

Wie nachhaltig ist der Konsum in Hamburg?

Verbraucherumfragen von 2010 und 2000 im Vergleich



Einleitung

Im Jahre 2001 veröffentlichte der Zukunftsrat Hamburg die Ergebnisse einer repräsentativen Verbraucherumfrage zum Thema „nachhaltiger Konsum“ in Hamburg. Als Beitrag zum Jahr der „Europäischen Umwelthauptstadt 2011“ ließ der Zukunftsrat diese Umfrage im Dezember 2010 wiederholen. Die vorliegende Auswertung dokumentiert den gegenwärtigen Stand des Umweltbewusstseins und des umweltbezogenen Verhaltens der Hamburgerinnen und Hamburger und zieht Vergleiche zur Studie vor 10 Jahren. Neben Meinungen und Einstellungen wurden konkretes Verhalten und tatsächlicher Besitz in den Bereichen Mobilität, Energie- und Wasserverbrauch, Öko- und fair gehandelte Lebensmittel sowie Anschaffen, Nutzen und Entsorgen abgefragt.

Im Dezember 2000 hatte das Marktforschungsunternehmen IPSOS die Umfrage bei seinem Verbraucherpanel (fester repräsentativer Kreis von Antwort-bereiten Konsumenten) durchgeführt. Im Dezember 2010 machte das Institut ARIS eine computerunterstützte telefonische Befragung bei Telefon-Festnetzkunden. Hier konnten Antworten von 600 Personen ausgewertet werden. Um repräsentative Ergebnisse zu erhalten, wurden die Einzeldatensätze in statistischen Verfahren gewichtet. Zwar sind die beiden Umfragen von 2000 und 2010 wegen der unterschiedlichen Methoden nicht vollständig vergleichbar. Dieselben Fragen und die Repräsentativität beider Befragungen erlauben dennoch Aussagen zu Entwicklungen in den letzten 10 Jahren.

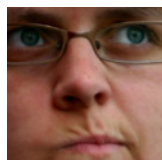


Inhalt

Einleitung	2
Zusammenfassung der Ergebnisse	4
Kapitel 1: Meinungen und Einstellungen	6
Zwölf Thesen	
Fazit	
Kapitel 2: Mobilität	14
1. Anzahl der Kfz nach Haushaltsgröße und -einkommen	
2. Der Weg zur Arbeit	
3. Urlaubsreisen	
Fazit	
Kapitel 3: Energie- und Wasserverbrauch	24
1. Sparmaßnahmen	
2. Wärmedämmung	
3. Öko-Strom	
Fazit	
Kapitel 4: Lebensmittel: bio, regional, fair gehandelt; Fleischkonsum	30
1. Regionale saisonale Produkte	
2. Bio-Produkte	
3. Fair gehandelte Produkte	
4. Fleischkonsum	
Fazit	
Kapitel 5: Anschaffen, Nutzen, Entsorgen	41
1. Ausstattung mit Haushaltsgeräten und Unterhaltungselektronik	
2. Gebraucht kaufen und eher reparieren als entsorgen?	
3. Entsorgen	
4. Nutzung von Pfandflaschen	
5. Mülltrennung	
Fazit	
Impressum	48

Zusammenfassung der Ergebnisse

Meinungen und Einstellungen:



Zunächst wurden persönliche Meinungen und Einstellungen zu Nachhaltigkeit, Umweltschutz und Konsum ermittelt. Erfragt wurde der Grad der Zustimmung zu vorgegebenen Thesen.

Für die große Mehrheit der Hamburgerinnen und Hamburger erhöht mehr Konsum ihre Lebensqualität nicht. Mehrheitliche Zustimmung (voll oder weitgehend) erhält auch die These, dass unsere Konsumgewohnheiten nicht auf alle Menschen übertragbar sind, ohne den Globus unbewohnbar zu machen.

Das Gefühl der Verantwortung gegenüber den zukünftigen Generationen und für die Menschen, die unsere Konsumgüter in anderen Ländern herstellen, ist bei der Mehrheit nach wie vor stark, es ist aber schwächer als im Jahre 2000. Ein Drittel der Befragten (2000: unter 20%) traut Wissenschaft und Technik heute zu, viele Umweltprobleme zu lösen, so dass eine Änderung der Lebensweise nicht erforderlich wird. Der Glaube an das Wirtschaftswachstum als Bedingung für Lebensstandard, Fortschritt und Entwicklung ist dabei immer noch stark (fast 80% volle und weitgehende Zustimmung), aber doch nicht ohne Ausnahme. Es gibt auch eine Mehrheit für die These, dass demokratische Verfahren mit Bürgerbeteiligung und starkem Grundrechtsschutz die Politik eher daran hindert, die für eine zukunftsfähige Entwicklung notwendigen Maßnahmen durchzusetzen. Die 18- bis 24-Jährigen stimmen dem sogar zu über 70% voll oder weitgehend zu.

Aussagen zum tatsächlichen Verhalten betreffen die Bereiche Mobilität, Energie- und Wasserverbrauch, Lebensmittel sowie Ausstattung und Entsorgung.

Mobilität:



Bei der Verkehrsmittelwahl für den täglichen Arbeitsweg ist gegenüber 2000 insgesamt kein Trend erkennbar. Deutlich ist, dass die Nutzung des Autos – unabhängig von der HVV-Erreichbarkeit – vor allem vom monatlichen Nettoeinkommen abhängt. Der Umstiegs-wille (vom Auto zum HVV) scheint insgesamt zurückgegangen zu sein.

Ein höherer Benzinpreis ist 2010 für noch weniger Befragte (unter 10%) als 2000 ein Wechsel-Motiv.

Die Anzahl der Urlaubsreisen pro Haushalt hat sich 2010 etwas verringert, die Ziele haben sich dagegen wenig verändert – ca. 40% bleiben in Deutschland. Als Verkehrsmittel hat das Flugzeug gegenüber dem Auto aufgeholt – das ist keine nachhaltige Entwicklung.

Energie- und Wasserverbrauch:



Bei den kleineren alltäglichen Einsparmaßnahmen hat sich auf hohem Niveau wenig verändert zwischen 2000 und 2010. Bei der Wohnungs-Dämmung gegen Energieverluste ist dagegen 2010 eine deutliche Steigerung – insbesondere bei Eigentümer-Haushalten und der wohlhabendsten Haushaltsgruppe – zu verzeichnen.

2010 beziehen 16,4% der Haushalte Öko-Strom – gegen 3,3% 2000. Auch die bei Nicht-Ökostrom-Beziehern abgefragte Neigung zu einem Anbieterwechsel hat sich verbessert.

Lebensmittel:



Über 60% der Haushalte – besonders die älteren, wohlhabenden und die 3-Personen-Familien – ziehen möglichst Lebensmittel aus der Region vor. Bio-Produkte werden 2010 von 30% der Haushalte „häufig“ oder „sehr oft“ gekauft. Dabei hat der Supermarkt den Wochenmarkt als Quelle eindeutig verdrängt. „Fair gehandelte“

Produkte wurden 2010 von über 30% häufig und sehr oft gekauft – mehr als viermal so häufig wie 2000. Allerdings kaufen 2010 über 45% der Haushalte nie fair gehandelte Produkte. Beim Fleischkonsum zeigt sich 2010 ein Trend zu weniger Fleischmahlzeiten in der Woche als noch 2000: Fast 40% essen nur 1-2 mal pro Woche Fleischgerichte.

Ausstattung und Entsorgung:



Wie zu erwarten war, sind 2010 mehr Haushalte mit Haushalts-, Unterhaltungs- und Kommunikationsgeräten ausgestattet als 2000. Das gilt besonders für Geschirrspüler, Computer und Mobiltelefone. Von DVD- und MP3-Playern, Handys und Fernsehgeräten sind jeweils über 30% jünger als 2 Jahre. Deutlich zurückgegangen ist die

Bereitschaft, ein defektes Gerät zunächst zu reparieren oder reparieren zu lassen. Beim Entsorgen ist die Recyclingrate im Vergleich zu 2000 deutlich angestiegen (gegenüber der Weitergabe, Entsorgung im Hausmüll und der Aufbewahrung ohne Nutzung). Die Mülltrennung ist 2010 gegenüber 2000 bei noch mehr Haushalten regelmäßige Praxis; stark gesteigert hat sie sich bei Problemstoffen, aber auch Glas und Altpapier werden in über 80% der Haushalte getrennt entsorgt und damit recycelt.

Meinungen und Einstellungen

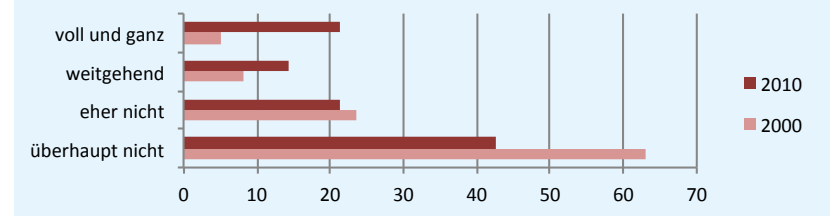


Foto: München / photodisc.com

Verbraucher richten ihr Verhalten – soweit sie es bewusst steuern – nach bestimmten Überzeugungen, Haltungen und Auffassungen. Nicht immer lassen sich diese jedoch tatsächlich umsetzen – sei es, dass das Geld fehlt oder andere Motive vorherrschen, sei es, dass es an entsprechenden Angeboten mangelt. Deswegen erscheint die Abfrage von Meinungen und Einstellungen auch unabhängig von der Umsetzung in Konsumverhalten von eigenem Wert. Besonders interessant ist hier der Zeitvergleich: Haben sich die Einstellungen der Hamburger Bevölkerung in den letzten Jahren verändert? Es wurde erfragt, ob die nachstehenden Thesen und Behauptungen „voll und ganz“, „weitgehend“, „eher nicht“ oder „überhaupt nicht“ geteilt werden. Die Grafiken geben die Meinung aller Antwortenden wieder; der erläuternde Text wertet auch Alters- und Einkommensangaben der Antwortenden aus.

Nach-mir-die-Sintflut-These

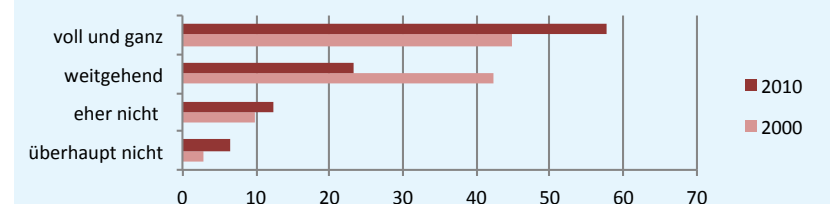
Die heutige Generation muss sich keine Gedanken darüber machen, ob ihre Art zu leben möglicherweise Auswirkungen auf zukünftige Generationen haben könnte.



Die Werte der 2010-Umfrage unterscheiden sich deutlich von denen der 2000-Umfrage: Vor 10 Jahren teilten nur 13,1% der Antwortenden diese „Nach-mir-die-Sintflut-These“ voll oder weitgehend, 2010 sind es 35,8%, bei den 18- bis 24-jährigen und den Haushalten, die ein Nettoeinkommen unter 1.500 Euro haben, sogar um die 43%.

Umwelt-Pessimismus-These

Es beunruhigt mich, wenn ich daran denke, unter welchen Umweltverhältnissen unsere Kinder / Enkel wahrscheinlich leben müssen.

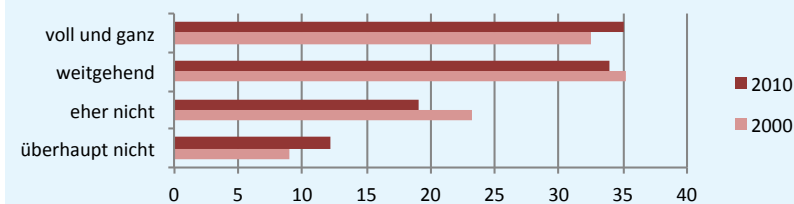


Auch wenn die volle Zustimmung zu dieser „Umwelt-Pessimismus-These“ 2010 mit 58% größer ist als 2000, werden auch die Vorbehalte dagegen („eher nicht“ und „überhaupt nicht“) mit zusammen 18,9% deutlich größer – die Befürchtungen um die zukünftige Umweltsituation also kleiner. Dies gilt am ehesten für die armen Haushalte unter 750,- Euro Nettoeinkommen monatlich (23%).

In der Umfrage „Umweltbewusstsein in Deutschland 2010“ des Bundesumweltamtes stimmten derselben These insgesamt 75% der Befragten voll oder weitgehend zu; 25% beunruhigte die zukünftige Umweltsituation nicht.

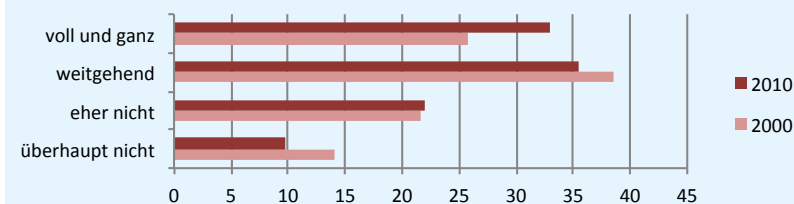
Konsumfreiheits-These

Der Staat darf in die Konsumfreiheit nur eingreifen, um den Bürger vor Gesundheitsgefahren zu schützen.



