

April 2017

Landkarten der Transformationspotentiale nachhaltiger Konsummuster

Christa Liedtke, Melanie Speck, Lisa Geringhoff, Jola Welfens,
Carolin Baedeker und Michael Schipperges

Working Papers des KVF NRW, Nr. 5

DOI: 10.15501/kvfw_5

Das Ziel der Studie erschließt sich aus der Idee, eine Übersicht über den Stand der Erkenntnisse in den Bereichen Ressourcenkonsum (t) und Ausgaben (€) sowie Zeitverwendung (h) mit Bezug auf Typologien (Wohnen, Mobilität, Ernährung) zu erhalten. Darauf basierend wurden Transitionlandkarten entwickelt, die eine offene Erschließung von Pfadveränderungen und Lösungswegen für nachhaltigere Konsumententscheidungen und Lebensstilveränderungen ermöglichen.

Impressum

Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V.
Mintropstraße 27, 40215 Düsseldorf, Telefon: +49 211 38 09-0

Veröffentlicht im Rahmen des Projekts

Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW | KVF NRW
E-Mail: verbraucherforschung@verbraucherzentrale.nrw
Internet: www.verbraucherforschung-nrw.de
Twitter (@kvf_nrw): www.twitter.com/kvf_nrw

1. Auflage (April 2017).

Diese Publikation gibt die Meinung und die wissenschaftlichen Erkenntnisse der Autorin und des Autors wieder und muss nicht mit den Meinungen und Positionen des KVF NRW, der Verbraucherzentrale NRW e. V., des MKULNV oder des MIWF übereinstimmen.

Das KVF NRW ist ein Kooperationsprojekt der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V. mit dem Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MKULNV) und dem Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung (MIWF) des Landes Nordrhein-Westfalen.

Working Papers des KVF NRW

Die Working Papers des Kompetenzzentrums Verbraucherforschung NRW (KVF NRW) dokumentieren Ergebnisse der im Rahmen des KVF NRW geförderten Forschungsprojekte.

Autorinnen und Autoren

Prof. Dr. Christa Liedtke ist Forschungsgruppenleiterin beim Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie und lehrt Nachhaltigkeitsforschung im Design an der Folkwang Universität der Künste in Essen im Fachbereich Industrial Design.

Dr. Melanie Speck ist Projektleiterin am Wuppertal Institut für Klima, Umwelt Energie und Lehrbeauftragte u. a. an der Bergischen Universität Wuppertal und der Fachhochschule Münster.

Lisa Geringhoff ist wissenschaftliche Hilfskraft für nachhaltige Dienstleistungs- und Ernährungswirtschaft an der Fachhochschule Münster.

Jola Welfens ist Projektleiterin beim Wuppertal Intitut für Klima, Umwelt, Energie.

Carolyn Baedeker ist Stellv. Forschungsgruppenleiterin für Nachhaltiges Produzieren und Konsumieren am Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie.

Michael Schipperges ist Dozent für Methoden der empirischen Sozialforschung an der Deutschen Universität für Weiterbildung in Berlin und führt das Institut sociodimensions als Geschäftsführer.

Projekt

Das Projekt „Landkarten der Transformationspotentiale nachhaltiger Konsummuster“ wurde durch Mittel des Ministeriums für Innovation, Wissenschaft und Forschung (MIWF) des Landes Nordrhein-Westfalen im Rahmen des Kompetenzzentrums Verbraucherforschung NRW (KVF NRW) gefördert.

Lizenz

Der Text dieses Werkes ist, soweit nichts anderes vermerkt ist, urheberrechtlich geschützt und lizenziert unter

Creative Commons: Namensnennung - 3.0 Deutschland (CC BY 3.0 DE)

Den vollständigen Lizenztext (Legal Code) finden Sie unter

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/de/legalcode>

Die Zusammenfassung (Commons Deed) der Lizenz finden Sie unter

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/de/>

Die oben genannte Lizenz gilt ausschließlich für die Texte des Werkes, *nicht* für die verwendeten Logos und Bilder. Das Kennzeichen „Verbraucherzentrale“ ist als Gemeinschaftswort- und Bildmarke geschützt (Nr. 007530777 und 006616734). Das Werk darf ohne Genehmigung der Verbraucherzentrale NRW nicht mit (Werbe-)Aufklebern o. Ä. versehen werden. Die Verwendung des Werkes durch Dritte darf nicht den Eindruck einer Zusammenarbeit mit der Verbraucherzentrale NRW erwecken.

Bisherige Working Papers

www.verbraucherzentrale.nrw/kvfwfp

Nr. 1 | Der digital verführte, ahnungslose Verbraucher: Verbraucherpolitisches Handeln bei wachsenden Manipulationsmöglichkeiten des Verbraucherinteresses durch unkontrollierbare Datenauswertung der Unternehmen

Nr. 2 | Carsharing – ein Beitrag zu nachhaltiger Mobilität

Nr. 3 | Der zufriedene Patient 2.0: Analyse anonymer Arztbewertungen im Web 2.0

Nr. 4 | Wirkung der Kommunikation von Preiserhöhungen auf das Verhalten von Verbraucherinnen und Verbrauchern

1 Einleitung

Ein zunehmender Anteil von VerbraucherInnen, ob international oder national, hat mittlerweile ein Konsumprofil, welches mit einem hohen bis mittleren Ressourcenverbrauch verbunden ist. Konsum im breiteren Sinne ist zu einem „kulturellen Ereignis“ geworden, welches nicht nur Distinktion schafft, sondern auch den Lebensstil unterstreicht. Mit ihren Konsumentscheidungen übernehmen VerbraucherInnen im Rahmen einer nachhaltigen Entwicklung eine wichtige Rolle. Allerdings sind die Konsumentscheidungen und deren Auswirkungen in einer globalisierten Welt nur wenig nachvollziehbar – sei es für das Individuum selbst oder für systemrelevante Akteure (Speck 2016; Lukas et al. 2014; Reisch 2012). Denn die sozio-kulturellen als auch ökonomischen und strukturellen Deutungsmuster sowie infrastrukturelle Einflüsse (vgl. u. a. BMU 2013; Kleinhüchelkotten, 2005) nehmen großen Einfluss. Gängige Normen, spontane Emotionen, routinierte soziale Praktiken und ‚shared beliefs‘ geben den Anstoß für Entscheidungen (Bliesner et al. 2014; Liedtke et al. 2013).

