

KURZFASSUNG Schlussbericht des Projekts

Sustainable Middle Classes in Middle Income Countries: Transforming Carbon Consumption Patterns (SMMICC)

Gruppenleitung

Dr. Babette Never



Internationale Projektpartner



Förderkennzeichen

01LN1706A

Laufzeit

01.08.2017 – 30.09.2022

Gefördert vom BMBF im Rahmen der Förderlinie FONA „Nachwuchsgruppen Globaler Wandel 4+1“

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

FONA
Forschung für Nachhaltigkeit

Das beispiellose Wachstum der neuen Mittelschichten in Entwicklungs- und Schwellenländern schlägt sich in einem starken Anstieg des Konsums und damit verbundener CO₂-Emissionen nieder, insbesondere, wenn Konsumtrends dem ressourcenintensiven Muster der Industrieländer folgen. Die Nachwuchsgruppe „SMMICC“ untersuchte die CO₂-bezogenen Konsummuster der wachsenden Mittelschichten in Ghana, Peru und auf den Philippinen. Ziel war es, Hebel für die Förderung nachhaltigen Konsums zu identifizieren und deren Wirksamkeit zu testen. Dafür analysierten wir zunächst das individuelle Konsumentenverhalten und dessen Wirkung in den CO₂-intensiven Sektoren Energie und Transport sowie dem lokal besonders präsenten Umweltproblem Plastik (Arbeitspaket 1). Hierzu wurden Haushaltsumfragen mit je 900 Mittelschichtshaushalten in den drei Ländern durchgeführt. Es wurde einerseits das Kauf- und Nutzerverhalten bezüglich der Wahl von Haushaltsgeräten und Transportmitteln bzw. Plastikkonsum gemessen, sowie andererseits verschiedene Motive (allgemeine Präferenzen, Status, Umweltbewusstsein, Umweltwissen) und sozioökonomische Erklärungsfaktoren (Einkommen, Auslandserfahrung, politische Aktivität) für die identifizierten Konsummuster erhoben. Aufbauend auf den gewonnenen Erkenntnissen beleuchtete das Projekt im nächsten Arbeitsschritt den politischen Handlungsspielraum für nachhaltige Konsumpolitik, die den Entscheidungskontext der Mittelschichtskonsumenten beeinflusst. Sowohl der vorherrschende Policy Mix und die Machtverteilung der verschiedenen Akteure im jeweiligen Sektor, z.B. in Bezug auf die Einführung eines strengeren Energieeffizienzstandards, als auch deren Umsetzung am Verkaufsort, z.B. durch Produktplatzierung energieeffizienter Geräte, wurden einbezogen (Arbeitspaket 2). Das in den ersten beiden Arbeitspaketen gewonnene Verständnis individueller Kaufentscheidungen sowie die politökonomischen Handlungsspielräume ermöglichten es, im letzten Projektschritt geeignete Hebel zur Förderung nachhaltigen Konsums zu identifizieren. Diese testeten wir in einer Reihe von acht Experimenten mit unterschiedlichen Mittelschichtshaushalten (Arbeitspaket 3). Wir testeten sowohl „weichere“, verhaltenswissenschaftliche Instrumente zu sozialen Normen, Erinnerungsnachrichten, Vertrauen, Framing und der gezielten Aktivierung von Emotionen auf verschiedene Konsumentenverhalten als auch das „harte“ ökonomische Instrument einer CO₂-Steuer. Hierfür führten wir sowohl Feldexperimente als auch Survey-Experimente (Online und Tür-zu-Tür Befragungen) durch.

Der wissenschaftliche und technische Stand, an den angeknüpft wurde, rührt aus Konzepten und Theorien der Verhaltensökonomie (soziale Normen, Status, Framing), der Psychologie (Vertrauen, Emotionen, nudging), der Politikwissenschaft (Governance, Partizipation, Policy Mixes) und den interdisziplinären Nachhaltigkeitswissenschaften (Policy Mixes, Energie- und Klimatransition, Kohlenstoffbepreisung). Entwicklungsökonomische und soziologische Messungen sowie die interdisziplinäre Debatte zur Definition von Mittelschichten wurden bei der Entwicklung einer eigenen Identifikationsstrategie von Mittelschichtshaushalten in Ghana, Peru und den Philippinen einbezogen. Methodisch knüpfte das Projekt an den neuesten Stand der Kombination von qualitativen und quantitativen Methoden (Mixed methods design) an. V.a. die Integration eingehender quantitativer und qualitativer Vorarbeiten vor Durchführung von (Feld) Experimenten entsprach dem aktuellsten Stand der Forschung. Eine Weiterentwicklung neuester experimenteller Methoden wurde im Rahmen des Projektexperiments zu Kohlenstoffsteuern erreicht.

