

1, 2, 3 - Verpa- ckungsfrei!

Forschungsbericht
Bewusstseinsbildung
für Abfallvermeidung
Von Julia Edlinger



Abfallvermeidungs-Förderung
der österreichischen
Sammel- & Verwertungssysteme
für Verpackungen

Graz, Mai2022

rethinkrefusereducer
rethinkrefusereducer
rethinkrefusereducer

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung.....	2
1.1.	Hinführung zum Thema und Problemstellung.....	3
1.2.	Forschungsfragen	3
1.3.	Methodischer Überblick.....	4
1.4.	Struktur und Aufbau der Arbeit	7
2.	Allgemeines zum Thema Abfallvermeidung und Verpackung	9
2.1.	Begriffsbestimmungen.....	9
2.2.	Verpackung.....	9
2.2.1.	Ein- und Mehrwegverpackungen.....	9
2.2.2.	Abfall.....	10
2.2.3.	Abfallvermeidung	10
2.3.	Rechtliche Grundlagen.....	12
2.3.1.	Österreichisches Abfallwirtschaftsgesetz.....	12
2.3.2.	BAWIPI Bundesabfallwirtschaftsplan.....	14
2.3.3.	Europäisches Abfallrecht.....	15
2.3.4.	Richtlinie 2008/98/EG.....	15
2.3.5.	Richtlinie 94/62/EG des Europäischen Parlaments	16
3.	Nachhaltige Entwicklung.....	18
3.1.	Historische Meilensteine der nachhaltigen Entwicklung.....	18
3.2.	Nachhaltiger Konsum als Teilbereich der nachhaltigen Entwicklung	20
3.3.	Nachhaltigkeits,- und Abfallvermeidungskonzepte konventioneller Supermärkte....	23
3.4.	Abfallvermeidung - Verpackungsreduktion und nachhaltiges Einkaufen am Beispiel von Spar Austria	25
4.	Bewusstseinsbildung	27
4.1.	Aufschlüsselung des Begriffes anhand der beiden Komponenten Bewusstsein und Bildung	27
4.1.1.	Bewusst-sein.....	27
4.1.2.	<i>Awareness</i> und <i>Consciousness</i> – die englisch-sprachige Aufteilung von Bewusstsein	28
4.1.3.	Bildung	30
4.1.4.	Bildung - Bildung für nachhaltige Entwicklung	32
4.2.	Schlussfolgerungen für die Abfallvermeidung.....	34
5.	Handlungstheorien.....	36
5.1.	Handeln – Soziales Handeln	36
5.2.	Handlungstheoretische Grundlagen nach Max Weber.....	36

5.3.	Handlungstheorien im Überblick.....	37
6.	Von der Handlungstheorie zur Handlungskompetenz	40
6.1.	Kompetenz und Handlungskompetenz	40
6.2.	Das Prinzip der Verantwortung.....	42
6.3.	Schlüsselkompetenzen	44
6.4.	Gestaltungskompetenz.....	46
6.5.	Schlussfolgerungen für die Abfallvermeidung.....	47
6.6.	Handlungs- und Verhaltensforschung - Modelle der Verhaltensänderung	48
6.6.1.	Die geplante Handlungstheorie	48
6.6.2.	Health belief model	49
6.6.3.	Handlungstheorien in der Verhaltensökonomik	49
6.6.4.	Soziale Praxistheorien.....	51
6.6.5.	The transtheoretical model and stages of change	51
6.6.6.	Achtsamkeitstheorien	54
6.7.	Verhaltensänderungen und Abfallvermeidung – Schlussfolgerungen	55
7.	Motivation, Bedürfnisse und Selbstbestimmung.....	57
7.1.	Extrinsische und intrinsische Motivation	58
7.2.	Maslow und sein Modell der Bedürfnispyramide.....	59
7.3.	Herzbergs Zwei Faktoren Theorie der Motivation	60
7.4.	Die Theorie der kognitiven Bewertung.....	61
7.5.	Schlussfolgerungen für Abfallvermeidung	63
8.	Modelle des Lernens	65
8.1.	Dimensionen des Lernens nach Knud Illeris (2010).....	65
8.2.	Transformatives Lernen	67
8.3.	Global Citizenship Education.....	72
8.4.	Schlussfolgerungen für die Abfallvermeidung.....	73
9.	Marketing und Marktsegmentierung.....	74
9.1.	Zielgruppendefinition	75
9.1.1.	Segmentierungsansätze.....	75
9.1.2.	Sinus-Milieus.....	75
9.1.3.	Segmentierungsmodell SINUS – Milieus	77
9.2.	Social Marketing.....	78
9.3.	AIDA Modell	81
9.4.	Einfluss durch InfluencerInnen und Social Media Marketing.....	82
9.5.	Schlussfolgerungen für Abfallvermeidung	84
9.6.	Bereich des Social Marketing:	84
10.	Illustrative Fallstudie Unverpackt Möbel Spar Austria.....	86
10.1.	Quantitative Erhebung 1 - Erhebung des vorhandenen Wissenstandes.....	88

10.2.	Quantitative Erhebung 2	89
10.3.	Quantitative Erhebung 3	89
10.4.	Qualitative Erhebung	90
10.5.	Schlussfolgerungen aus den Erhebungen.....	90
11.	Diskussion der Ergebnisse.....	92
12.	Schlussbemerkungen	99
13.	Literaturverzeichnis.....	102
14.	Abbildungsverzeichnis	109

Abkürzungsverzeichnis

AWG – Abfallwirtschaftsgesetz

BAWIP – Bundesabfallwirtschaftsplan

BNE – Bildung für Nachhaltige Entwicklung

EU – Europäische Union

GCE – Global Citizenship Education

SDG – Social Development Goal

StAWG – Steiermärkische Abfallwirtschaftsgesetz

TTM – Transtheoretical Model and Stages of Change

UN – United Nations

UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

1. Einleitung

„Der Systemwandel beginnt beim individuellen Handeln. Das muss aber nicht Verzicht bedeuten. Wir müssen unsere Lebenskonzepte neu denken“ (Wagner 2021, o.S.).

Gernot Wagner, Klimaökonom und Lehrender an der New York University, präsentierte Anfang November in „Frühstück bei mir“ auf Hitradio Ö3 auf sehr eindrucksvolle Weise seine Ansichten eines wirkungsvollen Systemwandels. Er betonte, dass das individuelle Handeln der Ausgangspunkt für jeglichen Systemwandel sei (vgl Wagner 2021, o.S.) Diese Ansicht teilen auch andere WissenschaftlerInnen und ForscherInnen wie Steven Sterling (2003, 2010, 2020) oder Gerald de Haan (2008, 2011). Sie plädieren für umfangreiche und kritische Bildungsmaßnahmen, die nicht starr, sondern dynamisch und problemlösungsorientiert sind. Alle Menschen sind dazu angehalten, ihren persönlichen Beitrag zu leisten. Die Umsetzung des vorhandenen Wissens über nachhaltige Entwicklung braucht Bereitschaft und die Fähigkeit des aktiven Handelns. Verhaltensänderungen bedürfen nicht nur Wissen, sondern vor allem persönlicher Motivation. Sowohl extrinsische als auch intrinsische Motivationsfaktoren können sich positiv als auch negativ auf Änderungswünsche- und vorhaben auswirken.

Maßnahmen zur Abfallvermeidung und des nachhaltigen Konsums sind spätestens seit den Millenniumszielen, den *Sustainable Development Goals* der UN 2015 ein wesentlicher Bestandteil der nachhaltigen Entwicklung. Die Wahrung unserer Lebensqualität und unseres Lebensraumes nicht nur im Hinblick auf uns selbst, sondern auch für zukünftige Generationen, braucht aktives Handeln und den Willen zur Lernbereitschaft. Eingefahrene Routinen müssen kritisch reflektiert und hinterfragt werden. Die Schaffung eines Bewusstseins für Maßnahmen zur Abfallvermeidung und eines nachhaltigen Konsumverhaltens sollte das Ziel einer jeden Bildungseinrichtung und Gesellschaft sein. An dieser Stelle ist es deshalb notwendig, alle Menschen zu adressieren und anzusprechen. Ein nachhaltiger Umgang mit Gütern und Dienstleistungen ist erstrebenswert. Nachhaltig zu sein bedeutet, dass man sich bewusst ist, wie Abfallvermeidung in das tägliche Leben integriert werden kann.

In dieser wissenschaftlichen Arbeit wird die Thematik der Bewusstseinsbildung der Abfallvermeidung für nachhaltiges Konsumverhalten untersucht. Dazu wurde eine sekundäre Literaturanalyse durchgeführt und vorhandene handlungs-, verhaltens- und lerntheoretische Grundlagen hinsichtlich ihrer Einflussnahmen untersucht. Ein besonderes Augenmerk wurde auf den Bereich der Bildung für nachhaltige Entwicklung gelegt. Eingebettet in diesen Fachbereich wird die komplexe Thematik von bewusstseinsbildenden Handlungsmaßnahmen für Abfallvermeidung aufgearbeitet.

1.1. Hinführung zum Thema und Problemstellung

Zahlreiche Werbeanzeigen zur Nachhaltigkeit repräsentieren vor allem eines - „Raus aus Plastik“. Papiersackerl, unverpacktes Obst und Gemüse, Milch in Glasflaschen oder Käse in der eigenen Mehrwegdose, das alles sei ein wünschenswertes und umweltbewusstes Einkaufsverhalten. Der Plastikkonsum wird verpönt. Zum Überdenken des eigenen Plastikverbrauchs ist jeder und jede selbst angehalten, um so einen persönlichen Beitrag zur Abfallvermeidung zu leisten. Kauft man sich aber eine Glasflasche und wirft sie weg, wird man trotzdem als nachhaltiger Konsument angesehen. Vielen Menschen ist nicht oder zu wenig bewusst, dass eine Einwegglasflasche genauso wenig nachhaltig ist wie eine Einwegplastikflasche.

Daher sollte der Slogan der diversen Marketingstrategien lauten: „Raus aus dem Einwegsystem!“ oder „Gemeinsam für Abfallvermeidung!“. Das Einkaufsverhalten ist von Faktoren der Werbung, des vorhandenen Bewusstseins und der Einstellung zum Lebensmittelkonsum stark beeinflusst. Das Bewusstsein ist mit dem (Handlungs-)Wissen eng verbunden. Angeeignetes Wissen, erlerntes und gelerntes Wissen sind für die Kaufentscheidung oft ausschlaggebend. Und genau dieses Wissen braucht es, um eine nachhaltige Verhaltensänderung in Bezug auf Abfallvermeidung (speziell verpackungsfreies Einkaufen) herbeizuführen. Ziel einer jeden Gemeinschaft sollte es sein, die Aspekte der Nachhaltigkeit noch gezielter in den persönlichen Lebensalltag zu integrieren. Dazu zählt es auch, sich bewusst mit seinem täglichen Konsumverhalten und der Abfallwirtschaft auseinanderzusetzen. Die eigenen Handlungsroutinen müssen kritisch hinterfragt und reflektiert werden. Bereitschaft und den Willen bzw. die Motivation zur Veränderung braucht es, ganz im Sinne einer Bildung für nachhaltige Entwicklung. Einen kleinen Beitrag zur Grundlagenforschung für die Bewusstseinsbildung von Abfallvermeidung soll diese Forschungsarbeit leisten. Dazu wird eine fundierte Literaturanalyse durchgeführt, die die Komplexität von bewusstseinsbildenden Maßnahmen gezielt herausarbeitet, ihre unterschiedliche Einflussgebiete aufzeigt und schließlich miteinander in Beziehung setzt.

1.2. Forschungsfragen

Für die vorliegende Arbeit sollen folgende Forschungsfragen rahmengebend sein.

Was ist und wie entsteht das Bewusstsein auf einer basalen Ebene?

Was brauchen bestimmte Personengruppen, um ihre erlernten Handlungen nachhaltig zu verändern und aktiv ihre Handlungsbereitschaft und somit ihr Bewusstsein zu verändern?

Welche handlungs- und lerntheoretischen Konzepte können für die Bewusstseinsbildung herangezogen werden?

Welche Anreize brauchen KonsumentInnen, um ihr Handeln und Verhalten in Bezug auf Abfallvermeidung zu ändern?

Im Rahmen der vorliegenden Arbeit werden demnach jene Prozesse analysiert werden, die das Bewusstsein im Hinblick auf ein nachhaltiges Einkaufsverhalten untersuchen und dieses beeinflussen. Die Prozesse der Handlungsbereitschaft sollen anhand der bereits vorhandenen Fachliteratur aufgezeigt und in Beziehung zur Abfallvermeidung gesetzt werden. Aus diesem Grund werden nicht die Wege, sondern gezielt die bewusstseinsbildenden Prozesse in den Fokus gerückt.

Ausgehend von der vorhandenen Fachliteratur wird eine Literaturstudie angestrebt. Die verwendete Fachliteratur und die methodische Vorgangsweise werden im nächsten Kapitel dargestellt.

1.3. Methodischer Überblick

In diesem Kapitel wird ein Überblick über die methodische Vorgangsweise gegeben.

Die vorliegende Forschungsarbeit basiert auf einer fundierten systematischen Analyse der vorhandenen wissenschaftlichen Fachliteratur aus den Bereichen der Bewusstseinsbildung und der Bewusstseinsforschung für Abfallvermeidung. Die Analyse der Literatur dient der Grundlagenforschung im Bereich der Bewusstseinsbildung für Abfallvermeidung. Die Sichtung der vorhandenen Fachliteratur soll einen Überblick vermitteln und die vorhandenen Informationen zusammenfassend darstellen.

Die Methode der Literaturanalyse ist Bestandteil jeglicher empirischeren Forschungsarbeit. Sie kann als notwendiges Fundament betrachtet werden. In der traditionellen Literaturanalyse wird eine Sichtung der vorhandenen vergangenen und gegenwärtigen Forschungsarbeiten vorgenommen. Zwei Hauptkomponenten spielen dabei eine wesentliche Rolle. Einerseits kann eine Einarbeitung in ein Themengebiet stattfinden, andererseits bietet die Literaturanalyse einen Ausgangspunkt für weiterführende Studien. Cooper (1988) formuliert für die Vorgehensweise der Literaturanalyse ein fünfstufiges Verfahren (vgl. Klandt, Heidenreich 2017, S. 101).

- 1) Generierung des Forschungsvorhabens, Erstellung der Forschungsfrage. In diesem ersten Schritt wird die Problemstellung thematisiert und festgelegt und der Suchrahmen abgesteckt.
- 2) Im zweiten Schritt wird die Auswahl der zu durchsuchenden Datenbanken und Datenquellen ausgewählt. Die Suchbegriffe müssen definiert werden, um die Fülle an Datenmaterial einzugrenzen.
- 3) Im dritten Schritt der Literaturanalyse werden nachvollziehbare Kriterien zur Datenauswertung bestimmt. Hierbei ist es wichtig herauszuarbeiten, welchen Beitrag die wissenschaftlichen Beiträge zur Forschungsarbeit liefern. Die Kriterien dienen der weiteren Analyse.

- 4) Die Analyse der generierten Daten erfolgt in Schritt vier. Dabei muss sichergestellt sein, dass die recherchierten Ergebnisse miteinander in Beziehung gesetzt und verglichen werden können. Das Ziel dieses Schrittes ist die Beantwortung der eingangs formulierten Forschungsfragen.
- 5) In Schritt fünf erfolgen die Dokumentation und die Aufbereitung der Erkenntnisse für weiterführende Forschungsvorhaben (vgl. Klandt, Heidenreich 2017, S. 101-102).

Das dargestellte System nach Cooper (1988 zit. in Klandt, Heidenreich 2017) wurde als Grundlage für die vorliegende Sekundärforschung herangezogen. Basierend auf diesem Fünf-Schritte-System wurde, ausgehend von der Problemstellung, ein Forschungsvorhaben konkretisiert und die Rahmenbedingungen abgesteckt. Im Fokus lag die Thematik der Bewusstseinsbildung für Abfallvermeidung. Als theoretischer Forschungsrahmen wurden handlungs- und lerntheoretische Beiträge aus den soziologischen, psychologischen und pädagogischen Bereichen herangezogen. Zur Recherche der Literatur wurden wissenschaftliche Datenbanken wie *Google scholar* und *der Springer-Verlag* herangezogen. Auch die Universitätsbibliothek Graz und Daten aus Lehrveranstaltungen der Universität Graz sowie Online-Zeitschriften wurden in die Analyse miteinbezogen.

Ausgangspunkt der Arbeit stellte die Literatur zur nachhaltigen Entwicklung dar. In erster Linie wurden hierzu Dokumente der Vereinten Nationen und grundlegende historische und rechtliche Artikel in den Fokus genommen. Aus den Dokumenten der Vereinten Nationen wurden die historischen Meilensteine der nachhaltigen Entwicklung und folglich auch die *Sustainable Development Goals* herausgearbeitet. Im Speziellen lag der Schwerpunkt auf der Begriffsdefinition des nachhaltigen Konsumverhaltens. Von dieser Basis ausgehend weitete sich die Literatursichtung hinsichtlich der Bewusstseinsbildung im Kontext der verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen aus. Hierzu wurden vor allem psychologische und soziologische Werke als Basisliteratur herangezogen. Der Begriff der Bewusstseinsbildung wurde in die Begriffe Bewusstsein und Bildung getrennt. Im Bereich der Bildung wurden zuallererst Werke aus dem pädagogischen Fachbereich in den Blick genommen. Die Begriffsdefinition der Bildung (dabei war das ursprüngliche Verständnis stark vom Terminus Schulbildung geprägt) führte zur Bildung für nachhaltige Entwicklung. Auch in diesem Kontext wurden in erster Linie Einführungen aus den Vereinten Nationen und folglich von Autoren wie de Haan (2004, 2008) und Sterling (2003, 2010, 2020) herangezogen. Beide Autoren bieten fundierte Überlegungen und Betrachtungen zur Entwicklung und Umsetzung der BNE, sowohl im schulischen als auch im außerschulischen Bereich. De Haan (2004, 2008) zeigt in seinen Umsetzungen auch Überlegungen zur Kompetenz- und Fähigkeitsentwicklung auf, die für die vorliegende Arbeit einen wesentlichen Aspekt darstellen. Im Verlauf der tiefgehenden Recherche zur Kompetenzentwicklung fiel auf, dass ein wichtiger Zwischenschritt in der Literaturarbeit übersprungen wurde.

Die handlungstheoretischen Grundlagen mussten Eingang in die Studie finden. Die Literatursichtung weitete sich so auf die soziologischen Handlungstheorien und den Begriff des sozialen Handelns aus. Als erste Quelle diente hier Max Weber. Ausgehend von seiner Theorie des sozialen Handelns konnten weiterführende soziologische Definitionen erschlossen werden. Alle grundlegenden soziologischen Handlungstheorien im Detail darzustellen und aufzuarbeiten, hätte den Rahmen dieser Arbeit weitgehend überzogen. Aus diesem Grund wurde die Entscheidung getroffen, eine überblicksmäßige Darstellung soziologischer Handlungstheorien zu geben. Einzig Max Webers Theorie des sozialen Handelns wurde als Basis ausführlicher betrachtet. Die Verbindung von Handlungstheorie und Handlungskompetenz erschloss schließlich ein Gesamtbild über dieses doch so breite Spektrum im Bereich der Handlungs- und Verhaltensforschung.

Die Kompetenztheorie wurde aus Sicht der BNE betrachtet. De Haan (2004, 2008) war hierfür Ausgangspunkt der Recherche. In seinen Quellenangaben fanden sich weitere wesentliche Beiträge zu Schlüssel- und Gestaltungskompetenzen, die für BNE und die Herausbildung eines nachhaltigen Bewusstseins von Bedeutung sind. Zur Analyse diverser Handlungs- und Verhaltensforschungskonzepte, die eine Verhaltensänderung bewirken, wurde der Project Report *Creating Sustainable Innovation through Design for Behaviour Change* von Niedderer et al. aus dem Jahr 2014 herangezogen. Der Project Report bietet eine detaillierte und überblicksmäßige Darstellung wichtiger theoretischer Konzepte zur Verhaltensänderung. Auch hier war es nicht möglich, alle angeführten Modelle darzustellen. Die Entscheidung über die Auswahl der Handlungstheorien erfolgte auf Grundlage des durchgearbeiteten Projekt Reportes und in enger Kooperation mit der Begutachterin dieser Arbeit. Die Handlungstheorien wurden bewusst aus verschiedenen Kontexten, wie zum Beispiel aus dem Gesundheitsbereich, herangezogen. Ziel war es, einen breiten Überblick zu erhalten, wie Verhaltensänderung ermöglicht werden kann. Die Einbeziehung der Motivationsforschung war ein wichtiger Faktor, der sich daraus ergab. Dabei wurde zu Beginn Maslow (1943) und sein Modell der Bedürfnispyramide betrachtet. Ausgehend von diversen kritischen Anmerkungen zu Maslows (1943) Modell erweiterte sich die Recherche auf Herzberg, Sterling (2003, 2010, 2020) und der Theorie der kognitiven Motivation. Nach ausführlicher Sichtung der Motivationstheorien richtete sich der Fokus auf das Lernen und die Lerntheorien. Grundlegender Theoretiker hierzu ist Knud Illeris (2018). Seine Literatur stellte für die weiterführende Sichtung die Basis dar. Im Verlauf der Literaturarbeit, vor allem in Verbindung mit Sterling (2003, 2010, 2020) und im Bereich der BNE, wurde auf die Form des transformativen Lernens hingewiesen. Hierzu wurde das Konzept von Mezirow (2003) herangezogen. Im deutschsprachigen Raum wird auch immer wieder auf Singer-Brondowski (2016) verwiesen. Auch Sterling (2003, 2010, 2020) zeigt in seinen Ausführungen wichtige Komponenten des transformativen Lernens auf. Den Abschluss der

systematischen Literaturanalyse bildete der Bereich des Marketings, vor allem des Social Marketings. Eine spezifische Auseinandersetzung mit der Marketingliteratur würde mehrere wissenschaftliche Abhandlungen ausfüllen, aus diesem Grund wurden lediglich einführende Überlegungen herangezogen und der Fokus auf das *Social Marketing* sowie dem Phänomen der *Social Influencer* gelegt. Im Bereich des Marketings wurden ebenfalls Studien aus den Sinus-Milieus herangezogen.

1.4. Struktur und Aufbau der Arbeit

Der erste Teil der Arbeit bezieht sich auf die theoretische Grundlagenforschung zur Bewusstseinsbildung und Motivationsforschung. Dazu werden grundsätzliche Überlegungen und Untersuchungen des Bewusstseinsbegriffes und der Bewusstseinsbildung dargestellt.

Untersucht werden Motive, Einstellungen und Handlungstheorien im Bereich der Abfallvermeidung. Ein spezielles Augenmerk wird hinsichtlich verpackungsarmen Konsummöglichkeiten gelegt. Warum kaufen Menschen nachhaltig ein? Dazu werden auch grundlegende Konzepte zum Thema Bewusstseinsbildung für Abfallvermeidung wie Einstellungskonzepte, Konzepte aus der Milieuforschung und der Lerntheorie analysiert sowie die Bewusstseinsbildungstheorien und grundlegende Konzepte der Wertebildung.

In der nachstehenden Grafik soll ein Überblick über die einzelnen Kapitel gegeben werden. Es wird dadurch ersichtlich, wie umfangreich der Bereich der Bewusstseinsbildung ist. Eine Strukturierung der einzelnen Kapitel erwies sich folglich als komplex. Die Reihenfolge hätte auch anders gewählt werden können, da alle Bereiche in enger Verbindung zueinander zu betrachten sind.

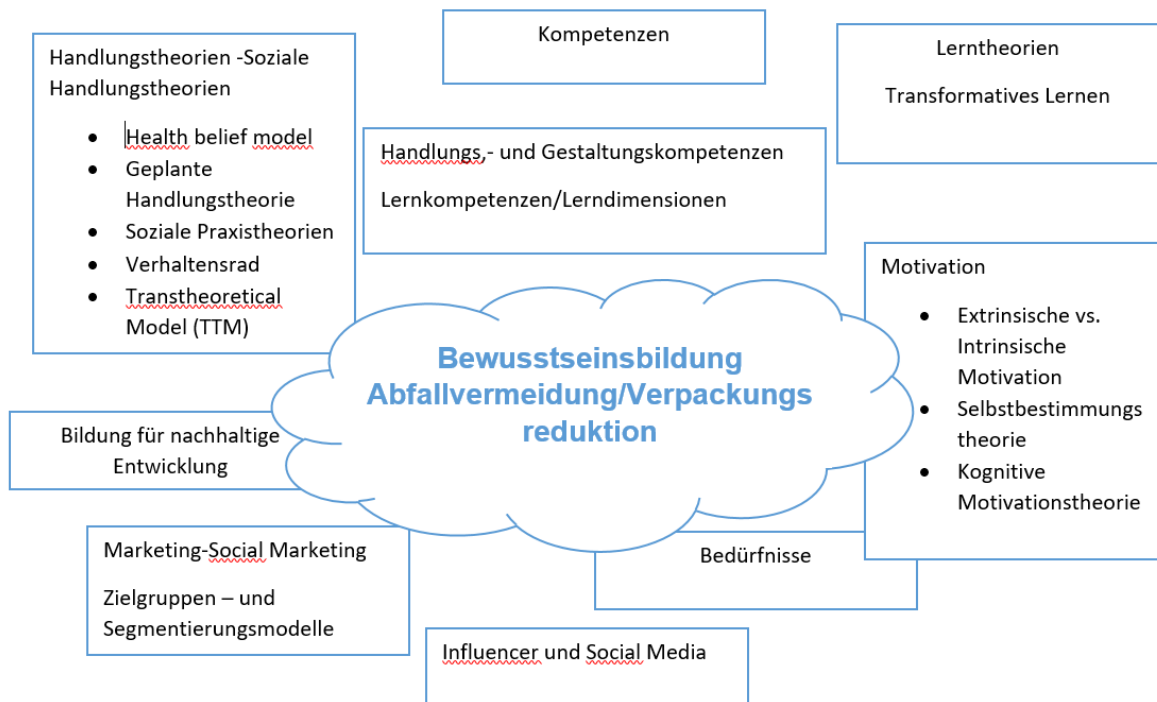


Abbildung 1 Konzeptmatrix (eigene Darstellung)

Wie bereits erwähnt wird in der vorliegenden Arbeit nicht nur ein spezielles Augenmerk auf die Abfallvermeidung gelegt, sondern auch auf verpackungsarmes Einkaufsverhalten. Folglich werden begriffliche Bestimmungen und rechtliche Grundlagen zu Verpackung und Abfallvermeidung in die Arbeit mitaufgenommen. Miteinbezogen wurde auch eine IST-Stand Erhebung des Wissens rund um nachhaltiges Einkaufen in konventionellen Supermärkten. Interessante Aspekte hierbei stellen Kenntnisse, genutzte Produktgruppen und derzeitiges Einkaufsverhalten dar. Aufbauend auf die grundlegende Literaturanalyse werden illustrative Fallstudienresultate aus der Projektmitarbeit an 1,2,3 Verpackungsfrei dargestellt. Diese finden sich in Kapitel 10.

Der Abschluss der Arbeit findet sich in Kapitel 11 und 12. Kapitel 11 bietet eine Diskussion der Ergebnisse, der durchgeführten qualitativen Erhebung sowie einige Erkenntnisse aus informellen Gesprächen während der statistischen Datengenerierung. Alle Gespräche wurden im Rahmen der Fragebogenerhebung geführt und während der Befragung handschriftlich vermerkt. Es handelt sich hierbei um getätigte Aussagen der Befragten zu den einzelnen Fragestellungen und Meinungen hinsichtlich ihres persönlichen Einkaufsverhaltens. In Kapitel 12 wird ein abschließender Überblick über die Theorien zur Bewusstseinsbildung und ihre Wirkungsweisen auf das Konsumverhalten von Menschen gegeben.

2. Allgemeines zum Thema Abfallvermeidung und Verpackung

In diesem Kapitel werden Definitionen erarbeitet, die für die weiterführende Arbeit wichtige Basisbegriffe darstellen. Dabei wird Bezug auf die rechtlichen Grundlagen aus Österreich sowie von Seiten der Europäischen Union genommen. Erläutert werden zunächst die Begriffe Verpackung, Ein- und Mehrwegverpackung, Verpackungsmüll und Abfallvermeidung.

2.1. Begriffsbestimmungen

Zu Beginn finden sich die Definitionen der oben bereits aufgelisteten Termini.

2.2. Verpackung

Der Begriff Verpackung kann Unterschiedlichstes bedeuten. Die österreichische Verpackungsverordnung 2014 versteht unter Verpackungen:

- *„(...) aus verschiedenen Packstoffen hergestellte Packmittel, Packhilfsmittel oder Paletten zur Aufnahme, zum Schutz, zur Handhabung, zur Lieferung und zur Darbietung von Waren.*
- *(...) der Gegenstand ist integraler Teil eines Produkts, der zur Umschließung, Unterstützung oder Konservierung dieses Produkts während seiner gesamten Lebensdauer benötigt wird.*
Alle Komponenten sind für die gemeinsame Verwendung, den gemeinsamen Verbrauch oder die gemeinsame Behandlung bestimmt (Verpackungsverordnung 2014).

Im Verpackungsgesetz der deutschen Gesetzgebungen wird unter dem Begriff Verpackung folgendes definiert:

„aus beliebigen Materialien hergestellte Erzeugnisse zur Aufnahme, zum Schutz, zur Handhabung, zur Lieferung oder zur Darbietung von Waren, die [...] vom Hersteller an den Vertreiber oder Endverbraucher weitergegeben werden“ (§ 3 Abs. 1 Verpackungsgesetz – VerpackG Umweltbundesamt, o.J.).

Verpackungen im Bereich der Konsumgüter sind dementsprechend beliebige Materialien, die zum Schutz des jeweiligen Produktes eingesetzt werden. Der Überbegriff Verpackung kann in weiterer Folge in Ein- und Mehrwegverpackungen unterteilt werden, die voneinander zu unterscheiden sind.

2.2.1. Ein- und Mehrwegverpackungen

Zur Definition beider Termini wird erneut die Verpackungsverordnung aus dem Jahr 2014 herangezogen. Der Verordnung zufolge werden die diversen Verpackungsarten folgend definiert:

- „1. nachweislich befandete Packmittel und Paletten, die jeweils zur Wiederverwendung bestimmt sind (Mehrwegverpackungen).
- 2. Verpackungen, die zur Wiederverwendung bestimmt sind und bei einer Lieferung im direkten Austausch zwischen Lieferanten und Kunden den Besitzer wechseln, ohne dass bei diesem Vorgang ein Pfandbetrag verrechnet wird, und
- 3. die mit diesen Packmitteln gemeinsam in Verkehr gesetzten Packhilfsmittel, wie Verschlüsse und Etiketten, sofern die Masse dieser Packhilfsmittel insgesamt nicht mehr als 5 Masseprozent der Mehrwegverpackung beträgt, nicht von den in diesen Bestimmungen angeführten Verpflichtungen umfasst“ (Verpackungsverordnung 2014).

Ein weiteres Unterscheidungsmerkmal besteht in der unterschiedlichen Kennzeichnung. Mehrwegverpackungen können zur Differenzierung anders gekennzeichnet werden. Bezüglich der anfallenden Abfallmengen müssen die Massen der pro Kalenderjahr erstmals befüllten Mehrwegverpackungen alle drei Jahre erhoben werden (vgl. Verpackungsverordnung 2014, Absatz 2 und 3).

2.2.2. Abfall

Als Abfälle gelten nach §2 AWG 2002 bewegliche Sachen, die von seinem Besitzer beseitigt werden oder wurden und deren Lagerung, Aufbewahrung und Behandlung als Abfall im Sinne des öffentlichen Interesses notwendig ist (vgl. AWG 2002, §2 (1)).

„Als Abfälle gelten Sachen, deren ordnungsgemäße Sammlung, Lagerung, Beförderung und Behandlung als Abfall im öffentlichen Interesse erforderlich ist, auch dann, wenn sie eine die Umwelt beeinträchtigende Verbindung mit dem Boden eingegangen sind. Die Sammlung, Lagerung, Beförderung und Behandlung als Abfall im öffentlichen Interesse kann auch dann erforderlich sein, wenn für eine bewegliche Sache ein Entgelt erzielt werden kann“ (AWG 2002, §2(2)).

In der Richtlinie 2008/98/EG des Rates wird unter dem Begriff Abfall jeglicher Stoff verstanden, dem sich sein Besitzer entledigen will oder muss.

„Abfall“ jeder Stoff oder Gegenstand, dessen sich sein Besitzer entledigt, entledigen will oder entledigen muss“ (Richtlinie 2008, Artikel 3).

2.2.3. Abfallvermeidung

„Unter Abfallvermeidung sind gemäß EU-Abfallrahmenrichtlinie und AWG 2002 alle Maßnahmen zu verstehen, die ergriffen werden, bevor ein Produkt zu Abfall geworden ist, und die Folgendes verringern: die Abfallmenge, auch durch die Wiederverwendung von Produkten oder die Verlängerung ihrer Lebensdauer; die nachteiligen Auswirkungen des Abfalls auf die Umwelt und die menschliche Gesundheit oder den Schadstoffgehalt in Produkten“ (Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus 2017, S. 7).

Die Abfallvermeidung laut AWG 2002 sind sämtliche Maßnahmen, die ergriffen werden müssen, bevor ein Produkt zu Abfall wird. Dabei soll die Abfallmenge selbst sowie deren nachteilige Auswirkungen des anfallenden Abfalls auf Umwelt und die menschliche Gesundheit sowie der Schadstoffgehalt vermieden oder verringert werden (vgl. AWG 2002, §2 (5)).

Bilitewski und Härdtle (2013) zufolge wird unter dem Begriff der Abfallvermeidung jegliche Handlungsmöglichkeit verstanden, die Abfälle bereits beim Produzieren verhindern oder diesen auf ein Minimum reduzieren soll. Es besteht demnach eine enge Verbindung zwischen den Produktionsstrukturen einerseits und den Prozessen der Verbraucher andererseits. Eine Unterscheidung im Abfallvermeidungsprozess findet sich hinsichtlich qualitativer und quantitativer Handlungen. In qualitativer Hinsicht sollen kurzlebige und problembehaftete Produkte vermieden werden. Quantitativ ist die Abfallvermeidung hinsichtlich der Reduktion von zu verwertenden oder noch zu entsorgenden Abfällen (vgl. Bilitewski, Härdtle 2013, S. 651).

Bilitewski und Härdtle (2013) zeigen in ihrer Abhandlung zur Abfallvermeidung die Einflussfaktoren der unterschiedlichen Akteure auf. Die untenstehende Abbildung veranschaulicht diese Einflüsse im Detail. Die Autoren unterscheiden dabei zwischen direkten und indirekten Akteuren in der Abfallwirtschaft. Zu ersteren zählen die Haushalte, der Handel und das produzierende Gewerbe bzw. die Industrie. Als indirekte Akteure werden die Gesetzgeber sowie die ausführenden Organe angesehen. Bilitewski und Härdtle (2013) halten fest, dass Umweltschädigungen bereits vor der Entstehung von Abfällen auftreten. Schon während des Rohstoffabbaus und der Herstellung und Fertigung der Produkte kommt es zu einer Einflussnahme auf die Umwelt. Dementsprechend ist der Fokus stets auf das Gesamtbild zu richten und nicht allein auf die Vermeidung von Abfällen (vgl. Bilitewski, Härdtle 2013, S. 652).

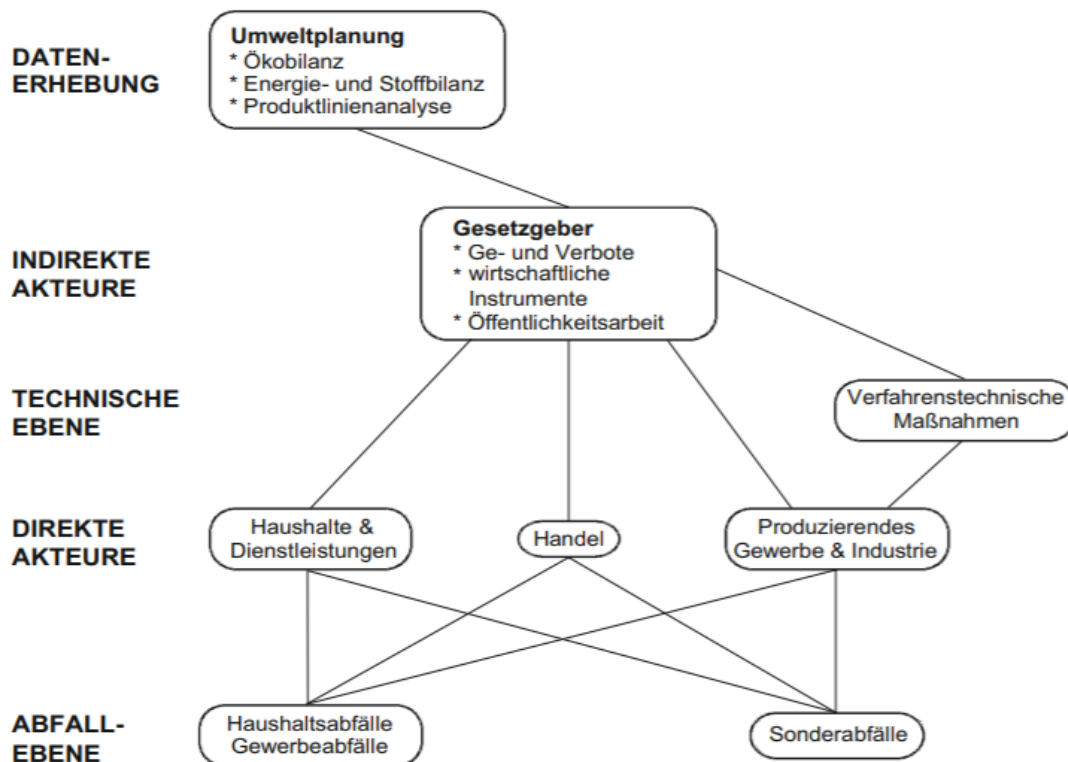


Abbildung 2 Wirkungsbeziehungen in der Abfallwirtschaft (Bilitewski, Härdtle 2013, S. 652)

Maßnahmen zur Abfallvermeidung und auch zur Herstellung von Verpackungsmaterialien finden sich bei den indirekten AkteurlInnen wieder. Sowohl von Seiten der Europäischen Union als auch der österreichischen Gesetzgebung finden sich Richtlinien und Verordnungen, die den rechtlichen Rahmen darstellen. Auf diese Gesetze wird im folgenden Kapitel näher eingegangen.