Staatseinfluss-These

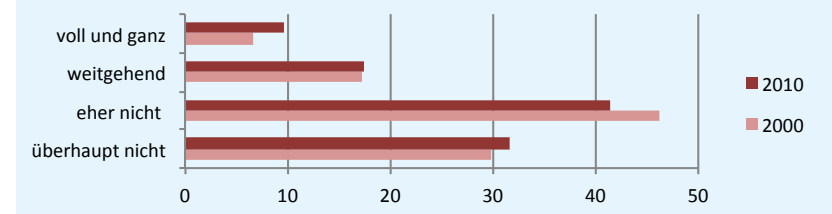
Der Staat darf z.B. durch Besteuerung politischen Einfluss auf Konsumentenentscheidungen zugunsten des Umweltschutzes nehmen.



Bei der „Konsumfreiheits-These“ und der „Staatseinfluss-These“ hat sich in den letzten 10 Jahren im Wesentlichen nur die Intensität innerhalb der zustimmenden oder ablehnenden Haltung zu diesen Thesen verändert. Bei den Haushalten mit einem mittleren Nettoeinkommen (2.250 bis 3.000 Euro) erfährt die Staatseinfluss-These mit 78% eine wesentlich größere Zustimmung als bei den ärmeren und den reichsten Haushalten.

Mode-These

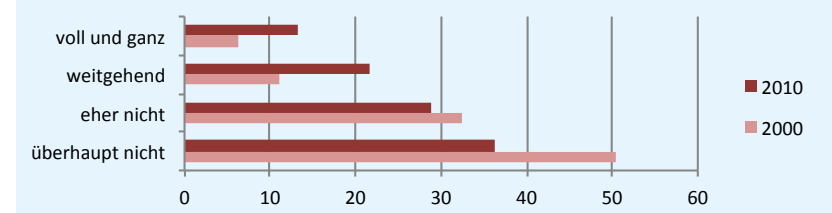
Modische, neue Produkte machen Spaß, fördern die Wirtschaft und sichern Arbeitsplätze. Dies ist wichtiger als der erhöhte Rohstoffverbrauch und Entsorgungsaufwand bei gesteigertem Konsum.



Die Zustimmung zu dieser „Mode-These“ ist 2010 etwas größer als 2000. „Naturgemäß“ gibt es große Unterschiede bei den Altersgruppen: Während über die Hälfte der 18- bis 24-Jährigen dieser These (2010) voll oder weitgehend zustimmen, sind es schon bei den 25- bis 34-Jährigen, aber auch bei den über 60-Jährigen etwa ein Viertel der Befragten.

Fortschritts-These

Wissenschaft und Technik werden viele Umweltprobleme lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise ändern müssen.

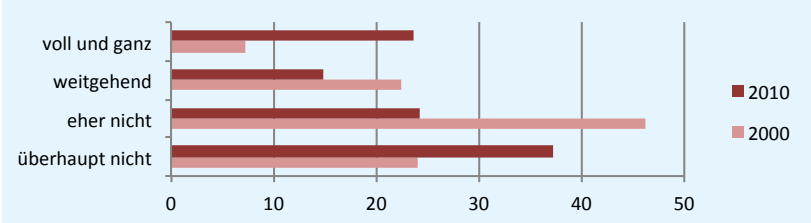


Der Glaube an Wissenschaft und Technik und zugleich das Vertrauen darauf, dass sich unsere Lebensweise nicht ändern muss, sind in den letzten 10 Jahren deutlich gestiegen: Stimmten 2000 nur 17,3% der antwortenden Personen der „Fortschritts-These“ voll oder weitgehend zu, waren es 2010 42,2%. Überdurchschnittlich setzen die Jungen (18 bis 24 Jahre) und die Alten (über 60 Jahre) auf den technischen Fortschritt als Problemlöser. Die Mehrheit der Skeptiker schwindet.



Keine-Herstellungsverantwortungs-These

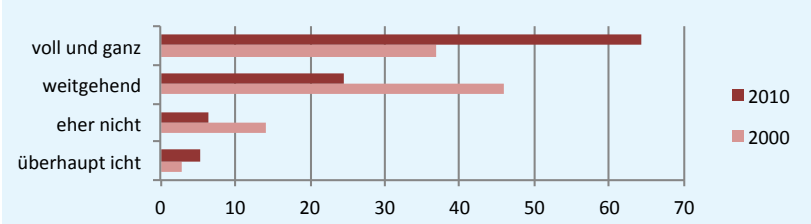
Es ist nicht Aufgabe der Verbraucher, sich um die sozialen und ökologischen Bedingungen zu kümmern, unter denen Nahrungsmittel und Konsumgüter (z.B. in sogenannten Entwicklungsländern) hergestellt werden.



Auch die globale Verantwortung für soziale und ökologische Produktionsbedingungen ist in den letzten 10 Jahren insgesamt um ca. 10 Prozentpunkte geschwunden. Die Pro- und die Contra-Einstellungen zur „Keine-Herstellungsverantwortungs-These“ sind eindeutiger geworden. Das Mitverantwortungs-Gefühl ist 2010 bei den 18- bis 24-jährigen wesentlich geringer (2010: 54,4% Zustimmung zur These) als bei den 45- bis 59-jährigen (32,8% Zustimmung).

Sättigungs-These

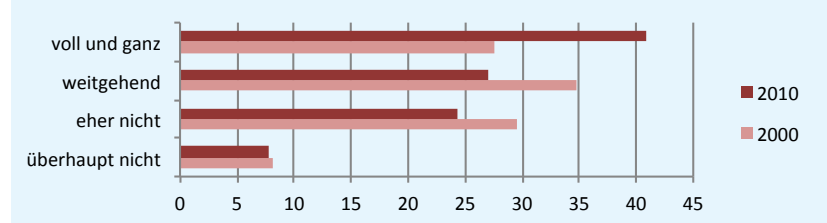
Eigentlich habe ich alles, was ich brauche. Mehr Konsumgüter würden meine Lebensqualität insgesamt nicht wirklich erhöhen.



Schon 2000 war die Zustimmung zu dieser „Sättigungs-These“ mit 82,9% („voll und ganz“ und „weitgehend“) erstaunlich hoch, 2010 wurde diese Quote mit 88,6% noch übertroffen, wobei die vorbehaltlose Zustimmung noch deutlich zunimmt. Auch die Jüngeren (18- bis 34-jährigen) erreichen 2010 einen Wert von über 82%. Männer und Frauen lassen keine Unterschiede erkennen. Erstaunlich ist, dass auch die ärmeren Haushalte bis zu 1.500 Euro Netto-Einkommen dieser These zu 88,4% voll oder weitgehend zustimmen – ein Indiz für eine Entkoppelung der Lebensqualität von materiellem Wohlstand.

Unbewohnbarkeits-These

Wenn alle Menschen der Welt die Konsumgewohnheiten der Durchschnitts-Hamburger übernehmen, würde der Globus wegen des Rohstoffverbrauchs, der Müllprobleme und der Klimaänderungen bald unbewohnbar.

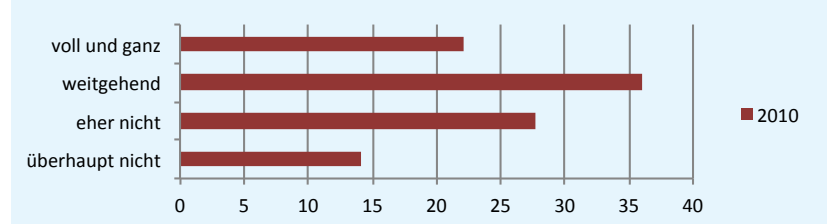


Diese „Unbewohnbarkeits-These“ erfährt 2010 weniger Widerspruch als noch 2000, am meisten noch mit 41% („eher nicht“ und „überhaupt nicht“) von ärmeren Haushalten mit einem Netto-Einkommen bis 1.500 Euro. Das Bewusstsein dafür, dass die Hamburger Bevölkerung gemessen am Welt-Durchschnitt „über ihre Verhältnisse lebt“, ist gestiegen.

Die folgenden 3 Fragen wurden 2000 noch nicht gestellt:

Demokratie-Dilemma-These

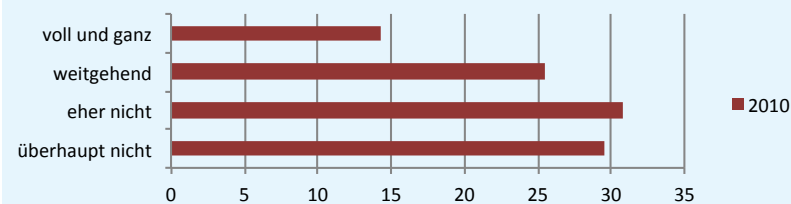
In einer Demokratie mit Grundrechten und Bürgerbeteiligung wird die Politik nicht die Maßnahmen durchsetzen können, die für eine zukunftsfähige und nachhaltige Entwicklung notwendig sind.



Eine deutliche Mehrheit von 58,2% der Antwortenden sieht Nachhaltigkeitspolitik heute vor einem Demokratie-Dilemma. Dazu werden die Auseinandersetzungen 2010 um das Gängeviertel in Hamburg, um den Bahnhof „Stuttgart 21“ und die Debatten über die allgemeine Bürgerferne von Politik beigetragen haben. Besonders die Jungen stimmen der „Demokratie-Dilemma-These“ zu (70,9% der 18- bis 24-jährigen). Interessant ist, dass Haushalte mit einem Netto-Einkommen bis 3.000 Euro dieser These „nur“ zu 54,4% voll oder überwiegend zustimmen, während es bei den reicheren Haushalten ab 3.000 Euro Netto-Einkommen 69,6% sind.

Globalisierungs-These

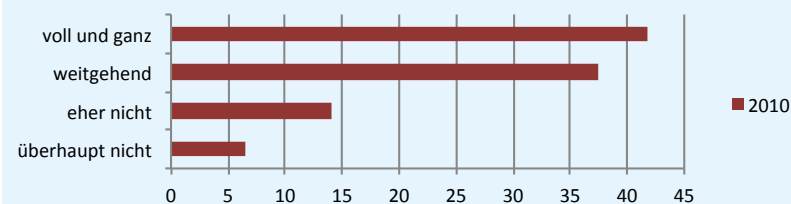
Angesichts globalisierter Märkte ist eine Orientierung des Konsums auf saisonale regionale Produkte nicht mehr zeitgemäß.



Eine deutliche Mehrheit von 60,3%, vor allem bei den jüngeren und bei den Männern, widerspricht der „Globalisierungs-These“ („eher nicht“ und „überhaupt nicht“). Zustimmung erfährt sie eher bei den über 60-Jährigen (46,4% „voll und ganz“ und „weitgehend“), aber auch bei den Haushalten mit mittlerem Netto-Einkommen zwischen 1.500 und 3.000 Euro (43,6%). Für regionale Produkte ergeben sich daraus – jedenfalls theoretisch – große Marktchancen.

Wachstums-These

Für Lebensstandard, Fortschritt und Entwicklung ist Wirtschaftswachstum (Bruttonationaleinkommen) unverzichtbar.



79,2% der antwortenden Personen folgen der „Wachstums-These“. Bemerkenswert ist, dass die Zustimmungsquote bei den mittleren Jahrgängen (35- bis 44-Jährige) mit 73,4% am Geringsten ausfällt. Angesichts dieser von Politik, Parteien, Wirtschaft und Medien täglich verkündeten, weitgehend „selbstverständlichen“ Auffassung erstaunt dennoch die insgesamt wachstumskritische Überzeugung bei einer starken Minderheit von insgesamt über 20% („eher nicht“ und „überhaupt nicht“); bei den ärmeren Haushalten (bis 1.500 Euro) sind es 28%.

Dies entspricht auch dem Ergebnis der Umfrage „Umweltbewusstsein in Deutschland 2010“ des Bundesumweltamtes (Nov. 2010; www.umweltdaten.de/publikationen/fpdf-l/4045.pdf): 26% der Befragten widersprachen („eher nicht“ und „überhaupt nicht“) der These: „Um mit dem Klimawandel und anderen Umweltproblemen klar zu kommen, brauchen wir

vor allem ein hohes Wirtschaftswachstum. Denn die dafür notwendigen Maßnahmen kosten viel Geld“.

Fazit

Im Vergleich zur Umfrage von 2000 offenbart die aktuelle Befragung von 2010, dass das Verantwortungsgefühl der heutigen Hamburger Bevölkerung gegenüber zukünftigen Generationen und gegenüber den sozialen Arbeitsbedingungen in den Herstellungsländern unserer Konsumgüter abgenommen hat. Man ist heute weniger beunruhigt über zukünftige Umweltbedingungen, sieht eher die Vor- als die Nachteile gesteigerten Konsums und vertraut mehr als früher darauf, dass die Erfolge von Wissenschaft und Technik eine Änderung der eigenen Lebensweise unnötig machen. Dazu wird weiteres Wirtschaftswachstum als notwendige Bedingung gesehen.

