

muk

Lehrstuhl Markt und Konsum
Prof. Dr. Ursula Hansen

**Lehr- und
Forschungsbericht**

Dirk Einert; Ulf Schrader:

**Die Bedeutung des Eigentums
für eine Ökologisierung des Konsums**

**Nr. 36
Hannover, April 1996**

Inhaltsverzeichnis

ABBILDUNGS- UND TABELLENVERZEICHNIS	IV
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	V
1 PROBLEMSTELLUNG UND GANG DER ARBEIT	1
2 ERSCHLIEßUNG DES THEMAS DURCH DIE DISKUSSION DER KERNBEGRIFFE	4
2.1 Was ist Eigentum?	4
2.1.1 Historische Entwicklung und gesellschaftliche Funktionen des Eigentums	4
2.1.2 Der ökonomische Eigentumsbegriff	7
2.2 Was ist Konsum? - Abgrenzung und Relevanz für die Ökologiedebatte	10
3 ZIELE UND WEGE EINER ÖKOLOGISIERUNG DES KONSUMS	14
3.1 Minimierung der Umweltbelastung pro Nutzungseinheit als Ziel - ein funktionsorientierter Ansatz?	14
3.2 Wege zu einer Minimierung der Umweltbelastung pro Nutzungseinheit	19
3.2.1 Minimierung der Umweltbelastung von Produkten	21
3.2.1.1 Leitbild Kreislaufwirtschaft und Kreislaufwirtschaftsgesetz	21
3.2.1.2 Ökologische Produktgestaltung	23
3.2.2 Maximierung der Nutzungseinheiten von Produkten	25
3.2.2.1 Verlängerung der Nutzungsdauer	25
3.2.2.2 Intensivierung der Nutzung	29
3.2.2.3 Harmonie- und Konfliktfelder zwischen Nutzungsdauerverlängerung und Nutzungsintensivierung	30
3.2.3 Harmonie und Konfliktfelder zwischen direkter Minimierung der Umweltbelastung und Maximierung der Nutzungseinheiten von Produkten	30
4 EIGENTUMSLOSER KONSUM ALS ÖKOLOGISIERUNGSSTRATEGIE	33
4.1 Der Zusammenhang von Eigentumslosigkeit und Ökologisierung des Konsums	33

II

4.2 Systematisierung und Einordnung des Eigentumslosen Konsums	35
4.2.1 Abgrenzung der Grundformen anhand der Verfügungsrechteverteilung	35
4.2.2 Diskussion der gewählten Begrifflichkeit	41
4.2.3 Einordnung des Eigentumslosen Konsums in eine Systematik umweltpolitischer Instrumente	43
4.3 Das Ökologisierungspotential der Grundformen des Eigentumslosen Konsums	48
4.3.1 Ökologisierung durch Gemeinschaftsnutzung	49
4.3.2 Ökologisierung durch Nutzungsverkauf: Öko-Leasing	51
4.3.2.1 Lebenszeit-Leasing	51
4.3.2.2 Nutzungszeit-Leasing	52
4.3.3 Ökologisierung durch Nutzungsergebnisverkauf: Dienstleistungen i.e.S.	53
5 DIE BEDEUTUNG DES EIGENTUMS FÜR DIE KONSUMENTEN ALS DETERMINANTE DER UMSETZUNG DES EIGENTUMSLOSEN KONSUMS	56
5.1 Die psycho-soziale Bedeutung	56
5.1.1 Eigentum und symbolisches Konsumentenverhalten	58
5.1.1.1 Das Streben nach Selbstwerterhöhung im Kontext gesellschaftlichen Wertewandels	59
5.1.1.2 Das Streben nach Orientierung	65
5.1.2 Eigentum und das Streben nach Freiheit	67
5.1.2.1 Eigentumserwerb zwischen Freiheit des Kaufs und Befreiung von Transaktionen	67
5.1.2.2 Eigentumsbesitz zwischen Handlungsfreiheit und Eigentumspflichten	69
5.1.3 Eigentum und das Streben nach Sicherheit	71
5.1.3.1 Eigentumserwerb zur Erlangung von Umweltkontrolle und Sicherheit	71
5.1.3.2 Produkte und Dienstleistungen als Unsicherheitsquelle	72
5.1.4 Eigentum und das Streben nach sozialen Kontakten	75
5.2 Ökonomische Determinanten	75
5.2.1 Preisrelationen der Nutzungseinheiten ohne Berücksichtigung der nachfrageseitigen Transaktionskosten	76
5.2.2 Preisrelationen der Nutzungseinheiten unter Berücksichtigung der nachfrageseitigen Transaktionskosten	79
5.2.2.1 Transaktionskostenanalyse beim Erwerb von Individualeigentum	81
5.2.2.2 Transaktionskostenanalyse beim Eigentumslosen Konsum	81

