzierende und sich mit Geschlechtsstereotypen auseinandersetzen- de Umweltbildung gefragt.

Da sich diese Folgerungen für umweltpolitische Maßnahmen und für die Umweltkommunikation auf Sekundärauswertungen empirischer Ergebnisse beziehen, die nicht explizit das Thema dieser Studie fokussierten, sollten sie in Form von Primärerhebungen noch erhärtet werden.

5. Schlußfolgerungen und Forschungsbedarf

Für die Umweltforschung ergibt sich dringender Forschungsbedarf an geschlechtsspezifisch – und wie die Ergebnisse zeigen – auch altersspezifisch differenzierenden Untersuchungen.

Um zukünftig über die reine Unterscheidung zwischen Frauen und Männern hinaus eine umfassende Untersuchung der *Geschlechterbeziehungen/-modelle* vornehmen zu können, ist eine Befragung beider Partner im Haushalt notwendig. Erst der Vergleich der Sichtweisen beider Partner kann unterschiedliche Einstellungen, Verhaltensweisen und vor allem Einflußmöglichkeiten, d. h. die tatsächliche Gestaltungsmacht, deutlich machen. Dies ist insbesondere von Interesse, da Frauen zum einen zwar nach wie vor in den meisten Alltagsbereichen die Hauptverantwortung übernehmen, sich jedoch zum anderen gezeigt hat, dass Männer in vielen Fällen ihre Interessen durchsetzen.

Neben der Alltagsorganisation als Ganzes (Haushaltsmanagement), die immer noch den Frauen unterliegt, müßte die *Alltagsorganisation in verschiedenen Handlungsfeldern* thematisiert werden. Sowohl Konsum-Orientierungen als auch Umwelthandeln sowie die geschlechtsspezifische Arbeitsteilung und Gestaltungsmacht unterscheiden sich in einzelnen Feldern und bei unterschiedlichen Konsumtypen und müssen deshalb untersucht werden. Dabei sollten auf klassisch männlich konnotierte Handlungsfelder ein spezifisches Augenmerk gerichtet werden.

Für das Erkennen zielgruppenspezifischer Konsum-Orientierungen und motivationalere Ansatzpunkte für Umweltbewußtsein und Umweltverhalten ist es darüber hinaus von besonderem Interesse, mehr darüber zu erfahren, welcher Dynamik der Komplex (geschlechtsspezifischen) Umwelthandelns in verschiedenen Handlungsfeldern unterliegt. Das Potenzial, das biographische Veränderungen im Hinblick auf ökologischere Verhaltensweisen und Konsumententscheidungen bieten können, sollte in einer empirischen Untersuchung genauer auf mögliche Ansatzpunkte für die Umweltkommunikation untersucht werden.

Mit Blick auf weitere Forschung zum Zusammenhang von Geschlechterverhältnissen und Umweltbewußtsein/-verhalten erweisen sich Konsumtypen, in denen sich die Geschlechterbeziehungen verändern, als besonders interessant. So sollten z. B. die durchorganisierten Öko-Familien genauer daraufhin untersucht werden, welche Ansatzpunkte sich bei ihnen für die gleichzeitige Förderung von Geschlechtergerechtigkeit und ökologischer Nachhaltigkeit finden. Die kinderlosen Berufsorientierten sind interessant, da sich Orientierungen und Verhalten zwischen Männern und Frauen in einigen Handlungsfeldern angleichen, während in anderen starke Geschlechtsunterschiede zu finden sind. Bei den aktiven SeniorInnen wäre genauer zu untersuchen, ob und wie sich die Geschlechterbeziehungen durch den Eintritt in die Rente verändern. Auch die jungen Desinteressierten sind unter diesem Blickwinkel interessant, da Geschlechtsunterschiede in den Konsumorientierungen in diesem Alter offensichtlich noch wenig vorhanden sind.

Insgesamt hat sich gezeigt, dass quantitative Erhebungen wie die Umweltbewußtseinsumfragen unabdingbar sind, um gesellschaftliche Trends sichtbar zu machen. In Zukunft sollten diese Umfragen zum einen systematisch nach Geschlecht ausgewertet werden, zum anderen gilt es aber auch, Themen zu integrieren, die auch den Alltag von Frauen betreffen, wie z.B. die Belastung durch bodennahes Ozon im Sommer oder den Mehraufwand durch umweltfreundliche Alternativen. Auch eine Konzeption von Umweltwissen, das alltagsrelevantes Wissen umfaßt, sollte verstärkt angegangen werden.