2.3. Rechtliche Grundlagen

In diesem Subkapitel werden rechtlichen Grundlagen zur Abfallwirtschaft und Verpackungsmaterialien dargestellt und erläutert.

2.3.1. Österreichisches Abfallwirtschaftsgesetz

Im Jahr 2002 wurde die wichtigste österreichische gesetzliche Grundlage im Abfallwirtschaftsbereich erlassen, das Abfallwirtschaftsgesetz (AWG 2002). Die letzte Änderung des Gesetzes erfolgte im August 2021 als BGBl. I Nr. 8/2021. Neben dem nationalen Bundesgesetz gibt es auf Landesebene weitere gesetzliche Grundlagen, die die abfallwirtschaftlichen Aspekte regeln (vgl. BMK 2021, o.S.). Für die Steiermark gilt das 2004 erlassene Gesetz über eine nachhaltige Abfall- und Stoffflusswirtschaft, das sogenannte steiermärkische Abfallwirtschaftsgesetz (StAWG 2004). Die landesrechtlichen Gesetze beziehen sich dabei vor allem auf die Festlegung der Müllabfuhrgebühren und deren organisatorischen und rechtlichen Rahmenbedingungen. Integriert wurde im StAWG auch ein Steirischer Abfallwirtschaftsplan, der sich auf die

im § 1 beinhaltet Ziele und Grundsätze bezieht (vgl. StAWG 2004, o.S.). Gesetzliche Grundlagen finden sich ebenfalls auf europäischer Ebene. Auf die europäischen Gesetzesgrundlagen wird in Kapitel 2.2.4 und 2.2.5 näher eingegangen.

Zu den zentralsten Komponenten des österreichischen AWG 2002 zählen die Vermeidung, Vorbereitung zur Wiederverwertung von Abfällen sowie das Recycling und sonstige Beseitigung und Verwertungsformen von Abfällen. Gesetzlich geregelt werden unter anderem auch die Pflichten der Personen, die in der Abfallwirtschaft tätig sind und diverse Vorgaben für Abfallbehandlungsanlagen. Die Vollziehungspflicht obliegt den jeweiligen Landeshauptleuten und dem Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie (BMK 2021, o.S.).

In Absatz §1 Abs.2 wird die Abfallhierarchie dargestellt. Abfallvermeidung, die Vorbereitung zur Wiederverwertung, Recycling, die sonstige Verwertung und die Beseitigung sind hier aufgelistet. Für die vorliegende Arbeit ist vor allem die Abfallvermeidung die zentrale Komponente. Auf diese wird in Abschnitt 2 des AWG 2002 Bezug genommen. Nach §9 AWG 2002 betrifft Abfallvermeidung

„Durch die Verwendung von geeigneten Herstellungs-, Bearbeitungs-, Verarbeitungs- und Vertriebsformen, durch die Entwicklung geeigneter Arten und Formen von Produkten und durch ein abfallvermeidungsbewusstes Verhalten der Letztverbraucher sollen die Mengen und die Schadstoffgehalte der Abfälle verringert und zur Nachhaltigkeit beigetragen werden“ (AWG 2002, § 9).

Hergestellte Produkte sollen langlebig und für eine Wiederverwertung verwendbar sein. Entstehende Abfälle müssen in ihre Einzelteile zerlegt werden können. Die hergestellten Produkte dürfen die öffentlichen Interessen nicht gefährden und ihre Umweltbelastung ist so gering wie möglich zu halten (vgl. AWG 2002, § 9).

In §9a wird das gesetzliche Abfallvermeidungsprogramm geregelt. Der Plan, der zumindest alle sechs Jahre vorgelegt werden muss, sollte die Ziele des Programmes, die dazugehörigen Maßnahmen, eine Bewertung der Maßnahmen sowie qualitative und quantitative Kriterien zur Überwachung der Maßnahmen enthalten (vgl. AWG 2002, § 9a).

Der Bundes-Abfallwirtschaftsplan ist nach §8 AWG 2002 dem Nationalrat vorzulegen (AWG 2002, §8).

In Bezug auf Verpackungen ist darauf hinzuweisen, dass deren Vermeidung nach § 14 Abs. 6 eines der zu erreichenden Ziele ist.

In Abschnitt 5 des AWG 2002 § 29 zu Sammel- und Verwertungssysteme werden Maßnahmen und Projekte definiert, die sich mit der Thematik der Abfallvermeidung auseinandersetzen. § 29 Abs. 4a dem Gegenstand der Projekte wird das Folgende angeführt:

„Maßnahmen, die durch Bewusstseinsbildung, Weiterbildungsmaßnahmen oder durch den Aufbau von geeigneten Netzwerken Abfallvermeidung bewirken“ (Awg 2002, § 29 Abs. 4a).

Wie dem Zitat zu entnehmen ist, werden Projekte der Bewusstseinsbildung gezielt gefördert und befürwortet. Sie sind es, die ein Umdenken in der Bevölkerung anregen können. Auf die Aspekte der Bewusstseinsbildung wird im Rahmen dieser Arbeit noch näher eingegangen.

2.3.2. BAWIPI Bundesabfallwirtschaftsplan

Gemäß des Abfallwirtschaftsgesetzes 2002 ist der/die zuständige BundesministerIn zumindest alle sechs Jahre dazu verpflichtet, einen sogenannten BAWIPI (Bundesabfallwirtschaftsplan) zu erarbeiten. Im Jahr 2017 wurde der siebente Plan herausgegeben. Jeder ausgearbeitete Plan ist nach Fertigstellung dem Nationalrat vorzulegen. Der BAWPI 2017 ist in zwei Teile gegliedert. Teil 1 beinhaltet eine Beschreibung der durchgeführten und der geplanten Maßnahmen zur Zielerreichung des AWG 2002. Aufgezeigt werden ebenfalls Behandlungsgrundsätze und das österreichische Abfallvermeidungsprogramm. In Teil 2 finden sich die Leitlinien hinsichtlich einer grenzüberschreitenden Abfallwirtschaft. Enthalten sind auch Fotos und Einträge der grünen und der gelben Abfallliste. Für die vorliegende Arbeit ist der Bereich der Bewusstseinsbildung in Bezug auf Abfallvermeidung eine wichtige Komponente. Im tieferen Verständnis soll es weiterführend um die Vermeidung von Verpackungsmaterialien bei Lebensmitteleinkäufen gehen. Der BAWPI hält zur Bewusstseinsbildung in diesem Kontext folgendes fest: Ein erster Terminus findet sich im Handlungsfeld Abfallvermeidung in den Betrieben und in anderen Organisationen (vgl. BMK 2017, S. 136) Im Bereich der direkten Maßnahmen wird angeführt, dass Bewusstseinsbildung im Bereich Abfallvermeidung von EntscheidungsträgerInnen durchzuführen sind (vgl. BMK 2017, S. 136).

Auf die Bewusstseinsbildung wird ebenfalls im Handlungsfeld der Haushalte hingewiesen. Das entwickelte Maßnahmenpaket beinhaltet dabei eine Weiterentwicklung der Internetseite www.bewusstkaufen.at. Es sind letztlich die KonsumentInnen selbst, die die Produkte auswählen und diese erwerben. Gezielte Bewusstseinsbildung für Abfallvermeidung ist dementsprechend unerlässlich. (vgl. BMK 2017, S. 140).

2.3.3. Europäisches Abfallrecht

Auf europäischer Ebene gibt es eine Vielzahl von Verordnungen und Richtlinien im Bereich der Abfallwirtschaft. Die Verordnungen sind unmittelbar in allen Mitgliedstaaten gültig. Die erlassenen Richtlinien müssen zuvor in das jeweilige nationale Recht integriert und aufgenommen werden. Zu den wichtigsten Grunddokumenten der EU zählt die Richtlinie 2008/98/EG *über Abfälle und zur Aufhebung bestimmter Richtlinien*. Diese Richtlinie wird im nächsten Kapitel kurz diskutiert.

Im Jahr 2018 wurden von Seiten des Europäischen Parlaments umfassende Änderungen an den diversen Richtlinien im Bereich der Abfallwirtschaft beschlossen. Die Veränderungen betrafen im Detail Richtlinien zur Vermeidung, Verwertung und der Beseitigung von Abfällen. Auf Basis der 2015 entwickelten Kreislaufwirtschaft bezog sich die Überarbeitung auf vier zentrale Rechtsakte: der Abfallrahmenrichtlinie, der Richtlinie über Verpackungen und deren Abfälle, der Richtlinie über Abfalldeponien und der Richtlinie über Altfahrzeuge, über Batterien und Akkumulatoren sowie Altbatterien und Altakkumulatoren und über Elektro- und Elektronik-Altgeräte. Die wesentlichen Änderungen der wichtigen Abfallrahmenrichtlinie bezogen sich im Detail auf die intensivere Förderung der Abfallvermeidung, der Zielfestlegungen für Recyclingmaßnahmen und Wiederverwertung. Auch im Bereich der Lebensmittelabfälle wurde nachgeschärft. Alle EU-Staaten sind zu umfassenden Kontrollen im Bereich der Siedlungsabfälle verpflichtet. Das ins Auge gefasste Recyclingziel für Siedlungsabfälle ist eine Quote von 65 % bis ins Jahr 2035 (vgl. Umweltbundesamt 2020, o.S.).

2.3.4. Richtlinie 2008/98/EG

Diese Richtlinie bildet den Rechtsrahmen für den Umgang mit Abfällen in der Europäischen Union. In dem Gesetz sind Begriffsbestimmungen sowie grundlegende Anforderungen an die Bewirtschaftung von Abfällen der Verwertung und auch der Beseitigung enthalten. Thematisiert wird ebenfalls eine verpflichtende Erstellung von sogenannten Abfallwirtschaftsplänen der einzelnen Mitgliedsstaaten.

Artikel 1 der Richtlinie 2008/98/EG befasst sich mit dem Gegenstand des vorliegenden Gesetzes. Die menschliche Gesundheit und den Umweltschutz zu forcieren sei das Ziel, indem schädliche Belastungen durch das Anfallen von Abfällen verringert bzw. vermieden werden. In Artikel 3 werden die Begriffe rund um die Abfallwirtschaft konkretisiert und definiert. Auf diese wird an dieser Stelle nicht mehr explizit eingegangen (vgl. Richtlinie 2008, Artikel 1 und 3).

In Artikel 4 wird die Abfallhierarchie im Bereich der Abfallvermeidung dargestellt. Diese Hierarchie mit Prioritätenabfolge ist dem österreichischen Recht ident in ihrem Aufbau.

Ein zu erwähnender Artikel ist Artikel 29. Die Mitgliedsstaaten haben eine Verpflichtung zur Erstellung von Abfallvermeidungsprogrammen. Die Programme müssen dabei unbedingt Abfallvermeidungsziele festlegen und die dazu die bestehenden Vermeidungsmaßnahmen festlegen und diese bewerten (vgl. Richtlinie 2008, Artikel 29).

Im nachfolgenden Kapitel wird die Richtlinie 94/62/EG kurz dargestellt. Die Vermeidung von Verpackungsmaterialien ist ein wesentlicher Bereich in der Abfallvermeidung. Die Überlegungen im Vorfeld der Arbeit bezogen sich intensiv auf die Vermeidung und Verringerung von Verpackungsmaterialien und der Bewusstseinsbildung in dieser Hinsicht. Die Thesen werden zwar auf der Ebene der Abfallvermeidung angeführt, jedoch soll stets auch speziell die Verpackungsvermeidung in die Überlegungen miteinbezogen werden.

2.3.5. Richtlinie 94/62/EG des Europäischen Parlaments

„Die unterschiedlichen Maßnahmen der Mitgliedstaaten im Bereich der Verpackungen und der Verpackungsabfallbewirtschaftung sind zu harmonisieren (...)“ (Europäisches Parlament und der Rat der Europäischen Union, 94/62/EG).

Oberstes Ziel dieser Richtlinie stellt die Vermeidung von Verpackungsmaterial dar. Ebenfalls berücksichtigt werden die Wiederverwendung von Verpackungen, die stoffliche Verwertung von Verpackungsabfällen sowie die Beseitigung der Verpackungsabfälle. Zentral, vor allem in Bezug auf Verpackungsmaterial im Supermarkt, ist dabei jegliche Form der Vermeidung von Verpackungsmaterial. Artikel 4 der Richtlinie besagt dazu folgendes:

„Die Mitgliedstaaten tragen dafür Sorge, daß neben den Maßnahmen zur Vermeidung der Entstehung von Verpackungsabfall, die gemäß Artikel 9 getroffen werden, auch andere Maßnahmen zur Abfallvermeidung ergriffen werden. Dies können einzelstaatliche Programme oder ähnliche Maßnahmen sein, die gegebenenfalls im Benehmen mit Marktteilnehmern getroffen werden und darauf abzielen, die zahlreichen in den Mitgliedstaaten zur Abfallvermeidung ergriffenen Initiativen nutzbringend zusammenzufassen. Diese Programme oder Maßnahmen müssen den Zielen dieser Richtlinie gemäß Artikel 1 Absatz 1 entsprechen“ (Europäisches Parlament und der Rat der Europäischen Union, 94/62/EG).

Im Anhang 4 der Abfallrahmenrichtlinie 2008/98/EG der Europäischen Union finden sich bezogen auf Artikel 29 der Richtlinie Beispiele für Abfallvermeidungsmaßnahmen.

„Rückgriff auf freiwillige Vereinbarungen, Verbraucher- und Herstellergremien oder branchenbezogene Verhandlungen, damit die jeweiligen Unternehmen oder Branchen eigene Abfallvermeidungspläne bzw. -ziele festlegen oder abfallintensive Produkte oder Verpackungen verbessern. (...). Wirtschaftliche Instrumente wie zum Beispiel Anreize für umweltfreundlichen Einkauf oder die Einführung eines vom Verbraucher zu

zahlenden Aufpreises für einen Verpackungsartikel oder Verpackungsteil, der sonst unentgeltlich bereitgestellt werden würde. Sensibilisierungsmaßnahmen und Informationen für die breite Öffentlichkeit oder eine bestimmte Verbrauchergruppe. Förderung glaubwürdiger Ökozeichen. Vereinbarungen mit der Industrie, wie der Rückgriff auf Produktgremien etwa nach dem Vorbild der integrierten Produktpolitik, oder mit dem Einzelhandel über die Bereitstellung von Informationen über Abfallvermeidung und umweltfreundliche Produkte.“ (Europäisches Parlament und der Rat der Europäischen Union, 2008/98/EG).

Mit der Richtlinie (EU) 2018/852 des Europäischen Parlaments und des Rates wurde die Richtlinie 94/62/EG geändert. Ziel der Änderung der Richtlinie 94/62/EG über Verpackungen und Verpackungsabfälle von Seiten der Europäischen Union stellte das intensive Streben nach einem verbesserten Umweltschutz und dem Schutz der menschlichen Gesundheit dar. Auch die vorhandenen Ressourcen sollen geschont und ihr Einsatz effizient genutzt werden (vgl. EU 2018/852).

3. Nachhaltige Entwicklung

Nachhaltiges Konsumverhalten ist ein Baustein der nachhaltigen Entwicklung der Moderne. Kapitel 3 beschäftigt sich mit den historischen Meilensteinen der Entwicklungsgeschichte für Nachhaltigkeit und dem Ziel 12 der *Social Development Goals*. Dieser beschäftigt sich mit nachhaltigem Konsum, der im Bereich der Abfallvermeidung eine wesentliche Rolle spielt.

3.1. Historische Meilensteine der nachhaltigen Entwicklung

Holzbaur (2020) versteht unter Nachhaltigkeit die diversen Aspekte des sozialen, ökonomischen und ökologischen Umgangs mit der Natur und der Gesundheit (vgl. Holzbaur 2020, S. 43 ff.) Der Begriff der Nachhaltigkeit in der Moderne findet sich zum ersten Mal im 18. Jahrhundert im Bereich der Forstwirtschaft. Carlowitz (1713 zit. in Holzbaur 2020) sieht hierfür die nachhaltige Nutzung des Waldes als Grundlage an. Es darf nicht mehr entnommen werden als nachwächst gilt hier als führender Leitgedanke. Als Meilenstein in der Ökologiebewegung kann der *Bericht über die Grenzen des Wachstums* von Meadows et al. aus dem Jahr 1972 betrachtet werden. Meadows et al. (1972) thematisieren die drohende Erschöpfung der Ressourcen, wie nachstehende Grafik bildlich aufzeigt (vgl. Holzbaur 2020, S. 43 ff.).

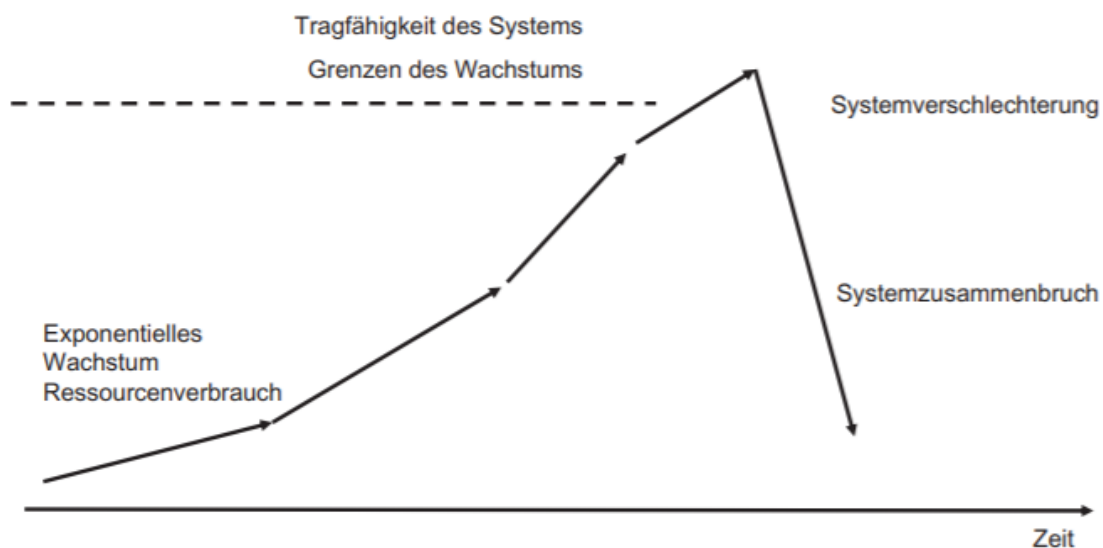


Abbildung 3 Grenzen des Wachstums nach Meadows et al. 1972 (Holzbaur 2020, S. 48)

Im Jahr 1987 wurde die erste allgemeine Definition für nachhaltige Entwicklung vorgelegt, die sogenannte Brundtland-Definition. Bis heute besitzt diese Definition allgemeine Gültigkeit.

„Nachhaltige oder dauerhafte Entwicklung ist eine Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können“ (Holzbaur 2020, S. 52).

Diese Definition ist anthropozentrisch, da sie von den Bedürfnissen des Menschen ausgeht und ihren Fokus auf künftige Generationen richtet (vgl. Holzbaur 2020, S. 52). Bereits in dieser Begriffsbestimmung wird auf die menschlichen Bedürfnisse hingewiesen. Vorhandene Bedürfnisse beeinflussen menschliche Entscheidungs- und Handlungsaktivitäten (vgl. Kapitel 8). Die Einbeziehung und Betrachtung dieser persönlichen Begehren müssen deshalb in Maßnahmen zur Bewusstseinsbildung miteinbezogen werden.

Ein nächster historischer Meilenstein wurde mit der Weltkonferenz 1992 in Rio de Janeiro gesetzt. Gemeinsam wurde die Agenda 21 erarbeitet (vgl. Holzbaur 2020, S. 53). Im Jahr 2015 wurde die Agenda 21 von den UN-Mitgliedsstaaten erneut überarbeitet und ein weiterer 15 Jahresplan zur Erreichung der Ziele entwickelt. Dazu wurden 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung spezifiziert, wie aus der nachstehenden Grafik ersichtlich ist (vgl. Agenda 2030 o.J., o.S.).



Abbildung 4 Social Development Goals (Bundeskanzleramt 2021, o.S)

„At the core of the 2020-2030 decade is the need for action to tackle growing poverty, empower women and girls, and address the climate emergency” (Agenda 2030 o.J., o.S.).

Sowohl in der Agenda 21 als auch in der Agenda 2030 ist das Ziel des nachhaltigen Konsums sowie die nachhaltige Produktion miteinbezogen. Der Begriff nachhaltiger Konsum wurde zum ersten Mal auf der Rio Konferenz 1992 der UN über Umwelt und Entwicklung als Idee eingeführt. Bereits 10 Jahre später erfolgte auf der Konferenz von Johannesburg ein gemeinsamer Beschluss eines 10-Jahres-Rahmenprogramms, das den nachhaltigen Konsum und die Produktion gezielt fördern sollte. Während des Marrakesch-Prozesses, der im Jahr 2003 stattfand, wurden die ausgearbeiteten Ziele im Detail konkretisiert. Der Marrakesch-Prozess stellte die Entwicklung von Maßnahmen und Strategien zur Verbesserung und Stärkung nachhaltiger

Produktions- und Konsumweisen in den Mittelpunkt seiner Agenden. Auch die Europäische Union schenkte der Thematik des nachhaltigen Konsumverhaltens verstärkte Aufmerksamkeit. So wurde im Jahr 2008 der Aktionsplan *Nachhaltigkeit in Produktion und Verbrauch* gemeinsam ausgearbeitet. 2012 fand in Rio de Janeiro der Weltgipfel für nachhaltige Entwicklung statt. Im Rahmen dieses Gipfels wurde der 10-Jahres-Plan für die Programme zu nachhaltigen Konsum- und Produktionsweisen beschlossen. Das *One Planet Network* ging unter anderem aus diesem Programm hervor. Hierbei handelt es sich um eine globale Aktionsplattform für nachhaltigen Konsum und Produktion. In der Weiterführung der Agenda 2021, der Agenda 2030, verankerte die UN erneut das SDG 12 (vgl. Bmu 2021, o.S.).

3.2. Nachhaltiger Konsum als Teilbereich der nachhaltigen Entwicklung



„Folgt man dem Leitbild nachhaltiger Entwicklung ist Konsum dann nachhaltig, wenn er den Bedürfnissen der heutigen Generation entspricht, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen und ihren Lebensstil zu wählen“ (Bmu 2021, o.S.).

Abbildung 5 Ziel 12 Nachhaltiger Konsum (Bundeskanzleramt 2021, o.S.)

Nachhaltigkeit und damit verbunden der nachhaltige Konsum ist ein wichtiger Baustein im Bereich der Bewusstseinsbildung für Abfallvermeidung. Ohne ein grundlegendes Bewusstsein und ein Bedürfnis nachhaltige Konsumgüter erwerben zu wollen, wäre ein Konsum dieser Art nicht möglich. Dieser Thematik wird in den *SDG`s* sogar ein eigener Abschnitt gewidmet, der sich im Speziellen mit den Veränderungen im Konsumverhalten befasst. Eine detaillierte Definition sowie ein Maßnahmenkatalog zur Erreichung der Ziele wurden in der Agenda 21 vorerst nicht vorgelegt. Erst in der Konferenz von Johannesburg wurde ein dementsprechendes Dokument nachgereicht. Gilt es den Begriff zu definieren, finden sich in der Literatur mittlerweile eine Vielzahl unterschiedlicher Definitionen. Am häufigsten zitiert wird die sogenannte Oslo-Definition aus dem Jahr 1994. Die Begriffsbestimmung findet sich bei den Vereinten Nationen unter Ziel 12 der *SDG`s*, *Consumption and production* wieder (vgl. Fischer et al. 2011, S. 73 ff.).

„Sustainable Consumption and Production can be defined as (...) the production and use of goods and services that respond to basic needs and bring a better quality of life, while minimising the use of natural resources, toxic materials and emissions of waste and pollutants over the life cycle, so as not to jeopardise the needs of future generations“ (UNSustainabledevelopmentgoals o.J., o.S.).

Nachhaltigkeit stellt Fischer et al. (2011) zufolge eine normative Leitidee dar, die zur Beurteilung von nachhaltigen Handlungen herangezogen werden und konkretisiert werden kann. Hierzu wird eine genaue Definition und Eingrenzung des Konsumbegriffes und der zugrundeliegenden Bewertungskriterien benötigt:

„Der Konsumbegriff wird in der Literatur verschieden verwendet. In einem engeren Verständnis wird Konsum als der Ge- und Verbrauch von Gütern bzw. Dienstleistungen verstanden. In einem weiteren Sinne werden zusätzlich die Auswahl (Selektion), die Anschaffung (Akquisition) sowie die Entsorgung bzw. Weitergabe (Disposition) einbezogen“ (Fischer et al. 2011, S. 73).

Als Güter und Dienstleistungen werden Objekte individueller Konsumhandlungen angesehen, sogenannte Konsumgüter. Ein wesentlicher Aspekt ist jener der Bedürfnisbefriedigung. Konsumgüter werden als Mittel zur Befriedigung von Bedürfnissen angesehen (vgl. Fischer et al. 2011, S. 74 ff.).

Im Mittelpunkt des nachhaltigen Konsumierens stehen Menschen und ihre Konsumhandlungen. Die Beurteilung der Nachhaltigkeit des Konsums unterliegt verschiedenen Kriterien. Dazu zählen zum Beispiel die Herkunft des Produktes, der Transport, die unterschiedlichen Wirkungen auf den Organismus der KonsumentInnen, die Herstellungs- und Anbaubedingungen. Es besteht die Möglichkeit, sich auf spezielle Einzelbereiche zu beziehen oder den gesamten Konsumprozess in die Betrachtungen zu inkludieren. Der Konsum von Gütern und Dienstleistungen stellt damit eine Form der Teilhabe am Lebensstandard einer Gesellschaft dar. Die erworbenen materiellen Ressourcen, im Sinne eines nachhaltigen Konsums, haben eine demonstrative Funktion. Durch den Erwerb spezieller Produkte oder eben den Verzicht auf nicht nachhaltige Güter kann der eigenen Identität und dem persönlichen Nachhaltigkeitsstreben Ausdruck verliehen werden. Die Teilhabe setzt sich dabei aus zwei Faktoren zusammen, den vorhandenen materiellen Ressourcen und der gesellschaftlichen beziehungsweise persönlichen Umsetzungsleistung. Masson et al. (2016) nutzen zur Sichtbarmachung des Teilhabemodells die geplante Handlungstheorie. Auf diese wird im Detail im Kapitel 6.6.1 noch genauer eingegangen. Wie auch in der geplanten Handlungstheorie nachfolgend ersichtlich wird, gehen sowohl dieses als auch das Teilhabemodell von der Wichtigkeit sozialer Normen aus. Es gibt eine freie Wahl an Möglichkeiten. Auch die persönliche Verhaltenskontrolle stellt einen

wichtigen Indikator dar. Im Teilhabemodell wird von einem gesellschaftlichen Einfluss auf die Wahl der Präferenzen und der Vermittlung von sozialen Normen über die Einstellungen und die diversen Mengen an den Verwirklichungschancen auf die eigene Verhaltensabsicht ausgegangen (vgl. Masson et. al 2016, S. 3).

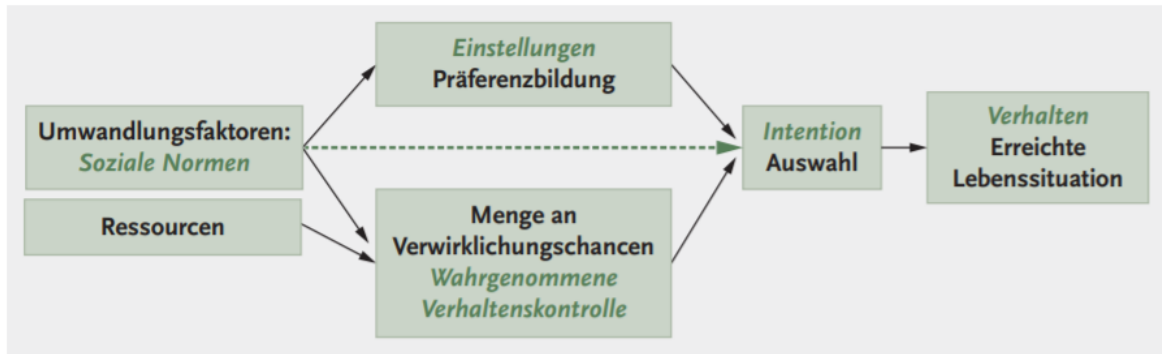


Abbildung 6 Modell des ökologisch nachhaltigen Konsums als Verschränkung von Teilhabemodell und der Theorie des geplanten Verhaltens (Masson et al. 2016, S. 3)

Aus dem obenstehenden Modell wird ersichtlich, dass diverse Faktoren auf die Entscheidungswahl des nachhaltigen Konsums einwirken. Ziel sollte es sein, nachhaltiges Konsumieren in die aktiven Handlungsroutinen des Alltags zu integrieren und das eigene Verhalten dahingehend zu verändern, dass es sich bei der Präferenzwahl gleich dem Zähneputzen verhält. Eine Handlung zu erzeugen, die wie selbstverständlich angewendet wird, ist hier das Ziel. Welche Handlungs- und Verhaltenstheorien dahingehend eine Rolle spielen, wird in den nachfolgenden Kapiteln genauer betrachtet. Der Seite des BMU Deutschlands ist folgende anschauliche Grafik zu entnehmen, die sich auf das nachhaltige Konsumverhalten des Menschen bezieht:

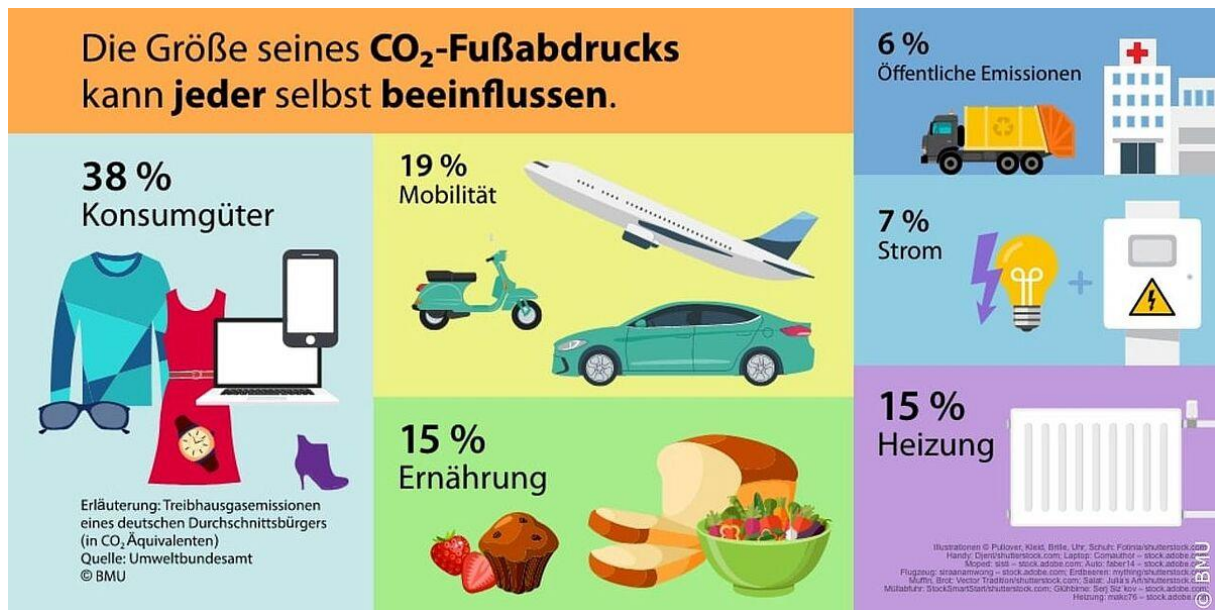


Abbildung 7 Nachhaltiger Konsum CO₂ Fußabdruck (Bmu 2021, o.S.)

„Nachhaltiger Konsum beeinflusst alle Phasen der Wertschöpfungskette und muss in den gesamten Produktlebenszyklus bedacht werden. Die Betrachtung der Wertschöpfungskette von der Konsumseite bedeutet, dass nachhaltige Konsumentenentscheidungen letztlich die nachhaltige Optimierung der gesamten Wertschöpfungskette bewirken“ (Bmu 2021, o.S.).

Am Prozess des nachhaltigen Konsums und der Produktionsweisen sind zahlreiche AkteurInnen beteiligt, auch die EndverbraucherInnen. Die Entscheidung darüber, welche Produkte erworben werden, obliegt jedem Menschen selbst. Aus diesem Grund wird Bewusstseinsbildung, BNE und Abfallvermeidungsmaßnahmen als entscheidender Faktor in zahlreichen *policy papers* angesehen. Aspekte der Nachhaltigkeit und somit auch des nachhaltigen Konsums (zu diesem zählt auch Abfallvermeidung/Abfallreduzierung, das Bewusstsein der Kreislaufwirtschaft) müssen im Bewusstsein verankert werden. Maßnahmen zur Bewusstseinsbildung und der BNE gezielt zu erarbeiten sind unerlässlich. Ebenso diese anschaulich und verständlich aufzubereiten und das Wissen an alle Menschen weiterzugeben. Die Abfallvermeidung als Baustein eines nachhaltigen Konsums ist auf vielen Ebenen zu denken.

Zu den AkteurInnen in den Produktionsketten zählen unter anderem auch konventionelle Supermärkte. Im Rahmen dieser Masterarbeit werden die Nachhaltigkeitskonzepte- und Strategien von konventionellen Supermarktketten in Österreich in die wissenschaftliche Analyse miteinbezogen.

3.3. Nachhaltigkeits-, und Abfallvermeidungskonzepte konventioneller Supermärkte

Spricht man von Konsum, ist eine Betrachtung der konventionellen Supermärkte in Österreich wichtig. Seit einigen Jahren wird in diesen Organisationen der Fokus auf Nachhaltigkeit und

die Vermeidung von Abfall gelegt. Nahezu alle konventionellen Supermärkte in Österreich verfolgen bereits Konzepte zum nachhaltigeren Einkaufsverhalten. Betrachtet man die *Websites* der zwei großen konventionellen Supermarktketten Spar und Rewe (Billa, Billa Plus, ADEG und Sutterlüty) zeigt sich, dass Nachhaltigkeit im Fokus steht. Dabei ist das angebotene Sortiment an verpackungsfreien/armen Lebensmitteln von Supermarkt zu Supermarkt unterschiedlich.

Die größeren Supermarktketten wie Rewe und Spar werben im Bereich der Abfallvermeidung gezielt mit verpackungsfreien Lebensmitteln und reduzierten Verpackungsmaterialien. Nachstehend zwei bildliche Ausschnitte aus den diversen Marketingkampagnen.



Abbildung 8 Rewe Konzern Nachhaltigkeitswerbung (Gemeinsam-nachhaltig o.J. o.S.)

Nicht nur Rewe bietet diverse Werbeeinschaltungen, auch auf der Website von Spar Austria finden sich ähnliche Abbildungen.



Abbildung 9 Gemeinsam Plastik sparen mit Spar (Spar Austria o.J. o.S.)

Beide Kampagnen werben für ein nachhaltiges Einkaufen, das frei von Plastik ist. Welche Möglichkeiten dazu angeboten werden, lässt sich auf den ersten Blick nicht erkennen. Einzig steht fest, dass vor allem das Vermeiden von Plastik und Plastikmüll derzeit ein wichtiges Aushängeschild der Nachhaltigkeit darstellt. Seit Beginn des Sommers 2020 arbeitet Spar an der Einführung und Umsetzung von Lebensmittelabfällstationen. Diese Stationen sollen ein

verpackungsfreies beziehungsweise verpackungsreduziertes Einkaufen ermöglichen und somit zur Abfallvermeidung beitragen. An ausgewählten Standorten in der Steiermark wurden die sogenannten Unverpackt-Möbel aufgebaut und den KonsumentInnen nähergebracht. Ziel ist es, eine Grundlage für bewusstes verpackungsfreies Einkaufen zu schaffen und damit eine Reduktion im Verkaufsverpackungsbereich zu erwirken. Angeboten werden vor allem regionale und biologische Produkte (vgl. Kapitel 10) (vgl. Spar Austria o.J. o.S.).

3.4. Abfallvermeidung - Verpackungsreduktion und nachhaltiges Einkaufen am Beispiel von Spar Austria

Spar Austria setzt auf der eigenen Homepage die Thematik Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein gezielt ein. Mit der Initiative *Gemeinsam Plastik sparen mit Spar* entwickelte das Unternehmen Handlungsmöglichkeiten für ein nachhaltiges und abfallvermeidendes Einkaufen. Gezielt geworben wird damit, Verpackungen zu vermeiden, sie zu reduzieren oder mehr recycelbare Materialien einzusetzen. Auch die Information der KundInnen wird dabei nicht außer Acht gelassen.

Spar stellt in seinem *Factsheet* zur Verpackungsreduktion fest, dass der Lebensmittelhandel nicht gänzlich auf Verpackungsmaterial verzichten kann. Ziel ist es, Materialien so effizient wie möglich einzusetzen, diese zu nutzen und bestmöglich auf diese zu verzichten (vgl. Spar-Factsheet o.J., S.1).



Abbildung 10 *Gemeinsam Plastik sparen mit Spar* (Spar 2021, o.S.)

In der oben abgebildeten Grafik stellt Spar Austria seine diversen Angebote zu einem nachhaltigeren Einkaufen vor. Klar erkennbar ist, dass vor allem in den letzten zwei Jahren seit Ende des Jahres 2018 viele Maßnahmen gesetzt und umgesetzt wurden.

4. Bewusstseinsbildung

In der deutschen Alltagssprache wird der Begriff Bewusstsein unterschiedlich verwendet: Bewusst im Sinne von etwas Wissen, das Bewusstsein als Wachzustand (Bist du bei Bewusstsein?), das menschliche Bewusstsein, im Sinne eines persönlichen Tiefgangs etc. Die Bedeutung des Begriffes hinsichtlich Abfallvermeidung wird in den nachfolgenden Kapiteln besprochen.

4.1. Aufschlüsselung des Begriffes anhand der beiden Komponenten Bewusstsein und Bildung

Eine zentrale Komponente dieser wissenschaftlichen Arbeit stellt der Begriff der Bewusstseinsbildung für Abfallvermeidung dar. Vor allem im wissenschaftlichen Bereich der Nachhaltigkeit sind bewusstseinsbildende Prozesse im Gehirn dafür verantwortlich, die eigenen Gedanken zu schärfen, Meinungen kritisch zu hinterfragen und persönliche Verhaltensänderungen zu bewirken, auch in Hinblick auf Abfallvermeidungsmaßnahmen.

Der Terminus Bewusstseinsbildung schlüsselt sich in zwei Wortbestandteile auf – Bewusstsein und Bildung. Im folgenden Kapitel werden beide Begriffe hinsichtlich ihrer Bedeutungen analysiert und in Beziehung zur Abfallvermeidung gesetzt.

