



Verbraucherverhalten in Hamburg
zukunftsfähig?

Zukunftsrat **Hamburg**

*Heute so leben, daß auch übermorgen alle
leben können. Überall auf der Welt.*

Verbraucherverhalten in Hamburg – zukunftsfähig?

Impressum

Zukunftsrat Hamburg

Am Felde 2

22765 Hamburg

Telefon 040 - 39 10 97 31

Fax 040 - 39 10 97 35

E-Mail: zukunftsrat-Hamburg@t-online.de

Homepage: <http://www.zukunftsrat.de>

Stiftung Zukunfrat

Hamburg e.V.

Mittelweg 147

20148 Hamburg

Telefon 040 - 41 47 62 0

Fax 040 - 41 47 62 44

Mitglieder der Arbeitsgruppe:

Birgit Brink, Ekkehard Gomm, Marisa Kretzschmar,

Jochen Menzel, Marc Plotz, Klaus Willke

©Zukunftsrat Hamburg Mai 2001

Für die Förderung des Projekts danken wir:

- der Norddeutschen Stiftung für Umwelt und Entwicklung
- dem Ausschuss für Entwicklungsbezogene Bildung und Publizistik (ABP) des Evangelischen Entwicklungsdienstes
- Terre des hommes Deutschland e.V.
- der Umweltbehörde Hamburg
- der Wirtschaftsbehörde Hamburg
- dem Marktforschungsunternehmen IPSOS
- der Fachhochschule Hamburg, Fachbereich Ökotrophologie

Inhalt

EINFÜHRUNG	04
VERBRAUCHERUMFRAGE	06
I Vorbemerkung	06
II Meinungen und Einstellungen	07
1. Umfrageergebnisse	07
2. Bewertung	08
III Mobilität	10
1. Zukunftsfähige Mobilität	10
2. Umfrageergebnisse	10
2.1 Anzahl der Autos in den Haushalten	10
2.2 Der Weg zum Arbeitsplatz	11
2.3 Was kann Autofahrer für den HVV gewinnen?	12
2.4 Urlaubsreisen	13
3. Bewertung	14
IV Energie- und Wasserverbrauch	16
1. Zukunftsfähiger Ressourcenverbrauch	16
2. Umfrageergebnisse	17
2.1 Sparverhalten Wasser / Energie	17
2.2 Öko-Strom	17
2.3 Motivation zur Nutzung von Sonnenenergie	18
2.4 Wärmedämmung	18
3. Bewertung	19
V Öko-Lebensmittel und „fair“ gehandelte Produkte	20
1. Zukunftsfähige Ernährung	20
2. Umfrageergebnisse	21
2.1 Regionale Lebensmittel	21
2.2 Ökologische Lebensmittel	22
2.3 Fair gehandelte Lebensmittel	23
2.4 Fleischkonsum	24
3. Bewertung	24
VI Anschaffen, Nutzen, Entsorgen	26
1. Zukunftsfähige Nutzung	26
2. Umfrageergebnisse	26
2.1 Gerätezyklen	26
2.2 Hausmülltrennung	28
3. Bewertung	29
LEBEN AUF GROSSEM FUSS <i>oder</i>	
<i>Wieviel Landfläche braucht ein Hamburger?</i>	30
EINEN TAG ZUKUNFTSFÄHIG LEBEN – <i>ein Selbstversuch</i>	34
Anlage – Indikatoren für eine zukunftsfähige	
<i>Entwicklung Hamburgs, aktuelle Daten</i>	38

Verbraucherverhalten in Hamburg – *zukunfts*fähig?

Eine zukunftsfähige, „nachhaltige“ Entwicklung – in Hamburg und weltweit – ist ohne das Zutun von jeder und jedem Einzelnen von uns nicht möglich: Als Konsument/in von Nahrungsmitteln, als Verkehrsteilnehmer/in und Urlauber/in, als Strom- und Wasserverbraucher/in können wir Rohstoffe und Natur schützen, arme Länder in ihren Entwicklungsmöglichkeiten stärken und die Aufnahmefähigkeit der Erde erhalten. Unsere Nachfrage entscheidet mit über das Angebot von Waren und Dienstleistungen. Sicher haben auch die Produktionsentscheidungen der Unternehmen, die Struktur des Handels, das Steuerrecht und die Welthandelsbeziehungen einen großen Einfluss auf die Zukunftsfähigkeit unseres Konsums. Die Freiheit und Macht der Verbraucherinnen und Verbraucher selbst ist in ihrer Wirkung jedoch kaum zu unterschätzen. Dies zeigte sich bei den zahlreichen Lebensmittelskandalen der Vergangenheit immer wieder. Und gerade diese Skandale sind nicht selten Folgen einer nicht zukunftsfähigen Nahrungsmittelproduktion. Sie sollten Anlass sein, uns über die Folgen unseres tagtäglichen Verbraucherverhaltens für die Umwelt, für Menschen in anderen Regionen und für kommende Generationen bewusst zu werden.

Aus diesem Grund hat sich der Zukunftsrat Hamburg der Frage angenommen, wie zukunftsfähig oder „nachhaltig“ die Verbraucherinnen und Verbraucher in Hamburg denken und handeln. Dazu hat er das Marktforschungsunternehmen IPSOS mit einer repräsentativen Umfrage unter Hamburgs Bevölkerung beauftragt. Neben Fragen nach Meinungen und Einstellungen wurden Fragen zum Verhalten in verschiedenen Verbrauchsbereichen gestellt. Die Ergebnisse zeigen eine hohe Sensibilität der Bevölkerung für die Gefahren eines nicht nachhaltigen Konsums. Sie zeigen aber auch, dass im täglichen Verhalten noch viele Möglichkeiten genutzt bleiben, dieses Bewusstsein auch umzusetzen. Fragen nach



Motivationen und Wünschen geben schließlich Hinweise auf politischen Handlungsbedarf zur Förderung eines nachhaltigen Konsums.

Um das durchschnittliche Konsum-Niveau der Hamburgerinnen und Hamburger zu veranschaulichen und mit den globalen Möglichkeiten in Beziehung zu setzen, stellt der Zukunftsrat anschließend den „ökologischen Fußabdruck“ der Hamburger Bevölkerung vor, eine Umrechnung des Verbrauchs in die dafür notwendige Landfläche.

Ganz subjektiv dagegen ist der Beitrag „Einen Tag zukunftsfähig leben ... – ein Selbstversuch“. Er ist den Tücken des Alltags auf dem Weg zu einem zukunftsfähigen Verbraucherverhalten gewidmet.

Im Anhang aktualisiert der Zukunftsrat Hamburg die Statistiken zu den „Indikatoren für eine zukunftsfähige Entwicklung Hamburgs“, die er 1999 als Broschüre veröffentlicht hatte. Die Indikatoren zur sozialen Nachhaltigkeit (Jugendarbeitslosigkeit, Sozialhilfebezug von Kindern), zur Nutzung des HVV und auch zur entwicklungspolitischen Verantwortung (Entwicklungshilfeleistungen) zeigen in letzter Zeit eine deutliche Verbesserung. Weniger zukunftsfähig haben sich dagegen die Staatsschulden entwickelt. Auf (zu) hohem Niveau stagnieren der CO₂-Ausstoß und die Abfallmenge insgesamt.

Der Zukunftsrat Hamburg versteht die vorliegende Broschüre als einen Beitrag zur „lokalen Agenda 21“, dem Bemühen von staatlichen und gesellschaftlichen Akteuren, Hamburgs Entwicklung für das 21. Jahrhundert zukunftsfähig zu gestalten. Nur 11,7% der Befragten haben übrigens schon von „Lokale Agenda 21-Initiativen“ in Hamburg gehört. Bundesweit waren dies nach einer Befragung des Umweltbundesamtes im Jahre 2000 immerhin 15% – eine Aufforderung an Senat, Nichtregierungsorganisationen und Medien, die Informations- und Öffentlichkeitsarbeit für eine nachhaltige Entwicklung deutlich zu verstärken.

VERBRAUCHERUMFRAGE

I Vorbemerkung

Im Dezember 2000 beauftragte der Zukunftsrat Hamburg das Marktforschungsunternehmen IPSOS (früher: GFM-GETAS/WBA), einen Fragebogen mit 46 Fragen an ca. 600 Mitglieder seines Hamburger Haushalts-Panels zu versenden. Ein Panel ist ein Kreis von Personen, die nach Kriterien der Repräsentativität ausgesucht und häufiger für Zwecke der Markt- und Meinungsforschung befragt werden. Von den Befragten haben 416 Haushalte geantwortet. Sie sind nach Größe, Stadtteil, Haushaltsnettoeinkommen und Altersgruppen ab 21 Jahren mit der Hamburger Gesamtbevölkerung vergleichbar. Bei zweistufigen Fragen und der Untersuchung von Korrelationen liegt die Grundgesamtheit notwendigerweise unter 416; aus Gründen der Lesbarkeit wurde jedoch auf die jeweilige Angabe verzichtet. Für die Haushalte antworteten überdurchschnittlich viele Frauen, allerdings auch auf Fragen, die nur den Hauptverdiener betreffen. Um Vergleiche mit bundesweiten Umfrageergebnissen zu ermöglichen, gestattete das Umweltbundesamt, einzelne Fragen aus dessen regelmäßiger Erhebung zu übernehmen.

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Befragung in „Meinungen und Einstellungen“ und in die 4 Themenbereiche „Mobilität“, „Energie- und Wasserverbrauch“, „Öko-Lebensmittel und fair gehandelte Produkte“ sowie „Anschaffen, Nutzen, Entsorgen“ gegliedert. Jeder Themenbereich beginnt mit der Erläuterung, welche Bedeutung er für eine zukunftsfähige Entwicklung hat. Der jeweils 2. Abschnitt stellt die Umfrageergebnisse mit Hilfe von Grafiken dar. Der 3. Abschnitt bewertet diese Aussagen nach den Kriterien des 1. Abschnitts.



(Soweit auf besondere weibliche Bezeichnungen verzichtet wurde, geschah dies ausschließlich aus Gründen der Lesbarkeit. In diesen Fällen umfasst die männliche Form auch weibliche Personen.)