Grenzen werden dem individuellen Gestaltungsraum durch die Regeln und Strukturen, Bedeutungen/Deutungen und Kompetenzen/Fähigkeiten gesetzt. Die Menschen sind also geübt darin, mit Begrenzungen umzugehen und sich aktiv anzupassen (Liedtke et al. 2013). Daran anschließend beschreibt der Umweltraum (Rockström et al. 2009) den begrenzten Umfang der zu erhaltenden und vorhandenen ökosystemaren Dienstleistungen, die die Menschen zum Wirtschaften und Leben nutzen können. Er beschreibt damit die ökologischen Grenzen: Nutzung der Dienstleistungen der Natur ohne die Tragfähigkeit der Erde zu zerstören. Allerdings sind die ökologischen Grenzen als Handlungsbedingung (noch) unzureichend in die individuellen sowie soziotechnisch/-ökonomisch beeinflussten Lebensstile und in das gesamte Produktions- und Konsumsystem integriert.

Bis heute fehlen alltagsorientierte Lösungsansätze, die die bereits vorhandene Expertise der VerbraucherInnen aufgreifen und die Etablierung eines nachhaltigen Konsums voranbringen. Die gängigen Konsummuster bleiben die Norm. Geleitet von dem konstruktivistischen Ansatz ist es notwendig, dass sich die VerbraucherInnen ihre Lebenswelt selbst erschließen, um diese zu gestalten (Giddens 1994).

2 Fragestellung und Zielsetzung

Der oben genannten Problemstellung folgend besteht das Projektziel in einem Konzeptionsentwurf bzw. einer Exploration alltagsadäquater Lösungswege in Form von Landkarten, über dessen Zugang und Art die VerbraucherInnen selbst entscheiden. Daraus lassen sich folgende Fragestellungen ableiten:

- Wie können nachhaltige Konsummuster VerbraucherInnen nähergebracht werden und diese sich selbst befähigen, ihren eigenen Weg zu finden und Entscheidungen zu treffen? Wie kann dieser Vorgang begleitet und unterstützt werden?
- Wie müssen Konsumprofile und Handlungsmuster beschrieben werden, um realitätsnah zu vermitteln, welche Entscheidungspfade und Handlungswege möglich sind? Wie können die eigenen Pfade entwickelt, kreativ exploriert und getestet werden?

Die Erfahrungshorizonte in Wissenschaft und Verbraucherforschung bzw. -bildung sind zu erweitern und Innovationen sind zu fördern. Die Transitionlandkarten¹ dienen in diesem Kontext als Vielfaltgeber und Innovationsträger. Der konzeptionelle Entwurf dient als erster Schritt für die Entwicklung einer transformativen² Verbraucherberatung. Das Projektvorgehen folgt der Methode der Offenen Erschließungsszenarien (Bliesner et al. 2014).

3 Methodik und Vorgehensweise

Das Forschungsprojekt ist in vier Meilensteine³ aufzuteilen:

1. Methode 'desk research' – Literaturrecherche
2. Methode – Experteninterviews
3. Methode – Expertenworkshop
4. Ergebnis – Transitionlandkarten

Die Vorgehensweise im Projekt ermöglicht die prozessuale Erarbeitung der Projektergebnisse mit dem Ziel zu Erarbeitung der Transitionlandkarten. Abbildung 1 skizziert den zeitlichen und inhaltlichen Verlauf des Projekts mit dem Fokus auf die wichtigsten Meilensteine:

-
- 1 Arbeitsdefinition: Unter einer Transitionlandkarte ist eine grafische kategorische Darstellung einzelner Konsumbereiche sowie des Alltags und des Tagesablaufs zu verstehen, die im Rahmen einer gesellschaftlichen Transformation auf der Verbraucherebene zu berücksichtigen sind. Die Methodik ist vergleichbar mit einem 'Foresightprozess' um mögliche Zukunftspfade absehen zu können. Greifbar wird diese Definition bei dem Vergleich mit klassischen Online-Routenplanern. Diese definieren Start- und Endpunkt und geben dann unterschiedliche Routenverläufe an, stellen unterschiedliche Verkehrsmittel zur Auswahl und zeigen Orientierungspunkte auf. Ähnlich dazu sind auch die genannten konzeptionellen Entwürfe von Landkarten zu verstehen. Die Eckpfeiler (Kriterien des Konsumalltags) sind aus der Literatur abgeleitet (u. a. Kristof/Süßbauer, 2009).
 - 2 Bei einer Transition handelt es sich um Veränderungsprozesse, die sowohl technische als auch soziale und kulturelle Dimensionen umfassen. Im Mittelpunkt stehen daher Mensch-Umwelt-Systeme auf unterschiedlichen Ebenen. Im Kontext des Projektes ist damit die Transformation auf Verbraucherebene hin zu einer nachhaltigen Entwicklung angesprochen (nach Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie, orientiert an Geels, 2011).
 - 3 Die einzelnen Detailergebnisse der Meilensteine können bei den AutorInnen angefragt werden.

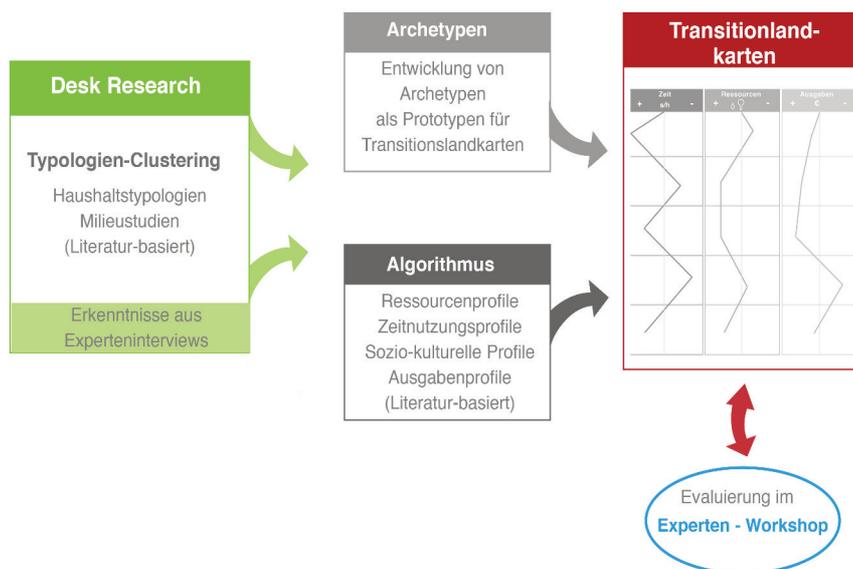


Abbildung 1: Vorgehen im Projekt.

