



Abschlussbericht

Indikatoren für Nachhaltigen Konsum

Projektnummer 12HS019

Laufzeit: 25. Januar 2013 - 24. April 2013

Berichtszeitraum: Februar-April 2013

imug Institut

für Markt-Umwelt-Gesellschaft e.V.
an der Leibniz Universität Hannover

Autoren

Dr. Ingo Schoenheit, Annika Schudak

im Auftrag der
Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung

Hannover, 24. April 2013

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	5
Tabellenverzeichnis.....	6
Einführung	7
1. Nachhaltiger Konsum.....	10
1.1 Das Prinzip der Nachhaltigkeit als normativer Bezugspunkt.....	10
1.2 Das Konzept des nachhaltigen Konsums	15
1.2.1 Die Bedeutung von Konsum.....	16
1.2.2 Definitorische Grundlagen.....	17
1.2.3 Strategien nachhaltigen Konsums.....	19
1.2.3.1 Die Suffizienzstrategie	19
1.2.3.2 Die Effizienzstrategie.....	20
1.2.3.3 Die Konsistenzstrategie.....	21
1.2.4 Bedarfsfelder und Konsumententscheidungen	23
1.2.5 Resonanzfähigkeit der relevanten Konsumfelder	25
1.2.6 Geteilte Verantwortung für einen nachhaltigen Konsum	28
1.3 Determinanten des nachhaltigen Konsums	31
2. Fortschrittmessung des nachhaltigen Konsums	33
2.1 Notwendigkeit und Schwierigkeit einer Operationalisierung	33
2.2 Anforderungen an Indikatoren	35
3. Sachstandaufnahme zu bestehenden Indikatoren eines nachhaltigen Konsums	40
3.1 Indikatoren internationaler Institutionen	42
3.1.1 Indikatoren der UN-Kommission für nachhaltige Entwicklung (UNCSD).....	42
3.1.2 Indikatoren der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD).....	44
3.1.3 Indikatoren der Europäischen Kommission.....	47

3.1.4 Indikatoren des European Topic Centre on Sustainable Consumption and Production.....	48
3.1.5 Indikatoren der Europäischen Umweltagentur (EEA).....	52
3.2 Indikatoren auf deutscher Ebene	53
3.2.1 Indikatoren der deutschen Bundesregierung.....	53
3.2.2 Indikatoren der Forschungsstätte der Evangelischen Studiengemeinschaft.....	55
3.2.3 Indikatoren aus der UBA Befragung zum Umweltbewusstsein	57
3.3 Indikatoren auf internationaler Länderebene	59
3.3.1 Indikatoren der österreichischen Regierung	59
3.3.2 Indikatoren der französischen Regierung	60
3.3.3 Indikatoren der britischen Regierung	61
3.3.4 Indikatoren der finnischen Regierung.....	63
3.3.5 Indikatoren der schwedischen Regierung	64
3.3.6 Indikatoren der baskischen Regierung.....	65
3.3.7 Indikatoren des schweizer Center for Corporate Responsibility and Sustainability.....	70
3.3.8 Indikatoren des norwegischen Instituts für Verbraucherforschung	71
3.4 Sonstige Ansätze für Indikatoren	73
3.4.1 Indikatoren aus der Wohlstandsmessung.....	73
3.4.2 Soziale Milieus als Indikatoren.....	75
3.4.3 Indikatoren aus dem Nachhaltigen Warenkorb des RNE	77
3.4.4 Indikatoren aus wissenschaftlichen Studien	79
3.4.4.1 Indikatoren nach Lorek und Spangenberg	79
3.4.4.2 Indikatoren nach Vanhoutte et al.	81
3.4.4.3 Indikatoren aus Ergebnissen des Wuppertal Instituts	83

4. Zusammenfassung und Vorschläge zur Systematisierung von Indikatoren zum nachhaltigen Konsums.....	86
4.1 Systematisierung nach wichtigen Handlungsfeldern des nachhaltigen Konsums	87
4.2 Systematisierung entlang der Wertschöpfungskette.....	90
4.3 Systematisierung nach Beobachtungsgegenstand	91
5. Literaturverzeichnis.....	96

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Grundlagen des Nachhaltigkeitsprinzips	14
Abbildung 2:	Bekanntheit des Begriffs „Nachhaltige Entwicklung“	15
Abbildung 3:	Zwei Stufen nachhaltigen Konsums	18
Abbildung 4:	Portfolio relevanter Konsumfelder	27
Abbildung 5:	Einflussfaktoren auf einen nachhaltigen Konsum	31
Abbildung 6:	Indikatorenliste der OECD	46
Abbildung 7:	Indikatorenliste der European Commission	47
Abbildung 8:	Indikatorenbericht des European Topic Centre on Sustainable Consumption and Production	50
Abbildung 9:	Indikatoren für Haushaltskonsum der EEA	53
Abbildung 10:	Indikator „Mobilität“ aus Indikatorenbericht zur nachhaltigen Entwicklung in Deutschland	54
Abbildung 11:	Konsumbezogene Fragestellung in der Umfrage zum Umweltbewusstsein in Deutschland	58
Abbildung 12:	Indikatoren des Konsum Report Schweiz	71
Abbildung 13:	Soziale Milieus und Nachhaltigkeit	76
Abbildung 14:	Der Nachhaltige Warenkorb	78
Abbildung 15:	Konsumausgaben privater Haushalte 2005 und die Gesamtumweltbelastung nach Produktfeldern	88
Abbildung 16:	Drei Dimensionen des nachhaltigen Konsum	90
Abbildung 17:	Mögliche Systematisierungsfelder von Indikatoren eines nachhaltigen Konsums	95

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Bellagio-Prinzipien der Bewertung nachhaltiger Entwicklung	36
Tabelle 2:	Indikatorenliste des European Topic Centre on Sustainable Consumption and Production	50-51
Tabelle 3:	Strategiebezogene Indikatoren der baskischen Regierung	67
Tabelle 4:	Programmbezogene Indikatoren der baskischen Regierung	68
Tabelle 5:	Konsumbezogene Umweltindikatoren der baskischen Regierung	69
Tabelle 6:	Indikatorenliste von Lorek und Spangenberg	80
Tabelle 7:	Indikatorenliste von Vanhoutte et al.	83
Tabelle 8:	Mögliche Indikatoren eines nachhaltigen Konsums	85

Einführung

Die deutsche Bundesregierung hat 2002 in ihrer nationalen Nachhaltigkeitsstrategie „Perspektiven für Deutschland“ das Ziel einer nachhaltigen Entwicklung für ihr Regierungsstreben verbindlich formuliert und in mehreren Fortschrittsberichten die Öffentlichkeit darüber informiert, welche Ziele erreicht oder nicht erreicht wurden. Der private Konsum spielt in diesen Fortschrittsberichterstattungen bisher keine besondere Rolle, auch wenn in der deutschen Nachhaltigkeitsstrategie die Ziele der Förderung von produktbezogenen Umweltinnovationen und die Schaffung grüner Märkte und der Klimaschutz ausdrücklich genannt werden. Dies wundert umso mehr, als die Bundesregierung den Verbraucher ausdrücklich als wichtigen Akteur einer nachhaltigen Entwicklung versteht, denn er „[...] trägt die Verantwortung für die Auswahl des Produkts und dessen sozial und ökologisch verträglichen Nutzung“ (Bundesregierung 2002, 153).

Die stärkere Beachtung des privaten Konsums im Rahmen der nationalen Nachhaltigkeitsstrategie ist dringend geboten, denn der private Konsum ist nicht nur der Motor der wirtschaftlichen Entwicklung, er ist zurzeit auch eine wichtige Ursache für einen nicht nachhaltigen Energie- und Ressourcenverbrauch, mit dem die ehrgeizigen Nachhaltigkeitsziele der Bundesregierung nicht erreicht werden können. Technische Innovationen müssen sich am Markt durchsetzen, sie müssen vom Verbraucher akzeptiert und im täglichen Einkauf, aber auch im Umgang mit den Produkten, im täglichen Nutzungsverhalten umgesetzt werden.

In Deutschland ist die Förderung des nachhaltigen Konsums ein wichtiger Bestandteil der Umwelt- und Verbraucherpolitik der Bundesregierung. Die zentralen Handlungsfelder sind:

- Förderung ökologischer Produktstandards durch Normung, Ökodesign sowie freiwilliger und verpflichtender Kennzeichen, wie z. B. dem Zeichensystem „Blauer Engel“
- Förderung der umweltfreundlichen Beschaffung

- Entwicklung von Bewertungsmethoden und Ökobilanzierung
- Förderung der ökologischen Verbraucherinformation und -aufklärung zu zentralen Produkt-, Konsum- und Bedürfnisfeldern (Schwerpunkte: Bauen/Wohnen, Mobilität, Ernährung) mit Fokus auf produktbezogenen Umweltkennzeichen und anderen Instrumenten (z. B. CO₂-Rechner)
- Förderung von Initiativen von Wirtschaft und Zivilgesellschaft, z. B. zur Erhöhung der Nachfrage nach ökologischen Produktalternativen und der Erprobung nachhaltiger Konsumformen (z. B. Car-Sharing)
- Ökologische Verbraucherforschung und sozialökologische Forschung (z. B. Umweltbewusstsein in Deutschland)
- Nachhaltiger Konsum als Schwerpunkt im Rahmen der Verbraucherbildung sowie einer Bildung für nachhaltige Entwicklung (UN-Dekade).

Trotz der vielfältigen Aktivitäten stellt sich die Frage, wie der nachhaltige Konsum weiterentwickelt werden soll und wie die intendierten Fortschritte in Richtung nachhaltigerer Konsum- und Produktionsstrukturen gemessen werden sollen. Unverzichtbare Voraussetzung dafür ist die Definition von möglichen Indikatoren, oder die Entwicklung eines angemessenen Indikatorensystems, mit dem der Erfolg einer Politik zur Förderung des nachhaltigen Konsums gemessen werden kann (Schoenheit 2009, 25). Nachhaltigkeitsindikatoren sind Indikatoren, mit denen der Zustand und die Trendentwicklung zur Erreichung des Ziels der nachhaltigen Entwicklung beschrieben oder auch „gemessen“ werden.

Aufgabe des vorliegenden Sachstandberichts zum Thema „Indikatoren für Nachhaltigen Konsum“ ist es, internationale und nationale Ansätze zur Definition geeigneter Indikatoren oder Indikatorensysteme zur Operationalisierung des Konstruktes „nachhaltiger Konsum“ vorzustellen und auf ihre Eignung hin zu bewerten.

Dazu gehen wir im **ersten Abschnitt** auf das spezifische Verständnis des „nachhaltigen Konsums“ ein und zeigen auf, dass – aus Nachhaltigkeitsperspektive – wichtige und weniger wichtige Handlungsfelder unterschieden werden können.

Im **zweiten Abschnitt** werden wichtige Anforderungen an Indikatoren und Indikatorensysteme vorgestellt. Es wird deutlich, dass Indikatoren verschiedene Funktionen erfüllen können.

Im zentralen, **dritten Abschnitt** stellen wir vorhandene Indikatoren und Indikatorensysteme vor, die für sich beanspruchen können, den jeweiligen Stand des nachhaltigen Konsums abzubilden und zu „messen“. Wir unterscheiden dabei die vorhandenen Indikatoren dabei nach ihrer „Herkunft“.

Im abschließenden **vierten Abschnitt** werden die gesuchten Studien zusammenfassend betrachtet und Systematisierungsvorschläge für mögliche Indikatoren zum nachhaltigen Konsum vorgestellt.

1. Nachhaltiger Konsum

In Anlehnung an die klassische Nachhaltigkeitsdefinition der Brundtland-Kommission ist Konsum dann nachhaltig, „[...] wenn er zur Bedürfnisbefriedigung aller heute lebenden Menschen führt und die Bedürfnisbefriedigungsmöglichkeiten zukünftiger Generationen nicht gefährdet“ (Schrader/Hansen 2001, 22). Der nachhaltige Konsument ist in diesem Konzept kein egoistischer Nutzenoptimierer mehr, sondern ein ökologisch und sozial verantwortlicher Bürger, der die Folgen seines Handelns auch und gerade im Konsum bedenkt. Beim Konzept des nachhaltigen Konsums – so die bisher dominierende Sicht – wird die Konsumfreiheit nicht eingeschränkt. Vielmehr erhält der Konsument Möglichkeiten, aber auch Anreize, diese Konsumfreiheit verantwortlich auszugestalten. Doch nicht nur der individuelle Konsument rückt ins Blickfeld: zur Verwirklichung nachhaltigen Konsums gehören „[...] auch gesellschaftliche und wirtschaftliche Strukturen, die es den Menschen ermöglichen, diesem Bewusstsein gemäß zu handeln“ (UBA 2001, 76). Bei dem nachhaltigen Konsum handelt es sich um ein normatives Leitbild, das im Kontext der seit 1992, weltweit geführten Nachhaltigkeitsdiskussion entstanden ist.

1.1 Das Prinzip der Nachhaltigkeit als normativer Bezugspunkt

Nachhaltigkeit wird von der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung als ein angestrebter Zustand verstanden, der durch den Prozess der nachhaltigen Entwicklung erreicht werden kann. Diese definiert sich als eine „Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne zu riskieren, daß künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können“ (Weltkommission für Umwelt und Entwicklung 1987, 46). Dieses Leitbild einer bestimmten Art und Weise eines zukunftsfähigen Wirtschaftens ist – so wird insbesondere in Deutschland stark betont – aus den Erfahrungen der Forstwirtschaft gewonnen. Nachhaltigkeit kann mit einer gewissen Plausibilität als eine Art forstwirtschaftliches Prinzip erläutert werden, nach dem nicht mehr Holz gefällt werden darf, als jeweils nachwachsen kann (Carlowitz 1732, 105).

Mit der Definition der Brundtland-Kommission wird Nachhaltigkeit als ein generell zu befürwortendes Leitprinzip in die internationale wirtschafts- und gesellschaftspolitische Diskussion eingeführt, das jedoch – um nicht als bloße Leerformel zu funktionieren - konkretisiert werden muss (Hansen/Schrader 2001, 22; Belz/Bilharz 2007, 24; Giesel 2007, 78). Auch in der Politik ist die Verwendung des Begriffs „Nachhaltigkeit“ in unterschiedlichsten Kontexten und Bedeutungen zu beobachten.

„Denn bei dem, was fälschlicherweise versprochen wurde, wurde eben nicht an die Dauerhaftigkeit und Haltbarkeit in der Zukunft gedacht. Genau das wäre Nachhaltigkeit. Deshalb sage ich Ihnen: Nachhaltigkeit ist, wenn sich Leistung in einem Land wieder lohnt.“ (Deutscher Bundestag 2002, 23480)

„Aus dem christlichen Menschenbild speist sich auch unser Bekenntnis zur Nachhaltigkeit. [...] denn eine natürliche Ressource darf nur in dem Maße genutzt werden, in dem sie sich wieder regenerieren kann. [...]Denn der Staat muss lernen, nur das ausgeben zu können, was er eingenommen hat.“ (Merkel 2005, 7)

„Nachhaltigkeit heißt, Ökologie, Ökonomie und soziale Belange in Einklang zu bringen.“ (Merkel 2008)

Der Vorwurf eines „Gummiwortes“ (Wullenweber 2000, 23) oder einer „politischen Leerformel“ (Preisendörfer 2001, 36) wird formuliert. Ein Begriff, in den alles hineininterpretiert werden kann, enthält faktisch keinen Inhalt (Eblinghaus/Stickler 1998, 39). Interpretationen erfolgen nach Interessenslagen (Belz/Bilharz 2007, 26), nach unterschiedlichen Gesellschaftskonzepten oder Wertpräferenzen (Brand 1999, 3).

Grundlage der Nachhaltigkeitsdefinition der Brundtland-Kommission ist eine anthropozentrische Sicht, die die Notwendigkeiten zur Aufrechterhaltung der menschlichen Lebensgrundlagen in den Mittelpunkt der Betrachtungen stellt, der es vor allem um die Fragen der inter- als auch intragenerativen Gerechtigkeit geht (Reisch 1998, 4).

Intergenerative Gerechtigkeit erweitert den Bewertungsmaßstab der Entwicklung auf zukünftige Generationen. Zukünftig lebende Menschen haben die gleichen Rechte zur Nutzung von Ressourcen und Ausgestaltung ihrer Lebensweisen. Der heutige Ressourcenverbrauch darf zukünftige Möglichkeiten nicht einschränken (Rogall 2004, 28). Um dieses globale Ziel nicht zu gefährden muss ebenfalls die intragenerative Gerechtigkeit einbezogen werden, welche die Chancengleichheit aller lebenden Menschen einschließt. Diese bezieht sich hauptsächlich auf soziale Disparitäten im Nord-Süd-Verhältnis und zwischen Industrie- und Entwicklungs- bzw. Schwellenländern (Matzen 1998, 156). So bietet das momentane ressourcen- und energieintensive Wachstum nur einer Minderheit der Weltbevölkerung Entwicklungschancen, 80 Prozent des weltweiten Ressourcenverbrauchs fallen auf nur rund 20 Prozent der Bevölkerung (Dittrich et al. 2012, 11; Fischer-Kowalski/Swilling 2011, xv).

Als Bewertungskriterien für den Fortschritt des Prozesses zur Erreichung von Nachhaltigkeit werden drei Dimensionen herangezogen:

- Ökologie,
- Soziales und
- Ökonomie.¹

Den Dimensionen wird eine starke Interpendenz in Bezug auf die Erreichung von Nachhaltigkeit unterstellt. Ökonomische Entwicklung wird meist als Grundvoraussetzung für sozialen Fortschritt gesehen und basiert selbst auf einer intakten Umwelt. Ökologische Aspekte können jedoch nur berücksichtigt werden, wenn

¹ Teilweise wird diese Triade noch um eine kulturelle oder technologische Dimension ergänzt (Hansen 2001, 162). Tremmel untersuchte 60 Nachhaltigkeitsdefinitionen von Wissenschaftlern, bei denen mit 24 Nennungen am häufigsten die drei Dimensionen Ökologie, Soziales und Ökonomie genannt wurden (Tremmel 2003, 116).

soziale Grundbedürfnisse abgesichert sind (Hansen/Schrader 2001, 22). Nachhaltigkeit kann daher als Schnittmenge von ökologischen, sozialen und ökonomischen Handlungen unter institutionellen Rahmenbedingungen verstanden werden (Belz/Billharz 2007, 24; Abbildung 1).

Ziel einer Nachhaltigen Entwicklung ist es demnach, diese Schnittmenge der drei Dimensionen zu erreichen und durch Veränderungen der institutionellen Rahmenbedingungen möglichst weit zu vergrößern (Belz/Billharz 2007, 24). Änderungen von Rahmenbedingungen müssen jedoch meist gegen bestehende Interessen durchgesetzt werden und erzeugen daher Konflikte zwischen den drei Dimensionen, innerhalb bestehender und zwischen heutigen und zukünftigen Generationen (Belz/Billharz 2007, 25). Handlungen können immer mehrere Dimensionen tangieren oder sogar in einer Dimension positiv und in der anderen negativ wirken (Tremmel 2003, 119). Die von vielen postulierte Gleichrangigkeit der Dimensionen (Grunwald 2003, 433) kann somit zu Handlungsdilemmata oder sogar -unfähigkeit führen (Hansen/Schrader 2001, 24; Tremmel 2003, 120).

Zur Erreichung und Vergrößerung dieser Schnittmenge werden neben der Anpassung von Rahmenbedingungen drei Strategien angewandt. Die *Suffizienz-Strategie* beruht auf Bedürfnissen und Werten und fordert Umstellungen von Konsumstilen und Einbezug von Verzicht und Mäßigung (Winterfeld 2007, 51). Die *Effizienzstrategie* zielt auf die Steigerung der Ressourcenproduktivität ab, wodurch Wirtschaftswachstum und Umweltverbrauch entkoppelt werden (Voss 1997, 11; Rogall 2004, 88). Die *Konsistenz-Strategie* basiert auf dem Stoffwechselkreislauf und fordert Abfallstoffe als Ausgangspunkt für neue Produkte (Huber 1995, 138).² Die Ausprägungen dieser Strategien zur Erreichung von Nachhaltigkeit werden in Abschnitt 1.2 in Zusammenhang mit dem Konzept des nachhaltigen Konsums näher betrachtet.

Wie in Abbildung 1 dargestellt umfasst das Konzept der Nachhaltigen Entwicklung inhaltlich die intertemporale Gerechtigkeit und Chancengleichheit, die drei Nachhaltigkeitsdimensionen Soziales, Ökologie und Ökonomie und kann durch

² Jochen Diekmann sieht anstelle der Konsistenz den ökologischen Strukturwandel als übergeordnete Rolle. Dieser Gedanke konnte sich in der Nachhaltigkeitsdebatte allerdings nicht durchsetzen (Winterfeld 2007, 48).

die Suffizienz-, die Konsistenz- und die Effizienzstrategie angestrebt werden. Politisch-institutionelle Rahmenbedingungen können bei der Betrachtung als eine zusätzliche Dimension mit Einfluss auf die drei Grunddimensionen, mit einbezogen werden (Grunwald 2003, 433).

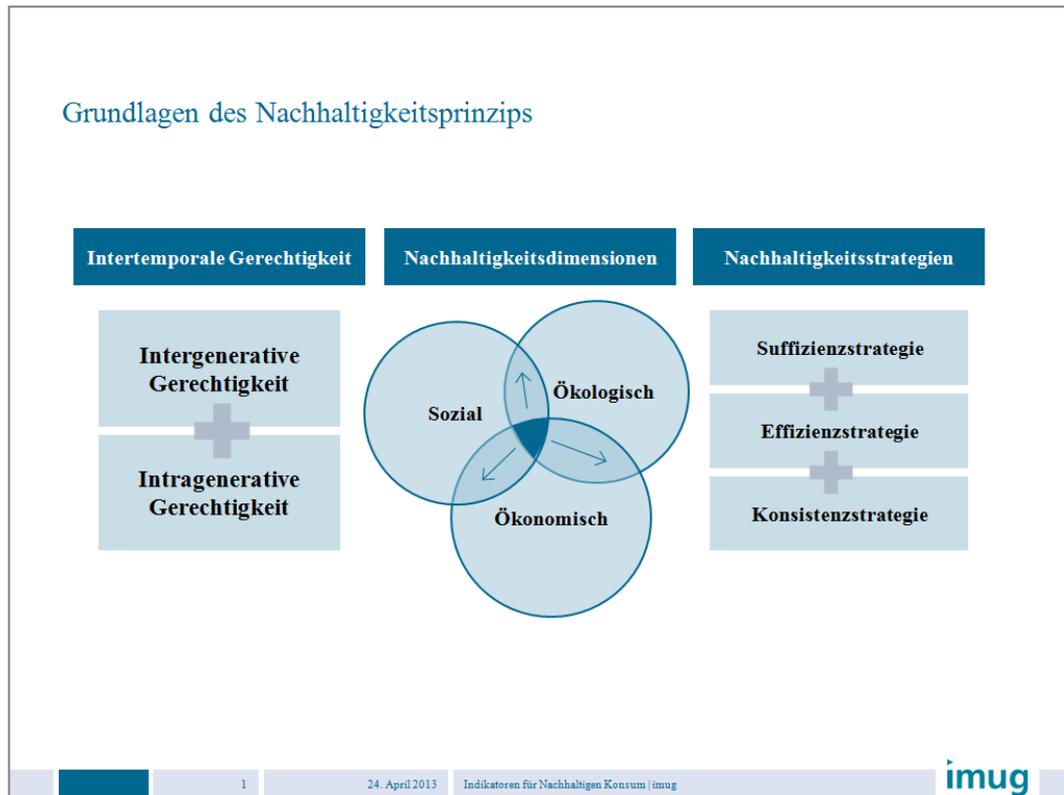


Abbildung 1: Grundlagen des Nachhaltigkeitsprinzips (nach Querschnittsgruppe Arbeit und Ökologie 2000, 21)

Die in Abbildung 1 aufgeführten Inhalte des Nachhaltigkeitskonzepts, finden weitestgehend Zustimmung, können jedoch in dieser abstrakten Form keine Orientierung für die Politik oder den einzelnen Bürger geben (Piorkowsky 2001, 53; Tremmel 2003, 120).³ Dennoch ist der Begriff „Nachhaltigkeit“ in den letzten Jahren deutlich bekannter geworden (Abbildung 2).

³ Auch für Unternehmen oder Politik ist keine klare Handlungsorientierung gegeben, diese wird jedoch aufgrund der Eingrenzung der Arbeit nicht näher betrachtet.

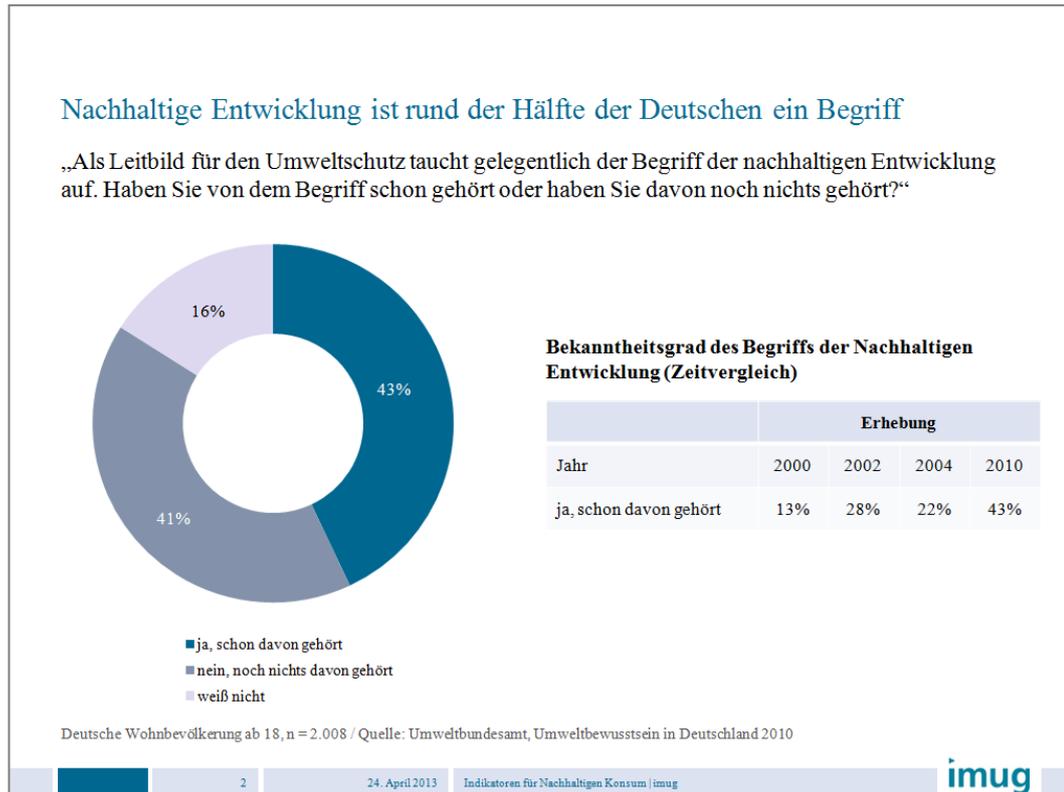


Abbildung 2: Bekanntheit des Begriffs „Nachhaltige Entwicklung“ (Borgstedt et al. 2010, 40)

Wenn die gesellschaftspolitische Vision der Nachhaltigkeit jedoch im Denken und Handeln der Bürger eine größere Rolle spielen soll, dann muss das zugrundeliegende Nachhaltigkeitsverständnis in besonderer Art die Rolle des Konsums und des Konsumentenverhaltens thematisieren. Es müsste konkret benannt werden, welche Verhaltensweisen und Konsumstile mehr oder weniger positive oder negative Auswirkungen auf das Erreichen von Nachhaltigkeitszielen haben. Ohne die Konsumfreiheit in Frage zu stellen, würde damit ein Bild eines wünschenswerten Konsumstils beschrieben, für das in den letzten Jahren der Begriff „nachhaltiger Konsum“ geprägt wurde.

1.2 Das Konzept des nachhaltigen Konsums

Bereits seit den siebziger Jahren gibt es als Reaktion auf die ersten Diskussionen zu den möglichen „Grenzen des Wachstums“ Versuche, alternative Konsumleit-

bilder zu definieren. So wurde Anfang der achtziger Jahre vom „qualitativen Konsum“ gesprochen (Kuby 1983), der später vom „ökologischen Konsum“ abgelöst wurde (Roberts 1996). Mit den ersten Erfolgen der nationalen Umweltpolitiken und den Einblicken in die sozialen Seiten einer globalisierten Wirtschaft wurde der „ökologische Konsum“ zunehmend durch den „sozialen Konsum“ ergänzt oder gleich ganz konsequent im Kontext der Rio Konferenz von 1992 in einen „nachhaltigen Konsum“ überführt (Hansen/Schrader 1997). Gemeinsam ist allen Konzepten die Einsicht, dass die globalen ökologischen und sozialen Herausforderungen ohne ein – wie auch immer initiiertes – Umsteuern der vorherrschenden Konsumstrukturen nicht bewältigt werden können und, dass Produktions- und Konsumstrukturen sich gegenseitig bedingen.

1.2.1 Die Bedeutung von Konsum

Die aktuellen Zahlen des privaten Konsums im Bruttoinlandprodukt Deutschlands zeigen mit einem Anteil von 57 Prozent, dass dem Konsumenten eine ganz besondere Rolle in der Debatte um Nachhaltigkeit zuteilwird (Statistisches Bundesamt 2008, 19). Waren in den 1970ern und 80ern noch Unternehmen und die Wirtschaft vom Club of Rome als Umwelt-Feindbild ausgemacht (Meadows et al. 1973, 15f.; Schrader/Hansen 2002, 12), so verschiebt sich diese Perspektive heute von der Produzentenseite auf die Konsumentenseite (ASCEE 2008, 6). Deutsche Unternehmen haben mit Umweltmanagementkonzepten und Stoffstromanalysen schon erhebliche Erfolge in der Verringerung der Umweltbelastung bei der Produktion erzielt (Statistisches Bundesamt 2006, 18).⁴ Auch die Produktion von energieeffizienten Produkten wird von der Industrie vorangetrieben, diese Effizienzeffekte werden jedoch durch einen quantitativ höheren Konsum überkompensiert (Sachs 1997, 109; Bilharz 2008, 58). Der Anteil privater Haushalte an der Umweltbelastung nimmt zu und somit auch sein Effizienzpotenzial (Schra-

⁴ Diese Feststellung wird in dieser Arbeit nur für Deutschland getroffen, da sich die Betrachtung auf die nationale Verbraucherpolitik bezieht. In der globalen Problemstellung sind insbesondere in den Schwellenländern weiterhin enorme Potenziale bei der unternehmerischen Energieeinsparung festzustellen.

der/Hansen 2002, 12f.). Der Primärenergieverbrauch von privaten Haushalten steigt weiter an, während der des Industriegewerbes kontinuierlich abnimmt (Statistisches Bundesamt 2006, 43). 34,4 Prozent des Primärenergieverbrauchs fiel 2004 dabei auf die privaten Haushalte zurück (Statistisches Bundesamt 2006, 43), 1970 waren es noch 25 Prozent und 2000 noch 28 Prozent (BMU 2002, 21).