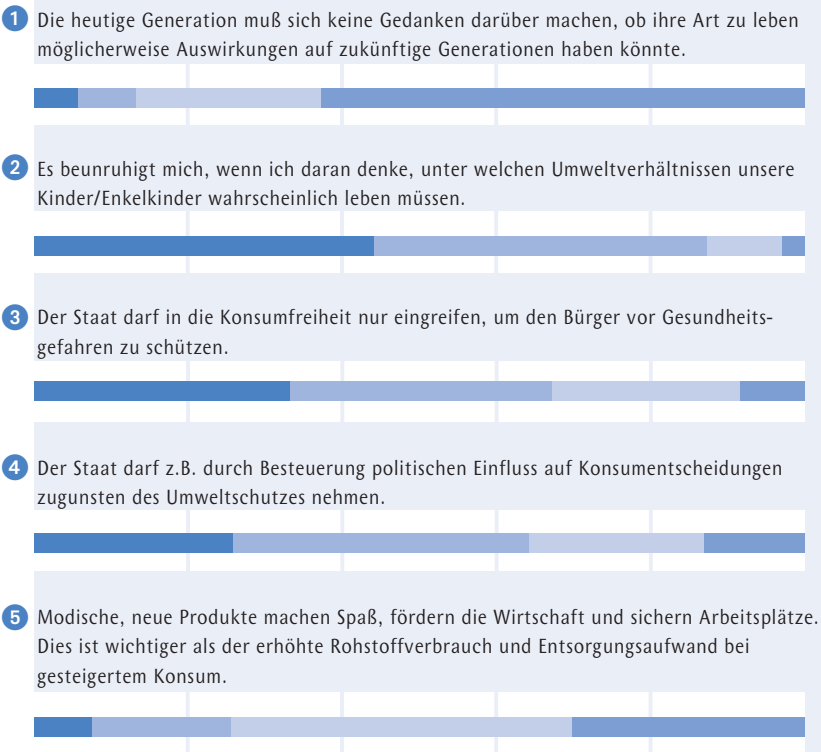
II Meinungen und Einstellungen

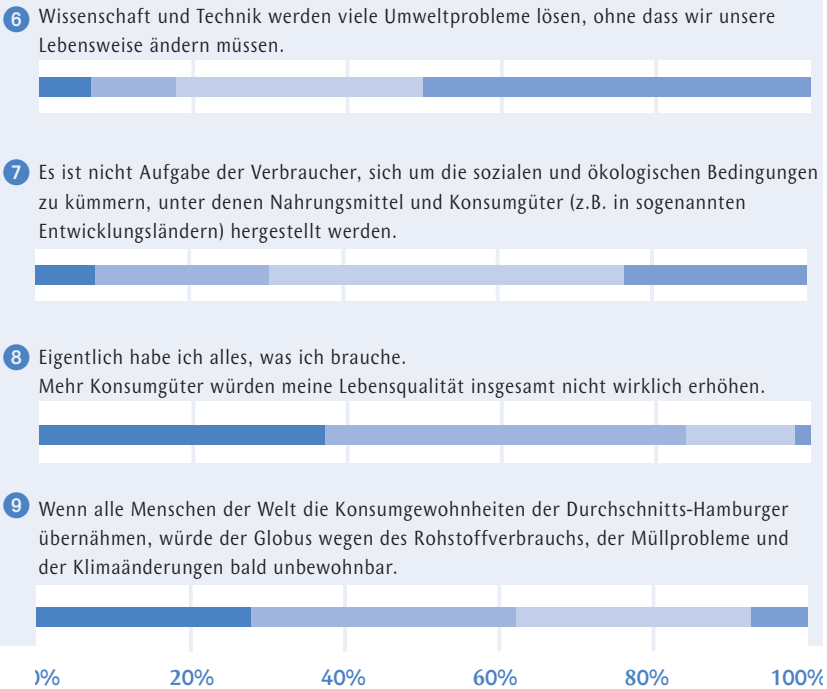
Zukunftsfähiges Verbraucherverhalten beruht im allgemeinen auf einer inneren Einstellung ökologischer und sozialer Verantwortung. Diese kann aber auch dann vorliegen, wenn äußere oder innere Hemmnisse daran hindern, die Einstellung in zukunftsfähiges Handeln umzusetzen. Fragen nach Meinungen und Einstellungen offenbaren deswegen einerseits das weitere Potenzial für zukunftsfähiges Verhalten und andererseits Diskrepanzen zwischen Meinung und Verhalten.

1. Umfrageergebnisse

Die folgenden Aussagen bewerteten die Befragten nach diesen Abstufungen:

stimme voll und ganz zu  stimme weitgehend zu  stimme eher nicht zu  stimme überhaupt nicht zu 





2. Bewertung

Die Antworten zeugen insgesamt von einer erstaunlich hohen ökologischen und sozialen Verantwortung der Hamburger Bevölkerung für die folgenden Generationen und für die globalen Auswirkungen ihrer Lebensweise (Aussagen 1, 2, 6, 9). Die Befragten haben ein ausgeprägtes Bewusstsein für die ethische Notwendigkeit eines zukunftsfähigen, nachhaltigen Verhaltens. (Möglicherweise muss bei diesen Antworten berücksichtigt werden, dass der Auftraggeber der Umfrage und damit auch die jeweils „erwünschte“ Antwort bekannt war. Die Antworten auf die Verhaltensfragen zeigen allerdings die bei den Meinungen feststellbare „zukunftsfähige“ Tendenz in der Regel nicht.)

Die deutlichste Zustimmung erhielt Aussage 2: Über 87% der Hamburger Bevölkerung sind beunruhigt beim Gedanken an die Umweltverhältnisse, unter denen ihre Kinder und Enkel wahrscheinlich leben müssen. Dies liegt deutlich über den Werten einer bundesweiten Umfrage des Umweltbundesamtes von 2000 (68%). Diese Tendenz spiegelt sich auch beim Vergleich zu Aussage 7: Während sich Vertrauen und Skepsis hinsichtlich der Problemlösungskompetenz von Wissenschaft und Technik bundesweit in etwa die Waage halten, zeigt die Hamburger Umfrage über 70% Skepsis.

Bemerkenswert ist die hohe Zustimmung von 82,7% zur Aussage, dass für die Befragten mehr Konsumgüter die Lebensqualität nicht wirklich erhöhen würden. Hier deutet sich einerseits eine gewisse Sättigung an materiellen Konsumbedürfnissen, andererseits möglicherweise auch eine Haltung des „gut leben statt viel haben“ an. Die Zustimmungquote geht jedenfalls um ein Vielfaches über den Anteil der Besserverdienenden unter den Befragten (18,3% mit einem Nettoeinkommen über 5000 DM/Monat) hinaus.

Ebenfalls erstaunlich sind die Antworten zu Aussage 5: Trotz der gesellschaftspolitischen Priorität für Arbeitsplätze und Wirtschaftswachstum überwiegen eindeutig die ökologischen Vorbehalte gegenüber gesteigertem Mode-Konsum.

Nicht ganz eindeutig erscheinen die Meinungen zur Legitimität staatlicher Einflussnahme auf das Verbraucherverhalten: Einerseits halten 64,3% Öko-Steuern (im weiteren Sinne) für zulässig; andererseits gestehen 67,8% dem Staat Eingriffe in die Konsumfreiheit nur zu Zwecken des Gesundheitsschutzes zu. Auch mit Steuern kann der Staat jedoch in die Konsumfreiheit eingreifen.

Direkt angesprochen auf die „Gerechtigkeitslücke“ zwischen dem eigenen bzw. dem Hamburger Konsumverhalten und der Tragkapazität des Globus (Aussage 9), stellen sich 62,3% der Befragten ihrer Verantwortung – auch dies ein ermutigendes Ergebnis auf dem Weg zu nachhaltigem Bewusstsein und – potenziellem – Verhalten.

III Mobilität

1. Zukunftsfähige Mobilität

Die Möglichkeit, den Ort zu wechseln, den Arbeitsplatz zu erreichen, aber auch andere Menschen, Länder und Kulturen kennen zu lernen, wird trotz TV und Internet auch in Zukunft ein wichtiger Teil der Lebensqualität bleiben. Mobilität ist jedoch in besonderem Maße mit Energieverbrauch verbunden. Unser Verkehrsverhalten hat deswegen einen entscheidenden Einfluss auf die CO₂-Emissionen, die stark zur Erwärmung des globalen Klimas beitragen. Der Flug in den Urlaub schädigt darüber hinaus die schützende Ozonschicht. Und vor Ort ist Verkehr der Lärmverursacher Nummer 1.

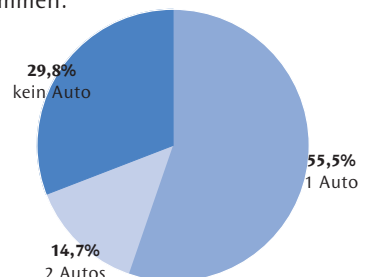
Zukunftsfähig ist unsere Mobilität, wenn wir Verkehrsträger ohne Verbrennungsmotoren nutzen. Solange auf den Verbrauch fossiler Brennstoffe (noch) nicht verzichtet werden kann, fahren wir in öffentlichen Verkehrsmitteln zukunftsfähiger, weil sie pro Personenkilometer energieeffizienter sind als PKW. Kürzere Fahrtstrecken – am besten mit dem Fahrrad – und im Verbrauch sparsame Fahrzeuge sind besser als weite Wege und große schwere Autos.

2. Umfrageergebnisse

2.1 Anzahl der Autos in den Haushalten

Ohne Auto auszukommen (oder auskommen zu müssen) oder sich einen Zweitwagen anzuschaffen, ist statistisch abhängig von der Haushaltsgröße und dem Haushaltseinkommen:

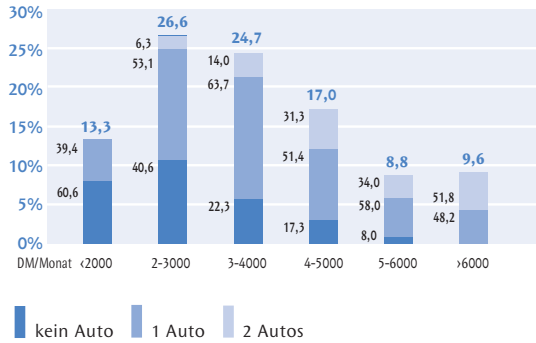
Anzahl Kfz in allen Haushalten



Haushaltsnettoeinkommen und Kfz

(zu lesen: 1.Säule: 13,3% der befragten Haushalte verdienen unter 2000 DM netto im Monat; von diesen Haushalten haben 60,6% kein Auto und 39,4% ein Auto)

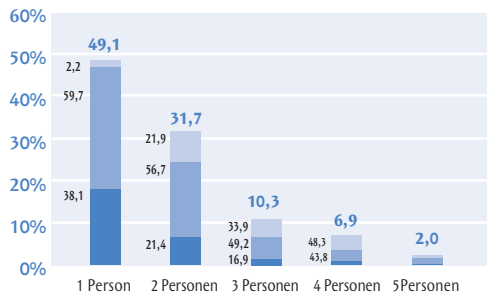
Haushaltsnettoeinkommen und Kfz



Haushaltsgröße und Anzahl Kfz

(zu lesen: 1.Säule: 49,1% der befragten Haushalte sind 1-Personen-Haushalte; von diesen haben 38,1% kein Auto, 59,7% 1 Auto und 2,2% 2 Autos.)