Ferner wurde deutlich, dass die Differenzierung zwischen Zielgruppen wertvolle Einsichten in den Zusammenhang von Geschlecht und Umweltbewußtsein/-verhalten liefert. Erst die qualitative Vorgehensweise macht es möglich, zielgruppenspezifisch unterschiedliche Orientierungen und damit Ansatzpunkte für differenzierte Ökologisierung- und Kommunikationsstrategien zu identifizieren. Diese Methodik sollte folglich bei zukünftiger Forschung beibehalten werden. Innerhalb solcher qualitativer Untersuchungen steht es allerdings noch aus, eine Methode zur Untersuchung von Geschlechterbeziehungen und -modellen zu konzipieren.

Literatur:

- Bodenstein, G./Spiller, A./Elbers, H. (1997): Strategische Konsumententscheidungen: Langfristige Weichenstellungen für das Umwelthandeln - Ergebnisse einer empirischen Studie. Diskussionsbeiträge 234. Duisburg
- Buchen, J./K. Buchholz/E. Hoffmann/S. Hofmeister/R. Kutzner/R. Olbrich/P. van Rühl (Hg.) (1994): Das Umweltproblem ist nicht geschlechtsneutral - Feministische Perspektiven. Bielefeld
- Empacher, C./K. Götz/I. Schultz/B. Birzle-Harder (Hg.) (2000): Demonstrationsvorhaben zur Fundierung und Evaluierung nachhaltiger Konsummuster und Verhaltensstile. Endbericht des Teilprojektes 2: Haushaltsexploration der Bedingungen, Möglichkeiten und Grenzen nachhaltigen Konsumverhaltens. Im Auftrag des Umweltbundesamtes. Frankfurt am Main
- Kuckartz, U.; Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) (Hg.) (2000): Umweltbewußtsein in Deutschland 2000. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. Im Auftrag des Umweltbundesamtes. Berlin
- Schultz, I./I. Weller (1995): Gender & Environment. Ökologie und die Gestaltungsmacht der Frauen. Frankfurt/M.
- Verloo, M./Roggeband, C. (1996): Gender Impact Assessment: The Development of a New Instrument in the Netherlands. In: Impact Assessment, vol. 14, No. 1, 3-21
- Weller, I./E. Hoffmann/S. Hofmeister (Hg.) (1999): Nachhaltigkeit und Feminismus: neue Perspektiven - alte Blockaden. Bielefeld
- Wichterich, Ch. (2001): Verknüpfungsprobleme. Bilaterale Entwicklungszusammenarbeit, Gender und Umwelt. In: Politische Ökologie 70 AGender 21, 21-25

Analysis of the Consequences of Changing Gender Roles for Environmental Awareness and Environmental Behaviour

Summary of Findings

1. Problem Under Review

In gender-oriented environmental research it has been repeatedly established that environmental problems are not gender neutral (cf. Buchen et al. 1994, Weller et al. 1999). The critical point here appears to be the central role that women still play in the household; in many cases this means that they are assigned responsibility for 'health and environment' (cf. Schultz/Weiland 1991) without possessing the 'shaping power' to actually change existing conditions in any way (cf. Schultz/Weller 1995). Feminist environmental and sustainability research is thus calling for the goals of the 1992 Rio Conference to be put into practice, namely to actively include women and women's interests in the creative process of bringing about sustainable development (cf. Wichterich 2001:21). Since, however, a conflict (in aims) may arise between an ecologicalisation of everyday and consumer behaviour on the one hand and gender justice on the other hand, the project presented here seeks ways of getting round this conflict and identifying win-win strategies. Based on gender-specific secondary analyses of empirical studies on the subject of environmental awareness and sustainable consumer behaviour, possibilities for sustainable lifestyles in the everyday lives of both genders have been demonstrated. Our main attention here is devoted to the question of how existing potentials can be activated via environmental communication and education.