4.1.1. Bewusst-sein

Dem Duden zufolge versteht man unter Bewusstsein das Folgende:

„(...) Zustand, in dem man sich einer Sache bewusst ist; ein deutliches Wissen von etwas beziehungsweise eine Gewissheit“ (Duden 2020, o.S.).

In den Fachbereichen der Philosophie und der Psychologie spielt der Begriff und dessen Definition bis heute eine essentielle Rolle. Werth (1983) widmet der Definitionsfindung sogar eine vollständige Abhandlung und bezieht sich hierbei auf unterschiedliche Fachbereiche, Theoretiker und wissenschaftliche Strömungen. Werth (1983) beschreibt das Bewusstsein als etwas schwer Greifbares und verweist auf den philosophischen Kontext. Ihm zufolge bedarf es einer genauen und vor allem tieferen Betrachtungsweise des Terminus. Bis dato sei dies speziell im Bereich der Philosophie zu kurz gekommen.

Ein tieferes Verständnis des Begriffes Bewusstsein dient zur Feststellung, ob und wie dieser in der naturwissenschaftlichen Psychologie integriert werden kann oder sogar bereits integriert ist. Werths (1983) Betrachtungsweise bezieht sich speziell auf den naturwissenschaftlichen psychologischen Kontext. Dieser ist auch für die vorliegende Arbeit eine wichtige Basisgrundlage, um Bewusstseinsbildungsprozesse im Menschen besser verstehen zu können.

Werth (1983) stellt fest, dass der Terminus vor allem in der Alltagssprache und im täglichen Gebrauch häufig ohne jegliche Zuordnung verwendet wird. Trotz des großen Interesses den

Begriff auch auf akademischen Niveau zu fassen, bleibt die Verwendungsweise eher vage. Diesen Vergleich zieht Werth (1983) hinsichtlich anderer, eindeutiger definierten und strukturierten Begrifflichkeiten der Naturwissenschaften, wie Masse, Kraft oder magnetische Felder. Das *bewusste und auch das unbewusste Bewusstsein* sind in ihrer Definition dagegen vage, selbst für einen wissenschaftlichen Teilbereich, wie jenen der Psychologie (vgl. Werth 1983, S. 1 ff).

Beeinflusst wird dieses unpräzise Verständnis durch die alltagssprachliche Verwendung des Begriffes. Watson sprach sich 1913 dafür aus, den Begriff zur Gänze aus der Psychologie zu streichen, da dieser auf rein subjektiven und nicht nachvollziehbaren Prozessen beruhe. Der Sprachphilosoph Wittgenstein (zit. in Werth 2010) stützte sich in seiner Kritik am Bewusstseinsbegriff ebenfalls auf dessen subjektiven Wertgehalt. Begriffe, die sich wissenschaftlich nicht fassen lassen und sich auf innerpersonale Gefühle und Wahrnehmungen beziehen, können nicht durch andere Personen überprüft werden. Zum besseren Verständnis zieht Werth (2010) einen Vergleich zur Wahrnehmung von Schmerz. Schmerzen beruhen auf einer subjektiven Wahrnehmung und Empfindung, die nur die betroffene Person selbst fühlen kann (vgl. Werth 2010, S. 8-10).

„Die Auffassung beim Bewusstsein und den subjektiven Erlebnissen, die Inhalte des Bewusstseins sind, handle es sich um Ereignisse auf einer subjektiven, privaten Bühne, die anderen Personen prinzipiell unzugänglich ist (...)“ (Werth 2010, S. 10).

Bereits in diesem kurzen Einführungskapitel zeigt sich die Schwierigkeit der Definition des Bewusstseinsbegriffes. Im englischsprachigen Bereich gibt es eine Zweiteilung des Terminus in *awareness* und *consciousness*.

4.1.2. *Awareness* und *Consciousness* – die englisch-sprachige Aufteilung von Bewusstsein

Im englischsprachigen Raum wird der Begriff des Bewusstseins in zwei Begriffe unterteilt. *awareness* und *consciousness*. Die englischen Fachtermini werden im Folgenden beibehalten, damit ihr Sinngehalt nicht verändert wird.

Morin (2005) analysiert in seinem Artikel *Levels of consciousness and self-awareness* unterschiedliche Ebenen und Bedeutungen der beiden Begrifflichkeiten. Er bezieht sich dabei auf die Theorien des Soziologen George Herbert Mead (1913), der zwischen *Self*, *Me* und *I* unterscheidet. Anders formuliert stellt diese Betrachtung eine Unterscheidung zwischen der Ausrichtung der Aufmerksamkeit nach außen auf die Umgebung (*consciousness*) und nach innen auf das Selbst (*awareness*) dar. Morin (2005) bezieht sich auf dieses Modell vor allem als Orientierung, um neuere, darauf aufbauende zu analysieren. Er bezeichnet es als *social/personality model*. Wichtig hierbei ist, dass sich diese Theorie auf eine sogenannte Wachheit

bezieht, um die Umwelt und aufkommende Reize bewusst wahr- und aufzunehmen. Ein nicht wacher Zustand würde das Unbewusste oder englisch *unconsciousness* bezeichnen. Ein sogenannter wacher Organismus besitzt ein Bewusstsein, indem er aktiv mit der Außenwelt agiert (vgl. Morin 2005, S. 360). Der Terminus *self-awareness* bezieht sich auf die Fokussierung des inneren Lebens des Menschen. Dabei handelt es sich um Emotionen und Ereignisse, die sich nicht von außen beobachten lassen sowie persönliche Wahrnehmung des innen Lebens, aber auch der Umgebung. Die letzte Ebene des Modells beschreibt die *meta-self-awareness*. Damit ist jene Stufe gemeint, die sich mit dem eigenen Bewusstsein über das Thema des Bewusstseins auseinandersetzt. Als Beispiel zieht Morin (2005) den Zustand der Wut heran. Ein Lebewesen im *self-awareness* Zustand würde sich als „ich bin wütend“ beschreiben; eine Stufe höher würde die eigene Auseinandersetzung damit stattfinden, sich selbst der Tatsache bewusst zu sein, dass man wütend ist. „Ich bin mir bewusst, dass ich wütend bin“ (vgl. Morin 2005, S. 360). Die letzten beiden Ebenen des Bewusstseins beinhalten ebenfalls, sich der Tatsache bewusst zu sein, dass man eine eigenständige Person ist, mit selbstständigen Gedanken und Handlungen, die sich von der Umwelt unterscheidet. Diese Form des höheren Bewusstseins stellt die Erfahrung dar, einzigartig in der Welt zu sein (vgl. Morin 2015, S. 360).

Nachfolgend ist das *social/personality model* nochmals graphisch zur Veranschaulichung dargestellt (Morin 2015, S. 361).

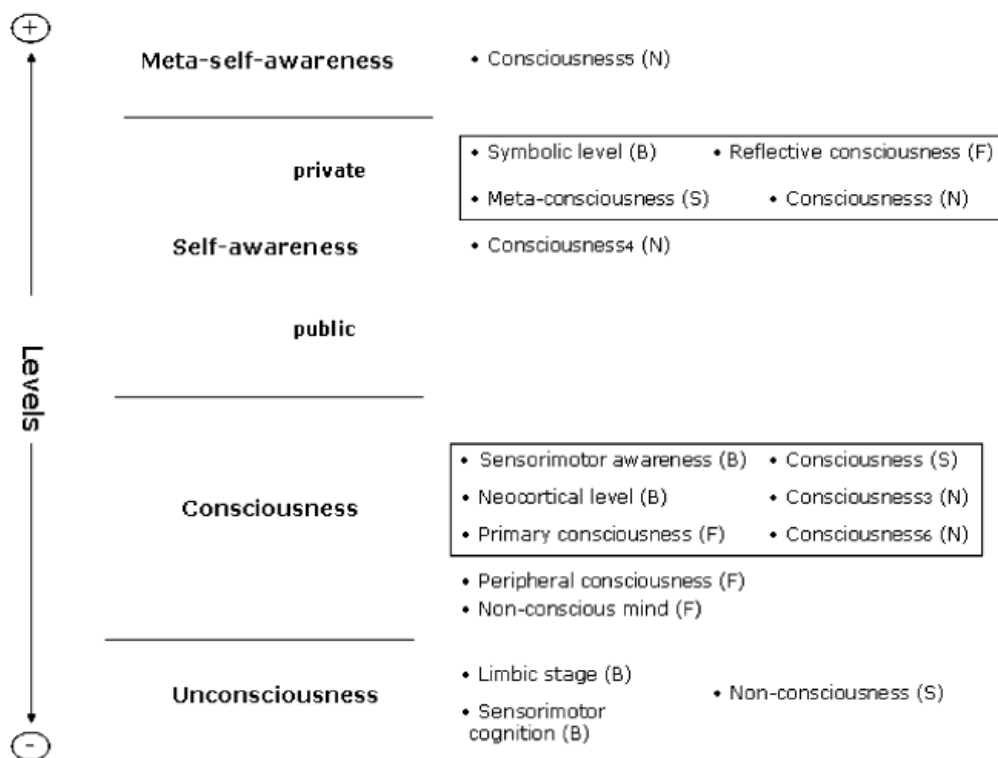


Abbildung 11 *Social/personality model* graphisch dargestellt (Morin 2005, S. 361)

Morin (2005) schließt in seine Diskussion über *levels of consciousness* die Wechselbeziehung zur *self-information mit ein*. Die Bewusstseinssebenen können demnach nach dem Zugang der *self-information* hin beurteilt werden. Selbstinformationen können unterschiedlich verarbeitet werden. Morin (2005) zufolge werden einfachere Arten der Selbstinformation auf einer niedrigeren Bewusstseinssebene wahrgenommen, während komplexere und differenziertere Formen auf einer höheren Ebene verarbeitet werden (vgl. Morin 2005, S. 361 ff.). Diese Zweiteilung des Begriffes schafft ein tiefergehendes Verständnis des Begriffes.

Auch in der Praxis wird der Bewusstseinsbildungstheorie ein großer Spielraum eingeräumt. In verschiedenen Forschungsbereichen – auch im Bereich der Nachhaltigkeitsforschung – spielt der Prozess eine entscheidende Rolle.

4.1.3. Bildung

Bevor im nächsten Überkapitel im Detail auf die wissenschaftliche Bedeutung von Bewusstseinsbildung und handlungstheoretische Grundlagen eingegangen wird, muss zunächst noch eine Aufarbeitung des Terminus Bildung stattfinden.

Der Begriff der Bildung wird in der Alltagssprache oft analog für die Schulbildung verstanden.

„Bildung (eruditio, ex rudibus = aus dem Rohzustand und über ihn hinaus) meint die Aneignung von Kenntnissen und Fertigkeiten in Selbstverfügung und aktiver Gestaltung mit dem Ziel der reflexiven Ausformung eines kultivierten Lebensstils (Educand-Perspektive)“ (Raithel et.al. 2009, S. 37).

Im Fachbereich der Geisteswissenschaften, vor allem in der Pädagogik, ist Bildung von zentraler Bedeutung. In anderen Landessprachen findet sich kein Äquivalent zu unserem deutschen Begriff. Die Wortentwicklung blickt auf eine lange Tradition zurück. Bevor der Begriff im Humanismus und Idealismus eine Überholung erfuhr, verstanden ältere pädagogische Konzepte darunter *„die Kultivierung der verschiedenen Facetten von Menschlichkeit (...), um an den in einer Gesellschaft üblichen Lebensformen teilhaben zu können“* (Raithel et.al. 2009, S. 37).

Die Einflüsse des Neuhumanismus veränderten den Blickwinkel hin zum Menschen und verstanden folglich unter den Begriff der Bildung die *„(...) Herausformung von inneren Werten und die Vervollkommnung der subjektiven Erlebnistiefe in Einsamkeit und Freiheit“* (Raithel et.al. 2009, S. 37). Auch diese Definition wurde von verschiedenen Strömungen erneuert und neuinterpretiert. In der Moderne erfolgte die Verbindung zwischen der Bildung und der Lebenswelt des Menschen. Die Bildung soll die Eigenständigkeit und die Selbstbestimmungsfähigkeit jedes Menschen fördern. Dies erfolgt durch eine tiefgehende Initialisierung und Auseinandersetzungen mit unserer kulturellen, sozialen und ökonomischen Lebenswelt (vgl. Raithel

et.al. 2009, S. 37). Aus der aufgezeigten Definition wird bereits ersichtlich, dass sich der Bildungsbegriff auf das menschliche Subjekt und seine Fähigkeiten bezieht. Die Fokussierung auf die Schulbildung alleine wäre dementsprechend zu eng gefasst (vgl. Grunerth 2012, S. 19).

Die Herausformung des Subjektes, im Sinne des Bildungsbegriffes, ist Grunerth (2012) zufolge immer in Hinblick auf die gesellschaftlichen Einflüsse und der individuellen Lebenswelt zu betrachten. In den sozialen Interaktionsprozessen sind Denk-, Wahrnehmungs-, und Handlungsmuster integriert, die unser Selbst prägen. Dieser Prozess erfolgt in einem Austausch mit der Umwelt, in der eigene Handlungsstrukturen hinterfragt, gemeinsame Werte integriert und so ein Selbstbewusstsein herausgebildet werden kann. Soziale Kommunikations- und Interaktionsformen der Gesellschaft sind demnach essentiell für die Betrachtung des Bildungsbegriffes (vgl. Grunerth 2012, S. 35-36).

„Das Kind ist also auf die Aneignung derjenigen Wissensbestände und Fähigkeiten angewiesen, die eine Beteiligung an der Gesellschaft ermöglichen, gleichzeitig ist es aber für die Ausbildung von Individualität und die Entwicklung von Gesellschaft bedeutsam (...), in Distanz zu den gesellschaftlichen Normen und Werten zu treten und sich produktiv damit auseinanderzusetzen“ (Grunerth 2012, S. 36).

Bildung im Sinne der Subjektbildung ist in zweifacher Weise zu betrachten. Einerseits stellt sie eine Auseinandersetzung des Menschen mit sich selbst dar, andererseits ist dieser Prozess stets im gesellschaftlichen Kontext angesiedelt, der den individuellen Prozess determiniert (vgl. Grunerth 2012, S. 38).

De Haan (2002), der den Begriff der Bildung unter dem Aspekt der nachhaltigen Entwicklung – als Bildung für nachhaltige Entwicklung – untersucht, sieht den modernen Bildungsbegriff unter folgenden drei Prämissen:

Erstens beschreibt er eine **Offenheit** neuen Erfahrungen gegenüber. Damit richtet er sich konkret gegen einen bildungstheoretischen Objektivismus. Zweitens beinhaltet der moderne Bildungsbegriff **Reflexivität**. Gemachte Erfahrungen verändern das Subjekt und es sind die Erfahrungen selbst, die sich durch eine veränderte Welt ändern. Die Reflexion der gemachten Erfahrungen des eigenen Selbst und des gesellschaftlichen Kontextes sieht de Haan (2002) als wesentliche Komponente des Bildungsbegriffes an. Drittens beinhaltet der Bildungsbegriff die Dynamik des globalen Wandels. Gegebene Unsicherheiten und sozialer Wandel bedürfen mehr als Offenheit neuen Erfahrungen gegenüber. Es braucht die Zukunftsorientierung im Bildungsbereich. Die dritte wesentliche Komponente des Bildungsbegriffes zeichnet sich demnach durch **Zukunftsfähigkeit** aus (vgl. de Haan 2002, S. 14).

Nach dieser kurzen Begriffsdefinition wird der Blickwinkel hin zur BNE, der Bildung für nachhaltige Entwicklung, gerichtet.

4.1.4. Bildung - Bildung für nachhaltige Entwicklung

In Kapitel 36 der Agenda 21 *Förderung der Schulbildung, des öffentlichen Bewusstseins und der beruflichen Aus- und Fortbildung*, wird ein detaillierter Bezug zur Bildung und Erziehung für nachhaltige Entwicklung genommen.

„Bildung/Erziehung einschließlich formaler Bildung, öffentliche Bewusstseinsbildung und berufliche Ausbildung sind als ein Prozeß zu sehen, mit dessen Hilfe die Menschen als Einzelpersonen und die Gesellschaft als Ganzes ihr Potential voll ausschöpfen können. Bildung ist eine unerläßliche Voraussetzung für die Förderung einer nachhaltigen Entwicklung und die Verbesserung der Fähigkeit der Menschen, sich mit Umwelt- und Entwicklungsfragen auseinanderzusetzen“ (Agenda 21 2002, Kap. 36.3).

Eine nachhaltige Entwicklung ist nur dann gegeben und gewährleistet, sofern eine weltweite Bildungsinitiative und Bewusstseinsbildung stattfindet. De Haan (2008) zufolge erscheint dieser Ansatz einleuchtend. Die westlichen Länder nutzen ihre Konsumgüter in einer nicht ökologischen Weise, sie streben nach immer mehr Gütern und Dienstleistungen und verhindern so die Chancengleichheit für die Entwicklungsländer. Die Menschen in den westlichen Ländern müssen dem Folge leisten, diese mittragen und nicht ablehnen. Nachhaltige Entwicklungsprozesse bedürfen einer Behandlung im Bildungsbereich. Sie sind mittlerweile grundlegend für unsere und auch zukünftige Generationen im Entwicklungs- und Forschungsbereich (de Haan 2008, S. 24).

Ein erster Schritt den Terminus Bildung im Kontext der Nachhaltigkeit zu integrieren, erfolgte Sterling (2010) zufolge in der Konferenz von Stockholm im Jahr 1972. Bildung wurde in erster Linie als Mittel zum Zweck betrachtet, als ein Werkzeug, welches genutzt werden konnte, um ein erhöhtes Bewusstsein sowie eine veränderte Einstellung zu Umweltthematiken zu erlangen (vgl. Sterling 2010, S. 513). Der einstige Glaube eines unbegrenzten Wirtschaftswachstums wurde revidiert und folglich ein neues politisches Instrument in den schulischen Alltag integriert – die Umwelterziehung. Ursprünglich beinhaltete die Umwelterziehung vor allem die Vermittlung von Wissen rund um die diversen Umweltproblematiken. Ziel war es, die Heranwachsenden zu kompetenten und aufgeklärten Menschen zu erziehen, die sich umweltbewusster verhalten würden. Gleichsam sollten die Erwachsenen auf diese Weise adressiert werden. Steiner (2011) sieht hier einen normativen Aspekt vertreten, der als problematisch angesehen werden kann. Die Motivierung zum sogenannten richtigen Handeln in Bezug auf Umweltprobleme ist auf diese Weise schwer umsetzbar (vgl. Steiner 2011, S. 21).

In neueren Ansichten werden in der BNE auch veränderte Lebensstile miteingeschlossen, die aus dem Bildungsbewusstsein entwickelt werden können (vgl. Sterling 2010, S. 513). Das Verständnis von BNE ist nach de Haan (2002) zu weit gefasst. Die UNESCO und die Vereinten Nationen nehmen in den Bereich *Education for All* ebenfalls Armutsbekämpfung sowie die Bekämpfung von HIV/AIDS und die Gleichstellung der Geschlechterthematik mit auf. Inkludiert sind weiters Umweltthemen, Konsumverhalten, Produktion, nachhaltige Lebensstile und der demographische Wandel. De Haan (2008) hebt an dieser Stelle die Problematik dieser breiten Definition von BNE hervor. Das Bildungsvorhaben könne nicht alles beinhalten, das zu einer positiven Entwicklung der Bevölkerungsverteilung beiträgt (de Haan 2008, S. 24 ff.). De Haan (2002) bezieht sich in Bezug auf BNE auf den modernen Bildungsbegriff und schlussfolgert:

„Bildung für eine nachhaltige Entwicklung hat unter den bildungstheoretischen Prämissen von Offenheit, Reflexivität und Zukunftsfähigkeit zum Ziel, Lernenden ein systematisch generiertes und begründetes Angebot zu den Themen, Aufgaben und Instrumenten von nachhaltiger Entwicklung zu machen. Das Angebot soll so aufgebaut sein, dass die Lernenden die Möglichkeit zum Erwerb der Kompetenzen haben, an der zukunftsfähigen Gestaltung der Weltgesellschaft aktiv und verantwortungsvoll mitzuwirken und im eigenen Lebensumfeld einen Beitrag zu einer gerechten und umweltverträglichen Weltentwicklung leisten zu können“ (de Haan 2002, S. 15).

Die bisherigen Bildungskonzepte bedürfen eines Umdenkprozesses. Die Wichtigkeit des Bildungsaspekts und des Lernens im Bereich Abfallvermeidung ist seit der UN Konferenz 1992 nicht mehr wegzudenken. In ihren Äußerungen ermutigen sie alle Länder die Entwicklungsziele in ihre Bildungspläne aufzunehmen und diese zu forcieren. In den *SDGs* wird die Bildung sogar direkt angesprochen. Sie bezieht sich auf lebenslanges Lernen, gleiche Bildungschancen für alle und die Gewährleistung einer gerechten und hohen Bildungsqualität. So ist es möglich, die Millenniumsziele umzusetzen und diese der Bevölkerung zugänglich zu machen. Dabei werden im Ziel 4 der *SDGs* all jene Kenntnisse und Fähigkeiten hervorgehoben, die notwendig sind, um die Ziele für nachhaltige Entwicklung verstehen und nachvollziehen zu können (vgl. Sterling 2020, S. 1 ff.).

„By 2030, ensure that all learners acquire the knowledge and skills needed to promote sustainable development, including, among others, through education for sustainable development and sustainable lifestyles, human rights, gender equality, promotion of a culture of peace and non-violence, global citizenship and appreciation of cultural diversity and of culture’s contribution to sustainable development“ (UN 2019 zit. in Sterling 2020, S. 3).

De Haan (2008) zeigt die Entwicklung von BNE in Deutschland der letzten Jahrzehnte auf und spricht von durchaus positiven Effekten. Das Konzept der Nachhaltigkeit sei mittlerweile ein fixer Bestandteil in den schulischen Lehrplänen. Für den pädagogischen Bezug der BNE ist speziell die Zukunftsperspektive des Lernens wichtig. Das Lernen richtet sich auf den Erwerb von Fähigkeiten für zukünftiges Handeln. BNE fokussiert sich dabei insbesondere auf die Lösung von Problemen in prospektiver Weise. Die prospektive Sichtweise ermöglicht das Entwickeln von kreativen Ansätzen, die auf die Zukunft gerichtet sind. Die retrospektive Sichtweise wird hierbei gezielt durch die prospektive ergänzt. Formelle Bildungsprozesse setzen vor allem auf epistemologisches Wissen, welches in der Vergangenheit generiert wurde. Dieses Wissen kann bei bewährten Entscheidungsfindungen und Handlungen eingesetzt werden. Für BNE braucht es noch eine zusätzliche Komponente. Es benötigt heuristisches Wissen, um Situationen, die keinem Patentrezept folgen, gerecht zu werden und diese lösen zu können (vgl. De Haan 2008, S. 26).

„Heuristisches Wissen versetzt in die Lage herauszufinden, wo für die Erfassung von Realität und ihre Veränderung Wissen erforderlich ist, befähigt, sich fehlendes Faktenwissen für Problemlösungen zu beschaffen und Fehler zu korrigieren, die sich im Handeln erst ein- oder herausstellen. Heuristisches Wissen dient letztlich auch der Erweiterung und Neukonstruktion des epistemischen Wissens. Es geht bei der BNE daher nicht in erster Linie darum, in den damit verbundenen komplexen Themenbereichen epistemisches Wissen zu vermitteln“ (de Haan 2008, S. 27).

Nachhaltigkeitsaspekte sind darauf angewiesen, dass zukunftsfeste Bildung vermittelt wird, die sich universell und lebensweltlich orientiert. BNE setzt dementsprechend vor allem auf die Vermittlung von diversen Kompetenzen (vgl. Kapitel 6).

4.2. Schlussfolgerungen für die Abfallvermeidung

Bildung für nachhaltige Entwicklung ist im Bereich Bewusstseinsbildung für Abfallvermeidung ein entscheidender Faktor. BNE setzt auf die Vermittlung von Kompetenzen und Fähigkeiten, die es braucht, um komplexe Zusammenhänge verstehen und herausfordernde Situationen lösen zu können. Die Vermeidung von Abfall, zum Beispiel verpackungsfrei einzukaufen, benötigt einen breiteren Blickwinkel. Die bisherigen Handlungsstrategien sind verbesserungswürdig und bedürfen eines Umdenkprozesses. Ein solcher Prozess kann auf der Bewusstseinssebene durch die Vermittlung von Kompetenzen der BNE in Bezug auf Abfallvermeidung gezielt angestrebt werden.

Bezieht man sich auf de Haan (2008), so bedarf es einer noch tiefergehenden Verankerung der BNE in den schulischen Lehrplänen. Aber nicht nur die Schulen müssen in die Verantwortung genommen werden. Alle AkteurInnen, egal welchen Alters, sollten diese Kompetenzen und Fähigkeiten vermittelt bekommen.

Zusammenfassend:

- Es gibt verschiedene Ebenen des menschlichen Bewusstseins. Um eine Veränderung herbeizuführen und sich mit komplexen Zusammenhängen auseinanderzusetzen, braucht es die Erreichung der höheren Ebenen des Bewusstseins und eine Form des „Ich bin mir dessen bewusst“ (zum Beispiel, dass ich wütend bin).
- Vermittlung von heuristischem Wissen, das kreative Problemlösungsstrategien herausbilden kann.
- Prospektive Lerninhalte anstreben, danach sollten sich nicht nur die Lernpläne orientieren, sondern auch die Bewusstseinsbildung in Bezug auf Abfallvermeidung.
- Vermittlung von Fähigkeiten und Kompetenzen, die auf die Zukunftsperspektive ausgerichtet sind und mit denen Problemlösungsstrategien gefestigt werden können.

5. Handlungstheorien

Jede wissenschaftliche Disziplin beschreibt die Wirklichkeit ausgehend ihrer eigenen Betrachtungsweise. Talcott Parsons (vgl. Miebach 2010) stellt dazu sehr treffend die Beschreibung dreier Wissenschaftler dar, die einen Selbstmörder analysieren. Er zieht hierzu einen Physiker, einen Psychologen und einen Soziologen heran. Parsons thematisiert, dass alle drei die für ihre Wissenschaftsbereiche geltenden Begriffe und Sichtweisen vorrangig heranziehen. Als Beispiel dient hier die Annahme, dass der Selbstmörder von einer Brücke springt. Der Physiker würde in einem solchen Szenario den freien Fall analysieren, der Psychologe die zugrundeliegenden Motive und der Soziologe würde sich damit beschäftigen, welche soziale Gruppe im Hintergrund der Handlung steht. Ein weiterer wichtiger Aspekt in Bezug auf wissenschaftliche Analysen ist, dass eine vollkommene Erfassung der Wirklichkeit kaum möglich ist. Jegliche Forschung betrachtet einen Teilaspekt der Wahrheit. Es entsteht damit eine Annäherung an die Wirklichkeit. So ist es auch in der Betrachtung und Beschreibung menschlichen Handelns (vgl. Miebach 2010, S. 15 ff.).

5.1. Handeln – Soziales Handeln

Um Handlungstheorien verstehen zu können, braucht es in erster Linie die Klärung der Begriffe Handeln, soziales Handeln und Verhalten. Die bis heute bekannteste Definition für soziales Handeln stammt vom Soziologen Max Weber.

„'Handeln' soll dabei ein menschliches Verhalten (einerlei ob äußeres oder innerliches Tun, Unterlassen oder Dulden) heißen, wenn und insofern als der oder die Handelnden mit ihm einen subjektiven Sinn verbinden. 'Soziales' Handeln aber soll ein solches Handeln heißen, welches seinem von dem oder den Handelnden gemeinten Sinn nach auf das Verhalten anderer bezogen wird und daran in seinem Ablauf orientiert ist“ (Weber 1972 zit. in Miebach 2010, S. 20).

Ausgehend vom oben genannten Zitat wird folglich die Handlungstheorie nach Max Weber als Basis sozialer Handlungstheorien diskutiert.

5.2. Handlungstheoretische Grundlagen nach Max Weber

Weber (vgl. Kruse 2008) zufolge sei die Soziologie als jene Wissenschaft anzusehen, die das soziale Handeln deutend zu verstehen versucht. Dabei sollen Handlungswirkungen und deren Abläufe ursächlich erklärt werden. Jede Handlung beruht auf einem subjektiven Sinn, mit dem jeder Akteur, der die Handlung ausführt, etwas verbindet. Aufgrund dieser Differenzierung unterscheidet Weber Verhalten und Handlung. Eine Handlung ist ein Verhalten mit Sinn beziehungsweise das Verhalten sei definiert als Handlung ohne jeglichen Sinn (vgl. Kruse 2008, S. 157). Webers (vgl. Kruse 2008) Modell des sozialen Handelns beruht auf vier verschiedenen

Handlungstypen; dem zweckrationalen, dem wertrationalen, dem traditionellen und dem affektuellen Handeln. Das zweckrationale Handeln strebt nach den optimalen Mitteln für die eigenen persönlichen Zwecke. Ihm spricht Weber die Rolle des normalen Handlungstypus in der heutigen Gesellschaft zu. Das wertrationale Handeln beruht, wie sich aus dem Namen bereits ableiten lässt, auf Werten und ethischen Prinzipien, welche unabhängig vom Erfolg sind. Gefühle und Affekte bestimmen das affektuelle Handeln, man könnte es auch mit „dem Handeln aus dem Bauch heraus“ beschreiben. Folgen und daraus resultierende Nebenfolgen werden nicht mitbedacht. Webers (vgl. Kruse 2008) letzter Handlungstypus, das traditionale Handeln, ist Handeln aus der Gewohnheit heraus. Der Akteur handelt, weil diese Handlung eben immer so ausgeführt wurde (vgl. Kruse 2008, S. 157-158).

Schülein (2012) kritisiert Webers vier Idealtypen sozialen Handelns dahingehend, dass er darauf hinweist, dass nur das zweckrationale Handeln vollständig modellierbar sei. Nur in dieser Handlungsform sei der Akteur sich der Handlung vollständig bewusst. (Schülein 2012, S. 179-180).

5.3. Handlungstheorien im Überblick

Max Webers Handlungstheorie kann als wichtige Basis im Bereich soziologischer Handlungstheorien gesehen werden. Betrachtet man die Theorienvielfalt in der Soziologie im Detail, wird sichtbar, dass die gezielte Beschäftigung mit jeder einzelnen eine eigene wissenschaftliche Abhandlung bedürfe. Für die vorliegende Arbeit ist es ausreichend, einen kurzen Überblick über die einzelnen Strömungen zu geben, ohne sie im Detail zu beschreiben. Literarische Verweise zur intensiveren Auseinandersetzung mit den Theoriekonzeptionen finden sich unter anderem bei Bernhard Miebach (2014) *Soziologische Handlungstheorien – Eine Einführung* oder in Hans Haferkamp's *Soziologie als Handlungstheorie* aus dem Jahr 1975.

Die Theorie des Handelns kann bereits auf den Philosophen Aristoteles zurückgeführt werden. Die Handlungstheorie ist dementsprechend gleich alt wie die Wissenschaft selbst. Aristoteles fokussierte sich in seinen theoretischen Überlegungen vor allem auf das ziel- und zweckgerichtete Handeln. Im 20. Jahrhundert kann der amerikanische Pragmatismus als wichtigste handlungstheoretische Denkrichtung angesehen werden. Zu seinen Vertretern gehören Sanders, Dewey, James und Mead. Der Pragmatismus rückt das symbolisch vermittelte Handeln in den Mittelpunkt. Jegliches Handeln wird damit in Verbindung mit Interaktionszusammenhängen gesehen. Es sind Gesten, Gebärden und auch die Sprache, denen in den Handlungen eine entscheidende Rolle zukommt. Jegliche Handlung basiert auf einem Sinn, der wiederum eine Bedeutung hat. Diese Bedeutung kann analysiert und interpretiert werden. Im Pragmatismus wird der Handlungsbegriff vom zweckgerichteten Handeln abgegrenzt und dieser durch die Kreativität des Handelns erweitert (vgl. Straub 2010, S. 107).

Haferkamp (1975), der sein Buch *Soziologie als Handlungstheorie* mit einem Überblick über die Vielfalt der Handlungstheorien beginnt, thematisiert die einzelnen Vertreter zunächst unter dem Aspekt eines Allgemeinheitsanspruches. Er verweist zunächst auf das Handlungsmodell von Max Weber und führt die handlungstheoretischen Grundlagen über Mead weiter zu Talcott Parsons (vgl. Haferkamp 1975), der sich auf die sozialen Phänomene bezieht und eine Systemtheorie entwickelt. Basierend auf diesen Phänomenen gelangt Parsons zu einer Theorie des sozialen Handelns, das über den Bereich der Soziologie hinausgeht. Parsons Systemtheorie schafft die Analyse kleinster sozialer Systeme bis hin zu komplexen systematischen Zusammenhängen (vgl. Haferkamp 1975, S. 16-17).

„Mit Parsons wurde eine soziologische Handlungstheorie dargestellt, die das Individuum als Träger von Rollen sowie internalisierten Normen und Werten betrachtet und dem strukturellen Kontext des Handelns in Form von Systembedingungen, Mechanismen zur Steuerung von Interaktionen und kulturellen Codes besondere Beachtung schenkt“ (Miebach 2010, S. 361).

Parsons (vgl. Haferkamp 1975) verbindet in seiner Strukturanalyse kollektiv verankerte Werte mit einer individuellen Betrachtungsweise. Werte werden vom Individuum erst internalisiert, wenn sie mit den persönlichen Interessen übereinstimmen. Die soziale Struktur sieht Parsons damit als einen evolutionären Prozess an (vgl. Haferkamp 1975, S. 16).

Alfred Schütz (vgl. Haferkamp 1975) zufolge müsse die Soziologie alle menschlichen Handlungen ins Blickfeld der Betrachtung nehmen, um Aussagen über soziale Tatbestände generieren zu können. Dementsprechend können soziale Tatbestände nur dann zu einem verständlichen Ergebnis führen, wenn diese auf das Handeln bezogen werden (vgl. Haferkamp 1975, S. 16). Schützs Theorie des sozialen Handelns gilt als phänomenologisches Paradigma. Das handelnde Subjekt ist ihm zufolge die wichtigste Analyseeinheit in der Soziologie. Im Gegensatz zu Parsons, der den Akt der Handlung selbst als Grundbaustein ansieht (vgl. Miebach 2010, S. 24).

Der Soziologie G.C. Homans richtet seinen Fokus und seine Betrachtungen rund um das soziale Handeln in erster Linie auf die Elementarformen des sozialen Verhaltens. Damit grenzt er sich vom normierten und institutionalisierten Handeln ab. Seines Erachtens nach seien solche Verhaltensweisen als gegeben vorauszusetzen. Homans geht aber davon aus, dass elementare Verhaltensweisen, die von vielen Personen praktiziert werden, die institutionalisierten Handlungen durchbrechen und diese ersetzen können. (vgl. Haferkamp 1975, S. 17-18).

Auch die Soziologen Peter Berger und Thomas Luckman entwickeln eine allgemeine Theorie des sozialen Handelns. Der ursprüngliche Fokus war zwar auf den Bereich der Wissenssozi-

ologie bezogen, dennoch gilt ihr Ansatz als handlungstheoretisch relevant. Ihre Theorie besteht in der Annahme, dass die wissenschaftliche Wissensanalyse im Wechselspiel von Gesellschaft und des Individuums sowie der sozialen Strukturen und der persönlichen Identität einen wichtigen Bereich für die Soziologie darstellen. Ihre Theorie der *social action* schafft damit die Erklärung der Handlungen zweier Menschen und vielen Personen in einem komplexen Gesellschaftssystem (vgl. Haferkamp 1975, S. 17 ff.). Auch in aktuellen Analysen, zum Beispiel von Anthony Giddens, lassen sich Theorien des sozialen Handelns erkennen. Giddens Theorie der Struktuation betrachtet den Dualismus zwischen den Handlungen und den Strukturen. Die permanente Beziehung von Handlungen und Strukturen ist es, die die Dynamik soziale Prozesse entstehen lässt (vgl. Miebach 2010, S. 35-36).

Bereits anhand dieses Überblicks lässt sich die Vielfalt der handlungstheoretischen Modelle und Theorien in der wissenschaftlichen Disziplin der Soziologie erkennen. Sie weiter auszuführen, würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen. Dieses Kapitel dient in erster Linie der Fundierung des nächsten Kapitels, in dem es um die Entwicklung von Handlungskompetenz geht.

6. Von der Handlungstheorie zur Handlungskompetenz

Ähnlich dem Begriff der Bildung ist auch jener der Kompetenz in den letzten Jahren immer mehr zum Modewort geworden. Blickt man in das große Wörterbuch SYNONYME, findet sich unter dem Begriff kompetent bzw. Kompetenz folgendes: sachkundig, zuständig, die Zuständigkeit oder der Einflussbereich (vgl. Wörterbuch Synonyme 1993, S. 230). Für die vorliegende Arbeit wird der Begriff der Kompetenz auf die menschlichen Handlungen und die Bewusstseinsbildung für Abfallvermeidung bezogen.

6.1. Kompetenz und Handlungskompetenz

Seinen linguistischen Ursprung findet der Begriff im Lateinischen. Kompetenz – *competere* – steht sinngemäß für zukommen oder zustehen beziehungsweise zusammentreffen. Im historischen Kontext entstammt der Terminus aus der römischen Rechtslehre, in der *competens* so viel bedeutet wie befugt oder ordentlich gebraucht. Seine Weiterentwicklung erfährt der Begriff im 18. und 19. Jahrhundert, in dem die persönliche Urteilsfähigkeit in den Mittelpunkt gesetzt wird. Ein *competenter* Richter war dementsprechend, dem Einsicht und Kenntnis zukam, über eine Sache zu urteilen (vgl. Grunert 2012, S. 38-39).

Für die vorliegende Arbeit ist die Betrachtung der Integration des Begriffes in die Motivationspsychologie durch White (1959) von besonderer Bedeutung. White (vgl. Grunert 2012) sieht Kompetenzen als Basis für menschliche Handlungsfähigkeiten an. Als Fähigkeiten versteht er die Sprache, das Denken oder das menschliche Explorationsverhalten. Die angesprochenen Handlungsfähigkeiten sind White (vgl. Grunert 2012) weder angeboren noch im Sozialisationsprozess erworben. Sie sind das Ergebnis eines Prozesses des Individuums selbst in der Auseinandersetzung mit seiner Umwelt und deren Gegebenheiten. Es ist die Interaktion mit der Umwelt, die als essentieller Antrieb des menschlichen Handelns gilt und die zuvor angeführten Handlungsfähigkeiten herausbildet (vgl. Grunert 2012, S. 40).