Im Verlauf des Projektes wurden u.a. die Faktoren ‚Einkommen‘ und ‚Zeitrestriktionen‘ als relevante Kenngrößen für eine weiterführende wissenschaftliche Diskussion ermittelt. Ausgehend von den Haushaltstypologien (Buhl et al. 2013) wird ein spezifisches Einkommen vorausgesetzt, mit dem bestimmte Ausgaben getätigt werden können – die Verteilung des Einkommens auf die Ausgaben und die darin zum Vorschein kommende Wertung wurde fokussiert, ebenso wie die Zeitaufwendungen. Dies wurde mit den dafür notwendigen Ressourcenkonsumprofilen verbunden. Als Ergebnis erhält man einen Algorithmus, bestehend aus den Kenngrößen Zeit (h), Ausgaben (€) und Ressourceninput (t).

Neben der Literaturanalyse und leitfadengestützten Interviews, kam die am Wuppertal Institut entwickelte Methode der Offenen Erschließungsszenarien – in der didaktischen Umsetzung die offene didaktische Erschließung – zur Anwendung. Sie erlaubt einen offenen Zugang zu konkreten, selbst definierten Themenstellungen (Bliesner et al. 2014a; 2013). Das impliziert dementsprechend, dass das hier erarbeitete Analyse- und Szenariosystem dem/der VerbraucherIn offen zugänglich ist. Entweder auf Basis eigener Einschätzung oder aber unterstützt durch eine/n Experten/in erschließt sich der/die AnwenderIn seine alltäglichen Handlungsfelder und die darin verborgenen individuellen und sozialen Konstrukte. Dadurch wird er/sie befähigt, sich selbst gewollte veränderte Gestaltungsmöglichkeiten zu eröffnen (konstruktivistischer Ansatz) (Shove et al. 2013).

Im Projekt wurden über die Methode der offenen didaktischen Erschließung hinaus unterstützende Materialien entwickelt, die AnwenderInnen selbst, gemeinsam mit anderen oder auch in Beratungssituationen nutzen können. Auf dieser Basis können sie neue Szenarien ihrer Lebenswelt

durchspielen und entsprechende Handlungen anschließen (Bliesner et al. 2014).

4 Ergebnisse des Projektes

4.1 Desk Research und Experteninterviews – Grundlagen schaffen

4.1.1 Algorithmus – Neue Untersuchungspunkte erkennen

In der Nachhaltigkeitsforschung werden aktuell die Bedarfsfelder nicht mit den Faktoren Ressourceneninput (t), Ausgaben (€) wie auch Tagesablaufprofile und Zeitverwendung (h) verknüpft, weswegen dazu nur wenige Erkenntnisse mit dem Augenmerk auf den/die VerbraucherIn verfügbar sind. Deshalb wurde ein besonderer Fokus auf diese Bereiche gelegt. Beispielhaft lässt sich diese Auswahl z.B. durch die Sichtung der Bedarfsfelder⁴ begründen: Wird das Handlungsfeld Mobilität betrachtet wird deutlich, dass die Wahl der Mobilitätsform nicht nur von der Wegstrecke, sondern auch von der Einstellung zu den verschiedenen Mobilitätsformen und dessen „Meaning“ (Stichwort: emotionale Bindung, Statussymbol) abhängig ist. Ebenso spielen die Faktoren Zeitverwendung und -aufwand sowie Kosten eine große Rolle. Ähnliches zeigt sich im Rahmen des Handlungsfeldes Ernährung. Die Ausgaben für Lebensmittel sind häufig mit spezifischen Lebensstilen und deren Ausdruck sowie mit sozialen Lagen verknüpft (u. a. die Einstellung zu bestimmten Produkttypen). Darüber hinaus hat z.B. die berufliche Situation, die Lebensphase, der soziale Status, das Geschlecht und die Werteorientierung Einfluss auf das Konsumverhalten und den gelebten Lebensstil.

Die Ergebnisse der ‚desk research‘ wurden mit Hilfe von elf Experteninterviews validiert. Im Rahmen dieser Interviews ließen sich folgende Kernbotschaften basierend auf der inhaltsanalytischen Auswertung der Interviews identifizieren:

- Die Attraktivität eines nachhaltigeren Lebensstils bleibt unerkannt.
- Der Fokus muss auf den Strukturen des Alltags und nicht auf die Unzulänglichkeiten/Barrieren gelenkt werden.
- Angebot und Infrastruktur wirken sowohl direkt als auch indirekt auf das Handeln.
- Kompetenzen werden nicht ausreichend angesprochen und weitergebildet.
- Gruppendynamische Effekte werden nicht ausreichend genutzt.

4 Die Fact Sheets zu den einzelnen Bedarfsfeldern basieren auf einer Fülle von verschiedenen Quellen und umfassen insgesamt ca. 60 Seiten. Bei Rückfragen zu verwendeten Quellen kontaktieren Sie bitte die AutorInnen.

4.1.2 Typologien – Merkmale zusammenfassen

Im Rahmen der ‚desk research‘ wurden Studien der Milieu-Forschung der letzten zehn Jahre analysiert.