III

6 EXPLORATIVE UNTERSUCHUNG DER UMSETZUNGSBEDINGUNGEN EINES EIGENTUMSLOSEN KONSUMS - ZUSAMMENFASSUNG UND HYPOTHESENARTIGE INTERPRETATION DER ERGEBNISSE	87
6.1 Die Kleingärtner	88
6.2 Die Car-Sharer	90
6.3 Gesamtergebnisse	92
7 ABGRENZUNG DER REICHWEITE DES EIGENTUMSLOSEN KONSUMS	94
7.1 Leistungsbezogene Eignung des Eigentumslosen Konsums	95
7.2 Nutzerbezogene Attraktivität des Eigentumslosen Konsums	97
8 KONTEXTBETRACHTUNG UND FORSCHUNGSBEDARF	99
8.1 Vertiefende Betrachtung der Nachfrageseite	99
8.1.1 Vertiefende Betrachtung der Konsumnachfrage	99
8.1.2 Betrachtung der gewerblichen Nachfrage	99
8.2 Vertiefende Betrachtung der Anbieterseite	100
8.2.1 Anreize	100
8.2.2 Allgemeine Hemmnisse	100
8.2.3 Probleme im Marktweg	102
8.3 Betrachtung des gesamtwirtschaftlichen Rahmens	103
8.3.1 Gesamtwirtschaftliche Veränderungen	103
8.3.2 Förderliche Änderungen des Ordnungsrahmens	105
9 FAZIT	106
ANHANG	108
LITERATURVERZEICHNIS	142

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

ABBILDUNG 1:	ABLAUFDIAGRAMM DER ARBEIT	3
ABBILDUNG 2:	VOM PRODUKT ZUM NUTZEN	11
ABBILDUNG 3:	BEDÜRFNISRAUM MIT DEN FUNKTIONSBÜNDELN ZWEIER PRODUKTE	17
ABBILDUNG 4:	BEISPIEL FÜR DEN AUSSCHNITT EINER BEDÜRFNISHIERARCHIE	18
ABBILDUNG 5:	STRATEGIEN EINER ÖKOLOGISIERUNG DES KONSUMS	20
ABBILDUNG 6:	VEREINFACHTE DARSTELLUNG DES KREISLAUFWIRTSCHAFTSPRINZIPS UND DER ZIRKULIERENDEN PRODUKTE	21
ABBILDUNG 7:	STRATEGIEN DES EIGENTUMSLOSEN KONSUMS	35
ABBILDUNG 8:	EINORDNUNG DES EIGENTUMSLOSEN KONSUMS IN DIE SYSTEMATIK UMWELTPOLITISCHER INSTRUMENTE	44
ABBILDUNG 9:	BREAK-EVEN-POINT DES EIGENTUMS IM VERGLEICH ZUM KONSUM DURCH EIGENTUMSLOSEN KONSUM	79
ABBILDUNG 10:	ABHÄNGIGKEIT DER EIGNUNG DES EIGENTUMSLOSEN KONSUMS VON DER LEISTUNGS- UND NUTZERBEZOGENEN ATTRAKTIVITÄT	94
TABELLE 1:	KRITERIEN EINER ÖKOLOGISCHEN PRODUKTGESTALTUNG	24
TABELLE 2:	ÜBERSICHT ÜBER DIE GRUNDFORMEN DES EIGENTUMSLOSEN KONSUMS	36
TABELLE 3:	ÖKOLOGISCHE AUSWIRKUNGEN DES EIGENTUMSLOSEN KONSUMS IM VERGLEICH ZUM KONSUM MIT EIGENTUM	48
TABELLE 4:	PSYCHO-SOZIALE EINFLUßFAKTOREN AUF DEN EIGENTUMSLOSEN KONSUM	57
TABELLE 5:	AUSPRÄGUNGEN DES SELBSTKONZEPTES	59