Dabei wird heute noch offener als früher eingestanden, dass mehr Konsum die Lebensqualität kaum erhöht und unser Lebensstil unseren Globus bald unbewohnbar machen würde, wenn er von allen Menschen der Welt kopiert würde. Das verbreitete Bekenntnis zum regionalen / saisonalen Konsum erscheint als Vorbehalt gegenüber den Segnungen der Globalisierung. Die hohe Zustimmung zur Demokratie-Dilemma-These kann vor diesem Hintergrund möglicherweise auch als Ratlosigkeit oder Resignation gedeutet werden.

Hat sich das „Nachhaltigkeitsbewusstsein“ in den letzten 10 Jahren insgesamt eher ungünstig entwickelt, sagt dies über das absolute Niveau noch nichts aus. Verglichen mit der bundesweiten Erhebung des Umweltbundesamtes 2010 ist auch heute eher von einem insgesamt höheren Umweltbewusstsein der Hamburger Bevölkerung gegenüber dem Bundesdurchschnitt auszugehen (vgl. die Umwelt-Pessimismus-These).

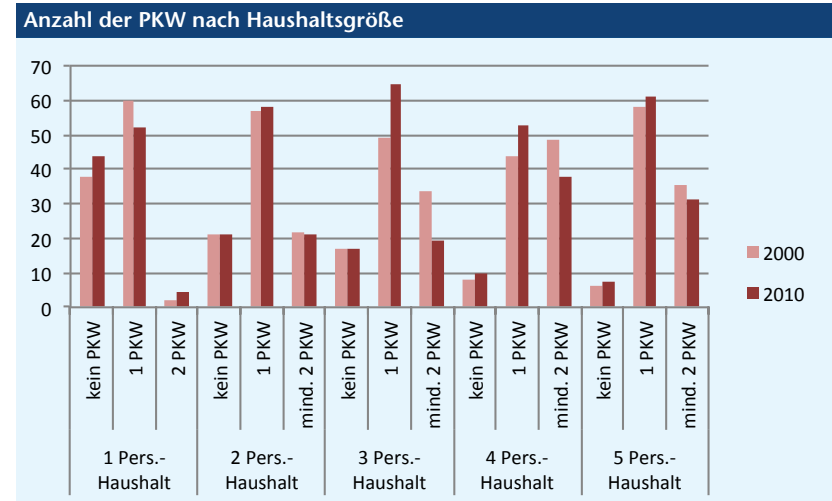
Mobilität

Nachhaltiger Konsum im Sinne des Umwelt-, Ressourcen- und Klimaschutzes bedeutet im Bereich der Mobilität grundsätzlich folgendes: beim Weg zur Arbeit, aber auch in der Freizeit eher den öffentlichen Nahverkehr und das Fahrrad nutzen als das Auto; Urlaubsreisen eher seltener, nicht so weit weg und seltener mit dem Flugzeug unternehmen. Dem stehen allerdings gewichtige andere Wünsche und Interessen der Menschen gegenüber – von Bequemlichkeit über Sicherheit bis zu Neugier, Horizonterweiterung und Abenteuer-Erleben.

Schon die Umfrage 2000 zeigte, dass diese Motive eine nachhaltige Mobilität erschweren. Die aktuelle Erhebung mit denselben Fragen ergibt folgendes:

1. Anzahl der Kfz nach Haushalts-Größe und -Einkommen

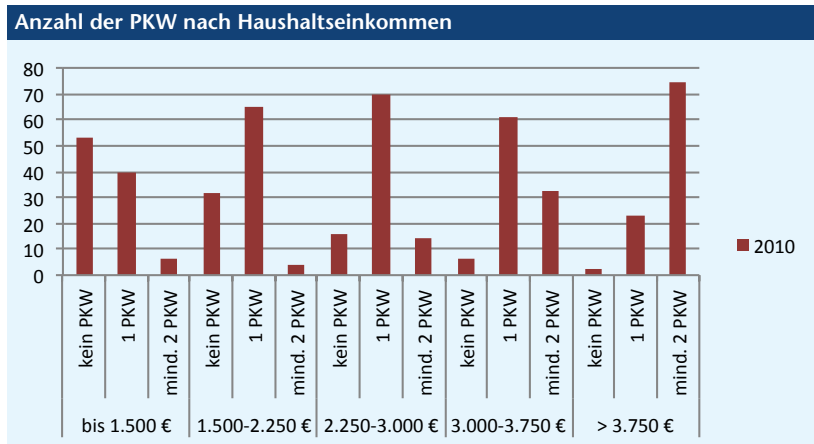
Die nachstehende Grafik zeigt, wie viel Prozent der jeweiligen Haushaltsgröße über kein, 1 und mindestens 2 Autos verfügen. So haben z.B. 2010 43,6% aller 1-Personen-Haushalte und 21,3% aller 2-Personen-Haushalte kein Auto. Immerhin 4,3% der 1-Personen-Haushalte verfügen 2010 dagegen über 2 Autos.



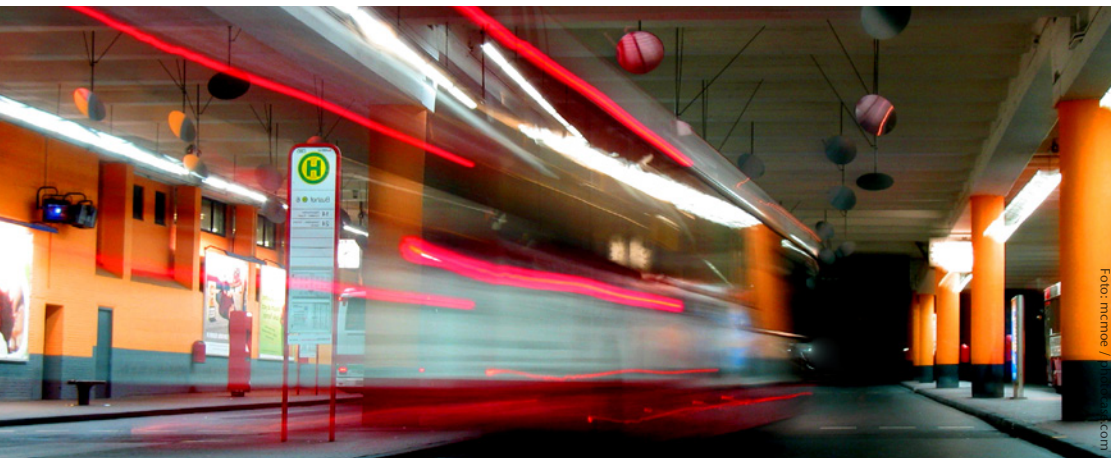
Insgesamt verringerte sich von 2000 bis 2010 der Anteil der Haushalte mit 2 Autos zugunsten des Anteils mit 1 Auto, bei den 1-Personen-Haushalten nahm der Anteil der Haushalte mit 1 Auto zugunsten des mit keinem Auto ab. Da es sich hier um relative (Prozent-)Zahlen handelt, sagt die Grafik allerdings nichts darüber aus, wie viele PKW insgesamt in Hamburg zugelassen sind. Hier ist die (steigende) absolute Anzahl der Haushalte entscheidend; überdies haben die 1- und 2-Personen-Haushalte in Hamburg

mit über 70% ein deutlich größeres Gewicht als die größeren Haushalte. Die amtliche Statistik weist für Anfang 2000 einen PKW-Bestand in Hamburg von 680.000 und für Anfang 2010 einen Bestand von 715.000 aus.

Zur Frage, wie sich die Zahl der Autos eines Haushalts zu dessen Netto-Einkommen verhält, ist kein direkter Vergleich zwischen 2000 und 2010 möglich. Einerseits wurde im Jahre 2000 das Einkommen noch in DM angegeben, zum anderen lassen sich die Einkommensgruppen nicht miteinander vergleichen. Die nachstehende Grafik zeigt deswegen nur die Ergebnisse der 2010-Umfrage.



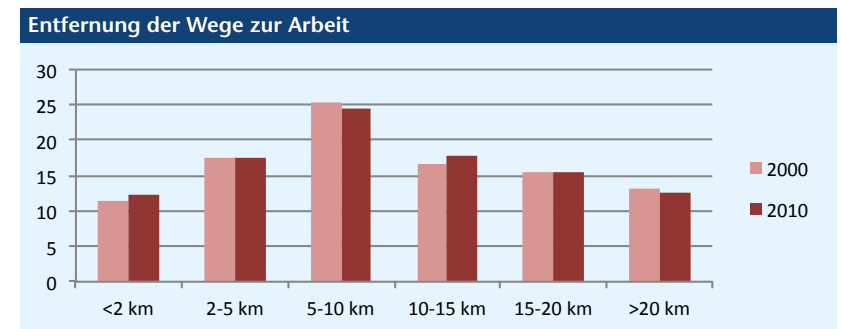
Die Grafik legt einen Zusammenhang zwischen Einkommen und Zahl der Autos im Haushalt sehr nahe: Bei der ärmsten Gruppe (20,7% der Haushalte) haben 53% der Haushalte kein Auto, bei der reichsten Gruppe (7,9% der Haushalte) haben fast 75% der Haushalte mindestens 2 Autos.



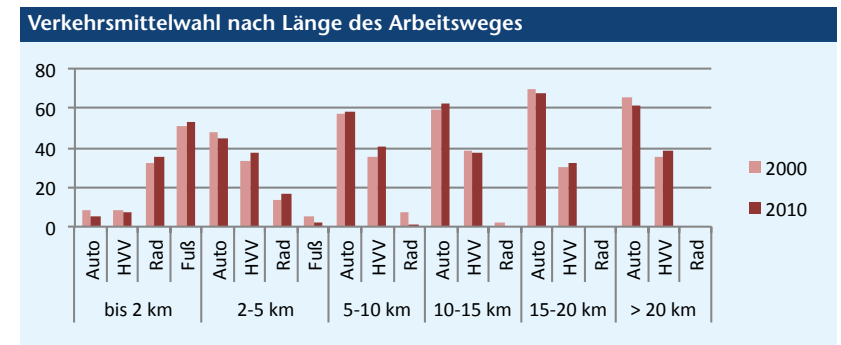
2. Der Weg zur Arbeit

Entscheidend für ein nachhaltiges Verbraucherverhalten ist nicht allein der Besitz eines Autos, sondern in erster Linie seine Nutzung, vor allem im täglichen Berufsverkehr. Wie viele Hamburger nutzen dafür statt des energie- und ressourcenintensiven Autos den „Umweltverbund“, also den öffentlichen Nahverkehr (HVV), das Fahrrad oder Schusters Rappen? Wichtig sind diese Fragen insbesondere bei den Befragten, die ihre Arbeits- oder Ausbildungsstätte auch gut mit dem HVV erreichen könnten (Kriterium: unter 10 Minuten Fußweg zu und von der Haltestelle)

Interessant ist zunächst, wie lang für die Hamburgerinnen und Hamburger der Weg zur Arbeit ist und wie sich die Länge des Arbeitsweges zur Wahl des Verkehrsmittels verhält. Da nur Haushalte innerhalb der Stadtgrenzen befragt wurden, können die vielen Pendler aus dem Umland hier nicht berücksichtigt werden.



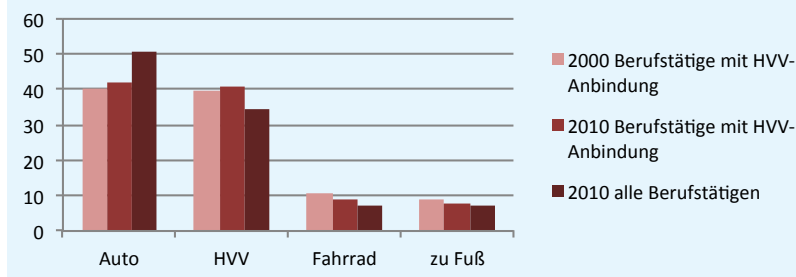
Die mittlere Distanz von 5-10 km ist die häufigste Weglänge; ca. ein Viertel der Bevölkerung legt ihn werktäglich 2mal zurück. Dies gibt der Verkehrsmittelwahl auf dieser Strecke entsprechendes Gewicht:



Bei den kürzeren Strecken bis 5 km und bei den längeren ab 15 km ist 2010 eine umweltfreundlichere Verkehrsmittelwahl festzustellen: Das Auto verliert Anteile, das Rad und der HVV gewinnen Anteile. Die besonders häufigen Arbeitswege zwischen 5 und 15 km werden 2010 dagegen zu einem leicht höheren Anteil als 2000 mit dem Auto zurückgelegt.