Anhand der Untersuchung von Typologien lassen sich die Merkmale „Verhalten“, „soziodemographische Merkmale“ (Alter, Geschlecht, Lebensphase) und „psychographische Merkmale“ (Werteorientierung, Einstellungen) als einflussgebend einstufen. Die Kontrastierung zeigt sich zum Beispiel in „Umweltorientierung vs. individualistische Haltung“. Dieser Gegensatz beherrscht – werden beispielsweise die Mobilitätstypologien betrachtet – die Wahl des Verkehrsmittels und wird von lebensphasenabhängigen Vorlieben und individuellen Wertvorstellungen beeinflusst.

Für die Erarbeitung von Archetypologien (siehe Kapitel 4.2) lassen sich – basierend auf den Erkenntnissen dieser Projektphase – die folgenden Merkmale und Grundhaltungen, die in allen Typologien verortet sind, als wichtig beschreiben: Tradition/Familie, Pragmatik, Funktionalität, Sicherheit, Qualität, Komfort/Bequemlichkeit, Beanspruchung im Alltag, Finanz-/Haushaltsmanagement. Die Gemeinsamkeiten kommen durch psychografische Merkmale und differenzierte Meanings zustande. Die Merkmale lassen sich auf die Charakterisierung der verschiedenen Archetypen übertragen.

4.2 Die Bildung von Archetypen – Forschung ein Gesicht geben

Um möglichst individuelle und zielgruppengerechte Landkarten erstellen zu können, wurden mit Hilfe der vorher gesichteten Typologien und deren essentiellen Merkmalen sowie den Erkenntnissen aus der ‚desk research‘ Archetypen entwickelt. Diese sind in Anlehnung an Haushaltstypologien (Buhl et al. 2013) entstanden. Sie bieten eine gute Orientierung im soziokulturellen Raum der Lebenswelten von VerbraucherInnen und weisen eine hohe Repräsentativität auf. Genauso ist eine Identifikation oder Abgrenzung möglich, indem unterschiedliche Aspekte der verschiedenen Archetypen offen verbunden werden können.

Für jedes Milieu bzw. für jeden Haushaltstyp können ein oder mehrere Archetyp(en) entwickelt werden. Im Rahmen des Projektes wurden zunächst drei Archetypen näher charakterisiert und untersucht.

Die Archetypen werden mit typischen wiederkehrenden Merkmalen (siehe Kapitel 4.1.2) beschrieben, die generalisiert werden können. Dies basiert auf der Annahme, dass sich Angehörige des gleichen sozialen Milieus in ihrer Lebensauffassung und Lebensweise ähneln. Grundlegende Werteorientierungen und -haltungen gingen dabei ebenso in die Analyse ein wie Alltagseinstellungen zu Arbeit, Familie, Freizeit, Geld und Konsum sowie Besitztum und Freizeitaktivitäten. Die Archetypen sollen als Hilfestellung für die Konzeption der Transitionlandkarten stellvertretend für ein Individuum verstanden werden. Durch die Etablierung dieser Typologien wird es möglich, eine idealtypische Karte auf der Mikroebene nachzubil-

den, die viele Aktivitäten des Alltags integriert und stellvertretend auf (idealtypische) Merkmale von Individuen zu beziehen ist.

4.3 Transitionlandkarten – Wandel gestalten

4.3.1 Transitionlandkarten – Konzeption und Basis

Als Ergebnis des Forschungsprozesses wurden unterschiedliche Entwürfe der Transitionlandkarten mit Bezug auf drei unterschiedliche Archetypen konzeptioniert und innerhalb des Expertenworkshops⁵ (siehe Kapitel 4.3.2) vorgestellt, diskutiert und evaluiert. Dabei orientierte sich das Vorgehen fortwährend am Vorgehen der offenen Erschließung (Bliesner et al. 2014).

Es wurden insgesamt vier konzeptionelle Entwürfe entwickelt:

- Checkliste (Kurzformat – minimaler Zeitaufwand - Grobanalyse)
- Nachhaltigkeits-Quickcheck (Bewertungstool mit vorgegebenen Antwortkategorien – geringer Zeitaufwand)
- Nachhaltigkeits-Profil (Bewertungstool mit vorgegebenen Antwortkategorien und individuellen Ergänzungsmöglichkeiten – mittlerer Zeitaufwand)
- Nachhaltigkeits-Tagebuch (Bewertungstool mit freier Gestaltungsmöglichkeit und der Analyse aller Tätigkeiten eines Tages – hoher Zeitaufwand)

Diese Landkarten-Entwürfe dienen der Erstellung von Aktivitätsprofilen des/der individuellen Verbrauchers/Verbraucherin (in diesem Fall idealtypische Archetypen).⁶ Die Entwürfe sind in den oben benannten Algorithmus eingebettet und beinhalten Beschreibungen bzw. Erhebungen zu Zeitprofilen und Ausgabenprofilen sowie die Möglichkeit zur Abschätzung des Ressourceninputs. Sie orientieren sich an den Tagesabläufen des/der Verbrauchers/Verbraucherin und/oder an den Handlungsfeldern Mobilität, Ernährung, Wohnen & Haushalt und Freizeit.

Insbesondere die drei konzeptionierten Tools Nachhaltigkeits-Quickcheck, Nachhaltigkeits-Profilbildung und Nachhaltigkeits-Tagebuch bilden die Grundlage zur Erarbeitung eigener Zukunftsszenarien. Sie unterscheiden sich in ihrem Umfang, ihrer Komplexität und ihrer Auswertung.

5 Der Ablauf des Expertenworkshops wird im Folgenden kurz skizziert. Ausführlicher beschrieben wird in diesem Bericht lediglich die Evaluation der Landkarten. Der Workshop lief wie folgt ab: 1) Drei Inputvorträge, um die TeilnehmerInnen abzuholen 2) Gemeinsame Diskussion 3) Moderierte Themen-Tische in Kleingruppenarbeit: Die TeilnehmerInnen wurden in drei Gruppen à sechs Personen und einer/einem ModeratorIn aufgeteilt, in denen die Entwürfe der Landkarten vorgestellt und anschließend diskutiert wurden 4) Ergebnisdiskussion und Ausblick.