Besonders bei langlebigen Elektrogeräten macht die Nutzung den Großteil des Energieverbrauchs und der Emissionen aus und nicht die Herstellung: im Schnitt fallen 68% des Energieaufwandes auf die Gebrauchsphase (Grießhammer 2001, 107; Quack/Rüdenauer 2007, 6; Rubik 2002, 14). So konnten schon 1998 laut Umweltbundesamt mindestens 30 bis 40 Prozent der Umweltprobleme direkt oder indirekt auf die herrschenden Konsummuster zurückgeführt werden (UBA 1998, 221f.).

Um den Prozess einer nachhaltigen Entwicklung zu erreichen, sind nachhaltige Konsummuster daher ein wesentlicher Bestandteil und bereits im Kapitel 4 der Agenda 21 als eine zentrale Aufgabe ausgewiesen (Hansen/Schrader 2004, 342; BMU 1994, 18-22).

1.2.2 Definitive Grundlagen

Konsum dient der eigenen Bedürfnisbefriedigung durch Ge- bzw. Verbrauch von Gütern (Koschnick 1987, 452). Die Nachhaltigkeitsdefinition der Brundtland-Kommission von 1987 ist damit sehr konsumnah formuliert. Analog lässt sich Konsum als nachhaltig bezeichnen, „*wenn er zur Bedürfnisbefriedigung der heute lebenden Menschen beiträgt, ohne die Bedürfnisbefriedigungsmöglichkeiten zukünftiger Generationen zu gefährden*“ (Hansen/Schrader 2001, 22). Somit bezieht nachhaltiger Konsum in seiner ökonomischen Dimension noch immer die traditionellen Ziele des Konsumentenverhaltens mit ein, die Befriedigung von Bedürfnissen unter Einhaltung der Budgetrestriktion (Schoenheit 2001, 121). Erweitert wird das Konzept durch die kollektiven Aspekte in Form von externen Effekten auf die soziale und ökologische Umwelt (Schrader/Hansen 2002, 13).

Nachhaltiger Konsum ist somit ein ambivalenter Begriff, er vereint „verbrauchen“ und „bewahren“ in einem Konzept und fordert ein realisierbares Verhältnis von beidem. Dies lässt sich nach Belz und Bilharz (2007, 27) in zwei Stufen unterscheiden (Abbildung 3).

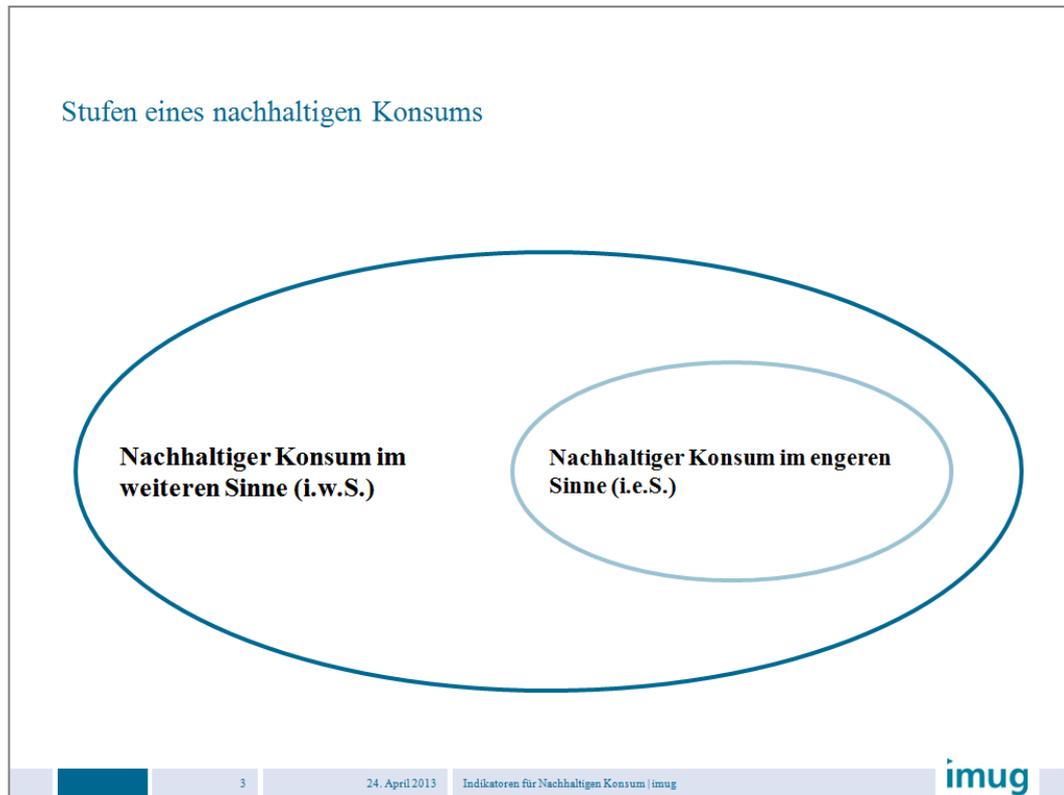


Abbildung 3: Zwei Stufen nachhaltigen Konsums (Belz/Bilharz 2007, 27)

Die erste Stufe beschreibt nachhaltigen Konsum im weiteren Sinne (i.w.S.), sie beinhaltet Konsumhandlungen, die relativ zu konventionellen Handlungen sozial-ökologische Probleme verringern, ohne dabei den Nettonutzen des Konsumenten zu reduzieren (Belz/Bilharz 2007, 27f.). Beispiele hierfür sind der Kauf von Fair-Trade oder Bio-Produkten, die Nutzung von Mehrwegflaschen oder Recyclingpapier. Um Konsumhandlungen zu finden, die nachhaltiger sind als andere, müssen daher als erstes sozial-ökologische Defizite identifiziert werden (Belz 2001, 62). Aus diesen Problemlagen werden Konsumhandlungen abgeleitet, durch die die Defizite verringert und keine neuen aufgeworfen werden. Nachhaltiger Konsum i.w.S. beschreibt somit eine relative Verbesserung des Status quo, ein mehr

oder weniger großer Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung bzw. einen weniger negativen Effekt auf die natürliche oder soziale Umwelt (Belz/Bilharz 2007, 28). Auf der zweiten Stufe nachhaltigen Konsums wird eine absolute Zielerreichung angestrebt, im Gegensatz zu der relativen auf der ersten Stufe. Nachhaltige Konsumhandlungen im engeren Sinne (i.e.S.) werden dadurch beschrieben, dass sie verallgemeinerbar sind. Um die Definition zu erfüllen, müssen sich die Konsummuster inter- und intragenerational auf alle Menschen übertragen lassen.⁵ Das Konzept des nachhaltigen Konsums i.e.S. ist als Teilmenge des Konsums i.w.S. äußerst komplex und anspruchsvoll und lässt sich nur schwer bestimmen (Belz/Bilharz 2007, 28f.).

1.2.3 Strategien nachhaltigen Konsums

1.2.3.1 Die Suffizienzstrategie

Es liegt im Sinne der menschlichen Vernunft, dass man nicht mehr verbrauchen kann, als einem zur Verfügung steht, wenn man dauerhaft existieren will. Natürliche Ressourcen setzen somit Konsum eine harte Grenze, die sich z.B. durch den ökologischen Fußabdruck beschreiben lässt. Da diese Grenze durch den heutigen Konsum bereits überschritten ist, setzt die Suffizienztheorie mit ihrer Maxime „weniger ist mehr“ direkt bei dem Konsumverhalten an (Linz 2002, 7; Winterfeld 2007, 48). Begriffe wie Verzicht, Einschränkung, Einbuße oder Bescheidenheit werden mit Suffizienz assoziiert, und erinnern eher an ein Leben im Kloster, als an das heutige und zukünftige Konsumentenverhalten (Linz 2002, 8f.). Die Suffizienzstrategie kritisiert den unverhältnismäßigen Konsum und will nicht nur aussagen, wie viel genug ist, sondern vor allem, dass es ein genug und somit auch ein zuviel gibt (Winterfeld 2007, 47).

Ziel der Suffizienz ist es, eine Verteilungsgerechtigkeit zu realisieren, die insbesondere auf maßvollen Konsum in den nord-westlichen Ländern der Welt abzielt

⁵ Für Unternehmen stellt sich die Frage nach einem nachhaltigen Konsum i.e.S. nicht, da eine global verallgemeinerbare Produktion von Unternehmen nicht sinnvoll zu realisieren wäre. Branchenübergreifende Produktionsmuster sind nicht logisch übertragbar, so kann ein Hersteller für Schleifmittel nicht Angebote zur energieeffizienten Wärmedämmung machen. Nachhaltiger Konsum i.w.S. ist für Unternehmen daher naheliegend und legitim (Bilharz 2008, 73).

(Winterfeld 2007, 49). Gestützt wird die Strategie durch den Vorwurf von Abnormitäten im Konsum, die von Konsumpassivismus über Konsumsucht bis hin zu Prestige-Kauf reichen (Beier 1993; Belz 2001, 70) sowie der aus den 1970ern stammenden These Fromms, dass menschliches Glück nicht vom Haben abhängig ist, sondern vom Sein (Fromm 1979, 169f.). Auch empirische Studien konnten belegen, dass die Zufriedenheit von Menschen nur bis zu einem gewissen Grad an das Einkommen gekoppelt ist (Frey/Stutzer 2002, 82f.).⁶ Diese Befunde sind auch Grundstein zur Legitimierung der Suffizienzstrategie, Mehrkonsum schadet der Umwelt und führt nicht zwangsläufig zu einem Anstieg an Lebensqualität (Bilharz 2008, 63).

Da das politische System jedoch auf Wachstumsmodelle aufgebaut ist und sich z. B. das deutsche Rentensystem nur so finanzieren lässt, lassen sich die Effizienz- und die Konsistenzstrategie heranziehen, um weitere Wachstumspotenziale auszuschöpfen.

1.2.3.2 Die Effizienzstrategie

Von der Politik und Wirtschaft wird die Effizienzstrategie als grundlegendste Maßnahme für eine nachhaltige Entwicklung gesehen (Winterfeld 2007, 48-49; ASCEE 2008, 24). Deren Maxime lautet „mehr für weniger“ (Weizsäcker et al. 1997, 15) und zielt auf zwei Ansatzpunkte ab:

- (1) Verbraucher sollen lernen sich effizienter zu Verhalten und
- (2) Unternehmen sollen dazu angehalten werden Produkte und Dienstleistungen herzustellen und anzubieten, die bei gleichem Nutzen einen geringeren Material- und Energieverbrauch haben.

Die Erweiterung des Fokus auf die vollständige Wertschöpfungskette von der Herstellung bis zur Entsorgung ist daher zwingend (Schoenheit 2004, 118).⁷

⁶ Hierbei ergab eine Studie in den Vereinigten Staaten von 1981-84, dass bis zu einem monatlichen Einkommen von 15.000 USD die Korrelation zwischen Zufriedenheit und Einkommen signifikant ist. Ab einem höheren Einkommen ist die Korrelation noch immer positiv, nimmt jedoch an Stärke ab (Frey/Stutzer 2002, 83).

⁷ Um umgekehrt bei nicht-nachhaltigen Produkten ebenfalls eine ganzheitliche Betrachtung einzubeziehen, müssen auch externe negative Effekte berücksichtigt werden und auf den Preis (z. B. durch eine Steuer nach Coase) aufgeschlagen werden (Hartwig 2007, 209f.)

Die Effizienzstrategie zielt wesentlich auf eine relative Verbesserung des Status Quo durch nachhaltige Produkte und Dienstleistungen ab und betrifft nachhaltigen Konsum i.w.S. (Bilharz 2008, 58). Durch Effizienzeinsparungen realisieren sich für den Verbraucher auch Kostenersparnisse, was einerseits einen hohen Motivationscharakter hat, andererseits auch zu dem so genannten „Reboundeffekt“ führen kann (Winterfeld 2007, 48). Kostenersparnisse in der Produktion werden durch günstigere Preise und einen höheren Absatz kompensiert. Einsparungen beim Verbraucher können zu einer stärkeren Nutzung führen oder zu Mehrausgaben in anderen Konsumbereichen (Bilharz 2008, 58f.). Die Ressourcenproduktivität ist in der EU zwischen 1980 und 1997 um fast 40 Prozent gestiegen, wobei keine Senkungen im Ressourcenverbrauch festgestellt werden konnten (Renner 2004, 214f.). Die Effizienzstrategie kann somit als notwendiger Schritt hin zu einem nachhaltigen Konsum angesehen werden, jedoch nicht als ein hinreichender. Sie ergänzt die Suffizienzstrategie jedoch um einen Wachstumsaspekt.

1.2.3.3 Die Konsistenzstrategie

Als weitere Ergänzung der Suffizienzstrategie zielt die Konsistenzstrategie auf die naturangepasste Beschaffenheit von Stoffströmen und Energiegewinnung ab. Künstliche und natürliche Stoffströme müssen einander angenähert werden, im Idealfall entstehen somit im gesamten Produktlebenszyklus keine Abfallstoffe (Huber 1995, 138). Vielmehr können diese als Ausgangspunkt für neue Produkte dienen und auf Grundlage der Kreislaufwirtschaft beschrieben werden (Renner 2004, 217). Im Sinne des nachhaltigen Konsums stellen daher die Nutzung erneuerbarer Energiequellen und die Weiter- bzw. Wiederverwertung von Stoffen eine geeignete Strategie dar, um eine nachhaltige Entwicklung zu realisieren.⁸ Erheblicher für die Diskussion um die Konsistenzstrategie ist die Tatsache, dass künstliche Stoffströme kaum kreislauffähig sind (Huber 1995, 146; Hartwig 2007, 200), dass oft nur ein Teil des Produktlebenszyklus betrachtet wird (Bilharz 2008, 60)

⁸ Die Nutzung von erneuerbaren Energien ist jedoch gerade bei der Debatte um Lebensmittelpreiserhöhungen durch Bio-Sprit nicht als Allheilmittel anzusehen (Reuters 2008) und wird aufgrund von machtpolitischen Aspekten auch nicht zu einer zeitnahen Lösung führen (Bilharz 2008, 50).

oder dass zu große Mengen an „Abfallstoffen“ produziert werden (Huber 1995, 149).

Das Ziel der Konsistenzstrategie, die ökologische Qualität von Stoffströmen zu verbessern und die Effizienzstrategie mit ihrem Ziel, Stoffe sparsamer zu nutzen ergänzen sich zwar sinnvoll (Huber 1995, 139), zeigen jedoch keine Lösung für einen nachhaltigen Konsum i.e.S. auf. Die Konsistenzstrategie stellt mit ihren Grenzen der Recyclingfähigkeit von Produkten und den vermehrten Eingriffen des Menschen in die Stoffströme keine Aussicht auf einen intra- und intergenerativ verallgemeinerbaren Konsum dar (Bilharz 2008, 62; Huber 1995, 146-149).

In den Grenzen eines nachhaltigen Konsums, die zwar von der Effizienz- und Konsistenzstrategie erweitert werden können, besitzt die Suffizienzstrategie als einzige das Potenzial für einen nachhaltigen Konsum i.e.S. (Linz 2002, 10). Deren Umsetzung wirft jedoch Probleme auf. Durch die negative Konnotation des Begriffs Suffizienz, als materieller Verzicht, wird ihm vom Konsumenten kein individueller Nutzen zugeschrieben (Bilharz 2008, 64). Das „mehr“ aus dem „weniger“ kann jedoch nur vom Konsumenten selbst kommen, Diktate des Verzichts durch die Politik wirken als Zwang und rufen eher Reaktanz als Akzeptanz hervor (Winterfeld 2007, 52).

Die Suffizienzstrategie besetzt unter den drei Nachhaltigkeitsstrategien die schwächste Position und kämpft gegen die Interessen von Konsumenten, Politik und Unternehmen (Winterfeld 2007, 48; Bilharz 2008, 64). Ohne sie lässt sich jedoch ein intergenerativer verallgemeinerbarer, nachhaltiger Konsum nicht verwirklichen. Nur wenn es für den Konsumenten einen Nutzen bringt, weniger zu konsumieren, kann es für die Politik attraktiver werden, sich der Meinung der Wähler anzuschließen und gemeinsam Druck auf die Wirtschaft auszuüben. Suffizienz kann somit als eine gesellschaftliche Gemeinschaftsaufgabe verstanden werden (Winterfeld 2007, 51).

1.2.4 Bedarfsfelder und Konsumententscheidungen

Konsumententscheidungen werden täglich getroffen. Trotzdem gibt es Unterschiede in der Tragweite für den Konsumenten und der Relevanz für eine nachhaltige Entwicklung. Kaufentscheidungen können nach Weinberg in vier Typen unterteilt werden: impulsive, habitualisierte, limitierte und extensive Kaufentscheidungen (1981, 13f.). Die verschiedenen Kaufentscheidungstypen⁹ bedürfen im Sinne eines nachhaltigen Konsums unterschiedlicher Berücksichtigung.

Impulsive Entscheidungen sind ungeplant und spontan, eine Informationssuche ist nicht gegeben (Hansen 1990, 114). Der Griff ins Regal bezieht keine Erwägungen mit ein, die sich mit der Nachhaltigkeit des Produktes beschäftigen. Ein Ansatzpunkt für nachhaltigen Konsum ist damit nicht gegeben.

Habitualisierte Entscheidungen entstehen auf Grundlage von bewährten Erfahrungen und Gewohnheiten, jedoch ohne emotionale und kognitive Unterstützung (Hansen 1990, 113; Kroeber-Riel/Weinberg 2003, 400f.; Trommsdorff 2004, 268). Gewohnheitskäufe zeichnen sich durch abnehmendes Involvement, sinkende Risikowahrnehmung und Informationsverarbeitung aus (Trommsdorff 2004, 269f.). Um den Konsumenten zum Kauf nachhaltiger Produkte zu bewegen, müssen etablierte Verhaltensmuster geändert werden. Das Involvement des Konsumenten muss sich daher in den Bedarfsbereichen wie Lebensmittel, Waschen und Reinigen, Kosmetik und Pflege wieder erhöhen, damit Kaufentscheidungsprozesse vom Konsumenten reflektiert und angepasst werden. Möglich ist dies über die fünf Involvementdeterminanten nach Lauren und Kapferer (1985, 43):

- Interesse am Produkt
- Risikowahrscheinlichkeit für Misskauf
- Risikokosten bei Misskauf
- Identifikation mit dem Produkt
- Emotionaler Reiz, Spaß beim Konsumieren

⁹ Um eine Konsumententscheidung in einem nachhaltigen Gesichtspunkt zu betrachten, geht es nicht allein um die Entscheidung, sondern um den gesamten Umgang von Bedürfnissen und deren Befriedigung durch Produkte oder Dienstleistungen (Scherhorn et al. 1997, 11).

Das Interesse an nachhaltigen Produkten kann beim Konsumenten durch Anreize oder durch die Kommunikation von ökologischen und gesellschaftlichen Risiken als auch individuelle Vorteile geweckt werden. Die habitualisierte Kaufentscheidung wird dadurch zu einer limitierten und bedarf zusätzlicher Informationen. Ein gelungenes Beispiel für die Veränderung von habitualisierten Konsummustern ist der Bereich der Öko-Lebensmittel. Der Umsatz mit Bio-Lebensmitteln in Deutschland stieg nach etwas verhaltenen Wachstumsraten der Vorjahre von 2010 auf 2011 um 9 Prozent auf 6,59 Mrd. Euro pro Jahr - 2007 lag der Umsatz noch bei 5,45 Mrd. Euro pro Jahr (BÖLW 2012, 16f.).¹⁰

Limitierten Kaufentscheidungen basieren auf einem „evoked set“¹¹, bei dem der Konsument über so viel Erfahrung und Kenntnisse verfügt, dass er auf eine bewährte Objektmenge zurückgreifen kann. Das Risiko in der Entscheidung, Involvement und somit Informationssuche und -verarbeitung sind nur begrenzt. Wesentlich für solche Käufe sind Schlüsselinformationen, die zur Komplexitätsreduktion von den Konsumenten herangezogen werden (Hansen 1990, 113; Kroeber-Riel/Weinberg 2003, 385). Für die Bereichsfelder Elektrokleingeräte, Textilien, Spielzeug und Sportartikel sowie Urlaub und Reisen sind daher Labels, Siegel oder auch Testurteile z. B. von der Stiftung Warentest als Schlüsselinformationen besonders relevant (Koschnik 1987, 752). Für die Realisierung eines nachhaltigen Konsums können diese Schlüsselinformationen besonders gut genutzt werden und dem Konsumenten eine Kaufentscheidung für ein nachhaltiges Produkt erleichtern (Kroeber-Riel/Weinberg 2003, 386).

Extensive Kaufentscheidungen sind geprägt von einem hohen Involvement durch die starke Bedeutung der Entscheidung und somit auch einem starken Risikoemp-

¹⁰ Entgegen der teils überschwänglichen Annahmen mancher Autoren, dass Biohersteller auf dem Weg zur Marktführerschaft sind (Pobisch/Belz 2007, 195), nehmen Bio-Lebensmittel 2011 einen Marktanteil von lediglich 3,7 Prozent am gesamten Lebensmittelmarkt ein (BÖLW 2012, 16).

¹¹ Ein „evoked set“ beschreibt ein gespeichertes vereinfachtes Bild der Welt, welches eine Alternativmenge von Objekten beinhaltet, die der Konsument bei einer Entscheidung in Betracht zieht. Diese Informationen im Langzeitgedächtnis werden bei Entscheidungen aktiviert und mit Umweltinformationen im Kurzzeitgedächtnis verknüpft (Hansen 1990, 88).

finden. Dem Konsumenten liegen hierbei keine Problemlösungsmuster vor, es bedarf einer Konzeptbildung bei der Prozesse der Informationsaufnahme und -verarbeitung eine zentrale Rolle spielen (Hansen 1990, 113; Kroeber-Riel/Weinberg 2003, 382). Der Konsument bedient sich bei extensiven Kaufentscheidungen kognitiver Programme, um eine Produktauswahl zu treffen. Bei der Produktwahrnehmung beurteilt und bewertet der Konsument bestimmte Eigenschaften oder die Gesamtqualität des Produktes, um auf dieser Grundlage seine Auswahl zu treffen (Kroeber-Riel/Weinberg 2003, 386). In den Bedarfsfeldern Automobilkauf, Auswahl des Strom- und Gasanbieters, Wohnen und Bauen, Elektrogroßgeräte und bei langfristigen Finanzdienstleistungen wie z. B. Lebens- oder Rentenversicherungen müssen im Sinne eines nachhaltigen Konsums dem Konsumenten ausreichende Informationen zur Verfügung gestellt werden. Außerdem muss der Konsument den nachhaltigen Produktqualitäten einen wahrgenommenen Wert beimessen, den er bei der Auswahl des Produktes als Nutzen mit einbezieht (Kroeber-Riel/Weinberg 2003, 387).

1.2.5 Resonanzfähigkeit der relevanten Konsumfelder

Nicht nur bezüglich der Kaufentscheidung unterscheiden sich Konsumfelder wie Ernährung, Wohnen, Mobilität, Kleidung etc., auch in Hinblick auf deren Relevanz für die Umsetzung eines nachhaltigen Konsums kommen ihnen verschiedene Wirkungsgrade zuteil. Konsumfelder in denen Verbraucher einen hohen Anteil ihres zur Verfügung stehenden Einkommens investieren und die in der Produktion, Nutzung und Entsorgung hohe ökologische und/oder soziale Auswirkungen aufweisen, muss auch eine ganz besonders hohe Aufmerksamkeit bei der Erzielung nachhaltigen Konsums zuteilwerden (Hansen/Schrader 2001, 28f.; Spangenberg/Lorek 2001, 26). Hinsichtlich der relevanten Themen Mobilität, Ernährung und Wohnen besteht in der Forschung weitestgehend Konsens. Als zweites Kriterium zur Umweltbelastung kann die Wirkungsmöglichkeit verbraucherpolitischer Maßnahmen herangezogen werden, die sich wiederum auf die Resonanzfähigkeit von Nachhaltigkeitsthemen bei dem Verbraucher bezieht (Kuhlmann 1990, 443).

So können gesellschaftliche Strukturen in bestimmten Handlungsfeldern einem nachhaltigen Konsum im Wege stehen (Bilharz 2007, 107; Spangenberg/Lorek 2002, 29).

Im Rahmen einer Studie im April 2006 zur Erhebung von resonanzfähigen Nachhaltigkeitsthemen identifizierte Bilharz vier Themen, die auf Grundlage der geführten Interviews keine große Chance besitzen, nachhaltigen Konsum zu fördern, da sie von den größeren Bevölkerungskreisen abgelehnt werden (2007, 116):

- Auf ein eigenes Auto verzichten
- Wohnung einem Haus vorziehen
- Wohnfläche verkleinern
- Flugreisen einschränken

In diesen Bereichen lassen sich keine freiwilligen Änderungen in den Konsummustern erwarten. Ein regulatives Eingreifen des Staates oder Schaffung von entgegenwirkenden Anreizsystemen wird von Bilharz in diesen Bereichen als unumgänglich angesehen (2007, 117-121).

Eine Chance auf gesellschaftliche Zustimmung und Ausweitung fanden hauptsächlich die Themen, die an finanziellen Nutzen für den Verbraucher geknüpft sind oder eine positive Entwicklungsprognose für die Zukunft aufweisen. Wärmedämmung, erneuerbare Energien und das 3-Liter-Auto können als Präferenzen identifiziert werden. Car-Sharing und Wohnen im Alter weisen zumindest eine interessante Nischenthematik auf. Ernährung erhielt dabei die Rolle eines Sonderthemas (Bilharz 2007, 122).

Die Relevanz dieser Bereiche kann auch anhand eines Portfolios für verbraucherpolitische Handlungsbereiche dargestellt werden (Abbildung 4). Der Bereich der Stars beschreibt hierbei das förderungswürdige Feld für strategisches Handeln, bei dem die Erfolgsaussichten besonders hoch sind.¹²

¹² Die in Tabelle 1 und Abbildung 6 aufgeführten Bedarfswelder lassen sich den Portfoliobereichen zuordnen. Das eigene Auto oder die Urlaubsreise gehören mit ihrer hohen Problemrelevanz und geringen Wirkungsmöglichkeit beim Verbraucher zu den *Fragezeichen*, Energiesparlampen haben zwar eine hohe Wirkungsmöglichkeit jedoch nur geringe Problemrelevanz und sind daher bei den *Melkkühen* zu verorten. Als *Stars* lassen sich die Bereiche Heizsysteme und Dämmung im Eigenheim bezeichnen. Lebensmittel haben eine ebenfalls hohe

Bei einer Ausrichtung verbraucherpolitischer Instrumente sollte daher berücksichtigt werden, welche Themengebiete Tragweite für nachhaltigen Konsum besitzen, wie diese aufgrund ihrer Kaufentscheidungstypen her beachtet werden sollen und wie sie vom Verbraucher gesehen und auch angenommen werden.

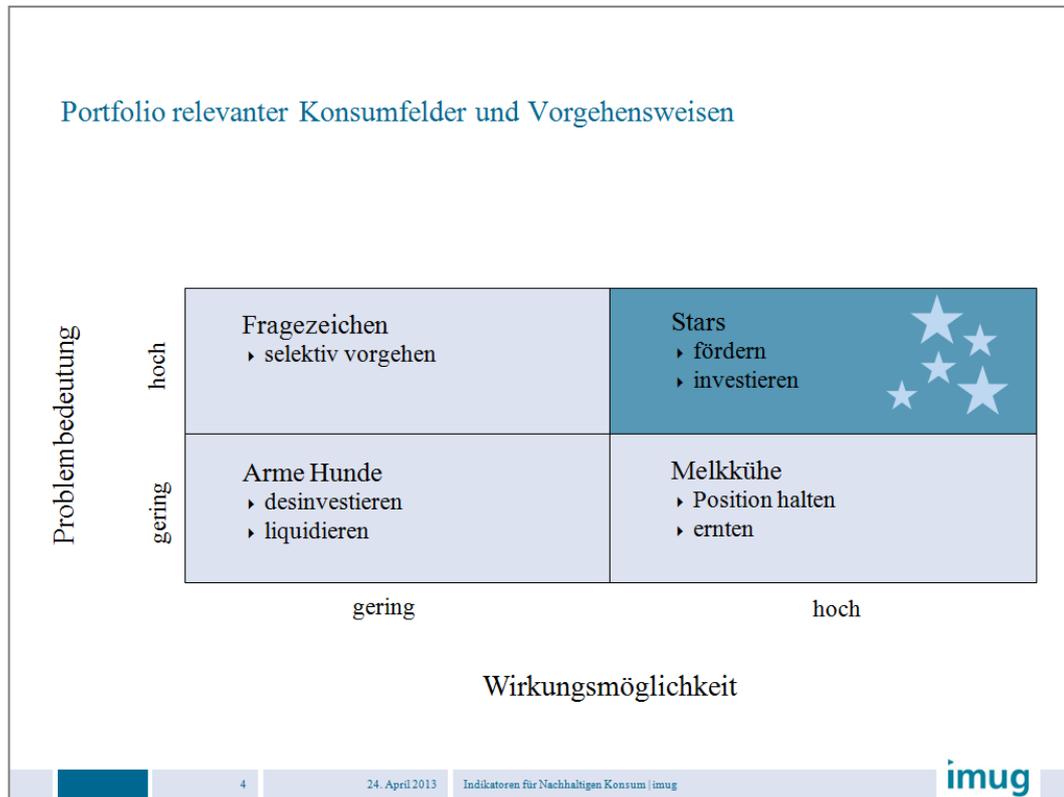


Abbildung 4: Portfolio relevanter Konsumfelder (Kuhlmann 1990, 443)

Wirkungsmöglichkeit, ihre Problembedeutung ist jedoch geringer, sie liegen daher zwischen den *Melkkühen* und *Stars*.