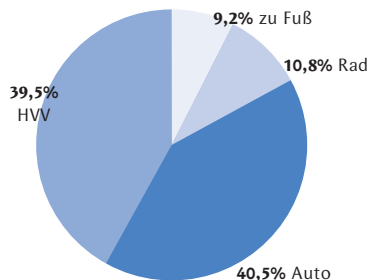
Haushaltsgröße und Anzahl Kfz



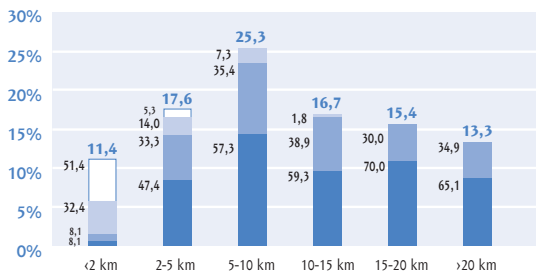
2.2 Der Weg zum Arbeitsplatz

63,7% der Befragten gaben an, den Arbeits- oder Ausbildungsplatz mit dem HVV erreichen zu können (weniger als 10 Minuten Fußweg zur und von der HVV-Station). 40,5% von diesen nehmen für den Arbeitsweg dennoch am häufigsten das Auto.

Häufigstes Verkehrsmittel, wenn Arbeitsplatz mit dem HVV erreichbar



Verkehrsmittel und Entfernung



Verkehrsmittel und Entfernung

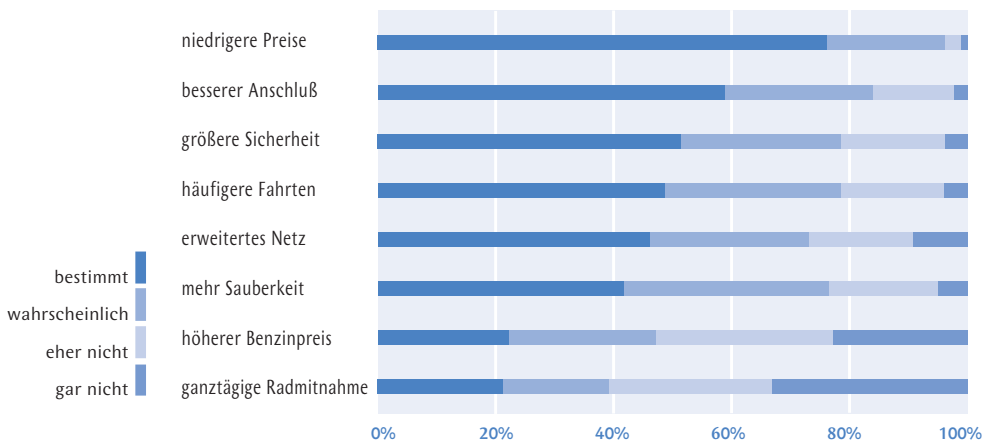
Diese Übersicht zeigt, welche Entfernungen die Hauptverdiener von der Wohnung zum Arbeits- oder Ausbildungsplatz zurücklegen müssen und welches Verkehrsmittel sie dabei am häufigsten benutzen.

zu Fuß Für alle Arbeitswege zusammengenommen gaben 53,7% der Antwortenden das Auto, 31,1% den HVV (einschließlich park & ride), 8,2% das Rad und 7% Schusters Rappen als häufigstes Verkehrsmittel an. 34,2% erklärten, dass ihr Arbeitsplatz nicht mit dem HVV erreichbar sei.

2.3 Was kann Autofahrer für den HVV gewinnen?

Personen, die mit dem Auto zum Arbeitsplatz fahren, bewerteten die aufgeführten Gründe danach, ob sie sie „bestimmt“, „wahrscheinlich“, „eher nicht“ oder „gar nicht“ dazu bewegen könnten, vermehrt den HVV zu nutzen:

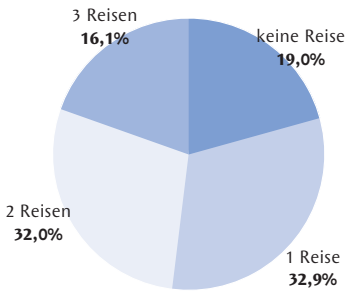
Beweggründe, vermehrt den HVV zu nutzen



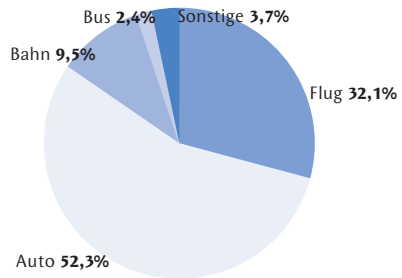
2.4 Die Urlaubsreisen

Die folgenden Grafiken zeigen, wie häufig die Hamburger/innen im Jahr 2000 in Urlaub gefahren sind, welche Verkehrsmittel sie dabei benutzten und wo die Urlaubsziele lagen.

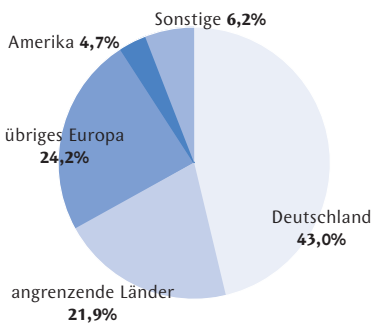
Anzahl Urlaubsreisen



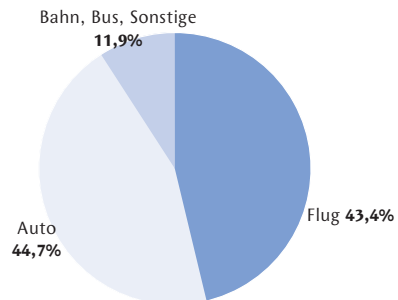
Verkehrsmittel aller Urlaubsreisen



Reiseziele aller Urlaubsreisen



Verkehrsmittel für den 3. Urlaub





2. Bewertung

Der Verzicht auf ein Auto oder die Anschaffung eines Zweitwagens kann ohne Kenntnis der Gründe allenfalls ein Indiz sein für ein mehr oder weniger zukunftsfähiges Mobilitätsverhalten. Aussagekräftig sind wohl nur Einpersonenhaushalte mit 2 Autos und Besserverdienende ohne Auto, beides kommt vor. Problematisch erscheint, dass unabhängig von der Haushaltsgröße über die Hälfte der besser verdienenden Hamburger Haushalte (ab 6000 DM / Monat) über einen Zweitwagen verfügen. Bei Zweipersonenhaushalten stehen sich etwa ebenso viele Auto-lose wie Zweitwagen-Haushalte gegenüber. Im bundesweiten Vergleich haben die Hamburger Haushalte allerdings insgesamt deutlich weniger Autos – eine Folge der großstädtischen Nahverkehrs-Infrastruktur, aber auch der Hamburger Haushaltsstruktur mit überdurchschnittlich vielen Einpersonenhaushalten.

Der Weg zum Arbeitsplatz wird ab einer Entfernung von 5 km am häufigsten mit dem Auto zurückgelegt. Selbst auf Strecken zwischen 3 und 5 km, die bequem mit dem Fahrrad zu bewältigen wären, fahren 47,4% der Antwortenden mit dem Auto. Der HVV, die zukunftsfähigere Alternative für längere Strecken, wird selten von mehr als einem Drittel der Befragten genutzt. Offen bleibt, welchen Einfluss es hat, dass alle Befragten im Hamburger Stadtgebiet wohnen, es sich also nicht um Pendler im herkömmlichen Sinne handelt. Nach den Angaben der Befragten liegt die Auto-Vorliebe jedenfalls nicht unbedingt daran, dass sie den Arbeitsplatz nicht mit dem HVV erreichen können. Das meiste scheint „Psychologie“ zu sein. Das macht auch die Frage deutlich, was zu einem Umsteigen auf den HVV motivieren könnte: Ein höherer Benzinspreis wirkt kaum HVV-fördernd. Dagegen werden andererseits die hohen Tarife des HVV als wichtigstes HVV-Hindernis angegeben.

Die Urlaubsreisen sind deswegen von besonderer Bedeutung, weil sie als Auto- oder Flugreisen besondere Spitzen des Energieverbrauchs und des CO₂-Ausstoßes darstellen. Während bundesweit 24% der Bevölkerung im Jahr 2000 keine Urlaubsreise machten (Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen), waren dies in Hamburg nur 19%. Bereits jeder 6. Hamburger Haushalt machte im Jahr 2000 mindestens 3 Urlaubsreisen. Einem Durchschnittswert von 1,29 Urlaubsreisen aller Deutschen steht ein Wert von 1,45 der Hamburgerinnen und Hamburger gegenüber. Zukunftsfähigere Verkehrsmittel wie die Bahn spielen dabei kaum eine Rolle. Auffällig ist, dass der „3. Urlaub“ einen wesentlich höheren Anteil von Flugreisen und einen deutlich geringeren Anteil von Reisen innerhalb Deutschlands ausweist. Hier dürfte – ähnlich wie bei den Zweitwagen – ein höheres Haushaltseinkommen die entscheidende Rolle spielen.

Insgesamt kann das Mobilitätsverhalten der Hamburgerinnen und Hamburger nicht als zukunftsfähig oder nachhaltig bewertet werden. Dies gilt für den Durchschnitt, besonders aber für die Besserverdienenden. Wenn alle Menschen auf der Welt sich ebenso verhielten, käme es im Luftraum zum Chaos und beim Klima wahrscheinlich bald zur katastrophalen Erwärmung. Der Verbrauch fossiler Energie würde sehr bald die natürlichen Vorräte erschöpfen und die nachfolgenden Generationen in eine Krise stürzen. Maßnahmen zur Trendwende in Richtung Zukunftsfähigkeit bieten sich beim öffentlichen Nahverkehr in Hamburg an. Hinsichtlich der Arbeitswege und ihrer Verkürzung durch städtebauliche Verdichtungsmaßnahmen zeigt sich, dass wohl nur eine „Stadt der sehr kurzen Wege“ eine Auswirkung auf die Verkehrsmittelwahl (den „modal split“) hat. Angesichts eher subjektiver als objektiver Hindernisse für eine zukunftsfähigere Mobilität ist – neben der Schaffung der infrastrukturellen Voraussetzungen – vor allem an kreative Imagekampagnen für den HVV und das Fahrradfahren zu denken.

IV Energie- und Wasserverbrauch

1. Zukunftsfähige Ressourcennutzung

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 ebenfalls zukunfts-fähig. Nachhaltig zukunfts-fähig zu sein, kann langfristig nur die Nutzung von regenerativen Energien wie Sonne, Wind, Wasser 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 verträgt jedoch nur eine bestimmte Fördermenge, ohne zu versalzen.

Im Haushalt gibt es viele Möglichkeiten, mit den Ressourcen Wasser und Energie zukunfts-fähig umzugehen und die Produktion regenerativer Energie zu unterstützen: 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, den Dusch-Wasserhahn zu schließen, wenn gerade kein Wasser gebraucht wird, das Licht bzw. die Stand-by-Schaltung aus zu stellen, wenn man den Raum länger verlässt, oder nachts die Heizung herunter zu drehen. Das spart nicht nur Energie, sondern schont auch den Geldbeutel.