6 Feldversuche mit VerbraucherInnen waren aufgrund der kurzen Projektlaufzeit nicht möglich.

Den Zugang zur Analyse können die Akteure möglichst offen wählen – seien es Tagesablaufprofile, Tagesteilprofile, Wochentage/Wochenenden, Themenbezüge oder auch Bedarfsfeld-/Aktivitätsfeldbezüge. Es sollen möglichst alle Aktivitätsbereiche und Teilaspekte des alltäglichen Lebens adressiert werden können (offene Zugänge). Auch über die Tiefe der Analyse und damit die dafür investierte Zeit kann entschieden werden (Grobcheck bis hin zum Detailcheck).

Für jeden Entwurf gibt es nochmals individuelle Varianten, angepasst an die einzelnen Archetypen, um bei jedem/r VerbraucherIn die Identifikation und somit die individuelle Selbstwirksamkeit mit neuen Handlungsmustern zu fördern. Die Archetypen wurden entwickelt, um die verschiedenen Lebenswelten zu spiegeln, mit deren Eigenschaften sich der/die VerbraucherIn abgleichen kann. Exemplarisch wird an dieser Stelle ein Landkarten-Entwurf vorgestellt (siehe Abbildung 2).

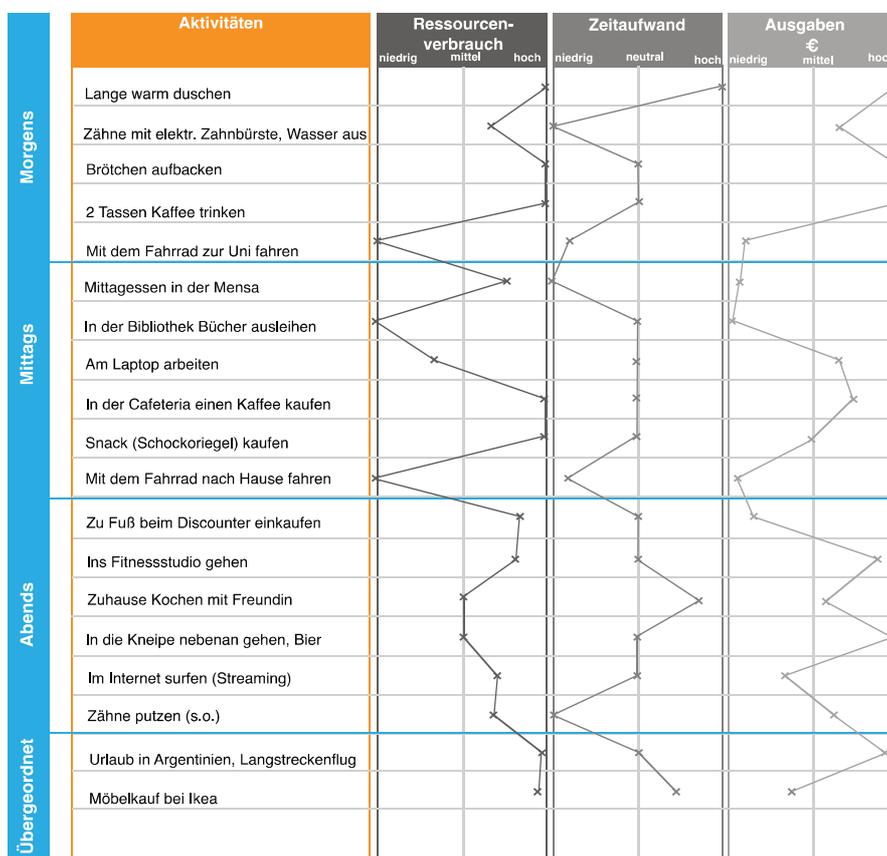


Abbildung 2: Beispiel für eine Transitionlandkarte.

Der Aufbau ist angelehnt an ein „24 Stunden recall“⁷ (24 Stunden Erinnerungsprotokoll) und folgt grundlegend dem methodischen Vorgehen der offenen Erschließungsszenarien, da Tagesabläufe von den VerbraucherInnen selbst strukturiert und wiedergegeben werden können:

7 Das 24 Stunden-Erinnerungsprotokoll ist eine retrospektive Erhebungsmethode, die ursprünglich aus den Ernährungswissenschaften stammt und unter anderem in der nationalen Verzehrsstudie angewandt wurde. (http://www.bfr.bund.de/de/nationale_verzehrsstudie-6779.html).

Der/die VerbraucherIn wird aufgefordert, einen Wochentag (z. B. den gestrigen Tag) und einen Wochenendtag wie einen Tagebucheintrag mit allen direkten und indirekten Konsumhandlungen schriftlich zu beschreiben. Diese werden nach dem spezifischen Tagesablauf des/der Einzelnen und nach übergeordneten Aktivitäten aufgeteilt oder orientieren sich an den Bedarfsebenen Ernährung, Haushalt & Wohnen, Mobilität und Freizeit. Darüber hinaus werden die VerbraucherInnen gebeten, die Dauer der Handlung (Zeit) und die Ausgaben für die Konsumhandlungen mit aufzunehmen. In einer Beratungssituation würde das Erinnerungsprotokoll dann gemeinsam mit VerbraucherIn und BeraterIn analysiert. Auf Grundlage des Erinnerungsprotokolls werden von dem/der BeraterIn Aktivitätsprofile zu „Ressourcenverbrauch“, „Zeitaufwand“ und „Ausgaben“ erstellt (jeweils auf einer Skala von niedrig, mittel bis hoch). Ist der Ressourcenverbrauch sehr hoch (z. B. bei Langstreckenflügen) ist an dieser Stelle ein „Hot Spot“ vorhanden. Im zweiten Schritt wird der Blick auf den Zeitaufwand und die Ausgaben dieser Aktivität gerichtet. Ist beispielsweise nicht nur der Ressourcenverbrauch, sondern auch der Zeitaufwand und/oder die Ausgaben hoch, entdeckt der/die VerbraucherIn welche Auswirkungen diese Handlungsweise für ihn/sie mit sich bringt (unabhängig von den ökologischen Auswirkungen seiner/ihrer Handlung). Im dritten Schritt werden auf Grundlage der beschriebenen Konsumhandlungen gemeinsam mit dem/der VerbraucherIn alternative Handlungsempfehlungen entwickelt. Der/die VerbraucherIn kann dann gemeinsam mit dem/der BeraterIn erarbeiten, welche dieser Handlungsempfehlungen für ihn/sie in Frage kommen. Bei den Handlungsempfehlungen, die der/die VerbraucherIn umsetzen möchte, ändert sich das Aktivitätsprofil des Ressourcenverbrauchs hin zu einem niedrigen oder höheren Ressourcenprofil⁸ sowie ggf. zu einem niedrigeren bzw. höheren Zeitaufwand und/oder geringeren oder höheren Ausgaben. Es kommt somit zu einer Exploration und Reflektion der eigenen Handlungen und evtl. zu einer Neu-Konstruktion. Es ist zu überlegen, die erarbeiteten Konzepte als Onlinetool mit einer veränderten Vorgehensweise anzubieten um beispielsweise die Erreichbarkeit für VerbraucherInnen zu erleichtern.