Bei den Befragten, die für ihren Weg zur Arbeit weniger als 10 Minuten zur nächsten HVV-Haltestelle zu Fuß gehen müssen, sieht der „modal split“ (die Anteile der 4 Verkehrsträger) so aus:

Verkehrsmittelwahl der Berufstätigen bei guter HVV-Anbindung

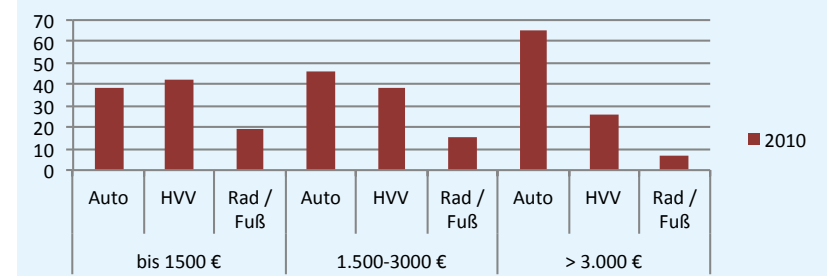


Von den Berufstätigen / Auszubildenden, die eine gute HVV-Anbindung haben, nutzt 2010 ein höherer Anteil das Auto, aber auch den HVV – zulasten von Fahrrad und zu-Fuß-Gehen. Betrachtet man alle Berufstätigen / Auszubildenden, ist der Anteil der Autofahrer unter ihnen noch einmal deutlich erhöht.

Dies widerspricht nicht unbedingt den Ergebnissen der Verkehrszählungen, die in den letzten Jahren eine starke Steigerung der Fahrradnutzung feststellen: Zum einen dokumentieren die Verkehrszählungen nicht den Zweck der Fahrt, zum anderen kann – bei stark erhöhtem Verkehrsaufkommen – der Anteil fallen und die gezählte absolute Zahl dennoch steigen.

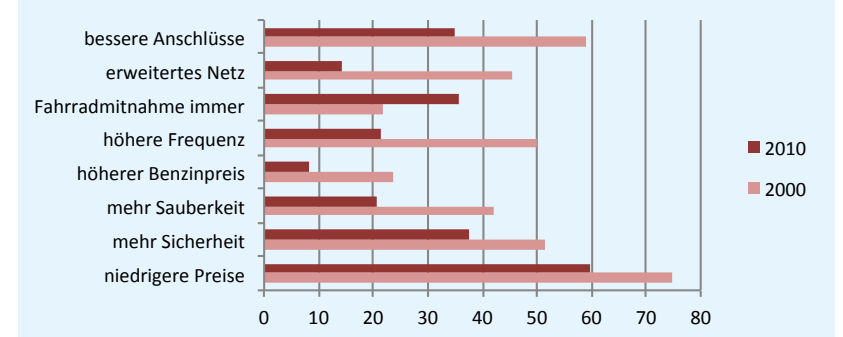
Insgesamt hat sich der „modal split“ der Berufstätigen und Auszubildenden in den letzten 10 Jahren aus Sicht der Nachhaltigkeit nicht verbessert, sondern leicht verschlechtert. Dass neben dem PKW-Besitz auch die Verkehrsmittelwahl – unabhängig von der Länge des Arbeitsweges – wahrscheinlich stark vom Netto-Einkommen des Haushalts abhängt, zeigt die folgende Grafik:

Verkehrsmittelwahl nach Haushaltseinkommen



Die Personen, die hauptsächlich mit dem Auto zur Arbeit / Ausbildung fahren, wurden befragt, welche Verbesserungen im HVV (oder Verschlechterung beim Benzinpreis für das Auto) sie „bestimmt“ dazu bewegen könnten, mehr den HVV zu nutzen. Die Antworten von 2000 und 2010 unterscheiden sich erheblich, ohne dass sich dafür ein Grund aufdrängt. 2010 konnten alle in der Frage vorgeschlagenen Gründe (siehe Grafik) wesentlich weniger Befragte als 2000 „bestimmt“ dazu motivieren, vermehrt den HVV zu nutzen (einzige Ausnahme: die Fahrradmitnahme auch in den Hauptverkehrszeiten). Daraus lässt sich möglicherweise schließen, dass insgesamt die Bereitschaft zum Wechsel des Verkehrsmittels abgenommen hat. Interessant ist der Widerspruch, dass der Benzinpreis für die Mehrnutzung des HVV praktisch kaum eine Rolle spielt, der Preis für die Nutzung des HVV aber offensichtlich eine entscheidende Rolle spielt.

Gründe, die „bestimmt“ zu einer häufigeren Nutzung des HVV motivieren würden



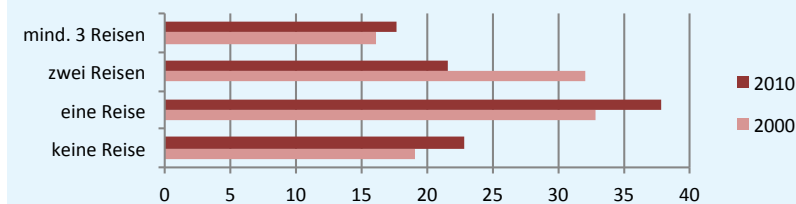
3. Urlaubsreisen

Urlaubsreisen sind aus der Sicht des Umweltschutzes und der Nachhaltigkeit ein problematischer Bereich wegen der Intensität der umwelt- und klimaschädlichen Verkehrsmittelnutzung, besonders bei Flugreisen. Pro Person und km emittieren Flugzeuge ca. 380 g CO₂, Mittelklasse-PKW 150 g und – wenn ausgelastet – die Bahn 40 g und Reisebusse 20 g (www.umweltbewusst-heizen.de/verkehr/CO2-Vergleich-PKW-Flug.html).

Gleichzeitig sind Urlaubsreisen die begehrteste Art der Mobilität mit (im besten Falle) positiven Effekten auch für die wirtschaftliche Entwicklung in den Zielländern.

Die Häufigkeit von Urlaubsreisen je befragter Person hat sich von 2000 zu 2010 verändert:

Anzahl der Urlaubsreisen im Jahr

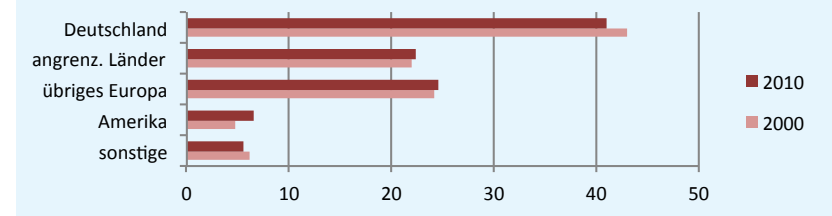


2010 ist ein höherer Anteil der Antwortenden überhaupt nicht verreist oder hat (nur) 1 Urlaubsreise unternommen. Der Anteil der Antwortenden, die zweimal verreisten, ist 2010 ca. 10% geringer als 2000 – „zugunsten“ hauptsächlich derjenigen, die nur 1 Reise machten, aber auch derjenigen mit mindestens 3 Reisen. Insgesamt sind 2010 weniger Urlaubsreisen unternommen worden als 2000.

Die Anzahl der Urlaubsreisen ist – wie zu erwarten – abhängig vom monatlichen Netto-Einkommen des Haushalts: Während von den Haushalten mit einem Netto-Monatseinkommen unter 3000 Euro nur 9,7% drei und mehr Urlaubsreisen im Jahr 2010 machen, sind dies bei einem Einkommen ab 3000 Euro immerhin 48,6%.

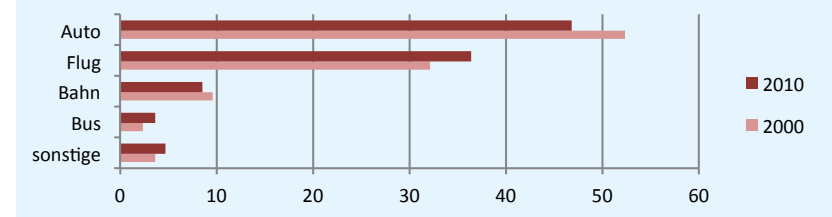
Da Energiebedarf, Ressourcenverbrauch und CO₂-Belastung einer Reise mit jedem Kilometer steigen, sind auch die Ziele der Reisen von Bedeutung.

Zielregionen aller Urlaubsreisen



Die Entfernungen der Urlaubsreisen sind 2010 tendenziell etwas größer als 2000 (wobei etwa Holland und Südschweden von Hamburg aus näher liegen als Berchtesgaden). Unter den sonstigen Urlaubszielen bildet Afrika die Hauptgruppe. Aus Sicht der Nachhaltigkeit sind neben der Anzahl der Reisen und der zurückgelegten Entfernungen die Verkehrsmittel wichtig. Die folgende Grafik zeigt die Verkehrsmittel aller Urlaubsreisen zusammen:

Haupt-Verkehrsmittel aller Urlaubsreisen im Jahr



Gegenüber 2000 hat 2010 der Prozent-Anteil der Flugreisen zu- und der der Autoreisen abgenommen – eine Verschlechterung der „Urlaubs-Ökobilanz“. Im PKW fahren zudem in aller Regel zwei und mehr Personen zusammen in den Urlaub, ohne dass dies den CO₂-Ausstoß wesentlich erhöht. Die Zunahme bei Bus und sonstige (Schiff, Fahrrad, Segelboot) ist zwar positiv, fällt aber kaum ins Gewicht.



Fazit

Die Anzahl der PKW pro Haushalt hat sich 2010 im Vergleich zu 2000 bei den 1-Person-Haushalten verringert, 43,6% verzichten nun ganz auf ein Auto (2000: 38,1%). Auch bei den größeren Haushalten mit 3 und mehr Personen, die allerdings weniger ins Gewicht fallen, sind die Anteile mit 2 und mehr PKW kleiner geworden – zugunsten der Haushalte mit nur 1 PKW. Bei den 2-Personen-Haushalten haben sich die Anteile nur unwesentlich verschoben. (Die dennoch festzustellende absolute Steigerung des PKW-Gesamtbestandes beruht auf der gestiegenen Anzahl der Haushalte insgesamt, insbesondere der kleineren.) Sehr deutlich ist, dass die Anzahl der PKW in einem Haushalt statistisch in erster Linie vom Haushaltseinkommen abhängt.

Beim täglichen Weg zur Arbeit bzw. Ausbildung wird im Vergleich zu 2000 auf den besonders häufigen mittleren Strecken (5-15 km) heute mehr Auto und weniger Bus und Bahn gefahren. Bei den kurzen und den längeren Arbeitswegen hat dagegen die Nutzung des „Umweltverbundes“ (HVV, Rad, zu Fuß) zugenommen. Bei den Haushalten, die eine gute Anbindung zum HVV haben, haben insgesamt sowohl die HVV- als auch die Autonutzung zugenommen – zulasten des nicht-motorisierten Verkehrs.

Deutlich wird aber auch hier, dass die Verkehrsmittelwahl für den Weg zur Arbeit entscheidend vom Haushaltseinkommen abhängt: Je wohlhabender der Haushalt, desto eher wird Auto gefahren – und zwar auch dann, wenn die Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr günstig ist. Hier scheinen eher irrationale Aspekte der Selbstdarstellung und Imagebildung, aber wohl auch der Gewohnheit eine Rolle zu spielen. 2010 ist die Motivation, bei Verbesserungen des HVV häufiger vom Auto auf Bus oder Bahn zu wechseln,

deutlich geringer, als sie noch 2000 war. Der Benzinpreis für das Auto spielt bei der Verkehrsmittelwahl kaum eine Rolle.

Bei den Urlaubsreisen zeigt sich 2010 gegenüber 2000 insgesamt ein weniger nachhaltiges Konsumverhalten: Zwar gibt es eine umweltfreundliche Tendenz in Bezug auf die Anzahl der Reisen pro Haushalt und Jahr. (Insbesondere bei dem erhöhten Anteil von Haushalten, die überhaupt keine Urlaubsreise gemacht haben <22,8%>, wird man in den meisten Fällen allerdings keine Freiwilligkeit, sondern Geldmangel unterstellen können.) Die im Urlaub zurückgelegten Entfernungen (nach Zielländer-Gruppen) haben sich 2010 jedoch tendenziell leicht vergrößert. Und vor allem die Verkehrsmittelwahl ist 2010 deutlich ungünstiger als 2000: Der Anteil der besonders umweltschädlichen Flugreisen hat relevant zugenommen, der von PKW und Bahn ging demgegenüber zurück. Die positive Zunahme bei Busreisen und sonstigen Verkehrsmitteln (Schiff, Rad, Segelboot) fällt wegen der geringen absoluten Zahlen im Vergleich dazu nicht ins Gewicht.

Alles in allem ist aus dem Vergleich 2010 zu 2000 keine eindeutige Tendenz festzustellen: Von einem wirklichen Fortschritt bei der nachhaltigen Mobilität ist nach einer Dekade im Jahr der Umwelthauptstadt nicht zu berichten.

Energie- und Wasserverbrauch

Die fossilen Energieträger wie Kohle, Erdöl und Erdgas sind endliche Rohstoffe, deren Erschöpfung möglicherweise schon unsere Enkel oder Urenkel erleben werden. Atomstrom ist angesichts der unklaren Entsorgungsfrage und des extrem hohen Unfallfolgen-Risikos ebenso wenig zukunftsfähig. Nachhaltig zu sein, kann langfristig nur die Nutzung von regenerativen Energien wie Sonne, Wind und Biogas für sich in Anspruch nehmen.