1.2.6 Geteilte Verantwortung für einen nachhaltigen Konsum

Die dargelegte hohe Relevanz des Konsums und des privaten Verbrauchs zur Erreichung des Ziels der nachhaltigen Entwicklung lässt darauf schließen, dass der Verbraucher die Verantwortung zur Realisierung eines nachhaltigen Konsums innehat. Definitionsgemäß bedeutet Verantwortung, „[...] *ein Handeln (Tun oder Unterlassen) zu vertreten, für die Folgen des Handelns sowie die Beweggründe, die zu diesem Handeln geführt haben, vor sich selbst und anderen einzustehen.*“ (Hansen 1988, 713). Übertragen auf nachhaltigen Konsum muss der Konsument sich daher über Auswirkungen seiner Konsumententscheidung in jedem Fall bewusst sein und sich die Verantwortung somit selbst zugeschrieben haben. Verantwortung ist das Resultat einer Zuschreibungshandlung, entweder von der Person selbst (autonom) oder von anderen (heteronom) (Grunwald 2003, 438; Belz/Bilharz 2007, 36). Wird Verantwortung jemanden zugeschrieben, ist diese jedoch rechtfertigungspflichtig und hat präskriptiven Charakter. So müssen die verantwortungsfähigen Individuen auch die Voraussetzungen erfüllen, um die Verantwortung überhaupt wahrnehmen zu können (Hansen 1988, 713; Grunwald 2003, 438). Es stellt sich daher die Frage, ob der Verbraucher überhaupt in der Lage ist, die alleinige Verantwortung für einen nachhaltigen Konsum zu erfüllen. Hierfür lassen sich drei wesentliche Problemfelder heranziehen (Grunwald 2003, 438f.).

(1) *Das Wissen*: Um Entscheidungen im Sinne eines nachhaltigen Konsums (besonders i.e.S.) treffen zu können, bedarf es des Wissens über die gesamte Wertschöpfungskette der zu konsumierenden Produkte und deren sozial-ökologischen Auswirkungen (Grunwald 2003, 438f.; Belz/Bilharz 2007, 37). Da dieses Wissen zum größten Teil auf Vertrauenseigenschaften beruht, fehlt es dem Verbraucher an Kontrollmöglichkeiten (Eckert et al. 2007, 55). Auch ist die Aufnahmewahrscheinlichkeit von Informationen, in Hinblick auf die Überlastung des Konsumenten, eher gering (Belz 2001, 68; Schrader et al. 2003, 17).

(2) *Die Bewertung*: Gerade die Einteilung von nachhaltigem Konsum in die drei Nachhaltigkeitsdimensionen macht es für den Konsumenten schwer bis unmöglich Entscheidungen vollständig zu bewerten. Dies führt zu Handlungsdilemmata, in denen der Konsument nicht entscheiden kann, welches Produkt nachhaltiger ist, als ein anderes (Hansen/Schrader 2001, 24; Grunwald 2003, 439). Zieht man den Kauf eines Bio-Joghurts im Plastikbecher dem eines konventionellen im Mehrwegglas vor? Oder ist das T-Shirt aus China mit SA8000 Zertifikat¹³ besser als ein Baumwoll-Shirt aus Deutschland? Selbst wenn sozial-ökologische Auswirkungen entlang des gesamten Wertschöpfungsprozesses bekannt wären, ist die Gewichtung und Bewertung der einzelnen Auswirkungen mit großer Unsicherheit behaftet und kann vom Konsumenten nicht erfüllt werden (Voss 1997, 14; Eckert et al. 2007, 55).

(3) *Die Umsetzung*: Wie auch schon die Forschung zum Umweltverhalten zeigt, klafft auch bei dem Thema Nachhaltigkeit zwischen Wissen und Handeln eine Lücke (Balderjahn/Scholderer 2007, 154; Belz/Reisch 2007, 283). Konsumenten verhalten sich überwiegend nach eigenem Nutzenbestreben und weisen besonders in den relevanten Konsumfeldern Veränderungsresistenz auf (Bilharz 2007, 116). Eingefahrene Konsummuster und Gewohnheitskäufe sind ebenfalls Barrieren für eine Marktdurchdringung von nachhaltigen Produkten oder Dienstleistungen und somit für die Umsetzung von nachhaltigem Konsum (Weskamp 1995, 17).

Man kann daher von einer strukturellen Überforderung der Konsumenten sprechen und somit eine alleinige Verantwortungsübernahme der Verbraucher ablehnen (Grunwald 2003, 438; Reisch 2004, 9).

Vielmehr gilt es, eine geteilte Verantwortung für die Umsetzung eines nachhaltigen Konsums zu realisieren. Als relevante Akteure lassen sich identifizieren (Hansen/Schrader 2001, 27f.):

¹³ Das SA 8000 Zertifikat beschreibt einen Sozialstandard der Akkreditierungsinstitution Social Accountability International (SAI). Er beinhaltet die Verpflichtung von Unternehmen, soziale Verantwortung für sich und ihre Zulieferer zu übernehmen und durch externe, unabhängige Prüfer diese zu überwachen, bewerten und zertifizieren zu lassen (Koblin 2006, 60).

- Staatliche Institutionen für die Gestaltung von Rahmenbedingungen
- Unternehmen als Anbieter von nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen
- Umwelt- und Verbraucherorganisationen als Gatekeeper für Informationen
- Medien zu Verstärkung der Resonanz von Nachhaltigkeitsthemen
- Wissenschaftler für kritische Anstöße zur Weiterentwicklung

Bei einer so hochdifferenzierten Arbeitsteilung entsteht nach Beck durch geteilte Verantwortung eine allgemeine Verantwortungslosigkeit aufgrund gegenseitiger Schuldzuweisungen (Beck 1986, 43). Sind die Unternehmen schuld, weil sie keine Produkte anbieten oder die Konsumenten weil sie keine nachfragen, oder der Staat, weil er die Rahmenbedingungen nicht förderlich anpasst? Bei einer solchen Dilemma-Situation hilft nicht die Frage, wer Verantwortung hat, sondern wofür er explizit die Verantwortung trägt (Belz/Bilharz 2007, 38). Um die normative Frage zu beantworten, welcher der Akteure für bestimmte Aspekte des nachhaltigen Konsums die Verantwortung übernehmen soll, muss vorausgesetzt werden, dass sein Handeln ursächlich für entsprechende Aspekte ist und er die Möglichkeit hat, die Verantwortung wahrzunehmen (Grunwald 2003, 438). So kann von Konsumenten eine Verantwortungsübernahme in den Bereichen erwartet werden, in denen sie einen persönlichen Mehrwert davontragen, z. B. durch finanzielle Ersparnisse oder geringere Gesundheitsrisiken (Schrader 2002, 132f.; Bilharz 2007, 122). Eine genaue Identifikation von Verantwortlichkeiten bedarf jedoch Analysen der möglichen Gestaltungspotenziale der einzelnen Akteure.¹⁴ Festhalten lässt sich aber, dass es niemanden gibt, der keine Verantwortung bei der Realisierung von nachhaltigem Konsum trägt (Belz/Bilharz 2007, 39f.).

¹⁴ Herangezogen werden hierfür die Prinzipien der Umweltpolitik, welche 1971 von der Bundesregierung festgelegt wurden. Das Verursacherprinzip besagt, dass Beseitigungs- und Folgekosten vom Verursacher getragen werden sollen, um externe Kosten zu internalisieren. Das Vorsorgeprinzip soll vorbeugend an der Quelle ansetzen, so dass Risiken gar nicht erst entstehen. Durch das Kooperationsprinzip wird der Miteinbezug von gesellschaftlichen Akteuren in die staatliche Planung beschrieben (Rogall 2004, 48).

1.3 Determinanten des nachhaltigen Konsums

Eine Umsteuerung der gegenwärtigen Konsum- und Produktionsstrukturen in Richtung Nachhaltigkeit ist nicht im Selbstlauf zu erwarten. Die zentralen Determinanten des nachhaltigen Konsums (Abbildung 5) zeigen, dass nachhaltiger Konsum eine komplexe gesellschaftliche und politische Gestaltungsaufgabe ist, an der eine Vielzahl von Akteuren zu beteiligen ist. Nachhaltiger Konsum erfordert zu allererst auch eine bewusste Marktentwicklung, die die Angebots- und die Nachfrageseite ebenso berücksichtigt, wie die Institutionen und infrastrukturellen Rahmenbedingungen.

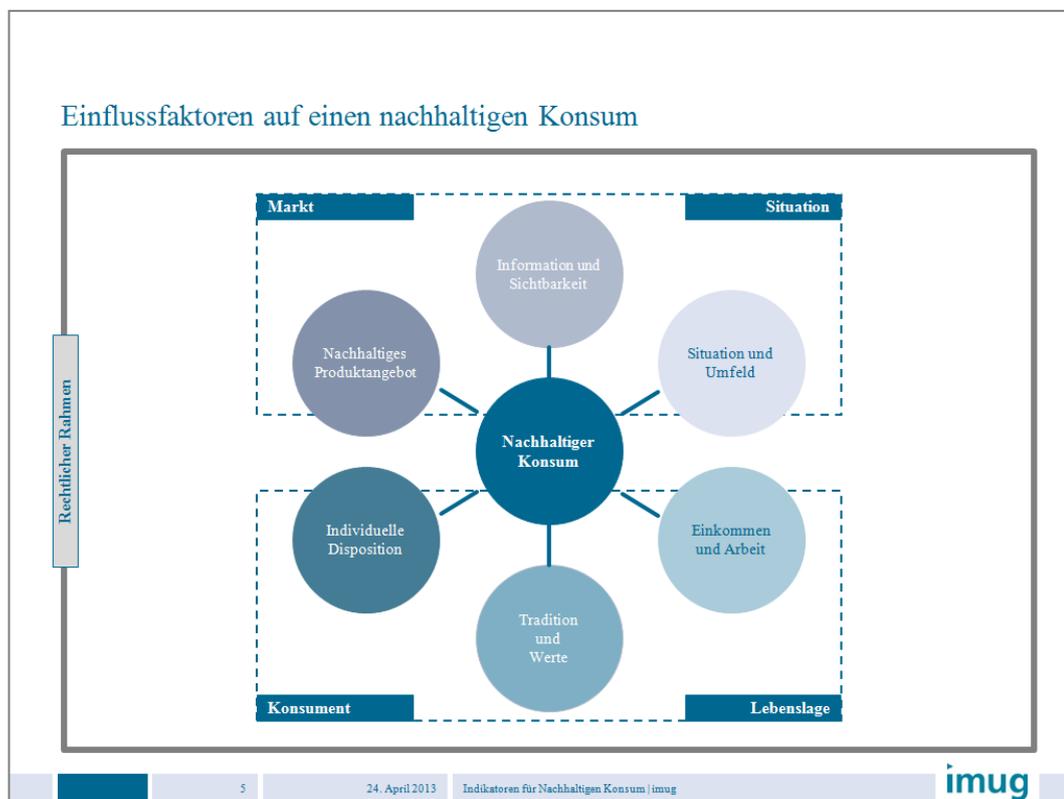


Abbildung 5: Einflussfaktoren auf einen nachhaltigen Konsum, eigene Darstellung

Da die Preise auf den meisten Konsumgütermärkten die wahren Kosten und Risiken sowie Kosten zukünftiger Generationen nicht angemessen abbilden, gehen von dem marktwirtschaftlichen Spiel von Angebot und Nachfrage zu wenige Impulse für einen nachhaltigen Konsum aus. Im Gegenteil: Vielfach werden auf den Märkten die falschen Anreize gesetzt, werden eine Geiz-ist-Geil-Mentalität und ein nicht mehr zukunftsfähiger Konsumismus gefördert.

Ohne die Bedeutung anderer wichtiger Akteure für den nachhaltigen Konsum zu vernachlässigen, kommt der Politik und dem staatlichen Handeln eine besondere Verantwortung bei der Förderung nachhaltiger Produktions- und Konsumstrukturen zu. Im Rahmen der nationalen Nachhaltigkeitsstrategie sind in den letzten zehn Jahren hierzu vielfältige Aktivitäten angestoßen worden, deren Wirksamkeit im Bezug auf die formulierten generellen Nachhaltigkeitszielsetzungen bisher jedoch nicht überprüft wird. Dazu sind Indikatoren erforderlich, die in Aussicht stellen, den Fortschritt des nachhaltigen Konsums abzubilden.

2. Fortschrittmessung des nachhaltigen Konsums

Seit mehr als zwanzig Jahren beschäftigt sich auf internationaler und nationaler Ebene eine Vielzahl von Organisationen damit, aussagekräftige Indikatoren zu definieren, die die erzielten Fortschritte bei der Umsetzung des Leitbildes Nachhaltigkeit abbilden. Gesucht wird jeweils eine Art Messanweisung, die vorgibt, anhand welcher Daten Hinweise auf die Zielerreichung oder auch auf die Zielnichterreichung abgeleitet werden können. Das Konstrukt „Nachhaltigkeit“, bzw. „nachhaltiger Konsum“ muss dazu operationalisiert werden.

2.1 Notwendigkeit und Schwierigkeit einer Operationalisierung

Wenn das Konstrukt „nachhaltiger Konsum“ für die Zwecke einer nationalen Fortschrittsberichterstattung operationalisiert werden soll, dann bedeutet dies nicht, dass alle Phänomene und Entwicklungen des nachhaltigen Konsums in dieser Operationalisierung enthalten sein müssen. Der Anspruch einer akzeptablen Operationalisierung besagt lediglich, dass wesentliche Entwicklungen angemessen abgebildet werden müssen. Dennoch wirft die Operationalisierung des nachhaltigen Konsums eine Reihe von Schwierigkeiten auf.

So sind von der Enquete-Kommission „Schutz des Menschen und der Umwelt“ für die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit beispielsweise grundlegende Managementregeln entwickelt worden, die bei der Operationalisierung des nachhaltigen Konsums beachtet werden müssen (Reisch/Scherhorn 1998, 93).

Danach muss

- die Nutzungsrate der Ressource kleiner oder gleich ihrer Regenerationsrate sein,
- die Freisetzung von Stoffen kleiner oder gleich der Aufnahmekapazität der Umwelt sein und

- das Zeitmaß menschlicher Eingriffe in einem ausgewogenen Verhältnis zu der Selbststabilisierung der Umwelt sein (Lerch/Nutzinger 2000, 6f.; Rogall 2004, 29).¹⁵

Diese auf Grundlage der Gesetze der Thermodynamik entwickelten, hilfreichen Managementregeln vernachlässigen jedoch, dass die unterstellten Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge teilweise noch ungeklärt sind (Voss 1997, 14; imug 1997, 21).

Um in der ökologischen Dimension festzustellen, ob spezifische Konsumstile inter- und intragenerational generalisierbar sind, werden in der Regel ressourcenverbrauchsorientierte Konzepte herangezogen, die den Ressourcenbedarf eines bestimmten Konsumniveaus bestimmen und somit angeben, ob ein solcher Konsum weltweit tragbar wäre. Ein Beispiel hierfür ist das Konzept des „ökologischen Fußabdrucks“ von Wackernagel und Rees, welches den Flächenbedarf angibt, der für spezifische Lebensstile benötigt wird (Wackernagel/Rees 1997, 77). Eine solche an objektiven Parametern orientierte Operationalisierung des nachhaltigen Konsums, wirft in der Regel umgehend die Frage auf, ob denn alle Menschen einen solchen, hier untersuchten Lebensstil haben werden oder auch nur wollen.

Ein solches, an objektivierbaren Messgrößen orientiertes Vorgehen ist bei sozialen und ökonomischen Aspekten von vornherein strittiger. Insbesondere die intertemporale Gerechtigkeit gilt als nicht operationalisierbar (Matzen 1998, 166). Aufgrund der hohen Komplexität des Themas treten hier rein naturwissenschaftliche Ableitungen von Zielen und Indikatoren hinter diskursiven Verfahren zurück (Giesel 2007, 71).

Vor diesem Hintergrund ist es nicht vollkommen verwunderlich, dass es eine ausreichende Grundlage für die Messung und damit auch Beurteilung des Status Quo des nachhaltigen Konsums bislang nicht gibt.

¹⁵ Die Managementregeln wurden in Arbeiten der Enquete-Kommission „Schutz des Menschen und der Umwelt“ sowie des Umweltbundesamtes umformuliert und ergänzt. Sie werden ebenfalls von der Bundesregierung vertreten und kommuniziert (Voss 1997, 14).

2.2 Anforderungen an Indikatoren

Indikatoren werden im Allgemeinen als Auskunftsinanz bezeichnet und stellen ein zentrales Element der Evaluation dar. Analog zur Definition von Nachhaltigkeitsindikatoren des Statistischen Bundesamtes, lassen sich Indikatoren für einen nachhaltigen Konsum als *Indikatoren, mit denen der Zustand und die Trendentwicklung zur Erreichung des Ziels eines nachhaltigen Konsums beschrieben werden, die helfen komplexe ökologische, ökonomische und soziale Sachverhalte und deren Interdependenzen abzubilden* beschreiben. Indikatoren erzeugen durch selektierte, relevante Informationen in einer kompakten Form eine erhöhte Transparenz und können zur politischen Kontrolle und Steuerung verwendet werden. Sie dienen dazu Informationen zu verdichten und kommunikationsfähig zu machen (Bardt 2011, 13). Indikatoren, die zur Messung eines nachhaltigen Konsums herangezogen werden, müssen verschiedene Anforderungen bezogen auf deren Aufbau, Regelmäßigkeit und der zugrundeliegenden Datenverfügbarkeit erfüllen (Bardt 2011, 14).

Bereits in der Agenda 21 wurde die Notwendigkeit eines Indikatorensets zur Messung einer nachhaltigen Entwicklung definiert, da allgemein gebräuchliche Kennzahlen, wie das Bruttosozialprodukt, Arbeitslosenquote oder Ressourcen- und Schadstoffströme als Gradmesser nicht genügend Aufschluss geben (Schoenheit 2004, 122). In Bezug auf Nachhaltigkeit kann auf die Bellagio-Prinzipien¹⁶ zur Bewertung einer nachhaltigen Entwicklung zurückgegriffen werden, bei denen zum einen Indikatoren selbst eine wesentliche Rolle spielen, die zum anderen aber auch direkt auf den Prozess der Indikatorenerstellung, -auswahl, -gestaltung sowie deren Ergebnisinterpretation und Kommunikation übertragen werden können (Tabelle 1):

Prinzip 1: Visionen und Ziele sollten konkret sein

Prinzip 2: Ganzheitliche Sichtweise (intersektoral, Gesamtkosten-Nutzen-Analyse)

Prinzip 3: Erforderliche Elemente (intra- und intergenerationelle Gerechtigkeit)

¹⁶ Der Name stammt von dem italienischen Ort Bellagio in dem 1996 die Konferenz stattfand, auf der die Prinzipien beschlossen wurden.

Prinzip 4: Angemessener Rahmen (global und lokal, längerfristiger Zeithorizont, Berücksichtigung historischer Bedingungen)
<p>Prinzip 5: Praktischer Ansatz</p> <p>Die Bewertung des Fortschritts zur Nachhaltigkeit sollte basieren auf:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▸ Einem klaren Satz von Kategorien oder in einem Rahmenwerk, das Leitbilder und Ziele mit Indikatoren und Bewertungskriterien verbindet. ▸ Einer begrenzten Anzahl von Schlüsselindikatoren für die nähere Analyse. ▸ Einer begrenzten Anzahl von Indikatoren und deren Kombination, um ein klares Zeichen des Fortschritts aufzeigen zu können. ▸ Standardisierte Maßnahmen, die Vergleiche gestatten, wo immer dies möglich ist. ▸ Vergleiche von Indikatorenwerten mit Zielen, Referenzwerten, Reihen, Grenzwerten oder Trendaussagen.
Prinzip 6: Transparenz (Zugänglichkeit von Methoden und Daten, Unsicherheiten kennzeichnen)
<p>Prinzip 7: Wirksame Kommunikation</p> <p>Die Bewertung des Fortschritts zur Nachhaltigkeit sollte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▸ Zielgruppenspezifisch sein. ▸ Sich an Indikatoren und anderen Instrumenten orientieren, welche die Entscheidungsträger dazu bewegen, zu handeln.
Prinzip 8: Breite Partizipation
<p>Prinzip 9: Fortschreitende Bewertung</p> <p>Die Bewertung des Fortschritts zur Nachhaltigkeit sollte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▸ Kapazitäten zur Verfügung stellen, die eine langfristige Beobachtung der Daten und damit die Bestimmung von Trends ermöglichen.
Prinzip 10: Institutionelle Verankerung

Tabelle 1: Bellagio-Prinzipien der Bewertung nachhaltiger Entwicklung

Das Bundesumweltministerium hebt folgende Funktionen von Indikatoren hervor (BMU 2000, 3-5):

Problemfindungsfunktion

Vereinfachte und realitätsnahe Abbildung zentraler Felder eines nachhaltigen Konsums, so dass die Identifikation von Problemprioritäten und adäquaten Lösungen möglich wird.

Zielformulierungsfunktion

Herstellung der Zusammenhänge zwischen momentanen Zustandsbeschreibungen und zukünftigen Zielformulierungen bzw. wünschenswerten Zuständen.

Kommunikationsfunktion

Strukturierung der öffentlichen und politischen Debatten durch Komplexitätsreduktion, so dass eine sachliche Kommunikation der Probleme und Lösungen möglich wird.

Monitoring- und Kontrollfunktion

Beobachtung und Sicherstellung der Zielerreichung.

Das Advisory Committee on Water Information der Vereinigten Staaten von Amerika hat für ihren seit 2002 geführten Sustainable Water Resources Roundtable (SWRR) fünf Kriterien für die Auswahl von Indikatoren genutzt (SWRR 2005, 15):

1. Zustände definieren

Indikatoren müssen die Bedingungen und Kapazitäten der sozialen, ökologischen und ökonomischen Systeme berücksichtigen (inkl. Änderungsraten und Interaktionen zwischen den Systemen).

2. Relevanz

Indikatoren müssen auf die relevanten Aspekte von Nachhaltigkeit fokussieren.

3. Angemessenheit des Zeithorizonts und des Ausmaßes

Indikatoren müssen einen Zeithorizont abdecken, der auch Langzeitauswirkungen aufnehmen kann und auf die Bedürfnisse zukünftiger Generationen reagiert.

4. Integrität

Indikatoren müssen messbar, unverfälscht und wissenschaftlich vertretbar sein.

5. Verständlichkeit

Indikatoren müssen von der Zielgruppe einfach verstanden werden.

Diesem Verständnis folgend geben Indikatoren für einen nachhaltigen Konsum Auskunft darüber, wo sich die Gesellschaft gerade befindet, bezogen auf kurzfristige und langfristige Gleichgewichte zwischen sozialen, ökologischen und ökonomischen Bedürfnissen. Sie heben wichtige Trends und Entwicklungen hervor

und ermöglichen die Bewertung deren Ursachen und Auswirkungen. Sie helfen darüber hinaus bei der Sensibilisierung für die Thematik und den damit verbundenen Herausforderungen (SWRR 2005, 19). Es ist wesentlich, dass die Indikatoren als geeignete Kenngrößen die aktuelle Situation eines nachhaltigen Konsums adäquat beschreiben und zukünftige, vor allem kritische Entwicklungstrends vorher-sagen. Das Indikatorenset soll es ermöglichen bei Defiziten auf dem Weg zu einem nachhaltigen Konsum Anhaltspunkte zur Formulierung möglicher Handlungsstrategien anzubieten und Effektivitätsbewertungen der durchgeführten Maßnahmen zu liefern (Masson 2011, 5).

Gerade bei einer globalen Thematik, wie der eines nachhaltigen Konsums, sollten Indikatoren auch dazu beitragen ein Mindestmaß an Vergleichbarkeit, Kohärenz und Konsistenz untereinander zu erzeugen, was auch die Art und Weise einschließt, wie sie unter realen Umständen angewandt werden können. Das International Institute for Sustainable Development hat auf Basis der Literatur zu allgemeinen Indikatoren und praktischen Erfahrungen mit Systemen der Leistungsmessung eine Liste an Kriterien veröffentlicht, die Indikatoren für Nachhaltigkeit erfüllen müssen (IISD; Bardt 2011, 14).

Indikatoren müssen von einer **politischen Relevanz** sein und einen gesellschaftlichen Konsens abbilden, um die Ergebnisse bestimmter Entscheidungen auf individueller aber auch gesellschaftlicher Ebene zu verbessern. Nur wenn der Indikator auch mit kritischen Entscheidungen verknüpft wird, können dadurch Ziele und die Motivation zum politischen Handeln entstehen. Um von der Zielgruppe verstanden zu werden und Wirkung zu entfalten, bedürfen Indikatoren einer **Einfachheit** und **Aussagefähigkeit**. Die Aussage jedes Indikators bezüglich der Problemsituation muss plausibel, simpel und eindeutig sein, auch um eine Kommunizierbarkeit des Indikators sicherzustellen. Die dem Indikator zugrundeliegenden Daten müssen **messbar** und **valide** sein, um überhaupt nachvollziehbare und glaubwürdige Aussagen zu treffen. Um Entwicklungen und Trends abzubilden ist es wichtig, dass eine **Verfügbarkeit** der Daten in einer ausreichenden Qualität zu vertretbaren Kosten gegeben ist und diese in einem **regelmäßigen** Turnus abruf-

bar und verfügbar sind, um eine kontinuierliche Berichterstattung und Fortschrittskontrolle zu ermöglichen. Ein letztes Kriterium ist die **Übersichtlichkeit** des Indikatorensets.

Die hier vorgestellten Anforderungen sind durchaus widersprüchlich. Sie legen es insgesamt nahe, sich auf eine begrenzte Anzahl an Indikatoren zu konzentrieren, die jedoch zu keinen Fehlinterpretationen und Einseitigkeiten in Bezug auf das abgebildete und bewertende Gesamtphänomen des „nachhaltigen Konsums“ führen sollen. Um einen weitreichenden Überblick über bestehende Indikatoren eines nachhaltigen Konsums zu geben, werden im Folgenden Ansätze vorgestellt, die die Operationalisierung nachhaltiger Konsummuster ermöglichen.

3. Sachstandaufnahme zu bestehenden Indikatoren eines nachhaltigen Konsums

Über Indikatoren zur Messung eines nachhaltigen Konsums liegen zahlreiche Veröffentlichungen vor. Neben wissenschaftlichen Arbeiten von Forschungseinrichtungen, sind vor allem Veröffentlichungen von internationalen Institutionen und von Regierungen auf nationaler Ebene anzutreffen, die Indikatoren zur Messung der Nachhaltigkeit und des nachhaltigen Konsums vorstellen. Auffällig ist, dass die konsumbezogenen Indikatoren häufig in einem breiter angelegten Set an Indikatoren zur Messung von nachhaltiger Entwicklung eingebettet sind.

Im Folgenden werden die in den einzelnen Veröffentlichungen identifizierten konsumbezogenen Indikatoren vorgestellt und auch der Kontext, in dem sie veröffentlicht wurden und ggf. auch angewendet werden, skizziert. In Anlehnung an das im Kapitel 1 vorgestellte Nachhaltigkeitsverständnis werden die Indikatoren dahingehend betrachtet,

- ob es sich um Einsäulen-Modelle mit alleinigem Fokus auf der Umwelt-dimension oder um Mehrsäulen-Modelle mit der gleichrangigen Darstellung und Messung aller Nachhaltigkeitsdimensionen handelt,
- welche Strategie zur Erreichung eines nachhaltigen Konsums dargelegt und aufgeführt wird,
- ob ein deutlicher Bezug zum Konsum hergestellt bzw. ob und wie die besondere Rolle des Verbrauchers für die nachhaltige Entwicklung herausgestellt wird und welche Definition eines nachhaltigen Konsums zugrunde liegt,
- ob die Indikatoren bzw. Indikatorensets klare Visionen und Zielangaben enthalten und ob Entwicklungstrends sowie daraus Handlungsempfehlungen abgeleitet werden
- und ob die Indikatoren und die mit ihrer Hilfe gemessenen Ergebnisse kommuniziert werden.

Als Basis der Sachstandanalyse wurden die Arbeiten von Schoenheit (2004), Adell et al. (2009) und Masson (2011) herangezogen, sowie eine breite Internetrecherche, unter anderem auch in dem Kompendium der IISD zu „Initiativen zu Indikatoren einer nachhaltigen Entwicklung“ durchgeführt.

2004 veröffentlichte Schoenheit im Rahmen einer BMVEL Tagung ein Papier zum State-of-the-Art von Indikatorensets zur Operationalisierung von nachhaltigem Konsum und unterbreitete Vorschläge für die Festlegung von Indikatoren (Schoenheit 2004). Dabei wurde nicht nur ein Defizit an umfassenden Kennzahlen zur Messung nachhaltiger Konsummuster festgestellt, sondern auch klare Handlungsempfehlungen für die deutsche Politik formuliert, denen konzeptionelle und methodische Vorschläge für die Erstellung von Indikatoren zugrunde gelegt wurden.

Im Rahmen des Forschungsprojektes „Policies to Promote Sustainable Consumption Patterns“ (EUPOPP)¹⁷, veröffentlichten Adell et al. 2009 ein Papier zum Arbeitspaket „Sustainable Consumption Strategies in the European Union“. Das Arbeitspaket befasst sich mit Strategien für nachhaltigen Konsum und individuellen, politischen Instrumenten und analysiert deren Eigenschaften und deren Einfluss auf gesellschaftliche und individuelle Konsummuster. Bei der Betrachtung einzelner nationaler Strategien für einen nachhaltigen Konsum wurde unter anderem auch die Darstellung von Indikatoren zur Messung von nachhaltigem Konsum bzw. zur Erfolgskontrolle durchgeführter Strategien, Maßnahmen und Instrumente dargestellt (Adell et al. 2009, 30).