Abkürzungsverzeichnis

BMU	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit
DBW	Die Betriebswirtschaft
IÖW	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung gGmbH
KrW-/AbfG	Kreislaufwirtschafts- und Abfallgesetz
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
TA	Technologiefolgen-Abschätzung
TAB	Büro für Technologiefolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag
UWF	UmweltWirtschaftsForum
VÖW	Vereinigung für ökologische Wirtschaftsforschung e.V.
WiSt	Wirtschaftswissenschaftliches Studium
WISU	Wirtschaftsstudium
ZfbF	Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung

1 Problemstellung und Gang der Arbeit

In modernen Marktwirtschaften werden Konsumbedürfnisse zu einem großen Teil durch die Nutzung von Produkten befriedigt, die sich im individuellen Eigentum der Konsumenten befinden. Zu diesem Zweck beherbergt jeder Haushalt ein umfangreiches Sortiment vermeintlich langlebiger Gebrauchsgüter, die i.d.R. einen Großteil ihrer Produktlebenszeit ungenutzt gelagert werden. Gleichzeitig wird dem gegenwärtigen Konsumstil unserer "Wegwerfgesellschaft" seine fehlende ökologische Zukunftsfähigkeit bescheinigt (BUND/ Misereor, 1996). Es werden riesige Stoffströme durch das sozio-ökonomische System gepumpt, um die Bedürfnisse der Menschen zu befriedigen. Dazu ist auf der Inputseite ein hoher Ressourceneinsatz nötig, der langfristig auf der Outputseite als Abfall und Emissionen wieder in die Biosphäre entlassen wird. Das ökologische Umsystem wird dabei sowohl als "Bergwerk" als auch als "Mülldeponie" übernutzt. Die Ausgangshypothese dieser Arbeit besagt nun, daß zwischen der Bedeutung des Eigentums und den ökologischen Problemen unseres gegenwärtigen Wirtschaftens ein enger Zusammenhang existiert.

Diese Hypothese wird gestützt durch neuerdings vermehrt erscheinende Veröffentlichungen, die von der Anbieterseite eine vor allem ökologisch begründete Abkehr von produktorientierten Verkaufsstrategien fordern. Sie dringen darauf, daß stattdessen die eigentliche Produktnutzung in den Mittelpunkt betrieblicher Absatzüberlegungen gestellt wird¹. Dabei bleibt jedoch die Analyse ökologischer Zielkonflikte und individueller Umsetzungshemmnisse der Alternativen häufig unterrepräsentiert. In diesem Zusammenhang sehen wir für den Konsumgüterbereich insbesondere zwei leitende Fragestellungen, die wir in dieser Arbeit bearbeiten wollen.

Zunächst ist zu klären, welche Auswirkungen die Zurückdrängung der Bedeutung des Individualeigentums zugunsten von Gemeinschafts- und Anbietereigentum für eine Ökologisierung des Konsums im einzelnen hat. Unter der Voraussetzung, daß hier hinreichende Ökologisierungspotentiale aufgedeckt werden können, ist dann als zweites die Analyse der individuellen Bedeutung des Eigentums für die Konsumenten notwendig, um die Realisierbarkeit dieses Weges beurteilen zu können. Dabei geht es um die Frage, unter welchen Bedingungen Konsumenten bereit wären, auf Individualeigentum zu verzichten und statt dessen Nutzung und Nutzungsergebnisse nachzufragen.

¹ Vgl. z.B. BUND/ Misereor, 1996, Kapitel 4; Becker, 1995; Erlhoff, 1995. Wichtige Aspekte der hier geführten Diskussion finden sich bereits bei Berry/ Maricle, 1973, deren Arbeit in der neueren deutschsprachigen Literatur jedoch unberücksichtigt blieb.

Zum Einstieg in die Thematik und zur begrifflichen Grundlegung problematisieren wir im **Kapitel zwei** die Kernbegriffe dieser Arbeit, nämlich Eigentum und Konsum.