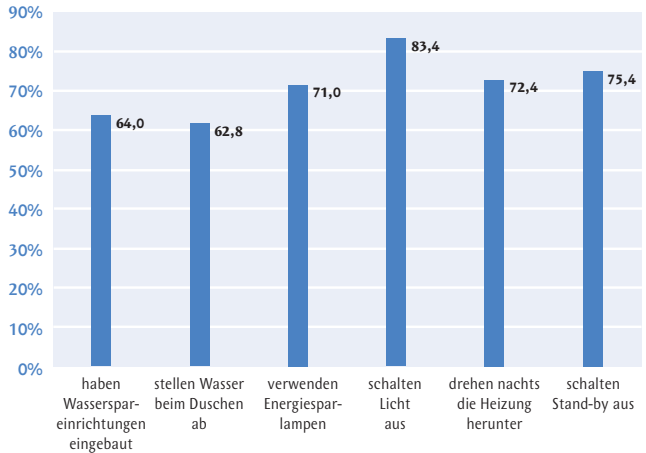
Wer nicht selbst die Möglichkeit hat, eine Solaranlage für das Warmwasser auf seinem Dach zu installieren, kann die Produktion regenerativer Energien durch den Bezug von Ökostrom unterstützen. Ökostrom ist zwar etwas teurer als herkömmlicher Strom, sparsamerer Verbrauch senkt aber auch hier die Kosten. Energie wird auch dadurch gespart, dass die Wärmedämmung der Wohnung/des Hauses verbessert wird. Gegebenenfalls kann man den Vermieter motivieren, in eine verbesserte Wärmedämmung zu investieren.

2. Umfrageergebnisse

2.1 Sparverhalten Wasser/Energie

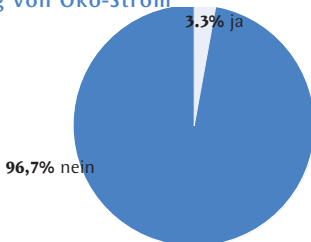
Das nachfolgende Diagramm zeigt, dass im Durchschnitt über 70% der befragten Haushalte darauf achten, nicht unnötig Strom und Wasser zu verbrauchen. Auch bei der Anschaffung von Haushaltsgeräten orientieren sich die Befragten an Verbrauchswerten: Über 70% bejahten die Frage, ob sie in den letzten fünf Jahren bewußt ein neues Haushaltsgerät mit geringem Verbrauchswert angeschafft haben.

Sparverhalten Wasser/Energie

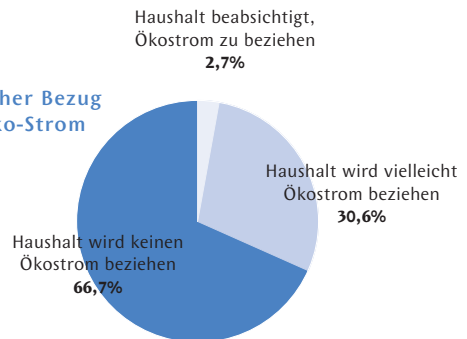


2.2 Öko-Strom

Bezug von Öko-Strom

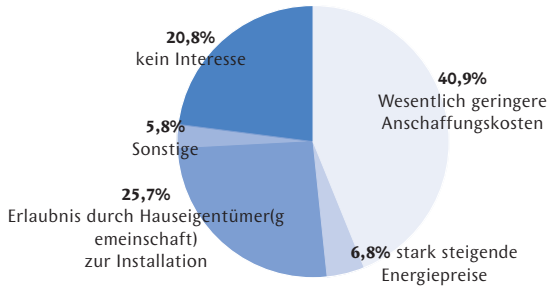


Möglicher Bezug von Öko-Strom



Die Abbildungen zeigen, dass nur wenige Haushalte zum Zeitpunkt unserer Befragung tatsächlich Ökostrom bezogen haben. Etwa ein Drittel der Haushalte gibt jedoch an, zukünftig sicher oder vielleicht Ökostrom beziehen zu wollen.

2.3 Motivation zur Nutzung von Sonnenenergie

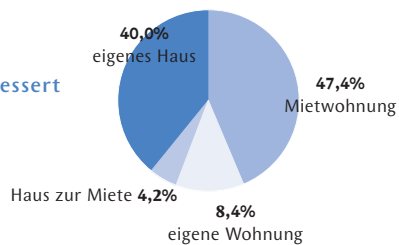


Gefragt wurde, welche Gründe Hamburger Haushalte motivieren würden, Sonnenenergie zu nutzen. Nur ein Fünftel der Befragten hat gar kein Interesse an der Nutzung von Sonnenenergie.

2.4 Wärmedämmung

20% der Befragten gaben an, in den letzten 5 Jahren die Wärmedämmung ihrer Wohnung/ihrer Hauses verbessert zu haben. Die Grafik zeigt, dass solche Maßnahmen sowohl in den „eigenen vier Wänden“ als auch etwa zur Hälfte im Rahmen von Mietverhältnissen vorgenommen wurden.

Wohnart derjenigen 20%, die die Wärmedämmung verbessert haben



3. Bewertung

Das alltägliche Wasser- und Energie-Sparen von ca. 70% der befragten Hamburger Haushalte dient der Ressourcenschonung und senkt die eigenen Kosten. Ob die Einsparung ausreicht, also der verbleibende Verbrauch zukunftsfähig ist, hängt allerdings von den absoluten Verbrauchswerten ab, die nicht erhoben wurden. Immerhin wird das in den Meinungen



und Einstellungen ermittelte Umweltbewusstsein der Hamburger beim Energie- und Wasserverbrauch im Haushalt mehrheitlich auch in die Tat umgesetzt.

Vergleichbare Prozentanteile erreichen auch diejenigen, die beim Kauf von Geräten auf geringere Verbrauchswerte geachtet haben. Damit liegen die befragten Hamburgerinnen und Hamburger im Trend: Nach der Studie 2000 des Umweltbundesamtes antworteten auf die Frage, ob sie beim Kauf von Haushaltsgeräten generell auf den Energieverbrauch achten, 56% der Befragten mit „ja“ und 30% mit „eher ja“.

Zukunftsfähiges Verhalten zu koppeln mit gewissen Investitionsausgaben für regenerative Energien – dafür hat sich bislang nur ein kleiner Anteil der Hamburger Befragten entschieden (vgl. Grafik zum derzeitigen Bezug von Ökostrom). Den Anteil von über 30% der Unentschiedenen zu gewinnen, die mit Ökostrom „sympathisieren“, ist eine Herausforderung für die derzeitigen Anbieter von Ökostrom. Die UBA-Studie 2000 hat hier deutschlandweit sogar einen noch größeren Anteil ermittelt: 47% gaben an, dass sie vielleicht Ökostrom beziehen werden.

Die Angaben zur Nutzung von Sonnenenergie machen deutlich: Gäbe es nicht die hohen Anschaffungskosten und wären Hauseigentümer bereit, den Einbau von Anlagen zur Nutzung von Sonnenenergie zu unterstützen, so könnte man ein großes Potenzial mobilisieren. Merkwürdigerweise scheinen allerdings die Energiepreise nur eine geringe Rolle zu spielen: nur 6,8% der Befragten gaben an, dass steigende Energiepreise sie zum Einbau von Anlagen zur Nutzung von Sonnenenergie motivieren könnten. Dabei lohnen sich Solaranlagen um so mehr, je höher der Preis der eingesparten fossilen Energie ist.

Dass über die Hälfte derjenigen 20%, die die Wärmedämmung verbessert haben, zum Zeitpunkt der Befragung zur Miete wohnten, zeigt, dass auch Mieter hier erfolgreich aktiv werden können. Da 76,5% aller Befragten zur Miete wohnen, könnten Information und Anreize weiteres Potenzial erschließen.

V *Öko-Lebensmittel und „fair“ gehandelte Produkte*

1. Zukunftsfähige Ernährung

Die Möglichkeit, Lebensmittel über regionale oder saisonale Grenzen hinweg auszuwählen, spielte mit wachsendem Wohlstand eine wichtige Rolle. Das bestehende System des Lebensmittel-Einzelhandels ist gekennzeichnet durch Handelsklassen, die an äußeren Merkmalen ausgerichtet sind, und durch die Profilierung über den Verkaufspreis. Nirgendwo in der westlichen Welt geben Haushalte weniger für den Erwerb von Lebensmitteln aus als in Deutschland (12-13% des Haushaltsnettoeinkommens). Die Produktion von Lebensmitteln, deren Vertrieb über z.T. mehrere Handelsstufen und der damit verbundene Transport über große (und z.T. unsinnige) Entfernungen ist mit einem entsprechenden Ressourcenverbrauch verbunden.

Ökologisch produzierte, regionale Lebensmittel ermöglichen ein zukunftsfähiges Konsumverhalten. Der ökologische Landbau mit seinem ganzheitlichen Ansatz schont Boden, Wasser und Luft. Derart produzierte Lebensmittel überzeugen im Geschmack ebenso wie im Aussehen. Regional erzeugte Lebensmittel müssen nicht über weite Entfernungen transportiert werden. Das verringert den Primärenergieverbrauch, und das Essen kommt frischer auf den Tisch. Die Nachfrage nach regionalen Lebensmitteln sichert das Einkommen der heimischen Landwirte, Gärtner und der entsprechenden Vermarktungsunternehmen. Wirtschaftlich gesunde Unternehmen sichern Arbeitsplätze und soziale Sicherungssysteme. Öko-Lebensmittel werden mit Logos und Siegeln der Ökologischen Anbauverbände und/oder dem Öko-Prüf-Zeichen vermarktet. Sie weisen eine Kontrollstelle und eine Prüfnummer aus.

Viele Lebensmittel, die für uns inzwischen selbstverständlich geworden sind, wachsen jedoch nicht in der Region: von Südfrüchten über Reis zu Kaffee und Kakao. Will man auf sie nicht verzichten, so lautet die zukunftsfähige Alternative: „fair“ gehandelte Produkte. Diese Lebensmittel und Genussmittel aus der Dritten Welt werden unter angemessenen sozialen Bedingungen und z.T. ökologisch hergestellt. Sie sichern den

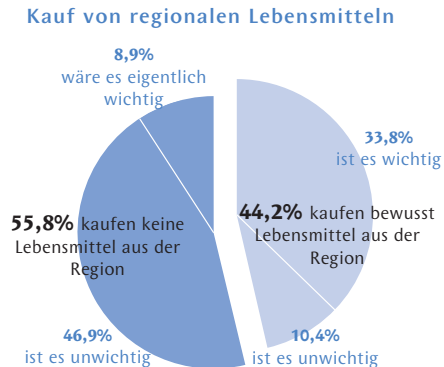
Produzenten vor Ort einen Preis, der eine Verbesserung ihrer Lebensumstände ermöglicht. Diese Waren werden z.B. über die „Transfair“ Organisation vermarktet, mit einem Siegel versehen und auch im Lebensmittel-Einzelhandel angeboten.