2. Status and Framework of Research

At the beginning of this study, research fields which are significant for the project were sounded out. Conclusions of general relevance in examining the connection between gender and environmental awareness/behaviour were then drawn from central research findings to establish the research framework for the gender-specific secondary analyses.

Gender Research

The following results from gender research were of relevance for secondary evaluation:

- 'Gender' should not be considered a mere socio-demographic feature in the sense of people's biological sex. What also needs looking at are gender *models* and *relationships*.

- The aim here is to examine whether and, if so, to what extent gender stereotypes become effective in what fields of action within the household and to find out where changes are taking place.
- Over and above this, (feminist) biographical research has given rise to a focus on changes in living contexts (right through to ruptures), which go hand in hand with changes in the organisation of everyday life and hence also in everyday, environment-related action, and which have differing consequences for men and women.

Lifestyle Research

- Lifestyle research, confirmed by results of gender research, has shown the need to take into account the differences between women and men, respectively. Comparisons should be made not just between men and women, but between members of the same sex who stem from different types of households and milieus and who have different lifestyles and consumer styles, etc.
- Through its complex union of (objective) socio-demographic and (subjective) socio-cultural criteria, lifestyle research reinforces the view of 'gender' as something which is not merely a socio-demographic characteristic, but which also embraces gender relations along with specific 'gender orientations' (e.g. equal rights orientation).

Environmental Awareness Research

- Since gender is plainly relevant when it comes to attitudes towards environmental matters (or rather problems), any gender-specific studies dealing with environmental problems (environment-relevant attitudes) should take into account the attitudinal level. Here it is particularly important to consider:
 - perception of and involvement in environmental problems (perception of problems),
 - people's readiness to take concrete action on behalf of the environment or environmental protection (readiness to act), and
 - perception and (non-) acceptance of technologies and technological risks (perception of technology and risk).

Research into Environmental Behaviour

- Gender also proves to be of great relevance when it comes to environmental behaviour; indeed, the differences are clearer than at the attitudinal level. In the context of environmental relevance, therefore, gender-specific studies ought to include the behavioural level.

- However, these gender differences are not to be found in all fields of action. For this reason it is important to distinguish between different fields of action, in order to discover those where differences exist and where women or men are more strongly committed.

Gender-Related Environmental Research

- The responsibility for housework and environmental matters in private households must not be identified in stereotype fashion with women/women's work: any 'feminisation of environmental responsibility' of this kind is to be avoided.
- Everyday actions (on the part of women and men) should be viewed in their complexity (differing organisation of everyday life and household management in different households, each with different time and financial resources), along with the diverse needs and wishes of those who carry out the daily chores.

Environmental Communication

Concrete gender-specific approaches from the area of environmental and sustainability communication and education are scarcely to be found at present. Nonetheless, there are initial indications from research in this field that the following aspects ought to be taken into account:

- Questions of gender and sustainability communication are to be examined in the context of a participative approach, i.e. with the participation of the actors (both women and men).
- Approaches which incorporate the demands of women and men in the development of products and the organisation of service offers are to be combined with those that take ecological demands into account.
- The question as to how behavioural changes in the direction of sustainability (amongst women and men) can be induced must not be dealt with in a one-sided manner by merely looking at information and reactions to it. Instead, in the interests of a switch in perspective, more attention needs to be devoted to change processes already in existence and that evoke a need for information (e.g. via biographical changes such as the birth of a child); these processes then need to be steered in the direction of ecological/sustainable consumption. In doing so, it may become apparent that both the changes themselves and the reactions to them differ in men and women.

Research Framework

From these results, five central dimensions were derived which are interlinked and which overlap one another in a number of ways. They are important for a

study on the connection between gender and environmental awareness/environmental behaviour and additionally important for the identification of gender-specific differences:

- Gender models/ relations
- Environmentally relevant attitudes
- Different fields of action
- Organisation of everyday life
- Biographical changes

3. Gender-Specific Secondary Analyses of Empirical Studies on Environmental Awareness and Sustainable Consumer Patterns

Within the framework of this preliminary study, two pieces of empirical research were post-evaluated according to gender. The first is a representative survey, 'Environmental awareness in Germany 2000' (Kuckartz 2000), which is carried out regularly on behalf of the Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety. It focuses on attitudinal and behavioural items to do with the environment, nature conservation, and individual fields of action, such as mobility/traffic, consumption and health.