„Kompetenz wäre damit die Fähigkeit, effektiv mit seiner Umwelt zu interagieren und immer wirksamere Situationsbewältigungen anzustreben“ (Grunert 2012, S. 40).

Eine weitere Darstellung des Begriffes findet sich in den Kommunikationswissenschaften, in denen Chomsky (1972) die grundlegende Differenz zwischen dem Sprachverständnis und der tatsächlichen Verwendung von Sprache aufzeigte (vgl. Grunert 2012, S. 40 ff.).

Damit verweist der Chomskysche Ansatz auf die notwendige Unterscheidung zwischen den Handlungsvoraussetzungen und der konkreten Handlungsdurchführung. Grundsätzlich ist an dieser Konzeption die Betonung der generativen Kraft von Kompetenz herauszustellen, die die Basis für das konkrete Handeln der Individuen bildet sowie der Hinweis auf die nur begrenzte bewusstseinsmäßige Verfügbarkeit über das dem Handeln zugrundeliegende Regelsystem“ (Grunert 2012, S. 41).

Wollersheim (1993) sieht die *Kompetenz als*

„die Fähigkeit, die Herausforderungen des Lebens erfolgreich zu bewältigen“ (Wollersheim 1993, S. 251).

Im Bereich der Sozialwissenschaften ist Kompetenz in Pierre Bourdieus Konzept des Habitus aus dem Jahr 1970 integriert. Bourdieu (vgl. Grunert 2012) zufolge wird der Habitus im Rahmen des menschlichen Sozialisationsprozesses erworben und ist von kulturellen Gegebenheiten abhängig (vgl. Grunert 2012, S. 41). Grunert 2012 teilt die Kompetenzen in folgende Bereiche ein:

a) *Sozialisationsbezug*: Die menschlichen Kompetenzen werden im Laufe des Sozialisationsprozesses erworben.

b) *Aktivitätsbezug*: Kompetenzen entstehen in der aktiven Begegnung des Menschen mit seiner Umwelt.

c) *Kontext-/Situationsbezug*: Mit Kompetenzen werden Situationen gelöst und bewältigt.

d) *Wissensbasis*: Kompetenzen unterliegen verinnerlichten Regeln oder Mustern. Diese Wissens Elemente können in bestimmten Situationen abgerufen und auch angewendet werden.

e) *Generierungsprinzip*: Persönliche Kompetenzen sind die generative Basis für das menschliche Handeln in bestimmten (Problem-) Situationen. In solchen Situationen können neue Kompetenzen ausgebaut und erlernt werden.

f) *Ungleichheit*: Welche Kompetenzen erlernt und zu welchem Zugang erhalten werden, hängt von der vorhandenen Umwelt und den Sozialisierungsbedingungen des Individuums ab (vgl. Grunert 2012, S. 40 ff.).

Gerald de Haan (2008) bezieht sich in seiner Definition der Kompetenzen auf Weinert (2001):

„die bei Individuen verfügbaren oder durch sie erlernbaren kognitiven Fähigkeiten und Fertigkeiten, um bestimmte Probleme zu lösen, sowie die damit verbundenen motivationalen, volitionalen (der willentlichen Steuerung von Handlungsabsichten und Handlungen unterliegenden; der Verf.) und sozialen Bereitschaften und Fähigkeiten um die Problemlösungen in variablen Situationen erfolgreich und verantwortungsvoll nutzen zu können“ (Weinert 2001 zit. in de Haan 2008, S. 29).

Raithel et al. (2009) definieren den Begriff der Kompetenz im Bereich der Pädagogik als Lernerfolg und beziehen sich dabei auf den Lernenden selbst. Den Terminus der Handlungskompetenz sehen Raithel et al. (2009) in folgende Bereiche aufgegliedert:

Handlungskompetenz			
<i>Sach- bzw. Fachkompetenz</i>	<i>Sozialkompetenz</i>	<i>Methodenkompetenz</i>	<i>Selbst-/ Persönlichkeitskompetenz</i>
Fähigkeit zu Besitz, Gebrauch und Umsetzung von Sach-/Fachwissen zur Aufgabenbewältigung	Fähigkeit zum sozialverträglichen Handeln	Fähigkeit zum Gebrauch allgemeiner Verfahrensweisen des Erkennens und Problemlösens	Selbstbestimmung und Entscheidungsvermögen

Abbildung 12 Elemente der Handlungskompetenz (Raithel et al. 2009, S. 40)

Grunert (2012) verweist auf das Konzept von Wollersheim aus dem Jahr 1993. In seinem Werk *Kompetenzerziehung - Befähigung zur Bewältigung* zeigt er unterschiedliche Dimensionen der Handlungskompetenz auf. Auf der kognitiven Ebene verbindet er das Faktenwissen, um Einsichten von Problemzusammenhängen zu gewinnen, die zu wertneutralen Urteilen benötigt werden. Hier kommt auch die normative Dimension dazu. Die normative Ebene beinhaltet einerseits eine sogenannte Richtschnur des Handelns und andererseits ist sie jene Fähigkeit, die es erlaubt, situationsbezogene Werturteile bilden zu können. Wollersheim (1993) sieht als dritte Dimension die Handlungsdimension. Diese ermöglicht die Durchführung und die Überprüfung von komplexen Problemlösungen (vgl. Wollersheim 1993, S. 120-130).

Auch der Terminus der Verantwortung kann in die Handlungskompetenz miteinbezogen werden. Vor allem das Prinzip der Verantwortung von Hans Joas (1979) ist an dieser Stelle zu erwähnen.

6.2. Das Prinzip der Verantwortung

Das von Hans Joas im Jahr 1979 entwickelte Prinzip der Verantwortung kann Holzbaur (2020) zufolge als anthropozentrischer Imperativ angesehen werden. Der Mensch, als ausführender seiner Handlungen, steht im Mittelpunkt der Betrachtung. Die Handlungsfolgen werden in das Blickfeld der Betrachtung gerückt. Aus der Sicht des Utilitarismus sind diese sowohl auf einer lokalen als auch auf einer globalen Ebene anzusehen (vgl. Holzbaur 2020, S. 52).

Das Prinzip Verantwortung entwickelte Joas (1979) mit dem Fokus, dass die bisherige Ethik für die Herausforderungen unserer Zeit nicht mehr angemessen sei. Nach Joas (1979) ist der Blick der Ethik auf die Zukunft zu richten und die Handlungsprämissen als Zusatzethik zu integrieren (vgl. Werner 2003, S. 42 ff.). Damit entwickelte er Prämissen für das menschliche Handeln.

„Handle so, daß die Wirkungen deiner Handlungen verträglich sind mit der Permanenz echten menschlichen Lebens auf Erden. Gefährde nicht die Bedingungen für den indefiniten Fortbestand der Menschheit auf Erden“ (Joas 1979 zit. in Holzbaur 2020, S. 52).

Werner (2003) sieht in den Prämissen sogar die Möglichkeit eines neuen kategorischen Imperativs (vgl. Werner 2003, S. 43 ff.).

An dieser Stelle kann ebenfalls auf Heinz von Förster und seiner Ethik zweiter Ordnung hingewiesen werden. Von Förster bezieht sich hierbei auf die Beobachtung von ethischen Argumentationsweisen, die auf ethischen Prämissen aufgebaut sind.

„Eine solche Beobachtung benennt die zentralen Vorbedingungen ethisch-moralischen Handelns und ist nach dem Prinzip einer möglichst umsichtigen Fehlervermeidung gearbeitet“ (Pörksen 2011, S. 326).

Wie eine Beobachtung ohne Beobachter überhaupt möglich ist und ob eine Objektivität gewährleistet werden kann, ist die Frage, die sich daraus ergibt. Dazu braucht es eine Form von Distanz der eigenen Person zu seiner Umwelt. Von Förster (1998) bezieht so die eigene Verantwortung im Beobachtungsprozess mit ein (vgl. Pörksen 2011, S. 327 ff.). In von Foresters (1998) Ethik zweiter Ordnung wird der Fokus auf unentscheidbare Fragen gelegt. Diese sind es, die man selbst noch entscheiden kann. Entscheidbare Fragen wurden bereits von anderen entschieden. Im Kern handelt es sich bei diesen unentscheidbaren Fragestellungen, mit denen sich der Mensch auseinandersetzen muss, um das Bewusstsein der eigenen Verantwortung. Für getroffene Entscheidungen muss die Verantwortung übernommen werden.

„Man entschließt sich, die Dinge, die Welt und seine Mitmenschen auf eine besondere Weise zu betrachten und entsprechend zu handeln. Man wird verantwortlich für die Entscheidung, die man getroffen hat und die einem niemand abnehmen kann“ (Förster, Pörksen in Pörksen 2011, S. 330).

Es sind nur die eigenen Handlungen, auf die Person selbst einen Einfluss hat. Von Förster (1998) zufolge muss die Ethik in jeder Handlung implizit bleiben und nicht aus Angst vor Strafe oder Sonstigem erfolgen. Die Ethik soll in die eigenen Handlungen eingebunden werden und sich zu einem „Ich soll“ entwickeln. Dementsprechend lautet der ethische Imperativ von Förster:

„Handle stets so, dass die Anzahl der Möglichkeiten wächst“ (Von Förster 1998 in Pörksen 2011, S. 330).

In unseren Entscheidungen sind wir frei, diese Freiheit und die gleichzeitige Auswahl von Möglichkeiten und die Zahl der Alternativen steigert die Chancen die eigenverantwortlichen Entscheidungen zu erhöhen. Ein wichtiger Aspekt bleibt jener der Impliziertheit der Ethik und die

Wichtigkeit der Reflexion der eigenen Handlungen. Es geht nicht darum, andere zu bevormunden und eine explizite Moral zu erheben, sondern sich der Eigenverantwortlichkeit der eigenen Handlungen bewusst zu sein (vgl. Pörksen 2011, S. 330-331).

6.3. Schlüsselkompetenzen

Schlüsselkompetenzen basieren auf einem ganzheitlich verstandenen Kompetenzmodell. Sie gehen der Frage nach, welche Fähigkeiten erlernt und erworben werden müssen, um einerseits die Lebenswelt verstehen zu können und sich andererseits in dieser zu orientieren. Gesamtgesellschaftlich ist es notwendig, Ausgleiche zu finden. Hier können als Beispiel die Bereiche des Wirtschaftswachstums, nachhaltige Entwicklung sowie die Abfallvermeidung genannt werden. Auch spiegelt sich der Umgang der gesellschaftlichen Veränderungen in den Kompetenzen wider. Als Schlüsselkompetenzen können die vielfältigen Anforderungen und die Ziele der Gesellschaft gesehen werden. Die aktuellen gesellschaftlichen Herausforderungen sind komplex. An die Erwachsenen und die Jugendlichen werden hohe Erwartungen gesetzt. Sie sollen diverse Eigenschaften wie Flexibilität, Kreativität oder Intuition mitbringen. In ihrem Leben müssen sie für all ihre Handlungen die Verantwortung übernehmen. Hier kann eine Verbindung zu Joas (1979) Prinzip der Verantwortung aufgezeigt werden. Die ausschließliche Vermittlung und Wiedergabe von Wissen ist im Kontext der komplexen gesellschaftlichen Anforderungen mittlerweile zu klein gedacht. Die Vermittlung von Wissen muss durch die Vermittlung von kritischem Denkvermögen, Reflexions-, und Handlungsfähigkeiten ergänzt werden. Es bedarf eines vernetzenden Denkens und eines Problembewusstseins. Das sind die Schlüsselkompetenzen im Sinne einer ganzheitlich gedachten Bildung im Bereich der Abfallvermeidung (vgl. Rychen 2008, S. 16 ff.). Die Schlüsselkompetenzen lassen sich in drei Kategorien untergliedern:

- Interaktion in sozial heterogenen Gruppen
- Eine autonome Gestaltungs- und Handlungsfähigkeit
- Die Nutzung von diversen Hilfsmitteln und Instrumenten

Kompetenzkategorien der OECD	Teilkompetenzen der Gestaltungskompetenz
Interaktive Verwendung von Medien und Tools	T.1 Weltoffen und neue Perspektiven integrierend Wissen aufbauen
	T.2 Vorausschauend denken und handeln
	T.3 Interdisziplinär Erkenntnisse gewinnen und handeln
Interagieren in heterogenen Gruppen	G.1 Gemeinsam mit anderen planen und handeln können
	G.2 An Entscheidungsprozessen partizipieren können
	G.3 Andere motivieren können, aktiv zu werden
Eigenständiges Handeln	E.1 Die eigenen Leitbilder und die anderer reflektieren können
	E.2 Selbständig planen und handeln können
	E.3 Empathie und Solidarität für Benachteiligte zeigen können
	E.4 Sich motivieren können, aktiv zu werden

Abbildung 13 Kompetenzen und Gestaltungskompetenzen (de Haan 2010, S. 32)

In der oben dargestellten Grafik sind die Teilkompetenzen als Gestaltungskompetenzen ersichtlich. Die drei Ebenen der Schlüsselemente lassen sich weiter unterteilen und aufschlüsseln. Die Unterkategorien der Teilkompetenzen sind bereits als sogenannte Gestaltungskompetenzen aufgezeigt.

Die Interaktion in sozial heterogenen Gruppen beinhaltet die Anerkennung der Pluralität und Vielfalt im gesellschaftlichen Kontext. Es sollen Fähigkeiten entwickelt werden, die einen sozialen Austausch ermöglichen. Die Entwicklung von Empathie und die Bildung von Sozialkapital stellen wichtige Ressourcen dieser Kategorie dar.

Autonome Gestaltungs- und Handlungsfähigkeit setzen ein hohes Maß an Reflexivität voraus und beinhalten Kompetenzen, die sowohl handlungs- als auch zukunftsorientiert sind. Ziel ist die Entwicklung eines verantwortungsbewussten Handelns, das ein aktives Mitgestalten an gesellschaftlichen Prozessen ermöglicht. Individuen sollen komplexe Zusammenhänge verstehen und die Fähigkeit besitzen, eigene Lebenskonzepte zu entwerfen und Rechte, Interessen und Bedürfnisse selbst zu kennen. Im Zentrum steht auch die Fähigkeit, ein sozial- und umweltbewusstes Handeln zu entwickeln (vgl. Rychen 2010, S. 18 ff.). Die Interaktionsfähigkeit und die Nutzung von technischen Hilfsmitteln setzt ein Wissen voraus, neue Medien gezielt anwenden zu können und sich deren Kommunikation mit der Umwelt bewusst zu sein. Sprache und Kommunikation spielen in diesem Kontext eine bedeutende Rolle. Medien haben einen Einfluss auf die Umwelt. Deshalb ist es essentiell, diese zu verstehen und deren Wirkung

gezielt einzusetzen, auch in Bezug auf gesellschaftliche Veränderung (vgl. Rychen 2010, S. 20). Im Bereich der Mediennutzung kann an dieser Stelle bereits auf das Kapitel Marketing und vor allem die Komponente des *Social Marketing* verwiesen werden. Auch die Thematisierung von *InfluencerInnen* wird im Rahmen dieser wissenschaftlichen Arbeit noch aufgegriffen. Soziale Medien und die Nutzung von technischen Hilfsmitteln sind in Bezug auf Abfallvermeidung ein wesentliches Tool zur Generierung von Wissen und zur Schaffung eines bewussten Konsumverhaltens, das Abfallvermeidung gezielt in den Blick nimmt.

6.4. Gestaltungscompetenz

Ein Bestandteil der Kompetenzbildung im Bereich der BNE und der Abfallvermeidung bezieht sich de Haan (2002) zufolge auf den Erwerb und die Herausbildung von Gestaltungscompetenzen. Die Definition von BNE enthält die Komponenten Offenheit, Reflexivität und Zukunftsfähigkeit, wie bereits in Kapitel 4.1.5 dargestellt wurde. Hier knüpfen auch die Gestaltungscompetenzen an.

„(...) die Lernenden die Möglichkeit zum Erwerb der Kompetenzen haben, an der zukunftsfähigen Gestaltung der Weltgesellschaft aktiv und verantwortungsvoll mitzuwirken und im eigenen Lebensumfeld einen Beitrag zu einer gerechten und umweltverträglichen Weltentwicklung leisten zu können“ (de Haan 2002, S. 14-15).

In der UN-Dekade von 2005-2014 wurde ein Katalog von zwölf Gestaltungscompetenzen definiert. Zu den drei Überkategorien zählen Sach- und Methodenkompetenz, Sozialkompetenz und Selbstkompetenz (vgl. de Haan 2008a, o.S.).

Ebene 1:

- *„Weltoffen und neue Perspektiven integrierend Wissen aufbauen.“*
- *Vorausschauend denken und handeln.*
- *Interdisziplinär Erkenntnisse gewinnen.*
- *Risiken, Gefahren und Unsicherheiten erkennen und abwägen können.*

Ebene 2:

- *Gemeinsam mit anderen planen und handeln können.*
- *An Entscheidungsprozessen partizipieren können.*
- *Sich und andere zum Aktivwerden motivieren können.*
- *Zielkonflikte bei der Reflexion über Handlungsstrategien berücksichtigen können.*

Ebene 3:

- *Die eigenen Leitbilder und die anderer reflektieren können.*

- *Selbstständig planen und handeln können.*
- *Empathie und Solidarität für Benachteiligte zeigen können.*

Vorstellungen von Gerechtigkeit als Entscheidungs- und Handlungsgrundlagen nutzen können“ (de Haan 2008a, o.S.).

Die oben dargestellten Teilkompetenzen sind nicht getrennt voneinander zu betrachten. Sie schaffen durch ihre wechselseitige Beziehung einen Weg zu einem erhöhten Bewusstsein im Sinne der Abfallvermeidung.

De Haan (2010) hält fest, dass Bildung keinesfalls mit dem Erwerb von Kompetenzen gleichzusetzen ist. Kompetenzen dienen dazu Probleme in den Blick zu nehmen und diese angemessen lösen zu können.

6.5. Schlussfolgerungen für die Abfallvermeidung

Die UN sieht die Vermittlung der einzelnen Kompetenzen in den Schulen verankert und diesen Aspekt bedarf es zu erweitern. Kompetenzvermittlung muss in alle Lebensbereiche integriert werden. Bildung für nachhaltige Entwicklung fokussiert sich auf den Erwerb von Kompetenzen und speziell von sogenannten Gestaltungskompetenzen. Sie sind es, die wesentlich dazu beitragen, Wissen und individuelle Fähigkeiten zu entwickeln, die den Bereich der Abfallvermeidung prägen. Kompetenzen spielen für den Aspekt der Abfallvermeidung eine enorme Rolle. Verantwortungsvolles Handeln im täglichen Konsumverhalten ermöglicht es im Bereich der Abfallvermeidung ein Umdenken herbeizuführen. Dafür braucht es in erster Linie ein hohes Maß an Reflexivität sowie ein sozial- und umweltsensibles Verhalten, das durch den Erwerb von Kompetenzen ermöglicht wird.

In den Schlüsselkompetenzen konnte aufgezeigt werden, dass Reflexionsfähigkeiten eine wesentliche Komponente der bewusstseinsbildenden Handlungsbereitschaft darstellen. Auch die Nutzung von technischen Hilfsmitteln können zur aktiven Veränderung und Generierung von Wissen beitragen. Neue Medien sind ein wesentlicher Bestandteil für Bewusstseinsbildung in Bezug auf Abfallvermeidung. Kritisch denkende Menschen, die in einem gesamtgesellschaftlichen Kontext agieren, können sich diese Hilfsmittel effektiv zu Nutzen machen. Und damit aktiv Veränderungen herbeiführen. BNE braucht die Schaffung von breiter gefassten Lernorten, als es die Schule anbieten kann. Hier sind auch andere Institutionen und Organisationen gefragt, die gezielt zur Vermittlung von solchen Kompetenzen beitragen können. Rychen (2010) verweist in diesem Kontext auf die Wirtschafts- und Sozialpolitik, die zur Vermittlung der Schlüsselkompetenzen beitragen kann.

Zusammenfassend:

- Schaffung von Lehr- und Lernorten
- Vermittlung von Schlüsselkompetenzen in den Lebenswelten der Menschen
- Bereitstellung von Wissen
- Nutzung der Kommunikation und der Sprache

6.6. Handlungs- und Verhaltensforschung - Modelle der Verhaltensänderung

Ein erster Blick auf die Modelle der Verhaltensforschung in Bezug auf die menschliche Verhaltensänderung zeigt eine Zweiteilung in den wissenschaftlichen Argumentationen auf. Auf der einen Seite finden sich das individuelle rationale Vernunftmodell und auf der anderen Seite diverse Sozialstrukturtheorien. Oder anders formuliert: Es gibt Schwerpunkte, die auf das Handeln einerseits beziehungsweise auf strukturelle Bedingungen andererseits gerichtet sind (vgl. *Behaviour Project Report 2014*, S. 24). Mittlerweile entstehen neuere Modelle und Kategorisierungen, die weitere Aspekte in die Analyse miteinbeziehen. Als Beispiel kann hier die Einbeziehung der sozialen Praxis oder auch der Motivation genannt werden. Im Folgenden werden unterschiedliche Handlungstheorien, basierend auf den Daten des *Behaviour Project Report* aus dem Jahr 2014, diskutiert.

6.6.1. Die geplante Handlungstheorie

Eine der am meisten zitierten *individualistic rational choice* Modelle der Gegenwart sind die sogenannten geplanten Handlungstheorien. Sie beschreiben jegliche Handlung als ein Verhalten äußeren Ausdrucks von inneren Einstellungen und Überzeugungen. Diese Theorien rücken die sogenannte Handlungsabsicht in den Fokus der Betrachtung (vgl. *Behaviour Project Report 2014*, S. 25).

„[...]a central factor in the theory of planned behavior is the individual's intention to perform a given behavior. Intentions are assumed to capture the motivational factors that influence a behavior; they are indications of how hard people are willing to try, of how much of an effort they are planning to exert, in order to perform the behavior“
(Ajzen 1991, S.181).

Die Absicht entsteht dabei durch ein Abwiegen von Vor- und Nachteilen, von Risiken und Chancen und der Berücksichtigung der gegenwärtigen sozialen Normen. Ebenso aus dem Vorhaben, eine Kombination und ein Abwiegen von positiven und negativen Verhalten zu erlangen. Die Handlungsabsicht ist es auch, die für entsprechende Verhaltensmuster verantwortlich ist. So wirken soziale Zwänge, gesellschaftliche Erwartungen und Normen auf das Verhalten der Person ein. Selbstwirksamkeitserfahrungen und die Kontrolle über das eigene Handeln stehen den sozialen Zwängen gegenüber, die sich auf die Handlungswirksamkeit auswirken. Als weiterer Faktor wird die wahrgenommene Verhaltenskontrolle angesehen.

Ebenfalls spielt die Selbstwirksamkeit, also die persönlichen menschlichen Fähigkeiten, eine entscheidende Rolle. Das Handlungsergebnis ist in diesem Modell von zentraler Bedeutung. Vor allem im Gesundheitsbereich finden die geplanten Handlungstheorien für retrospektive Verhaltensvorhersagen besondere Anwendung (vgl. Behaviour Project Report 2014, S. 25-26).

6.6.2. Health belief model

Das HBM (*health belief model*) verbindet psychosoziale Theorien der Entscheidungsfindung mit der persönlichen Entscheidung über alternative Gesundheitsverhaltensweisen (vgl. Maimam, Becker 1974, S. 336). Entwickelt wurde das Model von Sozialpsychologen in den frühen 1950, um die mangelnde Teilnahme von Menschen an präventiven Gesundheitsprogrammen zu erklären (vgl. Champion 2008, S. 46). Im *health belief model* werden Bedrohungen oder Risiken auf das persönliche Wohlbefinden als Einflussfaktor auf das Verhalten angesehen. Dieses steht dabei im Vergleich zu den Vorteilen und positiven Faktoren, die sich auf die Handlung auswirken können. Ebenfalls werden die Auswirkungen der Selbstwirksamkeit, als Fähigkeit ein neues Verhalten zu erlangen, anerkannt. Externe sowie interne Bedrohungsfaktoren sind bei einer Verhaltensänderung ausschlaggebend. Als interne Faktoren werden verschiedene Emotionen wie zum Beispiel Angst angesehen, externe Faktoren sind zum Beispiel äußere Umwelteinflüsse. Diese beeinflussen die persönliche Bedrohungswahrnehmung und erhalten somit ein Verhalten aufrecht oder tragen zu einer spezifischen Veränderung bei. Änderungen im Verhalten können dabei kurzzeitige psychische Belastungen auslösen, die aber wieder zurückgehen. Das Modell nimmt an, dass eine unzureichende Bedrohung keine Veränderung auf das Verhalten auslöst. Ähnliche Effekte zeigen sich bei zu hohen Kosten und einem zu geringen Nutzen. Unzureichende Bedrohungsszenarien können demnach mit einem zu geringen Nutzen verglichen werden. Hier wären zum Beispiel unerwünschte Nebenwirkungen im Gesundheitsbereich einzuordnen. Ein Hindernis gilt hierbei als eines der stärksten Prädikatoren, um zu handeln oder nicht. Trotz des Ursprungs im Gesundheitssystem wird dieses Modell mittlerweile auch in anderen Lebensbereichen, wie zum Beispiel der Abfallwirtschaft, angewendet. Um vor allem spezifische Verhaltensmuster vorherzusagen, wird dies so umgesetzt. (vgl. Behaviour Project Report 2014, S. 26).

6.6.3. Handlungstheorien in der Verhaltensökonomik

„Die Erfahrung zeigt, dass Menschen keineswegs immer rational handeln. Würde ein übergewichtiger Raucher wirklich rationale Maßstäbe an sein Verhalten anlegen, würde er in Anbetracht der gesundheitlichen Risiken, denen er sich aussetzt, sofort mit einer Diät beginnen und das Rauchen aufgeben. Wenn wir alle wirklich rationale Wesen wären, ließen wir uns nicht so leicht von der Werbung zu unsinnigen Geldausgaben

verleiten und wir würden die Angemessenheit unseres Gehalts nicht nach dem beurteilen, was unser Nachbar oder unser Schwager verdient, sondern ausschließlich nach objektiven Kriterien“ (Conway 2011, S. 186).

Modelle der Verhaltensökonomie gehen auf die Psychologen Tversky und Kahneman zurück. In den 1970er Jahren verglichen sie Theorien zur Informationsverarbeitung im menschlichen Gehirn mit vorhandenen ökonomischen Modellen. Aus ihren Untersuchungen ging hervor, dass unsichere Situationen nach vorhersagbaren Mustern handeln, die von der Umwelt oder von gemachten Erfahrungen beeinflusst sind (vgl. Conway 2011, S. 187). Die Verbindung von psychologischen und ökonomischen Theorien schafft ein besseres Verständnis von sozialen und ökonomischen Phänomenen. Eine der grundlegendsten Annahmen im Bereich der Verhaltensökonomie spiegelt das rationale Eigeninteresse jedes Menschen wider. Durch die Integration der Psychologie können in den Bereich der Ökonomik Verhaltensannahmen in die ökonomische Theorienbildung mitaufgenommen und einbezogen werden. Diese Verbindung schafft in der Verhaltensökonomie neuere Produkte und Dienstleistungen und somit Verzerrungen im Bereich kognitiver Umwelteinflüsse. Theoretiker wie Lee et al. (2011) nutzen die Verhaltensökonomik, um Menschen gesündere Alternativen aufzuzeigen. Die täglichen von Menschen getroffenen Entscheidungen wie die Wahl zwischen Fahrrad und Auto, Muffin oder Apfel kann für die Verhaltensökonomik lehrreich sein. Durch genaue Betrachtung dieser Entscheidungen lassen sich verhaltenstheoretische Modelle entwickeln, die auf das Auswahlverfahren einwirken können. Lee et al. (2011) beschäftigten sich unter anderem mit gesunden Snackalternativen am Arbeitsplatz und mit den Mitteln, um diese Entscheidungen induziert und nachhaltig eigennützig zu integrieren. Die Auswahlverfahren sollen so verändert werden, dass die Entscheidung für die gesündere Alternative im Eigeninteresse erfolgt. (vgl. Behaviour Project Report 2014, S. 27 ff.).

„Entscheidungen können auch durch die Art und Weise beeinflusst werden, wie den Menschen ein Sachverhalt dargestellt wird – ein Vorgang, der als Framing bezeichnet wird“ (Conway 2011, S. 188).

Die KonsumentInnen sollen eine für sie selbst vorteilhaftere Wahl treffen, die durch Wahlmöglichkeiten beeinflusst wird. Durch die Konzentration auf die individuellen Entscheidungen wird die Verhaltensökonomie den *rational-choice* Theorien zugeordnet, da der Fokus bei der Entscheidungsfindung auf externe Faktoren gelegt wird (vgl. Behaviour Project Report 2014, S. 27 ff.).

6.6.4. Soziale Praxistheorien

Menschliche Verhaltensweisen entstehen aufgrund von Arrangements und der Verknüpfung verschiedener Elemente im psychischen und mentalen Bereich (geistige und körperliche Aktivitäten). Sie sind es, die unsere Handlungen im Alltag beeinflussen und diese leiten und prägen. Es ist die Wechselbeziehung unter den Elementen, die bei der Gestaltung unseres Verhaltens und Handelns im Alltag helfen. Die sozialen Praxistheorien zählen zu den Theorien, die einen Mittelweg zwischen dem individuellen Handeln und den kontextbezogenen Zugängen aufzeigen. In den Fokus werden insbesondere die sozio-technischen Infrastrukturen gerückt, innerhalb derer die verschiedensten Alltagspraktiken auftreten. Kern der Theorien stellen drei wesentliche Elemente dar, die maßgeblich an der Verhaltensgestaltung beteiligt sind: *Materials*, *Meanings* und *Produces*. Dazu zählen die physischen Objekte, die die Durchführung von Aktivitäten in einer spezifischen Weise wie Symbole, Bilder, Interpretationen oder Konzepte, die mit diesen Aktivitäten im Zusammenhang stehen und auch die Art und Weise der Ausführung, mitgestalten. Und letztlich Fähigkeiten, Kenntnisse und Kompetenzen, die die letzte Durchführung der Aktivität ermöglichen (vgl. Behaviour Project Report 2014, S. 32-33). Soziale Praxistheorien wurden vor allem in den Bereichen Verkehr, Energie und auch Abfall eingesetzt. Grund dafür ist das Bewusstsein der Zusammenhänge sozialer Umwelt und der individuellen Einzelaktivität hin zu einer nachhaltigen Verhaltensänderung. Die sozialen Praktiken werden analysiert. Sämtliche kulturelle Wahrnehmungen, Bedeutungen und Interpretationen, die sich auf die individuellen Handlungen auswirken, werden genauer betrachtet. Jeglicher Konsum erfolgt durch soziale Praktiken im Alltag. Diese basieren zumeist auf Gewohnheiten. Eine Änderung der Gewohnheiten, zum Beispiel hin zu einem veränderten Konsumverhalten, ist im Diskurs um Nachhaltigkeit akzeptiert. Die materiellen Güter spielen hierbei eine wichtige Rolle. Die Sozialen Praxistheorien zeigen, wie Praktiken beeinflusst und verändert werden können (vgl. Behaviour Project Report 2014, S. 33 ff.).

6.6.5. The transtheoretical model and stages of change

Das Transtheoretische Modell, oder Modell zur intentionalen Verhaltensänderung, erweitert viele Modelle in diesem Bereich auf wirkungsvolle Weise. Für die vorliegende Arbeit, die sich intensiv mit der nachhaltigen Verhaltensänderung beschäftigt, ist dieses von James O. Prochaska (vgl. Prochaska et al. 2015) entwickelte Modell deshalb von enormer Wichtigkeit. Bevor in weiterer Folge auf die Querverbindungen zu den zuvor dargestellten Theorien und Modellen Bezug genommen wird, wird das dieses stufige Modell dargestellt.

Prochaska et al. (2015) beschreiben bisherige Theorien der Änderung als linear. Oft sind diese durch ein spezifisches Ereignis gekennzeichnet, zum Beispiel mit dem Rauchen aufzuhören oder keinen Alkohol mehr zu trinken etc. Erst durch die genaue Betrachtungsweise der gescheiterten Verhaltensänderungen können sich verschiedene Stadien herauskristallisieren,

die es braucht, um menschliches Verhalten nachhaltig zu verändern. Dies sind Stufen, die sukzessiv aufeinander aufbauen (vgl. Academic dictionaries and encyclopedias o.J., o.S.). Zu den sechs Stufen, die auf kognitive und affektive Prozesse zurückzuführen sind, zählen:

- „Steigern des Problembewusstseins“ („Consciousness Raising“),
- „Emotionales Erleben“ („Dramatic Relief“),
- „Neubewertung der persönlichen Umwelt“ („Environmental Reevaluation“),
- „Selbstneubewertung“ („Self-Reevaluation“), und
- „Wahrnehmen förderlicher Umweltbedingungen“ („Social Liberation“),

die fünf verhaltensorientierten Prozesse sind:

- „Gegenkonditionierung“ („Counterconditioning“),
- „Kontrolle der Umwelt“ („Stimulus Control“),
- „Nutzen hilfreicher Beziehungen“ („Helping Relationships“),
- „(Selbst-) Verstärkung“ („Reinforcement Management“), und
- „Selbstverpflichtung“ („Self-Liberation“)“ (Academic dictionaries and encyclopedias o.J., o.S.).

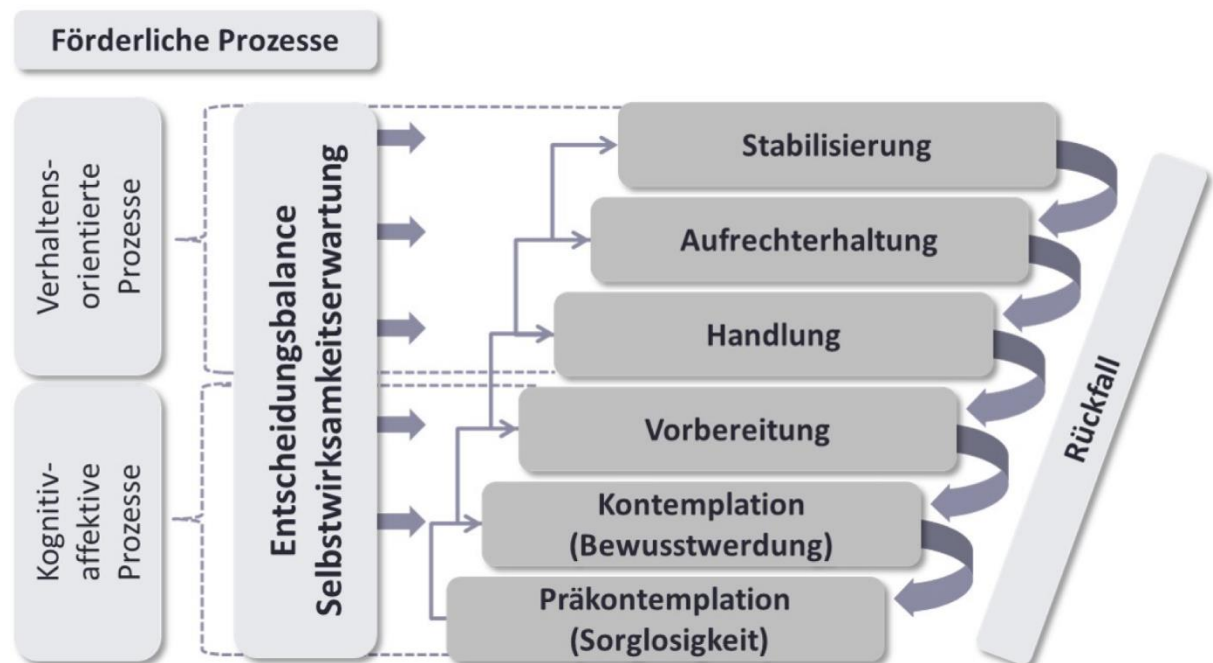


Abbildung 14 Transtheoretical model of behavior change, TTM (Repetico o.J., o.S)

Im Absichtslosigkeitstadium, dem ersten Stadium (*Precontemplation*), haben Personen keinerlei Absicht in den nächsten sechs Monaten etwas an ihrem Verhalten zu verändern. Prochaska et al. (2015) zufolge liegt es an der Uninformiertheit über bevorstehende Konsequenzen, oder sie sind bereits mehrmals am Versuch der Änderung ihres Verhaltens gescheitert.

Aus diesem Grund ist eine zukünftige Änderung des Verhaltens nicht absehbar. Vermeidungstaktiken sind in diesem Stadium äußerst beliebt. Diese Charaktere werden von außen als unmotiviert angesehen. Somit sind auch vorhandene Programme oftmals nicht auf die speziellen Bedürfnisse dieser Gruppe ausgerichtet (vgl. Prochaska et al. 2015, S. 124 ff.).

Im zweiten Stadium, dem Absichtsbildungsstadium (*Contemplation*), haben Personen die Absicht, das problematische Verhalten in einer ungefähren Zeitspanne von sechs Monaten zu verändern. Diese Gruppe ist sich der positiven Vorzüge der Verhaltensänderung bereits bewusster als die Personengruppe zuvor. Hier spielt die sogenannte Kosten-Nutzen-Abwägung der betroffenen Personen eine wichtige Rolle. Diese ist oftmals ausschlaggebend, warum Menschen in diesem Stadium verharren bleiben, ohne sich weiterzuentwickeln. Trotz des vorhandenen Bewusstseins über die positiven Vorteile der Verhaltensänderung überwiegen die Kosten, die die Änderung mit sich zieht. Auch hier gilt die Wahrnehmung der spezifischen Bedürfnisse. Eine Drängung in ein verhaltensänderndes Programm würde in diesem zweiten Stadium ebenso wenig zum Erfolg führen wie im ersten, da die Betroffenen noch nicht gänzlich dazu bereit sind, eine Veränderung durchzuführen.

Das dritte Stadium bezeichnen Prochaska et al. (2015) als Vorbereitungsstadium (*preparation*). Dieser Abschnitt ist damit gekennzeichnet, dass Personen die Änderung ihres problematischen Verhaltens bereits im kommenden Monat planen. Es wurden bereits im letzten Jahr erste Schritte in Richtung einer Verhaltensänderung unternommen. Diese Personen verfolgen einen Plan und sind damit sehr gut geeignet, in verschiedene Programme zur Verhaltensänderung eingeladen zu werden.

Das vierte Stadium, auch Handlungsstadium oder englisch *action* genannt, ist bereits durch eine Veränderung im Verhalten in den letzten sechs Monaten gekennzeichnet.