Der Verzehr von Fleisch kann einer ausgewogenen, gesunden Ernährung dienen. Die aktuellen Krisen in der Landwirtschaft (BSE, Maul- und Klauenseuche, Legehennen-Batterien, Hormone) betrafen jedoch vorrangig die Tierhaltung und deuten an, dass diese nicht zukunftsfähig ist. Hinzu kommt, dass für die Produktion von 1 kcal an tierischem Eiweiß der Einsatz von durchschnittlich 9 kcal an pflanzlichem Eiweiß notwendig ist. Damit ergibt sich für den gleichen Energiegehalt in unserer Nahrung ein erheblich höherer Flächenverbrauch bei der Produktion von Fleisch. Damit einher geht ein gesteigerter Ressourcenverbrauch (Dünge-, Pflanzenschutzmittel, Treibstoffe, Maschinenstunden), trägt doch eine Einheit Fleisch neben dem eigenen noch den „ökologischen Rucksack“ von 9 Einheiten pflanzlicher Produktion. Zukunftsfähig sind seltenere Fleischmahlzeiten von Tieren, die artgerecht in der Region gehalten wurden.

2. Umfrageergebnisse

2.1 Regionale Lebensmittel

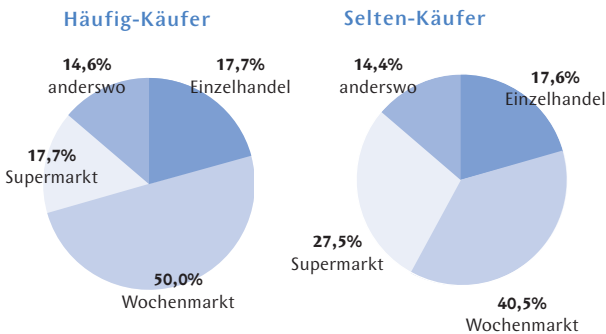
Insgesamt achteten 44,2% der Haushalte darauf, bewusst Lebensmittel aus der Region zu kaufen. Für weniger als die Hälfte (42,7%) der befragten Haushalte ist es wichtig, dass Lebensmittel aus der Region kommen. Zwei Drittel dieser Haushalte (= 33,8% aller Befragten) achtete beim Kauf von frischem Obst und Gemüse tatsächlich darauf, dass es auch aus der Hamburger Region kommt.



2.2 Ökologische Lebensmittel

23,8% der befragten Hamburger Haushalte kaufen oft oder sehr oft ökologische Lebensmittel. Von diesen Häufig-Käufern lassen sich rund 79% bei ihrer Kaufentscheidung durch Öko-, Qualitäts- und Umweltzeichen helfen. In einer bundesweiten Befragung aus dem selben Jahr (Umweltbundesamt) gaben 28% aller Befragten an, oft oder sehr oft ökologische Lebensmittel zu kaufen. Die Frage nach dem Einkaufsort (Wo wurde eingekauft und wo ist der Standort dieses Ladens) kann Aufschluss darüber geben, wie bewusst zukunftsfähige Produkte erworben wurden.

Wo wurden ökologische Lebensmittel gekauft?



Wo wurde eingekauft:

Die Häufig-Käufer kaufen ihre Lebensmittel zu 50% auf einem Wochenmarkt und zu 17,7% in einem Einzelhandelsgeschäft. Haushalte, die seltener Öko-Produkte kaufen, erledigen dieses öfter im Supermarkt (27,5% zu 17,7 % der Häufig-Käufer).

Standort des Ladens:

Die Häufig-Käufer wählen ihren Einkaufsort eher im nächsten Geschäfts- oder Einkaufszentrum als die Selten-Käufer, während rund 2/3 dieser eher auf dem Weg von oder zur Arbeit (64,7%) ihre Öko-Produkte einkaufen. Wenig beliebt ist die Hamburger City als Einkaufsort. Nur 10% der Häufig- und 6% der Selten-Käufer lassen dort ihr Geld für den Kauf von Öko-Produkten.

Kauf-Motivation:

Bei der Frage, was die Haushalte – neben einem günstigeren Preis – am ehesten dazu bringen würde, mehr Öko-Produkte zu kaufen, ergab sich nachfolgende Reihenfolge:

Häufig-Käufer

1. bessere Kontrolle der ökol. Herstellung
2. andere Verkaufsorte
3. einheitliche Kennzeichnung
4. erweiterte Produktpalette
5. regionale Herkunft

Selten-Käufer

1. andere Verkaufsorte (Supermärkte etc.)
2. bessere Kontrolle der ökol. Herstellung
3. einheitliche Kennzeichnung
4. erweiterte Produktpalette

Unter „ferner liefern“ waren die Optionen „moralisches Image verlieren“, „besseres Aussehen der Produkte“, „bessere Verpackung“ und „besserer Geschmack“. Insgesamt meldeten sich die Häufig-Käufer hier stärker zu Wort (27%) als es ihrem Anteil an der Gesamtheit der befragten Haushalte entspricht (24,4%).

Mehrausgaben:

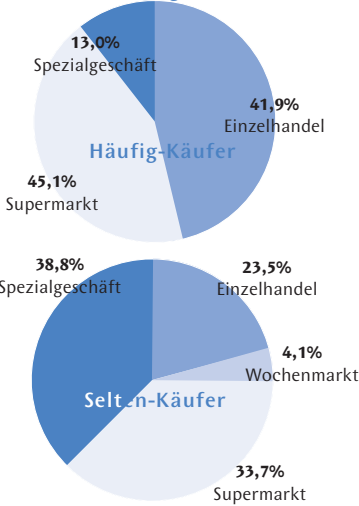
Die Häufig-Käufer geben monatlich bereits durchschnittlich 93,- DM für ökologische und fair gehandelte Lebensmittel aus. Die Selten-Käufer zahlen tatsächlich 35,- DM mehr im Monat für ökologische bzw. fair gehandelte Produkte und sind bereit, dies auf durchschnittlich 58,- DM aufzustocken. Das durchschnittliche monatliche Netto-Einkommen der Häufig-Käufer Haushalte liegt mit rund 3.270,- DM knapp über dem Durchschnitt aller Befragten (3.150,- DM).

2.3 Fair gehandelte Lebensmittel

Fair gehandelte Lebensmittel stehen in Hamburger Haushalten nicht besonders hoch im Kurs. Nur 7,4% aller Befragten greifen oft oder sehr oft zu diesen Produkten. Immerhin lassen diese Häufig-Käufer sich dabei zum weit überwiegenden Teil (77%) von Qualitätssiegeln und Zeichen leiten, was auf ein gewisses Vertrauen in diese Logos schließen lässt.

Dass fair-trade Produkte ihren (berechtigten) Preis haben, ist den Käufern in diesem Segment bewußt. Immerhin rund 110,- DM geben die Häufig-Käufer im Monat durchschnittlich mehr aus für diese Einkäufe (inkl. Öko-Lebensmittel). Das liegt deutlich über dem, was die Selten-Käufer im Monat mehr ausgeben (DM 39,-). Während die Häufig-Käufer damit ihre „Schmerzgrenze“ erreicht haben, wären die Selten-Käufer durchaus bereit, noch einmal DM 25,- draufzulegen.

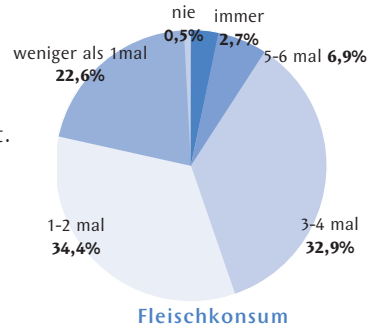
Wo wurden fair gehandelte Lebensmittel gekauft?



Bei der Frage nach dem Einkaufsort offenbarten sich deutliche Unterschiede. Während die Häufig-Käufer vor allem im Supermarkt und auch im Einzelhandelsgeschäft nach diesen Produkten greifen, suchen die Selten-Käufer zu diesem Zweck auch stärker Spezialgeschäfte auf. Die Standorte dieser Läden sind für die Häufig-Käufer relativ egal: bei der Wohnung/Arbeit oder in einem großen Einkaufszentrum (jeweils 45%), Hauptsache nicht in der Hamburger City (10%). Bei den Selten-Käufern spielt wieder der Bequemlichkeits-Aspekt eine große Rolle: bevorzugt auf dem Weg von oder zur Arbeit greifen sie zu diesen Produkten.

2.4 Fleisch

57,5% aller Befragten essen höchstens 2 x in der Woche Fleisch als Hauptmahlzeit. Insgesamt sind nur 0,5% Vegetarier. Unter 10% bleiben die Haushalte, die 5mal und häufiger Fleisch essen.



3. Bewertung

Das Umfrageergebnis zum Konsum regionaler Produkte macht deutlich, dass eine gezielte Aufklärung und Werbung weitere Käuferpotenziale erschließen könnte. Dass regionale Produkte z.T. auch ohne ein entsprechendes Bewusstsein gekauft werden, spricht nicht dagegen. Es zeigt eher, dass auch das Warenangebot mitentscheidet. Je häufiger Öko-Lebensmittel gekauft wurden, desto eher wurden diese Einkäufe in einem Einzelhandelsgeschäft oder auf einem Wochenmarkt erledigt. Supermärkte oder andere Geschäfte sind die Orte, in denen Öko-Lebensmittel eher nebenbei mitgenommen werden. Wer bewußt einkauft, tut dies in einem entsprechenden Fachgeschäft (respektive Wochenmarkt). Dieses zeugt von einem hohen Bedürfnis an Vertrauen und persönlicher Bindung zwischen Kunde und Verkäufer. Damit einher geht die Tatsache,

dass häufiges Kaufen von Öko-Produkten zu einer stärkeren Auseinandersetzung mit diesen führt, oder auch verstärkte Auseinandersetzung zu gesteigertem Erwerb.

Ermutigend sind die Angaben zur Bereitschaft, mehr Geld für ökologische oder fair gehandelte Waren auszugeben. Die Umfrage zeigt auch, wie dieses Potenzial ausgeschöpft werden kann: Einerseits können die Supermärkte – erfolgsversprechend – ihr Sortiment um Bio-Waren ergänzen. Andererseits sollte die entsprechende Kennzeichnung vereinfacht und in ihrer Garantieaussage absolut vertrauenswürdig sein - z.B. durch verstärkte unabhängige Kontrollen. Auch die Differenz zur bundesweiten Befragung zeigt schon unter den gegebenen Umständen ein Potenzial auf, welches der weiteren Verbreitung von Öko-Lebensmitteln zugute kommen kann.

Wie viel ein gut eingeführtes und vertrauenswürdiges Logo wert sein kann, zeigt der Konsum fair gehandelter Lebensmittel. Diese verkaufen sich fast ausschließlich über ihr Siegel. Einmal erklärt und verstanden, ist das Vertrauen in die Produkte mit diesem Zeichen so groß, dass der Einkaufsort relativ anonym sein kann.