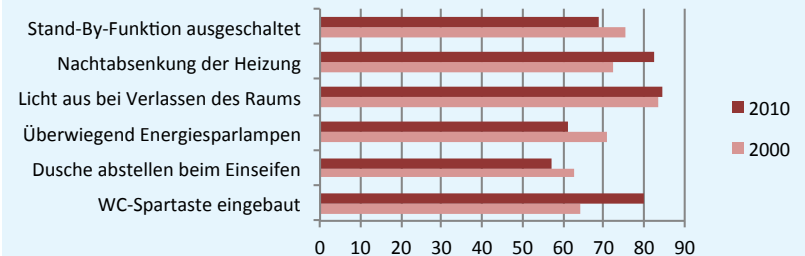
(Grund-)Wasser bildet sich im norddeutschen Raum zwar immer wieder neu. Das von den Hamburger Wasserwerken in Anspruch genommene Tiefengrundwasser trägt jedoch nur eine bestimmte Fördermenge, ohne zu versalzen.

1. Sparmaßnahmen

Im Haushalt gibt es viele Möglichkeiten, mit den Ressourcen Wasser und Energie sparsam umzugehen: Wasserspareinrichtungen wie eine "Bedarfstaste" beim WC oder ein Durchflussmengenbegrenzer bei Dusche und Wasserhahn senken den Wasserverbrauch. Durch die Verwendung von Energiesparlampen und von Haushaltsgeräten mit geringem Verbrauchswert kann der Stromverbrauch deutlich gemindert werden. Sinnvoll ist außerdem, die Dusche zuzudrehen, wenn gerade kein Wasser gebraucht wird, das Licht auszuschalten, wenn man den Raum länger verlässt, und nachts die Heizung abzusenken und Stand-by-Funktionen abzuschalten.

Die Grafik zeigt, wie viele der befragten Haushalte (Anteil in %) die genannten Sparmaßnahmen bereits 2000 und aktuell durchgeführt haben.

Durchgeführte Sparmaßnahmen



Die Verbesserungen 2010 lassen sich bei der Nachtabenkung und bei der WC-Taste sicher zu einem großen Teil dadurch erklären, dass die Geräte heute bereits vom Hersteller mit diesen Funktionen ausgestattet sind. Erstaunlich ist der 2010 weniger nachhaltige Umgang mit der Stand-by-Funktion; möglicherweise liegt dies an dem vermehrten Gebrauch von elektronischen Geräten mit einer derartigen Funktion. Der

Rückgang des Einsatzes von Energiesparlampen – trotz gesetzlicher Förderungsmaßnahmen – mag der Diskussion um die Schadstoffbelastung dieser Lampen geschuldet sein. Das Gesamtbild zeigt keine Tendenz zu sparsamerer Ressourcennutzung, offenbart vielmehr nach wie vor einige Spielräume für Verbesserungen.

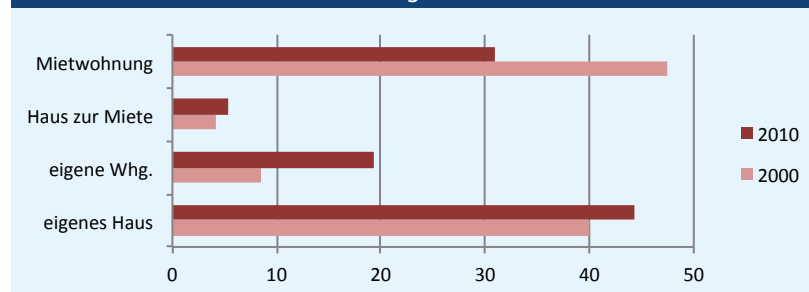


Foto: Redwood

2. Wärmedämmung

Auf die Frage, ob in Haus oder Wohnung in den letzten 5 Jahren die Wärmedämmung verbessert wurde, bejahten dies im Jahre 2000 nur 20% der Befragten, 2010 waren es 31,9%. Interessant ist die Verteilung auf die verschiedenen Wohnformen der Haushalte, die solche Maßnahmen getroffen haben.

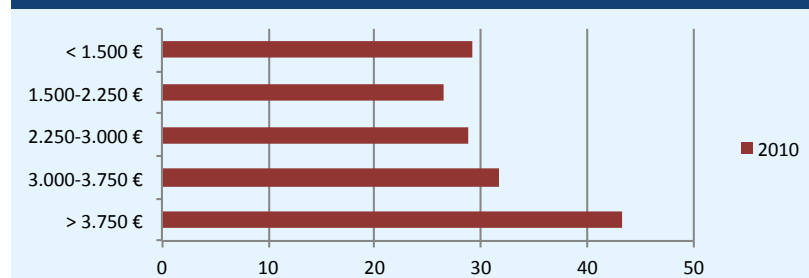
Dämmmaßnahmen nach Miete oder Eigentum



Während nach der 2010-Umfrage Eigentümer-Haushalte (Eigenheim und Wohnung) zu 59,2% Dämmmaßnahmen durchführten, waren es bei den Miet-Haushalten nur 17,8%. Dies weist auf die unterschiedlichen Interessen von Eigentümern und Nutzern, aber möglicherweise auch auf rechtliche Probleme hin (für Mieter-Maßnahmen kein Ausgleich vom Eigentümer). Von allen befragten Haushalten waren insgesamt die Miet-Haushalte mit einem Anteil von 64,8% deutlich in der Mehrheit.

Offensichtlich sind Dämmmaßnahmen auch eine Frage der Finanzkraft: Denn unabhängig von der rechtlichen Haushaltsform (Eigentum / Miete) haben mit einem Anteil von 43,2% die wohlhabendsten Haushalte am häufigsten Dämmmaßnahmen durchgeführt:

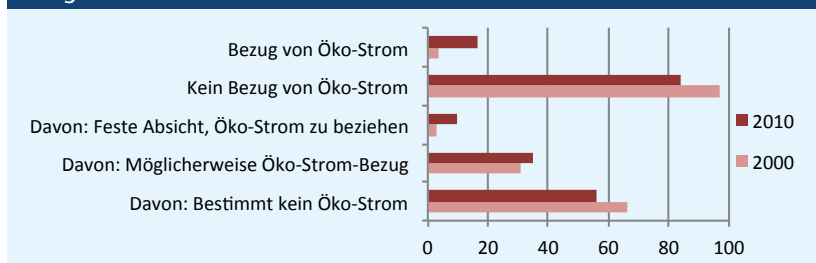
Dämmmaßnahmen nach Haushalts-Einkommen



3. Öko-Strom

Der Wechsel des Stromanbieters bzw. des Tarifs zugunsten von Stromangeboten ohne Nutzung von Kernkraft und fossilen Energieträgern ist ein wesentlicher Impuls, den Anteil erneuerbarer Energie zu steigern und damit den Verbrauch fossiler Brennstoffe zu reduzieren.

Bezug von Öko-Strom



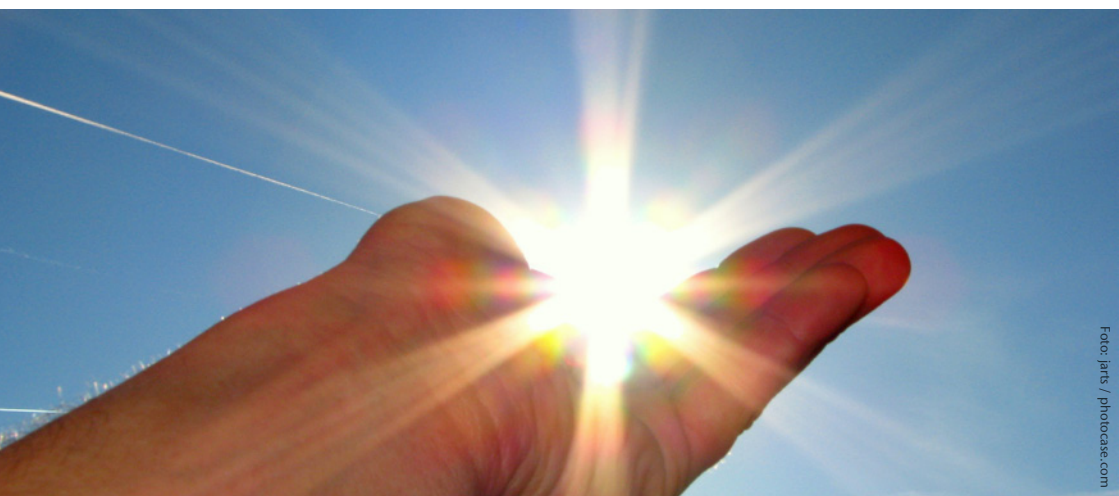
Hier hat sich seit 2000 Einiges getan: Während 2000 nur 3,3% der befragten Haushalte Ökostrom bezogen, sind es 2010 schon 16,4%, immer noch eine kleine Minderheit, aber mit Tendenz zur Vergrößerung: Auch der Anteil der Haushalte mit einer festen Absicht, auf Öko-Strom umzustellen, hat sich mehr als verdreifacht (auf niedrigem Niveau). Doch immer noch beträgt der Anteil der Haushalte 55,8%, die Öko-Strom grundsätzlich ablehnen.

Interessant ist, dass bei den wohlhabendsten Haushalten (> 3.750 € Netto-Einkommen) sowohl der Anteil der Öko-Strom-Bezieher mit 21,4% am höchsten ist (dasselbe gilt für die mit der festen Absicht, Öko-Strom zu beziehen) und der Anteil der Öko-Strom-Ablehner mit 33,3% am niedrigsten.

Fazit

Während bei den kleineren „täglichen“ Energie- und Wassersparmaßnahmen – auf relativ hohem Niveau – nur geringe Unterschiede zwischen 2000 und 2010 festzustellen sind, haben sich die grundsätzlicheren langfristigen Maßnahmen positiv entwickelt: Der Anteil der Haushalte, die in den letzten 5 Jahren Dämmmaßnahmen zur Verringerung des Wärmeenergiebedarfs durchführten, hat sich 2010 vor allem bei den Eigentümerhaushalten und den wohlhabendsten Haushalten deutlich erhöht.

Der Anteil der Haushalte, die Öko-Strom beziehen, hat sich 2010 gegenüber 2000 verfünffacht – allerdings auf nach wie vor geringem Niveau. Er liegt heute bei 16,4%. Aber auch die Neigung, in Zukunft auf Öko-Strom zu wechseln, ist gewachsen.



Lebensmittel: bio, regional, fair gehandelt; Fleischkonsum

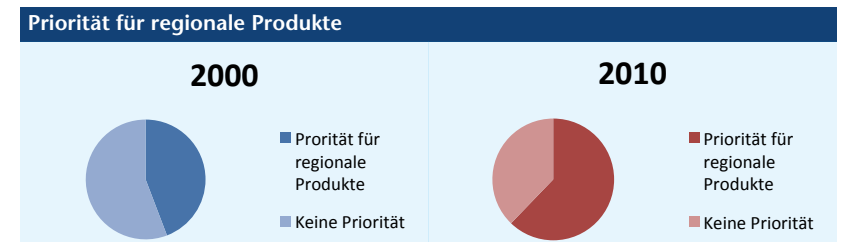
Nachhaltiger Konsum bei den Nahrungs- und Genussmitteln bedeutet einerseits gute, gesunde Qualität des Endprodukts, andererseits aber auch eine Produktion, die hohen Umwelt- und Sozialstandards genügt. Hierfür stehen unter anderen die Bio-Label für eine Ressourcen- und Klima-schonende sowie artenschutzgerechte Herstellung und das Transfair-Siegel für angemessene soziale Arbeits-, Schutz- und Entgelt-Bedingungen bei der Produktion. Eine regionale – und damit in Hamburg aber auch: saisonale – Konsum-Orientierung stärkt zusätzlich die einheimische Wirtschaft und vermeidet Energieverbrauch und CO₂-Emissionen durch kurze Transportwege.

Im Vergleich verschiedener Konsum-Alternativen ist die Bewertung von Nachhaltigkeit allerdings oft schwierig bzw. aufwändig, weil die 3 genannten Qualitäten auch kumulativ zu sehen sind: Ist es nachhaltiger, im Frühjahr Unter-Glas-Gemüse aus den Vierlanden und aufwändig gelagertes Obst aus dem Alten Land zu kaufen oder frische Produkte aus dem Nahen Osten oder aus Übersee, die mit dem Schiff oder dem Flugzeug transportiert werden? Was wissen wir darüber hinaus von den örtlichen Bodenbearbeitungs- und Pflanzenschutz-Methoden, aber auch von den jeweiligen sozialen Umständen der Produktion?

Diese Komplexität bei der Bewertung eines „nachhaltigen“ Lebensmittel-Konsums kann in einer Umfrage bei Normal-Verbrauchern nicht abgebildet werden. Die folgenden Aussagen beschränken sich deswegen auf Kernfragen und trennen notgedrungen die drei genannten Bereiche „regional“, „biologisch“ und „fair gehandelt“.

1. Regionale saisonale Produkte

Wie viel Prozent der Haushalte achten darauf, möglichst Produkte aus der Region zu kaufen, und ziehen einheimische Produkte importierten Waren möglichst vor?