Im fünften Aufrechterhaltungsstadium (*maintenance*) ist es den Personen effektiv gelungen, das veränderte Verhalten in ihrem Alltag zu integrieren. Bereits in diesem Stadium wird ein Fokus auf Prävention von Verhaltensrückfällen gelegt. Stressfaktoren sind in diesem Abschnitt die größten Hürden, die es zu bewältigen gibt. Sie sind ausschlaggebend dafür, ob das geänderte Verhalten nachhaltig integriert wurde oder ob Rückfälle durch äußere Umstände noch möglich sind (vgl. Prochaska et al. 2015, S. 126-127).

Im Abschlussstadium, dem sechsten Stadium des Modells (*termination*), wurde das alte Verhalten bereits vollständig aufgegeben. Auch Gefühlszustände wie Stress, Angst, Depression, Unruhe oder andere psychische Stressfaktoren schaffen es nicht am internationalisierten neuen Verhalten zu rütteln. Es handelt sich in dieser Phase bereits um ein dauerhaft eingeführtes, neues Verhaltensmuster. Diese Personengruppe ist äußerst optimistisch, keinen Rückfall mehr zu erleiden und ihre neu erlernten Verhaltensmuster beizubehalten (vgl. Prochaska et al. 2015, S. 127 ff.).

Zur Veranschaulichung wird das Modell untenstehend nochmals in graphischer Form dargestellt:

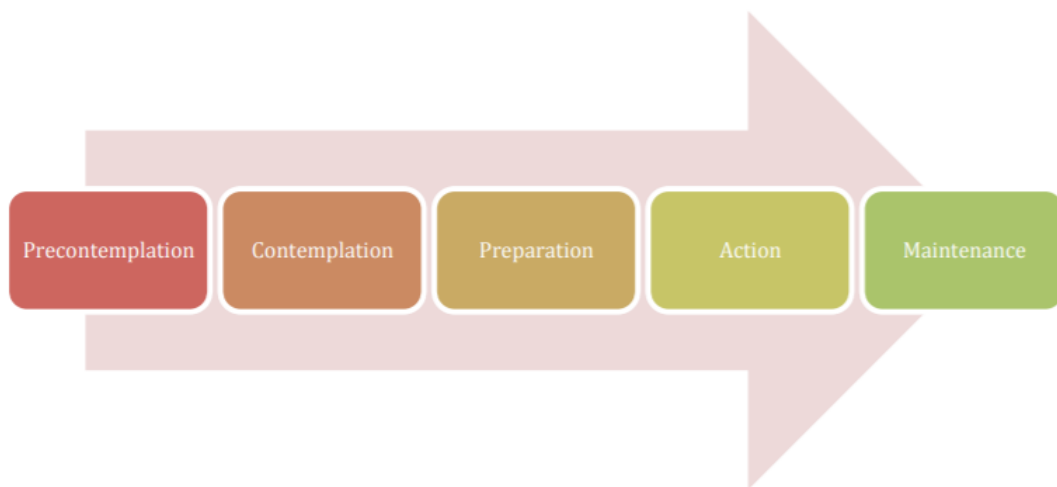


Abbildung 15 Transtheoretical Model (Project Behaviour Report 2014, S. 26)

Die Stufen sind nicht zwangsläufig miteinander verknüpft. Es besteht stets die Möglichkeit, wieder von vorne zu beginnen und die Stufen erneut zu durchlaufen (vgl. Project Behaviour Report 2014, S. 26). Somit inkludiert das transtheoretische Modell die Möglichkeit von Handlungsrückschlägen und persönlichen Hürden, die sich auf eine Verhaltensänderung auswirken können. Bezugnehmend auf die Handlungstheorien in den Kapiteln 5 und 6 kann das Modell als Ergänzung zu den Verhaltensänderungen angesehen werden. Aufbauend auf die geplanten Handlungsmodelle und auch das *health believe model* zeigt das transtheoretische Modell die detaillierten Stufen auf, die es braucht, um nachhaltigen Einfluss auf vorhandene Verhaltensroutinen zu nehmen.

6.6.6. Achtsamkeitstheorien

Durch eine bewusste Einbeziehung von sozialen, kulturellen und ökologischen Zusammenhängen betrachten Achtsamkeitstheorien den Aspekt der Verhaltensänderung. Durch die bewusste Berücksichtigung der oben angeführten drei Faktoren wird eine Änderung des Verhaltens wirkungsvoll herbeigeführt. Verantwortungsvolle Entscheidungen und Verhaltensweisen können nachhaltig in die persönlichen Handlungsabläufe integriert werden. Im Fokus steht dabei eine Art von Intervention. Durch Praktiken wie der Meditation (aus dem östlichen Bereich) werden bewusstseinsbildende Aspekte und Sichtweisen des Einzelnen geschärft. Östliche Ansätze benutzen hierfür meditative Praktiken, während westliche sich auf Selbstbewertungsinstrumente oder bewusstseinsbildende Maßnahmen aus den Bereichen der Psychologie und der Pädagogik stützen. Hierbei sollen sich die Menschen der äußeren Zwänge und ihrer persönlichen Situationen bewusst und befähigt werden, ihre Situation und ihre Habiti zu

verändern. Achtsamkeitstheorien beziehen die eigene Situation sowie den weiteren Umgebungskontext mit ein. Den Anreiz zur Veränderung des Bewusstseins kann laut Niederer et al. (2014) aus dem Design heraus entstehen. Dieses führt zu einer Steigerung der persönlichen Achtsamkeit. Das eigene Verhalten und das Bewusstsein werden geschärft und so eine Verhaltensänderung nachhaltig herbeigeführt (vgl. Behaviour Project Report 2014 S. 34).

6.7. Verhaltensänderungen und Abfallvermeidung – Schlussfolgerungen

Die Forschung und Theorien rund um menschliche Handlungen und die Möglichkeit der Beeinflussung dieser sind breit gefächert. Zusammenfassend stellt die nachstehende Abbildung die ausgewählten Theorien in ihrem Kontext nochmals grafisch dar.

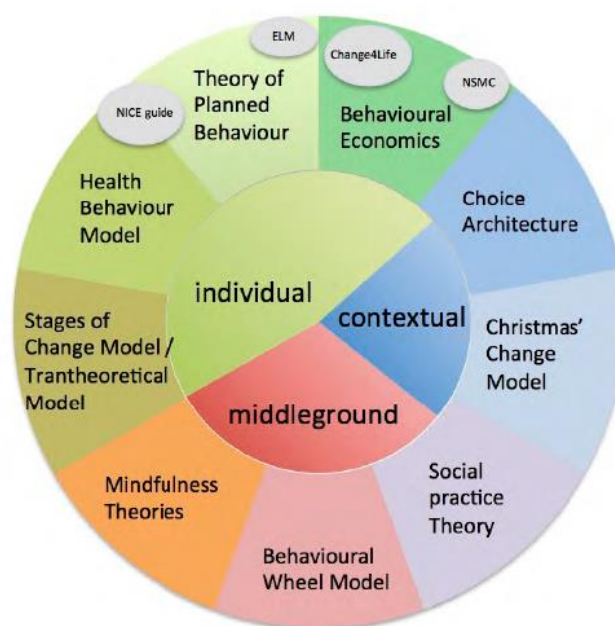


Abbildung 16 Classification of selected behaviour change theories (Behaviour Project Report 2014, S. 35)

Die sechs dargestellten Handlungstheorien boten lediglich einen kleinen Ausschnitt aus der Vielzahl der Handlungs- und Verhaltenstheorien. Die Theorien wurden angelehnt an den *Behaviour Project Report* aufgelistet. Klar zu erkennen ist jedoch, dass es verschiedene Möglichkeiten gibt, an denen angesetzt werden kann, um die Thematik der Abfallvermeidung in bewusstes menschliches Verhalten zu integrieren. Eines aber liegt fast allen Theorien zu Grunde: Es braucht den sozialen Kontext sowie einen motivationalen Faktor, der eine nachhaltige Verhaltensänderung herbeiführen kann. Dabei ist es auch wichtig, wie es im TTM aufgezeigt wurde, sich möglicher Rückschritte bewusst zu sein, die in jedem Lernprozess auftreten können. Als Basis für mögliche Handlungsveränderungen können wissenschaftliche Erkenntnisse aus der BNE dienen. Kompetenzerziehung bietet vielfältige Möglichkeiten zur Bedienung der Handlungstheorien.

Auch die UN-Weltklimakonferenz 2012 kann exemplarisch für Verhaltensänderungen im Bereich Abfallvermeidung hervorgehoben werden. Die Sensibilisierung der Thematik und gezielte Bewusstmachung der Zusammenhänge fördern den Willen zur Änderung des Verhaltens. Bezogen auf die Abfallvermeidung kann hier argumentiert werden, dass es öffentliche Aufmerksamkeit benötigt und die gezielte Thematisierung in der Bevölkerung von allen Seiten und auf allen gesellschaftlichen Ebenen geschehen sollte. Das zeigen auch die Sozialen Praxistheorien auf. Die Komponente der sozialen Umwelt und die Werte und Normen einer Gesellschaft sind prägend für das individuelle Verhalten. Intensiv kann auch auf das TTM Modell nach Prochaska (2015) zurückgegriffen werden. Ausgehend vom eigenen Willen, einem persönlichen Motivator (auf diesen wird im nachfolgenden Kapitel noch genauer eingegangen) und dem eigenen Willen geschieht eine Änderung des Verhaltens. Miteinbezogen muss auch der persönliche Nutzenfaktor werden. Jeder/jede RaucherIn weiß, dass das Rauchen nicht gesund ist und einen schlechten Einfluss auf die Gesundheit hat. Trotzdem ist hier ein reines Wissen über diese Gegebenheit nicht ausreichend, um eine Verhaltensänderung zu erzielen. Hierzu wären gesellschaftliche Normen oder Regelungen notwendig, die für den einzelnen einen Vorteil bringen würden. Sei es in besserer Preis-Leistung hinsichtlich verpackungsarmen Produktgruppen oder gesellschaftliche Implementierungen wie Verordnungen zu großräumigen Abfallvermeidungsmaßnahmen, die eine Handlungsveränderung anregen können. Ein wesentlicher Faktor besteht auch in der Begleitung dieses Prozesses.

7. Motivation, Bedürfnisse und Selbstbestimmung

Abgeleitet wird das Wort Motivation aus dem lateinischen – *movere* –bewegen. Menschen werden durch Motivation bewegt. Gibt es keine Motivation etwas zu tun, also gibt es keinen Anreiz eine Handlung auszuführen, wird das auch nicht getan. In der Motivationspsychologie lassen sich die Ursachen und diverse Prozesse für menschliches zielgerichtetes Handeln untersuchen (vgl. Rudolph 2013, S.14).

Motivation ist die Bereitschaft, eine besondere Anstrengung zur Erfüllung von Zielen auszuüben, wobei die Anstrengung die Befriedigung individueller Bedürfnisse ermöglicht (Zellweger 2004, S. 179).

Durch Bedürfnisse werden innere Ziele erstrebenswert. Bei der Erfüllung der eigenen Bedürfnisse ist nicht nur die persönliche Anstrengung zur Erfüllung des Ziels verantwortlich, sondern auch die Qualität mit der dieses erreicht werden kann. Zellweger 2014 versteht unter einem Bedürfnis einen inneren Zustand, demzufolge es erstrebenswert erscheint, ein Ziel zu erreichen. Ihm zufolge läuft jeder Motivationsprozess in fünf verschiedenen Schritten ab (vgl. Zellweger 2014, S. 180).

1. „Ein Bedürfnis entsteht.

2. Daraufhin baut sich eine Bedürfnisspannung auf.

3. Energien werden frei und erzeugen eine bestimmte Aktivität, vorausgesetzt, es besteht die reale Chance, dass das Bedürfnis befriedigt werden kann.

4. Während das Bedürfnis befriedigt wird, baut sich die Spannung ab, und schließlich

5. entsteht wieder ein neues Bedürfnis“ (Zellweger 2014, S. 180).

Die Ursache für jegliches Verhalten ist ein unbefriedigtes Bedürfnis. Motivierend sind lediglich Bedürfnisse, die noch nicht voll befriedigt sind. Diese spornen den Menschen zur Erreichung eines Zieles an. Zellweger sieht diese inneren Reize verantwortlich dafür, dass Menschen in eine selbstbestimmte Handlungsbereitschaft versetzt werden (vgl. Zellweger 2014, S. 180).

Auch wissenschaftliche Bereiche, wie die Positive Psychologie, befassen sich mit Motivation, Selbstbestimmung und Grundbedürfnissen. Hervorgehoben wird dabei vor allem die *Self-determination theory* von Edward Deci und Richard Ryan aus dem Jahr 1993 und 2000. Die Theorie versucht die Umsetzung von Motivation und Bedürfnissen in ein tatsächliches Verhalten zu fassen und untersucht begleitend die Einflussfaktoren aus der sozialen Umgebung, die sich auf die Verhaltensänderung auswirken können (vgl. Blickhahn 2018, S. 149). Eine wesentliche Unterscheidung im Bereich der Motivation und Bedürfnistheorie ist jene von extrinsischen und intrinsischen Faktoren, die sich auf das Handeln auswirken.

7.1. Extrinsische und intrinsische Motivation

Viele motivationspsychologische Theorien fokussierten sich auf die Grundlage von Bedürfnissen oder die Triebstärke. Weiterentwickelt wurden diese Ansätze zum Beispiel durch Festingers (1957) Theorie der kognitiven Dissonanz. In neueren Betrachtungen, unter anderen durch Heckhausen (2018), werden Anreizsysteme für motivierte Handlungen in die Betrachtung mit einbezogen. (vgl. Heckhausen, Heckhausen 2018, S. 6).

Handlungen können einer intrinsischen und oder einer extrinsischen Motivation unterliegen. Kunz und Quitmann (2012) weisen darauf hin, dass in standardökonomischen Modellen zu meist nicht zwischen den beiden Motivatoren unterschieden wird. Sie stehen vielmehr als Erscheinungsform für zugrundeliegende Präferenzen und deren Erfüllung (vgl. Kunz, Quitmann 2012, S. 59).

Als intrinsische Anreizsysteme sind jene anzusehen, die aus der Tätigkeit selbst oder dem Ergebnis heraus entstehen. Extrinsische Handlungsanreize stellen dabei Selbst- und Fremdbewertung sowie materielle Belohnungen dar (vgl. Heckhausen, Heckhausen 2018, S. 6).

Deci und Ryan (1993) definieren die beiden Begriffe folgendermaßen:

„Intrinsisch motivierte Verhaltensweisen können als interessenbestimmte Handlungen definiert werden, deren Aufrechterhaltung keine vom Handlungsgeschehen „separierbaren“ Konsequenzen erfordert, d. h. keine externen oder intrapsychischen Anstöße, Versprechungen oder Drohungen (...) Extrinsisch motivierte Verhaltensweisen treten in der Regel nicht spontan auf; sie werden vielmehr durch Aufforderungen in Gang gesetzt, deren Befolgung eine (positive) Bekräftigung erwarten läßt, oder die auf andere Weise instrumentelle Funktion besitzen“ (Deci, Ryan 1993, S. 225).

Zu den Komponenten intrinsische Motivation zählen nach Deci und Ryan (1993) Faktoren wie Neugier, Spontaneität oder Interesse an der Umwelt. Anders verhält es sich mit der extrinsischen Motivation, die mit instrumenteller Absicht durchgeführt wird.

„Intrinsisch motivierte Handlungen repräsentieren den Prototyp selbstbestimmten Verhaltens. Das Individuum fühlt sich frei in der Auswahl und Durchführung seines Tuns. Das Handeln stimmt mit der eigenen Auffassung von sich selbst überein. Die intrinsische Motivation erklärt, warum Personen frei von äußerem Druck und inneren Zwängen nach einer Tätigkeit streben, in der sie engagiert tun können, was sie interessiert“ (Deci, Ryan 1993 S. 226).

Zur intrinsischen Motivation zählt die Theorie der kognitiven Bewertung, die in einem späteren Kapitel noch genauer dargestellt wird. Bevor auf diese näher eingegangen wird, wird zunächst

Bezug auf Maslows (1943) Bedürfnispyramide genommen, die wohl als Grundbaustein menschlicher Motivation betrachtet werden kann.

7.2. Maslow und sein Modell der Bedürfnispyramide

Die maslowsche Motivationspyramide (vgl. Maslow 1943), im deutschen Sprachraum auch besser bekannt als die maslowsche Bedürfnispyramide, umfasst fünf Kategorien, die wie folgt betitelt sind: *physiological*, *safety–security*, *belongingness*, *esteem*, and *self-actualization* (vgl. Maslow 1943, S. 370 ff.). Die englischen Bezeichnungen können wohl am besten mit den deutschen Begriffen physiologische Grundbedürfnisse, Sicherheit, Zugehörigkeit, Wertschätzung und Selbstverwirklichung übersetzt werden. Maslow (1943) erarbeitet damit fünf menschliche Grundbedürfnisse und die jeweilige Motivation, diese zu erreichen. Damit ist seine Theorie eine wesentliche Grundlage weiterer Motivationsforschung und für ein umfassendes Verständnis dieser Theorie von enormer Bedeutung. Die Motivations- oder Bedürfnispyramide nach Maslow (1943) reiht die verschiedenen menschlichen Bedürfnisse nach ihrer Wertigkeit. Die unterste Ebene, die am wichtigsten ist und das Fundament der Pyramide darstellt, zeigt die physiologischen Bedürfnisse (Essen, Trinken, Sexualität, den Schlaf etc.) (vgl. Maslow 1943, S. 372). Darüber befinden sich die sogenannten Sicherheitsbedürfnisse, zu denen unter anderem die materielle Sicherheit sowie der persönliche Schutz vor sämtlichen Gefahren wie Schmerz oder auch Angst zählen. Anschließend finden sich die sozial-emotionalen Bedürfnisse wie Liebe, Geborgenheit, Freundschaft und auch soziale Integration. Auf der vierten Ebene der Pyramide zeigen sich die sogenannten Ich-Bedürfnisse, wie Selbstachtung, Anerkennung durch andere und die Sinnfindung. Die letzte Stufe der Pyramide spiegelt die Selbstverwirklichungsbedürfnisse wider. Hier findet man die individuellen Begabungen und die persönlichen Fähigkeiten. Vor seinem Tod ergänzte Maslow (vgl. Schildhammer 2009) sein Modell um eine weitere, ganz oben angesiedelte Ebene, das Bedürfnis nach Transzendenz. Um auf die letzten beiden Stufen der Pyramide zu gelangen, braucht es die Erfüllung der unteren, sogenannten defizitären Bedürfnisse. Ist ein Bedürfnis gestillt, kommt automatisch der Wunsch nach Erfüllung eines höheren Bedürfnisses im eigenen Bewusstsein hinzu (vgl. Schildhammer 2009, S. 89-90).

Das Maslowsche Modell ist bis heute maßgeblich für die Beschreibung menschlicher Bedürfnisse. Viele neuere Modelle bauen auf diesem auf, erweitern und ergänzen es.

An dieser Stelle muss jedoch festgehalten werden, dass das Modell längst als überholt angesehen wird. Vor allem neue Theorien, die auf Maslows Theorie aufbauen, erweitern diese. Als Beispiel wird hier und im nächsten Kapitel das Zwei Faktoren Modell von Frederik Herzberg genannt und dargestellt.

7.3. Herzbergs Zwei Faktoren Theorie der Motivation

Anstelle von Motiven, die zur Motivation führen, untersucht Herzberg (Umwelt-)Faktoren, die zur Beeinflussung der eigenen Leistungsfähigkeit beitragen (Zellweger 2004, S. 180). Im Speziellen spezialisierte er sich dabei auf die Fragen, welche Aspekte sich im Arbeitsumfeld auf die Motivation der MitarbeiterInnen fördernd und auch hemmend auswirken. (vgl. Becker 2019, S. 57).

Herzberg und sein Team untersuchten für die Zwei Faktoren Theorie die äußeren Einflüsse der Motivation im Arbeitsumfeld. In erster Linie ging es ihnen in ihrer Studie um motiviertes beziehungsweise unmotiviertes Verhalten am Arbeitsplatz. Die Ergebnisse brachten einen Perspektivenwechsel in Bezug auf die Motivation der MitarbeiterInnen des untersuchten Unternehmens. Becker (2019) argumentiert sogar, dass Unternehmen durch die Erkenntnisse handlungsfähiger wurden. Aus der Studie resultierte, dass sich Demotivation beziehungsweise Unzufriedenheit und Motivation in zwei Faktoren einteilen lassen. Diese wurden mit Hygienefaktoren (für die Unzufriedenheit) und Motivationsfaktoren betitelt. Zufriedenheit und Unzufriedenheit sind zwei grundsätzlich verschiedene Aspekte und symbolisieren damit zwei unterschiedliche Dimensionen. Die Annahme, es handle sich bei den zwei Aspekten um Gegenpole einer einzigen Dimension, wäre eine falsch interpretierte Schlussfolgerung (vgl. Becker 2019, S. 58).

Die Dimension der Hygienefaktoren beschreibt, wie bereits erwähnt, die Unzufriedenheit am Arbeitsplatz. Ob die Person aber zufrieden und motiviert ist, kann dadurch noch nicht festgestellt werden. Hygienefaktoren beziehen sich Herzberg zufolge auf das Umfeld der Arbeit, beispielsweise auf die zwischenmenschlichen Beziehungen, den Bereich der Verwaltung oder die Höhe der Bezahlung. Die zweite Dimension hingegen beschäftigt sich mit den Motivatoren, die dafür verantwortlich sind, dass Menschen in ihrem Arbeitsumfeld motiviert und zufrieden sind. Voraussetzung dafür ist, dass die Hygienefaktoren und deren Einflüsse zuvor optimiert wurden. Die Arbeit in einem Unternehmen an sich wird hier in den Blick genommen, wie zum Beispiel das Leistungserleben. Herzberg (vgl. Becker 2019) zufolge ergibt sich durch diese Aufschlüsselung die Schlussfolgerung, dass das Gegenteil von Unzufriedenheit nicht Zufriedenheit ist, sondern lediglich das Ausbleiben von Unzufriedenheit (vgl. Becker 2019, S. 59) und kein motiviertes zufriedenes Verhalten.

„Hygienefaktoren verhindern Unzufriedenheit und Demotivation bei Mitarbeitern, reichen aber nicht für das Erreichen von Motivation aus. Motivatoren führen zur Zufriedenheit und Motivation bei Mitarbeitern – aber erst, wenn die Hygienefaktoren optimiert wurden“ (Becker 2019, S. 61).

In Bezug zur Abfallwirtschaft kann hier das Folgende abgeleitet werden. Es bedarf einer Verbesserung oder Optimierung der Hygienefaktoren. Herzberg zufolge sind die äußeren Umstände, also die Motivatoren, die auf Verhaltensänderungen einwirken. Ein Beispiel für nachhaltiges Einkaufen im Supermarkt wäre ein umfassenderes Angebot von verpackungsfreien Produktgruppen. KonsumentInnen würden die Möglichkeit erhalten, im Supermarkt vermehrt Produkte ohne Verpackung erwerben zu können. Auch Preispolitik oder politische Rahmenbedingungen können zu den Hygienefaktoren gezählt werden.

7.4. Die Theorie der kognitiven Bewertung

Bis dato gibt es noch keine eindeutige Klärung der persönlichen Kognitionen hinsichtlich der Entstehung von menschlichen und emotionalen Reaktionen auf eine bestimmte Situation. Dennoch werden diese Kognitionen als wichtiges Verbindungselement zwischen den objektiven Gegebenheiten einer Situation und der subjektiven menschlichen Reaktion betrachtet (vgl. Gaab 2009, S. 114). Im psychologischen Kontext wird mit der Theorie der kognitiven Bewertung vor allem versucht, krankheitsbedingte Verhaltensstörungen zu analysieren.

Im Zentrum des kognitiven (bewertenden, urteilenden, feststellenden) Systems steht der Mensch. Die Kognitionen werden als grundlegende Elemente dieses Systems angesehen betrachtet (vgl. Gaab 2009, S. 114).

„Die Selbstbestimmungstheorie postuliert dreierlei angeborene psychologische Bedürfnisse, die für intrinsische und extrinsische Motivation gleichermaßen relevant sind: Bedürfnis nach Kompetenz oder Wirksamkeit, Autonomie oder Selbstbestimmung und soziale Eingebundenheit (social relatedness) oder soziale Zugehörigkeit (affiliation). Wir gehen also davon aus, daß der Mensch die angeborene motivationale Tendenz hat, sich mit anderen Personen in einem sozialen Milieu verbunden zu fühlen, in diesem Milieu effektiv zu wirken (zu funktionieren) und sich dabei persönlich autonom und initiativ zu erfahren. Intrinsisch motivierte Verhaltensweisen sind in erster Linie mit den Bedürfnissen nach Kompetenz und Selbstbestimmung verbunden“ (Deci, Ryan 1993, S. 229).

Raffée et al. (2013) zitieren in ihrem Buch *Theorie der kognitiven Dissonanz und Konsumgüter-Marketing: Der Beitrag der Theorie der kognitiven Dissonanz zur Erklärung und Gestaltung von Kaufentscheidungen bei Konsumgütern* Festinger (1957). Festinger (1957) sieht die Kognitionen als Bewusstseinsinhalte an. Zu den Bewusstseinsinhalten zählen nach Festinger (vgl. Raffée et al. 2013, S.12 ff.) persönliches und gesellschaftliches Faktenwissen, Meinungen, unterschiedliche Ansichten, persönliche Erfahrungen und Überzeugungen. Die Struktur des kognitiven Systems ist auf die Beziehungen der einzelnen Kognitionen aufgebaut. Unterschieden wird hierbei zwischen füreinander relevante und irrelevante Kognitionen. Irrelevant sind

Kognitionen, die im Bewusstsein nebeneinander existieren, zum Beispiel die Kenntnis der größten Autohersteller in Österreich. Kognitionen, die füreinander relevant sind, stehen in Beziehung zueinander. Hierbei handelt es sich um Informationen, die sich aufeinander beziehen oder im Widerspruch miteinander stehen. Ein Beispiel für eine solche Dissonanz wäre das Rauchen. Es besteht hier ein Gegensatz zwischen den Kognitionen x und y. X steht dabei für die Tatsache des Rauchens; y bezieht sich auf das Wissen, dass Rauchen ungesund und krebserregend ist. Festinger (1957) zufolge sind Menschen aber bemüht, eine Harmonie zwischen ihren Kognitionen herzustellen. Jegliche Dissonanz führt dementsprechend zu einem Spannungsverhältnis (vgl. Raffée et al. 2013S. 12 ff.).

In der Theorie der kognitiven Bewertung findet sich der intrinsische Motivator.

„Von herausragender Bedeutung für die intrinsische Motivation sind gemäß dieser Theorie die Bedürfnisse nach Selbstbestimmung und Kompetenz. Dieses Konzept der intrinsischen Motivation bezieht sich dabei sowohl auf Aspekte des Handlungsvollzuges (selbstbestimmtes Handeln und Handeln, in dessen Rahmen sich der Handelnde kompetent fühlt, fördern die intrinsische Motivation) als auch des Handlungsergebnisses (der Handelnde kann sich durch das Ergebnis einer Handlung kompetent fühlen, was wiederum die intrinsische Motivation erhöht)“ (Kunz, Quitmann 2011, S. 58).

Tätigkeiten werden als intrinsisch motiviert angesehen, sofern der Mensch diese als selbstbestimmt und kompetent wahrnimmt. Jeglicher externer Einfluss und Eingriff hängt davon ab, inwiefern dieser die Selbstbestimmung und die Kompetenz der Handlung beeinflusst. Motivationsfördernd sind Einflussnahmen, die das Bedürfnis nach Selbstbestimmung und Kompetenz zulassen. Hemmend sind jene Eingriffe, die sich gegen die Bedürfnisbefriedigung richten. Es kann hierbei sogar zu einem Rückgang der intrinsischen Motivation kommen. Kunz und Quitmann (2011) nennen drei Aspekte, auf denen die Theorie der kognitiven Bewertung aufbaut:

- 1) Den Grad der Beeinflussung der Selbstbestimmung durch externe Eingriffe
- 2) Das Kompetenzbedürfnis und
- 3) die optimale Herausforderung

Letzteres bezieht sich auf externe Maßnahmen zur Steuerung des Verhaltens. Im ersten Fall wird das Prinzip der Selbstverursachung aufgezeigt. Die intrinsische Motivation einer Person zeigt sich, wenn sie selbst der Verursacher ihrer eigenen Handlung ist. Extrinsisch wäre die Handlung, wenn sie aufgrund äußerer Einflüsse basiert. Im zweiten Aspekt werden einfache und leichte Aufgaben ohne jegliche Herausforderung als intrinsisch uninteressant angesehen. Menschen streben nach Herausforderungen. Werden optimale Herausforderungen gefunden, wird auf diese hingearbeitet. Hier kommt es zu einer Förderung der intrinsischen Motivation. Auch hinsichtlich der externen Faktoren kann geschlussfolgert werden, dass sich vor allem

jene positiv auf das Motivationsverhalten auswirken, die die selbstbestimmten Handlungen optimal beeinflussen (vgl. Kuns, Quittmann 2011, S. 58 ff.).

„Welche Auswirkung externe Maßnahmen auf die intrinsische Motivation haben, hängt daher maßgeblich von der subjektiv empfundenen Botschaft des externen Eingriffes ab. So ist eine abweichende Wahrnehmung ein und derselben Maßnahme von verschiedenen Personen oder derselben Person in unterschiedlichen Situationen denkbar“ (Kunz, Quittmann 2011, S. 60).

Auch Steven Sterling entwickelt ein ähnliches Konzept der Kognitiven Motivationstheorie. Sterling (2003) postuliert *Instrumental* und *Intrinsic values of Sustainability Learning*. Auf dieses Konzept wird in einem späteren Kapitel noch näher eingegangen.

7.5. Schlussfolgerungen für Abfallvermeidung

Welche Ergebnisse lassen sich aus diesem breit gefassten Kapitel folglich für Bewusstseinsbildung in Bezug auf Abfallvermeidung schließen?

Auch wenn Maslows Modell der Bedürfnispyramide mittlerweile als überholt gilt, zeigt es doch anschaulich die menschlichen Grundbedürfnisse auf, die befriedigt werden wollen. Maslow zufolge braucht es ihre Befriedigung, um die weiter oben angesiedelten Bedürfnisse überhaupt erreichen und anstreben zu können. Sie sind es auch, die das menschliche Bewusstsein prägen.

Aus der Untersuchung von Herzberg und seinem Team lassen sich Schlussfolgerungen für die Abfallvermeidung ziehen. Sieht man die Hygienefaktoren als Umfeldanalyse, braucht es Rahmenbedingungen, die die KonsumentInnen dazu ermächtigen, sich in diesem Bereich wohl zu fühlen. Und schließlich braucht es die Einbeziehung der Motivatoren. Welche Einflüsse sich auf die Motivatoren auswirken, bedarf einer umfassenden Studie. Sie sind es, die Herzberg zufolge zur Zufriedenheit führen und eine Handlungsveränderung erwirken können. Ein Verbindungspunkt hin zur kognitiven Bewertungstheorie kann ebenfalls aufgezeigt werden. Motivierend sind Einflussnahmen, die die persönliche Selbstbestimmtheit und Kompetenzfähigkeit fördern und gleichzeitig eine optimale Herausforderung schaffen. Zwischen den einzelnen Kognitionen sollte es keine Diskrepanz geben, diese gilt es zu überwinden. So wie Hygienefaktoren optimiert werden müssen, kann in Bezug auf nachhaltigen Konsum und den Aspekt der Abfallvermeidung eine Verbindung erzeugt werden. Es gilt die Umweltfaktoren zu optimieren und die Menschen durch Wissen und Bildung zur Selbstbestimmtheit zu ermächtigen. Hier könnte auch das Konzept der Verhaltensökonomie einbezogen werden. Gilt es für den/die KonsumentIn eine Entscheidung zu treffen, ist es notwendig, die „gesündere“ Alternative als erstrebenswerter anzubieten. Die Entscheidung über die gewählte Handlungsoption

sollte dabei aber in der Selbstermächtigung der KonsumentInnen bleiben. Ein solches Beispiel wurde im vorangegangenen Kapitel bei Lee et al. (2011) ersichtlich.

8. Modelle des Lernens

Irle (1986) versteht unter dem Lernen ganz allgemein den Erwerb von Informationen und der weiteren Speicherung des Erlernten im Gedächtnis (vgl. Irle 1986, S. 122). Illeris (2010) unterteilt den Begriff in drei Bedeutungsformen. Das Lernen ist erstens das Ergebnis eines Lernprozesses und bezieht sich auf das zuvor Erlernte. Es kann sich ebenfalls auf psychische Prozesse stützen, die sich im Lernprozess vollziehen und im Individuum abspielen. Drittens kann unter Lernen ein Interaktionsprozess zwischen dem Individuum und der Umwelt verstanden werden. Illeris (2010) hält ebenfalls fest, dass unter Lernen in der Alltagssprache oft der Unterricht in der Schule verstanden wird (vgl. Illeris 2010, S. 12-13). Irle (1986) zufolge geht jeglichem Lernprozess ein sogenannter Wahrnehmungsprozess voraus, bei welchem die Informationen in den sensorischen Speicher aufgenommen, verarbeitet und schließlich zugänglich gemacht werden (vgl. Irle 1986, S. 122).

„Lernen ist demnach ein Prozess, der bei lebenden Organismen zu einer beständigen Veränderung ihrer Kapazitäten führt, der aber nicht allein dem Vergessen, der biologischen Reife oder dem Alterungsprozess geschuldet ist“ (Illeris 2010, S. 13).

Lernen ist dementsprechend ein wichtiger Begriff im Bereich der Bewusstseinsbildung und der BNE. In den folgenden Kapiteln werden auf die Dimensionen des Lernens nach Knud Illeris (2010) und dem Prozess des transformativen Lernens näher eingegangen.

8.1. Dimensionen des Lernens nach Knud Illeris (2010)

Illeris (2018) baut seine Struktur der Lerntheorie auf jener von Jean Piaget auf. Piagets Modell des Aneignungsprozesses besteht aus den Komponenten Assimilation und Akkommodation. Assimilation ist ein Aneignungsprozess von Umweltinformationen, die in eigene Handlungsmuster, in eigene Schemata, eingeordnet werden. Die Informationen werden so umgewandelt und verarbeitet, dass sie den bereits vorhandenen und abgespeicherten Informationen zugeordnet werden können. Die Zuschreibung eines vorhandenen Schemas zu einer Situation wird Piaget (vgl. Peskoller 2015) als Akkommodation verstanden (vgl. Peskoller 2015, S. 105).

Illeris (2010) beschreibt das Lernen als in zwei Prozessen ablaufend. Einerseits sieht er in diesem Prozess die Interaktion mit der Umwelt und andererseits die Aneignung der aufgenommenen Impulse und die damit einhergehende Verarbeitung. Der erste Vorgang vollzieht sich zwischen dem Individuum und seiner Umwelt, der zweite ist auf die kognitive psychische Verarbeitung der Reize und der individuellen Prägung durch den Vorgang der Aneignung gerichtet (vgl. Illeris 2010, S. 33). Lernen findet Illeris (2010) zufolge immer in einem gesellschaftlichen Kontext statt. Er benennt auch den Begriff der Inhaltsdimension, in dem er alles einschließt,

das erlernt werden kann. Dazu zählen Wissen, Verständnis und Fähigkeiten. Die Inhaltsdimension ist jene, die aufzeigt, was ein lernender Mensch alles entwickelt, was er weiß, kann und versteht.

Lernen vollzieht sich also auf zwei verschiedenen Ebenen. Das Individuum setzt sich mit seiner sozialen Umwelt auseinander und bearbeitet diese in einem mentalen Aneignungsprozess. Während des Bearbeitungsprozesses setzt der Lernende die gemachten Erfahrungen in Beziehung mit seinen bereits gemachten Lernerfahrungen. Da es sich beim inneren Prozess um einen genetisch, biologischen Prozess handelt, der sich im Laufe der Evolution entwickelte, beinhaltet die Aneignung die Dimensionen des Inhaltes, des Antriebs und der Interaktion (vgl. Illeris 2010, S. 35 ff.).

Illeris (2010) führt in seinem Werk *Lernen verstehen* ebenfalls vier verschiedene Lerntypen an, die er als grundlegend für die Typologie des Lernens hält.

- Kumulatives Lernen
- Assimilatives Lernen
- Akkommodatives Lernen
- Transformatives Lernen

Kumulatives Lernen zeigt sich in Situationen, für die es keine vorhandenen mentalen und persönlichen Schemata gibt. Das Neue kann mit keiner Struktur in Beziehung gesetzt werden. Es handelt sich dabei um einen Prozess, bei dem Neues erlernt wird. Vor allem im Kindesalter sind diese Prozesse von enormer Wichtigkeit. Im schulischen Kontext findet sich das kumulative Lernen beim Auswendiglernen wieder. Unter assimilativem Lernen wird die Verarbeitung und Einordnung von Sinneseindrücken in bereits vorhandene Schemata bezeichnet. Dementsprechend kann unter assimilativem Lernen auch das hinzufügende Lernen verstanden werden. Illeris (2010) zufolge ist dieser Typus unser alltägliches Lernen. Im Prozess des Lernens werden Erfahrungen aus der Umwelt in bereits vorhandene Schemata eingeordnet und weiterentwickelt. Es entstehen Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten, die aber offen für Neues bleiben und auf alltägliche Situationen stets angewendet werden können. Der Lerncharakter wird durch die Umstrukturierungen bestimmt. Es sind die individuellen Auffassungen, die das assimilative Lernen prägen. Sogar bei logischen Strukturen, wie zum Beispiel in der Mathematik, finden sich individuelle Ansichten. Illeris (2010) weist darauf hin, dass auch in Unterrichtssituationen das bereits vorhandene Wissen der SchülerInnen miteinbezogen werden sollte. Das assimilative Lernen erklärt, warum sich SchülerInnen trotz des gleichen Unterrichts unterschiedliche Dinge aneignen. Dies basiert auf den individuellen Aneignungsprozessen. Jede/r SchülerIn besitzt seine/ihre individuelle Struktur, auf die die äußeren Einflüsse einwirken. Der Prozess der Assimilation ist als wesentlich einfacher als der Prozess der Akkommo-

dation anzusehen. Akkommodatives Lernen wendet das Erlernte nicht auf bereits vorhandenes Wissen an, sondern bildet neue Strukturen heraus. Es erfolgt ein Prozess der Änderung, des Umbruches. Eine bereits vorhandene Fähigkeit wird abgeändert oder umstrukturiert. Dieser Prozess erfordert vom Individuum wesentlich mehr Energie als jener, neue Strukturen hinzuzufügen. Wir gehen uninteressanten Lerngegebenheiten eher aus dem Weg, als uns diesen zu stellen. Ein positiver Effekt zeigt sich am Lernerfolg. Werden neue Strukturen einmal aufgebaut, können diese länger verwurzelt bleiben. Als Beispiel führt Illeris (2010) an, dass Lösungen für ein bereits länger vorhandenes Problem durch einen akkommodativen Prozess ein nachhaltiges Verständnis hervorbringen, das auf die mentalen Schemata angewendet werden kann (vgl. Illeris 2010, S. 50 ff.).