4.3.2 Validierung der Transitionlandkarten im Rahmen des Expertenworkshops

Im Rahmen des Expertenworkshops wurden die Bewertungstools kritisch evaluiert und auf ihre Praxistauglichkeit hin überprüft. Die Workshop-TeilnehmerInnen stellten fest, dass es sich bei den Kriterien Zeit – Ausgaben – Ressourcen um einen Algorithmus handelt, welcher nach ihrer Auffassung viel Potential birgt.

Es wurde als förderlich für eine erfolgreiche Umsetzung erachtet, VerbraucherInnen auch längerfristig zu begleiten („Was hat sich verändert?“),

8 Angestrebt wird ein niedriger Ressourcenverbrauch, ist allerdings nicht zwangsläufig notwendig. Ist er dennoch höher oder gleichbleibend, ist dieses dem/der VerbraucherIn jedoch bewusst und geschieht selbstbestimmt.

so dass die Beratung als Prozess anzusehen ist. Es wurde zudem angemerkt, dass zu diskutieren sei, ob der Aspekt „Gesundheit“ noch in den Algorithmus einzubinden ist. Möglich sei auch, bei erfolgreicher Umsetzung nachhaltiger Handlungen, ein Zertifikat zu vergeben.

In der Reflektion wurden auch kritische Punkte angesprochen, wie z. B. die Erreichbarkeit von VerbraucherInnen oder der Datenschutz. Es wurde als umsetzbar eingestuft, Verbrauchertypen zu erreichen, die sich bereits mit diesen Herausforderungen auseinander gesetzt haben. Andere Verbrauchertypen seien jedoch nur schwer über diese Art von Beratung zu erreichen. Das stellt ein grundsätzliches Problem der Nachhaltigkeitsdebatte dar und sollte berücksichtigt werden. Den VerbraucherInnen einen Zugang zu der Beratung zu eröffnen, ist kein einfaches Unterfangen und bedarf einer geeigneten Kommunikationsstrategie. Dabei ist beispielsweise daran zu denken, an Gruppendynamiken anzuknüpfen und das soziale Umfeld der VerbraucherInnen mit zu beachten, da diese Aspekte Einfluss auf den Menschen ausüben und unter Umständen mehr Potential bergen als beispielsweise eine einfache Aufklärungsarbeit („Was mein Nachbar kann, kann ich schon lange!“).

Weiterhin wurden andere allgemeingültige Zugänge diskutiert, um beispielsweise Gelegenheitsfenster (z. B. bei Umbruchphasen im Leben, wie der Umzug in eine neue Stadt) zu nutzen. Darüber hinaus wurde das Internet von den Workshop-TeilnehmerInnen in diesem Kontext als wertvolles Medium angesehen, VerbraucherInnen zu erreichen.

Zusammenfassend ist anzumerken, dass der Ansatz der ‚freien Wählbarkeit‘ der Optionen als innovativ erachtet und der Algorithmus als gute Basis für die Weiterentwicklung bewertet wurde. Zudem sollte eine Kommunikationsstrategie in der Verbraucherberatung erarbeitet werden. Kritisch reflektiert wurde der Umfang der benötigten Daten, da das Vorgehen komplex ist und einen hohen Zeitaufwand bedeutet.

5 Fazit zum Gesamtergebnis des Projektes – Veränderung aktiv gestalten

Das vorgestellte Projekt basiert auf der konstruktivistischen Annahme, dass VerbraucherInnen als ExpertInnen ihres eigenen Alltags vielfach eigene kreative Lösungen entwickeln können, wenn Ihnen die Möglichkeitsräume und die Handlungsfelder einer nachhaltigen Entwicklung erschließbar werden.

Mit Hilfe der entwickelten Tools lassen sich nun diese individuellen Möglichkeitsräume des Alltags aufzeigen. Der Nachhaltigkeits-Quickcheck gibt die Möglichkeit für einen schnellen Check der eigenen Nachhaltigkeitsleistung. Mit Hilfe der Nachhaltigkeits-Profilbildung können sich VerbraucherInnen ein eigenes Profil erarbeiten, über unterschiedliche Fragestellungen ihre Aktivitätsprofile bestimmen und den damit verbundenen Ausgaben (€), Ressourcenverbräuchen (t) und Zeitaufwendungen (h) (zu-

sammen bilden diese den Algorithmus) spezifische Aktivitäten erschließen. Will man noch weiter ins Detail gehen, gibt das Nachhaltigkeits-Tagebuch, in dem man genau notiert welche Aktivitäten sich am Tag ereignet haben, noch mehr Aufschluss.

Alle Analyse-Tools liefern eine Entscheidungsgrundlage zur aktiven Gestaltung der eigenen Zeit-, Ausgaben- und Ressourcenkonsumstruktur und ermöglichen die Zeichnung individueller Transitionlandkarten. Ausgehend von den Profilen können VerbraucherInnen selbst, in einer Gruppe oder auch mit BeraterInnen ihre eigene Lebenswelt (re)konstruieren. Sie können Szenarien für ihren Alltag durchspielen und entscheiden in welchen Bereichen sie Änderungen anstreben oder nicht (offene Erschließungsszenarien). Eine umfassende Übersicht über die verschiedenen Erschließungsinstrumente zur Profilanalyse gibt die folgende Abbildung 3.