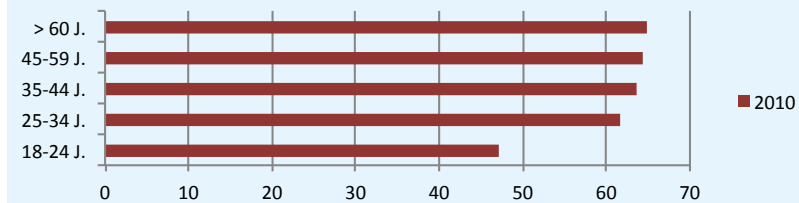


Die Hamburger Kampagne „Aus der Region – für die Region“ scheint innerhalb der vergangenen 10 Jahre Erfolg gehabt zu haben: 2010 äußerten eine Mehrheit von

62,2% eine Priorität für regionale saisonale Produkte. Offen bleibt, was in der täglichen Einkaufspraxis „möglichst“ bedeutet. Dies wird entscheidend vom Warenangebot abhängen.

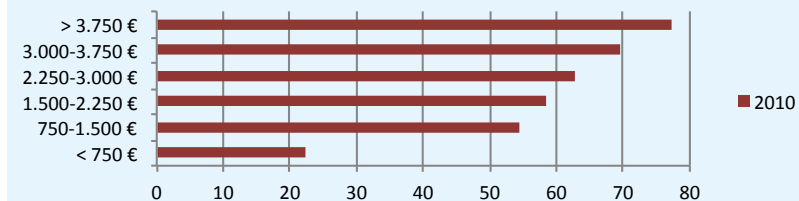
Das „Regional-Bewusstsein“ ist abhängig vom Alter der Befragten, von der Größe des Haushalts und besonders vom Haushaltseinkommen:

Priorität für regionale Produkte nach dem Alter der Befragten



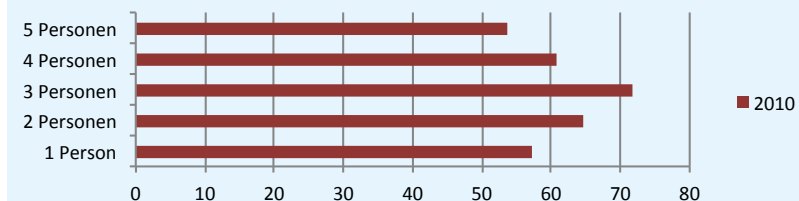
Regionale Produkte werden besonders von den älteren Haushaltsverantwortlichen bevorzugt, bei den über 60-jährigen zu 64,9%

Priorität für regionale Produkte nach dem Haushaltseinkommen



Noch deutlicher ist die Priorität für regionale Produkte bei den wohlhabenderen Haushalten gegenüber den Geringverdienern. Die Bessergestellten (> 3.750 € Netto-Einkommen) bevorzugen zu 77,3% regionale Produkte.

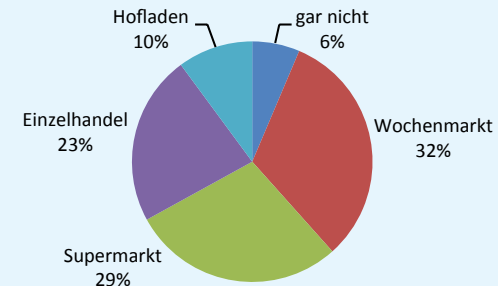
Priorität für regionale Produkte nach der Haushaltsgröße



Gemessen an der Haushaltsgröße geben vor allem die Kleinfamilien (3 Personen) zu 71,6% regionalen Produkten den Vorrang vor importierten Waren.

Interessant für die Vermarktung regionaler Produkte ist die Frage, wo die Verbraucher ihre regionalen Produkte kaufen:

Kauforte für regionale Produkte



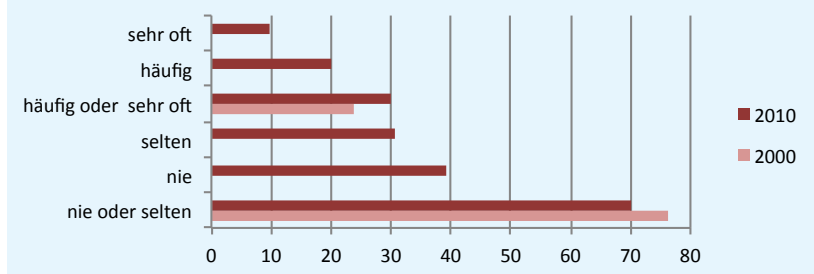
Der Wochenmarkt spielt also bei der Vermarktung von regionalen Produkten die entscheidende Rolle.



2. Bio-Produkte

Auf die Frage, ob im Haushalt nie, selten, häufig oder sehr oft Bio-Lebensmittel gekauft werden, ergaben sich folgende Antworten:

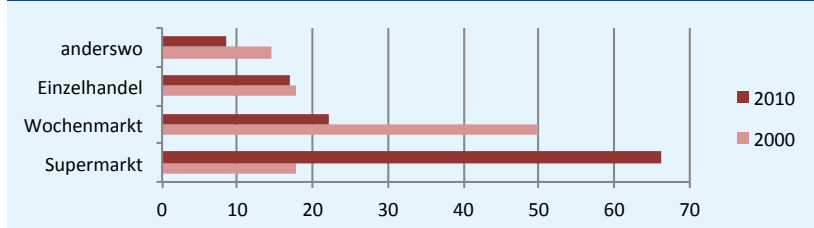
Häufigkeit des Kaufs von Bio-Produkten



Aus Sicht eines nachhaltigen Konsums ist 2010 gegenüber 2000 ein Fortschritt zu verzeichnen, wenn auch kein großer.

Der Ort des Kaufs von Bio-Produkten hat sich seit 2000 mit dem erweiterten Angebot der Supermärkte stark verschoben.

Kauforte für Bio-Produkte

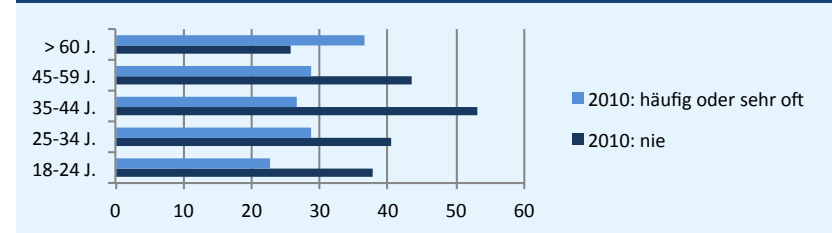


Die Wochenmärkte haben zwar ihre Funktion als Quelle für regionale Produkte behalten, aber als Kaufort für Bio-Lebensmittel weitgehend eingebüßt. (Bei der Grafik ist allerdings zu berücksichtigen, dass die Angaben für 2000 nur für die Befragten gelten, die „häufig“ Bio-Lebensmittel kauften. Überdies summieren sich die Anteile 2010 auf über 113,7%, weil auch Mehrfachnennungen möglich waren. Die Tendenz bleibt jedoch eindeutig.)

Bio-Produkte werden am liebsten wohnortnah (75,6%) gekauft, zu 12,9% auf dem Arbeitsweg und nur selten in der Hamburger City (8,9%) oder in einem Hofladen/ Direktvermarktung (2,6%).

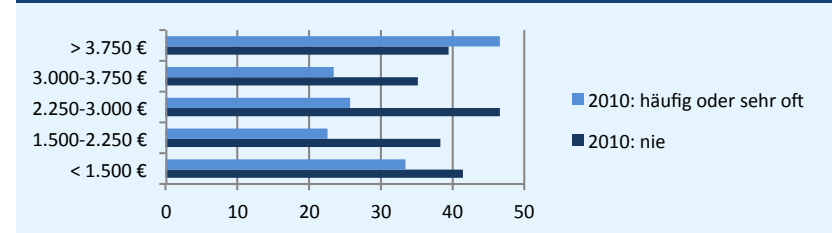
Die Umfrage 2010 ergibt, dass vor allem die älteren Haushaltsverantwortlichen Bio-Produkte kaufen:

Häufigkeit des Kaufs von Bio-Produkten nach Alter



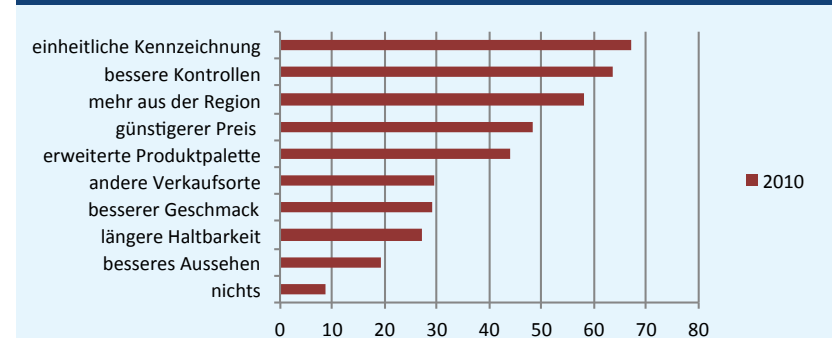
Die Abhängigkeit der Kaufentscheidung für Bio-Produkte vom Haushaltseinkommen ist zwar spürbar, aber nicht dominierend:

Häufigkeit des Kaufs von Bio-Produkten nach Haushaltseinkommen



Die Kaufneigung für Bio-Lebensmittel kann noch deutlich gesteigert werden. Deswegen ist interessant, welche Gründe die Befragten angeben, die sie motivieren würden, mehr Bio-Produkte zu kaufen (Mehrfachnennungen möglich):

Gründe für vermehrten Konsum von Bio-Produkten



2000 wiesen die Haupt-Kaufmotive noch eine etwas andere Reihenfolge auf: Bessere Kontrollen und andere Verkaufsorte (Supermärkte) standen an oberster Stelle, die einheitliche Kennzeichnung rangierte an 3. und eine stärkere regionale Herkunft an 5. Stelle.

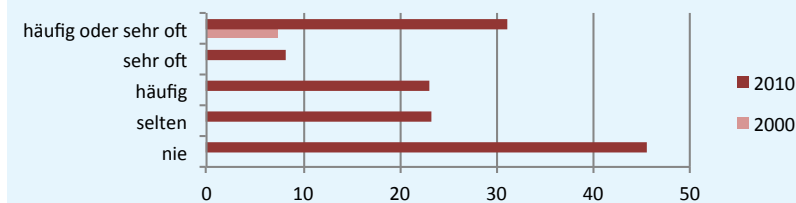
3. Fair gehandelte Produkte

Im Gegensatz zu Bio-Produkten sind „fair gehandelte“ Produkte in der Bevölkerung noch nicht so bekannt. Mit der Globalisierung des Nahrungsmittelhandels und der Verfügbarkeit nahezu jedes Produkts zu jeder Zeit in Hamburg, müssen aus Sicht eines nachhaltigen Konsums jedoch auch die ökologischen und sozialen Bedingungen ihrer Herstellung und Logistik in den Fokus des Interesses rücken.

Diese Themen sind Gegenstand des „Fairen Handels“. Er steht für die Einhaltung von Standards, die es den bäuerlichen Produzenten und der landwirtschaftlichen Arbeiterschaft erlauben, die in die Industrieländer importierten Lebens- und Genussmittel auskömmlich, sicher und gesund unter Berücksichtigung der ILO-(International Labor Organisation)-Konventionen herzustellen.

Wie viele Haushalte in Hamburg kaufen wie oft bewusst in diesem Sinne „fair gehandelte“ Waren aus anderen Kontinenten?

Häufigkeit des Kaufs von „fair gehandelten“ Produkten

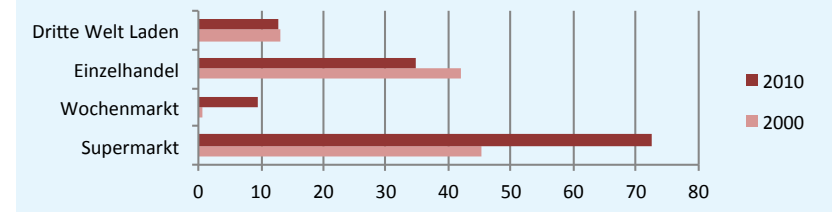


Obwohl immer noch 45,6% der Hamburger Haushalte nie bewusst fair gehandelte Produkte kaufen, hat sich das Verbraucherverhalten seit 2000 doch stark verändert. Der Kauf fair gehandelter Waren hat sich 2010 gegenüber 2000 mehr als vervierfacht. (Für 2000 existiert nur der zusammenfassende Vergleichswert für „häufig oder sehr oft“.)