Das transformative Lernen, das vor allem auf Mezirow (2000) zurückzuführen ist, wird im nächsten Kapitel im Detail dargestellt. An dieser Stelle sei lediglich erwähnt, dass der Terminus des transitorischen Lernens auf den Soziologen Peter Alheit zurückzuführen ist. Lernen wird zum persönlichen Lebenslauf des Menschen in Beziehung gesetzt. Bisher Gelerntes wird, bedingt durch die gesellschaftlichen Erfahrungen, mit der eigenen Biografie verbunden und hinterfragt (vgl. Illeris 2010, S. 57). Mezirow (2000) führt darauf aufbauend den Begriff des transformativen Lernens ein. Menschliche Beziehungsrahmenbedingungen, wie Anschauungen oder Denkweisen werden im Prozess des Lernens transformiert. Die genannten Rahmenbedingungen werden durch das Lernen offener, sensibler und umfassender (vgl. Illeris 2010, S. 57).

8.2. Transformatives Lernen

Nach Singer-Brodowski (2016) ist der Begriff des transformativen Lernens eines der Schlüsselemente für den Bereich Bildung für nachhaltige Entwicklung.

Die meisten Lerntheorien gehen von einem additiven, also hinzufügenden Lernen aus. Mezirow (vgl. Singer-Bronowski 2016) sieht dies kritisch und äußert sich dazu wie folgt:

„Was viele Lerntheorien nur unzureichend beachtet haben, ist die Reflexion als Ausgangspunkt und Bedingung (1) für überlegtes Handeln, (2) für eine veränderte Interpretation von Kontexten und Situationen sowie (3) für die Verankerung des Gelernten im dauerhaften Interpretations- und Handlungsrepertoire“ (Mezirow zit. in. Singer-Bronowski 2016, S. 5).

Sterling (2010) versteht unter dem Terminus des transformativen Lernens:

„I interpret ‘transformative learning’ to mean a quality of learning that is deeply engaging, and touches and changes deep levels of values and belief through a process of realisation and recognition. It is equivalent in meaning to epistemic learning, and I argue

that it inevitably gives rise to a heightened relational sensibility and a sense of ethical responsibility“ (Sterling 2010, S. 512).

Mezirow (2003) definiert das transformative Lernen wie folgt:

„Transformative learning is learning that transforms problematic frames of reference-sets of fixed assumptions and expectations (habits of mind, meaning perspectives, mindsets) - to make them more inclusive, discriminating, open, reflective, and emotionally able to change“ (Mezirow 2003, S. 58).

Eine Basis des transformativen Lernens findet sich nach Mezirow (2003) bei Habermas` (1984) Unterscheidung zwischen instrumentellem und kommunikativem Lernen. Beim instrumentellen Lernen liegt der Schwerpunkt auf der Verbesserung von Vorhersagen und Leistungen und der Kontrolle der Umwelt. Im Mittelpunkt steht die Bewertung von Wahrheitsansprüchen. Das kommunikative Lernen hilft, die Bedeutung des Wortgehaltes des Kommunikationspartners zu verstehen. Zu diesem Verständnis gehört, dass man sich der Annahmen, Absichten und Qualifikationen der kommunizierenden Person bewusst wird. Hier erfolgt ein Prozess des analogisch-abduktiven Schließens. Abduktives Schlussfolgern bedeutet, von konkreten Beispielen auf eine abstrakte Begriffsbildung zu schließen. Die Perspektive eines anderen wird eingenommen (vgl. Mezirow 2003, S. 59). Es handelt sich hier um einen intrapersonellen Prozess, bei dem auf Informationen über den Sprecher zurückgegriffen wird. Dementsprechend muss ein Unterschied gemacht werden zwischen dem, worüber man spricht und der Bedeutung des Gesagten für den Sprecher (vgl. Mezirow 2003, S. 60).

Sterling (2010), der sich ebenfalls eingehend mit dem Konzept des transformativen Lernens beschäftigt, entwickelt ein Modell der *levels of knowing*, der Wissensebenen. Diese beinhalten sowohl ein individuelles Lernen als auch ein kollektives Wissen. Mit dem Modell wird gezeigt, dass es vor allem die tieferen Ebenen sind, die auf die höheren einwirken. Kollektive Wertvorstellungen wirken sich demnach auch auf gesetzte Handlungen im Alltag aus. Jeglicher Lehr- und Lernplan, der erstellt wird, ist somit wertebehaftet. Durch transformatives Lernen können diese Einflüsse aufgezeigt und tiefere Wissensebenen erreicht werden. So kann Sterling (2010) zufolge transformatives Lernen stattfinden und die Ziele der SDGs erreicht werden. Ebenso das Ziel des nachhaltigen Konsums und der Abfallvermeidung (vgl. Sterling 2010, S. 4).

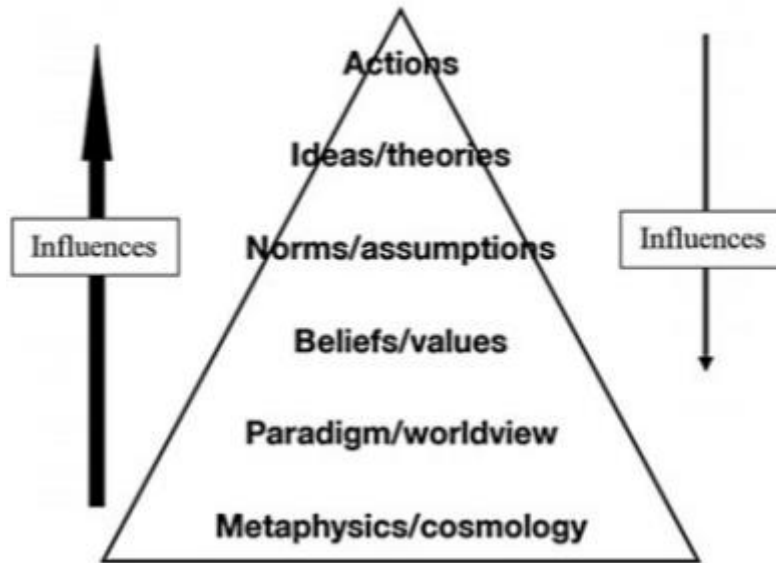


Abbildung 17 levels of knowing (Sterling 2010, S. 4)

Sterling (2010) weist in seinen Ausführungen darauf hin, dass Bildung und Lernen wesentliche Faktoren sind, um einen sozialen Wertewandel herbeizuführen und neue Werte in die Gesellschaft integrieren zu können. Es sind vor allem die PädagogInnen, die die Basis für das transformative Lernen schaffen können. Lehrende sind dazu aufgerufen, Lernsituationen zu schaffen, in denen sich die Lernenden wohl und sicher fühlen. Es muss Raum zur Autonomie gegeben und letztlich vorhandenes Wissen kritisch hinterfragt werden. Vor allem die Fähigkeit der kritischen Reflexion ist ein wesentlicher Beitrag des transformativen Lernens (vgl. Sterling 2010, S. 4).

Orders of change/learning	Seeks/leads to:	Can be labelled as:
First order change Cognition	Effectiveness/ Efficiency	'Doing things better' Conformative
Second order change Meta-cognition	Examining and changing assumptions	'Doing better things' Reformative
Third order change Epistemic learning	Paradigm change	'Seeing things differently' Transformative

Abbildung 18 Levels of learning (Sterling 2010, S. 8)

Transformatives Lernen fokussiert Problemlösungsstrategien und geht über den eigenen Verstand hinaus. Ein besonderes Merkmal stellt die Ansicht dar, dass die Lernenden individuelle Erfahrungen machen müssen, damit eine Veränderung herbeigeführt werden kann. Diese Erfahrungen müssen gefühlt werden. So entsteht die Motivation zur Veränderung (vgl. Sterling 2010, S. 4 ff.). Bezogen auf die oben dargestellte Grafik betont Sterling (2010), dass Veränderungen vor allem auf der dritten Lernebene vollzogen werden.

Sterling (2003) vertritt in seiner Doktorarbeit die These, dass ein Paradigmenwechsel nur dann stattfindet, wenn es eine kritische Diskrepanz zwischen dem vorherrschenden Modell und der Umwelt gibt. Ein Umdenken stützt sich vor allem auf die Aspekte des Lernens und auf diese nimmt Sterling (2003) in seiner Arbeit fortlaufend Bezug.

Sterling (2010a) bezieht sich im Kontext des transformativen Lernens auf zwei verschiedene Sichtweisen, eine instrumentelle und eine intrinsische. Beide beziehen sich auf den Kontext des Lernens und der Bildung. Diese werden zur Resilienz in Beziehung gesetzt. Ausgangspunkt für BNE ist nach Sterling (2010a) die Konferenz von Stockholm. Die Denkrichtung, die sich nach der Konferenz verbreitete, ist im Wesentlichen eine instrumentelle. In dieser wird die Erziehung in erster Linie als Mittel zum Zweck betrachtet. Sie wird als Hilfsmittel und ein Instrument angesehen. Die Nachhaltigkeitserziehung wird als Mittel zur Entwicklung eines nachhaltigeren Lebensstils angesehen. Diese Sichtweise basiert in der Regel auf einer realistischen und materialistischen Weltanschauung. Die methodische Schwerpunktsetzung liegt auf dem Inhalt, der Information und der Kommunikation. Das Lernen wird als Sensibilisierung angesehen, als linearer Prozess. Wissen führt zu Verhaltensänderungen und sofern es in ausreichender Zahl erfolgt, auch zu einem gesellschaftlichen Wandel. Hier lässt sich auch die lineare Beziehung zwischen Bildung und Gesellschaft erkennen. Bildung könne die Gesellschaft beeinflussen und folglich auch verändern. Auch in der UN-Dekade der BNE von 2005-2014 findet sich dieser Diskurs wider. Demnach sollten Grundsätze, Werte und Vorgehensweisen der nachhaltigen Entwicklung in die Inhalte des Lernens und der Bildung integriert werden, um Verhaltensänderungen anzuregen und positive Verhaltensweisen zu fördern (vgl. Sterling 2010a, S. 513-514).

Seit den 90er Jahren entwickelte sich auch eine andere Sichtweise hinsichtlich Lernens und Bildung, die intrinsische. Die Basis der Überlegungen ist, dass Nachhaltigkeit kein fest definierbarer Zielzustand. Genau diesen Aspekt hebt die intrinsische Sichtweise hervor. Der Terminus Nachhaltigkeit kann vorab definiert sein, bevor der Lernprozess begonnen habe. Lernen sei vielmehr ein kontinuierliches ergebnisoffenes Streben nach Wegen, die sicherstellen, dass das Leben weitergeht. Das Lernen ist ein inhärenter und essentieller Teil der nachhaltigen Entwicklung, der auch vorab nicht vorbestimmt werden kann. Intrinsisches Lernen stützt sich

auf die Herausbildung von kritischen Denk- und Handlungsfähigkeiten. Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen dienen ebenso als Lernraum wie Bildungsinstitutionen. Wichtig ist, Menschen im Aufbau von individuellen Fähigkeiten zu fördern und sie zu resilienten Lernenden zu erziehen. Folglich sollen sie zum systematischen und reflexiven Denken in der Lage sein. (vgl. Sterling 2010a, S. 513-514).

„So whilst instrumental educators see sustainability as an identifiable state which can be educated for, intrinsic educators in contrast see the learning process as an intrinsic and vital part of sustainable development which cannot be known in advance or pre-terminated” (Sterling 2010a, S. 514).

Die intrinsische Sichtweise fördert die Herausbildung von kritischen Denkern, die kompetente Entscheidungen treffen können. Intrinsische PädagogInnen stellen sich gegen eine vorgegebene Richtung, die bereits das Ergebnis vorformuliert hat. Sterling (2010a) argumentiert, dass die Förderung des kritischen Denkens und Handelns essentiell sind, aber noch nicht ausreichend in Bezug auf die Probleme im Umwelt- und Nachhaltigkeitsbereich. Eine idealistische Sichtweise wird vertreten sowie die Anpassungsfähigkeit in Zeiten der Veränderung gefördert. Die Qualität der Bildungsmaßnahmen wird hervorgehoben. Die Wirksamkeit der Lehrerfolge ist, was die Bildung ausmacht. Sterling (2003, 2010) thematisiert dabei zwei wichtige Werte, den instrumentellen und den intrinsischen Wert. Instrumentell bedeutet so viel wie Wissen wird als Handwerkszeug vermittelt. Wie kann man effektiv Strom sparen? Welche Verkehrsmittel soll ich benutzen? Intrinsisch ist die Selektion der Information und des Wissens von innen heraus. Diesen Wert braucht es, um nachhaltige Veränderungen herbeiführen zu können.

Die instrumentelle und die intrinsische Sichtweise stellen Sterling (2010a) zufolge eine Möglichkeit der positiven gegenseitigen Beziehung dar, da sie die Schwächen des jeweils anderen Aspektes ausgleichen können (vgl. Sterling 2010a, S. 516). Ihre Beziehung lässt sich mit den Lerntheorien besser verstehen. Betrachtet man sie unter der Prämisse der Umwelt- und Nachhaltigkeitskrise, lässt sich feststellen, dass die instrumentelle Sichtweise in die Kategorie der Lerntheorien erster Ordnung, dem Grundlagenlernen, eingeordnet werden kann. Als Lernkategorie zweiter Ordnung kann die intrinsische Sichtweise angesehen werden. Das Lernen über das Lernen, bei der Annahmen in Frage gestellt werden und Reflexivität geschätzt wird, zählt zu dieser Kategorie. Die Erkenntnisse aus der Lerntheorie zeigen auf, wie ein verändertes Bildungsparadigma konzipiert werden kann, das einem Wandel dritter Ordnung entspricht und instrumentelle und intrinsische Sichtweisen vereint. Sterling (2010a) sieht dies als ein ökologisches, transformatives Bildungsparadigma, das unserer Zeit bestmöglich entspricht. Dabei stellt die Komponente des sozialen Lernens eine grundlegende Basis für resilientes und kollektives, also gemeinsames Lernen, dar. Gerade diese Lernprozesse braucht es, um kompetente und resiliente Lernende und Handelnde zu erziehen (vgl. Sterling 2010a, S. 516 ff.).

8.3. Global Citizenship Education

Der Prozess des transformativen Lernens, der darauf abzielt, ein Denken und Lernen über vorhandenes Wissen hinaus zu fördern, strebt einen nachhaltigen und bewussten Lernprozess an. Dieser Prozess basiert auf Kommunikation, Wissen und Kompetenzaneignung und führt zu einem reflexiven Lernen.

Der zentrale Aspekt der *Global Citizenship Education* ist die Schaffung von Teilhabemöglichkeiten und Anknüpfungspunkte, vor allem für jüngere Menschen in der Gesellschaft. *Global Citizenship*, globales BürgerInnen-tum, bezieht sich auf die Rolle des Einzelnen in seiner aktiven Teilnahme an der Gesellschaft. Damit sollen soziale und ökologische Herausforderungen gezielt gelöst werden können. Der Prozess des transformativen Lernens kann demzufolge als Hinführung nicht nur zur BNE, sondern auch zu GCE (*Global Citizenship Education*) verstanden werden. Durch die aktive Teilnahme an gesellschaftlichen Prozessen, die im GCE durch *Service Learning Engagement* entstehen soll, wird die Möglichkeit geschaffen, eigenes Handeln praktisch zu (er-)leben, umzusetzen und zu verinnerlichen (vgl. Südwind o.J., S. 18-20)

„Bildung nimmt eine wichtige Rolle ein für die Gestaltung einer aktiven Zivilgesellschaft, indem sie Kompetenzen stärkt, die das kritische Denken und den Blick für die eigenen Gestaltungsmöglichkeiten schärfen – für eine verantwortungsbewusste und demokratische Teilhabe am Wandel“ (Südwind o.J., S. 18-20).

Service-Learning ist dabei ein wichtiges Teilnahme- und Teilhabekonzept. Junge Menschen werden mit gesellschaftlichen Hürden außerhalb der Schule konfrontiert und erleben sich so als Teil der Gesellschaft. Als pädagogisches Konzept findet sich die Vereinigung von kognitiven Kompetenzen, emotionalen Kompetenzen und den Handlungskompetenzen. Das Lernen fördert die Schaffung eines Nutzens für die jungen Menschen (vgl. Südwind o.J., S. 26). Die Entwicklung und Hervorhebung eines persönlichen Nutzens ist wesentlicher Bestandteil verschiedener handlungstheoretischer Konzepte. Je höher der persönliche Nutzen für die einzelne Person, desto eher besteht die Bereitschaft und ein Bewusstsein darüber sein eigenes Handeln verändern zu wollen. Im Projektkonzeptionskonzept werden als Punkt die *Citizenship-Kompetenzen* angeführt. Diese werden wie folgt definiert:

„Schulfächer sind Mittel, um bestimmte Kompetenzen zu erreichen, die über die einzelnen Schulfächer hinausgehen. Diese fächerübergreifenden Kompetenzen werden hier als Citizenship-Kompetenzen bezeichnet (auch; Schlüsselkompetenzen oder Soft Skills). Diese Kompetenzen sind nicht nur fächerübergreifend, sie sind auch im außerschulischen Kontext einsetzbar“ (Südwind o.J., S. 26).

Wie aus dem oben angeführten Zitat hervorgeht, bezieht sich das Service-Learning auf die Vermittlung von Kompetenzen, wie sie in der BNE hervorgehoben werden. Schlüsselkompetenzen oder Soft-Skills werden als Grundlage für die Handlungsfähigkeit sowohl in der Schule als auch im außerschulischen Kontext angesehen. Hierbei kann auch die Verbindung zu den intrinsischen Werten nach Steven Sterling (2004, 2010, 2010a) aufgezeigt werden.

8.4. Schlussfolgerungen für die Abfallvermeidung

Als Schlusskapitel der Lerntheorien wird wieder ein Bezug zur Abfallvermeidung hergestellt. Welche Rückschlüsse können aus der Theorie der Lerndimensionen und des transformativen Lernens in Bezug zur Bewusstseinsbildung für Abfallvermeidung hergestellt werden?

Lernen vollzieht sich auf verschiedenen Ebenen, die berücksichtigt werden müssen.

Sterlings intrinsische Sichtweise ist in vielfältiger Sicht wegweisend für den Lernenden. Die Schlüsselkompetenzen aus der BNE, zu denen die Gestaltungskompetenzen zählen, können diesen Aspekt nur untermauern und bestärken. Wissen führt zur Änderung von Verhaltensweisen und schafft auch einen gesellschaftlichen Wandel. Das Wissen muss nur in ausreichender Anzahl verbreitet werden. Transformatives Lernen kann durch seinen reflexiven, kritischen und intrinsischen Charakter als Basis für BNE und auch für CGE angesehen werden.

Zusammenfassend:

- Förderung einer aktiven Teilnahme an gesellschaftlichen Prozessen sowohl bei jungen als auch bei älteren Menschen – Initiativen, bei denen aktiv an abfallwirtschaftlichen Projekten mitgearbeitet werden kann.
- Schaffung von Möglichkeiten des *Service-Learnings*, in dem junge Menschen gezielt mit Abfallvermeidung außerhalb der Schule in Berührung kommen.
- Gemeinsames Schaffen fördert das Solidaritätsgefühl. Dies bedeutet, dass es jeden einzelnen Menschen einer Gesellschaft braucht, um Abfallvermeidung nachhaltig zu verändern. Das persönliche Einkaufsverhalten kann eigenständig und jeden Tag aktiv erneut umgesetzt werden (Mitbringen von eigenem Tuppergeschirr, Vermeidung von abgepackten Lebensmitteln, Abfüllstationen nutzen, etc.).
- Service-Learning zeigt Nutzen auf. Abfallvermeidung muss es sich zu eigen machen, interessant und vor allem NÜTZLICH für den Einzelnen zu sein. Reines Wissen (ich sollte das tun) reicht nicht aus.

9. Marketing und Marktsegmentierung

Anders als noch vor einigen Jahren erlebt das Marketing derzeit eine Neuorientierung. Der Weg führt weg vom sogenannten Dreiecksmodell und orientiert sich an einem differenzierten Konstrukt, nämlich der Zielgruppenorientierung. Das ursprüngliche Dreieck umfasste die Bereiche des Produktes des Unternehmens, der KundInnen als Zielgruppe für das Produkt und schließlich die Wettbewerbsunternehmen, mit denen sich das Produkt messen musste. Dass das Erzeugnis in ein Umfeld eingegliedert ist, wurde im alten System nicht berücksichtigt und folglich nicht in die Marketingstrategien mit aufgenommen. Erst in den letzten Jahren rückte diese Perspektive immer mehr in den Fokus der Betrachtung. Die untenstehende Abbildung zeigt die Entwicklung des Marketings nochmals im Detail auf.

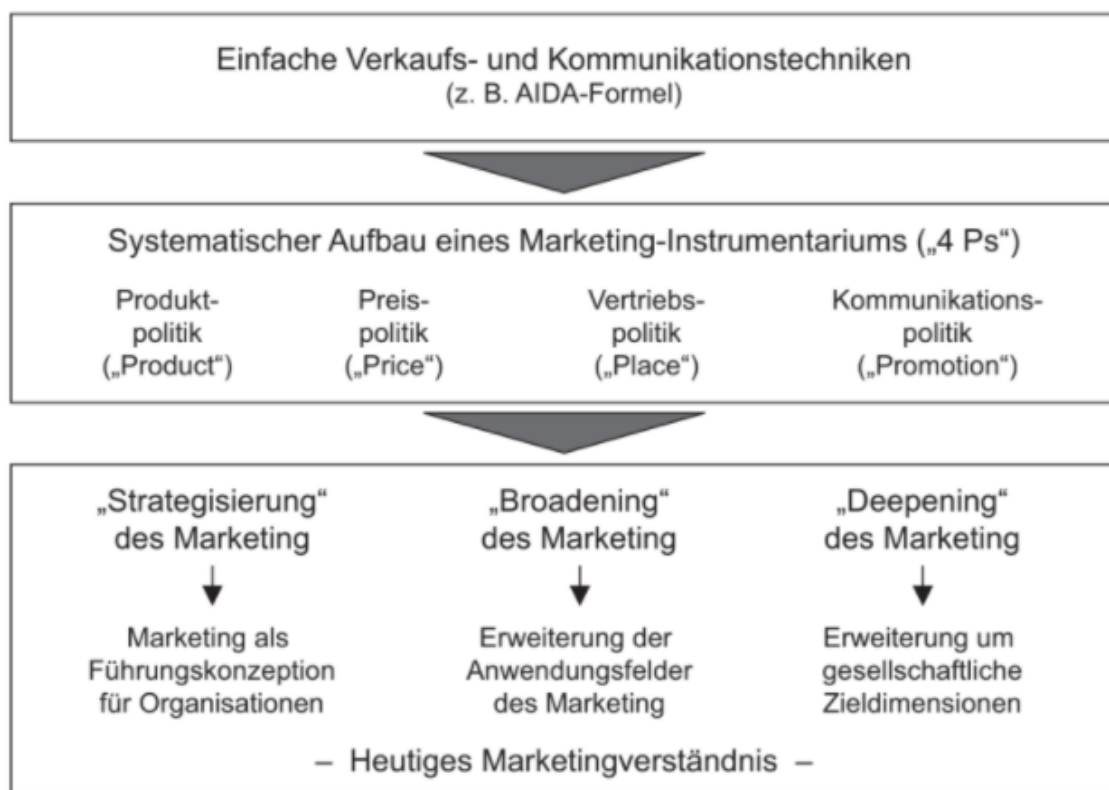


Abbildung 19 Entwicklung des Marketing (Walsh et al. 2019, S. 11)

Marketingstrategien haben einen Einfluss auf unser Bewusstsein und auf das menschliche Handeln. In diesem Kapitel soll keine detaillierte Untersuchung einzelner Marketingkonzepte erfolgen, sondern der Blick gezielt auf ihre Auswirkungen auf das menschliche Verhalten und Handeln gelegt werden. Hierzu werden der Bereich des *Social Marketing*, der Zielgruppendefinitionen sowie die neue Form des *Influencer-Marketings* in den Fokus der Betrachtung genommen.

9.1. Zielgruppendefinition

Aus der Literatur wird klar ersichtlich, dass es die eine Zielgruppe nicht gibt. Die Bevölkerung ist heterogen, weshalb es einer genauen Analyse bedarf, wie bewusstseinsbildende Prozesse und Zielgruppenarbeit effektiv stattfinden können. Ein erster Ansatz zur Erfassung von Zielgruppen findet sich bei den Segmentierungsansätzen.

9.1.1. Segmentierungsansätze

Segmentierungsansätze beschäftigen sich im Allgemeinen mit der Ein- und Zuordnung von Zielgruppen. Diese Ansätze sind im Bereich der Marktforschung und somit auch für die vorliegende Arbeit von besonderer Bedeutung. Anhand der Segmentierungsansätze lassen sich Zielgruppen und ihre damit verbundenen Präferenzen und Wünsche konkreter einordnen und ansprechen (vgl. Freter, Hohl 2010, S. 179).

„Unter Segmentierung kann man abstrakt die Einteilung einer Einheit in einzelne Teile, bzw. Abschnitte verstehen, ähnlich wie man einen Kuchen in Stücke einteilt. Bei diesen Einheiten kann es sich z. B. um Produkte, Unternehmen, Handelsbetriebe, Länder oder Kunden handeln“ (Freter, Hohl 2010, S. 179).

Nachstehend werden das Segmentierungsmodell der SINUS-Milieus und die einzelnen Milieus im Detail betrachtet.

9.1.2. Sinus-Milieus

Im Jahr 2001 wurde vom SINUS Institut die erste qualitative und quantitative Studie zu den SINUS Milieus in Österreich durchgeführt. Diese Milieus fassen Menschen und sogenannte Verbrauchersegmente mit ähnlichen Auffassungen, Konsumverhalten und Lebensweisen zusammen. Dabei spielen vor allem drei Punkte eine wesentliche Rolle: Die Grundorientierung inklusive der vorhandenen Werte zu Politik, Religion oder der Familie, der vorhandene Lebensstil, Geschmack oder Führungsstil und drittens das Wohn- und Arbeitsumfeld der Menschen. Die untenstehende Grafik zeigt die vorhandenen Milieus in Österreich aus dem Jahr 2018: (vgl. Sinus o.J., o.S.).

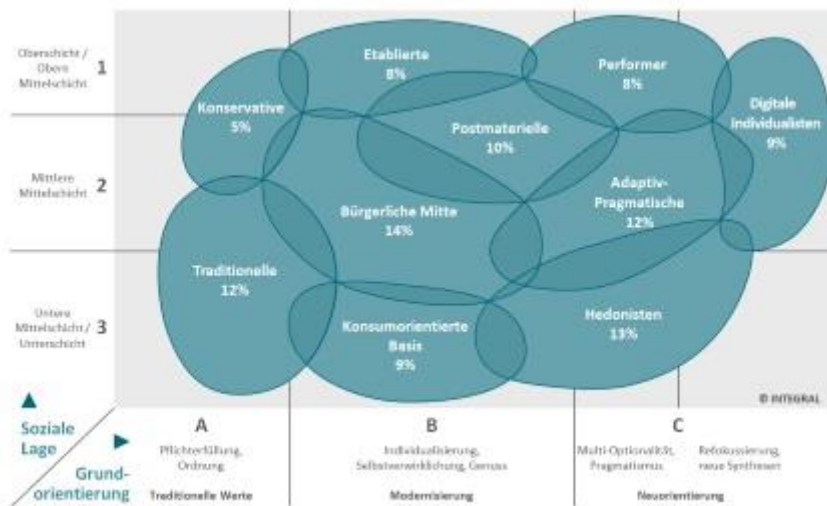


Abbildung 20 Sinus Milieus in Österreich (vgl. Sinus o.J., o.S.)

Bedingt durch Werte oder den Lebensstil wird auch das Bewusstsein und somit das Bewusstsein für Abfallvermeidung geprägt. Die individuellen Handlungskompetenzen werden durch Umweltfaktoren im Sozialisationsprozess erworben. Die erlernten Kompetenzen sind von den vorhandenen und zur Verfügung stehenden Ressourcen abhängig. Für die Marktforschung bedeutet dies, dass die Gruppen in verschiedenster Weise angesprochen werden müssen. Vorab nun eine kurze Darstellung der einzelnen Gruppierungen (vgl. Sinus o.J., o.S.).

Milieu – Bezeichnung	Spezifische Merkmale	Besonderheiten	Anteil
Sozial gehobene Milieus / Gesellschaftliches Leitmilieu			
<i>Konservative</i> <i>-Leitmilieu im traditionellen Bereich</i>	hohe Verantwortungsethik Stark von christlichen Wertvorstellungen geprägt hohe Wertschätzung von Bildung und Kultur	Kritisch aktuellen gesellschaftlichen Entwicklungen gegenüber	5%
<i>Etablierte</i>	Die leistungsorientierte Elite mit starkem Traditionsbewusstsein: Deutliche Exklusivitäts- und Führungsansprüche, hohes Standesbewusstsein und ausgeprägtes Verantwortungsethos	Kleinbürgerlich Arbeitermilieu	8%
<i>Digitale Individualisten</i>	Die individualistische und vernetzte Lifestyle-Avantgarde: Mental und geographisch mobil, online und offline vernetzt, ständig auf der Suche nach neuen Erfahrungen		9%
<i>Performer</i>	Die flexible und global orientierte moderne Elite: Effizienz, Eigenverantwortung und individueller Erfolg haben oberste Priorität; Hohe Business- und IT-Kompetenz		8%
Milieus der Mitte			
<i>Bürgerliche Mitte</i>	Der leistungs- und anpassungsbereite Mainstream: Streben nach beruflicher und sozialer Etablierung, gesicherten und harmonischen Verhältnissen, Halt und Orientierung, Ruhe und Entschleunigung.		14%
<i>Adaptiv-Pragmatische</i>	Ausgeprägter Lebenspragmatismus Streben nach Verankerung Zugehörigkeit und Sicherheit		12%

	Grundsätzliche Leistungsbereitschaft Wunsch nach Spaß und Unterhaltung.		
<i>Postmaterielle</i>	Weltoffene Gesellschaftskritiker Gebildetes, vielfältig kulturinteressiertes Milieu kosmopolitisch orientiert kritisch gegenüber Globalisierung	Sozial engagiert	10%
Milieus der unteren Mitte / Unterschicht			
<i>Hedonisten</i>	Momentbezogenene untere Mitte Leben im Hier und Jetzt Spaß und Unterhaltung Verweigerung von Konventionen		13%
<i>Traditionelle</i>	Das auf Sicherheit, Ordnung und Stabilität fokussierte Milieu: Verurzelt in der alten kleinbürgerlichen Welt, in der traditionellen Arbeiterkultur und im traditionell ländlichen Milieu		12%
<i>Moderne Unterschicht Konsumorientierte Basis</i>	konsumorientierte Unterschicht: Ausgeprägte Gefühle der Benachteiligung, Zukunftsängste und Ressentiments; Lebensstil und Konsumstandards der Mitte		9%

Abbildung 21 Sinus Milieus in Österreich (eigene Abbildung) (vgl. Sinus o.J., o.S.)

Aus der tabellarischen Darstellung der Sinus-Milieus in Österreich lässt sich erkennen, dass die gesellschaftliche Landschaft vielfältig ist. Auch in der Verteilung über die Grundgesamtheit sticht kein Milieu zahlenmäßig besonders hervor. Mit 14% ist die bürgerliche Mitte am stärksten in der Gesellschaft vertreten, gefolgt von den Hedonisten mit 13%. Die geringste Zugehörigkeit findet sich im Milieu der Konservativen. Bezogen auf die bürgerliche Mitte und die Hedonisten gibt es geringe Überschneidungspunkte. Während Hedonisten nach Spaß und Unterhaltung streben und im Hier und Jetzt leben, strebt die bürgerliche Mitte nach beruflicher und sozialer Etablierung. In Bezug auf Maßnahmen hinsichtlich der Bewusstseinsbildung braucht es unterschiedliche Ansatzpunkte, die diese gesellschaftlichen Gruppen ansprechen.

9.1.3. Segmentierungsmodell SINUS – Milieus

„Die Sinus-Milieus liefern ein wirklichkeitsgetreues Bild der real existierenden Vielfalt in der Gesellschaft, indem sie die Befindlichkeiten und Orientierungen der Menschen, ihre Werte, Lebensziele, Lebensstile und Einstellungen sowie ihre soziale Lage vor dem Hintergrund des soziokulturellen Wandels genau beschreiben“ (vgl. Sinus o.J., o.S.).

Durch die realitätsnahe Abbildung der Wirklichkeit der Gesellschaft ist es möglich, ein tieferes Verständnis von innen heraus für die Lebenswelt der Menschen und der Gesellschaftsgruppen zu erhalten. Ein sogenanntes Eintauchen in ihre alltägliche Lebenswelt ermöglicht es der Marktforschung, ihre Einstellung passgenau herauszufiltern. Erforscht wird ebenfalls, wie die spezifische Gruppe mobilisiert werden kann. Jedes Milieu weißt in sich Werte und Einstellungen auf, die das Bewusstsein der Menschen in Bezug auf nachhaltigen Konsum prägen. Aus

diesem Grund ist die Betrachtung und wissenschaftliche Analyse der SINUS Milieus von enormer Bedeutung. Nicht jede Gruppe benötigt dieselben Informationen, die gleichen Anreize oder dieselben Strategien. Die Milieus stellen aber keinerlei in sich homogene Gruppe dar, in sich sind die Grenzen der einzelnen Kategorien überlappend. Die Gruppierungen weisen Berührungspunkte auf, es gibt Übergänge und teilweise zeigen sich gleiche Präferenzen und Eigenschaften. Folgende Rückschlüsse lassen sich hieraus ziehen. Je höher ein Milieu in der zuvor dargestellten Abbildung 20 aufgezeigt wurde, desto höher sind das Bildungsniveau, die Berufsgruppe und dementsprechend auch das monatliche Einkommen. Die Positionierung auf der linken oder rechten Seite spiegelt eine moderne beziehungsweise traditionelle Einstellung wider. Je weiter rechts die einzelnen Milieus positioniert sind, desto moderner ist ihre Einstellung anzusehen. Eine linke Zuordnung zeigt ein eher traditionelles Verständnis auf (vgl. Sinus o.J., o.S.).

9.2. Social Marketing

Reinbacher (2014) beschreibt in seinen einführenden Worten des Beitrags zum *Paradigmenwechsel in der Sozialwirtschaft – Sozialmarketing als neue Steuerungsphilosophie?* die Änderungen im Bereich Wirtschaft und Soziales. Während die Wirtschaft immer mehr von sozialen Ansätzen geprägt wird, der *Social Resposinbiity* etc, wird das Soziale verstärkt von der Wirtschaft beeinflusst.

“Social marketing is a distinct marketing discipline, one that has been labeled as such as since the early 70s and refers primarily to efforts focused on influencing behaviours that will improve health, prevent injuries, protect the environment, and contribute to communities. Social marketing is a process that applies marketing principles and techniques to create, communicate, and deliver value in order to influence target audience behaviours that benefit (public health, safety, the environment, and communities) as well as the target audience” (Kotler et al. 2008, S. 7).

Schuhmacher (2004) verweist in seinem Beitrag auf das grundlegende Konzept von Kotler et al. (1971) und hält fest, dass es sich dabei um ein Instrument handelt, das darauf abzielt, Individuen für eine soziale Idee oder Vorgangsweise positiv zu beeinflussen. Die Durchführung und Kontrolle von Programmen lenkt das Verhalten hin zu einem gewissen sozial erwünschten Verhalten (vgl. Schuhmacher 2004, S. 23). Kotler et al. (2008) stellen hierzu fest, dass im Gegensatz zum kommerziellen Marketing, das sich auf den Verkauf von Waren und Dienstleistungen bezieht, das *Social Marketing* den Verkauf von Verhaltensweisen in das Blickfeld rückt. Das Verhalten wird dabei auf vier verschiedene Arten beeinflusst.

- 1) Akzeptanz einer neuen Verhaltensweise
- 2) Vermeidung eines unerwünschten Verhaltens

- 3) Verbesserung eines bestehenden Verhaltens
- 4) Die Aufgabe eines unerwünschten Verhaltens

Eine der wichtigsten Grundlagen für die oben genannten Aspekte ist Kotler et al. (2008) zufolge die Fokussierung auf die Belohnung des guten Verhaltens. Dies zeigt sich wirkungsvoller als die Bestrafung des negativen Handelns (vgl. Kotler et al. 2008, S. 8).

Thaler (2012) verweist auf Shapiro (1974), der als Ergänzung zu Kotler et al. (1971) den gesamtgesellschaftlichen Zweck des *Social Marketings* betrachtet. Menschen sollen dahingehend beeinflusst werden, dass sich ihre Verhaltensweisen positiv auf die Gesellschaft auswirken. Als Beispiel wird hier das Nichtrauchen, die Umweltverschmutzung oder die Förderung der allgemeinen Gesundheit genannt (vgl. Thaler 2012, S. 19). In den letzten Jahren bezog sich die Sozialforschung vor allem auf die Untersuchung der Wirksamkeit der Erziehung hin zum gewünschten Verhalten von *Social Marketing* Kampagnen. Kotler et al. (2008) beschreiben den Prozess des *Social Marketings* als schwieriger im Vergleich zum kommerziellen Marketing. Beide jedoch müssen ihre Zielgruppen inklusive ihrer Bedürfnisse und Wünsche kennen, um die Leistungen verkaufen und Strategien entwickeln zu können (vgl. Kotler et al. 2008, S. 13). Reinbacher (2014) sieht im *Social Marketing* die Möglichkeit, den Blick nach außen über die Marktforschung hinweg zu erweitern. Es kann an den bestehenden Bedürfnissen und Bedarfen angesetzt und so ein Nutzen für die Menschen erwirkt werden. Auch erfolgt ein Interessenausgleich zwischen AnbieterInnen und NutzerInnen (vgl. Reinbacher 2014, S. 190).