In **Kapitel drei** legen wir dann unser Verständnis einer Ökologisierung des Konsums dar. Wir konzentrieren uns dabei auf das relative Ziel einer Minimierung der Umweltbelastung pro Produktnutzungseinheit, um die Debatte über die Zulässigkeit vorhandener Bedürfnisse zu umgehen. Als Weg in Richtung auf das angestrebte Ziel wird neben der direkten Reduzierung der Umweltbelastung auch die Maximierung der Nutzungseinheiten von Produkten vorgestellt.

Kapitel vier klärt die Frage, inwiefern sich die Alternativen zum Individualeigentum an Produkten als Umsetzungsstrategien des angestrebten Ökologisierungsziels eignen. Die nutzungs- und ergebnisorientierten Konsumformen Gemeinschaftsnutzung, Öko-Leasing und Dienstleistungen i.e.S., die wir unter dem Begriff "Eigentumsloser Konsum" zusammengefaßt haben, werden dazu systematisch hergeleitet, eingeordnet, abgegrenzt und in bezug auf ihr Ökologisierungspotential analysiert.

Darauf aufbauend untersuchen wir in **Kapitel fünf** die Bedingungen einer konsumentenseitigen Akzeptanz der Konzepte des Eigentumslosen Konsums. Ausgangspunkt dafür ist die individuelle Bedeutung des Eigentums, die wir in psycho-soziale und ökonomische Aspekte unterteilen.

Daran schließen sich in **Kapitel sechs** die Resultate der von uns durchgeführten explorativen Gruppendiskussionen mit Kleingärtnern und Car-Sharing-Teilnehmern an. Diese hatten den Zweck, die zuvor theoretisch gewonnenen Erkenntnisse über die Umsetzungsmöglichkeiten eines Eigentumslosen Konsums auf ihre Vollständigkeit, Stichhaltigkeit und Bedeutung hin zu überprüfen.

In **Kapitel sieben** führen wir die erzielten Ergebnisse der theoretischen und der empirischen Untersuchung zusammen, indem wir die Reichweite des Eigentumslosen Konsums aufzeigen.

Die Ermittlung der Umsetzungsbedingungen konzentriert sich bis dahin auf die Konsumentenseite. Da jedoch auch die Anbieterseite und die ökonomischen Rahmenbedingungen wesentliche Determinanten für die Durchsetzbarkeit von Alternativen zum Eigentum sind, nehmen wir in **Kapitel acht** eine Erweiterung der Analyse auf diesen Kontext vor. Ziel ist dabei vor allem die Aufdeckung ergänzenden und vertiefenden Forschungsbedarfs, weniger die Darstellung detaillierter Erkenntnisse.

Abbildung 1 gibt einen graphischen Überblick über den Aufbau der Arbeit.