Dabei lassen sich 2010 55% der antwortenden Haushalte von den entsprechenden Siegeln (z.B. „Transfair“) leiten; 2000 waren es noch 77%

Auch bei den fair gehandelten Waren interessiert der Ort des Kaufs:

Kauforte von fair gehandelten Produkten



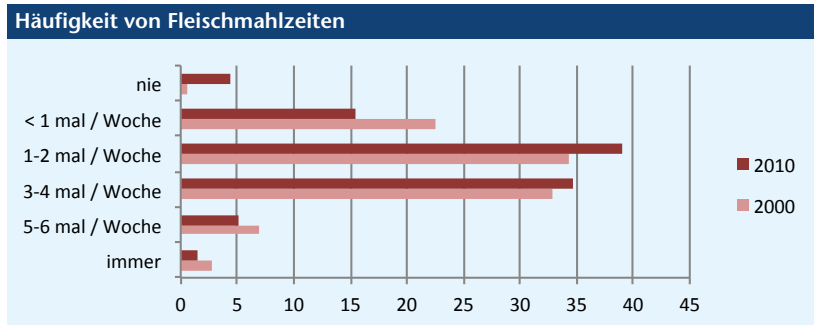
Bei dieser Grafik sind die 2010-Werte mit den 2000-Werten nur sehr bedingt vergleichbar: Die Werte von 2010 umfassen auch Mehrfachnennungen (Summe: 130%) aller Käufer, die Werte von 2000 berücksichtigen die vorherrschenden Kauforte (Summe: 100%) nur bei „Häufig-Käufern“. (Die „Selten-Käufer“ erwarben 2000 fair gehandelte Waren zu 38,8% in Dritte-Welt-Läden.) Insgesamt ist aber hier der Trend zum Kauf im Supermarkt unverkennbar.



4. Fleischkonsum

Ein geringer Fleischkonsum fördert eine nachhaltige Entwicklung in unterschiedlicher Weise. Zum einen ist die Schlachtierhaltung in Europa heutzutage energie- und ressourcenintensiv. Die Futtermittelversorgung hat zum Teil negative Auswirkungen auf die Entwicklung der Erzeugerländer (z.B. Soja aus Brasilien). Zum anderen erzeugen insbesondere Rinder durch ihre Verdauung erhebliche Mengen an klimaschädlichem Methan. Schließlich ist neben der moralischen Problematik einer Massenhaltung mit dem Ziel der Tötung der Mit-Kreaturen auch der gesundheitliche Aspekt immer wieder Gegenstand von Medienberichten. Die Umfrage 2000 fiel in die Zeit des BSE-Skandals, die Umfrage 2010 erfolgte unmittelbar vor dem Dioxin-im-Futter-Skandal, aber noch unbeeinflusst von ihm.

Gegenüber 2000 hat sich der wöchentliche Fleischkonsum 2010 verändert:



Die Vegetarier haben (auf sehr niedrigem Niveau) stark zugenommen – zulasten der Sehr-wenig-Fleisch-Esser; die Viel-Fleisch-Esser sind weniger geworden. Höher ist 2010 der Anteil der Haushalte, die 1-4 mal pro Woche eine Fleischmahlzeit zu sich nehmen. 39% der Haushalte essen nur 1-2 mal pro Woche Fleisch. Insgesamt scheint der Trend in Richtung „fleisch-ärmer“ zu gehen. Dabei spielt das Alter der Befragten kaum eine Rolle. Beim Haushaltseinkommen ist auffällig, dass die Haushaltsgruppe mit den geringsten Einkommen (< 1.500 €) sowohl die meisten Vegetarier als auch die meisten „Immer-Fleisch-Esser“ aufweist.

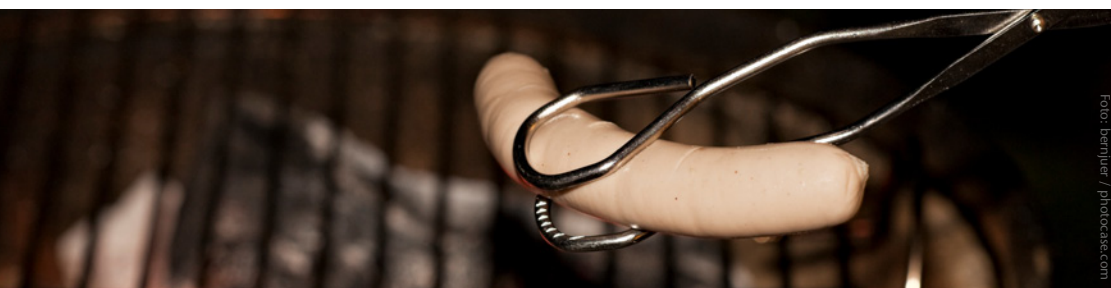
Fazit

Der Kauf von regionalen, ökologisch hergestellten und fair gehandelten Produkten ist ein wesentliches Element nachhaltigen Konsums. Im Vergleich mit 2000 hat es 2010 an Bedeutung gewonnen: Die Entscheidung, möglichst regionale, saisonale Lebensmittel vorzuziehen, hat sich in den letzten 10 Jahren wesentlich verstärkt. Bei über 60% der Befragten haben regionale Produkte Priorität, vor allem bei Älteren, Wohlhabenden und Kleinfamilien (3-Personen-Haushalte). Kaufort ist vor allem der Wochenmarkt, dicht gefolgt vom Supermarkt.

Bio-Produkte werden 2010 von 30% der befragten Haushalte „häufig“ oder „sehr oft“ gekauft. Dabei dominieren auch hier die älteren und wohlhabenden Haushalte. Als Kaufort hat hier eindeutig der Supermarkt den Wochenmarkt verdrängt. Über 60% der Befragten würden noch mehr Bio-Produkte kaufen, wenn es eine einheitliche Kennzeichnung und stärkere Kontrollen gäbe.

Auf wesentlich niedrigerem Niveau erlebt 2010 auch der Kauf von fair gehandelten Produkten einen starken Zugewinn gegenüber 2000. Wieder profitieren davon vor allem die Supermärkte. Die Quote der Haushalte, die nie fair gehandelte Produkte kaufen, ist mit über 45% jedoch immer noch sehr hoch.

Beim Fleischkonsum lässt sich ein leichter Trend zu weniger Fleischmahlzeiten in der Woche – und damit zu einem nachhaltigeren Verbraucherverhalten – feststellen. 1-2 mal Fleischgenuss in der Woche ist mit einem Anteil von 39% die häufigste Angabe.





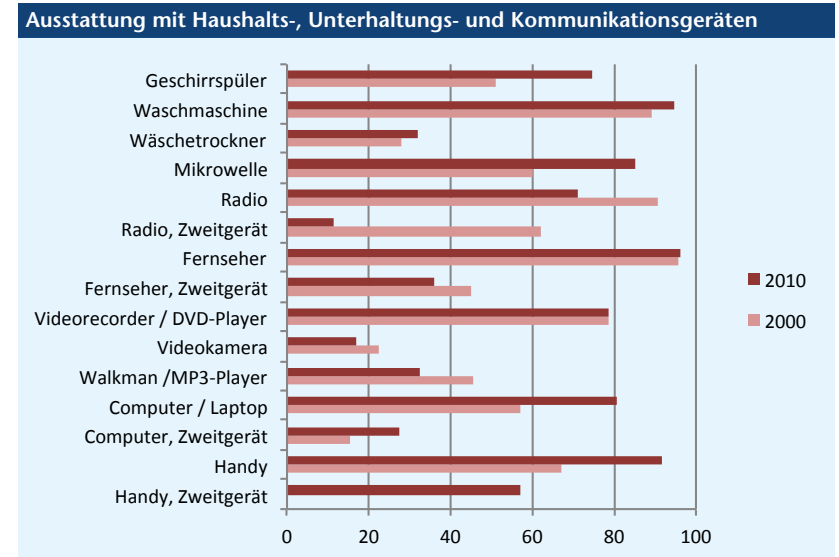
Anschaffen, Nutzen, Entsorgen

Ein zukunftsfähiger Umgang mit Bedarfsgütern und Haushaltsgegenständen besteht vor allem darin, die in ihnen enthaltenen Rohstoffe so sparsam und so lange wie möglich zu nutzen. Dass bedeutet zum einen, dass nicht jeder Modegag gekauft werden sollte und grundsätzlich etwas Haltbares, Langlebiges und Reparaturfreundliches vorzuziehen ist. Zum anderen heißt das, dass es in der Regel sinnvoller ist, Gegenstände zu reparieren und Funktionsfähiges gebraucht zu kaufen bzw. zu verkaufen/zu verschenken, als wegzuerwerfen und neu zu kaufen.

Im Hinblick auf Verpackung und Abfall gilt das Prinzip „vermeiden ist sinnvoller als entsorgen“. Man sollte also möglichst verpackungsarm einkaufen (z.B. auf dem Wochenmarkt) und Pfandsysteme nutzen. Abfall, der dennoch anfällt, sollte getrennt werden, um Wertstoffe so weit wie möglich einer Wiederverwertung zuzuführen.

1. Ausstattung mit Haushaltsgeräten und Unterhaltungselektronik

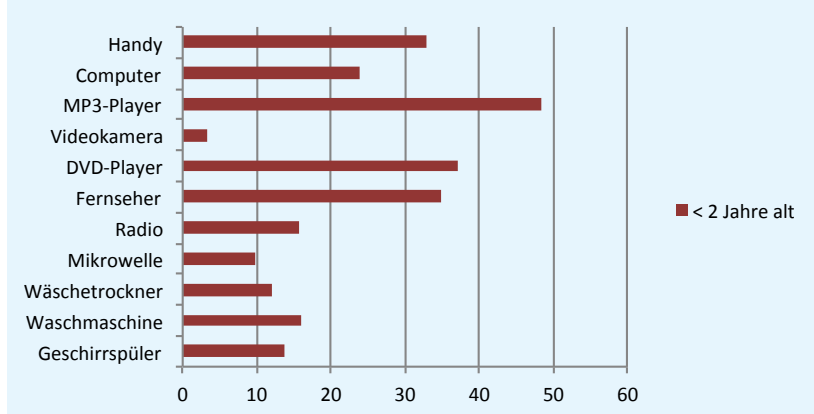
Die Übersicht über die in den befragten Haushalten vorhandenen technischen Geräten weist 2010 gegenüber 2000 insgesamt eine verbesserte Ausstattung aus:



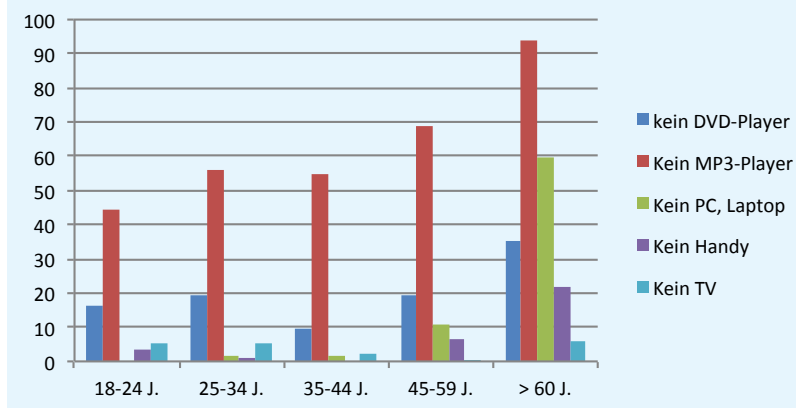
Besonders deutlich ist der erhöhte Ausstattungsgrad bei Geschirrspülern, Mikrowellen, Computern und Mobiltelefonen. Dagegen sind Radios, Videokameras und Walkmen/MP3-Player 2010 in ihrer Verbreitung zurückgegangen. Besonders Geräte der

Unterhaltungs- (DVD-Player, MP3-Player, Fernseher) bzw. Kommunikationselektronik (Handy, PC) unterliegen der Mode bzw. dem Zeitgeist. Das zeigt einerseits die Quote der Geräte, die innerhalb der letzten 2 Jahre (bis Dez 2010) erworben wurden, andererseits aber auch der Blick auf das Alter der Befragten, die auf das Gerät verzichten.

Geräte, die weniger als 2 Jahre alt sind



Verzicht auf Unterhaltungsgeräte und Handys nach Alter

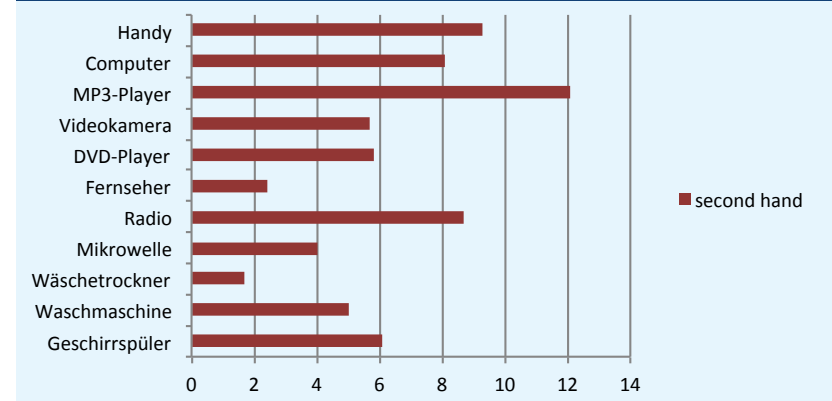


Während die jüngere Generation (bis 44 J.) kaum ohne Computer und Handy auskommt, hat bei den über 60-Jährigen eine starke Minderheit kein Handy und sogar eine Mehrheit keinen Computer. Da gerade Kommunikationsmittel auch ein Medium sozialer Nachhaltigkeit darstellen, ist ein Verzicht hierauf nur bezogen auf den Ressourcenverbrauch „nachhaltig“.