Eine gezielte Verhaltensänderung, wie es das *Social Marketing* vorsieht, bedarf Schuhmacher (2004) zufolge einer gezielten Kommunikation. Nur so ist eine nachhaltige, gesellschaftliche Akzeptanz in Bezug auf das gewünschte Verhalten möglich. Die Kommunikation geht dabei über die reine Stimulation von menschlichen Bedürfnissen und deren Wünsche hinaus. Eine Einbeziehung von Produkt, Preis und Distribution kann nach Schuhmacher (2004) hilfreich sein. Aus der Sicht von Institutionen kann die Soziale Arbeit als Dienstleistung angesehen werden. Hier könnte aber eine Umorientierung oder Neuausrichtung der Dienstleistung angedacht werden. Die Preisthematik ist speziell für die Vergabe von Förderungen eine nicht außer Acht zu lassende Komponente. Die Distribution kam erst nach und nach in den Fokus. Mittlerweile werden Vertriebswege und die Ausrichtung des Standortes immer wichtiger. Ebenfalls zu beachten ist der auszuwählende Marketing-Mix und die Auswahl der dazugehörigen Kommunikationsinstrumentarien (vgl. Schuhmacher 2004, S. 23 ff.). Dazu zählen gezielte Werbungs- und Öffentlichkeitsarbeit, *Fundraising* und die Akquise von Spendengeldern, Pressearbeit, *Folder* und Informationsmaterial (vgl. Schuhmacher 2004, S. 25). Thaler (2012) schlüsselt die Marketingmethoden für den *Non-Profit-Sektor* in eine operative (traditionelle Methoden wie Preis, Distribution), eine strategische (Marketingplanung, Zielgruppenorientierung Dimension, ein zweckgebundenes Marketing, *Fundraising* und auch *Lobbying* im politischen Bereich

(vgl. Thaler 2012, S. 20 ff.) auf. In jüngster Zeit wird auch die verstärkte Nutzung von Online-Medien in die Marketing-Mix-Methoden mitaufgenommen. Das Internet zählt zu einem der wichtigsten Kommunikationskanäle der Neuzeit. Als Beispiel für die Nutzung können das *E-Fundraising* oder *E-Commerce* genannt werden (vgl. Schuhmacher 2004, S. 25). Aber auch die Nutzung von *Blogs* oder *Influencern* als Werbemittel zählen zu den Strategien der Verhaltensbeeinflussung.

„Unabhängig von Kommunikationsstrategien oder Medien ist die Erreichung sozialer Veränderungen stets ein schwieriger und lang andauernder Prozess. Sozialmarketing im Sinne der Ausführungen von Kotler strukturiert dabei die verschiedenen Elemente, führt sie zu einem Marketing-Mix zusammen. Durch seine Systematik weist Sozialmarketing über einfache Kommunikationsversuche hinaus und erhöht somit die Wahrscheinlichkeit, die gewünschte Reaktion herbeizuführen“ (Schuhmacher 2004, S. 25).

Moderne Sozialmarketing-Programme setzen auf die Analyse der eigenen Organisation und deren Marktpositionierung. Neben Personalgewinnung und dem Kauf von Sachmitteln hat im Bereich des Beschaffungsmarketings die Einwerbung zusätzlicher Finanzmittel (z. B. Spenden, Stiftungsgelder) mit Hilfe eines breiten Spektrums von *Fundraising* erhöhte Bedeutung gewonnen.

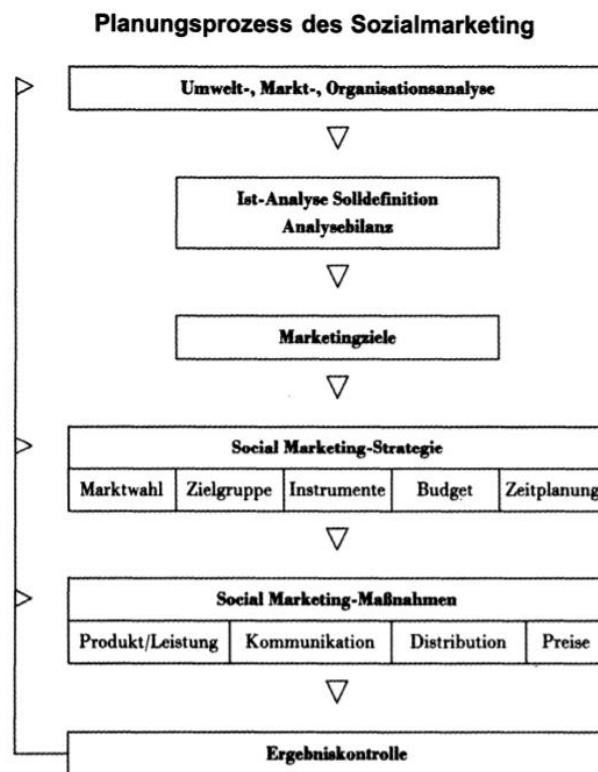


Abbildung 22 Planungsprozess im Social Marketing nach Schuhmacher 2004 (Schuhmacher 2004, S. 28)

Für die Abfallwirtschaft sind die Nutzung des *Social Marketings* und deren Wirkung nicht außer Acht zu lassen. Wie dieses Instrument gezielt zur Anwendung kommen könnte, wird in Kapitel

9.6 noch genauer analysiert. Zuvor wird der Fokus auf die Zielgruppen- und Marktsegmentierung gerichtet.

9.3. AIDA Modell

Im Werbewirkungsbereich ist das AIDA Modell eines der ältesten und bekanntesten Stufenmodelle des Marketings. Es stellt ein Akronym für ein Werbewirkungsprinzip dar.

Das Modell ist durch aufeinanderfolgenden Stufen gekennzeichnet, die hierarchisch aufgebaut sind (vgl. Lammenett 2019, S. 155).

- *Attention* – Aufmerksamkeit
- *Interest* – Interesse
- *Desire* – (Kauf-)Verlangen
- *Action* – Handlung (vgl. Lammenett 2019, S. 155).

Das Modell ist so konzipiert, dass jegliche Werbung darauf abzielt, die Kaufhandlung der KonsumentInnen anzuregen. Diese durchlaufen dabei die Stufen in hierarchischer Reihenfolge. Zunächst wird durch wirksame Werbung die Aufmerksamkeit erlangt und folglich das Interesse am Produkt geweckt. Es entsteht ein sogenanntes Kaufverlangen, den Artikel oder das Produkt zu erwerben. Das Modell endet, sobald die Kaufhandlung durchgeführt wurde. Der Konsument, die Konsumentin wird dabei in allen Stufen durch gezielte Werbung begleitet. Die erste Aufgabe besteht demnach darin, eine Aufmerksamkeit zu erzeugen und ein Bewusstsein dahingehend zu schaffen, dass sich die KonsumentInnen für das Produkt/den Werbegegenstand interessieren. Ist das Interesse geweckt, liegt es an der Werbewirkung auch noch zum Kauf anzuregen. Wird der Kaufentscheidungsprozess detaillierter in Betracht gezogen, wird ersichtlich, dass dieser über die reine Werbewirkung und das Wecken des Interesses hinausgeht. Dies zeigt sich vor allem dann, wenn es sich um eine Kaufentscheidung für ein kostenintensiveres Produkt handelt. Hier fällt deutlich auf, dass Spontankäufe eher seltener getätigt werden, da sich die KundInnen meist intensiv mit dem Produkt auseinandersetzen und auch einen selbstständigen Preisvergleich in Betracht ziehen (vgl. Lammenett 2019, S. 155).

Das AIDA Modell zählt zu den sogenannten Prozessmodellen. Bei diesen handelt es sich um mehrere zusammenhängende Prozessphasen, die KonsumentInnen durchlaufen. Dem Modell wird unterstellt, dass es sich um einen hierarchischen Aufbau handelt. Erst nach Abschluss der ersten Stufe kann die nächst höhere erreicht werden. In der Umsetzung bedeutet dies, dass erst nach Erreichung der Aufmerksamkeit das Interesse in den Fokus gelangen kann. Die Abfolge der Stufen erfolgt hierarchisch. (Bruhn 2016, S. 214).

Die meisten ExperInnen und WissenschaftlerInnen sehen das AIDA Modell als überholbar und deswegen veraltet an. Dennoch ist es nach wie vor viel zitiert und findet bei diversen Aus- und Weiterbildungen seinen Platz. Entgegen den neuesten Erkenntnissen der Hirnforschung

nimmt das AIDA Modell an, dass ohne eine bewusste Aufmerksamkeit keinerlei Wirkungsfaktoren auf die KonsumentInnen bestehen können. Dementsprechend kristallisiert sich die Aufmerksamkeitsthematik als wohl eines der zentralen Probleme des Marketings im 21. Jahrhundert. In der Hirnforschung finden sich jedoch Studien, die zeigen, dass Signale, die unter anderem durch Werbung seine Wirkung entfalten, auch wenn diese nur implizit oder nebenbei wahrgenommen und verarbeitet werden. Es ist die periphere Aufmerksamkeit, die das Gehirn bestimmen lässt, wohin sich die Aufmerksamkeit als nächstes richtet (vgl. Scheier, Held 2009, S. 233).

9.4. Einfluss durch InfluencerInnen und Social Media Marketing

Influencer-Marketing ist ein Phänomen, das erst in den letzten Jahren für Forschungszwecke relevant wurde.

„Influencer-Marketing hat gegenüber anderen Marketingdisziplinen einen weiteren gravierenden Vorteil, denn es bietet vielfältige Optionen der Einflussnahme im Kaufentscheidungsprozess. Diese gehen über das bekannte AIDA-Modell hinaus. Die Einflussnahme anderer Marketingmaßnahmen endet häufig bei der Bedarfsweckung (Desire)“ (Lammenett 2019, S. 155).

Immer mehr Unternehmen nutzen für die eigenen Marketingzwecke *InfluencerInnen*, die in diversen *Social-Media*-Kanälen für ihre Produkte werben. *InfluencerInnen* sind Personen des öffentlichen Lebens, die in den *Social-Media* -Kanälen präsent sind und sich durch eine gewisse Anzahl von *Followern* auszeichnen. Stevens (2018) unterscheidet Mikro- und Macro-*InfluencerInnen*. Mikro-*InfluencerInnen* haben eine maximale *Followeranzahl* von 10 000 Personen. Sie können spezifischer Inhalte vermitteln und für diese werben. Vor allem junges Zielpublikum wird durch *Social-Media*-Auftritte angesprochen. Grundsätzlich kann aber davon ausgegangen werden, dass alle Personengruppen, die sich im Bereich der *Social Media* bewegen, angesprochen werden können (vgl. Stevens 2018, S.97 ff.). Unternehmen, die auf *Influencer-Marketing* zurückgreifen, stehen oft vor der Herausforderung, geeignete Personen für die Erreichung ihrer Zielgruppe zu finden. Mittlerweile gibt es eine Vielzahl an BloggerInnen und Personen, die sich selbst als *InfluencerInnen* betiteln. Auch die Rechtslage ist bis dato noch nicht vollkommen schlüssig. Aufgrund des neuen Phänomens bestehen einige Rechtsdokumente, die sich laufend verändern und stets neue Regeln hervorbringen.

Influencer-Marketing ist nicht immer positiv gesehen. Bis dato ist der Einfluss und die Wirkung von *InfluencerInnen* nur am Rande erforscht. So finden sich auch wenig Forschungserkenntnisse über die Einflussnahme bei der Entscheidungsfindung von KonsumentInnen. Fest steht lediglich, dass *InfluencerInnen* ihren Beitrag zur Erreichung der Kommunikationsziele von Unternehmen leisten. Stevens (2018) thematisiert die Beeinflussung durch *InfluencerInnen*, vor

allem bei den sogenannten *Digital Natives*. *Digital Natives* sind junge Menschen, die das Internet und *Social Media* täglich konsumieren. Auch deren Konsumententscheidungsverhalten ist noch nicht völlig ausgereift. Sie sind, Stevens (2018) zufolge, noch in ihrer Entwicklungsphase und lassen sich so leichter beeinflussen. Ebenfalls orientieren sich junge Menschen verstärkt an Älteren und suchen sich gezielt ihre Vorbilder aus. In ihrer Identitätsentwicklung ist es ganz natürlich, dass sich junge Menschen am Verhalten älterer orientieren. Sie suchen sich Menschen aus, denen sie nacheifern können. Hier kann *Influencer-Marketing* ansetzen und für die Jungen eine prägende Funktion einnehmen. Ob dies positiv oder negativ ist, sei an dieser Stelle dahingestellt. Hinsichtlich der Einflussnahme auf die Entscheidungsfindung thematisiert Stevens (2018) folgende Aspekte. Ein erster Punkt zeigt sich im sogenannten Halo-Effekt. Unter dem Halo-Effekt werden Zuschreibungsmuster von Eigenschaften von einer Person auf eine andere verstanden. Wird jemand als sympathisch befunden, werden dem Menschen weitere positive Eigenschaften zugesprochen. Jugendliche, die *InfluencerInnen* als Vorbilder ansehen und ihnen positive Merkmale zuordnen, empfinden diese und somit seine Werbung für ein Produkt meist als glaubwürdig. Die Rekognitionsheuristik beschäftigt sich mit Entscheidungen basierend auf einer geringen Informationsdichte. Die Entscheidung für beziehungsweise gegen ein Produkt, wenn es in der Annahme eine Wahl zwischen zwei gibt, wird aufgrund eines spezifischen Charakteristikums getroffen. Zum Beispiel kann dies durch einen Werbespot oder basierend auf der Empfehlung eines/r *InfluencerIn* geschehen. Andere Informationen werden nicht mehr eingeholt (vgl. Stevens S. 100 ff.).

„(...) eine jugendliche Konsumentin das Bedürfnis nach einem hautverfeinernden Kosmetikprodukt hat. Um dieses zu erwerben, begibt sich der weibliche Teenager in einen Drogeriemarkt. Bei der Entscheidungsfindung für eines der dargebotenen Produkte erinnert sich die Jugendliche an einen Beitrag einer ihr bekannten Influencerin, die ein Schminktutorial mit einem der dargebotenen Kosmetika bei YouTube veröffentlichte und sich positiv über dieses Produkt äußerte. Die Konsumentin wird nun möglicherweise eben dieses Make-Up-Produkt als besonders wertvoll in Bezug auf das Kriterium „hautverfeinernd“ bewerten und sich daher gegebenenfalls für dieses entscheiden und keine weiteren Informationen zum Vergleich anderer Produkte zu Rate ziehen“ (Stevens 2018, S. 102).

Aber nicht nur für Unternehmen und deren Produkte posten die *InfluencerInnen*. In einem Artikel des Zukunftsinstituts Deutschland wird vom Wandel des/der *InfluencerIn* zum/zur *SinfluencerIn* gesprochen. Aufgezeigt wird, dass immer mehr *InfluencerInnen* sich für Umweltthematiken, Nachhaltigkeit und sinnhaftes Konsumverhalten, wie auch plastikfreies Einkaufen einsetzen und sich dazu äußern (vgl. Kochwasser, Garff 2020, o.S.). Diese Personen erreichen damit eine immer breitere Community, vor allem unter den sogenannten 2000er Kindern,

der Generation Z. Diese Generation identifiziert sich laut dem Facebook Report 2019 immer stärker mit dem Thema Nachhaltigkeit. Ihr Kaufverhalten richtet sich entscheidend nach den Richtlinien ihrer Prinzipien. So stellt der Artikel auch klar, dass Unternehmen durch genau diese SinnfluencerInnen gezielt für ihre nachhaltigen Produkte und ihr Umweltengagement werben können – speziell in dieser zukunftssträchtigen KonsumentInnengruppe. Einen weiteren wichtigen Aspekt zeigen Kochwasser und Garff (2020) auf. Es sind die Ideale einer Person, die einen Einfluss auf das Konsumverhalten haben. Entspricht ein Produkt dementsprechend den zugrundeliegenden Werten einer Person, wird dieses gekauft (vgl. Kochwasser, Garff 2020, o.S.).

9.5. Schlussfolgerungen für Abfallvermeidung

Werbung und Marketing wirken bewusst auf das Verhalten von KonsumentInnen ein. Gezielte und passgenaue Strategien, die auf einem umfassenden und zielgruppenorientierten Marketingkonzept beruhen, entfalten ihre Wirkung. Ein erster wichtiger Aspekt zeigt sich im Kennen der Zielgruppen und ihren Charakteristika. Hierzu bietet die Sinus-Milieu Forschung eine gute Grundlage. Klar ersichtlich wurde, dass die österreichische Gesellschaft heterogen ist. Marketingmaßnahmen müssen sich an den jeweiligen Zielgruppen orientieren. Eine präzise Forschung ist dahingehend unerlässlich. Die Zielgruppe muss gekannt und ihre Bedürfnisse erforscht werden. Sehr effektiv hat sich hierbei die Wirkung des *Social Marketing* gezeigt.

9.6. Bereich des Social Marketing:

Eine wichtige Grundlage für Bewusstseinsbildungsmaßnahmen im Bereich Abfallvermeidung zeigen die Instrumente und Wirkungsweisen des *Social Marketing* auf. *Social Marketing* zielt darauf ab, bewusst auf Emotionen und menschliches Verhalten einzuwirken.

Das angestrebte gewünschte Verhalten ist die Vermeidung von Abfällen, insbesondere der Konsum von verpackungsfreien Lebensmittelprodukten. Gesamtgesellschaftlich hat dies einen großen Nutzen, denn Abfallvermeidung wird positiv beeinflusst. Es ist vor allem der gesamtgesellschaftliche Nutzen, der für das *Social Marketing* eine wesentliche Rolle spielt. Eine Verbindung kann hier zwischen dem Konzept *des Social Marketing* und den Achtsamkeitstheorien hergestellt werden. Beide Konzepte sprechen gezielt Emotionen an, die sich auf bewusstseinsbildende Prozesse auswirken. Auch die sozialen Praxistheorien lassen sich mit diesem Marketingkonzept gut vereinbaren. Ein weiterer Aspekt liegt in der Betrachtung der *InfluencerInnen* und ihren Einflussnahmen speziell auf jüngeres Publikum. Immer mehr *InfluencerInnen* wirken im Nachhaltigkeitsbereich und werben für umweltbewusstes Handeln. Im Bereich der Abfallvermeidung kann dieses neuartige Phänomen gut genutzt werden, sofern die rechtlichen Rahmenbedingungen sowie ethische Aspekte eingehalten werden. Positive Vorbilder leisten für junge, aber auch für ältere Menschen einen Beitrag zur Bewusstseinsbil-

dung. Ihre Reichweite und Wirkungsweise könnte auf die Vermittlung von Wissen und Handlungsoptionen ausgeweitet und spezifisch für nachhaltiges Konsumieren im Sinne der Vermeidung von Abfall eingesetzt werden.

10. Illustrative Fallstudie Unverpackt Möbel Spar Austria

Im Rahmen des Projektes des 1,2,3 Verpackungsfrei an der Universität Graz war die Verfasserin dieser Arbeit an der Konzeption einiger qualitativer und quantitativer Studien beteiligt, die sich mit dem Modell der Unverpackt-Möbel bei Spar AG auseinandersetzen. In diesem Kapitel werden die unterschiedlichen Erhebungen, die während der vergangenen zwei Jahre durchgeführt wurden, kurz dargestellt und die wichtigsten Ergebnisse zusammengefasst.

Das Projekt 1,2,3 Verpackungsfrei wird an der Universität Graz als universitäre, wissenschaftliche Begleitung der Unverpackt-Möbel der Spar Austria AG umgesetzt. Seit Beginn werden unterschiedliche wissenschaftliche Erhebungen durchgeführt. Mithilfe der Unverpackt-Möbel wird versucht, abfallarmes Einkaufen gezielt umzusetzen und in den alltäglichen Konsum zu integrieren. Die Universität unterstützt dabei mit diversen empirischen Untersuchungen im Bereich der Bewusstseinsbildung für Abfallvermeidung. Das innovative Konzept der Unverpackt-Möbel von Spar Austria bietet eine kreative Möglichkeit, verpackungsreduziertes Einkaufsverhalten in konventionelle Supermärkte zu integrieren.



Abbildung 23 Unverpackt-Möbel Standort Eurospar Kastner&Öhler Graz

Die Unverpackt-Möbel wurden an einigen Standorten von Spar in der Steiermark ab November 2020 im Probebetrieb implementiert. Die Abfüllstationen bieten für KundInnen die Möglichkeit, sich diverse Lebensmittel verpackungsfrei und in den gewünschten Mengen selbst abzufüllen. Die Auswahl der angebotenen Produkte basierte auf einer zuvor von Spar selbst durchgeführten Umfrage unter den KundInnen.

Die Vorteile der neuen Abfüllstationen werden im ökonomischen und ökologischen Bereich gesehen. Die gewünschte Produktmenge kann einerseits selbst abgefüllt und gemessen werden und andererseits wird Verpackungsmaterial vermieden. Die Stationen bestehen aus Behältnissen, sogenannten Bins, die mit diversen Lebensmitteln gefüllt sind. Mittels eines Hebels können die KundInnen die Mengen abfüllen und an einer Waage abwiegen. Die KonsumentInnen können die Lebensmittel in ihre eigenen Behältnisse abfüllen. Spar stellt an dieser Stelle auch Papiersackerl zur Verfügung. Die Produkte sind vor allem aus dem regionalen steirischen Bereich und in der Kategorie Bio einzuordnen. Ebenfalls werden nationale Produkte wie diverse Nusssorten oder auch Basmati-Reis angeboten. Zu den am meisten verkauften Produkten von Jänner 2021 bis Mai 2021 in allen Filialen mit Unverpackt-Möbel zählen die „SPAR Bio Jumbo Cashews“, die „Lieber Gesund Bio Haferflocken“ und die „Fuchs Steirischer Reis Mittelkorn poliert“.

Der Implementierungsprozess der Unverpackt-Möbel wurde von universitärer Seite begleitet. Die bewusstseinsbildenden Aspekte wurden auf Basis einer sekundären Literaturanalyse zu Handlungs- und Lerntheorien konzipiert. Die diversen zugrunde gelegten Konzepte wurden im Rahmen dieser wissenschaftlichen Arbeit bereits ausführlich thematisiert.

Im Rahmen der wissenschaftlichen Begleitung wurden eine qualitative und drei quantitative Erhebungen konzipiert und durchgeführt. In der nachstehenden Tabelle wird ein Überblick über die durchgeführten Studien gegeben.

	Studie 1	Studie 2	Studie 3	Studie 4
Methodisches Vorgehen/Befragungszugang	Quantitative Online-Befragung	Quantitative Online-Befragung	Quantitative Befragung	Qualitative Interviews
Forschungszugang	Erhebung des vorhandenen Wissensstandes um verpackungsfreies Einkaufen	Erhebung von vorhandenen Motivations- und vorhandene Informationsquellen	Untersuchung des Implementierungsprozesses der Unverpackt-Möbel und KundInnenprofil	Einstellungsuntersuchung zu verpackungsfreien Einkaufen
Zielgruppe der Untersuchung	Österreichische Bevölkerung	Bevölkerung Steiermark	Spar-KundInnen in der Steiermark	Bevölkerung Steiermark

Erhebungszeit- raum	Mai-Juni 2020	Mai-Juni 2021	Mai bis Juni 2021	Mai-Juni 2021
Anzahl der TeilnehmerIn- nen	718	332 davon 290 in die Analyse miteinbezogen	106	30

Abbildung 24 Überblick der durchgeführten Studien im Rahmen des Projektes 1,2,3 Verpackungsfrei (eigene Abbildung)

10.1. Quantitative Erhebung 1 - Erhebung des vorhandenen Wissenstandes

Ziel der ersten quantitativen Erhebung im Frühjahr 2020 war es, eine IST Stand Erhebung zum Thema verpackungsfreies/verpackungsarmes Einkaufen durchzuführen. Untersucht wurde dabei der Wissensstand der KonsumentInnen in Bezug auf unverpackte und verpackungsarme Waren in konventionellen Supermärkten. Festzuhalten ist, dass die Ergebnisse keine Rückschlüsse auf die Grundgesamtheit zulassen.

Durch die Corona-Situation wurde die Befragung online durchgeführt und erreichte keine breite Streuung durch Alter, Geschlecht und Bildungsschichten. Die TeilnehmerInnen waren vor allem weiblich, zwischen 20 und 35 Jahre alt und hatten einen höheren Bildungsabschluss. Fast alle haben sich bereits bewusst mit verpackungsfreiem Einkaufen beschäftigt und kennen das vorhandene Sortiment im Supermarkt. Die Statistiken zeigten, dass die befragten Personen eher zu verpackungsfreien/armen Produkten tendieren als zu anderen, vor allem im Bereich Obst, Gemüse und diversen Brot- und Backwaren. Differenzierter wird es bei der Mitnahme von eigenen Behältnissen. Dieses System wird bereits gekannt (wie Käse und Wurst in eigene Behältnisse zu verpacken), jedoch nur von knapp 20% der Befragten genutzt. Gleiche Werte zeigten sich bei diversen Molkereiprodukten. Hier wird eher zu fertig verpackten Lebensmitteln gegriffen als zu anderen. Festgestellt wurde ebenfalls, dass das vorhandene Wissen über diverse Artikel zwar vorhanden ist, die eigene Handlungsumsetzung aber nicht.

Die KonsumentInnen kennen die Produktgruppen, die sie verpackungsfrei/arm erwerben können, jedoch entscheiden sie sich schlussendlich doch für den Einkauf von bereits fertig verpackten Waren. Auch die Bereitschaft Produkte selbst abzufüllen ergab, dass mehr als die Hälfte der Befragten dazu bereit wären, die letzte Umsetzungsstufe dazu ist aber noch nicht vorhanden. Die befragten Personen gaben an, dass sie es als umständlich ansehen, eigene Behältnisse in den Supermarkt mitbringen zu müssen, und äußerten ebenfalls hygienische Bedenken. Als positive Faktoren wurden der geringere Haushaltsabfall sowie der Umweltaspekt genannt. Dies wären zwei Aspekte, auf die auch Bewusstseinsbildungsmaßnahmen aufbauen könnten.

10.2. Quantitative Erhebung 2

Ähnliche Erkenntnisse konnten aus der zweiten quantitativen Erhebung im Frühjahr 2021 gezogen werden. Die Studie wurde aufgrund der Corona Situation ebenfalls online durchgeführt, allerdings diesmal nur dezidiert bei KundInnen von SPAR. Ein Bonus war der Hinweis auf die Studie, der mittels Flyer in den Spar-Filialen in der Steiermark auflag. Die Ergebnisse bestätigten die erste quantitative Untersuchung. Die KonsumentInnen verfügen bereits über ein Wissen zu verpackungsfreiem Einkaufen und nehmen dieses auch in Anspruch, vor allem im Bereich von Obst und Gemüse und den Mehrwegsystemen. Bestätigt wurden ebenfalls die Ergebnisse für die Nutzung von unverpackten Produktgruppen. Diese seien umweltschonender, produzieren weniger Haushaltsabfälle und sind Teil eines umweltbewussten Lebensstiles. An diesem Punkt findet sich einer der aussagekräftigsten Punkte in Hinblick auf Bewusstseinsbildung. Unverpackte Produkte seien Teil eines umweltbewussten Lebensstiles, der vor allem jüngeres Zielpublikum anspricht (siehe Kapitel 9.4).

Auch *Social Marketing* oder auch Formen der GCE könnten an diesem Aspekt anknüpfen, um Bewusstsein zu erzeugen. Ein interessanter Aspekt zeigte sich auch hinsichtlich bereits genutzter Möglichkeiten des unverpackten Einkaufens. Am häufigsten wurde hierbei die Nutzung von eigenen Einkaufssackerl (Stoffsackerl) genannt. An dieser Stelle kann geschlussfolgert werden, dass seit dem Verbot von Gratis-Plastiksackerl in Supermärkten die breite Öffentlichkeit eher auf eigene Einkaufssackerl zurückgreift und diese selbst mitbringt, als im Supermarkt an der Kasse ein neues Stoff- oder Papiersackerl zu erwerben. Somit zeigen auch gesetzliche Maßnahmen und die vorhandenen Ressourcen in den Supermärkten ihre Wirkung. KonsumentInnen, die einen leichteren Zugang zu unverpackten Produkten erhalten, könnten diese eher in Anspruch nehmen. An dieser Stelle kann ein Verweis auf die Verhaltensökonomie und deren theoretischen Maßnahmen gemacht werden (siehe Kapitel 6.6.3).

10.3. Quantitative Erhebung 3

In der dritten quantitativen Erhebung im Frühjahr 2021 wurde der Prozess der Implementierung des Unverpackt- Möbels bei SPAR hinsichtlich der Wirksamkeit der Marketingmaßnahmen in Bezug auf die NutzerInnen untersucht. Mithin wurden auch Auffälligkeiten im Implementierungsprozess, um Bereiche identifizieren zu können, die einer Verbesserung bedürfen. Im Zuge der Forschung wurde ein NutzerInnenprofil erstellt. Ziel war es, herauszufinden, wer die Unverpackt-Möbel nutzt und wie das Preisempfinden dafür ist. Aus der Studie konnte das Fazit gezogen werden, dass der Implementierungsprozess bereits gut umgesetzt wurde. In den Bereichen der Öffentlichkeitsarbeit und Produktauswahl wird jedoch Verbesserungsbedarf gesehen.

Das Wissen über vorhandene unverpackte Produktgruppen wird meist über persönliche Gespräche oder den Freundes- und Bekanntenkreis bezogen. Es besteht bereits eine große Bereitschaft für eine Veränderung des Kaufverhaltens unter den Befragten. Vorhandene unverpackte Produkte werden genutzt und auch das Wissen über diverse unverpackte Lebensmittel ist vorhanden. Unterschiede lassen sich auch zwischen dem vorhandenen Wissen und der tatsächlichen Nutzung erkennen. Dieser Vergleich konnte auch in der Umfrage letztes Jahr gezogen werden. Viele ProbandInnen wissen über diverse Möglichkeiten „unverpackt“ einzukaufen, nehmen dieses Angebot aber nicht wahr. Ein interessantes Ergebnis ergab auch die Frage zur Informiertheit der Personen über unverpackte Produktgruppen. Die Befragten gaben an, sich sowohl „ausreichend“ als auch „nicht ausreichend“ informiert zu fühlen. Auch hinsichtlich der Informiertheit kann ein Anknüpfungspunkt aufgezeigt werden. Wie bereits aus dem Fazit der Erhebung ersichtlich wurde, bedarf es einer verstärkten Öffentlichkeitsarbeit. Wissensvermittlung ist im Bereich der BNE ein essentieller Bestandteil, um vorhandene Kompetenzen in Bezug auf Abfallvermeidung zu erhöhen und das vorhandene Reflexionsvermögen zu verstärken.

10.4. Qualitative Erhebung

Ergänzend zur zweiten und dritten quantitativen Studie wurden 30 qualitative halbstrukturierte Interviews durchgeführt. Die Auswahl der ProbandInnen erfolgte aus dem persönlichen Umfeld der Interviewer, damit eine möglichst breite Streuung in Alter, Bildung und Geschlecht erzielt werden konnte. Die Interviews wurden mittels Inhaltsanalyse ausgewertet. Vielfach ist bereits ein breites Wissen über verpackungsarme Produktgruppen im Supermarkt vorhanden. Verpackungsarme Produktgruppen werden aufgrund des bereits vorhandenen Wissens und des Zugangs zu diesen Produkten genutzt. Entscheidend ist auch der Preis. Viele Befragte empfinden unverpackte Produkte als wesentlich teurer als verpackte. Plastik als Material wurde fast einstimmig als am umweltschädlichsten empfunden. Sehr interessante Ergebnisse lieferte die Frage nach der persönlichen Meinung zu Verpackungen.

Die Befragten waren sich darüber einig, dass zu viel Verpackungsmaterialien verwendet werden und diese reduziert werden sollten. Verpackungen seien aber notwendig, vor allem zum Schutz von empfindlichen Lebensmitteln. Hier wurden besonders verderbliche Lebensmittel wie zum Beispiel Fleisch genannt. Die Möglichkeit des Recyclings wird als positiv angesehen. Ähnlich den Ergebnissen der dritten quantitativen Erhebung zeigten auch die Interviews, dass der Fokus verstärkt auf Öffentlichkeitsarbeit und Informationsvermittlung im Bereich verpackungsfreies Einkaufen und Abfallvermeidung gelegt werden muss.

10.5. Schlussfolgerungen aus den Erhebungen

Aus allen Studien heraus kann die Erkenntnis gewonnen werden, dass die Befragten bereits ein fundiertes Wissen um Produktgruppen des verpackungsfreien Einkaufens besitzen. Auch

die Bereitschaft diese zu nutzen, ist unter den ProbandInnen weit verbreitet gewesen. Die letzte Nutzung der unverpackten Produkte ist noch nicht ausreichend vorhanden. Unverpackte Produkte zu nutzen spiegelt einen umweltbewussten Lebensstil wider, ist nachhaltig und auch die Menge des eigenen Haushaltsabfalles lässt sich reduzieren. An diesen Punkten kann Bewusstseinsbildung für Abfallvermeidung anknüpfen. Durch die Nutzung von verpackungsarmen Waren kann Müll gezielt reduziert werden. *Social* Marketingmaßnahmen können sich die Aspekte des nachhaltigeren Lebensstiles und der Steigerung des Umweltschutzes zunutze machen. Allen gemein ist, dass es vermehrter und intensiverer Kommunikation und Information bedarf. Wissenssteigerung durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit kann sich positiv auf eine effektive Handlungsumsetzung auswirken.

11. Diskussion der Ergebnisse

Bildung und Lernen sind wesentliche Aspekte eines nachhaltigen Konsumverhaltens und einer nachhaltigen Prägung und Veränderung des Bewusstseins. Dies lässt sich auch bereits am Wort erkennen - Bewusstseinsbildung. In dieser Arbeit werden Einflussfaktoren auf die Ausprägung und Veränderungsmöglichkeit des Bewusstseins theoretisch aufgezeigt. Bildungs- und Lerntheorien bilden hierzu die Basis. Eine genauere wissenschaftliche Analyse der Bewusstseinsbildung braucht diese grundlegende literaturbasierte Aufarbeitung. In den vorausgegangenen Kapiteln wurden unterschiedliche Theorien und Konzepte aus unterschiedlichen wissenschaftlichen Disziplinen betrachtet, die für eine fachliche Auseinandersetzung der Bewusstseinsbildung in Bezug auf Abfallvermeidung grundlegend sind. Exemplarisch wurden hierzu Handlungstheorien aufgelistet und analysiert.

Die verschiedenen theoretischen Handlungstheorien werden in einem ersten Schritt aufgeschlüsselt und in weiterer Folge hinsichtlich der Kategorien Handlungsorientierung, Wissensgrundlage, dem Begriff Bewusstseinsbildung und der Motivation/Motivationsanreiz eingeordnet. Bevor eine Zuordnung erfolgen kann, bedarf es einer Definition der einzelnen verwendeten Kategorien.

Handlungsorientierung: Der Begriff ist vor allem im pädagogischen Kontext bekannt und wird dort häufig verwendet, um eine bestimmte Unterrichtsform, nämlich den handlungsorientierten Unterricht zu beschreiben. Unter Handlungsorientierung wird dabei die Erweiterung der Ganzheitlichkeit angesehen

Wissensgrundlage: Analyse des Wissens, auf dem die Theorie aufbaut. Welcher wissenschaftstheoretischen Richtung ist die Theorie zuzuordnen?

Bewusstseinsbegriff: In dieser Kategorie soll eine Definition herausgefiltert werden. Wie wird der Begriff in der jeweiligen Theorie definiert und dargestellt? Wie wird das Bewusstsein adressiert und auf welche Weise hin verändert werden?

Motivation- und Motivationsantrieb: Gibt es eine Strategie für eine erhöhte Motivation? Welche Reize werden gesetzt? Welche Motivationsfaktoren werden adressiert?

Theorie	Handlungsorientierung	Wissensgrundlage	Bewusstseinsbegriff	Motivation- und Motivationsantrieb
---------	-----------------------	------------------	---------------------	------------------------------------

Die Aufschlüsselung soll eine Erleichterung in der Zusammenführung und weiterführenden Analyse darstellen. Die Herausarbeitung der einzelnen Kategorien erfolgte selbstständig aus der Analyse der Literatur. Die Recherche zeigte, dass diese Punkte wesentliche Elemente für

den Kontext der Abfallvermeidung darstellen. Sie sind es, die es braucht, um aktiv bewusstseinsbildende Prozesse anzuregen und umzusetzen. In der Literatur sind vergleichbare Einordnungen schwer zu finden.

Theorie	Handlungsorientierung	Wissensgrundlage	Bewusstseinsbegriff	Motivation- und Motivationsantrieb
Maslows Bedürfnisorientierung	Bedürfnisorientiert	Menschliche Grundbedürfnisse	Höhere Bedürfnisse führen zu einem erweiterten Bewusstsein, Streben nach mehr	Bedürfnisbefriedigung, Streben nach höheren Zielen
Soziale Praxistheorien	Psychische und mentale Elemente - gewohnheitsorientiert	Persönliche Gewohnheiten und Wissensvermittlung von außen	Fähigkeiten, Kenntnisse und Kompetenzen	Extrinsisch – Wissen führt zu Verhaltensänderungen
Achtsamkeitstheorien	Östliche und westliche Praktiken	Wissen aus spirituellen und psychologischen Bereichen	Förderung von Achtsamkeit durch Praktiken der Meditation oder Selbstermächtigung	Design als Anreiz, intrinsisch motiviert
Transformatives Lernen	Kompetenzvermittlung	Soziales erlerntes Wissen sowie erlerntes Handlungswissen	Der resiliente Lerner, vermittelte Reflexivität erweitert das Bewusstsein	Intrinsisch – <i>intrinsic value</i>
Geplantes Handeln	Handlungsabsicht – Das Ergebnis der Handlung; Verhaltenskontrolle	Werte, Normen und Fähigkeiten	Äußerer Ausdruck von inneren Überzeugungen	Selbstwirksamkeit und soziale Zwänge und Normen
Health belief model			Gesundheitsbewusstsein	Kosten-Nutzen-Vorteil

Transtheoretische Model	Handlungsänderungen erfolgen in Stufen	Kognitive und affektive Prozesse	Problembewusstsein – Grundlage für Änderung des Verhaltens	Intrinsische Motivation
Verhaltensökonomik	Rationales Eigeninteresse	Psychologische Aspekte werden in die Ökonomie integriert	Auswahlmöglichkeiten führen zum Bewusstsein für nachhaltigere Alternativen	Von außen gesteuert, gute Alternativen aufzeigen

Abbildung 25 Überblick Handlungstheorien (eigene Abbildung)

Aus der Tabelle lässt sich erkennen, dass die Modelle auf unterschiedliche Einflussfaktoren aufbauen. Diese können auch im Kontext Abfallvermeidung herangezogen werden. Je nach Handlungstheorie werden unterschiedliche Aspekte angesprochen und hervorgehoben. In Bezug auf Abfallvermeidung ist wohl die Verhaltensökonomik hervorzuheben. Fokussiert werden hier Auswahlmöglichkeiten, die zu einem nachhaltigeren Bewusstsein beitragen sollen. Dabei trägt eine gezielte Beeinflussung von außen zu einem habitualisierten Prozess bei. Aus den Studien des Projektes 1,2,3 kann geschlossen werden, dass die Einführung der Unverpackt-Möbel eine solche Auswahlalternative darstellen. Den KonsumentInnen wird gezielt ein Modell präsentiert, das bewusst zur Abfallvermeidung beiträgt. Lebensmittel können selbst abgefüllt und unnötiges Verpackungsmaterial vermieden werden.