In the other case, a secondary analysis of the sub-project 'Exploration of Conditions, Opportunities and Limitations for Sustainable Consumer Behaviour in the Household'⁶ was undertaken. In this project, 10 relevant consumer styles were identified by means of a qualitative survey of 100 individuals in private households, to gain insights into consumption orientations, and consumer behaviour. Approaches were then drawn up for an ecologicalisation of consumer styles (Empacher et al. 2000).

The most important results of these two secondary evaluations are outlined jointly below within the research dimensions.

3.1 Gender Models / Relations⁷

Secondary evaluation of the Study of Consumer Styles makes it clear that a shift towards more equal-status gender models and relations is only taking place amongst a few consumer types, and even then not in all fields of everyday action. As becomes manifest from the consumer type of the Well-organised Eco-Families and the Everyday Creatives⁸, women, despite striving for a collaborative gender model, still bear responsibility for the overall tuning of the household, for child care and for coordinating

⁶ The study will henceforth be referred to as the 'Study of Consumer Styles'.

⁷ The environmental awareness survey did not include a study of gender models/relationships. The results presented here stem exclusively from secondary analysis of the Study on Consumer Styles.

⁸ For a description of the consumer types, cf. Empacher et al. 2000:31ff.

family needs. Men, even if they do become involved, nevertheless remain mere accomplices of their wives.

On the whole, evaluation of the interviews shows that striving for a collaborative gender model is linked to an environmental orientation that leads to more readiness to engage in sustainable consumer behaviour. Conversely, an environmental orientation does not automatically mean that a collaborative gender model is being strived for. This becomes clear, for example, in the case of the Rural-Traditionals, who live according to a traditional gender model and where it is largely the women who display a pronounced environmental orientation.

3.2 Environmentally Relevant Attitudes

Secondary evaluation of the Environmental Awareness Survey 2000 confirmed the gender-specific results of other environmental awareness studies:

- Women attach more importance to environmental protection than men,
- they display more pronounced pro-environment attitudes,
- they express greater consternation about environmental problems,
- they are far more sceptical about the technological possibilities of solving environmental problems,
- they express themselves in far more negative terms about high-risk technologies, such as gene technology or nuclear energy, and
- they are far more frequently of the opinion that policy-makers are doing too little for environmental protection.

A survey of environment-related attitudes was not planned for the Study on Consumer Styles. This focussed instead on orientations capable of guiding actions. Gender-specific observation was able to show that although gender-specific differences in orientation exist within the consumer types, the differences between women (or men) of different consumer types can be incomparably greater.

Besides such distinctions between types, it is, however, also possible to identify cross-type, gender-specific motive constellations⁹. What is typical for most women from the types 'Well-Organised Eco-Families', 'Childless Job-Oriented', 'Everyday Creatives', 'Rural Traditionals', and to an extent also for those from 'Low-profile Families' and 'Privileged' women, is the combination of environmental orientation, health orientation and ethical orientation (including compassion for animals).

Amongst women of the 'Well-Organised Eco-Families' and the 'Childless Job-Oriented', this motive constellation is coupled with the need for convenience due to shortage of time.

⁹ In this context, motive constellations are interpreted as recurring combinations of consumer orientations.

Another typically feminine motive constellation is to be found in the target group of Overstretched Badly Off women: hygiene orientation, fashion and trend orientation, coupled with a strong price and convenience orientation.

In contrast to this, something that is typical for the male representatives of many consumer types is the combination of car and technology orientations (amongst the 'Low-Profile Families' and the 'Privileged'), or car and convenience orientations (amongst the 'Childless Job-Oriented', the 'Young Disinterested', the 'Consumption Weary' and the 'Overstretched Badly Off').

Despite its different focus, the Study on Consumer Styles does confirm several results from research on environmental awareness:

It becomes apparent that women often display a more pronounced environmental orientation, although this doesn't apply to all consumer types. Moreover, it can be established that there are no types where men show a more marked environmental orientation than women.