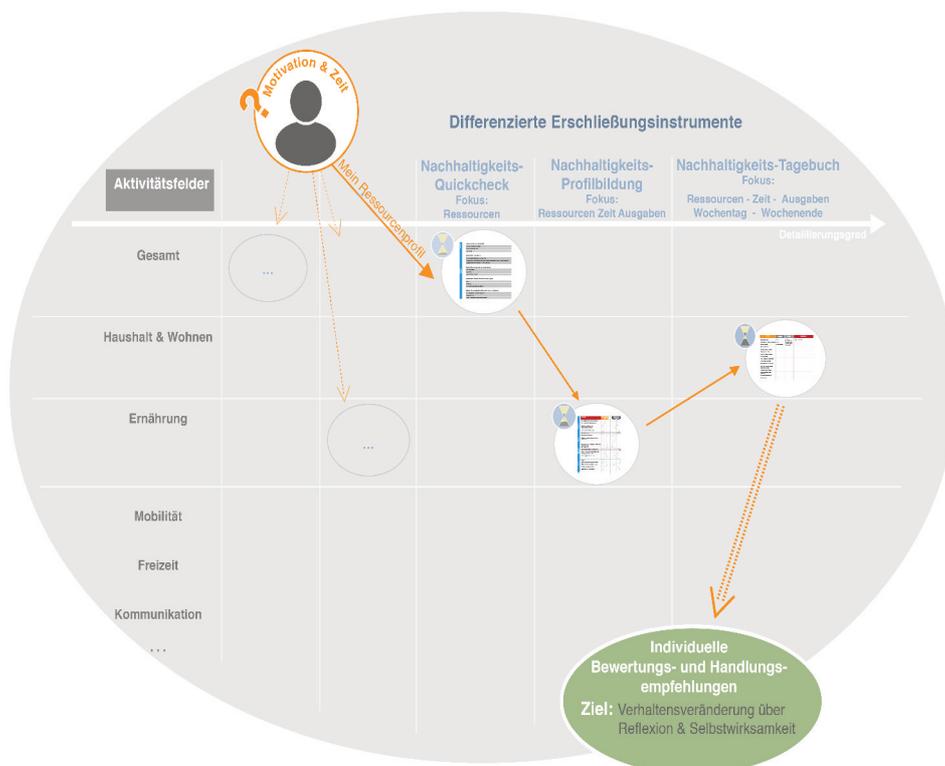


Abbildung 3: Entscheidungs-Matrix Erschließungsinstrumente.

Langfristig birgt der Algorithmus aus Ausgaben (€), Ressourcenverbräuchen (t) und Zeitaufwendungen (h) ein großes Potential für eine wissenschaftliche Pfad-Entwicklung hin zu einem nachhaltigeren Konsum. An dieser Stelle werden langfristig empirische Erhebungen notwendig, um die Realisierbarkeit dessen zu prüfen. Ausgaben und Zeit stellen begrenzende Faktoren für den/die VerbraucherIn dar und werden so in Verbindung zu den ökologischen Auswirkungen gesetzt. Insbesondere der Faktor Zeit wurde bislang im Rahmen der Nachhaltigkeitsforschung noch nicht ausreichend integriert, weshalb weitere Erkenntnisse an dieser Stelle wichtig sind. Deshalb ist die vorgestellte Methode nun weiter zu entwi-

ckeln und mit weiteren Instrumenten zu ergänzen. Diese Instrumente sind zu erproben; eine Herausforderung, die aufgrund des begrenzten Zeitraumes des Projektes nicht umzusetzen war.

Ziel muss es sein, die Idee der gemeinschaftlichen Transformation weiterhin in der Forschungslandschaft der Verbraucherbeforschung zu etablieren. Dazu wäre es langfristig hilfreich Experimentierräume in Form von Living Labs zu schaffen und weitere Forschungsanstrengungen im Rahmen einer Neuausrichtung der Verbraucherpolitik anzustreben. Denn die alleinige und getrennte Fokussierung auf die Felder Ernährung, Bauen & Wohnen und Mobilität im Bereich der Konsum- bzw. Verbraucherbeforschung – wie sie bislang in vielen Forschungskonzepten angestrebt wird – bedeutet eine nur relativ geringe Alltagskompatibilität von Forschungsergebnissen und Handlungsempfehlungen. Konsumhandlungen sind in der Regel nicht nur in einem Aktivitätsfeld zu verorten, sondern verknüpfen zwei und mehr Aktivitätsfelder miteinander und interagieren mit weiteren, häufig noch viel zu wenig in den Fokus gestellten sozialen und Umfeldfaktoren, wie z.B. den sozialen Praktiken.

6 Handlungsempfehlungen

Angelehnt an die Forschungsergebnisse lassen sich folgende wichtige Handlungsempfehlungen für eine innovative Verbraucherbeforschung ableiten:

Entwicklung eines handlungsrelevanten differenzierteren Verbraucherleitbildes (Schrader et al. 2013), welches sich an der Lebenswirklichkeit, der Kreativität und an den Kompetenzen der VerbraucherInnen orientiert und gleichzeitig die Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung integriert.

- Schaffung von Forschungs- und Entwicklungsräumen, in denen alle am Wertschöpfungssystem beteiligten Akteure in die Forschung einbezogen werden können (Liedtke et al. 2014).
- Aufbau und Verfügbarkeit entsprechender Kompetenzen im Rahmen realwelt-basierter Entwicklungskonzepte in Wissenschaft (Schneidewind & Singer-Brodowski 2013), Wirtschaft und Konsum. Nachhaltigere Produkt-Dienstleistungssysteme können nur zusammen mit den Nutzern und wertschöpfungsrelevanten Akteuren entwickelt und im Markt platziert werden.
- Aufbau einer validen, integrierten Datenbasis (Oehler & Kenning 2013) über die Mikro-, Meso- und Makrobene, die es erlaubt, sozioökonomische Daten von Haushalten mit Produktstatistiken sowie Ressourcen- und Konsumprofilen zu verbinden, um langfristig richtungssichere Abschätzungen über den privaten und peer group- bzw. quartiersbezogenen Ressourcenverbrauch zu treffen.