Das von Masson 2011 veröffentlichte Diskussionspaper zu „Indikatorenssysteme nachhaltiger Entwicklung im Spiegel der Forschungspraxis“ gibt einen weiteren Einblick über Konzepte und Indikatoren aus der deutschen Nachhaltigkeitsdiskussion (Masson 2011). Zwar werden bestehende Konzepte, Strategien und

¹⁷ Das Forschungsprojekt EUPOPP hat zum Ziel den Einfluss von Strategien und Instrumente für nachhaltigen Konsum auf Konsummuster und Nachhaltigkeit zu analysieren und die Bedingungen für deren Erfolg bzw. Misserfolg zu identifizieren (Adell et al. 2009, 5).

Indikatorensysteme unter dem breiten Gesichtspunkt „Nachhaltigkeit“ betrachtet und bewertet, die Ergebnisse geben aber Hinweise auf Ansätze auch zur Messung nachhaltiger Konsummuster und können als Grundlage für die hier spezifischere Betrachtung herangezogen werden.

Das Kompendium des International Institute of Sustainable Development (IISD), welches als Online-Datenbank auf der Internetseite des IISD bereitgestellt wird, ist ein globales Lexikon über Indikatoren-Initiativen. Das Kompendium stellt Informationen darüber bereit, welche Institution in dem Bereich der Nachhaltigkeitsindikatoren tätig ist und wie diese Arbeit aussieht (IISD 2013). Nach einer Überarbeitung in den Jahren 2002-03 ist eine umfangreiche Suche in dem Kompendium nach Themenfeldern, Zielen, Geltungsbereichen etc. möglich und eine strukturierte Einteilung der Initiativen, um eine bessere Übersicht und Suche zu ermöglichen. Für den Themenfokus „Konsum“ kann über das Kompendium ein guter Einblick in bestehende Indikatorensysteme auf nationaler Ebene und für spezifische, geographische Bereiche, Konsumfelder und spezifische Fragestellung erhalten werden.

3.1 Indikatoren internationaler Institutionen

3.1.1 Indikatoren der UN-Kommission für nachhaltige Entwicklung (UNCSD)

Bereits im März 1998 ließ die UNCSD in New York auf einem Workshop Indikatoren für einen nachhaltigen Konsum diskutieren, die ein wichtiges Element des Arbeitsprogramms „Indikatoren für eine nachhaltige Entwicklung“ der UNCSD werden sollte (UNCSD 1998). Als Basis der Formulierung der einzelnen Indikatoren wurden die UN Millennium Development Goals herangezogen. Die Relevanz von Konsum bei der Erreichung einer nachhaltigen Entwicklung wird durch steigende Konsumausgaben und Megatrends wie Individualisierung, Bedürfnis nach Weiterentwicklung und Erfahrung in Job und Freizeit oder auch dem Wunsch nach Autonomie und Bequemlichkeit hervorgehoben (Bentley/de Leewu 2000, 5).

Für den Bereich „nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster“ entstand ein Set an 17 Indikatoren, von denen elf direkt auf Haushaltskonsum bezogen sind. In dem nun in zweiter Auflage veröffentlichten Sammelband **„Dimensions of Sustainable Development“** (2009) geben Bentley und de Leeuw eine Übersicht über diese Indikatoren. Für den Bereich „Konsum und Produktionsmuster“ wurden Indikatoren abgeleitet und um Vorschläge für evtl. weitere ergänzt. Der erste Indikatorensatz bezieht sich auf die Ressourcenverwendung von Energie, Wasser, Land und Materialien, wobei kein Unterschied zwischen privaten, öffentlichen und industriellem Konsum gemacht wird. Der zweite Satz an Indikatoren bezieht sich explizit auf Konsummuster und umfasst folgende Kriterien:

Mobilität

- Zurückgelegte Distanz im Jahr pro Kopf nach Verkehrsmitteln
- Anzahl der Kraftfahrzeuge (nach Typ und Kraftstoffeffizienz)

Konsumgüter und Dienstleistungen

- Umsatz mit bestimmten Waren pro Kopf
- Anteil an „nachhaltigeren“ Produktalternativen am Gesamtmarkt

Wohnen und Haushalt

- Energieverbrauch im Haushalt pro Haushalt
- Wasserverbrauch im Haushalt pro Haushalt
- Durchschnittliche Haushaltsgröße

Nahrung / Lebensmittel

- Marktanteil an „nachhaltigeren“ Produktalternativen

Freizeit und Tourismus

- Ausgaben für Freizeitaktivitäten als Anteil am verfügbaren Einkommen
- Zeitverteilung für Freizeit, bezahlte und unbezahlte Arbeit und Reisen
- Vorschlag: Beförderung für Freizeit und Reiseaktivitäten

Die Auswahl an Indikatoren weist einen Fokus auf die ökologische Nachhaltigkeitsdimension auf, die theoretische Grundlegung bezieht jedoch ebenfalls soziale Aspekte insbesondere bezogen auf die gerechte Allokation des Konsums mit ein. Die Indikatoren geben nicht nur einen Einblick auf Marktdaten (Anzahl Pkw,

Marktanteil von Produkten) und nachhaltigem Nutzungsverhalten bei der Produktverwendung (Distanzen nach Verkehrsmittel, Wasser- bzw. Energieverbrauch), sondern treffen ebenfalls Aussagen zu Lebensstilen (Zeitverteilung für Freizeit, bezahlte und unbezahlter Arbeit).

Die Indikatoren wurden als Grundlage für das Gesamtindikatorensatz zur Messung einer nachhaltigen Entwicklung verwendet. In der aktuellen, dritten Auflage „Indicators of Sustainable Development“ der UN von 2007 sind nachhaltige Produktions- und Konsummuster eines von 14 Hauptthemen. Auf Konsummuster der Verbraucher weist der Punkt „Mobilität: Zurückgelegte Distanz im Jahr pro Kopf nach Verkehrsmitteln“ hin (UN 2007, 14). Die anderen Indikatoren beziehen sich auf Produktionsmuster und werden nicht gesondert für Haushaltskonsum ausgewiesen. Das Indikatorensatz zu nachhaltigen Produktions- und Konsummuster soll den OECD Ländern als Richtschnur für nationale Monitoringberichte dienen bzw. als Grundlage für die Beurteilung von politischen Maßnahmen.

3.1.2 Indikatoren der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD)

1999 hat die OECD den Bericht „**Towards more sustainable household consumption patterns**“ über mögliche Indikatoren herausgegeben, die aufzeigen sollen, ob sich der private Konsum in eine nachhaltigere Richtung entwickelt (OECD 1999). Die Indikatoren wurden aus vorherigen Arbeiten der OECD zur Messung von Konsum im Allgemeinen bzw. aus Umweltindikatoren abgeleitet und mit Arbeiten anderer internationaler Institutionen wie der UNSCD abgeglichen. Fokus des Ansatzes liegt auf dem finalen, privaten und öffentlichen Konsum in Industrieländern und nicht auf Konsum- und Produktionsmustern von Unternehmen. Der Indikatorensatz basiert auf einem Einsäulen-Modell, das lediglich die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit als Messgrundlage heranzieht. Die OECD weist Konsum eine wesentliche Rolle bei der Erreichung einer nachhaltigen Entwicklung zu und gibt sowohl Zielkonflikte als auch Determinanten von bzw. für nachhaltige Konsummuster an. Auch wird auf die fehlende, einheitliche

Definition eines nachhaltigen Konsums hingewiesen und für die Generierung der Indikatoren folgende Arbeitsdefinition zugrunde gelegt: *„the use of services and related products which responds to basic needs and bring a better quality of life while minimising the use of natural resources and toxic materials as well as the emissions of waste and pollutants over the life cycle of the service or product so as not to jeopardise the needs of future generations”* (OECD 1999, 7), wobei gleich im nächsten Satz die Nicht-Operationalisierbarkeit hervorgehoben wird, solange nicht feststellbar ist, ob der Konsum eines bestimmten Produktes, einer Dienstleistung oder natürlichen Ressource nachhaltig ist oder eben nicht. Vielmehr wird die Pragmatik eines Indikatorensets akzentuiert, die daraus besteht, einen Wandel hin zu besserer Ressourceneffizienz, weniger Energieverbrauch, Minimierung von Abfällen und umweltfreundlicheren Konsumgewohnheiten anzustreben und messbar zu machen.

Die diesem Verständnis zugrunde liegenden Rahmenbedingungen für Indikatoren sollen die Interaktion von Konsummustern und Umweltproblemen beleuchten und verdeutlichen sowie eine daraus resultierende Integration von nachhaltigkeits- bzw. umweltbezogenen Bedenken in politische Entscheidungen als auch eine Diskussion der Thematik anstoßen.

Die Struktur der Indikatoren erfolgt unter drei wesentlichen Gesichtspunkten:

1. Konsumtrends und Verhaltensmuster mit Einfluss auf die Umwelt,
2. Interaktionen mit der Umwelt sowie
3. ökonomische und politische Aspekte.

Aus den insgesamt 45 Indikatoren fallen 15 in den Bereich „Hauptbereiche des privaten Konsums“, der sich in die Unterbereiche Transport und Kommunikation, Konsum von langlebigen und kurzlebigen Gütern, Freizeit und Tourismus sowie Energie- und Wasserverbrauch im Haushalt unterteilt. Die vorgeschlagenen Indikatoren wurden in dem Bericht einer Bewertung nach politischer Relevanz, Untersuchungswürdigkeit und Messbarkeit (Datenverfügbarkeit und -qualität) unterzogen (Abbildung 6):

Indikatoren der OECD für einen nachhaltigen Konsum

Towards Sustainable Household Consumption?
TRENDS AND POLICIES IN OECD COUNTRIES

OECD

	Policy relevance		Analytical soundness		Measurability	
	relevance	soundness	Data availability	Data quality	relevance	quality
ENVIRONMENTALLY SIGNIFICANT TRENDS AND PATTERNS						
GENERAL TRENDS						
Economic trends						
• Expenditure shares of GDP111111
• Saving rates (genuine savings)211111
• Government consumption: public final consumption expenditure ✓111111
• Household consumption: private final consumption expenditure ✓111111
Socio-demographic trends						
• Household size ✓113333
• Population structure111111
KEY HOUSEHOLD CONSUMPTION ACTIVITIES						
Transport²³ and communication						
• Passenger transport						
– trends and intensities by mode ✓112/3222
– road traffic by passenger cars111/2222
– share of public transport11/22/32/32/32/3
• Passenger car stocks ²⁴ : structure and ownership						
– Energy consumption by transport111222
– trends and intensities by mode111111
– consumption of road fuels ✓111111
• Communication tools						
– Newspaper circulation111222
– Telephone lines, computers and/or Internet connections ✓111222
Consumption of durable and non-durable goods						
• Household consumption expenditure by type of good111/2111
• Ownership of selected household commodities ✓122222
• Average length of product life ✓133333
• Paper consumption ✓111222
– by type of food1/21/21222
– by growing method and/or level of process1/233333
Recreation and tourism						
• Trends in international tourism: international tourist receipts ✓211111
• Household consumption expenditure on recreation111/2111
• Leisure travel123333
Housing related energy²⁵ and water use						
• Total final energy consumption: intensity and structure by type of use111111
• Residential energy consumption: intensity & structure ✓122/3333
• Household water consumption: intensity & structure ✓122/3333

Selection criteria

	Evaluation		
	1	2	3
• policy relevance, i.e. relevance to consumption and environment policies	High	Medium	Low
• analytical soundness	Good	Average	Poor
• measurability taking into account:	Short term	Medium term	Long term
– data availability	Good	Average	Poor
– data quality including international comparability	Good	Average	Poor

Legend: Short-term indicators measured and presented in Part III of this report
✓ indicators identical or similar to indicators proposed in the UNCSO set

6

24. April 2013

Indikatoren für Nachhaltigen Konsum | imug

imug

Abbildung 6: Indikatorenliste der OECD (1999, 31)

2002 veröffentlichte die OECD einen auf diesen Indikatoren aufbauenden Bericht über den Fortschritt der OECD Länder in Richtung eines nachhaltigen Konsums (OECD 2002). In dem Bericht werden die einzelnen Indikatoren exemplarisch für einige Länder, für die Daten zur Verfügung standen oder entsprechende Studien zu dem jeweiligen Indikator bereits durchgeführt wurden, dargestellt. Im Anhang des Berichts werden die Indikatoren von 1999 auf Basis der Ergebnisse durchgeführter Case Studies um Vorschläge für zusätzliche Indikatoren erweitert (OECD 2002, 153-161).

3.1.3 Indikatoren der Europäischen Kommission

Auf EU Ebene wurde 2002 die Sustainable Development Strategy (EU SDS) verabschiedet, durch die beschrieben wird, wie die EU der Herausforderung einer nachhaltigen Entwicklung begegnen will (European Council 2006, 2). Die Strategie hat zum Ziel die ökonomische Entwicklung, sozialen Zusammenhalt und den Schutz der Umwelt in Einklang zu bringen. Um den Fortschritt der Zielerreichung zu messen, wurde ein Set an Indikatoren erstellt und seit 2005 alle zwei Jahre in einem Bericht die Entwicklung der Indikatoren dargestellt. In dem 2011 veröffentlichten Monitoringbericht „Sustainable development in the European Union“ werden elf Themenbereiche mit Headline-Indikatoren dargestellt (European Commission 2011). Für den Bereich „Nachhaltiger Konsum und nachhaltige Produktion“ gilt die Ressourcenproduktivität als Headline-Indikator, der auf zwei weiteren Ebenen weiter aufgegliedert wird (Abbildung 7):

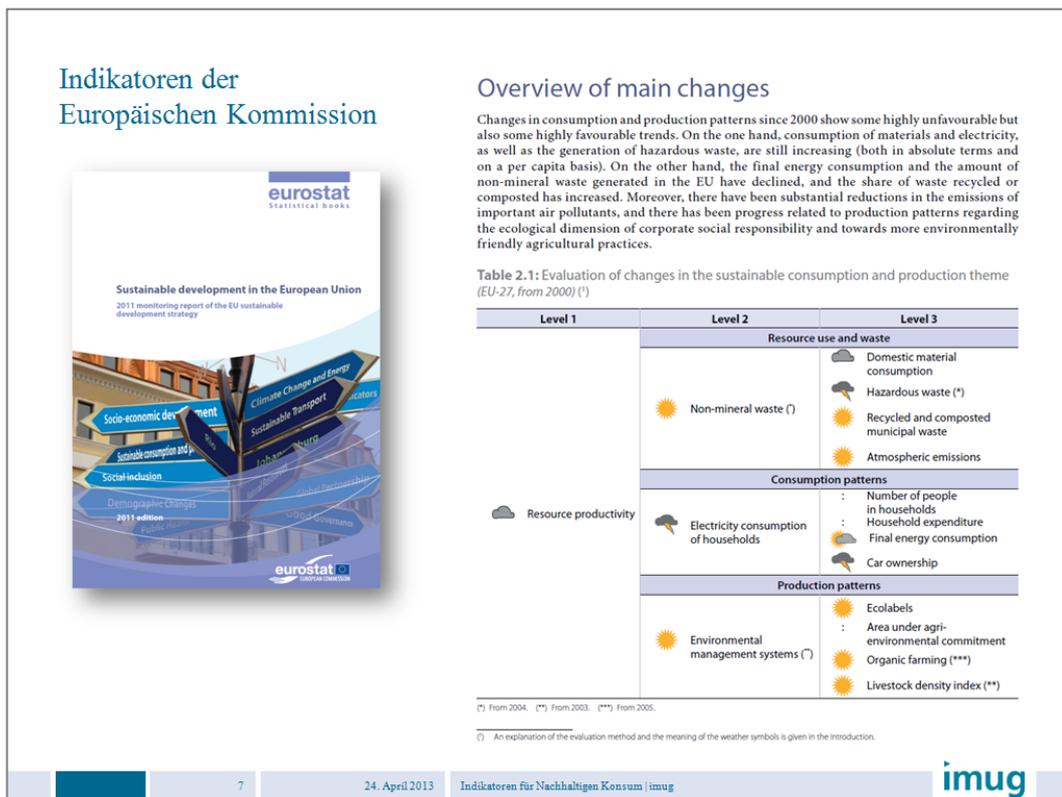


Abbildung 7: Indikatorenliste der European Commission (2011, 81)

Für die Konsumgewohnheiten werden folglich vier Indikatoren zur Messung herangezogen. Stromverbrauch der Privathaushalte auf Ebene 2 sowie Anzahl der im Haushalt lebenden Personen, Ausgaben der Privathaushalte, der energetische Endverbrauch und Anzahl an Pkw pro 1.000 Einwohner.

Die Indikatoren für einen nachhaltigen privaten Konsum sind auf ökologische Aspekte begrenzt und weisen auf Verhaltensmuster im Haushalt hin (Final energy consumption), auf Marktdaten zur Mobilität (car ownership) und auf Aspekte aus dem Bereich Lebensmittel und Ernährung hin. Dabei fokussieren die Indikatoren jedoch stärker auf die Produktionsseite und das Angebot nachhaltiger Produkte als auf deren Absatz und die Nachfrage durch den Endverbraucher.

3.1.4 Indikatoren des European Topic Centre on Sustainable Consumption and Production

Watson et al. entwickelten 2010 einen Rahmenplan zur Nutzung durch die Europäische Umweltagentur (EEA) für die Auswahl von Indikatoren, die zur Berichterstattung über den Fortschritt nachhaltiger Konsum- und Produktionsmustern auf europäischer Ebene aber auch auf Länderebene dienen sollen (Watson et al. 2010). Als Basis des erstellten Indikatorensets wurde eine Vision für nachhaltigen Konsum und nachhaltige Produktion basierend auf Definitionen und Statements aus internationalen und europäischen Politik- und Strategiedokumenten zugrunde gelegt. Anhand der formulierten Vision für nachhaltigen Konsum und nachhaltige Produktion konnten sowohl Fragestellungen ausgearbeitet werden, die durch das Indikatorenset beantwortet werden sollen (Watson et al. 2010, 17) als auch Ziele und Prinzipien abgeleitet werden, denen die europäische Umweltpolitik folgend bzw. die sie ansteuern sollte (Watson et al. 2010, 8-11). Watson et al. heben dabei deutlich hervor, dass die Indikatoren zur Berichterstattung angewandt werden sollen und daher einen hohen Kommunikationswert besitzen müssen.

Bei der thematischen Eingrenzung wird, aufgrund der inhaltlichen Nähe der EEA zu ökologischen Fragestellung bei der Ableitung von Indikatoren ein Säulenmodell zugrunde gelegt, die drei klassischen Dimensionen der Nachhaltigkeit jedoch benannt. Die Verbindung zu den weiteren Dimensionen wird über die Entkopplung einzelner Indikatoren wie z. B. dem BIP als ökonomische Größe erreicht. Die Indikatoren werden für den gesamten Produkt-Lebenszyklus erhoben, wobei ein Fokus auf Produkte, Branchen und Verhaltensmuster gelegt wird, die einen starken Umwelteinfluss haben.

Die Indikatoren werden thematisch in drei Gruppen eingeteilt: 1) Headline Indicators, 2) Status und Trends in Konsum und Produktion sowie 3) Rahmenbedingungen für einen Wandel. Das erste Set an Indikatoren wurde 2010 entwickelt und kann aufgrund verschiedener Datenlagen in den europäischen Ländern in vier Kategorien eingeteilt werden, die auf die jeweilige Datenverfügbarkeit eingehen: best available sowie best needed 1-3. Dabei sollen Indikatoren der Kategorien best needed 1-3 langfristig Indikatoren der Kategorie best available ersetzen, wenn die Datenverfügbarkeit und Qualität über einen Großteil der europäischen Länder gesichert ist.

In dem 2011 veröffentlichten Bericht „Progress in Sustainable Consumption and Production in Europe“ des European Topic Centre on Sustainable Consumption and Production wurden die 25 der insgesamt 35 politischen Grundsatzfragen mit 39 best available Indikatoren beantwortet (Watson et al. 2011; Abbildung 8).

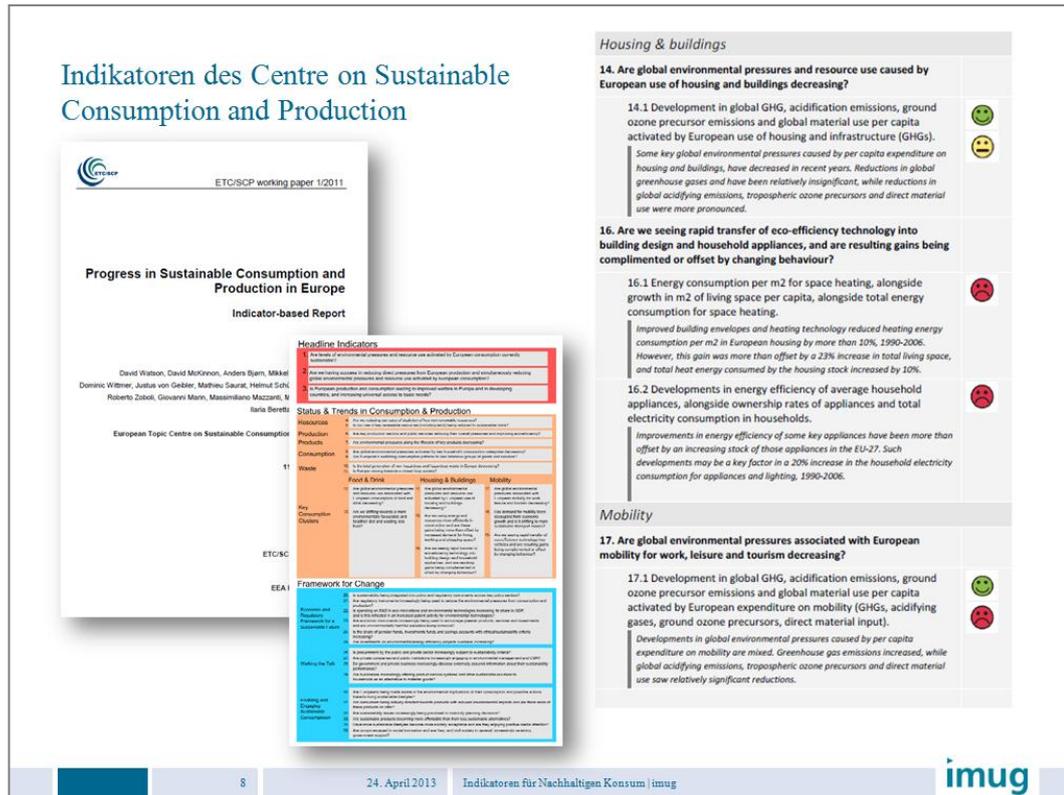


Abbildung 8: Indikatorenbericht des European Topic Centre on Sustainable Consumption and Production (Watson et al. 2011)

Unter dem Bereich „Key Consumption Cluster“ wurden zu den Konsumfeldern Essen und Trinken, Wohnen und Bauen sowie Mobilität sieben Leitfragen gestellt und mit zwölf Indikatoren beantwortet (Tabelle 2):

Food & drink

12. *Are global environmental pressures and resource use associated with European consumption of food and drink decreasing?*

12.1 Development in global GHG, acidification emissions, ground ozone precursor emissions and global material use per capita activated by European expenditure on food and drink.

12.2 Ecological footprint of food consumption.

13. *Are we shifting towards a more environmentally favourable and healthier diet and wasting less food?*

13.1 Development in total calorie intake per capita compared to daily requirements.

13.2 Development in consumption of different meat and dairy products (bovine, pork, poultry, butter, cheese, milk) per capita per year.

Housing & buildings¹⁸

14. *Are global environmental pressures and resource use caused by European use of housing and buildings decreasing?*

14.1 Development in global GHG, acidification emissions, ground ozone precursor emissions and global material use per capita activated by European use of housing and infrastructure (GHGs).

16. *Are we seeing rapid transfer of eco-efficiency technology into building design and household appliances, and are resulting gains being complimented or offset by changing behaviour?*

16.1 Energy consumption per m² for space heating, alongside growth in m² of living space per capita, alongside total energy consumption for space heating.

16.2 Developments in energy efficiency of average household appliances, alongside ownership rates of appliances and total electricity consumption in households.

Mobility

17. *Are global environmental pressures associated with European mobility for work, leisure and tourism decreasing?*

17.1 Development in global GHG, acidification emissions, ground ozone precursor emissions and global material use per capita activated by European expenditure on mobility (GHGs, acidifying gases, ground ozone precursors, direct material input).

17.2 Fragmentation of ecosystems and habitats by transport infrastructure.

18. *Has demand for mobility for all types of trips been decoupled from economic growth and is it shifting to more sustainable transport modes?*

18.1 Passenger transport demand by mode and purpose alongside developments in GDP.

19. *Are we seeing rapid transfer of eco-efficiency technology into vehicles and are resulting gains being complimented or offset by changing behaviour?*

19.1 Growth in private car use alongside developments in fuel efficiency for average car, alongside total GHG emissions from car use.

19.2 Uptake of cleaner and alternative fuels.

Tabelle 2: Indikatorenliste des European Topic Centre on Sustainable Consumption and Production (Watson et al. 2011, 18-20)

¹⁸ Frage 15 entfällt bei der Darstellung, da bei der Erhebung kein „best available“ Indikator zur Verfügung stand.

3.1.5 Indikatoren der Europäischen Umweltagentur (EEA)

Die Europäische Umweltagentur hat den Indikatorensatz, wie er 2010 von Watson et al. vorgeschlagen wurde bisher nicht für einen Bericht übernommen, auch wenn sich ähnliche Informationen im Statusreport „**Consumption and the Environment - update 2012**“ finden, der inhaltlich auf die zuvor genannten Konsumbereiche Lebensmittel, Wohnen und Mobilität eingeht und zusätzlich Tourismus aufnimmt.¹⁹ Für jeden Bereich werden aktuelle Trends und Entwicklungen aufgezeigt, Umwelteinflüsse über den Lebenszyklus von Produkten aus dem Konsumbereich aufgeführt sowie Ausblicke und Szenarien dargestellt (EEA 2012).

Darüber hinaus gibt die EEA Indikatoren zu der Fragestellung „*Key policy question: Are Europeans switching consumption patterns to less intensive types of goods and services?*“ für Haushaltskonsum auf ihrer Internetseite an, wobei zum einen die Konsumausgaben europäischer Länder nach bestimmten Produktkategorien aufgeteilt angegeben, zum anderen für die Kategorien auch Umweltauswirkungen dargestellt werden und so ein breites Bild abgegeben wird, ob Produkte für die Verbraucher einen großen Anteil ihres Einkommens ausgeben auch besonders starke Umweltbelastungen nach sich ziehen und wie sich die Umweltbelastungen der jeweiligen Produkte über die Jahre entwickelt hat (EEA 2013; Abbildung 9).

¹⁹ Die Autoren des Indikatorensatzes des Centre on Sustainable Consumption and Production waren dabei auch maßgeblich an der Entwicklung des Berichts der EEA beteiligt.

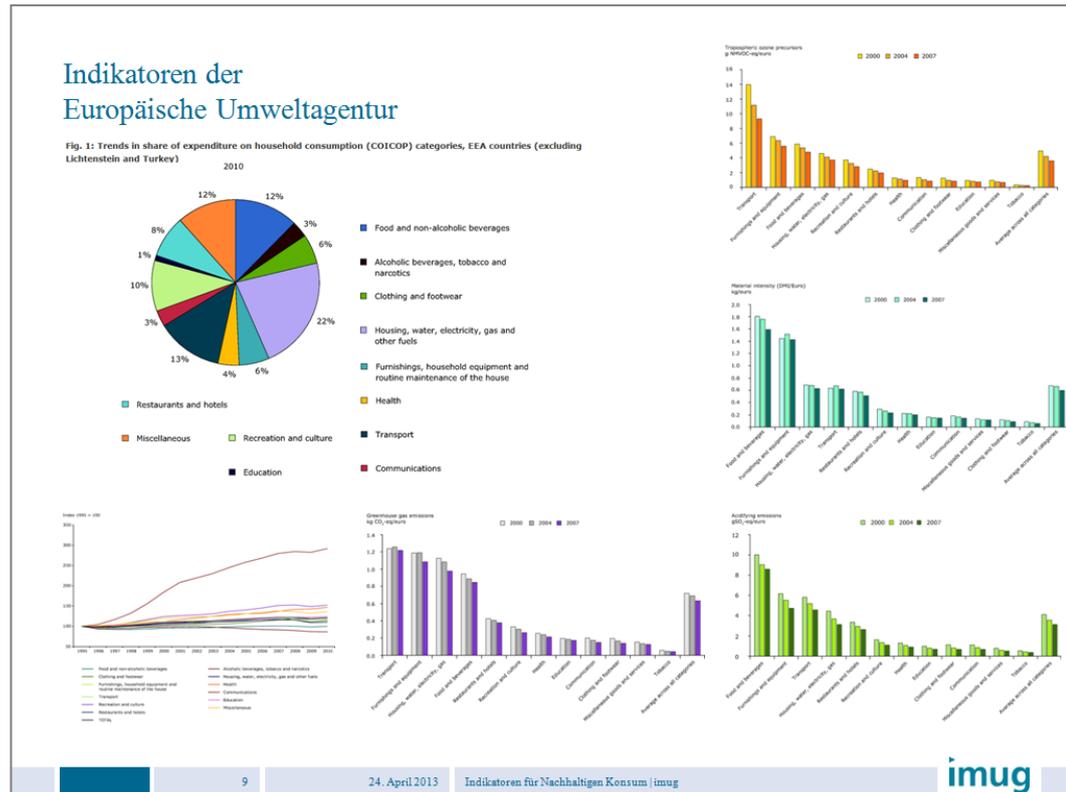


Abbildung 9: Indikatoren für Haushaltskonsum der Europäischen Umweltagentur (EEA 2013)

3.2 Indikatoren auf deutscher Ebene

3.2.1 Indikatoren der deutschen Bundesregierung

2002 beschloss die Bundesregierung im Zuge des Rio-Folgeprozesses die nationale Nachhaltigkeitsstrategie für Deutschland „Perspektiven für Deutschland. Unsere Strategie für eine nachhaltige Entwicklung“ (Die Bundesregierung 2002), in der ein Kurs für eine Nachhaltige Entwicklung festgelegt ist und konkrete Aufgaben und Ziele definiert wurden. Der Strategie liegt als normativer Ausgangspunkt das im Brundtland-Bericht definierte Verständnis einer nachhaltigen Entwicklung zugrunde. Anstelle des klassischen Säulen-Modells führt die Bundesregierung vier disziplinär-querschnittsartig angelegte Leitlinien an und verfolgt damit einen integrativen Ansatz (Masson 2011, 24).