With regard to people's perception of risk and technology, it is also possible to establish from the Study on Consumer Styles that (with the exception of the 'Young Disinterested') one finds a stronger rejection of gene technology amongst the women throughout all consumer types.

3.3 Organisation of Everyday Life¹⁰

A connection between organisation of everyday life and environmental orientation becomes clear in those cases where men, too, apply themselves more strongly to the organisation of everyday life. The readier the men to co-organise everyday life as a whole, not just child care, the higher their environmental orientation. By contrast, there are also men who show a pronounced environmental orientation and do not apply themselves to the organisation of everyday life, for instance the 'Rural Traditionals'. Experience of organising everyday life does, however, seem to be an important factor for the shaping of environmental orientations.

On the whole, in most men, particularly singles, one tends to find strong resistance to the demands of organising everyday life. In contrast to this, men of the 'Everyday Creatives' type show that the organisation of everyday life can be a creative field providing fun and fulfilment.

Overall it is fair to say that women of all types prove to have more everyday competence than their respective partners. In the case of the two extreme types, the 'Everyday Creatives' and the 'Consumption Weary', the differences between the sexes may be less apparent, but there are nonetheless indications that women take a more competent approach to managing everyday life and base their behaviour on more

¹⁰ The environmental awareness survey did not include a study of organization of everyday life. The results presented here relate only to the Study of Consumer Styles.

concrete criteria (amongst the 'Consumption Weary', say, when it comes to doing the laundry).

3.4 Environmental Behaviour in Specific Fields of Action

More sustainable modes of behaviour can be ascertained amongst women above all in the areas of nutrition and mobility, and in other more specific areas such as in house-cleaning, laundry and clothing. It is possible to establish one feature which is common to almost all types of women: a far stronger health orientation, often linked to a holistic picture of one's body. This is most manifest in nutrition, but also in clothing. Ethical and social criteria of types of behaviour are also named mainly by women. They are more inclined to buy regional products in order to preserve jobs and show compassion for animals and interest in animal protection. This becomes apparent above all in connection with nutrition, but also when it comes to body care. Women are also the ones in the sample who see the exploitation of human beings in other countries as an issue for debate, e.g. the question of child labour when buying clothes.

With regard to household responsibilities it becomes clear that for several spheres of action (primarily doing the laundry, but also cleaning the house and nutrition) these continue to be very much the women's domain. But to then maintain that women possess decisive influence and creative power in these areas would fall short of the truth. Post-evaluation of the interviews from the Study on Consumer Styles indicates that despite the responsibility allocated to women, men partly exert a distinct influence on their actions. This concerns for example meat consumption, the purchase of canned drinks, but also the decision whether or not to do the laundry at a high temperature.

3.5 Biographical Changes

Biographical changes mark stages in life and have distinct consequences for the availability of time and financial resources. In contrast to this, routines play a large role in everyday life and there doesn't really appear to be any need for new information. Consequently it is difficult to get new information about everyday consumption to the addressees, since it is not sought and tends to be overlooked in the routine of daily life. Biographical changes, however, bring about a rupture with old routines; a process of seeking information and new offers is introduced before new routines are found again.

In the interviews, the influence of several biographical changes on consumer behaviour becomes apparent: the birth of a child exerts a special influence, changing not only one's mode of behaviour but also one's perceptual patterns; environmental orientations and environmental behaviour become more intense, in men as well as women. Nonetheless, the effects on environmental behaviour are also ambivalent; in the area of mobility, for instance, the existence of young children leads to an environmentally more harmful form of traffic behaviour.

Not everywhere are the consequences as clear as when a child is born, although other biographical changes involving gender relations, for instance moving into together, or a separation, also show potential for more sustainable consumption. In addition to this, age-specific biographical events, such as leaving the parental home, taking up a new job or going into retirement, also bear significance.

In many cases, the ensuing reactions and the effects of such changes differ according to gender: since household chores and child care are more inclined to be left up to the women, they are generally the ones confronted with tighter financial and time resources.

It is not only in the cultivation of more ecological routines that biographical changes can develop environmental relevance. They are also the reason for taking the “strategic consumer decisions” named by Bodenstein et al. (1997), for instance purchase of a car, acquisition of kitchen equipment, choice of home, etc. This being so, they are accompanied by corresponding environmental consequences which then go unchanged for years.