Zum Fleischkonsum ist darauf hinzuweisen, dass die Umfrage während des BSE-Skandals durchgeführt wurde. Der Zusammenhang zwischen Fleischkonsum und Ressourcenverbrauch scheint den wenigsten Haushalten gegenwärtig zu sein. Anders wäre es nicht zu erklären, warum auch diejenigen Hamburger Haushalte, denen bewusst ist, dass unsere Konsumgewohnheiten bei Übertragung auf alle Menschen der Welt den Globus bald unbewohnbar machen würden, genauso häufig Fleisch pro Woche zur Hauptmahlzeit essen wie der Durchschnitt. In der öffentlichen Auseinandersetzung spielen die Zusammenhänge zwischen Fleischverzehr und Ressourcen-, Energie- und Flächenverbrauch ebenso wenig eine Rolle wie die entwicklungspolitischen Auswirkungen. Der Fleischkonsum könnte deswegen ohne gezielte Informationen zu zukunftsfähiger Ernährung nach der Fleischkrise wieder ansteigen. Die angekündigte Trendwende in der Landwirtschaft sollte deswegen unbedingt diese weitergehenden Aspekte eines nachhaltigen Verbraucherverhaltens mit einbeziehen.

VI Anschaffen, Nutzen, Entsorgen

1. Zukunftsfähige Nutzung

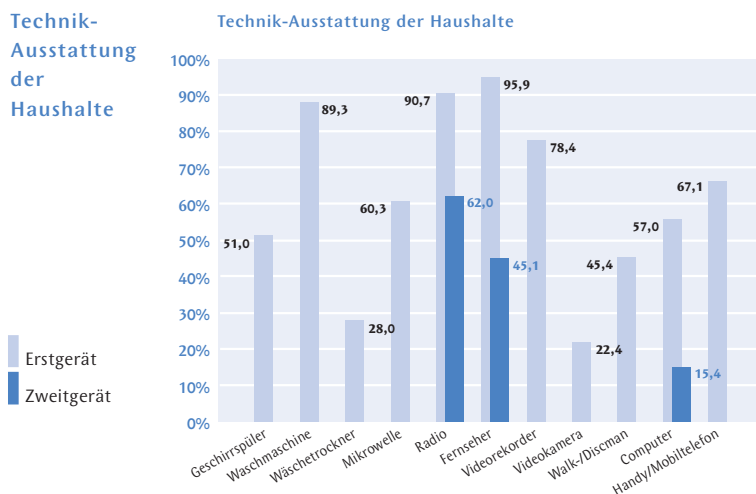
Ein zukunftsfähiger Umgang mit Bedarfs- und Haushaltsgegenständen besteht vor allem darin, die in ihnen enthaltenen Rohstoffe so sparsam und so lange wie möglich zu nutzen. Das bedeutet zum einen, dass nicht jeder Modegag gekauft werden sollte und dass grundsätzlich etwas Haltbares, Langlebigeres und Reparaturfreundlicheres 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, vgl. auch Kap. V) und Pfandsysteme nutzen. Abfall, der dennoch anfällt, sollte getrennt werden, um Rohstoffe so weit wie möglich einer Wiederverwertung zuzuführen. Die Bereitstellung und Nutzung von entsprechenden glaubhaften Entsorgungsangeboten sind dafür die Voraussetzung.

2. Umfrageergebnisse

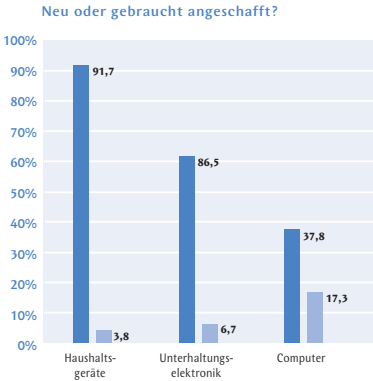
2.1 Gerätezyklen

Technik-Ausstattung der Haushalte

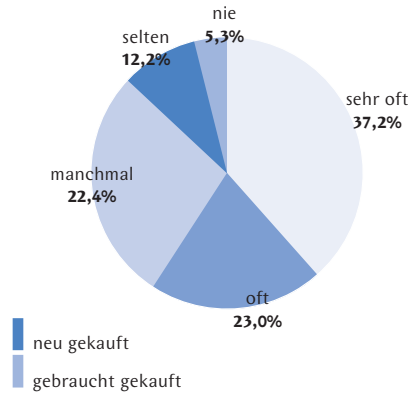


Die vorhergehende Grafik veranschaulicht die Ausstattung der befragten Hamburger Haushalte mit bestimmten Haushaltsgeräten, Geräten der Unterhaltungselektronik, Computern und Mobiltelefon.

Neu oder gebraucht angeschafft?

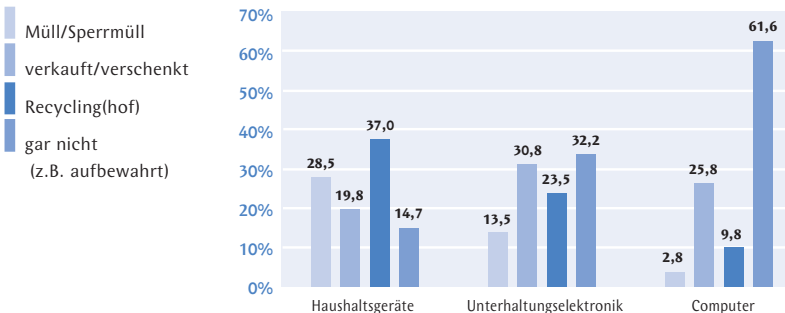


Reparatur von defekten Haushaltsgeräten



Die Grafiken machen deutlich, daß Haushaltsgeräte und Unterhaltungselektronik von den Befragten im allgemeinen neu gekauft wurden. Über 60% der befragten Haushalte versuchen „sehr oft“ oder „oft“ defekte Haushaltsgegenstände zunächst zu reparieren oder reparieren zu lassen.

Entsorgung ersetzter Geräte



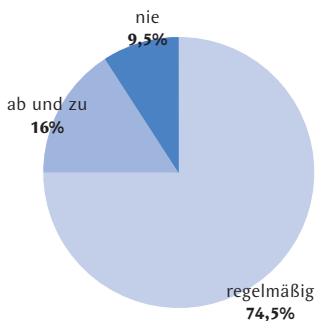
Ob kaputt, aus der Mode oder nutzlos – die letzte Grafik der vorigen Seite zeigt, wie die befragten Haushalte Haushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik und Computer zuletzt „losgekommen“ sind/entsorgt haben: zu etwa 20-30% wurden sie verkauft/verschenkt. Besonders Computer wurden bei Anschaffung eines neuen zunächst aufbewahrt.

2.2 Hausmülltrennung

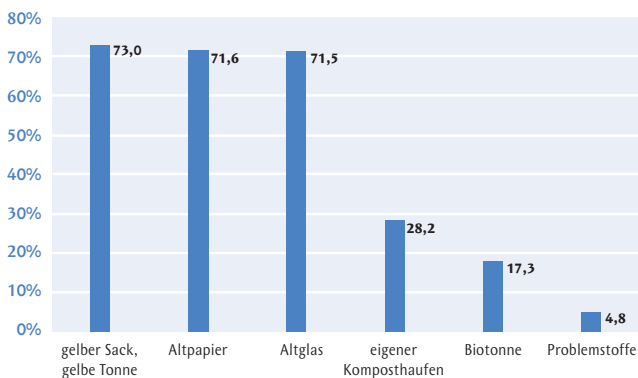
Die Grafiken zeigen, wieviel Prozent der befragten Haushalte Müll trennen und in welcher Weise.

Auf die Frage, wie oft sie Getränke in Pfandflaschen kaufen, antworteten über 70% der Befragten mit „sehr oft“ (53,7%) und „oft“ (17,5%).

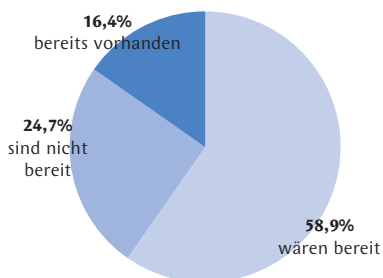
Häufigkeit der Mülltrennung



Arten der Mülltrennung



Bereitschaft zur Nutzung der Biotonne



Die tatsächliche Nutzung einer Biotonne für den organischen Abfall ist relativ gering. Bei einem großen Anteil der Haushalte besteht jedoch die Bereitschaft, eine solche Tonne zu nutzen, wenn sie angeboten würde.



3. Bewertung

Die Ausstattung der Haushalte mit den angegebenen Haushaltsgegenständen und Geräten ist insgesamt recht hoch. Dies bedeutet einen entsprechend hohen Aufwand an Energie und Ressourcen für die Herstellung und auch insgesamt einen hohen Energieverbrauch für ihren Betrieb. Es zeigt sich aber auch, dass vielfach die Sättigungsgrenze bald erreicht ist und sich dann die niedrigeren Verbrauchswerte neuer Geräte auf den Gesamtverbrauch der Betriebsenergie stärker auswirken können.

Die Beantwortung der Fragen zu Gerätezyklen im Haushalt zeigt, dass auch hier „sortiert“ wird. Der relativ hohe Anteil von Reparaturversuchen läßt darauf schließen, daß die Befragten reparaturfreundliche Geräte schätzen. Dies kann und sollte auch als Hinweis an die Hersteller verstanden werden. Und: Es wird auch gezielt verschenkt und verkauft. Allerdings, so wird an der Frage zum eigenen Kaufverhalten deutlich, erwerben knapp 87% bzw. über 90% der Befragten Unterhaltungselektronik und Haushaltsgegenstände „neu“. Gebrauchtes wurde also eher weggegeben, als gerne auch selbst erworben.

Mülltrennung ist in Hamburg weit verbreitet – jedenfalls im Hinblick auf Angebote, die sich in Haushaltsnähe befinden (Gelber Sack, Altpapier, Altglas). Der Bereitschaft zur Nutzung einer Biotonne kommt die Versorgung der Haushalte mit entsprechenden Angeboten nicht nach. Die Bereitschaft zur Mülltrennung sagt allerdings über die Menge des Abfalls und über die Bereitschaft, Müll zu vermeiden, noch nichts aus. Ein zukunftsfähiges Entsorgungsverhalten muss beides berücksichtigen. Von einer nachhaltigen Kreislaufwirtschaft, die alle „Abfälle“ als Rohstoffe für die Herstellung neuer Produkte wiederverwendet, ist nicht nur Hamburg noch weit entfernt. Ansätze für ein zukunftsfähigeres Verbraucherverhalten sind in der Umfrage aber durchaus zu erkennen.

LEBEN AUF GROSSEM FUSS

oder

Wieviel Landfläche braucht ein Hamburger?

Mehr als 7 Fußballfelder benötigt jede Hamburgerin und jeder Hamburger im Jahr für Wohnen und Konsum – bei einer Wohnfläche von „nur“ 38 m². Wie berechnet man den Flächenverbrauch von Konsum ? Und warum überhaupt ?