- Entwicklung von Foresight-, Szenario- und Modellierungsansätzen für die Mikroebene und Integration von Produktion und Konsum als Entwicklungsbasis nutzer- und akteursintegrierter, ressourcenleichter Produkt-Dienstleistungssysteme sowie von konkreten quartiersbezogenen Transitionmanagementkonzepten.

7 Literaturverzeichnis

- Bliesner, Anna, Christa Liedtke, Maria-Jolanta Welfens, Carolin Baedeker und Holger Rohn. 2014. "Norm-Oriented Interpretation Learning" and resource use: The concept of "Open-Didactic Exploration" as a contribution to raising awareness of a responsible resource use. *Resources* 3: 1-30. doi:10.3390/resources3010001.
- Bliesner, Anna, Christa Liedtke und Holger Rohn. 2013. Change Agents für Nachhaltigkeit: Was müssen sie können? *Zeitschrift für Führung + Organisation* 1: 49-53.
- BMU (Bundesumweltministerium). 2013. *Umweltforschungsplan 2013*. Berlin. http://www.bmub.bund.de/fileadmin/bmu-import/files/pdfs/allgemein/application/pdf/ufoplan_2013.pdf. (Zugriff: 24. Mai 2014).
- Buhl, Johannes, Kathrin Greiff, Michael Lettenmeier, Christa Liedtke, Mark Meyer, Sötren Steger und Jens Teubler. 2013. *Global nachhaltige materielle Wohlfandsniveaus*. Wuppertal: Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie.
- Giddens, Anthony. 1984. *The constitution of society*. Berkeley: University of California Press.
- Götz, Konrad. 2007. *Freizeit-Mobilität im Alltag oder Disponible Zeit, Auszeit, Eigenzeit – warum wir in der Freizeit raus müssen*. Berlin: Duncker und Humblot.
- Kleinhüchelkotten, Silke. 2005. *Suffizienz und Lebensstile: Ansätze für eine milieuorientierte Nachhaltigkeitskommunikation*. Berlin: Berliner Wissenschafts-Verlag.
- Kristof, Kora und Elisabeth Süßbauer. 2009. *Handlungsoptionen zur Steigerung der Ressourceneffizienz im Konsumalltag. Arbeitspaket 12 des Projektes „MaRes - Materialeffizienz und Ressourcenschonung“*. Wuppertal: Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie.
- Liedtke, Christa, Carolin Baedeker, Marco Hasselkuß, Holger Rohn, Viktor Grinewitschus. 2014. User-integrated Innovation in Sustainable LivingLabs: An experimental infrastructure for researching and developing Sustainable Product-Service-Systems. *Journal of Cleaner Production* 97: 1-12. doi:10.1016/j.jclepro.2014.04.070.
- Liedtke, Christa, Marco Hasselkuß, Maria Jolanta Welfens, Julia Nordmann und Carolin Baedeker. 2013. *Transformation towards sustainable consumption: Changing consumption patterns through meaning in social practices*. 4th International Conference on Sustainability Transitions, June 18-21, ETH Zurich, Switzerland.
- Liedtke, Christa und Carolin Baedeker. 2012. Wesen und Wege nachhaltigen Konsums. Kommentar. *Ökologisches Wirtschaften* 3: 55.

- Liedtke, Christa und Maria Jolanta Welfens (Hg.). 2008. *Didaktische Module Wirtschaft – neue Weltordnung. Forum für Verantwortung*. Wuppertal: Stiftung Forum für Verantwortung.
- Lukas, Melanie, Christa Liedtke, Maria Jolanta Welfens und Carolin Baedeker. 2014. Suffizienz als Anknüpfungspunkt für ein nachhaltiges Handeln des verletzlichen Verbrauchers. In: *Der verletzte Verbraucher: Die sozialpolitische Dimension von Verbraucherpolitik*, hg. von Christian Bala und Klaus Müller, 99-122. Beiträge zur Verbraucherforschung 2. Düsseldorf: Verbraucherzentrale NRW.
- Oehler, Andreas und Peter Kenning. 2013. Evidenzbasierung ermöglichen! Auf dem Weg zu einer realitätsnahen und empirisch fundierten Verbraucherpolitik. Stellungnahme des wissenschaftlichen Beirats der Verbraucher- und Ernährungspolitik beim BMELV. Berlin: BMELV.
- Opschoor, Hans. 1995. Ecospace and the fall and rise of throughput intensity. *Ecological Economics* 15, Nr. 2: 137-140.
- Reisch, Lucia, A. 2012. *Time and Wealth: The role of time and temporalities for sustainable patterns of consumption*. Stuttgart: Universität Hohenheim.
- Rosa, Hartmut. 2005. *Beschleunigung: Die Veränderung der Zeitstrukturen in der Moderne*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Schlegel-Matthies, Kirsten. 2008. Verantwortlich Konsumieren im Alltag – berechtigte Forderung oder Überforderung? *Haushalt & Bildung* 85, Nr. 2: 2.
- Schneidewind, Uwe und Mandy Singer-Brodowski. 2013. *Transformative Wissenschaft. Klimawandel im deutschem Wissenschafts- und Hochschulsystem*. Marburg: Metropolis.
- Schrader, Ulf, Christa Liedtke, Jörn Lamla, Ulrike Arens-Azevêdo, Ulrike, Korneina Hagen, Miriam Jacquemoth, Peter Kenning, Martin Schmidt-Kessel und Christoph Strünck. 2013. Verbraucherpolitik für nachhaltigen Konsum – Verbraucherpolitische Perspektiven für eine nachhaltige Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft. Stellungnahme des wissenschaftlichen Beirats Verbraucher- und Ernährungspolitik beim BMELV. Berlin: Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz.
- Shove, Elizabeth, Mika Pantzar und Matt Watson. 2013. *The dynamics of social practice: Everyday life and how it changes*. New York: Sage Publications.
- Speck, Melanie. 2016. *Konsum und Suffizienz - eine empirische Untersuchung privater Haushalte in Deutschland*. Berlin: Springer.