The implications of biographical changes for more sustainable modes of behaviour are initially ambivalent. This means that they don't necessarily lead to more sustainable behaviour. Since, unlike routinised everyday life, such changes imply greater openness towards new information and offers, it would be opportune to exploit them in order to steer the development of new routines into more sustainable channels.

4. Consequences for Environmental Communication, Environmental Education and Environmental Policy

Three possible objectives are to be considered when looking at the connection between gender and environmental awareness/behaviour in the context of environmental policy:

- To begin with, appropriate exploitation in environmental policy, communication and education of the manifest potential to be found in the greater approachability of certain groups of women.
- At the same time, the potential amongst men, although less substantial, should also be exploited. Above all, men should be addressed directly on environmental matters.
- Finally and on a general scale, it is necessary to look for new problem-solving options capable of driving sustainable development forward as well as promoting gender justice.

It is vital to the realisation of sustainable development that environmental protection be anchored as a cross-sectoral topic in other policy sectors (cf. Becker et al. 1999:1). Secondary evaluation of the Study on Consumer Styles showed that orientation based on a collaborative gender model and the possibility of putting this into practice in everyday life are conducive to environmental actions in the daily lives of both genders.

For this reason, a strategic alliance between environmental policy and a gender and family policy aiming at equal rights ought to be pursued.

For an environmental policy this means that its measures and tools should not reproduce and reinforce existing gender differences. Thus for each environmental political measure, an estimation of the gender-specific consequences, in other words a gender impact assessment based on the Dutch example (cf. Verloo/Roggeband 1996), should be carried out in order to prevent measures that further promote a feminisation of environmental responsibility.

In drafting political measures, the everyday context of the actors concerned should be taken into account in an explicit and differentiated manner. Environmental political measures which affect the everyday actions of those they involve should be conceived in such a way that they can be integrated into existing everyday routines or so that they don't add to the burden, above all of women, in organising everyday life. Besides the approaches of participative environmental and town planning already in practice, one might also consider, say, the promotion of strategies currently being discussed under the banner of "From the eco-niche to the mass market", along with the promotion of eco-services and the eco-design of household appliances.

The implications of results from the secondary evaluations for environmental communication are that women are not per se more amenable to environmental topics than are men. Indeed, it has been shown that the pursuance of emancipatory interests is almost always accompanied by an acute shortage of time. From this there arises a clear conflict of aims between the realisation of more sustainable modes of behaviour and gender justice. Communication strategies need to take this conflict into account. Consequently, women can not be seen as the sole main target group for environmental communication. On the contrary, in certain areas it should target the men more, to get them to bear more responsibility for environmental protection. This is bound to be a difficult undertaking and will take a lot of effort, as many of the men are more difficult to reach with the environmental issue and display highly inhibitory consumer orientations. Furthermore, the male gender stereotype stands in the way of caring environmental behaviour. Efforts are called for here to create a male image which integrates environment-friendly behaviour. Overall, it could also become a stronger priority of environmental education to explicitly address the gender-specific attribution of environmental tasks and to work towards their dismantlement.

Environmental communication should take nutrition as its main theme in order to support a sustainable agricultural change, and should focus more on existing notions of hygiene in the areas of laundry and household cleaning. Corresponding communication strategies must be specifically adjusted for gender and type. Special attention must be paid to catching men's attention by addressing topics in which they are interested (for instance, washing the car in the context of hygiene). Also, potentials arising from biographical changes should be taken into account more.

Since the gender-specific attribution of tasks in the field of environmental action is so difficult to change, there is a need for environmental education which differentiates between the genders and which tackles the problem of gender stereotypes.

Since these conclusions for environmental political measures and for environmental communication relate to secondary evaluations of empirical findings that didn't explicitly focus on the subject of this study, they should be corroborated by means of primary surveys.

5. Final Conclusions and Need for Research

For environmental research there is an urgent need for research which is differentiated according to gender – and as the results show – also according to age.

In future, to be able to undertake a comprehensive examination of *gender relations/models* that goes beyond the basic distinction between men and women, it is necessary to survey both partners in the household. It is not until the views of both partners have been compared that one can clearly reveal differing attitudes, patterns of behaviour and above all opportunities to exert influence, i.e. the actual shaping power. This is of particular interest because women on the one hand continue to bear the main responsibility for most areas of everyday life, whilst men have been shown to assert their interests in many cases.