Die Strategie soll als Grundlage für politische Reformen aber auch für ein verändertes Verhalten von Unternehmen und Verbrauchern dienen. Dabei wird explizit

die übergreifende Verantwortung für eine ökonomische, ökologische und sozial tragfähige Entwicklung über alle Generationen hinweg hervorgehoben. Um aufzuzeigen wo Deutschland auf dem Weg zu einer nachhaltigen Entwicklung steht, welche Fortschritte erreicht wurden und wo es noch Handlungsbedarf gibt, wurden 21 Schlüsselindikatoren zur Messung entwickelt, die regelmäßig im Sinne einer Erfolgskontrolle erhoben werden (Statistisches Bundesamt 2012; Abbildung 10). Die Bundesregierung hebt hervor, dass die Zahl von 21 Indikatoren bereits sehr gering ist, in ihrer Höhe jedoch notwendig, um die Komplexität des Konzeptes „Nachhaltigkeit“ angemessen darzustellen. Das normative Verständnis von Nachhaltigkeit bezieht sowohl inter- als auch intragenerationelle Gerechtigkeit mit ein und übernimmt dadurch eine globale Perspektive, auch wenn die Indikatoren geografisch auf Deutschland begrenzt sind.

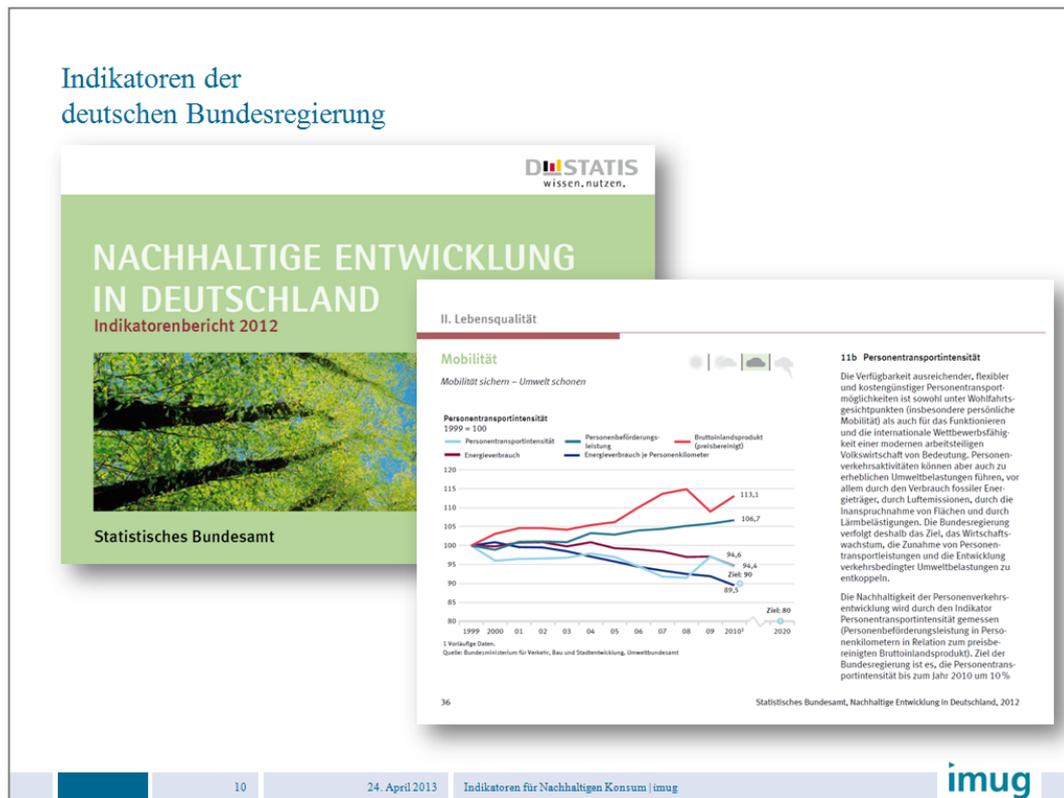


Abbildung 10: Indikator „Mobilität“ aus Indikatorenbericht zur nachhaltigen Entwicklung in Deutschland (Statistisches Bundesamt 2012, 34)

Unter den aufgeführten Indikatoren weisen jedoch nur wenige einen direkten Bezug zu einem nachhaltigen Konsum auf. Der Anteil an erneuerbaren Energien am Energieverbrauch wird lediglich gesamt angegeben und nicht explizit für privaten Konsum. Im Bereich Mobilität wird die Transportintensität des Personenverkehrs als Indikator aufgeführt (Indikator 11b). Im Bereich Landwirtschaft wird der Fokus nicht auf den Konsum von ökologisch hergestellten Produkten, sondern auf deren Produktion gelegt. Konsumbezogene Indikatoren finden sich lediglich im Bereich Gesundheit und Ernährung, bei denen die Raucherquote (Indikatoren 14c und 14d) und der Anteil an Menschen mit Adipositas (Indikator 14e) angegeben werden.

Im aktuellen Fortschrittsbericht 2012 widmet sich ein eigenes Kapitel dem Thema „Nachhaltiger Konsum und nachhaltige Produktion“. Dabei wird auf die wichtige Rolle des Verbrauchers bei der Umsetzung einer nachhaltigen Entwicklung und die dafür notwendigen glaubwürdigen Verbraucherinformationen durch anbieterunabhängige Institutionen oder mittels Produktkennzeichnungen und Siegel hingewiesen, ohne dafür Indikatoren anzugeben.

3.2.2 Indikatoren der Forschungsstätte der Evangelischen Studiengemeinschaft

Für die praktische Umsetzung lokaler Agenda 21-Prozesse erstellten Diefenbacher et al. 2009 unter Federführung des FEST (Forschungsstätte der Evangelischen Studiengemeinschaft) die vierte Auflage eines **Leitfadens mit Nachhaltigkeitsindikatoren** (Diefenbacher et al. 2009). Bei diesem Mehrsäulen-Modell werden 24 Kernindikatoren vier Nachhaltigkeitssäulen zugeordnet: Ökologie, Ökonomie, Gesellschaft/Soziales und Partizipation. Zusätzlich werden im Anschluss Ergänzungsindikatoren aufgeführt. Dabei werden sowohl inter- als auch intragenerationelle Zusammenhänge dargelegt. Der geographische Bezug ist bei diesem Ansatz lediglich lokal bzw. regional geprägt und stellt Praktikern regionale Nachhaltigkeitsindikatoren zur Verfügung, nennt Definitionen und Zielvor-

schläge für die jeweiligen Kennzahlen und gibt Hinweise zur Anwendung z. B. für die Datenbeschaffung (Masson 2009, 16).

Im Bereich Ökonomie finden sich auch Indikatoren mit einem Konsumbezug. So wird die Abfallmenge als „A1: Siedlungsabfälle in kg pro Einwohner“ gemessen. Indikator A4 misst das Ziel einer möglichst geringen Entnahme erneuerbarer Ressourcen durch den „Wasserverbrauch der privaten Haushalte in Liter pro Einwohner und Tag“ sowie Indikator A5 das Ziel eines möglichst geringen Energie-Einsatzes durch den „Stromverbrauch der privaten Haushalte in kWh pro Einwohner“. Mobilität erfolgt durch die Messung der „Anzahl an Pkw pro 1.000 Einwohner“. Im Bereich Ökologie wird lediglich die Angebotsseite als Indikator für einen „möglichst hohen regionalen Selbstversorgungsgrad“ durch den Anteil an auf dem Wochenmarkt angebotenen Nahrungsmitteln aus der Region dargestellt. Für den Bereich Gesellschaft und Soziales weist lediglich der Indikator C5 zur Messung eines hohen Gesundheitsniveaus mittels des „Anteil der übergewichtigen Kinder gemäß Schuleingangsuntersuchungen“ einen Konsumbezug auf. Unter den Ergänzungsindikatoren finden sich Indikatoren, die die Rahmenbedingungen für einen nachhaltigen Konsum abbilden, wie z. B. N15 „Radwege: Radwegelänge in km und in Prozent des Straßennetzes und Grad der Umsetzung eines Radwegekonzepts“. Zusätzlich wird auch das Abfall- und Abwasseraufkommen pro Einwohner in den Ergänzungsindikatoren zur Ökologie erhoben. Der Leitfaden wird außerdem um ein komplettes Modul „Eine Welt“ ergänzt, dem konsumbezogene Indikatoren zur Messung von „Faire Preise und bewusster Konsum“, „Globales Lernen“ und „Soziale Entwicklung und gerechte Verteilung“ zugehören, wodurch eine normativ, globale Perspektive eingenommen wird.

Für die jeweiligen Kernindikatoren wird eine qualitative Zielbeschreibung vorgenommen, die die gewünschte Entwicklungsrichtung angibt oder Hinweise auf bestehende Grenzwerte o.ä. aufzeigt. Zielkonflikte bzw. Wirkungszusammenhänge werden dabei nicht thematisiert (Masson 2009, 18).

3.2.3 Indikatoren aus der UBA Befragung zum Umweltbewusstsein

Seit 1996 führt das Umweltbundes Amt (UBA) regelmäßig Bevölkerungsumfragen zum **Umweltbewusstsein in Deutschland** durch. Alle zwei Jahre wird dabei die Trendentwicklung der deutschen Bevölkerung hinsichtlich subjektiver Sichtweisen, Werthaltungen und Handlungsbereitschaften in Hinblick auf ökologische Themen erhoben. In dem aktuellen Bericht 2012 wird dabei ein neuer Ansatz verfolgt. Auf vier unterschiedlichen Handlungsfeldern – Mobilität, Lebensmitteleinkauf, Haushaltsorganisation und Wohnen – werden die Innovationspotenziale für mehr Nachhaltigkeit im Alltag der Befragten herausgestellt (UBA 2013). Im Bereich „Handlungsfelder und Veränderungspotenziale“ des 2012er Berichts, werden auch explizit Konsumfragen gestellt (Rückert-John et al. 2012, Abbildung 11). Für den Bereich Mobilität wird als Indikator z. B. nach dem verwendeten Verkehrsmittel für alltägliche Wege gefragt und zusätzlich die Gründe für die Verkehrsmittelwahl, die Zufriedenheit damit und Anlässe für einen Wechsel des Verkehrsmittels erhoben. So ergibt der Indikator einen Status-Quo – bei mehrfacher Erhebung auch eine Entwicklung – und die Zusatzinformationen Ansatzpunkte, um das Verhalten hin zu einem nachhaltigen Konsum zu steuern. Zu aktuellen Themen wie Car-Sharing, umweltentlastende Verkehrsmaßnahmen oder Elektromobilität werden ebenfalls Meinungen erhoben. Diese Form der Datenerhebung wird für die folgenden konsumrelevanten Bereiche durchgeführt:

- Mobilität
- Lebensmittel
- Haushaltsorganisation
- Wohnen und Wohnumfeld

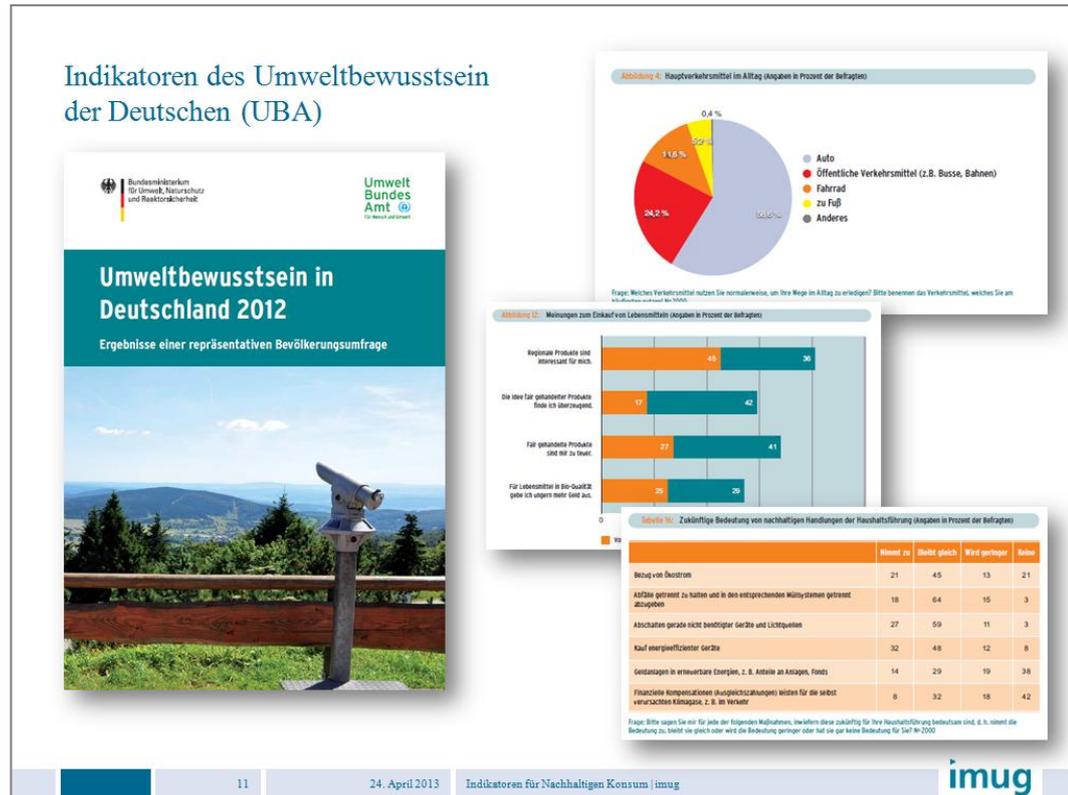


Abbildung 11: Konsumbezogenen Fragestellung in der Umfrage zum Umweltbewusstsein in Deutschland (Rückert-John et al. 2012)

Der Bericht hat aus seiner Historie heraus bereits die Einschränkung auf die ökologische Dimension von Nachhaltigkeit. Ziel der Studie ist eine valide Kenntnis der Einstellungen, Werte und Verhaltensabsichten der deutschen Bevölkerung zu erlangen, um darauf eine erfolgreiche Umweltkommunikation aufzubauen, die eine breite Palette an Maßnahmen wie z. B. Umweltaufklärung, Umweltinformation, Umweltberatung, Umweltbildung umfasst (UBA 2013). Ziele und Handlungsempfehlungen auf direkte Konsummuster bezogen, werden dabei nicht gegeben. Einen Einblick auf mögliche Indikatoren zur Messung von Konsummuster und insbesondere auf deren Ursachen und Beweggründe, kann durch die Studie gewonnen werden.²⁰

²⁰ Ein ähnliches Konzept wurde 2009 auch vom Canadian Centre for Pollution Prevention durchgeführt (Canadian Centre for Pollution Prevention 2009). In einer breiten Bevölkerungsbefragung wurden Konsummuster abgefragt und insbesondere auch umweltbezogene Faktoren bei der Kaufentscheidung erhoben. Für die ausgewählten Konsumgüter Oberflächenreiniger für Küchen, Transportmittel, Haushaltsgeräte und Nahrungsmittel wurden in drei Befragungswellen über 1.000 Kanadier zu ihrem Kaufverhalten, Umwelteinstellungen und Mehrpreisbereitschaft befragt. Die Ergebnisse sollen als Ansatzpunkte für Maßnahmen geben, die ein nachhaltigeres Kaufverhalten bewirken.

3.3 Indikatoren auf internationaler Länderebene

Als Antwort auf die geforderten Änderungen von Konsum- und Produktionsmuster auf der Rio-Konferenz 1992 und der Folgeveranstaltung in Johannesburg 2002 haben auch immer mehr Regierungen Strategien und politische Richtlinien zur Umsetzung und Förderung nachhaltiger Konsummuster aufgesetzt. Auf EU Ebene wurden 2006 nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster als eine von sieben Hauptherausforderungen im Rahmen der Strategie für eine nachhaltige Entwicklung festgelegt. Diese Entwicklung hatte auch auf die EU-Mitgliedsstaaten einen treibenden Einfluss und immer mehr Länder haben eigene Strategien veröffentlicht und gehen dabei, zum Teil detailliert, zum Teil im Rahmen der Gesamtstrategie, auch auf die Operationalisierung eines nachhaltigen Konsums ein. Die Anzahl und Bandbreite der daraus entwickelten Indikatoren variiert stark zwischen den Strategien. Einige Strategien verwenden die Indikatoren, um den Fortschritt und die Erfüllung bestimmter, eingesetzter Instrumente zur Erreichung eines nachhaltigen Konsums zu messen. Der Großteil der aufgeführten Indikatoren sind Ergebnisindikatoren, die eine ganzheitliche Bewertung verschiedener politischer Entscheidungen und Instrumente der Strategie aber auch über verschiedene Strategien hinweg ermöglichen, wie z. B. der Anteil an Bio-Lebensmittel am Gesamtmarkt, Nutzung von gelabeltem Öko-Strom etc. (Adell et al. 2009, 30).

3.3.1 Indikatoren der österreichischen Regierung

2002 verabschiedete die Regierung in Österreich eine Strategie zur nachhaltigen Entwicklung, die auf den im Brundtlandbericht formulierten Definitionen und Zielen basiert (BMLFUW 2002). Neben dem dreidimensionalen Verständnis von Nachhaltigkeit, wird in der Strategie auch die besondere Rolle der Verbraucher und ihren Konsummustern hervorgehoben, die einen beträchtlichen Einfluss auf die Umwelt haben und aus der Sicht einer Verteilungsgerechtigkeit nicht tragfähig sind. Anhand von 13 Prinzipien beschreibt die Strategie woran sich Österreich auf einen Weg in eine nachhaltigere Zukunft orientieren soll, ein deutlicher Bezug auf Konsum wird dabei nicht getroffen, wohl aber die Sensibilisierung der Bevölke-

rung und das Schaffen von Bewusstsein bei den Menschen für die Thematik (BMLFUW 2002, 12-13). Ziele zur Erreichung einer nachhaltigen Entwicklung werden qualitativ beschrieben, feste Werte für Indikatoren jedoch nicht genannt. Die österreichische Regierung hat für ihre Strategie zur nachhaltigen Entwicklung ein Indikatorenset erstellt, das zum Monitoring und Bewerten der Fortschritte hin zu mehr Nachhaltigkeit in Österreich verwendet wird. 2004 und 2006 wurden Berichte veröffentlicht, die mit den in der Strategie aufgelisteten Indikatoren, die Umsetzung der Leitziele der österreichischen Strategie zur nachhaltigen Entwicklung überwachen sollen. 2007 wurde der erste Indikatoren-Bericht herausgegeben, der die Entwicklung der **„Indikatoren zum Monitoring Nachhaltiger Entwicklung in Österreich“** darstellt und 2009 und 2011 aktualisiert wurde. Die Indikatoren teilen sich in die Bereiche Mensch/Gesellschaft und Umwelt auf, denen mehrere Themenfelder zugeordnet werden. Jedes Themenfeld erhält einen (selten auch zwei) Headline-Indikator, der das Thema schlagartig beleuchtet und bis zu drei weitere Indikatoren. Einen Konsumbezug weisen lediglich sieben der insgesamt 81 Indikatoren auf. Der Indikator „Verkauf ausgewählter Fair-Trade Produkte“ misst dabei die internationale Gerechtigkeit. Gesunde Ernährung wird über den Bodymass-Index, das Gesundheitsverhalten und die Verkaufszahlen von Bio-Lebensmittel gemessen. Der Bereich Mobilität weist Indikatoren für die Fahrleistungen des Personenverkehrs auf und gibt die Schadstoffemissionen für Pkw und Zweiräder an. Für das Themenfeld „Klima“ werden als Headline-Indikator die Treibhausgasemissionen herangezogen, die gesondert auch für Kleinverbraucher angegeben werden.

3.3.2 Indikatoren der französischen Regierung

Im Jahr 2010 hat die französische Regierung ihre nationale Nachhaltigkeitsstrategie „National sustainable development strategy 2010-2013: Towards a green and fair economy“ verabschiedet. Die Identifikation von Indikatoren zur Messung von nachhaltigem Konsum und nachhaltiger Produktion wurde dabei als eine Haupt-herausforderung definiert, bei dem die Verantwortlichkeit von Verbraucher und

Produzenten bei der Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten über den gesamten Lebenszyklus von Produkten hervorgehoben wird. Für diese Herausforderung werden elf Ziele definiert, vier davon setzt die französische Regierung im Bereich nachhaltigen privaten Konsum (MEDDTL 2010, 9):

- Verdopplung der Verkäufe von ökologisch gelabelten Produkten bis 2012
- Reduzierung der Haushaltsabfälle bis 2013 um 7%
- Erhöhung der Wiederverwertung von Haushaltsabfällen auf 35% bis 2012 und 45% bis 2015
- Erhöhung der Wiederverwertung von Haushaltsverpackungen von 60% in 2006 auf 75% in 2012

Das Nachhaltigkeitsverständnis der Strategie basiert auf einem Mehrsäulen-Modell, die Ziele für einen nachhaltigen privaten Konsum fokussieren dabei nur auf ökologische Aspekte der Nachhaltigkeit. Dabei werden sowohl Aspekte der Effizienzstrategie als auch der Konsistenzstrategie zur Erreichung eines nachhaltigen Konsums aufgenommen.

In dem 2012 veröffentlichten Bechmarkbericht **„Indikatoren der nationalen Nachhaltigkeitsstrategie 2010-2013“** (Commissariat général au développement durable 2012) wird der Bereich „nachhaltiger Konsum und nachhaltige Produktion“ als eine von neun Herausforderungen auf dem Weg zu einer nachhaltigen Entwicklung formuliert. Als Indikator dafür wird die Materialproduktivität herangezogen, die jedoch nicht für den privaten Konsum gesondert ausgewiesen wird. Da die Nachhaltigkeitsstrategie der französischen Regierung von 2010-2013 formuliert wurde, werden Indikatoren zur Feststellung der Zielerreichung annahm gemäß erst in der Folgestrategie des Jahres 2014 aufgeführt werden.

3.3.3 Indikatoren der britischen Regierung

Mit der Veröffentlichung der Strategie **„Changing Patterns. UK Government Framework for Sustainable Consumption and Production“** war das Vereinte Königreich 2003 eines der ersten Länder, die überhaupt ein Dokument zu nach-

haltigem Konsum herausgebracht haben (defra 2003). Das Strategiepapier führt politische, ökologische und soziale Begründungen für nachhaltige Produktions- und Konsummuster auf und bietet eine Richtschnur für zukünftige Maßnahmen und Handlung nicht nur für das UK, sondern auch auf EU und globaler Ebene. Dem Papier liegt eine Vision zugrunde, die einen klaren Fokus auf Umweltaspekte legt und hervorhebt, Verbraucher zu einem bewussten und verantwortungsvollen Konsum verhelfen zu wollen (defra 2003, 8). Nachhaltige Produktions- und Konsummuster werden definiert als „*Continuous economic and social progress that respects the limits of the Earth's ecosystems, and meets the needs and aspirations of everyone for a better quality of life, now and for future generations to come*“ (defra 2003, 10). In der Strategie wird als ein zugehender Schritt deutlich hervorgehoben, dass die Entwicklung von Indikatoren zur Bewertung der Entkopplung von privatem Konsum und Umweltproblemen ein wichtiger Punkt für die Arbeit der britischen Regierung sein wird.

Der Indikatorenkatalog soll aufzeigen, wie in Großbritannien die Entkopplung des Wirtschaftswachstums bzw. des privaten Konsums von Umweltbelastung und Ressourcenverbrauch gemessen werden kann. In einem ersten Vorschlag wird nicht nur auf einen Indikator zurückgegriffen, sondern zwölf Indikatoren verwendet, wovon folgende direkten Bezug zum privaten Konsum aufweisen (defra 2003, 30):

- Privater Konsum, Energieverbrauch und daraus resultierende Emissionen
- Gefahrene Kilometer von Kraftfahrzeugen und daraus resultierende Emissionen
- Häuser auf zuvor nicht bewohnten Flächen
- Anzahl der Haushalte (Ein-Personen-Haushalte, Wohnungsbestand)
- Nicht recycelbarer Haushaltsabfall

Die Indikatoren wurden in den Gesamtbericht für nachhaltige Entwicklung, der zuletzt 2010 veröffentlicht wurde, übernommen (defra 2010).

3.3.4 Indikatoren der finnischen Regierung

Auf Basis der 1998 eingeführten nationalen Nachhaltigkeitsstrategie hat die finnische Regierung ein Programm zur Entwicklung von Indikatoren einer nachhaltigen Entwicklung aufgesetzt. Das erste nationale Indikatorenset wurde 2000 veröffentlicht und in den darauffolgenden Jahren den Anforderungen einer nachhaltigen Entwicklung in Finnland weiter angepasst. 2005 veröffentlichte die finnische Regierung den Bericht „Getting more from less“ in dem Vorschläge für das nationale Programm zur Förderung nachhaltiger Konsum- und Produktionsweisen aufgeführt wurden (Committee on Sustainable Consumption and Production 2005). Die in Johannesburg formulierten Ziele einer nachhaltigen Entwicklung dienen dem Bericht als Vision und Bezugspunkt. Für den inländischen Konsum wird folgende Vision aufgeführt: *„The rising trend in material consumption has peaked. Consumers are willing and able to favour sustainable and high quality goods and services, and clear and accessible information is available to help them make such choices. Consumer goods are used, maintained and improved so as to reduce environmental load.“* (Committee on Sustainable Consumption and Production 2005, 7). Auch für die Bereiche Wohnen, Verkehr und Ernährung entwirft der Bericht eine Vision für mehr Nachhaltigkeit. Abschließend werden Indikatoren zur Fortschrittsbewertung gefordert, anhand deren die finnische Regierung berichten kann (Committee on Sustainable Consumption and Production 2005, 24). Aus dem Bericht wird deutlich, dass nicht nur Strategien zur Effizienzverbesserung der Produkte verfolgt werden, sondern auch Ansätze für einen veränderten Konsum im Sinne einer Suffizienzstrategie (Adell et al. 2009, 27).

2006 wurde ein neues Set an Indikatoren zur Bewertung des Fortschritts der Nachhaltigkeitsstrategie veröffentlicht, das 34 Schlüsselindikatoren beinhaltet. **„Finland's sustainable development indicators“** sind nach strategischen Überschriften eingeteilt, die die Ziele der Regierung im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung darstellen. Besonders konsumnah formuliert, sind fünf der insgesamt 34 Indikatoren (FNCSO 2009):

- Anteil der Haushaltsausgaben an Dienstleistungen
- Relative Änderung der Bevölkerung in verschiedenen Regionen

- Entfernung zu bestimmten, öffentlichen Angeboten zum Wohnsitz
- Entwicklung des öffentlichen Personennahverkehrs
- Pro Kopf Konsum von Alkohol und alkoholabhängige Todesfälle

Angaben zum CO₂-Ausstoß, Energieverbrauch und Materialeinsatz werden nicht nach Haushalten aufgeschlüsselt sondern nur für Finnland gesamt angegeben.

3.3.5 Indikatoren der schwedischen Regierung

Die schwedische Regierung hat 2006 den Aktionsplan „**Think Twice!**“ für einen nachhaltigen privaten Konsum veröffentlicht (MAFCA 2005/06). Dabei wird nachhaltiger Konsum klar losgelöst von Produktion als Herausforderung für die schwedische Regierung genannt und auch eine Definition als Grundlage für die politische Arbeit formuliert:

„Sustainable household consumption means a consumption of goods and services that meets human needs and provides increased quality of life, while at the same time minimising the negative impact of consumption on health and environment, to benefit fair and just development in Sweden and globally.“

(MAFCA 2005/06, 1)

Trotz der breiteren Formulierung von nachhaltigem Konsum fokussiert der schwedische Aktionsplan auf der ökologischen Nachhaltigkeitsdimension. Einzelne Maßnahmen zur Förderung eines nachhaltigen Konsums zielen jedoch auch auf die soziale Dimension ab, wie z. B. die Förderung gesunder Ernährung in den Schulen und am Arbeitsplatz sowie ausreichender körperlicher Bewegung, Kampagnen zur Steigerung der Bekanntheit von Fair-Trade aber auch die Forderung der Einhaltung von Sozialstandards durch schwedische Unternehmen im Ausland. Zur Vervollständigung des Aktionsplans und der genannten Definition werden acht Indikatoren vorgeschlagen, die als erster Versuch einer Operationalisierung verstanden werden sollen, um zu bewerten ob sich der private Konsum in Schweden in Richtung Nachhaltigkeit entwickelt (MAFCA 2005/06, 28):

- Anzahl übergewichtiger Personen bzw. Personen mit Adipositas
(Nachhaltige Ernährung)

- Marktanteil von ökologisch hergestellten und gelabelten Nahrungsmitteln (Nachhaltige Ernährung)
- Energieverwendung für Heizen und Stromverwendung pro Flächeneinheit (Nachhaltiges Wohnen)
- Zugang des Haushalts zu öffentlichen und kommerziellen Dienstleistungen (z. B. Schulen, Einkaufsstätten, Post, Tankstellen etc.) (Nachhaltiges Wohnen)
- Aufkommen von Haushaltsabfällen (Nachhaltiges Wohnen)
- Gesamt-CO₂-Emissionen des Haushalts (direkt, indirekt und international) (Nachhaltige Ernährung und nachhaltiges Reisen)
- CO₂-Emissionsgehalt von neuen Autos (Nachhaltiges Reisen)
- Zugang des Haushalts zum öffentlichen Nah- und Fernverkehr (Nachhaltiges Reisen)

Trotz der Angaben von Definition, Maßnahmen, Instrumenten und Indikatoren im Aktionsplan der schwedischen Regierung werden spezifische Ziele nur sporadisch genannt. Neben qualitativen Aussagen wird nur ein einziges quantifizierbares Ziel angegeben, dessen Erreichung angestrebt wird: 25% des Gesamtkonsums an Lebensmitteln soll aus ökologischer Produktion bestehen (Adell et al. 2009, 29).