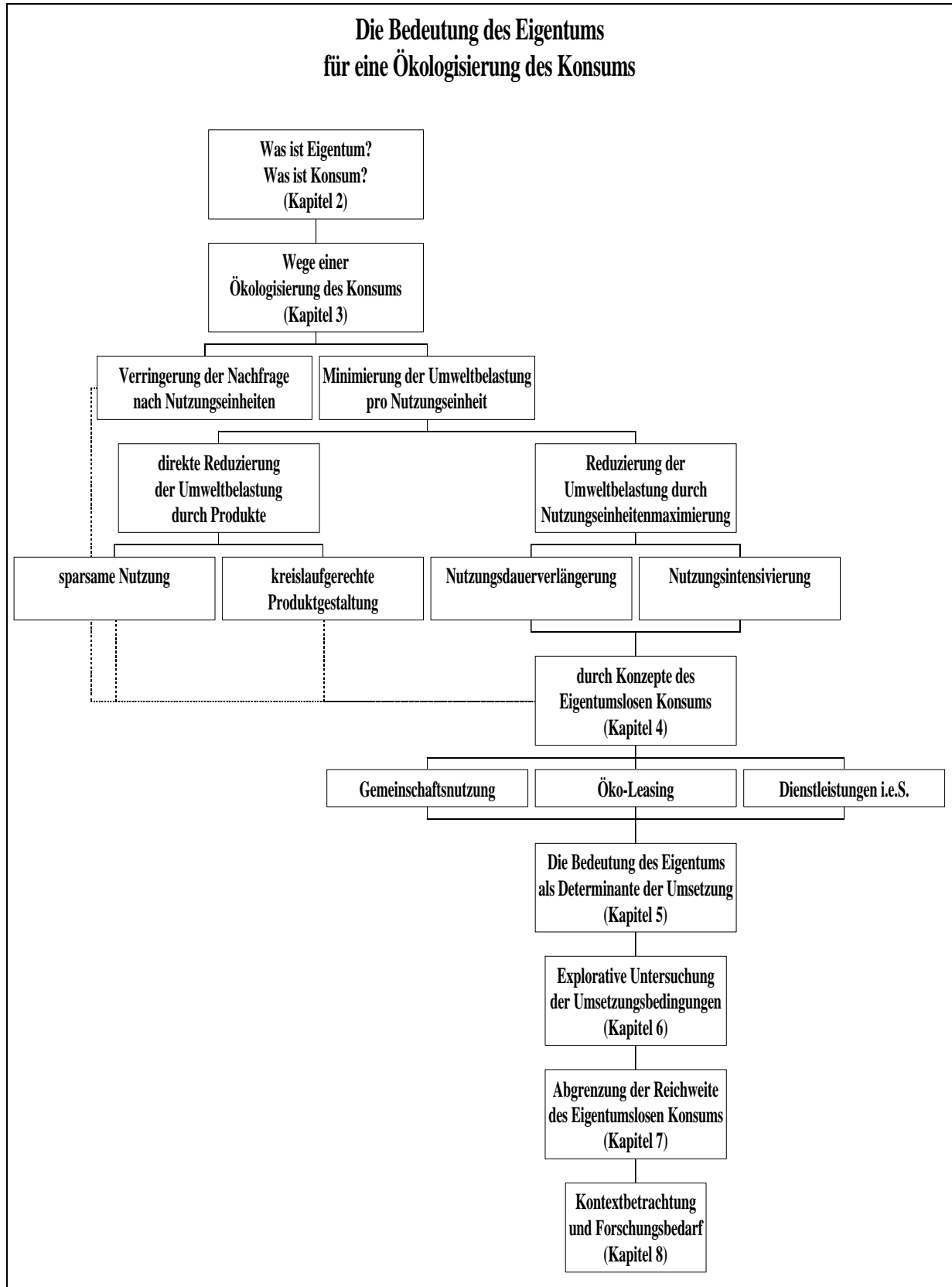


Abbildung 1: Ablaufdiagramm der Arbeit

2 Erschließung des Themas durch die Diskussion der Kernbegriffe

2.1 Was ist Eigentum?

2.1.1 Historische Entwicklung und gesellschaftliche Funktionen des Eigentums

Die Entstehung von Eigentum und die Begründung seiner Primärallokation wird sozialphilosophisch durch die **Okkupationstheorie** sowie die **Arbeitstheorie** erklärt. Die beiden Theorien sind als grundlegende Paradigmen zu verstehen. Die seit der Antike existierende Okkupationstheorie wurde Mitte des 15. Jahrhunderts durch die Arbeitstheorie abgelöst.

Ausgehend von der Landnahme ackerbäuerlicher Gesellschaften wurde die **Okkupationstheorie** zur Basis der Rechtfertigung von Individualeigentum und dessen Primärallokation. Die Okkupationstheorie hat als Kernaussage, daß Menschen durch das physische Inbesitznehmen von Gütern ihr Recht auf Privateigentum am selbigen legitimieren. Dabei spielen Gerechtigkeitsaspekte keine Rolle, sondern derjenige, der zuerst da ist und das betreffende Objekt in Besitz nimmt, erwirbt sich dadurch die Eigentumsansprüche. Dieses Inbesitznehmen galt als menschliches Naturrecht und wurde bereits in der Antike durch Cicero (106-43 v.Chr.) als die "erste Inbesitznahme (prima occupatio)" (Brocker, 1992, S. 33) beschrieben. Dabei ging Cicero von einem Urzustand, einer "uranfänglichen Gütergemeinschaft" (Brocker, 1992, S. 33) aus. Dem Staat ist der Eingriff in das Privateigentum nur dann gestattet, wenn Interessen des Gemeinwohls tangiert werden. Dem Gemeinwohl sind allerdings auch alle Privateigentümer verpflichtet, deren Bestreben es sein sollte, ihre Güter zum "gemeinsamen Nutzen (utilitas communis)" (Brocker, 1992, S. 32) aller einzusetzen². In der Rechtsauslegung der römisch-rechtlichen Tradition war Eigentum "absolut, ungeteilt und unbeschränkt" (Fuchs-Heinritz u.a., 1994, S. 157)³ wurde aber schon differenziert in das Vollrecht und das Nutzungsrecht (Kimminich u.a., 1986, S. 161), was als Analogie zur heute gebräuchlichen Unterscheidung zwischen Eigentum und Besitz bezeichnet werden kann.