Die Landfläche unseres Planeten ist auf 14,9 Mrd. ha begrenzt, die wirtschaftlich nutzbare Fläche davon beträgt nur ca. 8,7 Mrd. ha. Der Mensch braucht sie z.B. als Acker- und Siedlungsfläche. Die nutzbare Fläche nimmt global ab, die Wüsten breiten sich aus. Die Zahl der Menschen aber nimmt zu; derzeit sind es 6 Mrd. Rein rechnerisch steht jedem Menschen damit ein Anteil von 1,45 ha Landfläche zu. Vor diesem Hintergrund ist es für unsere Zukunft entscheidend festzustellen, wie viel Fläche wir Hamburger tatsächlich in Anspruch nehmen. Leben wir „über unsere Verhältnisse“, ist Hamburg „überbevölkert“?

Wie sich Lebensstil und Konsum – über die Wohnfläche hinaus – in ein Flächenmaß übersetzen lassen, haben *M. Wackernagel* und *W. Rees* entwickelt („*Unser ökologischer Fußabdruck*“, Basel 1997). Sie nennen diese Fläche den „ökologischen Fußabdruck“. Seine Berechnung erfordert eine Fülle statistischen Materials und komplizierte Rechenoperationen.

Das Grundprinzip aber ist einfach: Die Nutzfläche der Erde lässt sich grob in Siedlungs-, Acker-, Weide- und Waldflächen unterteilen (die Wasserflächen bleiben hier unberücksichtigt). Der Konsum des Menschen kann ebenfalls grob in Nahrung, Wohnung, Verkehr und Konsumgüter unterschieden werden. Jede Konsumform erfordert unterschiedliche Flächenarten: Für die Nahrung braucht man Äcker und Weiden; zum Wohnen Siedlungs- aber auch Waldfläche für Bauholz und Möbel;

Verkehr benötigt vor allem Siedlungsfläche; Konsumgüter in Form von Kleidung brauchen Äcker für Baumwolle, Weiden für Wolle und Leder. Verpackungen und Zeitungen benötigen Waldflächen.

Wie aber lässt sich Energie, die jede Konsumform zusätzlich braucht, in Fläche übersetzen? Fossile Energie (Kohle, Gas, Erdöl) erzeugt beim Verbrennen CO₂, das irgendwie gebunden werden muss, wenn man langfristig Klimakatastrophen vermeiden will. *Wackernagel* und *Rees* haben deswegen die fossile Energie in die Waldfläche umgerechnet, die nötig ist, um das freiwerdende CO₂ zu binden. Für die Kernenergie verfahren sie entsprechend, um sie wegen ihres hohen Risikopotenzials nicht „besser“ zu stellen. Weitere Differenzierungen mit verschiedenen „Faktoren“ berücksichtigen bei den Berechnungen die unterschiedlichen Produktivitäten verschiedener Flächenarten in verschiedenen Ländern.

Natürlich kann nicht für jede Verkehrsleistung, jedes Konsumgut der notwendige Energie- und Flächenbedarf ganz genau errechnet werden. Aussagekräftig ist aber schon die Größenordnung; es reichen durchschnittliche und z.T. geschätzte Angaben. Bei den Konsumgütern haben sich *Wackernagel* und *Rees* z.B. im wesentlichen auf Kleidung und Papier und eine Restkategorie „anderes“ beschränkt. Das Ergebnis ist, dass die errechneten Konsumflächen „untertreiben“, in Wahrheit also größer sind.

Für **Deutschland** haben *Wackernagel* und *Rees* mit dieser Methode anhand von Werten aus 1993 folgendes errechnet: Jede/r Einwohner/in nimmt insgesamt 5,32 ha Fläche in Anspruch, über die Hälfte davon als „Energiefläche“ (2,70 ha), davon wiederum 1,17 ha für Wohnen und 0,65 ha für den Straßenverkehr. Die Nahrung benötigt insgesamt 1,86 ha und die Konsumgüterherstellung und -nutzung – mit großen Lücken – 0,69 ha.

Und die **Hamburger**? 1999 hat *Gösta Jancke* die Formeln von *Wackernagel* und *Rees* mit den Daten des Statistischen Landesamtes Hamburg und anderer Quellen gefüttert (*G.Jancke: Ansatz zur Berechnung und Vermittlung der Nachhaltigkeit der Stadt Hamburg*

mit Hilfe eines aggregierten Indikators – Möglichkeiten der Nutzung im Lokale Agenda 21-Prozeß, Lüneburg 1999; www.agenda21-netzwerk.de/footprint/index.htm). Ebenfalls mit Werten von 1993 ermittelte Jancke für den durchschnittlichen Hamburger durchaus Unterschiede zum Bundesdurchschnitt:

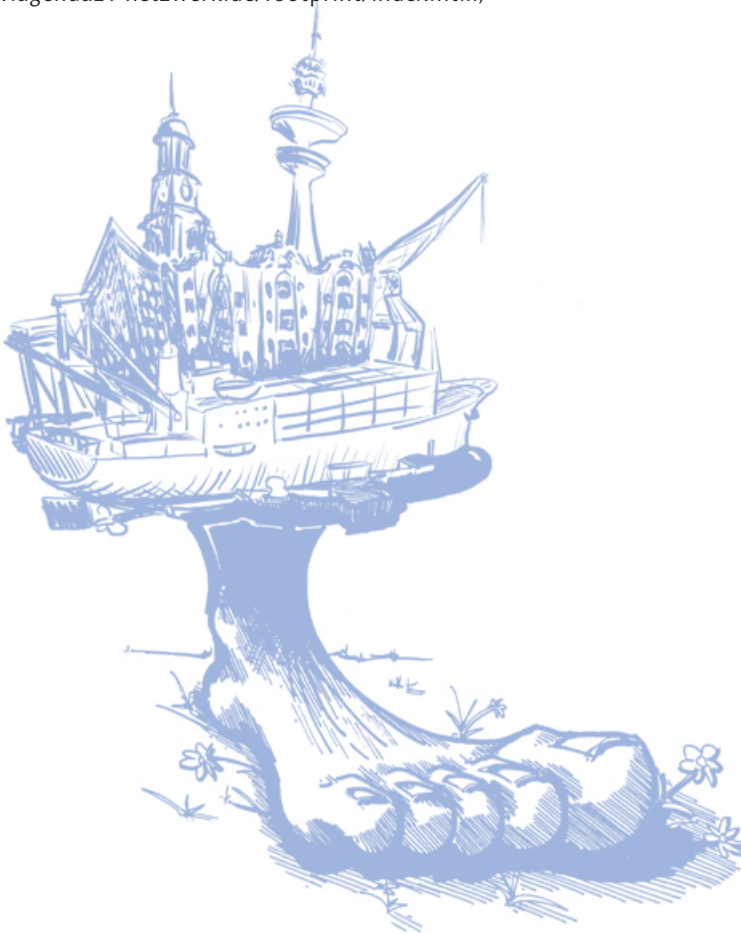
Die von den Hamburgern pro Kopf in Anspruch genommene Gesamtfläche liegt mit 5,49 ha um 3% über dem Bundesergebnis. Bei der „Energiefläche“ liegt Hamburg mit 3,17 ha sogar um 17,4% darüber, vor allem für die Konsumformen Wohnen und Güter. Beim Wohnen steht der großen „Energiefläche“ allerdings eine wesentlich kleinere Siedlungsfläche gegenüber, was die bauliche Verdichtung in der Großstadt widerspiegelt. Auch bei den Konsumgütern brauchen die Hamburger mehr Fläche, nicht dagegen bei der Nahrung und beim Straßenverkehr.



Und die Quintessenz aus dem ganzen Rechenwerk? Der Deutsche Durchschnittsbürger und noch stärker die Hamburgerin und der Hamburger lebt „auf großem Fuß“: Ein ökologischer Fußabdruck von 5,49 ha multipliziert mit 1,7 Millionen Einwohnern Hamburgs ergibt eine Gesamtfläche, die einem Kreis von 345 km Durchmesser um das Hamburger Rathaus entspricht. Wenn man die hohe Produktivität der Nutzflächen in Deutschland gegenüber der Ertragskraft aller anderen Wirtschaftsflächen der Erde berücksichtigt, bleibt immer noch eine Kreisfläche mit einem Durchmesser von 156 km – das Gebiet zwischen Neumünster, Wittenberg, Soltau und Bremerhaven. Das mag als „Einzugsgebiet“ der Metropole Hamburg vielleicht angemessen erscheinen. Die Flächenbedarfe der vielen Menschen im Hamburger „Speckgürtel“ und in allen anderen Orten innerhalb des Kreises kommen jedoch noch hinzu. Geht man von der welt-durchschnittlichen Flächenproduktivität aus, so nutzen Hamburgs Bürger mit 5,49 ha Fläche mehr als dreieinhalb mal so viel Bodenproduktivität, wie maximal von jedem Erdenbürger zur Zeit genutzt werden dürften (1,45 ha). Damit leben wir entschieden über unsere Verhältnisse – und wir können dies

nur, weil andere Menschen im Süden und Osten für ihr Leben mit einem Bruchteil der Flächen auskommen (müssen). 5 der 7 vom Hamburger Bürger in Anspruch genommenen Fußballfelder liegen sozusagen in Südamerika oder Asien, wo sie den zunehmend mehr Menschen fehlen. Oder anders ausgedrückt: Die Hamburger müssten die 2 Fußballfelder, die ihnen „zustehen“, mehr als 3 mal so effizient nutzen, um ihren Konsum auf demselben Niveau zukunftsfähig zu machen.

(Hinweis: Auch den individuellen ökologischen Fußabdruck des eigenen Haushalts kann man errechnen. Grundlagen dazu unter: www.agenda21-netzwerk.de/footprint/index.htm)



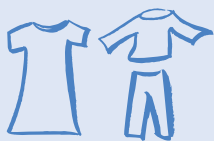
EINEN TAG ZUKUNFTSFÄHIG LEBEN...

Ein Selbstversuch

Geht das überhaupt – nicht auf Kosten der Umwelt und anderer Weltregionen leben ? Ich will es einen Tag lang testen. Bedingung: kein Einsiedler- oder Asket-Dasein. Und trotzdem möglichst wenig Rohstoffe und Energie verbrauchen, Umweltbelastungen vermeiden und mich entwicklungspolitisch „korrekt“ verhalten. Auf geht's:



Mit dem Wecker fängt es schon an: Statt Strom zu fressen, müsste er Solarzellen haben oder aufziehbar sein – und trotzdem absolut zuverlässig und lautlos ticken, gibt es das ? Die Morgentoilette: 3 Liter Wasser im Waschbecken statt Dusche (ca. Faktor 10). Immerhin ist der Stoff der Hamburger Wasserwerke Tiefengrundwasser, das nur eine bestimmte Entnahmemenge verträgt, ohne zu versalzen. Klo-Spülung ist bereits „bedarfsgerecht“ dimensioniert. Das Rasieren ?! Gibt es Ökobilanzvergleiche zwischen Nass- und Trockenraser ? Über Kosmetika brauche ich wenigstens nicht nachzudenken.