3.3.6 Indikatoren der baskischen Regierung

Die baskische Regierung hat im Jahr 2007 mit dem Bericht „**Basque Plan for Environmentally Sustainable Consumption**“ einen integrierten Ansatz für einen nachhaltigen Konsum veröffentlicht (Gobierno Vasco 2007). Der Ansatz orientiert sich an der Politik für einen nachhaltigen Konsum der EU und bildet folgende Themen ab: Energieverbrauch der Bevölkerung, Wasserverbrauch, Transport/Verkehr, urbanes Abfallaufkommen sowie Konsum von Lebensmitteln und anderen inländischen Produkten (Schaefer/Alcantud 2009, 86f.). Zur Umsetzung

eines nachhaltigen Konsums verfolgt die baskische Regierung die Strategien die baskische Bevölkerung darüber zu informieren, welche Auswirkungen ihre Konsumgewohnheiten auf die Umwelt haben, sie für das Thema Nachhaltigkeit im Konsum zu sensibilisieren und ihnen durch die Ausbreitung eines Angebots an nachhaltigen Produkten im Markt, die Möglichkeit an die Hand zu geben nachhaltiger zu konsumieren. Dem baskischen Plan unterliegt das normative Verbraucherbild eines informierten, bewussten und vorbereiteten Verbrauchers, dem durch eine vorbildlich agierende Regierung, ökologisch geprüfte Produkte und einem funktionierenden Markt ein nachhaltiger Konsum ermöglicht wird. Dieses Leitbild soll durch die Umsetzung verschiedener Programme erreicht werden.

Der baskische Plan formuliert klare Ziele und Zeitrahmen in denen die Ziele erreicht werden sollen. Um eine Operationalisierung im Sinne einer Kontrolle der Zielerreichung durchführen zu können, wird ein breites Set an Indikatoren definiert, das sich auf die zuvor ausführlich ausformulierte Strategie als auch auf andere Programme oder Einschränkungen in der Durchführung bezieht. Die Indikatoren dienen folglich der Bewertung der Implementierung und Auswirkung von politischen Instrumenten und Maßnahmen, zusätzlich werden Umweltkennzahlen erhoben.

Bei den strategiebezogenen Zielen messen die Indikatoren zum einen das tatsächliche Verhalten der baskischen Bevölkerung bezogen auf nachhaltige Konsumweisen und zum anderen Marktdaten zu nachhaltigen Produktalternativen (Tabelle 3):

Indikator	Ziel 2010	Status-Quo
Prozentsatz der Bevölkerung, der sich selbst als über die Umwelt informiert betrachtet	80%	60%
Prozentsatz der Bevölkerung, der regelmäßig das Ziel verfolgt,		
den Wasserverbraucher zu verringern.	60%	44%
den Energieverbrauch zu verringern.	70%	48%
Prozentsatz der Verbraucher über 15 Jahren der folgende Abfälle immer trennt:		
Glas, Papier und Karton	90%	78%
Batterien	80%	70%
Gebrauchtes Öl	45%	25%
Prozentsatz der Bevölkerung, der regelmäßig folgende Produkte konsumiert:		
Ökologisch hergestellte Lebensmittel	40%	24%
Ökologische Waren/Produkte	35%	19%
Energieeffiziente Haushaltsgeräte	40%	25%
Marktanteil nachhaltiger Lebensmittel	3%	
Existenz von Abfallentsorgungsanlagen in der Gemeinde	100%	
Marktanteil Eco-Effizienter Produkte	10%	
Prozent der Personen, die keine öffentlichen Verkehrsmittel nutzen, weil diese nicht zur Verfügung stehen	20%	34%

Tabelle 3: Strategiebezogene Indikatoren der baskischen Regierung (Gobierno Vasco 2007, 96).

Ein zweiter Abschnitt zu Indikatoren, gibt einen Einblick über die strategischen Säulen des baskischen Programms: 1) Verbraucher sind informiert und vorbereitet, 2) Verbraucher wollen nachhaltig konsumieren und 3) Verbraucher haben die Möglichkeit nachhaltig zu konsumieren. Die Indikatoren sollen Auskunft darüber geben, ob die Maßnahmen der einzelnen Programme zur Erreichung der normativen Verbraucherbilder gleichgewichtet durchgeführt werden können oder ob auf bestimmte Maßnahmen ein verstärkter Fokus gelegt werden muss (Gobierno Vasco 2007, 97; Tabelle 4).

Wissen	
Indikator	Ziel 2010
Prozent der Bevölkerung und Anzahl an Personen die Informationen erhalten haben zu:	
‣ ökologisch, nachhaltigem Konsum (Eco-Barameter)	40%
‣ Gesamtanzahl an durchgeführten Informationsmaßnahmen (für die Zielgruppe): Internet, Veröffentlichungen, Broschüren,...	25 (min. 4)
Anzahl der Trainingsprogramme für die Zielgruppe	15 (min. 4)
Anzahl der Bildungsprogramme, die Materialien zu einem ökologisch, nachhaltigen Konsum beinhalten	15
Anzahl an Institutionen, die ein entsprechende Programme implementiert haben	50
Intention	
Indikator	Ziel 2010
Anzahl an Kampagnen zur Steigerung der Sensibilisierung und Beteiligung der Verbraucher	15
Prozentsatz der Bevölkerung, dem die Relevanz eines nachhaltigen Konsums bewusst ist	60%
Anzahl der Maßnahmen zur Förderung eines nachhaltigen Konsums in öffentlichen Gebäuden	20
Anzahl an Vorbildmaßnahmen in Behörden und Verwaltung	25
Anteil an umweltfreundlicher, nachhaltiger Beschaffung an der gesamten öffentlichen Beschaffung	40%
Gelegenheit	
Indikator	Ziel 2010
Anzahl an öko-zertifizierten Produkten und Dienstleistungen für die Bereiche (Energie, Wasser, Nahrung, Verkehr und Haushaltsgeräte)	15
Anzahl an Maßnahmen zur Unterstützung der Zertifizierungssysteme in den Bereichen (Energie, Wasser, Nahrung, Verkehr und Haushaltsgeräte)	6
Anzahl der ökonomischen und regulatorischen implementierten Instrumente zur Förderung eines nachhaltigen Konsums	4
Anzahl der bestehenden Vereinbarungen mit zuständigen Behörden	5

Tabelle 4: Programmbezogene Indikatoren der baskischen Regierung (Gobierno Vasco 2007, 97).

Um einen umfassenden Einblick in den Fortschritt eines nachhaltigen Konsums im Baskenland zu erhalten, stellt der Aktionsplan auch eine Reihe an Umweltkennzahlen bereit, die durch die aktuellen Konsummuster beeinflusst werden und die jährliche Entwicklung darstellen. Die Indikatoren sollen auch die Wirksamkeit der umwelt- und konsumpolitischen Maßnahmen operationalisieren, wobei klar gestellt wird, dass verschiedene Faktoren auf die einzelnen Indikatoren einwirken und sie dadurch nicht als Erfolgsmaß des Aktionsplans angesehen werden können. Die aufgeführten Umweltindikatoren sollen vielmehr Aufschluss darüber geben, auf welche Bereiche ein verstärkter Fokus gelegt werden soll und Schlussfolgerungen ermöglichen, welche Maßnahmen aus der Vergangenheit korrigiert, verbessert oder weiter durchgeführt werden sollen (Gobierno Vasco 2007, 98, Tabelle 5).

Indikator

Treibhausgasemissionen im stationären Sektor

Treibhausgasemissionen im Transportsektor

Siedlungsabfallaufkommen pro Einwohner

Wiederverwertbares Siedlungsabfallaufkommen im Vergleich zu deponiertem Abfallaufkommen

Wasserverbrauch der Haushalte

Wasserverbrauch pro Person und Tag

Energieverbrauch im stationären Sektor

Energieverbrauch im Transportsektor

Lokale Mobilität nach Verkehrsmitteln

Prozent des öffentlichen Investments und Ausgaben in nachhaltigen Konsum

Tabelle 5: Konsumbezogene Umweltindikatoren der baskischen Regierung (Gobierno Vasco 2007, 98)

3.3.7 Indikatoren des schweizer Center for Corporate Responsibility and Sustainability

Im Jahr 2008 gab das Center for Corporate Responsibility and Sustainability den „Konsum Report Schweiz - Wie nachhaltig leben wir?“ heraus (Steinmann et al. 2008). In dem Bericht wird keine Arbeitsdefinition von Nachhaltigkeit hervorgehoben, vielmehr wird die Notwendigkeit eines nachhaltigen Konsums beschrieben, die aufkommenden Trends zu ökologischen und effizienteren Produkten, aber auch die Erscheinung von Rebound-Effekten durch einen Mehrkonsum (Steinmann et al. 2008, 3). Gefordert wird ein „intelligenter“ Konsum, bei dem durch ökologisch und sozial verträgliche Produkte ohne den Verzicht auf Genuss und Lebensqualität, Konsumbedürfnisse befriedigt werden.

Für die vier Konsumbereiche mit der höchsten Umweltbelastung: Bekleidung, Wohnen, Lebensmittel, Mobilität und als Querschnittsbereich Finanzen wurden anhand von Kennzahlen Entwicklungstrends bezogen auf Nachhaltigkeit aufgezeigt und davon Handlungsempfehlungen abgeleitet (Abbildung 12). Als Indikatoren zur Messung eines nachhaltigen Konsums werden folgende Zahlen aufgeführt:

- Fleischkonsum in kg pro Kopf im Jahr
- Umsatz Bioprodukte in CHF
- Alltagsmobilität in km pro Person und Tag nach Verkehrsmitteln
- Anzahl verkaufter Hybridautos
- Volumen nachhaltiger Geldanlagen in CHF
- Prozent der privaten Anleger, die nachhaltige Geldanlagen besitzen
- Gelabelte Wohnbauten mit Minergie-Label in m³ Energiebezugsfläche
- Energieverbraucher aller Haushalte in Terajoule
- Verkaufszahlen von Ökostrom in GWh
- Anzahl verkaufter energieeffizienter Kühlschränke
- Umsatz an Textilien aus Biobaumwolle in CHF
- Gesamtabsatz von Biobaumwolle in t



Abbildung 12: Indikatoren des Konsum Report Schweiz (Steinemann et al. 2008)

Die Indikatoren weisen einen klaren Fokus auf die ökologische Dimension von Nachhaltigkeit auf. Klare Ziele anhand deren der Erfolg der Entwicklung des Konsums gemessen werden kann, werden in dem Bericht nicht aufgeführt. Die Handlungsempfehlungen zeigen aber auf, wie sich der Konsum in eine nachhaltigere Entwicklung steuern lassen kann. Durch den Bericht wird ein Einblick in den Status-Quo des schweizerischen Konsums ermöglicht, der als Grundlage für politische Maßnahmen und Instrumente genutzt werden kann. Eine regelmäßige Kommunikation zur Entwicklung des Konsums ist nicht ersichtlich.

3.3.8 Indikatoren des norwegischen Instituts für Verbraucherforschung

Die SIFO als ein unabhängiges Forschungsinstitut der norwegischen Regierung hat eine Auswahl an Indikatoren zur Messung einer **nachhaltigen Ernährung** in Norwegen herausgegeben (Stø et al.) und den norwegischen Verbrauchern in die

Bewertung der Indikatoren, insbesondere hinsichtlich des Potenzials für kurzfristige positive Auswirkungen mit einbezogen. Auch soll die Relevanz der Indikatoren für die Messung einer nachhaltigen Ernährung von den Verbrauchern selbst bestimmt werden, um die Wirksamkeit spezifischer Maßnahmen abschätzen zu können.

Als Grundlage für die Erstellung der Indikatoren wurden bereits durchgeführte Forschungsarbeiten und bestehende Indikatorensets für Nachhaltigkeit z. B. von der OECD oder der EEA herangezogen. Die Arbeiten der Europäischen Umweltagentur wurden von der SIFO weitergeführt und eine Auswahl an Einzelindikatoren in einem anschließenden Schritt mit formulierten Zielvorgaben verbunden. So wurden unter anderem Forschungsergebnisse aus dem Vereinten Königreich zur Reduzierung von Treibhausgasemissionen durch ein verändertes Ernährungsverhalten als Grundlage für die Indikatoren und deren Zielvorgaben verwendet.

Zwei Hauptindikatoren ließen sich für die Operationalisierung ableiten:

- Fleischkonsum in kg/cap
- Nahrungsmittelabfälle in kg/Haushalt

Vier weitere Kennzahlen wurden als Zusatzindikatoren vorgeschlagen:

- Anzahl ökologisch hergestellter Produkte
- Marktanteil ökologisch hergestellter Produkte
- Prozent der lokal hergestellten Produkte
- Länge der Transportwege

In einer Online-Umfrage wurden die Indikatoren 2011 durch über 1.500 norwegische Verbraucher hinsichtlich ihrer subjektiv eingeschätzten Wichtigkeit bezogen auf ökologische Auswirkungen und auf die Wahrscheinlichkeit der eigenen Verhaltensänderung hin befragt. Daraus lassen sich Rückschlüsse für die Resonanzfähigkeit bestimmter Themen in der Bevölkerung und die daraus abzuleitende politische Umsetzbarkeit von Maßnahmen und Instrumenten ableiten.

3.4 Sonstige Ansätze für Indikatoren

Konsumbezogene Messgrößen mit Nachhaltigkeitsaspekten finden sich ebenfalls in Konzepten, die als Alternative zur reinen Wohlstandsmessung durch das BIP auferlegt wurden und teils international, teils auf nationaler Ebene angegliedert sind. Als auch in wissenschaftlichen Arbeiten zu nachhaltigem Konsum und in Forschungsarbeiten zu Lebensstilen und sozialen Milieus.

3.4.1 Indikatoren aus der Wohlstandsmessung

Als Antwort auf Kritik an einer rein wohlstandsbasierten Entwicklungsmessung per BIP entwickelte die nef (New Economy Foundation) 2006 den **Happy Planet Index** (nef 2012, 5). Dieser fokussiert auf einem nachhaltigen Wohlstand für alle Generationen und weist diesen für Länder aus. Dabei werden keine monetären Größen herangezogen, sondern Lebenszufriedenheit, Lebenserwartung und als konsumbezogene Größe der Ressourcenverbrauch durch das Konzept des „ökologischen Fußabdrucks“ dargestellt. Der Ressourcenverbrauch wird dabei als Fläche ausgedrückt, die nötig ist, um die Bevölkerung bei gegebenem Konsum, technischer Entwicklung und Ressourceneffizienz zu versorgen. Wie effizient Ressourcen dabei verwertet werden, wird dabei nicht berücksichtigt.

Einen ähnlichen Ansatz verfolgt das **Wohlstandsquintett** der Denkwerk Zukunft (Wahl et al. 2011), das neben dem BIP als materiellen Wohlstandsmesser zusätzlich Indikatoren zur Einkommensverteilung, dem gesellschaftlichen Zusammenhalt, dem Natur- und Ressourcenverbrauch und der Kreditfinanzierung zur Wohlstandsmessung anwendet. Auch hier wird zur Messung des Natur- und Ressourcenverbrauchs der „ökologische Fußabdruck“ herangezogen.

Das Umweltbundesamt hat im Jahr 2010 einen eigenen Vorschlag zur **Wohlfahrtsmessung in Deutschland** herausgebracht (Diefenbacher/Zieschank 2010), der sich von den beiden zuvor genannten dadurch unterscheidet, dass keine subjektiven Indikatoren wie „Lebenszufriedenheit“ verwendet werden, dafür aber die zum einen nicht über den Markt erzielte Wohlfahrtssteigerungen einbezogen, zum

anderen einige soziale Kosten und ökologische Schäden abgezogen werden. Der nationale Wohlfahrtsindex setzt sich aus 21 Variablen zusammen, die auf der Grundlage des „Index for Sustainable Economic Welfare“ (ISEW) sowie des „Genuine Progress Indicators“ (GPI) aus den Vereinigten Staaten basieren und das BIP als Wohlfahrtsindikator um Aspekte der Nachhaltigkeit ergänzen. Von den 21 Indikatoren weisen vier einen Bezug zum privaten Konsum in Deutschland auf:

- Gewichtete Konsumausgaben
- Dauerhafte Konsumgüter Kosten / Nutzen
- Fahrten zwischen Wohnung und Arbeitsstätte
- Kosten des Alkohol- und Drogenmissbrauchs

Auch die Bundesregierung Deutschlands hat zu Beginn des Jahres 2011 eine eigene **Enquete-Kommission** mit dem Namen „**Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität**“ eingesetzt, die sich der Thematik einer neuen Wohlstandsmessung annimmt. Die Kommission soll dabei der Frage nachgehen, wie gesellschaftlicher Wohlstand, individuelles Wohlergehen und eine nachhaltige Entwicklung in einer Gesellschaft angemessen definiert aber auch abgebildet werden können. Dafür soll die Kommission einen ganzheitlichen Wohlstands- und Fortschrittsindikator entwickeln und die Möglichkeiten und Grenzen der Entkopplung von Wachstum, Ressourcenverbrauch und technischem Fortschritt ausloten. Die sogenannten „W3-Indikatoren“ umfassen neben dem materiellen Wohlstand auch die Dimensionen der „sozialen Teilhabe“ und der „Ökologie“. Die drei Kriterien werden mit jeweils zehn Leitindikatoren gemessen. Der Abschlussbericht wurde am 15. April 2013 von der Enquete-Kommission verabschiedet und geht Ende Mai 2013 zur Verabschiedung in den Bundestag (Deutscher Bundestag 2013). Welche Indikatoren genau aufgenommen wurden und ob diese einen Bezug zu Konsummustern aufweisen, kann vorher noch nicht gesagt werden.

3.4.2 Soziale Milieus als Indikatoren

Ähnlich wie im Konzeptansatz des UBA zum Umweltverhalten der Deutschen, lassen sich auch Studien zu sozialen Milieus und Lebensstilen zur Darstellung von Indikatoren eines nachhaltigen Konsums heranziehen. Soziale Milieus sind Gruppen von Menschen, die sich in ihrer Lebensauffassung, ihren Wertprioritäten, ihren Verhaltensweisen sowie ihren alltagsästhetischen Präferenzen ähnlich sind. Soziale Milieus werden häufig für eine zielgruppenspezifische Ansprache von z. B. Werbemaßnahmen angewandt und geben auch Einblick in die Werthaltung und Struktur der deutschen Verbraucherschaft. So kann bestimmten Milieus ein besonders hohes oder zumindest überdurchschnittliches Bewusstsein für Umwelt und Natur zugeschrieben werden, wodurch diese Personengruppen als ein wichtiges Nachfragesegment für nachhaltige Produkt- und Dienstleistungsalternativen darstellen (Kleinhückenkotten/Wegner 2008, 31) und somit auch als Indikator für einen nachhaltigen Konsum angesehen werden können. Die klassischen SINUS-Milieus lassen sich nach nachhaltigem Verhalten und nachhaltigen Werten in eine Matrix von desinteressierten Materialisten bis hin zu Nachhaltigkeitspionieren einteilen (Abbildung 13).

In manchen Milieus ist z. B. der Verzicht auf materielle Dinge zugunsten der Umwelt wenig anschlussfähig, auch weist das allgemeine Verhalten in den finanziell gutgestellten Milieus zumeist nicht-nachhaltige Verhaltensweisen auf, wie z. B. eine hohe Anzahl an Flügen, viele Fahrten mit dem Auto und ein insgesamt hohes Konsumniveau. Finanziell weniger gut ausgestattete Milieus weisen zum Teil auch eine Wertorientierung an Bescheidenheit, Sparsamkeit, Einfachheit und Genügsamkeit auf und verhalten sich dadurch nachhaltiger als die materiell ausgerichteten Milieus. Die zahlenmäßige Größe der Milieus, die dem Ideal eines Nachhaltigkeitspioniers am nächsten sind, kann als Indikator für einen nachhaltigen Konsum und nachhaltige Lebensweisen herangezogen werden.

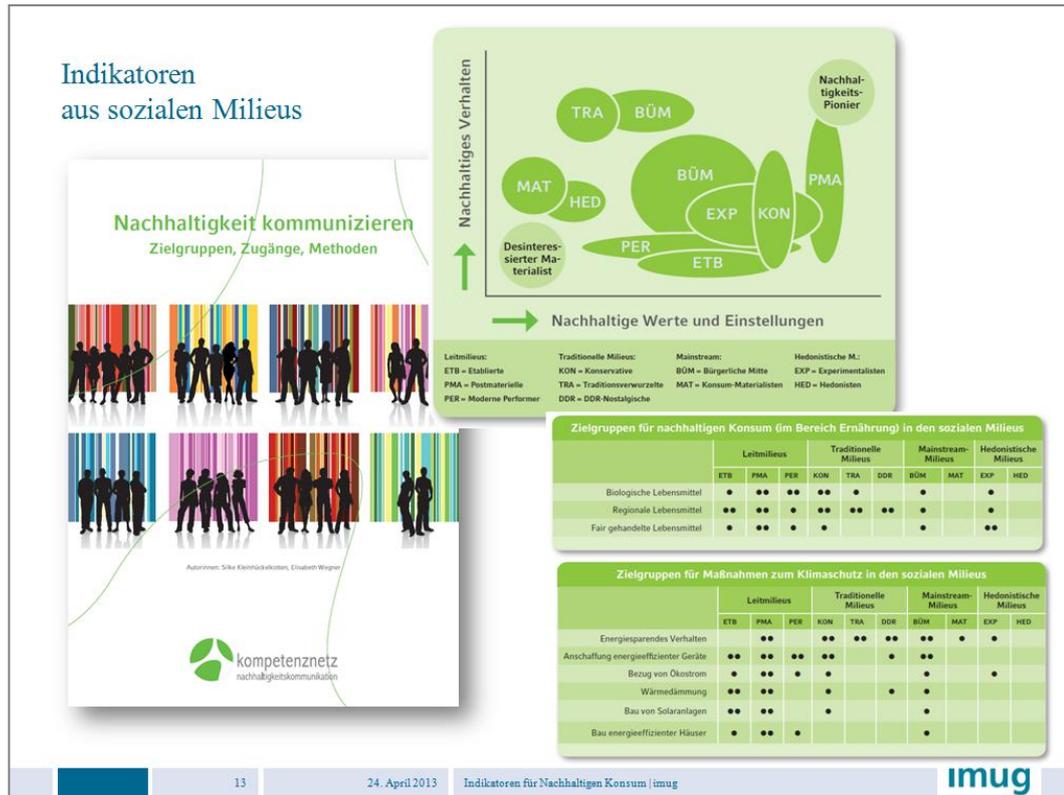


Abbildung 13: Soziale Milieus und Nachhaltigkeit (Kleinhückenkotten/Wegner 2008, 31)²¹

Je nach Bedarfswelt können die Milieus verschiedene Verhaltensweisen priorisieren und die Ausprägung eines nachhaltigen Konsums unterschiedlich ausfallen. Bezogen auf Lebensmittel und Ernährungsverhalten weisen finanziell besser ausgestattete Milieus z. B. ein nachhaltigeres Konsumverhalten auf, als Milieus denen weniger monetäre Mittel zur Verfügung stehen, da sie auf fair gehandelte oder ökologisch hergestellte Produkte zurückgreifen und dabei auch einen höheren Preis in Kauf nehmen. In Bezug auf Mobilität hingegen weisen genau diese Milieus ein nicht-nachhaltiges Verhalten auf, weil sie übermäßig häufig Auto fahren und mit dem Flugzeug in den Urlaub fliegen.

Nachhaltigkeitsprofile müssen folglich für die einzelnen Konsumfelder getrennt erstellt werden, um einen Einblick über die Verteilung der Milieus und deren Größe zu erhalten und einen nachhaltigen Konsum durch die Darstellung dieser Milieus zu operationalisieren. Kleinhückenkotten und Wegner haben für vier

²¹ Die Ausdehnung der Milieus in der Grafik gibt nicht die zahlenmäßige Größe der Milieus wider, sondern bildet das Spektrum an Werten und Einstellungen sowie Verhaltensweisen ab, die sich im entsprechenden Milieu finden lassen (Kleinhückenkotten/Wegner 2008, 31).

Themenfelder Nachhaltigkeitsprofile erstellt, von denen „Ernährung und Konsum“ sowie „Energie und Klimaschutz“ konsumnah definiert wurden und einen Einblick über Werte, Verhaltensweisen und zugehörige Milieus bieten. Die Operationalisierung eines nachhaltigen Konsums über soziale Milieus bietet den Vorteil Handlungsempfehlungen direkt ableiten zu können, da viel über die Wertedispositionen und sozio-demografischen Aspekte der Verbraucher bekannt ist. Es lassen sich ebenfalls Leitmilieus identifizieren, die einen besonders starken Fortschritt bei der Überführung der Konsummuster hin zu mehr Nachhaltigkeit erbringen können. Auch lassen sich politische Maßnahmen direkt auf spezifische Zielgruppen abstimmen, wie z. B. die Kommunikation und Information über Konsequenzen von Konsumverhalten und nachhaltige Alternativen.

3.4.3 Indikatoren aus dem Nachhaltigen Warenkorb des RNE

Der Rat für nachhaltige Entwicklung (RNE) hat 2007 den bereits 2002 in Erstauflage erschienen **Nachhaltigen Warenkorb** komplett überarbeiten lassen und neu herausgegeben. Das als Broschüre veröffentlichte Dokument ist ein Instrument zur Umsetzung nachhaltigen Konsums für den Endverbraucher. In seiner Funktion als Ratgeber ist der Nachhaltige Warenkorb ein Produkt-, Dienstleistungs- und Handlungsportfolio, das aufzeigt, durch welches Einkaufsverhalten der einzelne Konsument einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung leisten kann.

In vierter Auflage (RNE 2012) differenziert der Nachhaltige Warenkorb nach häufigen und seltenen Einkäufen und großen, noch selteneren Anschaffungen, wie der Kauf eines neuen Autos oder die Geldanlage, und will helfen neue Routinen zu entwickeln. Er beinhaltet nicht nur die Darstellung wichtiger Labels und Faustregeln, sondern auch die Bewertung der Produktkennzeichen nach sozialen und ökologischen Kriterien (Abbildung 14).



Abbildung 14: Der Nachhaltige Warenkorb (RNE 2012)

Die Broschüre wendet zwar keine Indikatoren zur Messung eines nachhaltigen Konsums an, kann aber als konzeptionelle Grundlage für die Erstellung und Ableitung eines Indikatorensystems dienen. Die Bewertung bereits existierender Produktkennzeichen und Label, die Formulierung von Faustregeln und Handlungshinweisen sowie die allgemeine Informationsbereitstellung über Konsumauswirkungen und Nachhaltigkeitsaspekte, kann das nachhaltige Konsumverhalten der Verbraucher erleichtern und die Barrieren beim nachhaltigen Konsum verringern (imug 2002, 15).

Indikatoren können auf den vorgeschlagenen Produktkennzeichen und Label aufbauen (Anteil am Markt, Umsätze von Produkten mit Labeln, Verbreitung etc.), auf die dargestellten Handlungsfelder fokussieren (Lebensmittel, Textilien, Waschen und Reinigen, Kosmetik und Pflege, Spielzeug, Haushaltsgeräte, Informations- und Telekommunikationselektronik, Wohnen, Mobilität, Finanzen), die vorgestellten Konzepte zur Messung von Konsumauswirkungen und Ressourcenverbrauch einbeziehen (CO₂- und Wasserfußabdruck) oder auch auf vorgestellte Handlungsempfehlungen abzielen (Nutzung von Car-Sharing, weniger Flüge, Be-

zug von Kleidung aus Secondhand, Kauf von regionalen und saisonalen Lebensmitteln etc.).

3.4.4 Indikatoren aus wissenschaftlichen Studien

3.4.4.1 Indikatoren nach Lorek und Spangenberg

Lorek und Spangenberg veröffentlichten 2001 eine Arbeit zu „**Indicators for environmentally sustainable household consumption**“ (Lorek/Spangenberg 2001). Basierend auf der schon in der Agenda 21 formulierten Notwendigkeit eines Wandels von Produktions- und Konsummuster hin zu mehr Nachhaltigkeit und dem 1997 auf dem fünften jährlichen Treffen der UNCSD festgestelltem Bedarf nach „*core indicators to monitor critical trends in consumption and production patterns, with industrial countries taking the lead*“ (UNDESA 1998, 5), entwickelten Lorek und Spangenberg sowohl eine Methodologie zur Festlegung eines Basiskonzepts zur Ableitung von Indikatoren als auch ein Set an Indikatoren zur Messung eines nachhaltigen Haushaltskonsums.

Die Erstellung des Basiskonzepts basiert auf zwei Grundannahmen, zum einen auf dem Einfluss des Haushalts auf bestimmte Konsumfelder wie z. B. Freizeit und Reisen, Ernährung, Reinigung und Pflege oder Wohnen und Bauen und zum anderen auf die Umweltrelevanz der jeweiligen Konsumfelder. Bei der Erstellung von Indikatoren zur Messung eines nachhaltigen privaten Konsums sind folglich die Konsumfelder zu berücksichtigen, bei denen Haushalte und einzelne Verbraucher mit nachhaltigen Kaufentscheidungen bzw. Verhaltensweisen etwas bewirken können und die einen relevanten Einfluss auf Umweltaspekte haben (Lorek/Spangenberg 2001, 105f.). Dem konzeptionellen Rahmen liegt ein Nachhaltigkeitsverständnis zugrunde, welches die ökologische Dimension in den Vordergrund stellt und das sowohl Konsum auf einer Makroebene (Berechnung der finalen Nachfrage des Haushaltes) als auch auf einer Mikroebene (Berechnung der Konsumgüter des Haushaltes und Kalkulation der daraus resultierenden In-House-Verbräuche von Wasser und Energie) einbezieht. Bei der Darstellung der Umweltauswirkungen wird der Fokus auf den Verbrauch von Ressourcen gelegt. Aus

dem so dargelegten, konzeptionellen Rahmen haben Lorek und Spangenberg für die drei umweltrelevanten Konsumbereiche Ernährung, Wohnen und Verkehr insgesamt 14 Indikatoren abgeleitet (Tabelle 6):

Bauen und Wohnen	Ernährung	Verkehr
Energieverbrauch durch Heizen (kWh/m ² /a)	Fleischkonsum (kg/cap/a)	Zurückgelegte Entfernungen für Einkäufe und Freizeit (km/cap/a)
Ressourcenintensität (kg/m ² /a)	Bio-Produkte (Marktanteil in %)	Verkehrsmittel für Berufswege (Anteil Auto, Zug, Öffentliche-, nicht-motorisierte Verkehrsmittel)
Wohnfläche (m ² /cap)	Transporte für Lebensmittel (km/kg)	Verkehrsmittel für Einkäufe und Freizeit (Anteil Auto, Zug, Öffentliche-, nicht-motorisierte Verkehrsmittel)
Relation zwischen privatem Investment in Hausbestand und Neubauten		Anzahl von Pkw und Anteil von Haushalten mit min. einem Pkw (%)
Siedlungsfläche (m ² /cap)		Urlaubsflüge (km/cap/a)
		Durchschnittlicher Energieverbrauch neuer Pkw (l Kraftstoff/100km)

Tabelle 6: Indikatorenliste von Lorek und Spangenberg (2001, 107-115).