² Brocker beschreibt die durch Cicero geforderte Gemeinnützigkeit des Eigentums folgendermaßen: "Der Eigentümer, der nach dem Gesetz der Natur überhaupt nur der eine sein sollte, der eine Sache zu behandeln und zu gebrauchen versteht, und das heißt eben vor allem sie zum gemeinsamen Nutzen aller zu verwenden vermag, sollte sich daher durch Planmäßigkeit, Umsicht und Sparsamkeit möglichst vielen, soweit sie das verdienen, als nützlich erweisen und sich nicht der Leidenschaft und Verschwendungssucht, sondern der Freigebigkeit und Wohltätigkeit bemühen" (Brocker, 1992, S.32, in einfachen Anführungszeichen: Cicero).

³ Vgl. Olzen (1984, S. 330), der darin den direkten Vorläufer des § 903 BGB sieht.

Das Paradigma der Okkupationstheorie wird im Laufe der Zeit verfeinert und unterschiedlich interpretiert, hält sich jedoch als vorherrschendes wissenschaftliches Basiswerturteil, bis es von John Lockes (1632-1704) **Arbeitstheorie** abgelöst wird⁴. Lockes Grundthese war, daß "Eigentum durch die Arbeit einzelner" (Kerber/ Schüller, 1993, S. 219) entsteht, was eine Abkehr von der "gerechtigkeitslosen" (Böbel, 1988, S. 35) Okkupationstheorie darstellte. Privateigentum wird danach durch die menschliche Arbeit, über die jeder als Teil seiner Person verfügen kann, gerechtfertigt (Kerber/ Schüller, 1993, S. 218). Es ist somit ein natürliches Recht, das der einzelne gegenüber den Herrschenden sowie den Besitzlosen einfordern kann. Damit wurde die Grundlage der bürgerlichen Verfassungstheorie⁵ gelegt, die eine ungleiche Eigentumsverteilung⁶ zuläßt (Böbel, 1988, S. 34). Die sich im Zuge der Industrialisierung polarisierenden Eigentumsverhältnisse fanden ihre Kritik in der Lehre von Karl Marx, der Privateigentum an Produktionsmitteln ablehnte und deren Vergesellschaftung forderte, um die Ausbeutung der Arbeiterklasse durch die Besitzenden zu verhindern (Böbel, 1988, S. 45).

Neben den beiden Theorien zur Begründung der Primärallokation des Eigentums steht die **Vertragstheorie** als Erklärungsansatz für den Bestand der Eigentumsordnung⁷. Die Vertragstheorie basiert auf der Einsicht, daß es für alle von Vorteil ist, wenn der eigene Besitz durch die anderen Gesellschaftsmitglieder nicht in Frage gestellt wird. Dieser Problematik widmete u.a. Locke seine Aufmerksamkeit und sah im Schutz des individuellen Eigentums die Ursache für das Entstehen eines "politischen Gemeinwesens" (Böbel, 1988, S. 37). Die vertragstheoretische Erklärung der Entstehung einer Eigentumsordnung argumentiert damit, daß die Individuen einer Gesellschaft sich auf die gegenseitige Respektierung der Verfügungsrechte verständigen, um so die bislang zum Schutz des Eigentums aufgewendeten Ressourcen in produktivere

⁴ Die durch Brocker durchgeführte Analyse zeigt auf, daß alle Autoren vor Locke sich auf das Paradigma der Okkupationstheorie beriefen und alle nach ihm auf die Arbeitstheorie (Brocker, 1992, S. VIII).