Kleidung ist Stil- und Geldfrage, Ex- und Hopp-Mode nicht zukunftsfähig. Also lieber zeitlos gediegen und haltbar, statt über Altkleidersammlungen das einheimische Bekleidungs-gewerbe in Afrika zu ruinieren. Heute also etwas älteres auftragen – und das Sakko mit eingerissenem Futter herauslegen für den Änderungsschneider.

Das Frühstück. Der Kaffee ist „fair gehandelt“, um mit „gerechten“ Preisen eine Bauernkooperative in Südamerika zu fördern. Mein Vorurteil gegen den Geschmack ist völlig unbegründet. In mein Getreide-Müsli schneide ich heute (wohl oder übel) einheimische Äpfel statt Südfrüchte,



die viel Transportenergie kosten. Brot, Eier von freilaufenden Hühnern, Käse und Milch kommen – das unterstelle ich jetzt einmal – aus dem Umland. Warum eigentlich nicht vom Wochenmarkt? – ein guter Vorsatz. Beim Fruchtojogurt wird es kritisch: Pfandglas aus Süddeutschland oder Plastikbecher aus Niedersachsen ?

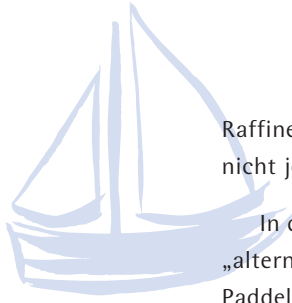
Auf ins Büro ! Für die über 10 km nehme ich das Fahrrad. Hält fit, ist leise, verbraucht keine Energie und hinterlässt kein CO₂ – ein wirklich zukunftsfähiges Verkehrsmittel ! Der Buckelpisten-“Radweg“ der Bebelallee ist beim Blick von der Krugkoppelbrücke auf die pastellfarbene morgendliche Alster bereits vergessen. Nur 5 Minuten länger als mit dem HVV und vielleicht 10 Minuten länger als mit dem Auto brauche ich für den Weg. Der Kreislauf ist in Schwung, das Schwitzen ein Nachteil. Das Portemonnaie dankt es. Übers Jahr würde ich über 1000 DM für die HVV-Karte sparen und die Entfernungspauschale gibt es jetzt auch noch.



Für die paar Schritte von der Haus- zur Bürotür im Erdgeschoss kann ich auf die Hausflurbeleuchtung über 4 Etagen verzichten. In meinem Arbeitszimmer mache ich nur die Energiespar-Schreibtischleuchte von 11 Watt an statt der üblichen „Festbeleuchtung“ von 8 Leuchtstoffröhren à 38 Watt (Faktor 27). Die Büroarbeit mit PC, E-Mail und Internet könnte weitgehend ohne Papier auskommen – wäre da nicht die Pflicht zur Aktenführung und Belegsammlung. Wenigstens nimmt der Drucker Recycling-Papier, das bis zu 90% weniger Wasser und Holz und 50% weniger Energie braucht. Ein Ökobilanzvergleich zwischen dem Akten-Büro 1980 und dem stromfressenden EDV-Büro 2000 würde mich interessieren.


Kantinenessen. Heute mal die fleischlose Variante. Nicht nur zum Wohle meiner Blutfette und wegen BSE, Schweinepest, Hormonfleisch usw. Das Kraftfutter für die hiesige Viehmast wird zum großen Teil aus fernen Kontinenten hierher transportiert und belegt dort Böden, die für die einheimische Versorgung fehlen. Um eine Fleisch-Kalorie zu erzeugen, sind überdies 7- 9 Pflanzenkalorien als Futter nötig. Die vegetarische





Raffinesse meiner Mahlzeit hält sich allerdings in Grenzen – es muss nicht jeden Tag sein.

In der Mittagspause erkundige ich mich im Reisebüro nebenan nach „alternativen“ Urlaubsangeboten: Segeltörn auf der Ostsee, kombinierte Padel-/Fahrradtour durch die mecklenburgische Seenplatte, Wandern im Mittelgebirge, Kanufahrt in Südschweden, der Elbe-Radweg von Hamburg nach Dresden. Natur und Bewegung statt Süden, Sonne und Highlife? Ich bin unschlüssig. Käme auf einen Versuch an – und auf das nordeuropäische Wetter (und auf meine Miturlauber).

Nach dem Büro noch ein kleiner Einkauf im Lebensmittelladen in meiner Nachbarschaft. Er hat keine Aldi-Preise, aber es würde mir etwas fehlen, wenn er pleite ginge: nämlich freundliches Personal, ein kurzes Schwätzchen und auch mal eine Extra-Bestellung nach meinen Wünschen. Ich bekomme biologisch angebaute Kartoffeln und Möhren  und meinen Transfair-Kaffee. Obst und Gemüse frisch und ohne Pappe und Folie. Dies alles und die Nähe zur Wohnung sind mir wichtig. Auch „soziale Zukunftsfähigkeit“ hat eben ihren Preis.



Zuhause steht noch das Geschirr der Familie vom Tage. Maschine oder Bürste? Die 16 Liter Wasser und 1,4 kWh Strom, den unsere neue Spülmaschine verbraucht, kann ich mit Hand-Abwasch (7-8 mal) wohl nicht unterbieten – den Produktionsaufwand für die Maschine nicht gerechnet. Aber wie umweltbelastend ist die Reinigungschemie? Bei der Waschmaschine denke ich dagegen nicht mehr nach: sie ist – jedenfalls sozial – zukunftsfähig, Handwäsche wirklich keine Alternative. Ich befülle sie mit „Kochwäsche“, stelle sie auf 60 Grad ein und nehme mir vor, sie wegen der nächtlichen „Schwachlastzeit“ erst vor dem Zubettgehen „abzuschicken“. Das vergesse ich dann prompt. Denn ich suche einmal systematisch nach den stand-by-Sündern, die ohne Leistung Strom verbrauchen: TV, Stereo-Anlage, Stehlampe, Computer, Modem, Mikrowelle



usw. Es sind ein Dutzend – zusätzlich zu denen, die angeschaltet bleiben müssen wie Kühlschrank, (nacht-abgesenkte) Heizung und – eben mein Wecker!

Und das Fazit? 1. Der Mensch ist ein Gewohnheitstier. 2. Man macht es uns Verbrauchern nicht gerade leicht, uns zukunftsfähig zu verhalten. 3. Ein Tag sagt wenig aus: Anschaffungen (Auto, Wohnung, Geräte usw.) bestimmen den Tagesverbrauch weitgehend vor – aber: 4. „Kleinvieh macht auch Mist“ – ein bisschen zukunftsbewusster jeden Tag, das summiert sich – und könnte ja auch zur Gewohnheit werden. Und ich würde trotzdem nicht zum Asketen.

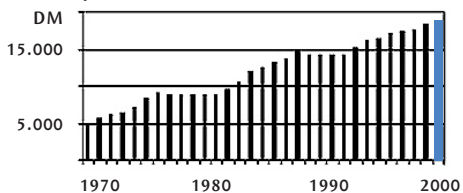
J.M.



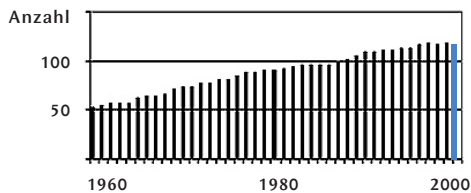
Anhang

Indikatoren für eine zukunftsfähige Entwicklung Hamburgs, aktuelle Daten

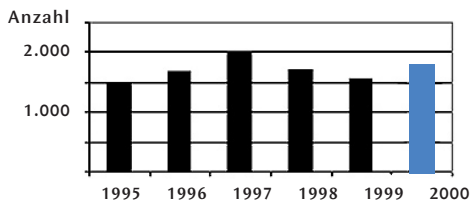
Öffentliche Schulden Hamburgs pro Einwohner



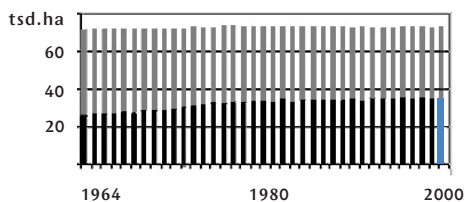
Wochenmarkttage in Hamburg



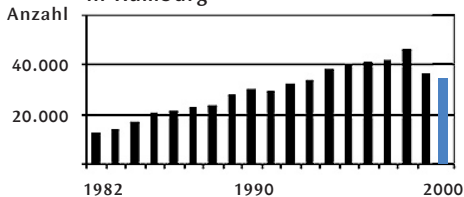
Gewaltstraftaten im HVV



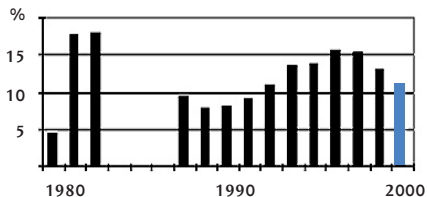
Versiegelte Flächen in Hamburg



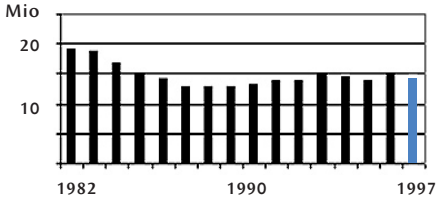
Sozialhilfeempfänger bis 15 Jahre in Hamburg



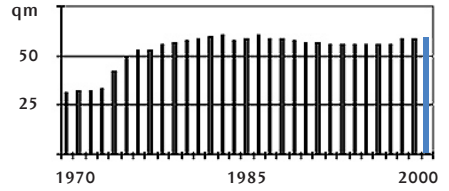
Jugendarbeitslosigkeit in Hamburg



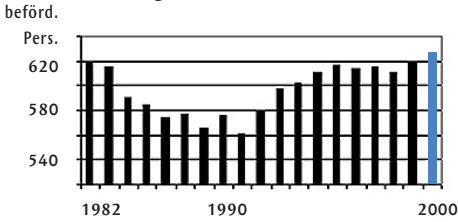
CO₂-Emissionen in Hamburg



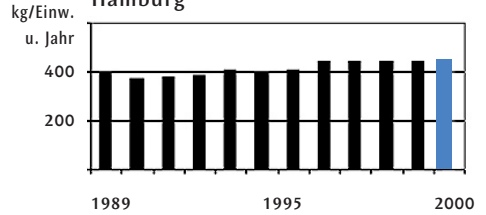
Grünfläche pro Einwohner



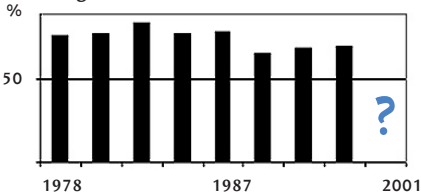
Nutzung des HVV



Abfallaufkommen pro Kopf in Hamburg



Wahlbeteiligung bei Hamburger Bürgerschaftswahlen



Entwicklungshilfeleistungen durch das Land Hamburg