2. Gebraucht kaufen und eher reparieren als entsorgen?

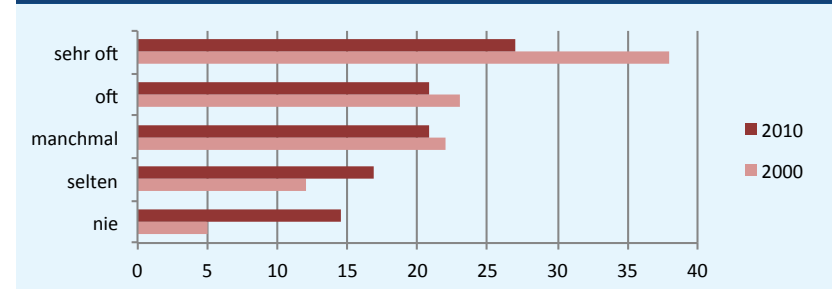
Dagegen ist der Erwerb von gebrauchten Waren bzw. die Weitergabe von noch funktionsfähigen Geräten wesentlich nachhaltiger als deren Entsorgung. Die Grafik zeigt, dass der Erwerb aus zweiter Hand eher die Ausnahme bleibt – beim Fernsehgerät, dem auch Prestige-Funktionen zugeschrieben werden, sogar die seltene Ausnahme:

Erwerb von gebrauchten Geräten



Von den jüngeren (18-24 J.) erwarben jedoch immerhin 18,9% ein gebrauchtes Handy und 13,2% einen gebrauchten Computer. Dies dürfte allerdings eher im geringeren Preis als in Nachhaltigkeits-Motiven begründet sein.

Häufigkeit eines Reparaturversuchs vor Entsorgung



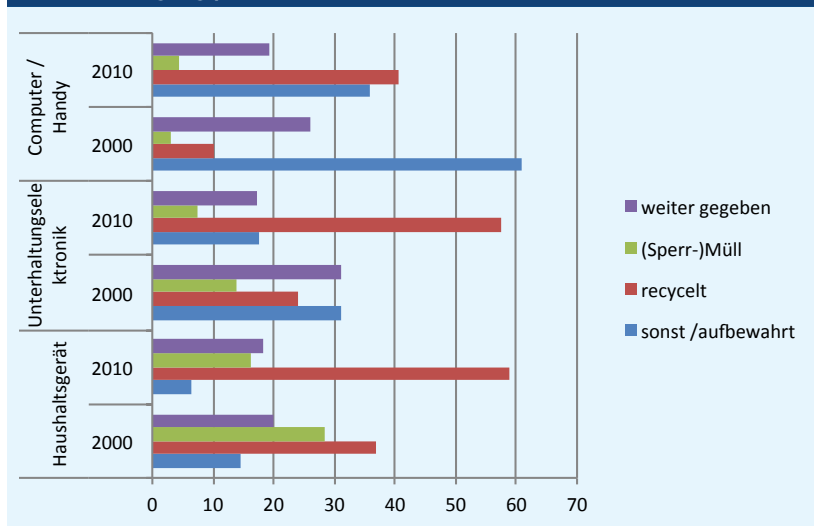
Interessant ist der Vergleich 2010 zu 2000 bei der Frage, wie oft bei defekten Geräten zunächst versucht wird, es entweder selbst zu reparieren oder es reparieren zu lassen. Gelingt dies, ist dies grundsätzlich eine Maßnahme, die Ressourcen und Energie für ein Neugerät einspart und damit dem nachhaltigen Konsum zuzurechnen ist:

Die „Reparaturfreudigkeit“ hat in den letzten 10 Jahren deutlich nachgelassen. Auffällig ist in den Rohdaten 2010 auch die Abhängigkeit vom Geschlecht und vom Alter: Von den weiblichen Befragten machen 22,4% und von den männlichen Befragten nur 6,2% „nie“ einen Reparaturversuch. Von den Jüngeren versuchen nur 38,6% eine Reparatur „oft“ oder „sehr oft“; von den über 60-Jährigen sind es 53,3%. Bei der Umfrage 2000 waren es insgesamt (alle Haushalte) noch über 60%.

3. Entsorgen

Nachhaltige Entsorgung bedeutet, so wenig Müll/Sperrmüll zu verursachen wie möglich und die Produkte stattdessen entweder an neue Nutzer weiter zu geben oder dem Recycling zuzuführen. Die Aufbewahrung im Keller verschiebt nur die Entscheidung, ohne dass das Gerät in dieser Zeit genutzt wird. Die nachfolgende Grafik vergleicht die verschiedenen Entsorgungsarten für 3 Warengruppen nach den beiden Umfragen 2000 und 2010. Gefragt wurde jeweils nach dem Gerät der Warengruppe, das zuletzt entsorgt/nicht mehr genutzt wurde.

Art der Entsorgung pro Geräteart

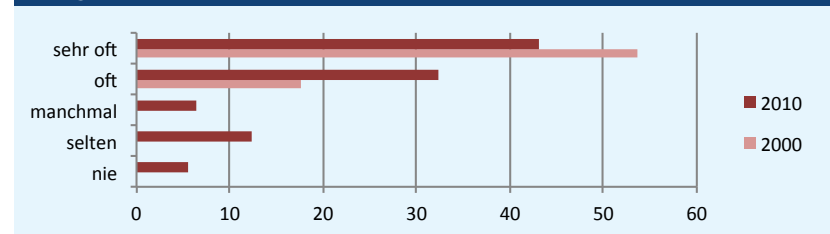


Im Ergebnis lässt sich feststellen, dass die Recyclingquote in allen Bereichen 2010 gegenüber 2000 stark angestiegen ist. Umgekehrt ist sowohl die Weitergabequote als auch die nutzungsfreie Aufbewahrung deutlich zurückgegangen. Eine Entsorgung im (Sperr-)Müll ist 2010 nur noch beim Haushaltsgerät nennenswert.

4. Nutzung von Pfandflaschen

Der Gebrauch von Pfandflaschen, die nach Rückgabe des Leergutes mehrfach wieder gefüllt werden, spart Rohstoffe, Energie und Müll und ist damit wesentlich nachhaltiger als die Verwendung von Plastikflaschen oder Kartons. Gefragt wurde: Wie oft kaufen Sie Getränke (Wasser, Bier, Fruchtsäfte) in Pfandflaschen?

Häufigkeit des Kaufs von Pfandflaschen



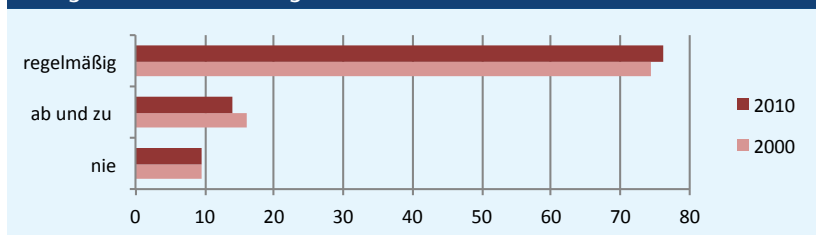
Gegenüber 2000 hat sich 2010 die Nutzung von Pfandsystemen insgesamt allenfalls etwas erhöht: „Oft“ und „sehr oft“ zusammen genommen kauften im Jahre 2000 71,2% aller Befragten Pfandflaschen, 2010 sind es 75,5%. (Die 2000-Werte für manchmal, selten, nie liegen nicht vor.) Dabei haben 2010 die 25- bis 34-Jährigen mit 83,9% die höchste und die 18- bis 24-Jährigen wie die über 60-Jährigen mit ca. 70% die niedrigsten Quoten. Interessant ist, dass die höchsten Anteile von „Sehr-oft-Pfandflaschen-Nutzern“ bei den wohlhabendsten Haushalten (> 3.750 Euro Netto-Einkommen) und bei den ärmsten Haushalten (< 750 Euro) zu finden sind.



5. Mülltrennung

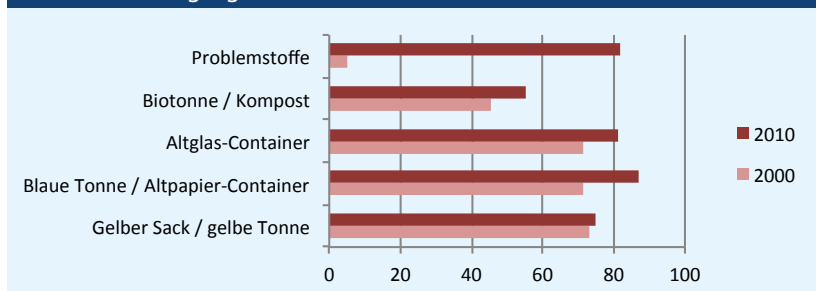
Mülltrennung ermöglicht die Nutzung von Wertstoffen aus dem Abfall. Als Beitrag zur Förderung der Kreislaufwirtschaft ist Mülltrennung eine Form des „nachhaltigen Konsums“. Gefragt wurde, wie häufig die Befragten ihren Müll trennen:

Häufigkeit der Mülltrennung



Weiter wurde ermittelt, welche Müllarten getrennt vom Hausmüll entsorgt werden.

Getrennte Entsorgung nach Abfallart



Hier zeigt sich 2010 ein deutlich höheres Nachhaltigkeits-Bewusstsein als 2000. Insbesondere bei den Problemstoffen (Batterien, Medikamente, Elektronik, Farben) hat sich in den letzten 10 Jahren allgemein die Überzeugung durchgesetzt, dass diese nicht in den normalen Hausmüll gehören. Aber auch bei Bioabfällen, Altpapier und Altglas sind 2010 Fortschritte bei der Mülltrennung zu verzeichnen. Altpapier wird von 87,1% der Haushalte getrennt entsorgt.

Die negativen Pressemeldungen Ende Januar 2010 („Hamburg Schlusslicht bei der Mülltrennung“, Hamb. Abendblatt 28.1.2011) werden durch die Umfrage 2010 nicht bestätigt. Sie beruhen eher auf dem enttäuschten Wunsch der Stadt, anstelle von privaten Entsorgern (Container) und Heimgärtnern (Kompost) selbst von den getrennten Wertstoffen zu profitieren (gelbe, blaue und grüne Tonne).

Fazit

Die Ausstattung der Haushalte mit energie- und ressourcenverbrauchenden Geräten hat sich in den letzten 10 Jahren deutlich erweitert, besonders bei Geschirrspülern, Computern und Handys. Nur die ältere Generation verzichtet noch mehrheitlich auf MP3-Player und Rechner. DVD- und MP3-Player, Handys und Fernsehgeräte sind jeweils zu über 30% jünger als 2 Jahre; gebraucht werden die Geräte ohnehin nur selten erworben – beides Hinweise auf einen aus Nachhaltigkeitssicht eher problematischen Einfluss der Mode auf die Konsumententscheidungen.

Auch der starke Rückgang der Reparaturfreudigkeit auf unter 50% der Befragten ist ein Trend gegen Nachhaltigkeit; besonders junge Menschen und Frauen entsorgen lieber gleich, als zunächst eine Reparatur zu versuchen. Positiv ist dagegen, dass die Entsorgung alter Geräte heute wesentlich stärker als vor 10 Jahren Recycling statt Aufbewahren bedeutet – allerdings auch zulasten der Weitergabe an Nachnutzer.

Die Nutzung von nachhaltigen Pfandflaschen-Systemen ist auch heute stark verbreitet, ca. ¾ der Haushalte nutzt sie oft oder sehr oft.

Die Mülltrennung ist in Hamburg nach wie vor die Regel; Glas, Papier und Problemstoffe werden in über 80% der Haushalte getrennt entsorgt und damit einer Wertstoff-Nutzung zugeführt. Der Umstand, dass sich die von der Stadtreinigung angebotenen grünen und blauen Tonnen bisher nicht durchgesetzt haben, spricht angesichts der bestehenden Alternativen nicht dagegen.

Die vorliegende Auswertung dokumentiert den gegenwärtigen Stand des Umweltbewusstseins und des umweltbezogenen Verhaltens der Hamburgerinnen und Hamburger und zieht Vergleiche zur Studie vor 10 Jahren.

Neben Meinungen und Einstellungen wurden konkretes Verhalten und tatsächlicher Besitz in den Bereichen Mobilität, Energie- und Wasserverbrauch, Öko- und fair gehandelte Lebensmittel sowie Anschaffen, Nutzen und Entsorgen abgefragt.

Zukunftsrat Hamburg

Mittelweg 11-12
20148 Hamburg
T 040. 39 10 97 31
F 040. 39 10 97 35
info@zukunftsrat.de
www.zukunftsrat.de



Zukunftsrat Hamburg

Gefördert durch die Norddeutsche Stiftung für Umwelt und Entwicklung
aus Mitteln der Bingo Umweltlotterie



und durch die
Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation



Freie und Hansestadt Hamburg
Behörde für Wirtschaft und Arbeit

Gestaltung: **MEBUS** / +

Mebusplus / Ausstellungen www.mebusplus.de



Die beim Druck angefallenen CO₂-Emissionen dieser Broschüre wurden durch CO₂OL kompensiert. Hierzu werden ehemalige Brachflächen in Panama mit überwiegend heimischen Arten in Mischkultur nachhaltig aufgeforstet. Die Projekte werden gemäß international anerkannten Standards überprüft. CO₂OL lässt CO₂-Emissionen durch Klimaschutzzertifikate, die von unabhängigen Dritten überprüft werden, kompensieren.