In der vorliegenden Arbeit wurden der Aspekt der Bewusstseinsbildung und dazu gehörige Handlungstheorien sowie deren Wirkungsindikatoren aufgeschlüsselt und untersucht.

Ausgehend von dem Begriff Bildung für nachhaltige Entwicklung wurden mittels Trichtersystem verschiedene Theorien und Praxiskonzepte auf ihre Spezifika und Einflussfaktoren hin analysiert.

Ein erster Blick auf die Modelle der Verhaltensforschung zeigt eine Zweiteilung der Argumentationen auf. Auf der einen Seite steht das individuelle rationale Vernunftmodell und auf der anderen die Sozialstrukturtheorien. Anders formuliert gibt es Schwerpunkte, die auf das Handeln einerseits beziehungsweise auf strukturelle Bedingungen andererseits gerichtet sind. Diese Modelle sind mittlerweile überholt und integrieren andere Aspekte, die zur Kategorisierung miteinbezogen werden, wie es die sozialen Praxistheorien oder auch die Motivationsforschung aufzeigen.

Dem *Behaviour Project Report 2014* zufolge sind die modernen Handlungstheorien in folgende Modelle aufzugliedern: in die geplante Handlungstheorie, das *Health Belief Model* und das transtheoretische Modell. Betrachtet man fortführend die Motivationsforschung und schreitet voran zu Maslows Bedürfnispyramide, führt wohl kein Weg an Herzberg und in weiterer Folge an Sterling (2010) vorbei.

Herzbergs (zit. in Zellweger 2004) Zwei Faktoren Modell ist zwar eher der Leistungssteigerung durch gezielte Motivation zuzuordnen, dennoch ergeben sich daraus wichtige Ansatzpunkte für die Verhaltensänderung. Es sind positive Motivatoren, die sich auf die Verhaltensänderung auswirken. Sterling zeigt den instrumentellen Wert des Wissens auf. Wissen wird demnach als Handwerkszeug vermittelt. Nachhaltigkeitsfaktoren werden als Handlungskompetenzen entwickelt. Sterling spricht auch von einem sogenannten intrinsischen Wert, der die Person von innen heraus zur Änderung des eigenen Verhaltens motiviert. Es braucht eine Motivation von innen heraus, anders kann Veränderung nicht passieren.

Auch aus den Lerntheorien lassen sich wichtige Aspekte der Verhaltensänderung und der Bewusstseinsbildung generieren. Lernen führt zu einer Veränderung der eigenen Kapazitäten. Illeris (2010) oder auch Mezirow (2000) (siehe Kapitel 8) beschäftigen sich hier mit den Aspekten des transformativen Lernens, das als ein Schlüsselement für Bildung für nachhaltige Entwicklung und daher für Handlungsänderungen gilt. Ein weiterer Baustein in der Bewusstseinsforschung ist Prochaskas (2010) transtheoretisches Modell der Verhaltensänderung. Dieses beinhaltet verschiedene Stufen, die durchlaufen werden.

Bewusstseinsbildung für Abfallvermeidung kann mithilfe aller handlungstheoretischen Ansätze gestützt werden. Wichtig erscheint eine spezifische Verknüpfung mit vorhandenen Marketingmaßnahmen und einer Bevölkerungsanalyse. Aus den diversen Studien im Projekt 1,2,3 Verpackungsfrei konnte festgestellt werden, dass sich bis dato vor allem jüngere Frauen mit dieser Thematik bewusst auseinandergesetzt haben. Bewusstseinsbildende Maßnahmen und die Auswahl von Handlungstheorien müssen daher gezielt ausgewählt und auf die speziellen Bedürfnisse der Bevölkerungsschichten angepasst werden.

Aus den Lerntheorien ist das Folgende abzuleiten. Hier sind vor allem die Prozesse der Assimilation und der Akkommodation von besonderer Bedeutung. Durch Assimilation kann auf ein vorhandenes Wissen aufgebaut werden. Dies lässt sich vor allem durch Informationen oder auch Werbemaßnahmen erwirken. Akkommodation erfordert hingegen mehr. Hier ist es notwendig, sowohl einen Prozess des Interesses als auch des Antriebes zu wecken, der vorhandene Verhaltens- und Handlungsschemata umstrukturiert, damit neue Verhaltensweisen herausgebildet werden können. Neue Verhaltensweisen herauszubilden ist auch der Fokus der

BNE und der GCE. Dafür braucht es einerseits Schlüsselkompetenzen, die erlernt und vermittelt werden müssen und andererseits die Schaffung von offenen und neuen Lernorten, an denen das Wissen in die Handlungspraxis umgesetzt werden kann. Das sogenannte *Service Learning* ist in diesem Zusammenhang besonders hervorzuheben, auch für die Vermittlung von kritischem Denkvermögen und Kompetenzen. Die Auseinandersetzung mit diversen Kompetenzen, Gestaltungs- und Schlüsselkompetenzen ist im Zusammenhang der BNE eine zentrale Komponente. Lernende erhalten hierbei die Möglichkeit, aktiv an der Gestaltung der Weltgesellschaft teilzunehmen und ihre Fähigkeiten einzubringen. Aus der Theorie der kognitiven Bewertung sowie der Theorie des geplanten Handelns und auch der Verhaltensökonomik lässt sich der Aspekt der Selbstbestimmung und persönlichen Kompetenz hervorheben. Selbstbestimmte Entscheidungen sind ein wichtiger intrinsischer Motivator, der zu veränderten Verhaltensweisen beiträgt. Selbstbestimmtheit in den eigenen Handlungsweisen zeigt sich auf Grundlage der vermittelten Kompetenzen und Fähigkeiten, wie sie in der BNE und im Kontext der Abfallvermeidung positiv hervorgehoben werden. Diese Schlüsselkompetenzen fokussieren ebenfalls das transformative Lernen, wie es von Steven Sterling (2010) positiv hervorgehoben wird. Speziell in Bezug zur BNE und somit auch im Kontext eines nachhaltigen Konsumverhaltens und der Abfallvermeidung spielt es eine große Rolle.

In diesem Kapitel wird abschließend nochmals Bezug auf die anfangs formulierten Forschungsfragen genommen und diese werden anhand der ausgearbeiteten Ergebnisse beantwortet.

Was ist und wie entsteht das Bewusstsein auf einer basalen Ebene?

Werth (2010) zufolge ist der Bewusstseinsbegriff nicht leicht zu fassen. Dies liegt darin begründet, dass er anders als andere Begriffe, wie Termini aus dem Fachbereich der Physik (Masse, Kraft, Geschwindigkeit), nicht eindeutig messbar oder greifbar ist. Das Bewusstsein besitzt einen subjektiven Wertgehalt. Gleich der subjektiven Empfindung von Schmerz ist auch das Bewusstsein in der Person selbst verankert. Im englischen Sprachraum wird das Bewusstsein auf zwei verschiedene Begriffe aufgeteilt – *awareness* und *consciousness*. Damit wird der Status des Wachsamens beschrieben. Ein wachsamere, aktiver Organismus ist sich seines Selbst bewusst. Als Beispiel kann der Zustand „ich bin wütend“ genannt werden: „Ich bin mir bewusst, dass ich wütend bin und diese Emotion empfinde.“

Was brauchen bestimmte Personengruppen, um ihre erlernten Handlungen nachhaltig zu verändern und aktiv ihre Handlungsbereitschaft und somit ihr Bewusstsein zu verändern?

Eine spezifische Aussage über individuelle Personengruppen ließ sich im Rahmen dieser Masterarbeit nicht herausarbeiten. Ein besonderer Fokus wurde auf verschiedene Handlungstheorien gelegt und ihre Merkmale in Bezug auf Motivation- und Bewusstseinsverständnis herausgearbeitet. Je nach Fokus der jeweiligen Theorie können daher unterschiedliche Faktoren der Handlungsbereitschaft abgeleitet werden. Eine graphische Darstellung findet sich im Kapitel 10 Bewusstseinsbildung für Abfallvermeidung. Jede Theorie bietet für sich wichtige Annahmen, die Verhalten- und Handlungsweisen beeinflussen.

Welche handlungs- und lerntheoretischen Konzepte können für die Bewusstseinsbildung herangezogen werden?

Es kann festgehalten werden, dass alle Konzepte wichtige Faktoren aufweisen, die für die Bewusstseinsbildung herangezogen werden können. Im Bereich Bewusstseinsbildung für Abfallvermeidung sind vor allem die sozialen Praxistheorien, die Verhaltensökonomik und die Achtsamkeitstheorien zu nennen. Alle drei Handlungstheorien liefern wichtig Erkenntnisse, die für bewusstseinsbildende Maßnahmen wirkungsvolle Indikatoren darstellen. Aus den sozialen Praxistheorien kann der Aspekt herausgefiltert werden, wie sich soziale Praktiken auf Konsumhandlungen auswirken und diese beeinflussen. Sie richten ihr Augenmerk stets auf individuelle Handlungen, die im sozialen Umfeld eingebettet sind. Soziale Praxistheorien werden bereits gezielt im technischen Bereichen und der Abfallwirtschaft eingesetzt. Achtsamkeitstheorien legen je nach Ausrichtung den Fokus auf innere Einstellungen und Selbstermächtigungskonzepte, die zu einem bewussteren Verhalten führen. Handlungstheorien in der Verhaltensökonomik sehen Verhaltensänderungen durch äußeres Einwirken beeinflussbar (siehe Lee et al. 2011). Beispielsweise durch das Aufzeigen von gesünderen Alternativen, die dennoch einer selbstbestimmten Entscheidung unterliegen.

Bezieht man sich auf die Lerntheorien (vgl. Kapitel 8), erweisen sich das transformative Lernen und das Konzept des *Service Learning* (vgl. Kapitel 8.3) als zentral. Im ersteren geht es um kritisches, problemlösungsorientiertes heuristisches Lernen, das sich an die gegebenen Umstände anpasst und nicht starr auf die Vermittlung von Wissensinhalten bezogen ist. Vorhandenes Wissen und gelebte Strukturen werden vermittelt und in einem gesellschaftlichen Kontext reflektiert. Sterling (2010) nennt in diesem Zusammenhang die Wichtigkeit einer *intrinsic view*, eines offenen, nie endenden Lernens. Der Aspekt des offenen und auf Reflexion ausgerichteten Lernens findet sich beim *Service Learning* wieder. Lernende erleben ihre Handlungen im sozialen Umfeld und arbeiten gemeinsam und individuell gezielt an Problemlösungsstrategien.

Welche Anreize brauchen KonsumentInnen, um ihr Handeln und Verhalten in Bezug auf Abfallvermeidung zu ändern?

Aus den Erhebungen der Sinus Milieu Forschung (vgl. Kapitel 9.1.2) ist festzuhalten, dass die österreichische Gesellschaft als heterogen anzusehen ist. Dementsprechend brauchen unterschiedliche Personengruppen unterschiedliche Anreiz- und Motivationssysteme, um ihr Handeln und Verhalten aktiv und nachhaltig zu verändern. Intrinsische als auch extrinsische Motivatoren können einen sowohl positiven als auch negativen Beitrag hierzu leisten. Generell kann aus den verschiedenen Theorien festgehalten werden, dass Umwelteinflüsse so gering wie möglich gehalten werden sollten. Aus der Verhaltensökonomik kann abgeleitet werden, dass das Aufzeigen von Handlungsalternativen und die besondere Leichtigkeit zum Zugang der „besseren“ Alternative dennoch zielführend sein kann. Wichtig ist es, die Selbstbestimmtheit der eigenen Handlungen stets aufrechtzuerhalten. Selbstbestimmung und Selbstermächtigung können generell als zentrale Anreizsysteme für Verhaltensänderung im Kontext Abfallvermeidung angesehen werden.

12. Schlussbemerkungen

Bereits am Ende jedes Kapitels wurden Schlussfolgerungen für Abfallvermeidung gezogen. In diesem Kapitel werden die vorhandenen Erkenntnisse nochmals zusammenfassend dargestellt, ein Ausblick auf weitere Forschungsmöglichkeiten gegeben sowie ein Resümee über das generierte Wissen zur Bewusstseinsbildung gezogen.

In der vorliegenden Arbeit wurden bewusstseinsbildende Aspekte diverser Handlungs- und Lerntheorien für Abfallvermeidung diskutiert. Der Bereich der Bewusstseinsbildung für Abfallvermeidung ist breit gefächert. Viele unterschiedliche Einflüsse wirken sich prägend auf bewusstseinsbildende Prozesse aus. Dies zeigte bereits die Grafik in Kapitel 1.4 auf. Wesentlich ist, dass vielfach bereits Wissen oder auch ein Bewusstsein über Abfallvermeidung und nachhaltigen Konsum vorhanden ist, aktive Handlungsrouitinen jedoch fehlen. Wissen und Wissensvermittlung stellen für den Bereich der Bewusstseinsbildung, vor allem im Kontext der BNE und auch der Abfallvermeidung, einen wesentlichen Aspekt dar. Maßnahmen im Bildungsbereich müssen darauf ausgerichtet sein, kritisches und reflexives Denken zu fördern. Dafür braucht es Wissen und die Bereitschaft, diesem Themenfeld gezielte Aufmerksamkeit zu schenken. Die Vermittlung von heuristischem Wissen, also jenem, das auf kreative Problemlösungsstrategien ausgerichtet ist, zeigt sich als entscheidender Aspekt. Handlungsweisen, die während des Sozialisationsprozesses erlernt werden und die in der alltäglichen Praxis angewendet werden, sind kritisch zu hinterfragen und gegebenenfalls zu überdenken. Eine Veränderung braucht mehr als den bloßen Willen. Wie aus den unterschiedlichen Handlungstheorien hervorgeht, vor allem aus dem Modell von Prochaska (2011), braucht es innere Motivation, überzeugende Einstellungen oder sonstige Motivatoren, die eine Änderung bewirken.

Social Marketing (vgl. Kapitel 9.2) fokussiert sich auf die Erreichung von menschlichen Emotionen und Bedürfnissen. Marketingstrategien zielen darauf ab, menschliches Verhalten hin zu einem sozial erwünschten Verhalten zu verändern. Dabei ist der gesamtgesellschaftliche Kontext von enormer Bedeutung. Sehr interessant ist die Kombination des *Social Marketings* in Verbindung mit *InfluencerInnen* (vgl. Kapitel 9.4) und auch den Achtsamkeitstheorien beziehungsweise den Sozialen Praxistheorien. Diese unterschiedlichen Komponenten könnten sich in einem gut abgestimmten Setting positiv beeinflussen und nachhaltige Verhaltensänderungen in Bezug auf Abfallvermeidung erzielen. Wie aufgezeigt werden konnte, ist die Vermittlung von Wissen ein wesentlicher Aspekt, der Handlungsveränderungen des Einzelnen und auch der Gesellschaft bewirken kann. Je mehr Wissen der Bevölkerung zur Verfügung gestellt oder auch praktisch erprobt wird, zum Beispiel durch die Methode Service Learning, umso besser können Handlungsrouitinen positiv verändert werden. Ein ähnlicher Aspekt findet sich in den Handlungs- und Schlüsselkompetenzen zur BNE (vgl. Kapitel 4.1.4). Durch die Vermittlung von spezifischen Kompetenzen, unter anderem kritischem, reflexivem Denkvermögen und

Wissen, kann Abfallvermeidung gezielt umgesetzt und nachhaltig in den Lebensalltag integriert werden. Es braucht die Schaffung von spezifischen Lehr- und Lernorten, in denen sich die Menschen entwickeln und entfalten können, ganz im Sinne der *intrinsic values* nach Sterling (2010). Die Schaffung von neuen Lehr- und Lernorten findet sich auch im Konzept des *Service Learning* in der GCE wieder. Die Selbstbestimmtheit in den eigenen Handlungsentscheidungen müssen in allen Lern- und Lehrfeldern positiv gefördert werden. Dazu können aus der Verhaltensökonomik einige Modelle herangezogen werden. Selbstbestimmtes Handeln kann nicht nur durch Wissen und Selbstermächtigung gefördert werden, sondern auch durch die Bereitstellung von Entscheidungsmöglichkeiten und alternativen Konsummöglichkeiten. KonsumentInnen können, wie in den Handlungstheorien zur Verhaltensökonomik (vgl. Kapitel 6.6.3) dargestellt wurde, selbst eine Wahl treffen, die jedoch in gewissem Maße von außen beeinflusst ist. Die Vermittlung von Wissen spielt in jeglichem Kontext eine erhebliche Rolle, so auch in der Bewusstseinsbildung für Abfallvermeidung. Es ist die Streuung des Wissens, die zu einem Systemwandel beitragen kann. Je mehr Menschen sich ihrer Handlungsalternativen bewusst sind, diese verinnerlicht haben und auch aktiv umsetzen, desto eher kann ein gesellschaftlicher Wandel umgesetzt werden. Dies zeigte sich bereits im ersten Zitat dieser wissenschaftlichen Abhandlung.

Abschließend ist folgendes festzuhalten: Bewusstseinsbildende Prozesse in Bezug auf nachhaltigen Konsum und Abfallvermeidung stellen keinen in sich abgeschlossenen Prozess dar. Dieser Prozess ist, wie das Konzept der Nachhaltigkeit selbst, einem stetigen Wandel unterworfen, aus dem es zu lernen gilt. Somit darf auch das Lernen nicht als fertiges Konzept angesehen werden. **Menschen zu resilienten, offenen und kritischen Lernenden auszubilden, die ihre Handlungen selbstbestimmt und reflektierend setzen, ist von enormer Wichtigkeit. Bewusstseinsbildung für Abfallvermeidung muss an diesen Punkten ansetzen und in allen Bereichen positiv gefördert werden.**

Die vorliegende Arbeit war nicht darauf ausgelegt, fertige Konzepte zur Bewusstseinsbildung im Bereich der Abfallvermeidung zu kreieren. Ziel war es, eine fundierte Analyse der vorhandenen Fachliteratur diverser Handlungs- und Lerntheorien anzustreben. Hier wurden die Grenzen der Arbeit gezogen. Der empirische Forschungsteil wurde durch illustrative Fallstudien aus meiner Mitarbeit im Projekt 1,2,3 Verpackungsfrei aufgezeigt, die in die Arbeit ergänzend mitaufgenommen wurden. Limitationen finden sich auch in der tieferen Analyse jeglicher Handlungs- und Lerntheorien. Diese wurden nur überblicksmäßig dargestellt und nicht in ihren Feinheiten betrachtet. Vielmehr sollte die Vielfalt an Konzepten aufgezeigt werden, die für Bewusstseinsbildung für Abfallvermeidung herangezogen werden können. Für weiterführende Studien wäre dieser Aspekt jedoch von enormen Interesse. Untersucht werden könnten die

Wirkungsfaktoren der einzelnen Theorien hinsichtlich ihrer Handlungsveränderungen und bewusstseinsbildenden Aspekte zur Abfallvermeidung. Auch empirische Untersuchungen der Anwendungsgebiete und im Speziellen auf die Unverpackt-Möbel könnten weiterführende Arbeiten anstreben.

Blickt man zurück auf die Frage, wie Bewusstsein für Abfallvermeidung geschaffen und erzeugt wird, kann schlussendlich festgehalten werden, dass diese Frage vermutlich nicht generell geklärt wird und für den Einzelfall dargestellt werden muss. Dass es aber eine andere Form der Kommunikation bedarf, geht klar aus dieser Arbeit hervor. Vorhandene Wissensressourcen müssen erweitert und für alle zugänglich gemacht werden. Neue Weltbilder und Ansichten müssen durch kreative Lern- und Bildungsorte geschaffen werden. Bildung und Informationsverbreitung in Bezug auf Abfallvermeidung bedarf noch gezielteren Aufklärungsinitiativen, die nicht mit einem Aspekt (wie einzelnen Marketingmaßnahmen) erreicht werden können. Benötigt wird die Entwicklung einer Kombination aus Wissen, Selbst- und Fremdbestimmtheit und der Kommunikation (Öffentlichkeitsarbeit, Marketingmaßnahmen etc.), auf welcher die Bewusstseinsbildung für Abfallvermeidung aufbaut.

13. Literaturverzeichnis

Agenda 21 (1992): AGENDA 21 Konferenz der Vereinten Nationen für Umwelt und Entwicklung, [(https://www.un.org/depts/german/conf/agenda21/agenda_21.pdf) (Zugriff am 23.10.2021)]

Agenda 21 (2002): Förderung der Schulbildung, des öffentlichen Bewußtseins und der beruflichen Aus- und Fortbildung, [(<http://www.agenda21-treffpunkt.de/archiv/ag21dok/kap36.htm>) (Zugriff am 21.10.2021)]

Agenda 2030 (o.J.): The Sustainable Development Agenda, [(<https://www.un.org/sustainable-development/development-agenda/>) (Zugriff am 23.10.2021)]

Ajzen, I (1991): The theory of planned behaviour. In: Organizational Behavior and Human Decision Processes, Volume 50, Issue 2, p.179-211

AWG (2002): Bundesrecht konsolidiert: Gesamte Rechtsvorschrift für Abfallwirtschaftsgesetz 2002, Fassung vom 03.11.2021, [(<https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20002086>) (Zugriff am 03.11.2021)]

Bilitewski, B, Härdtle, G (2013): Abfallwirtschaft: Handbuch für Praxis und Lehre. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Blickhan, D (2018): Positive Psychologie. Ein Handbuch für die Praxis. 2. überarbeitete Auflage. Paderborn: Junfermann

Bmu (2021): Nachhaltiger Konsum, [(<https://www.bmu.de/themen/nachhaltigkeit-digitalisierung/konsum-und-produkte/nachhaltiger-konsum>) (Zugriff am 22.10.2021)]

Bornstedt, M (2007): Kaufentscheidungs-basierte Nutzensegmentierung: Entwicklung und empirische Überprüfung von Segmentierungsansätzen auf Basis von individualisierten Limit Conjoint-Analysen. Göttingen: Cuvillier

Bruhn, M (2016): Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis. 3 überarbeitete Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

BMK (2017): Bundes-Abfallwirtschaftsplan 2017 Teil 1, [(https://www.bmk.gv.at/themen/klima_umwelt/abfall/aws/bundes_awp/bawp.html) (Zugriff am 03.11.2021)]

BMK (2021): Allgemeines zur Abfallwirtschaft, [(https://www.oesterreich.gv.at/themen/bauen_wohnen_und_umwelt/abfall/1/Seite.3790060.html) (Zugriff am 03.11.2021)]

Bundeskanzleramt (2021): Nachhaltige Entwicklung – Agenda 2030 / SDGs, [(<https://www.bundeskanzleramt.gv.at/themen/nachhaltige-entwicklung-agenda-2030.html>) (Zugriff am 22.10.2021)]

Conway, E (2011): Verhaltensökonomie. In: 50 Schlüsselideen Wirtschaftswissenschaft. Spektrum Akademischer Verlag

Deci, E, Ryan, R (1993): Die Selbstbestimmungstheorie der Motivation und ihre Bedeutung für die Pädagogik. In: Zeitschrift für Pädagogik 39: 2, S. 223-238

de Haan, G (2002): Die Kernthemen der Bildung für eine nachhaltige Entwicklung - In: ZEP: Zeitschrift für internationale Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik 25 (2002) 1, S. 13-20

de Haan G (2008): Gestaltungskompetenz als Kompetenzkonzept der Bildung für nachhaltige Entwicklung. In: Bormann I., de Haan G. (Hrsg.) Kompetenzen der Bildung für nachhaltige Entwicklung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

de Haan G (2008a): Gestaltungskompetenz als Kompetenzkonzept der Bildung für nachhaltige Entwicklung. In: Bormann I., de Haan G. (Hrsg.) Kompetenzen der Bildung für nachhaltige Entwicklung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, [(https://www.globaleslernen.de/sites/default/files/files/link-elements/die_zwoelf_kompetenzen_der_bne_de_haan.pdf) (Zugriff am 31.10.2021)]

Duden (2020): Bewusstsein, [(<https://www.duden.de/rechtschreibung/Bewusstsein>) (Zugriff am 21.10.2021)]

Fischer, D, Michelsen, G, Blättel-Mink, B, Di Giulio, A (2011): Nachhaltiger Konsum: Wie lässt sich Nachhaltigkeit im Konsum beurteilen? In R. Defila, A. Di Giulio, R. Kaufmann-Hayoz (Hrsg.): Wesen und Wege nachhaltigen Konsums. Ergebnisse aus dem Themenschwerpunkt "Vom Wissen zum Handeln - Neue Wege zum nachhaltigen Konsum". München: Oekom, S. 73-88

Freter, H, Hohl N (2010): Kundensegmentierung im Kundenbeziehungsmanagement. In: Georgi D, Hadwich K. (Hrsg.) Management von Kundenbeziehungen. Perspektiven – Analysen – Strategien – Instrumente. Wiesbaden: Gabler

Gaab, J (2009): PASA - Primary Appraisal Secondary Appraisal - Ein Fragebogen zur Erfassung von situations-bezogenen kognitiven Bewertungen. Verhaltenstherapie, 19(2) S.114-115

Grunerth, C (2012): Bildung und Kompetenz: Theoretische und empirische Perspektiven auf außerschulische Handlungsfelder. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

- Haferkamp, H** (1975) Soziologie als Handlungstheorie. 2. Auflage. Opladen: Westdeutscher
- Heckhausen, H, Heckhausen, J** (2018): Motivation und Handeln. Berlin: Springer
- Holzbauer, U** (2020): Nachhaltige Entwicklung: Der Weg in eine lebenswerte Zukunft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Irle, E** (1986): Lerntheorien. In: Unger, F (Hrsg.): Konsumentenpsychologie und Markenartikel. Heidelberg, Wien: Physica, S. 122-140
- Illeris, K** (2018): Contemporary Theories of Learning. Learning Theorists... In Their Own Words. New York: Routledge
- Illeris, K** (2010): Lernen verstehen: Bedingungen erfolgreichen Lernens. Leipzig: Julius Klinkhardt
- Klandt, H, Heindenreich, S** (2017): Empirische Forschungsmethoden in der Betriebswirtschaftslehre: Von der Forschungsfrage zum Untersuchungsdesign, eine Einführung. Berlin/Boston: de Gruyter
- Kochwasser, T., Garff, F.** (2020): Der Siegeszug der Sinnfluencer, [(<https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/marketing/der-siegeszug-der-sinnfluencer/>) (Zugriff am 10.05.2021)]
- Kotler, P, Lee, N** (2008): Social Marketing: Influencing Behaviors for Good. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: Sage
- Kruse, V** (2008): Geschichte der Soziologie. Konstanz: UVK
- Kunz, J, Quitmann, A** (2011): Der Einfluss von Anreizsystemen auf die intrinsische Motivation, Zeitschrift für Personalforschung (ZfP), Rainer Hampp Verlag, Mering, Vol. 25, Iss. 1, pp. 55-76, [<https://www.econstor.eu/bitstream/10419/71041/1/737586915.pdf> (Zugriff am 26.10.2021)]
- Lammenett, E** (2019): Praxiswissen Online-Marketing. Affiliate-, Influencer-, Content- und E-Mail-Marketing, Google Ads, SEO, Social Media, Online- inklusive Facebook-Werbung. 3 überarbeitete Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Maimam, L, Becker, M** (1974): The Health Beliefs Model.: Origins and Correlates in a Psychological Theory. In: Health Education Monographs, Volume 2, Issue 4, p. 336-353
- Miebach, B** (2010): Soziologische Handlungstheorie. Eine Einführung. 3. Aktualisierte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Morin, A** (2005): Levels of consciousness and self-awareness: A comparison and integration of various neurocognitive views. In: Consciousness and Cognition. July 2006

Niedderer, K (2014): Design for Behaviour Change: Full Project Report

Jaeger-Erben, M (2010): Zwischen Routine, Reflektion und Transformation – die Veränderung von alltäglichem Konsum durch Lebensereignisse und die Rolle von Nachhaltigkeit eine empirische Untersuchung unter Berücksichtigung praxistheoretischer Konzepte. Dissertation. Technische Universität Berlin

Prochaska, J, Redding, C, Evers, K (2015): The transtheoretical model and stages of change. In: **Glanz, K, Rimer, B, Viswanath, K** (2015): Health Behavior: Theory, Research, and Practice. S. 124-149

Pörksen, B (2011): Schlüsselwerke des Konstruktivismus. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Raffée, H, Sauter, B, Silberer, G (2013): Theorie der kognitiven Dissonanz und Konsumgüter-Marketing: Der Beitrag der Theorie der kognitiven Dissonanz zur Erklärung und Gestaltung von Kaufentscheidungen bei Konsumgütern. Wiesbaden: Gabler

Raithel, J, Dollinger, B, Hörmann, G (2009): Einführung Pädagogik. Begriffe · Strömungen Klassiker · Fachrichtungen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Reinbacher, P (2014): Paradigmenwechsel in der Sozialwirtschaft – Sozialmarketing als neue Steuerungsphilosophie? Eine Analyse unter Rückgriff auf T. Parsons. Österreich Zeitschrift für Soziologie (2014) 39:181–198

REWE Konzern Nachhaltigkeitswerbung (2020): Nachhaltigkeitswerbung, [<https://www.gemeinsam-nachhaltig.at/gemeinsame-initiativen/raus-aus-plastik/>] (Zugriff am 20.08.2020)]

Repetico (o.J.): Transtheoretisches Modell der Verhaltensänderung (Transtheoretical model of behavior change, TTM), [<https://www.repetico.de/card-60590521>] (Zugriff am 27.10.2021)]

Richtlinie 2008/98/EG des europäischen Parlaments und Rates vom 19. November 2008 über Abfälle und zur Aufhebung bestimmter Richtlinien [<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=CELEX%3A32008L0098> Zugriff m 10.11.2021)]

Richtlinie 94/62/EG des europäischen Parlaments und Rates vom 20. Dezember 1994 Verpackungen und Verpackungsabfälle, [<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=celex:31994L0062>] (Zugriff am 10.11.2021)]

Rudolph, Udo: (2013): Motivationspsychologie kompakt. Weinheim Basel: Beltz

Scheier, Christian., Held, Dirk (2009): Die Neuentdeckung des Unbewussten: Was wir von der Hirnforschung für Markenführung und Marktforschung lernen können. In: Meyer, Henning

(2009): Jahrbuch für Strategie und Praxis der Markenführung. Frankfurt/Main: Deutscher Fachverlag

Schildhammer, G (2009): Glück. Wien: Facultas

Schuhmacher, K (2004): Grundlagen des Sozialmarketings. In: Kreuzer, T (Hrsg.): Öffentlichkeitsarbeit für Nonprofit-Organisationen. Wiesbaden: Gabler

Schüle, Johann August (2012): Kompetenz und Funktionsniveaus. Subjekttheoretische Erweiterungen der Handlungstheorie. In: Schüle, J, Mozetic, G (Hrsg.): Handlungen. Neue Versuche zu einem klassischen Thema. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Sterling, S (2003): Whole Systems Thinking as a basis for paradigm change in education: explorations in the context of sustainability, [(<http://www.bath.ac.uk/cree/sterling/sterlingthesis.pdf>) (Zugriff am 31.10.2021)]

Sterling, S (2010): Learning for resilience, or the resilient learner? Towards a necessary reconciliation in a paradigm of sustainable education. In: Environmental Education Research Volume 16, Issue 5, p.511-528

Sterling, S (2010a) Learning for resilience, or the resilient learner? Towards a necessary reconciliation in a paradigm of sustainable education, Environmental Education Research, 16:5-6, 511-528

Sterling, S (2020): Transformative Education to Address All Sustainable Development Goals, [(https://www.researchgate.net/publication/337846108_Transformative_Education_to_Address_All_Sustainable_Development_Goals) (Zugriff am 30.10.2021)]

Stevens, T (2018): Manipulation durch Influencer Marketing, [(<https://journal-kk.de/wp-content/uploads/2018/09/Jkk201802.pdf#page=98>) (Zugriff am 10.10.2020)]

Singer-Bronowski, M (2016): Transformatives Lernen als neue Theorie-Perspektive in der BNE, [(https://www.researchgate.net/publication/303999776_Transformatives_Lernen_als_neue_Theorie-Perspektive_in_der_BNE) (Zugriff am 19.02.2021)]

Sinus (o.J): Sinus-Milieus® Österreich, [(<https://www.sinus-institut.de/sinus-milieus/sinus-milieus-oesterreich>) (Zugriff 27.10.2021)]

StWAG (2004): Landesrecht konsolidiert Steiermark: Gesamte Rechtsvorschrift für Steiermärkisches Abfallwirtschaftsgesetz 2004, Fassung vom 03.11.2021, [(<https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=LrStmk&Gesetzesnummer=20000937>) (Zugriff am 03.11.2021)]

Steiner, R (2011): Kompetenzorientierte Lehrer/innenbildung für Bildung für Nachhaltige Entwicklung Kompetenzmodell, Fallstudien und Empfehlungen. Münster: Monsenstein und Vannerdat

Straub, J (2010): Handlungstheorie. In: Mey, G, Muck K (Hrsg.): Handbuch qualitative Forschung in der Psychologie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Spar (2021): Gemeinsam Plastik Sparen mit Spar [<https://www.spar.at/nachhaltigkeit/produkte/verpackungen>] (am 14.12.2021)]

Spar Austria (2020) [<https://www.spar.at/nachhaltigkeit/produkte/verpackungen>; Zugriff am 20.8.2020)]

Südwind (o.J.): Start the Change. Handbuch für PädagogInnen. Engagement von Jugendlichen stärken für die Nachhaltigen Entwicklungsziele und das Thema Migration, Handbuch: Südwind

Thaler, J (2012): Verhaltensbeeinflussung durch Sozialmarketing. Eine Analyse der Gestaltungsmöglichkeiten, Wiesbaden: Springer Gabler

UNSustainabledevelopmentgoals (o.J.): [<https://sustainabledevelopment.un.org/topics/sustainableconsumptionandproduction>] (Zugriff am 21.08.2020)]

Umweltbundesamt (2020): Rechtsgrundlagen: Europäisches Recht, [<https://www.umweltbundesamt.de/themen/abfall-ressourcen/abfallwirtschaft/abfallrecht>] (Zugriff am 04.11.2021)]

Umweltbundesamt Deutschland Verpackungsgesetz (o.J): Fragen und Antworten: Verpackungen und Verpackungsabfälle [<https://www.umweltbundesamt.de/themen/abfall-ressourcen/produktverantwortung-in-der-abfallwirtschaft/verpackungen/fragen-antworten-verpackungen-verpackungsabfaelle#11-was-ist-eine-verpackung>] (Zugriff am 09.05.2021)]

Wagner, G (2021): Klimaökonom Gernot Wagner zu Gast, [<https://oe3.orf.at/m/sendungen/stories/3019298/>] (Zugriff am 12.12.2021)]

Walsh, G, Deseniss, A, Killian, T (2019): Marketing: Eine Einführung auf der Grundlage von Case Studies. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Werner, M (2003): Hans Joas' Prinzip Verantwortung. In: Düwell, M, Steigleder, K (Hrsg.): Bioethik: Eine Einführung. Frankfurt/Main: Suhrkamp

Werth, R (2010): Die Natur des Bewusstseins: wie Wahrnehmung und freier Wille im Gehirn entstehen. C.H. Beck

Werth, R (1983): Bewußtsein: Psychologische, neurobiologische und wissenschaftstheoretische **Aspekte**

Wollersheim, H.-W (1993): Kompetenzziehung. Befähigung zur Bewältigung. Frankfurt/
Main: Peter Lang

Wörterbuch Synonyme (1993): Großes Wörterbuch. SYNONYME. Köln: BZ

Zellweger, H (2004): Leadership by soft skills. Wiesbaden: Springer

14. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Konzeptmatrix (eigene Darstellung)	8
Abbildung 2 Wirkungsbeziehungen in der Abfallwirtschaft (Bilitewski, Härdtle 2013, S. 652).....	12
Abbildung 3 Grenzen des Wachstums nach Meadows et al. 1972 (Holzbaur 2020, S. 48)	18
Abbildung 4 Social Development Goals (Bundeskanzleramt 2021, o.S)	19
Abbildung 5 Ziel 12 Nachhaltiger Konsum (Bundeskanzleramt 2021, o.S.)	20
Abbildung 6 Modell des ökologisch nachhaltigen Konsums als Verschränkung von Teilhabemodell und der Theorie des geplanten Verhaltens (Masson et al. 2016, S. 3)	22
Abbildung 7 Nachhaltiger Konsum CO2 Fußabdruck (Bmu 2021, o.S.)	23
Abbildung 8 Rewe Konzern Nachhaltigkeitswerbung (Gemeinsam-nachhaltig o.J. o.S.)	24
Abbildung 9 Gemeinsam Plastik sparen mit Spar (Spar Austria o.J. o.S.)	24
Abbildung 10 Gemeinsam Plastik sparen mit Spar (Spar 2021, o.S.)	25
Abbildung 11 Social/personality model graphisch dargestellt (Morin 2005, S. 361)...	29
Abbildung 12 Elemente der Handlungskompetenz (Raithel et al. 2009, S. 40)	42
Abbildung 13 Kompetenzen und Gestaltungskompetenzen (de Haan 2010, S. 32) ..	45
Abbildung 14 Transtheoretical model of behavior change, TTM (Repetico o.J., o.S)	52
Abbildung 15 Transtheoretical Model (Project Behaviour Report 2014, S. 26).....	54
Abbildung 16 Classification of selected behaviour change theories (Behaviour Project Report 2014, S. 35)	55
Abbildung 17 levels of knowing (Sterling 2010, S. 4)	69
Abbildung 18 Levels of learning (Sterling 2010, S. 8)	69
Abbildung 19 Entwicklung des Marketing (Walsh et al. 2019, S. 11).....	74
Abbildung 20 Sinus Milieus in Österreich (vgl. Sinus o.J., o.S.)	76
Abbildung 21 Sinus Milieus in Österreich (eigene Abbildung)(vgl. Sinus o.J., o.S.) .	77
Abbildung 22 Planungsprozess im Social Marketing nach Schumacher 2004 (Schuhmacher 2004, S. 28)	80
Abbildung 23 Unverpackt-Möbel Standort Eurospar Kastner&Öhler Graz	86
Abbildung 24 Überblick der durchgeführten Studien im Rahmen des Projektes 1,2,3 Verpackungsfrei (eigene Abbildung)	88
Abbildung 25 Überblick Handlungstheorien (eigene Abbildung)	94