Besides the organisation of everyday life as a whole (household management), which continues to be the woman's domain, the *organisation of different everyday spheres of action* also needs discussing. Both consumer orientations and environmental action, along with the gender-specific division of labour and shaping power, differ within individual fields and according to different consumer types and therefore must be examined. In doing so it is important to keep a special eye on classically male spheres of action.

In order to identify target-group-specific consumer orientations and more motivational starting points for environmental awareness, it is also of special interest to discover the dynamic force to which the complex (gender-specific) environmental action is subjected. The potential that biographical changes are able to offer with reference to more ecological modes of behaviour and consumer decisions should be examined more closely using empirical research to find possible starting points for environmental communication.

Further research on the linkage between gender relations and environmental awareness/behaviour has shown consumer types involving changing gender relations to be of special interest. For example, the Well-organised Eco-Families should be examined more closely with a view to finding starting points for the parallel promotion of gender justice and ecological sustainability. The Childless Job-Orienteds are of interest in that orientations and behaviour between men and women are similar in several spheres of action, whereas in other areas one finds strong differences between

the genders. Amongst the Active Senior Citizens one needs to examine more closely whether and how gender relations change on entering retirement. The Young Disinterestededs are also interesting in this respect, since gender differences in consumer orientations are evidently barely existent at this age.

Overall it has been shown that quantitative surveys and environmental awareness surveys are indispensable if one is to uncover social trends. In future, these surveys should be evaluated systematically according to gender, and it is also important to integrate topics concerning women's everyday lives, topics such as the impact of ground-level ozone in summer or the additional time needed for environmental-friendly alternatives. The conception of environmental knowledge which embraces facts of everyday relevance should also be undertaken to a greater degree.

Furthermore, it has become apparent that differentiation between target groups supplies valuable insights into the connection between gender and environmental awareness/behaviour. Only the qualitative approach makes it possible to identify different target-group-specific orientations and hence starting points for differentiated ecologisation and communication strategies. Consequently, this methodology should be retained for future research. For qualitative studies of this kind, however, the task still remains to conceive a method with which to research gender relations and models.

Bibliography:

- Bodenstein, G./Spiller, A./Elbers, H. (1997): Strategische Konsumententscheidungen: Langfristige Weichenstellungen für das Umwelthandeln - Ergebnisse einer empirischen Studie. Diskussionsbeiträge 234. Duisburg
- Buchen, J./K. Buchholz/E. Hoffmann/S. Hofmeister/R. Kutzner/R. Olbrich/P. van Rühl (Hg.) (1994): Das Umweltproblem ist nicht geschlechtsneutral - Feministische Perspektiven. Bielefeld
- Empacher, C./K. Götz/I. Schultz/B. Birzle-Harder (Hg.) (2000): Demonstrationsvorhaben zur Fundierung und Evaluierung nachhaltiger Konsummuster und Verhaltensstile. Endbericht des Teilprojektes 2: Haushaltsexploration der Bedingungen, Möglichkeiten und Grenzen nachhaltigen Konsumverhaltens. Im Auftrag des Umweltbundesamtes. Frankfurt am Main
- Kuckartz, U.; Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) (Hg.) (2000): Umweltbewußtsein in Deutschland 2000. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. Im Auftrag des Umweltbundesamtes. Berlin
- Schultz, I./I. Weller (1995): Gender & Environment. Ökologie und die Gestaltungsmacht der Frauen. Frankfurt/M.
- Verloo, M./Roggeband, C. (1996): Gender Impact Assessment: The Development of a New Instrument in the Netherlands. In: Impact Assessment, Vol. 14, No. 1, 3-21
- Weller, I./E. Hoffmann/S. Hofmeister (Hg.) (1999): Nachhaltigkeit und Feminismus: neue Perspektiven - alte Blockaden. Bielefeld

Wichterich, Ch. (2001): Verknüpfungsprobleme. Bilaterale Entwicklungszusammenarbeit, Gender und Umwelt. In: Politische Ökologie 70 AGender 21, 21-25