⁵ Zum Einfluß der Locke'schen Theorie auf vergangene und heutige Verfassungen, vgl. Böbel, 1988, S. 38 ff..

⁶ Beschränkt wurde die Anhäufung von Eigentum bei Locke durch die Forderung, daß jeder nur soviel besitzen sollte, wie er nutzen kann. Allerdings wurde diese Regel durch ihn selbst im § 46 seiner Second Treatise relativiert (zitiert nach Böbel, 1988, S. 36), da dort das menschliche Streben nach wertbeständigem Edelmetall als Teil des Selbsterhaltungstriebes legitimiert wird. Naturrecht und Geldwirtschaft standen wieder im Einklang (Böbel, 1988, S. 36).

⁷ Weitere, unserer Einschätzung nach, in ihrer Relevanz jedoch unwesentlichere Erklärungsansätze, finden sich bei Kerber/ Schüller (1993, S. 222ff.).

Bereiche lenken zu können sowie um die arbeitsteilige und effizientere Ausdifferenzierung der Gesellschaft zu ermöglichen.

Vertragstheoretisches Gedankengut kennzeichnet auch die Auseinandersetzung der **katholischen Kirche** mit der Eigentumsfrage. Sie befaßte sich zwar auch mit der Frage der Primärallokation, doch wurde darauf nicht das Hauptaugenmerk gerichtet. Der Eigentumsbegriff der katholischen Kirche wurde stark durch Thomas v. Aquin (1225-1274) geprägt. Bis dahin galt der Schöpfungsbericht und seine Aufforderung, sich die Erde untertan zu machen (1. Moses, 28), als Hinweis auf das "Gemeingebrauchsprinzip der urchristlichen Eigentumsorganisation" (Böbel, 1988, S. 29). Thomas v. Aquin behauptete jedoch, daß der sündige Mensch zu Gemeinschaftseigentum, das nur zu Unordnung und Unfrieden (Kerber/ Schüller, 1993, S. 218) führt, nicht mehr in der Lage ist (Brocker, 1992, S. 42) und unterschied zwischen dem Gebrauch der Güter, der jedem offen stehen sollte und dem Verfügungsrecht über die im Eigentum des einzelnen stehenden Güter (Kimminich u.a., 1986, S. 169). Erklärt wurde diese Zweiteilung mit den Anreizfunktionen des privaten Eigentums, die v. Aquin unter Berufung auf Aristoteles (384-322 v.Chr.) darin sah, daß jeder mehr Sorge und Sorgfalt auf das verwendet, was ihm alleine gehört, als auf gemeinschaftlichen Besitz (Brocker, 1992, S. 42). Zudem könne so eine eindeutige Zuordnung von Kompetenzen, Aufgaben und Verantwortung gewährleistet werden und drittens werde auf diese Weise die friedliche Verfassung der Menschen besser gewahrt, wenn jeder mit seiner eigenen Sache betraut sei (Brocker, 1992, S. 43). D.h., die Begründung des Eigentums folgte aus der sozialen Ordnung und ihrer Sicherung (Kerber/ Schüller, 1993, S. 218) heraus und nicht durch ein subjektives Recht (Brockhaus, 1988, S. 157). Damit widersprach v. Aquin der bis dahin geltenden Auffassung der Kirchenväter, die das "Privateigentum als gegen die Naturordnung verstoßende Einrichtung" (Brocker, 1992, S. 36) bezeichneten und die "occupatio als widerrechtliche Aneignung von gemeinschaftlichen Besitz" (Brocker, 1992, S. 36) interpretierten, deren Quelle Neid, Gier und Habsucht (Brocker, 1992, S. 38) seien.

Neben den oben dargestellten gesellschaftlichen Vorteilen für die soziale Ordnung, läßt sich Eigentum aber auch über die individuellen Funktionen begründen (Willgerodt, 1980, S. 180), die Voraussetzung dafür sind, daß Eigentum durch den Einzelnen als positiv erachtet wird und sein Erwerb erstrebenswert erscheint (vgl. Kap 5). Zwischen individuellen und gesellschaftlichen Funktionen bestehen Interdependenzen; so können durch die Allokation der Verfügungs-

rechte auf der Ebene des Individuums auf gesellschaftlicher Ebene Nutzungskonflikte beigelegt werden.