Zentrale Ergebnisse des Projekts sind, erstens, dass sozioökonomische Faktoren wie Wohlstandsniveau/Einkommen und die Haushaltsgröße entscheidende Treiber für Konsummuster und das damit verbundene CO₂ sind. Im Vergleich zu den Emissionen in Industrieländern ist das Problem noch vergleichsweise gering, aber der Trend ist deutlich: In den oberen zwei Einkommensquintilen der Mittelschichten steigen die CO₂ Emissionen durch höhere Mobilität sowie den Kauf von Geräten und Häusern sehr stark an. Es ist absehbar, dass in Ländern mittleren Einkommens eine Ungleichheit im Klimabudget pro Kopf entsteht und sich somit die Frage von Gerechtigkeit von der internationalen Ebene der Klimaverhandlungen auf die sub-nationale Ebene ausweitet. Grundsätzlich besteht ferner eine sog. „knowledge/value-action gap“ bei Mittelschichtskonsumenten, d.h. Umweltbewusstsein und Wissen um den Klimawandel sind durchaus vorhanden, übersetzen sich aber häufig nicht in umweltfreundliches Handeln. Kleine Gruppen von umweltbewussten und prosozialen Konsumenten,

die sich auch in der Praxis umweltfreundlich verhalten, gibt es jedoch auch in allen drei Ländern, v.a. für Entscheidungen, die geringe Hürden für die Individuen darstellen.

Zweitens ist der politische Handlungsspielraum zur Förderung nachhaltigen Konsums noch begrenzt auf die Felder, die eine positive Entwicklungswirkung für das jeweilige Land versprechen und/oder sichtbare lokale Herausforderungen adressieren, z.B. Plastikmüll oder Energiesicherheit. Eine systematischere Verbindung von nachhaltigem Konsum und Produktion in politischen Strategien ist in allen drei Ländern notwendig. Unsere Ergebnisse zeigen, dass dabei mehr Public-Private Partnerships mit neuen Akteuren wie Supermärkten sowie eine strategischere Einbindung des Second-Hand Marktes und der darin agierenden informellen Akteure hilfreich sein kann. Je nach Sektor und Land unterscheidet sich die wirksamste Kombination und Sequenz politischer Instrumente, z.B. sind im Transportbereich auf den Philippinen große Investitionen notwendig, um die Mittelschicht im öffentlichen Nahverkehr zu halten, während in Peru bereits jetzt soziale Normen dazu genutzt werden können, das Recyclingverhalten von Haushalten lokal positiv zu beeinflussen ohne eine vollständig funktionierende Recycling-Infrastruktur im Land aufgebaut zu haben.

Drittens hat sich aus unseren Experimenten gezeigt, dass die Kombination aus verhaltenswissenschaftlichen Ansätzen und Instrumenten aus der Standard Tool-Box (Regulierung, Information, finanzielle Anreize und Unterstützung) für die Förderung nachhaltigen Konsums sinnvoll ist. Verhaltenswissenschaftliche Ansätze (behavioural insights tools) sind besonders hilfreich für:

- die Verbesserung von Programmen, die klar begrenzt auf Individuen zielen (z.B. Recycling).
- die Steigerung von Akzeptanz und Nutzung von CO₂-armen Technologien (z.B. Klimaanlage).
- den Ausbau individueller Unterstützung von Umweltprogrammen und -politikmaßnahmen.
- Menschen mit bereits hohem Umweltbewusstsein und intrinsischer Motivation (dann funktioniert „nudging“).

Regulierung, finanzielle Anreize/Unterstützung und Information (Standard Toolbox) sind besonders hilfreich für:

- größere und/oder sehr kostenintensive Investmententscheidungen auf individuellem oder kollektivem Niveau.
- komplexe Entscheidungssituationen mit vielen Einflussfaktoren und mehreren Akteuren.
- den Aufbau nachhaltiger Alternativen (z.B. Produktdesign, Infrastruktur).
- die Steuerung unpopulärer Entscheidungen.