Für jeden Bereich führen Lorek und Spangenberg auf, welchen Einfluss Haushalte mit ihren Konsumententscheidungen haben können und verdeutlichen mit Umweltkennzahlen die Relevanz des Konsumfeldes für eine nachhaltige Entwicklung. Zusätzlich werden Akteure genannt, die in dem jeweiligen Konsumbereich involviert sind und Einfluss auf eine mögliche Umsteuerung in Richtung Nachhaltigkeit haben. Die geteilte Verantwortung für einen nachhaltigen Konsum wird explizit aufgegriffen und auch tabellarisch für die einzelnen Indikatoren nach Stärke des möglichen Einflusses dargestellt.

Lorek und Spangenberg geben Empfehlung dafür, für welche Akteure die Indikatoren hilfreich sind und wie bzw. wofür diese eingesetzt werden können. Auch wird auf die inhaltliche Eingrenzung durch den Fokus auf die ökologische Nach-

haltigkeitsdimension eingegangen. Die Indikatoren basieren auf Daten aus Deutschland, die angenommene Übertragbarkeit auf andere europäische bzw. OECD Länder wird aber ausdrücklich hervorgehoben.

3.4.4.2 Indikatoren nach Vanhoutte et al.

Im Rahmen des Forschungsprojekt „**Ecologica, social and economic aspects of integrated product policy: Development of two instruments**“ des Center für Nachhaltige Entwicklung (CDS) und Ethibel, haben Vanhoutte et al. als eines der beiden geforderten Instrumente, Indikatoren für nachhaltige Produktions- und Konsummuster entwickelt (Vanhoutte et al. 2004). Die Forschungsarbeit wurde von der belgischen Regierung unterstützt und bezieht sich auch auf belgische Rahmenbedingungen und Marktdaten. Die Indikatoren sollen dabei ein Abbild der momentanen Situation in Belgien darstellen und eine deskriptive Auskunft darüber geben, wie nachhaltig Produktions- und Konsummuster sind (Vanhoutte et al. 2004, 4f.). Ziel ist es anhand der Indikatoren eine bessere Vorbereitung einer zielgerichteten, integrierten Produktpolitik betreiben zu können.

Ein Teil der Forschungsarbeit war die Literaturanalyse von existierenden Indikatorensets zu nachhaltigem Konsum, nachhaltiger Produktion und integrierter Produktpolitik. Die daraus abgeleiteten Erkenntnisse waren aufgrund von Defiziten in der Forschung zu Indikatoren nicht ausreichend und umfassend genug, daher wurde zusätzlich anhand einer normativ formulierten Vision und einer Status-Quo Analyse in Belgien ein methodologischer Rahmen für die Ableitung von Indikatoren geschaffen.

Als normative Arbeitsdefinition eines nachhaltigen Konsums wurde der Vorschlag der OECD übernommen, nach dem nachhaltiger Konsum als „*the use of goods and services that respond to basic needs and bring a better quality of life whilst minimising the use of natural resources, toxic materials and emissions of waste and pollutants over the life cycle, so as not to jeopardise the needs of future generations*“ (Vanhoutte et al. 2004, iv) beschrieben werden kann.

Aus den drei Arbeitsschritten: Literaturanalyse, normative Definitionen und Rahmenlegung und Situationsanalyse in Belgien wurden Indikatoren zu den wesentlichen Produktions- und Konsumfeldern (Ernährung, Wohnen, Bekleidung und Freizeit) erhoben, die nach dem Prinzip eines Mehrsäulen-Modells vier Dimensionen der Nachhaltigkeit abbilden (Ökonomie, Ökologie, Soziales und Institutionen). Die anfänglich identifizierten, potenziellen Indikatoren wurden in einem ersten Schritt nach den Bellagio-Prinzipien und IISD-Selektionskriterien aussortiert, Indikatoren wurden zusammengefasst und in einem weiteren Schritt auf die vier Nachhaltigkeitsdimensionen, bezogen auf die Relevanz für Belgien, aufgeteilt (Vanhoutte et al. 2004, v). Für den ausgewiesenen Bereich der Konsummuster erhielten Vanhoutte et al. folgende Liste an Indikatoren, die der zuvor formulierten Vision und den betreffenden Nachhaltigkeitssäulen zugeordnet wurden (Vanhoutte et al. 2004, 42-44, Tabelle 7):

	Umwelt	Soziales	Ökonomie	Institutionell
Transport				
Reduzierung des Verkehrsaufkommens „Durchschnittliche Kilometeranzahl pro Fahrzeug und Jahr“	x	x		
Produktwerb				
Belgische Verbraucher bevorzugen nachhaltige Produkte „Marktanteil gelabelter Produkte (ISO Typ I)“	x	x		
Belgische Verbraucher kaufen energieeffiziente Produkte „Anteil importierter Lebensmittel im Vergleich zu lokal produzierten“	x	x		
Belgische Verbraucher ziehen ethische Kriterien bei der Wahl ihrer Finanzentscheidung mit ein „Anteil ethischer Fonds am Gesamtinvestment“	x	x	x	
Verbrauch von knappen Gütern				
Die Restauration von existierenden Gebäuden wird dem Neubau vorgezogen „Anzahl Genehmigungen für Neubauten im Vergleich zu Renovierungsgenehmigungen“	x			

Inlandsenergieverbrauch ist minimiert „Gesamtenergieverbrauch pro Einwohner“	x
Wasserverbraucher der belgischen Haushalte ist minimal „Gesamtwasserverbrauch (Grund- und Leitungswasser) pro Einwohner“	x
Abfall	
Abfälle sind minimiert, sortiert und angemessen entsorgt „Gesamtaufkommen an inländischen Abfällen pro Einwohner“	x

Tabelle 7: Indikatorenliste von Vanhoutte et al. (2004, 42-44)

Das Indikatorenset soll als Anstoß für Akteure dienen, die mit der Entwicklung nachhaltiger Konsum- und Produktionsmuster betraut sind, ohne dabei feste Verantwortlichkeiten zuzuschreiben. In Bezug auf politische Akteure, können die Indikatoren dafür genutzt werden ein Abbild der Realität zu schaffen, auf dessen basierend politische Entscheidungen aufgesetzt werden können. Gleichzeitig fordern Vanhoutte et al. aufbauende Forschungstätigkeiten, um die zugrunde liegende Methodik zu verbessern und das Indikatorenset ggf. anzupassen (Vanhoutte et al. 2004, 46).

3.4.4.3 Indikatoren aus Ergebnissen des Wuppertal Instituts

Im Jahr 2005 veröffentlichten Baedeker et al. vom Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie einen Bericht über die „**Analyse vorhandener Konzepte zur Messung des nachhaltigen Konsums in Deutschland einschließlich der Grundzüge eines Entwicklungskonzeptes**“ (Baedeker et al. 2005). Das zugrunde liegende Projekt hatte zur Aufgabe bestehende Ansätze und Maßnahmen zur Messung nachhaltiger Konsummuster zu analysieren und auf deren Praktikabilität hin zu überprüfen. Die Ergebnisse sollten als Grundlage zur Entwicklung eines zentralen Indikators oder eines Indikatorensets dienen, der oder das „den Stand und den Fortschritt des nachhaltigen Konsums beschreibt und komplexe Sachverhalte und deren Abhängigkeiten verständlich abbildet“ (Baedeker et al. 2005, 46). Das dem Projekt zugrunde gelegte Verständnis von Nachhaltigkeit,

umfasst alle drei Dimensionen und verfolgt eine ganzheitliche Perspektive über den gesamten Lebenszyklus von Produkten hinweg. Neben den inhaltlichen Anforderungen, wurden bestehende Konzepte auch dahingehend untersucht, ob die übermittelte Nachricht für die Zielgruppe einfach und nachvollziehbar ist, klare Ziele definiert wurden und die Zielerreichung durch das Konzept messbar wird (Baedecker et al. 2005, 43).

Die durchgeführte Literaturanalyse und die entsprechende Auswertung des Status Quo zeigte die fehlende Existenz eines ganzheitlichen Konzeptes zur Abbildung der Mehrdimensionalität eines nachhaltigen Konsums. Keines der untersuchten Konzepte konnte nach Baedecker et al. „*nachhaltigen Konsum praktikabel mit einer Maßzahl, dreidimensional und lebenszyklusweit abbilden*“ (Baedecker et al. 2005, 55).

Aufbauend auf den Ergebnissen der Literaturstudie wurde im Rahmen eines Multistakeholder-Dialogs und eines zusätzlichen Workshops die Meinung von Experten und Expertinnen bezüglich der Anforderungen und Handlungsoptionen für die Entwicklung eines Konsumindikators/-indikatorenssets erhoben. In einem von drei Fragekomplexen wurde erfragt, welche Konsumfelder aus Sicht der Experten relevant sind und welche Indikatoren für deren Abbildung geeignet wären (Baedecker et al. 2005, 62; Tabelle 8):

Lebensmittel/Ernährung
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Öko-Landbau: Verarbeitungsgrad, Regionalität (Anbaugebiet, Anzahl Anbieter etc.) ▸ Konsum ökologisch produzierter Produkte (Marktanteil, Anteil an Gesamtausgaben, Anteil an Haushaltsausgaben) ▸ Konsum von Produkten aus fairem Handel, Bio-Siegel (Marktanteil, Umsätze und Gesundheitsindikatoren (Fettanteil, Fettleibigkeit, Lebens- und Essgewohnheiten, Sport)
Mobilität/Verkehr
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Energieverbrauch (Flottenverbrauch, pro Kopf, pro Haushalt) ▸ Verkehrsaufkommen (Arbeit, Freizeit, Urlaub, Transport) ▸ Anteil der Nutzung von Verkehrsmitteln (insgesamt, pro Kopf/Auto, ÖPNV, Fahrrad) ▸ Personenkilometer (pro Jahr und/oder nach Verkehrsmittel)

<p>Haushalt/Wohnen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▸ Energieverbrauch/-effizienz (Gerätepark, Gas, Strom, Heizen, Waschen, Kochen, pro Kopf, pro Haushalt, pro Wohnfläche) ▸ Wohnsituation (Wohnfläche, Alt-/Neubau, Einzel/Mehrpersonenhaushalt) ▸ Nachhaltigkeit der Wohneinheit (Baustandards, energie-effizientes Gebäude, Nachfrage an nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen, nachhaltiges Inventar)
<p>Tourismus/Reisen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▸ Reisedistanz und Verkehrsmittelwahl (Personenkilometer Auto/Flugzeug, Freizeit) ▸ Inanspruchnahme nachhaltiger Tourismusdienstleister (Veranstalter, Zielregion, Marktanteil zertifizierter Anbieter) ▸ Anteil internationaler/nationaler Reisen
<p>Finanzdienstleistungen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▸ Nutzung nachhaltiger Spar- und Investitionsformen ▸ Anteil an Nachhaltigkeitskriterien ausgerichteter Fonds (Marktanteil, Anteil bei Gesellschaften) ▸ Investitionen in Unternehmen/Branchen, die sich an Nachhaltigkeitskriterien orientieren
<p>Textilien/Bekleidung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▸ Textilverbrauch (Anteil pro Kopf, pro Haushalt, ökologische Produkte, von Siegeln) ▸ Soziale Standards (ohne Kinderarbeit, Arbeitsbedingungen, Niedriglohnländer) ▸ Ökologische Verträglichkeit (Ökobilanz, LCA, Anbaubedingungen, Langlebigkeit)

Tabelle 8: Mögliche Indikatoren eines nachhaltigen Konsums (Baedeker et al. 2005, 65).

Der Bericht kommt zu dem Ergebnis, dass es bisher kein einzelnes Konzept gibt, das umfassend zur Messung und Bewertung eines nachhaltigen Konsums herangezogen werden kann. Ausgewählten Konzepte weisen nach Ansicht Baedeker et al. jedoch das Potenzial auf, ein in seiner Wirkung zielgenaues Mess- und Bewertungssystem darauf aufbauend zu entwickeln (Baedeker et al. 2005, 13).

4. Zusammenfassung und Vorschläge zur Systematisierung von Indikatoren zum nachhaltigen Konsums

Die vorgestellten Ansätze zeigen umfangreiche internationale und nationale Bestrebungen in vielen europäischen Ländern, geeignete Indikatoren oder Indikatorensysteme zur Operationalisierung von Nachhaltigkeit bzw. nachhaltigem Konsum zu finden. Es zeigt sich, dass die Ansätze hinsichtlich der

- Anzahl an Indikatoren,
- der thematischen Fokussierung und
- der geographischen Reichweite

sehr stark variieren.

Definition / Verständnis „nachhaltiger Konsum

Es ist nicht wirklich überraschend, dass den Ansätzen keine einheitliche Definition eines nachhaltigen Konsums zugrunde liegt. Allerdings greifen nahezu alle Ansätze das dimensionale Ordnungsprinzip von Nachhaltigkeit auf, wobei die ökologische Dimension klar im Vordergrund steht. Soziale Aspekte der Nachhaltigkeit und die Vernetzung der drei Nachhaltigkeitsdimensionen werden nur einzeln oder unzureichend berücksichtigt, die Interdependenzen zwischen den verschiedenen Dimensionen werden nicht dargestellt. Die Indikatoren dienen zum größten Teil der Zustandsbeschreibung über Umweltbelastung, Ressourcenverbrauch und -effizienz und werden teils noch auf räumliche Einheiten begrenzt angegeben (Regionen, Städte etc.). Diese grundlegenden Erkenntnisse bestätigen damit die von Watson et al. (2010, 5), durchgeführte Analyse bestehender Indikatorensets, die zur Entwicklung eines Rahmenplans für Indikatoren von nachhaltigen Produktions- und Konsummuster durchgeführt wurde.

Nicht „ein Indikator“, sondern Indikatorensysteme

Angesichts der Komplexität des Untersuchungsgegenstandes „nachhaltiger Konsum“ überrascht es nicht, dass in aller Regel mehrere Indikatoren vorgeschlagen oder genutzt werden. Bei genauerem Hinsehen zeigt sich, dass viele Systeme mit sogenannten Hauptindikatoren, Schlüsselindikatoren oder Headline-Indikatoren

arbeiten, denen auf einer tiefer gegliederten Ebene weitere Indikatoren zugeordnet sind.

Im Folgenden wird der Versuch unternommen, die in der Literatur diskutierten Indikatoren und Indikatorensysteme systematisch zu ordnen. Dies erfolgt mit der Intention, das Verständnis über den Charakter unterschiedlicher Indikatoren zu verbessern und Einseitigkeiten bei der Auswahl bestimmter Indikatoren aufzudecken.

4.1 Systematisierung nach wichtigen Handlungsfeldern des nachhaltigen Konsums

Bei der Betrachtung der bestehenden Ansätze für Indikatorensysteme zur Operationalisierung eines nachhaltigen Konsums, lassen sich die gefundenen Indikatoren bestimmten Konsumbereichen zuordnen. Es ist nachgewiesen worden, dass verschiedene Konsumfelder unterschiedliche Relevanz für die Nachhaltigkeit haben (Hansen/Schrader 2001, 29). Das Öko-Institut hat 2005 im Rahmen seines Projektes „EcoTopTen“²² eine Stoffstromanalyse durchgeführt, die ökologisch relevante Produktfelder daraufhin untersuchte, welche Auswirkungen diese auf die Umwelt haben (Quack/Rüdenauer 2007; Abbildung 15).²³

²² Das Projekt startete 2000 im Auftrag des BMBF mit dem Ziel hochwertige, bezahlbare und ökologische Produkte im Massenmarkt zu platzieren. Eine Fokussierung erfolgt über die aus ökologischer Perspektive besonders relevanten Felder auf Mobilität (Auto), Wohnung (Energie), Waschmaschinen und Wäschetrockner, Kühl- und Gefriergeräte, Herde, Geschirrspüler, Computer (Information und Kommunikation), Fernseher und Video (Unterhaltung), Lebensmittel und Kleidung.

²³ Bei der Aufstellung der Konsumausgaben, wurde die Auflistung des Statistischen Bundesamtes zu den Produktfeldern der Stoffstromanalyse des Öko-Instituts zusammengefasst. Bereiche, die nicht in der Stoffstromanalyse aufgeführt wurden, wie z.B. Haustiere, Theaterbesuche etc., wurden unter dem Bereich Sonstiges aufgeführt. Um die Daten aufeinander abzustimmen, wurden Bad und Küche, sowie Unterhaltung & Kommunikation aus der EcoTopTen Liste zusammengefasst.

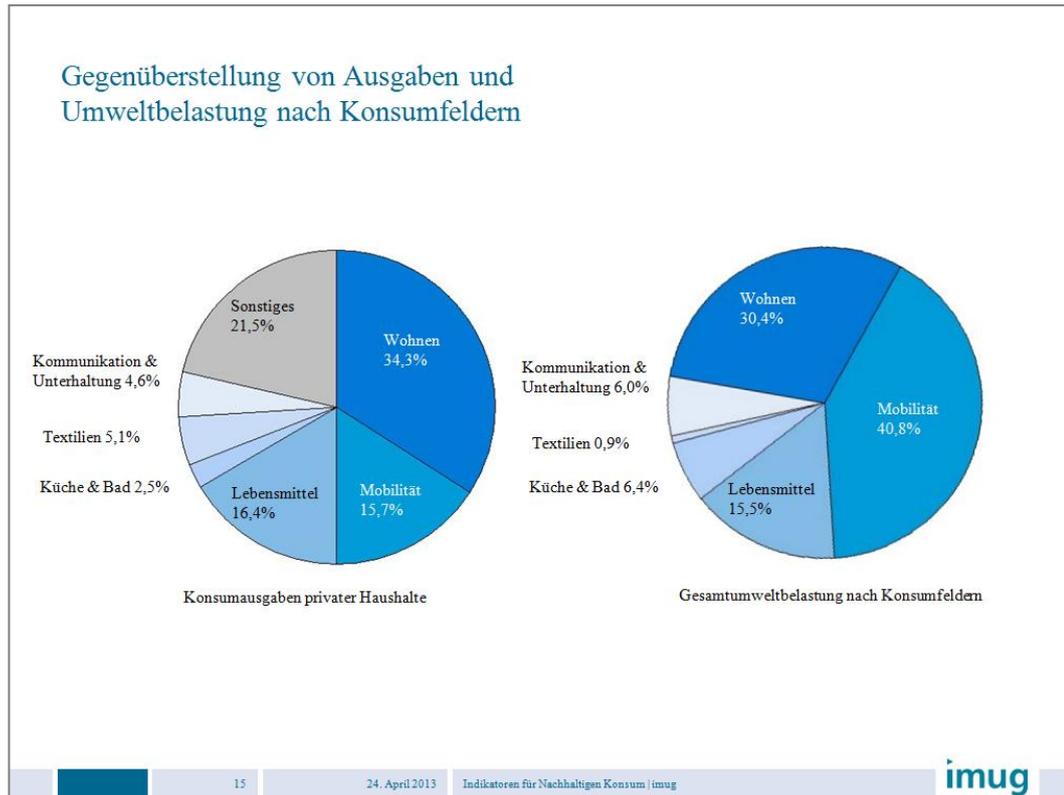


Abbildung 15: Konsumausgaben privater Haushalte 2005 und die Gesamtumweltbelastung nach Produktfeldern (nach: Quack/Rüdenauer 2007, 33; Statistischen Bundesamt 2007, 550)

Eine Gegenüberstellung der Verteilung von Konsumausgaben privater Haushalte des Statistischen Bundesamtes aus demselben Jahr zeigt, dass die Bedarfssfelder Wohnen, Mobilität und Lebensmittel für 66,4% der Konsumausgaben verantwortlich sind und gleichzeitig auch die stärksten Umweltbelastungen mit 86,7% der Gesamtbelastung aufweisen (Quack/Rüdenauer 2007, 33; Statistischen Bundesamt 2007, 550).²⁴ Eine Fokussierung auf diese Konsumbereiche verspricht daher starke positive Effekte, da sie sowohl für den Konsumenten, als auch für die Umweltbelastung von hoher Relevanz sind. Indikatoren zu Umweltauswirkungen können im Gegensatz zu den erstgenannten bezüglich Marktdaten keine Aussagen über die zugrunde liegende Nachhaltigkeitsstrategie machen. Ihre besondere Wichtigkeit erhalten Indikatoren zur Umweltauswirkung bei der Beachtung von Rebound-Effekten. Wenn Marktanteile und Umsätze von nachhaltigeren Produkten und Dienstleistungen zunehmen, kann dies durch ein Mehr-Konsum überkom-

²⁴ Die Stoffströme der ausgewählten Produktfelder entsprechen etwa 70% der bundesdeutschen Gesamtwerte (Grießhammer 2001, 106).

pensiert werden und in der Bilanz zu einer erhöhten Umweltbelastung führen. In den bestehenden Indikatorensets herrscht insbesondere bei der Operationalisierung der Konsumauswirkungen eine Dominanz der ökologischen Nachhaltigkeitsdimension. Kennzahlen zur umfassenden Darstellung von Umweltauswirkungen schließen den Verbrauch von Energie, Wasser und Land ein, machen Angaben zum Emissionsausstoß von Treibgasen, Schadstoffen oder Verschmutzung von Land und Wasser oder beziehen sich auf das Abfallaufkommen.

Da Indikatoren sich auf wesentliche Handlungsfelder konzentrieren sollten, kann mit Blick auf die vorhandenen Indikatorensysteme und auf die wissenschaftliche Literatur vorgeschlagen werden drei Konsumfelder in den Mittelpunkt zu stellen.

- Mobilität
- Ernährung
- Wohnen

Eine solche Fokussierung nähme bewusst in Kauf, dass weitere Handlungsfelder des nachhaltigen Konsums nicht in einem Indikatorensystem abgebildet wird.

- Finanzen / Investment
- Tourismus / Freizeit
- Kosmetik
- Haushaltsgeräte
- Informations- und Kommunikationselektronik
- Textilien

Die Umweltauswirkungen von Konsum, aber auch die sozialen Auswirkungen fallen nicht unbedingt in dem Land an, in dem das Produkt oder die Dienstleistung konsumiert wird, sondern sind meist mit der Produktion in anderen Ländern verbunden. Die Indikatoren zeigen daher globale Auswirkungen und können eine Einschätzung geben, ob gegenwärtige Konsummuster eher einem nachhaltigen Konsum im weiteren Sinne zuzuschreiben sind oder generationsübergreifend (inter- und intra-generationell) übertragbar, auch einen nachhaltigen Konsum im engeren Sinne darstellen.

4.2 Systematisierung entlang der Wertschöpfungskette

Eine ganzheitliche Betrachtung des nachhaltigen Konsums muss die gesamte Wertschöpfungskette von der Produktion bis zur Entsorgung in Betracht ziehen. In allen Phasen kann ein bemerkenswerter ökologischer und / oder sozialer Impact auftreten (imug 2002, 21; Abbildung 16).

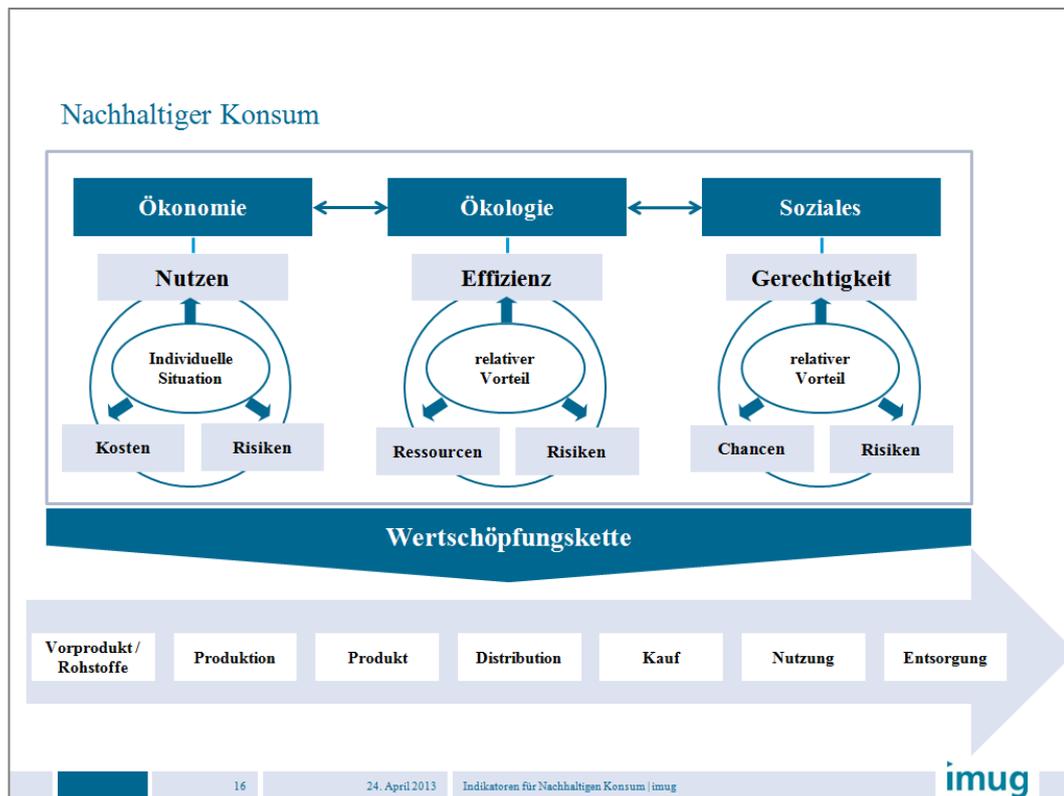


Abbildung 16: Drei Dimensionen des nachhaltigen Konsums (nach imug 2002, 21)

In einer vereinfachten Betrachtung können Indikatoren in folgenden drei Feldern unterschieden werden:

- Produktion der gekauften Produkte
- Nutzung der Produkte
- Entsorgung der Produkte

4.3 Systematisierung nach Beobachtungsgegenstand

Mit Blick auf die in dieser Studie überblicksartig dargestellten Ansätzen können Indikatoren einen unterschiedlichen Beobachtungsgegenstand haben. Unter dem Aspekt des Beobachtungsgegenstandes können die folgende sechs Gruppen von Indikatoren unterschieden werden. Die hier genannten Beispiele sind lediglich zur Illustration angeführt. Auf der Grundlage dieser Sachstandsanalyse kann kein eigenständiger Vorschlag zu tragfähigen Indikatoren zur Messung des nachhaltigen Konsums unterbreitet werden.

Indikatoren zur Marktentwicklung

Hier geht es um den Umsatz, Marktanteil, etc. bestimmter nachhaltigkeitsrelevanter Produkte / Produktgruppen. Beispiele sind:

- Marktanteil „Bio-Lebensmittel“ oder anderer eindeutig gekennzeichnete Produkte
- Fleischkonsum pro Kopf / Einwohner

Indikatoren, die sich auf die **Marktentwicklung** beziehen, sollen und können die Angebots- und die Nachfrageseite gleichzeitig berücksichtigen. Auf der Nachfrageseite bilden sie das tatsächliche Handeln der Verbraucher – ausgedrückt durch getätigte Kaufentscheidungen – ab. Auf der Angebotsseite zeigen Marktanteile von nachhaltigen Produktalternativen wie sich der Markt für nachhaltigen Konsum entwickelt.

Dabei können die Indikatoren alle drei genannten Nachhaltigkeitsstrategien berücksichtigen. Angaben zu Anteilen von nachhaltigen Produktalternativen bzw. Dienstleistungen bedienen vorrangig die Ansprüche der Effizienzstrategie. Angaben über Gesamtkonsumausgaben und Wachstumsangaben können aber auch Hinweise auf eventuelle Berücksichtigung und Entwicklung bezogen auf die Suffizienzstrategie haben. Kennzahlen für Abfälle, 2nd-Hand-Käufe oder die Wiederverwertbarkeit von Stoffen beziehen sich inhaltlich auf die Konsistenzstrategie. Daten zur Marktentwicklung geben an, was die Verbraucher konsumieren,

wie viel sie konsumieren und auch wie Produkte konsumiert und danach entsorgt werden. Die Auswirkungen des Konsums können darüber nicht direkt abgebildet werden und bedürfen weiterer Kennzahlen. Auch die Beachtung von Sozialstandards wie z.B. die Bezahlung von fairen Löhnen, kann beispielsweise mit Hilfe fair gelabelter Produkte nur indirekt Hinweise auf die direkte soziale Verbesserung der in der Wertschöpfungskette mit der Herstellung der Produktes befassten Arbeiterinnen und Arbeiter geben.

Indikatoren zu Umweltauswirkungen

Hier geht es um die Umweltauswirkungen bestimmter Konsumbereiche / Produktgruppen oder Produkte. Beispiele sind:

- ▶ CO₂-Ausstoß der neu zu gelassenen PKW (Durchschnitt)
- ▶ Heizenergieverbrauch pro Kopf

Indikatoren, die die **Umweltauswirkungen** darstellen, beziehen sich vor allem auf den Verbrauch von Ressourcen, auf den Ausstoß von umweltbelastenden Stoffen. Durch Indikatoren für Konsumwirkungen werden besonders handlungsrelevante Konsumfelder sichtbar gemacht werden, die einen starken Einfluss auf eine nachhaltige Entwicklung haben.

Indikatoren zum Wohlbefinden der Verbraucher

Hier geht es um gesundheitliche Auswirkungen und Auswirkungen auf das Wohlbefinden der Verbraucher. Beispiele sind:

- ▶ Anteil Adipositas
- ▶ Anteil Raucherkrankheiten

Nachhaltiger Konsum hat – wie im Kern „jeder Konsum“ – eine Nutzenfunktion. Er soll das **Wohlbefinden** der Bürger / Konsumenten fördern. Aus einer sozialpolitischen Perspektive können Konsumstile, die in der wissenschaftlichen Diskussion als „gesundheitsgefährdend“ eingestuft werden, als „nicht nachhaltig“ eingestuft werden. Gesundheitsbezogene Konsumauswirkungen wie Adipositas, Body-

Mass-Index oder Erkrankungen durch Alkohol- und Tabakkonsum könnten deshalb als Indikator für direkte soziale Auswirkungen eines bestimmten „nicht nachhaltigen Konsumstils“ herangezogen werden. Auch die generelle Zufriedenheit mit dem Konsumangebot könnte in diesem Kontext als Indikator verstanden werden.

Indikatoren zu Einstellungen und Verhaltensbereitschaften

Hier geht es um die subjektiven Einstellung und Verhaltensbereitschaften der Konsumenten in Bezug auf den nachhaltigen Konsum. Beispiele sind:

- ▶ Zahlungsbereitschaften für nachhaltige Produkte
- ▶ Zufriedenheit mit dem Angebot an nachhaltigen Produkten

Während die Mehrzahl der in der Literatur vorgeschlagenen Indikatoren anhand „objektiver“ Tatbestände (Marktdaten, Umweltauswirkungen, etc.) den jeweiligen Status Quo des nachhaltigen Konsum abbilden, gibt es in Teilen auch Indikatoren, die den Stand des nachhaltigen Konsums an **subjektiven Tatbeständen** festmachen. Hier werden von der konsumentenbezogenen Marktforschung Daten geliefert, die in einem standardisierten Verfahren über Jahre hinweg „belastbare“ Aussagen zu den subjektiven Voraussetzungen des nachhaltigen Konsums liefert. Die seit Jahren vom Umweltbundesamt herausgegebene Studie „Umweltbewusstsein“ zeigt, dass aus den so bereitgestellten Daten ein belastbarer Indikator gewonnen werden kann (Rückert-John et al. 2012). Auch die Prognos Studie „Gutachten zur Lage der Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland“ (Prognos 2012) deutet an, dass die Einstellungen der Verbraucher zu bestimmten Konsumgegenständen, zu einer Art Indikator verdichtet werden kann.

Indikatoren zur Lage der Verbraucher

Hier geht es um Strukturmerkmale der sozialen Lage der Verbraucher, die einen direkten Einfluss auf den nachhaltigen Konsum haben. Beispiele sind:

- ▶ Anteil der Einpersonenhaushalte
- ▶ Anteil überschuldeter Haushalte

Unterschiedliche Lebenslagen der Verbraucher haben auf die Möglichkeiten am Konzept des nachhaltigen Konsums zu partizipieren mehr oder weniger direkte Auswirkungen. Dies kann zumindest auf der Grundlage der aktuellen Prognos Studie vermutet werden (Prognos 2012, 386ff.). *„Gerade Suchgüter wie ‚der Kauf oder Buchung eines Bahntickets im Fernverkehr‘ oder ‚der Abschluss eines Mobilfunkvertrags, nicht Prepaid‘ oder ‚der Wechsel des Stromanbieters‘ stehen häufig mit den Lebenslagen in einem Zusammenhang. Die unterschiedlichen Ressourcen und die unterschiedliche Bildung der befragten Verbraucherinnen und Verbraucher haben hier einen besonders großen Einfluss.“* (Prognos 2012, 387)

Indikatoren zur Infrastruktur des nachhaltigen Konsums

Hier geht es um Merkmale der Infrastruktur, die für einen nachhaltigen Konsum wichtig ist. Beispiele sind:

- ▶ Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel
- ▶ Versorgungssicherheit in ländlichen Gebieten

Die Umsetzung eines nachhaltigen Konsumstils hängt in starkem Maße auch von einer förderlichen Infrastruktur ab. Schwer erreichbare Einkaufsmöglichkeiten, eine ungünstige Verkehrsinfrastruktur, lange Wege zur Arbeit und ein ausgedünntes Freizeit- und Kulturangebot können individuelle Bemühungen um einen nachhaltigen Konsumstil konterkarieren (Schoenheit 2009, 26). Insbesondere die Schaffung einer vorbildlichen Verkehrsinfrastruktur hat beträchtliche Auswirkungen auf die klimabewusste individuelle Mobilität. So müssen der öffentliche Verkehr gestärkt, notwendige Investitionen in den Ausbau des Schienennetzes getätigt und die Kundenorientierung der Anbieter von Verkehrsdienstleistungen verbessert werden. Auch im Rahmen der Stadtplanung und Raumordnung können förderliche Rahmenbedingungen für den nachhaltigen Konsum geschaffen werden, indem durch naheliegende Einkaufsmöglichkeiten die Alltagswege kurz gehalten werden. Auch die zu geringe Vermarktung von regionalen Produkten in den leichter erreichbaren Supermärkten, in Einkaufszentren oder auf Wochenmärkten macht gelegentlich lange Anfahrtswege für den Einkauf erforderlich.

Der hier vorgestellte Systemisierungsvorschlag (Abbildung 17) impliziert keinesfalls, dass ein Indikatorensystem alle Felder berücksichtigen muss.



Abbildung 17: Mögliche Systemisierungsfelder von Indikatoren eines nachhaltigen Konsums (eigene Darstellung)

Je nach der Hauptfunktion eines zu definierenden Sets an Indikatoren, können einzelne Felder vernachlässigt werden. Es kann jedoch auf der Grundlage dieser Literaturstudie vermutet werden, dass „ein“ Indikator für eine angemessene Abbildung der Fortschritte im Handlungsfeld „nachhaltiger Konsum“ nicht ausreichen wird.

5. Literaturverzeichnis

- Adell, A.; Alcantud, A., Schaefer, B. (2009): Sustainable Consumption Strategies in the Euro-pean Union, EUPOPP Work Package 1, Policies to Promote Sustainable Consumption Patterns, Barcelona.
- ASCEE (2008): Policy Instruments to Promote Sustainable Consumption, Project cofounded by the European Commission, Brüssel/Heidelberg/Oslo.
- Baedecker, C.; Liedtke, C.; Welfens, J.M.; Busch, T.; Kristof, K.; Kuhndt, M.; Schmitt, M.; Türk, V. (2005): Analyse vorhandener Konzepte zur Messung des nachhaltigen Konsums in Deutschland einschließlich der Grundzüge eines Entwicklungskonzeptes, Wuppertal.
- Balderjahn, I.; Scholderer, J. (2007): Konsumentenverhalten und Marketing. Grundlagen für Strategien und Maßnahmen, Stuttgart.
- Bardt, H. (2011): Indikatoren ökonomischer Nachhaltigkeit, Analysen. Forschungsberichte aus dem Institut der deutschen Wirtschaft Köln, Nr. 72, Köln.
- Beck, U. (1986): Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne, Frankfurt a.M..
- Beier, U. (1993): Der fehlgeleitete Konsum. Eine ökologische Kritik am Verbraucherverhalten, Frankfurt a.M..
- Belz, F.-M. (2001): Integratives Öko-Marketing. Erfolgreiche Vermarktung ökologischer Produkte und Leistungen, Wiesbaden.
- Belz, F.-M.; Bilharz, M. (2007): Nachhaltiger Konsum, geteilte Verantwortung und Verbraucherpolitik: Grundlagen. In: Belz, F.-M.; Karg, G.; Witt, D. (Hrsg.): Nachhaltiger Konsum und Verbraucherpolitik im 21. Jahrhundert, Marburg, 21-52.

- Belz, F.-M.; Reisch L.A. (2007): Geteilte Verantwortung für nachhaltigen Konsum: Grundzüge einer polyzentrischen Verbraucherpolitik. In: Belz, F.-M.; Karg, G.; Witt, D. (Hrsg.): Nachhaltiger Konsum und Verbraucherpolitik im 21. Jahrhundert, Marburg, 281-315.
- Bentley, M.; de Leeuw, B. (2000): Sustainable Consumption Indicators, Paris, online: http://www2.medioambiente.gov.ar/ciplycs/documentos/archivos/Archivo_375.pdf, abgerufen: 27.02.2013.
- Bilharz, M (2007): Key Points nachhaltigen Konsums. In: Belz, F.-M.; Karg, G.; Witt, D. (Hrsg.): Nachhaltiger Konsum und Verbraucherpolitik im 21. Jahrhundert, Marburg, 105-138.
- Bilharz, M. (2008): „Key Points“ nachhaltigen Konsums, zugl. Dissertation, Marburg.
- BMLFUW - Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (2002): Österreichs Zukunft Nachhaltig Gestalten. Die Österreichische Strategie zur Nachhaltigen Entwicklung. Eine Initiative der Bundesregierung, Wien.
- BMU - Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (1994): Konferenz der Vereinten Nationen für Umwelt und Entwicklung im Juni 1992 in Rio de Janeiro - Dokumente - Agenda 21, Bonn.
- BMU - Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (2002): Dritter Nationalbericht zum Klimaschutz, Bonn/Berlin.
- BÖLW - Bund Ökologischer Lebensmittelwirtschaft (2012): Die Bio-Branche 2012. Zahlen - Daten - Fakten, Berlin.
- Borgstedt, S.; Christ, T.; Reusswig, F. (2010): Umweltbewusstsein in Deutschland 2010. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage, hrsg. v. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, Umweltbundesamt, Berlin.

Brand, K.W. (1999): Kommunikation über nachhaltige Entwicklung, oder: Warum sich das Leitbild der Nachhaltigkeit so schlecht popularisieren lässt, Vortrag auf der UBA-Tagung „Strategien der Popularisierung des Leitbilds ‚Nachhaltige Entwicklung‘ aus sozialwissenschaftlicher Perspektive“ vom 18.3.-20.3.1999 in Berlin, online: http://www.sowi-online.de/journal/2000_1/brand_kommunikation_ueber_nachhaltige_entwicklung.html, online veröffentlicht: 27.11.2000, abgerufen: 06.02.2013.

Canadian Centre for Pollution Prevention (2009): Sustainable Consumption. How Do We Encourage Consumers to Purchase Sustainably? Mississauga.

Carlowitz, H.C. von (1732): *Sylvicultura oeconomica*, Leibzig.

Committee on Sustainable Consumption and Production (2005): Getting more from less. Pro-positals for Finland's national programme to promote sustainable consumption and production.

Commissariat général au développement durable (2012): Repères. Les indicateurs de la stratégie nationale de développement durable 2010-2013, Édition 2012, La Défense.

defra - Department for Environment, Food and Rural Affairs (2003): Changing Patterns. UK Government Framework for Sustainable Consumption and Production, London.

defra - Department for Environment, Food and Rural Affairs (2010): Measuring progress. Sustainable development indicators 2010, London.

Deutscher Bundestag (2013): Lebensqualität soll Ziel des Wirtschaftens werden. Enquete-Kommission „Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität“, online: http://www.bundestag.de/presse/hib/2013_04/2013_198/05.html, abgerufen 17.04.2013.

Die Bundesregierung (2002): Perspektiven für Deutschland. Unsere Strategie für eine nachhaltige Entwicklung, Berlin.

- Diefenbacher, H.; Teichert, V.; Wilhelmy, S. (2009): Leitfaden Indikatoren im Rahmen einer lokalen Agenda 21, 4. Auflage, Karlsruhe.
- Diefenbacher, H.; Zieschank, R. (2010): Wohlfahrtsmessung in Deutschland. Ein Vorschlag für einen nationalen Wohlfahrtsindex, hrsg. v. Umweltbundesamt, Dessau-Roßlau.
- Dittrich, M.; Giljum, S.; Lutter, S.; Polzin, C. (2011): Green economies around the world? Implications of resource use for development and the environment, Wien.
- Eckert, S.; Karg, G.; Zängler, T. (2007): Nachhaltiger Konsum aus Sicht der Verbraucher. In: Belz, F.-M.; Karg, G.; Witt, D. (Hrsg.): Nachhaltiger Konsum und Verbraucherpolitik im 21. Jahrhundert, Marburg, 53-77.
- Eblinghaus, H.; Stickler, A. (1998): Nachhaltigkeit und Macht. Zur Kritik von Sustainable Development, 3. Auflage, Frankfurt a.M..
- EEA - European Environment Agency (2012): Consumption and the Environment - 2012 Up-date. The European Environment. State and Outlook 2010, Copenhagen.
- EEA - European Environment Agency (2013): Household expenditure on consumption categories with differing environmental pressure intensities (SCP 013) - Assessment published Apr 2013, online: <http://www.eea.europa.eu/data-and-maps/indicators/trends-in-share-of-expenditure/assessment>, abgerufen: 08.04.2013.
- European Commission (2011): Sustainable development in the European Union - 2011 monitoring report of the EU sustainable development strategy, Luxembourg.
- European Council (2006): Renewed EU Sustainable Development Strategy Adopted by the Council of the European Union, Brussels.

- Fischer-Kowalski, M.; Swilling, M. (2011): Decoupling natural resource use and environmental impacts from economic growth, hrsg. v. United Nations Environment Programme (UNEP), Paris.
- FNCSD - Finnish National Commission on Sustainable Development (2009): Finland's sustainable development indicators. Key indicator update 2009, online: <http://www.environment.fi/download.asp?contentid=120039&language=en>, abgerufen 12.04.2013.
- Frey, B.; Stutzer, A. (2002): Happiness and Economics. How the Economy and Institutions affect Well-Being, Princeton/Oxford.
- Fromm, E. (1979): Haben oder Sein. Die seelischen Grundlagen einer neuen Gesellschaft, München.
- Giesel, K.D. (2007): Leitbilder in den Sozialwissenschaften - Begriffe, Theorien und Forschungskonzepte, zugl. Dissertation, Wiesbaden.
- Gobierno Vasco (2007): Plan Vasco de Consumo Ambientalmente Sostenible (2006-2010).
- Grießhammer, R. (2001): TopTen-Innovationen für einen nachhaltigen Konsum. In: Schrader, U.; Hansen, U. (Hrsg.): Nachhaltiger Konsum. Forschung und Praxis im Dialog, Frankfurt a.M., 103-115.
- Grunwald, A. (2003): Die Realisierung eines Nachhaltigen Konsums - Aufgabe der Konsumenten?. In: Scherhorn, G.; Weber, C. (Hrsg.): Nachhaltiger Konsum. Auf dem Weg zur gesellschaftlichen Verankerung, München, 433-442.
- Hansen, U. (1988): Marketing und soziale Verantwortung, Die Betriebswirtschaft (DBW), 48(6), 711-721.
- Hansen, U. (1990): Absatz- und Beschaffungsmarketing des Einzelhandels. Eine Aktionsanalyse, 2. Auflage, Göttingen.

- Hansen, U.; Schrader, U. (1997): A Modern Model of Consumption for a Sustainable Society, *Journal of Consumer Policy*, 20(4), 443-468.
- Hansen, U.; Schrader, U. (2001): Nachhaltiger Konsum - Leerformel oder Leitprinzip?. In: Schrader, U.; Hansen, U. (Hrsg.): Nachhaltiger Konsum. Forschung und Praxis im Dialog, Frankfurt a.M., 17-48.
- Hartwig, K.-H. (2007): Umweltökonomik. In: Apolte, T.; Bender, D.; Berg, H. et al. (Hrsg.): Vahlens Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik, 9. Auflage, Band 2, München, 195-242.
- Huber, J. (1995): Nachhaltige Entwicklung. Strategien für eine ökologische und soziale Erdpolitik, Berlin.
- IISD - International Institute for Sustainable Development (o.J.): General criteria for the selection of performance indicators in the context of sustainable development, online: <http://www.iisd.org/casl/CASLGuide/Criteria.htm>, abgerufen: 15.02.2013.
- IISD - International Institute for Sustainable Development (2013): Compendium. A Global Directory to Indicator Initiatives, online: <http://www.iisd.org/measure/compendium/>, abgerufen: 04.03.2013.
- imug - Institut für Markt-Umwelt-Gesellschaft (1997): Unternehmenstest. Neue Herausforderungen für das Management der sozialen und ökologischen Verantwortung, München.
- imug - Institut für Markt-Umwelt-Gesellschaft (Hrsg.) (2002): Der nachhaltige Warenkorb – Eine Hilfestellung für den nachhaltigen Konsum, imug Arbeitspapier 10, Hannover.
- Kleinhückenkotten, S.; Wegner, E. (2008): Nachhaltigkeit kommunizieren. Zielgruppen, Zugänge, Methoden, hrsg v. ECOLOG-Institut, Hannover.

- Koblin, S. (2006): Nachhaltigkeit im Beschaffungsmanagement. Ein Konzept zur Integration von Umwelt- und Sozialstandards, Wiesbaden.
- Koschnick, W.J. (1987): Standard-Lexikon für Marketing, Marktkommunikation, Markt- und Mediaforschung, München u.a..
- Kroeber-Riel, W.; Weinberg, P. (2003): Konsumentenverhalten, 8. Auflage, München.
- Kuby, O (1983): Qualitatives Wachstum, qualitativer Konsum und die Perspektiven der Verbraucherpolitik, Schriften der Verbraucherverbände, 16, Bonn.
- Kuhlmann, E. (1990): Verbraucherpolitik: Grundzüge ihrer Theorie und Praxis, München.
- Laurent, G.; Kapferer, J.-N. (1985): Measuring Consumer Involvement Profile, Journal of Marketing Research, 22, 41-53.
- Lerch, A.; Nutzinger, H.G. (2000): Sustainability: economic approaches and ethical implications, Volkswirtschaftliche Diskussionsbeiträge, 12, hrsg. v. der Universität Gesamthochschule Kassel, Kassel.
- Linz, M. (2002): Warum Suffizienz unentbehrlich ist. In: Linz, M.; Bartelmus, P; Hennicke, P. et al. (Hrsg.): Von nichts zu viel. Suffizienz gehört zur Zukunftsfähigkeit, Wuppertal, 7-12.
- Lorek, S.; Spangenberg, J.H. (2001): Indicators for environmentally sustainable household consumption , International Journal of Sustainable Development, 4(1), 101-120.
- Masson, T. (2011): Indikatorensysteme nachhaltiger Entwicklung im Spiegel der Forschungs-praxis: Konzepte und Indikatoren aus der deutschen Nachhaltigkeitsdiskussion, UFZ-Diskussionspapiere, Nr. 7, Leipzig.

MAFCA - Ministry of Agriculture, Food and Consumer Affairs Sweden (2005/06): Think twice! – An action plan for sustainable household consumption, Government Communication 2005/06:107, Stockholm.

Matzen, J. (1998): Nachhaltigkeit - ein neues politisches, sozialwissenschaftliches und didaktisches Leitbild?. In: Hufer, K.-P.; Wellie, B. (Hrsg.): Sozialwissenschaftliche und bildungstheoretische Reflexion: fachliche und didaktische Perspektiven zur politisch-gesellschaftlichen Aufklärung, Festschrift für Bernhard Claßen, Glienicke/Berlin, 155-168.

Meadows, D.; Meadows, D.; Zahn, E.; Milling, P. (1973): Die Grenzen des Wachstums. Bericht des Club of Rome zur Lage der Menschheit, Reinbek bei Hamburg.

MEDDTL - Ministère de l'Écologie, du Développement durable, des Transports et du Logement (2010): The National Strategy for Sustainable Development 2010-2013. Towards a green and fair economy, Paris.

Merkel, A. (2005): Rede anlässlich der Festveranstaltung „60 Jahre CDU“, 16. Juni 2005, Berlin.

Merkel, A. (2008): Rede anlässlich der Eröffnung der BtL-Anlage der Choren Industries GmbH, 17. April 2008, Freiberg.

nep - the new economics foundation (2012): The Happy Planet Index: 2012 Report. A global index of sustainable well-being, London.

OECD - Organisation for Economic Co-operation and Development (1999): Towards more sustainable household consumption patterns. Indicators to Measure Progress, Paris.

OECD - Organisation for Economic Co-operation and Development (2002): Towards sustainable household consumption? Trends and Policies in OECD Countries, Paris.

- Piorkowsky, M.-B. (2001): Sub-Paradigmen des Nachhaltigkeitsparadigmas. In: Schrader, U.; Hansen, U. (Hrsg.): Nachhaltiger Konsum. Forschung und Praxis im Dialog, Frankfurt a.M., 49-61.
- Pobisch, J.; Belz, F.-M. (2005): Geteilte Verantwortung aus Sicht von Lebensmittelherstellern. In: Belz, F.-M.; Karg, G.; Witt, D. (Hrsg.): Nachhaltiger Konsum und Verbraucherpolitik im 21. Jahrhundert, Marburg, 167-207.
- Preisendörfer, P. (2001): Provokative und harmlose Thesen zum politischen Leitbild einer nachhaltigen Entwicklung. In: Fischer, A.; Hahn, G. (Hrsg.): Vom schwierigen Vergnügen einer Kommunikation über die Idee der Nachhaltigkeit, Frankfurt a.M., 35-54.
- Prognos (2012): Gutachten zur Lage der Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland, im Auftrag der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung, Berlin.
- Quack, D.; Rüdener, I. (2007): Stoffstromanalyse relevanter Produktgruppen. Energie- und Stoffströme der privaten Haushalte in Deutschland im Jahr 2005, hrsg. v. Öko-Institut e.V., Freiburg.
- Querschnittsgruppe Arbeit und Ökologie (2000): Perspektiven einer nachhaltigen Arbeitsgesellschaft, WZB Mitteilungen, 89, 20-23.
- Reisch, L.A. (1998): Sustainable Consumption: Three Questions about a fuzzy Concept, Working Paper No. 13, Research Group "Consumption, Environment and Culture", Copenhagen Business School, Copenhagen.
- Reisch, L.A. (2004): Principles and Visions of a New Consumer Policy, Journal of Consumer Policy, No. 27, 1-42.
- Reisch, L.A.; Scherhorn, G. (1998): Auf der Suche nach dem ethischen Konsum. Nachhaltigkeit, Lebensstile und Konsumentenverhalten, Der Bürger im Staat, 48(2), 92-99.

- Renner, M. (2004): Eine weniger konsumorientierte Wirtschaftsordnung. In: Worldwatch Institute (Hrsg.): Zur Lage der Welt 2004: Die Welt des Konsums, Münster, 206-247.
- Reuters (2008): Weltbank identifiziert Biosprit als Preistreiber für Lebensmittel, Spiegel-Online, online: <http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,563817,00.html>, abgerufen: 13.02.2013.
- RNE - Rat für Nachhaltige Entwicklung (Hrsg.) (2012): Der Nachhaltige Warenkorb. Einfach besser einkaufen. Ein Ratgeber. 4. komplett überarbeitete Auflage, Berlin.
- Roberts, J.A. (1996): Green Consumers in the 1990s: Profile and Implications for Advertising, *Journal of Business Research*, 36. 217-231.
- Rogall, H. (2004): Ökonomie der Nachhaltigkeit. Handlungsfelder für Politik und Wirtschaft, Wiesbaden.
- Rubik, F. (2002): Integrierte Produktpolitik, Marburg.
- Rückert-John, J.; Bormann, I.; John, R. (2013): Repräsentativumfrage zu Umweltbewusstsein und Umweltverhalten im Jahr 2012, hrsg. v. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, Berlin.
- Sachs, W. (1997): Zur politischen Anatomie eines internationalen Leitbildes. In: Brand, K.W. (Hrsg.): Nachhaltige Entwicklung - Eine Herausforderung an die Soziologie, Opladen, 93-110.
- Schaeffer, B.; Alcantud, A. (2009): Practice and Research: Promotion of Sustainable Consumption Patterns, Initiatives for Responsible Consumption: Institutional Initiatives, IRC: institutional initiatives, CP/RAC, 82-88.
- Scherhorn, G.; Reisch, L.; Schrödl, S. (1997): Wege zu nachhaltigen Konsummustern. Überblick über den Stand der Forschung und vorrangige Forschungsthemen, Marburg.

- Schrader, U.; Hansen, U. (2002): Nachhaltiger Konsum, UmweltWirtschaftsForum (UWF), 10(4), 12-17.
- Schrader, U.; Schoenheit, I.; Hansen, U. (2003): Der Bock als guter Gärtner? Informationsoffenheit von Unternehmen als Beitrag zum Verbraucherschutz, Ökologisches Wirtschaften, 3-4, 15-17.
- Schoenheit, I. (2001): Denkanstöße zum Konzept des nachhaltigen Konsums. In: Schrader, U.; Hansen, U. (Hrsg.): Nachhaltiger Konsum. Forschung und Praxis im Dialog, Frankfurt a.M., 117-124.
- Schoenheit, I. (2004): Neue Politikfelder, nachhaltiger Konsum und Produktion. In: BMVEL - Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (Hrsg.): Nachhaltigkeits- und Agrarumweltindikatoren, Taggedokumentation, Bonn, 117-131.
- Schoenheit, I. (2009): Nachhaltiger Konsum. Aus Politik und Zeitgeschichte, 32-33, 19-26.
- Spangenberg, J.H.; Lorek, S. (2001): Sozio-ökonomische Aspekte nachhaltigkeitsorientierten Konsumwandels, Aus Politik und Zeitgeschichte, 24(1), 23-29.
- Spangenberg, J.H.; Lorek S. (2002): Lebensqualität, Konsum und Umwelt: intelligente Lösungen statt unnötiger Gegensätze, Köln/Overath.
- Statistisches Bundesamt (2006): Umweltnutzung und Wirtschaft. Bericht zu den Umweltökonomischen Gesamtrechnungen 2006, Wiesbaden.
- Statistisches Bundesamt (2008): Bruttoinlandsprodukt 2007, Wiesbaden.
- Statistisches Bundesamt (2012): Nachhaltige Entwicklung in Deutschland. Indikatorenbericht 2012, Wiesbaden.

Steinemann, M.; Meins, E., Guyer, M. (2008): Konsum Report Schweiz - Wie nachhaltig leben wir? hrsg. v. Center for Corporate Responsibility and Sustainability, Zürich.

Stø, E.; Austgulen, M.H.; Gordley, D.; Throne-Holst, H. (o.J.): Selection of indicators for sustainable food consumption: Responses from Norwegian consumers, National Institute for Consumer Research, Oslo, online: http://www.ssb.no/a/omssb/kurs_seminar/food_consumption_nor.pdf, abgerufen: 07.03.2013.

SWRR - Sustainable Water Resources Roundtable (2005): Sustainable Water Resources Roundtable Preliminary Report, online: http://acwi.gov/swrr/Rpt_Pubs/prelim_rpt/SWRR_2005final.pdf, abgerufen: 19.02.2013.

Tremmel, J. (2003): Nachhaltigkeit als politische und analytische Kategorie - Der deutsche Diskurs um nachhaltige Entwicklung im Spiegel der Interessen der Akteure, München.

Trommsdorff, V. (2004): Konsumentenverhalten, 6. Auflage, Stuttgart.

UBA - Umweltbundesamt (2001): Aktiv für die Zukunft - Wege zum nachhaltigen Konsum, Dokumentation der Tagung der Evangelischen Akademie Tutzing in Kooperation mit dem Umweltbundesamt vom 3.-5. April 2000, Texte, 37, Berlin.

UBA - Umweltbundesamt (2013): Umweltbewusstsein und Nachhaltiger Konsum. Umweltbewusstsein/Umweltkommunikation, online: <http://www.umweltbundesamt.de/umweltbewusstsein/umweltbewusstsein.htm>, abgerufen 10.04.2013.

UN - United Nations (2007): Indicators for Sustainable Development. Guidelines and Methodologies. 3rd edition, New York.

UNCSD - United Nations Commission on Sustainable Development (1998): Measuring Changes in Consumption and Production Patterns, New York,

online: <http://www.un.org/documents/ecosoc/cn17/1998/background/ecn171998-mccpp59text.htm>, abgerufen: 27.02.2013.

UNDESA - United Nations Department of Economic and Social Affairs (1998): Measuring Changes in Consumption and Production Patterns. A Set of Indicators, United Nations ST/ESA/264, New York

Vanhoutte, G.; Taverniers, L.; Heyerick, A. (2004): Development of Indicators for Sustainable Consumption and Production Patterns and for Integrated Product Policy. Ecological, Social and Economical Aspects of Integrated Product Policy, published by the Belgian Science Policy, Brussels.

Voss, G. (1997): Leitbild einer nachhaltigen Entwicklung. Darstellung und Kritik, Köln.

Wackernagel, M.; Rees, W. (1997): Unser ökologischer Fußabdruck: wie der Mensch Einfluß auf die Umwelt nimmt, Basel.

Wahl, S.; Schulte, M.; Butzmann, E. (2011): Das Wohlstandsquintett. Zur Messung des Wohlstands in Deutschland und früh industrialisierten Ländern, hrsg. v. Denkwerk Zukunft - Stiftung kulturelle Erneuerung, Bonn.

Watson, D.; Stenbaek Hansen, M.; Lorenz, U.; Szlezak, J.; Mortensen, L.; Stanners, D. (2010): A framework for indicator-based reporting on sustainable consumption and production, Conference paper, Knowledge Collaboration & Learning for Sustainable Innovation, ERSCP-EMSU conference, Netherlands.

Watson, D. et al. (2011): Progress in Sustainable Consumption and Production in Europe. Indicator-based Report, European Topic Centre on Sustainable Consumption and Production, Working Paper 1/2011, Copenhagen.

Weinberg, P. (1981): Das Entscheidungsverhalten der Konsumenten, Paderborn et al.

Weizsäcker, E.U. von; Lovins, A.B.; Lovins, L.H. (1997): Faktor Vier. Doppelter Wohlstand - halbiertes Naturverbrauch, München.

Weltkommission für Umwelt und Entwicklung (1987): Unsere gemeinsame Zukunft, Greven.

Weskamp, C. (1995): Determinanten nachhaltigen Konsums. In: Weskamp, C. (Hrsg.): Ökologischer Konsum. Ansätze und Leitbilder nachhaltig ökologischer und sozialverträglicher Lebensweisen, Berlin, 7-21.

Winterfeld, Uta v. (2007): Keine Nachhaltigkeit ohne Suffizienz. Fünf Thesen und Folgerungen, vorgänge, 3, 46-54.

Wullenweber, K. (2000): Wortfang. Was die Sprache über Nachhaltigkeit verrät., Politische Ökologie, 63/64, 23-24.