Heute unterscheiden wir hinsichtlich des Eigentumsobjektes den **privatrechtlichen** und den **verfassungsrechtlichen** Eigentumsbegriff. Der verfassungsrechtliche Eigentumsbegriff ist grundgesetzlich verankert und umfaßt alle "vermögenswerten Rechte" (Kimminich u.a., 1986, S. 163). Damit werden auch immaterielle Rechte eingeschlossen (Kimminich u.a., 1986, S. 163). So beschreibt der Artikel 14 des Grundgesetzes innerhalb dreier Absätze die gesamte Bandbreite der durch den Staat garantierten und einschränkbaren Verfügungsrechte⁸. Der **privatrechtliche** Eigentumsbegriff findet seinen gesetzlichen Niederschlag im § 903 BGB⁹. Er erstreckt sich dabei im Gegensatz zum verfassungsrechtlichen Eigentumsbegriff bloß "auf Sachen, d.h. auf körperliche Gegenstände"¹⁰ (Kimminich u.a., 1986, S. 163). Dabei ist auf die aus der römischen Rechtstradition stammende Unterscheidung von Eigentum und Besitz hinzuweisen. § 854 BGB macht denjenigen zum Besitzer, der die "tatsächliche Gewalt" (§ 854 BGB) über eine Sache besitzt. Dazu muß er jedoch nicht Eigentümer sein, sondern mit dem Terminus der tatsächlichen Gewalt wird die physische Verfügungsgewalt über eine Sache umschrieben. Der Begriff Eigentum wird in dieser Arbeit in seiner privatrechtlichen Interpretation verwandt.

2.1.2 Der ökonomische Eigentumsbegriff

Der heute vorherrschende ökonomische Eigentumsbegriff wurde durch die Property-Rights-Theorie geprägt, die ein Teilgebiet der modernen Institutionenökonomik darstellt. Der Begriff der Property Rights, "dessen Bedeutung selbst im Englischen relativ unpräzise ist"¹¹ (Tietzel, 1981, S. 209), hat im Deutschen viele Übersetzungen erfahren. "Die Bezeichnungen reichen von 'Eigentumsrechte' über 'Verfügungs- oder Handlungsrechte' bis hin zu 'institutionellen

⁸ Artikel 14 Grundgesetz:

(1) Das Eigentum und das Erbrecht werden gewährleistet. Inhalt und Schranken werden durch die Gesetze bestimmt. (2) Eigentum verpflichtet. Sein Gebrauch soll zugleich dem Wohle der Allgemeinheit dienen. (3) Eine Enteignung ist nur zum Wohle der Allgemeinheit zulässig. Sie darf nur durch Gesetz oder auf Grund eines Gesetzes erfolgen, das Art und Ausmaß der Entschädigung regelt. Die Entschädigung ist unter gerechter Abwägung der Interessen der Allgemeinheit und der Beteiligten zu bestimmen. Wegen der Höhe der Entschädigung steht im Streitfalle der Rechtsweg vor den ordentlichen Gerichten offen.

⁹ § 903 BGB: Der Eigentümer einer Sache kann, soweit nicht das Gesetz oder Rechte Dritter entgegenstehen, mit der Sache nach Belieben verfahren und andere von jeder Einwirkung ausschließen.

¹⁰ § 90 BGB definiert die in § 903 BGB genannten Sachen als körperliche Gegenstände.

¹¹ Tietzel (1981, S.209) fand bei Moore für den gleichen Zusammenhang den Begriff "resource rights" oder bei Monissen "entitlement rights".

Restriktionen'" (Gäfgen, 1984, S. 43). Um translatorische Fehler zu vermeiden, beschränken sich deutsche Autoren gerne auf den englischen Terminus (Schüller, 1985, S. 259). Innerhalb dieser Arbeit wird der Begriff der **Verfügungsrechte** verwandt, da er u.E. am wenigsten Unklarheiten hervorruft¹².

Die Theorie der Verfügungsrechte ist Teil der modernen Institutionenökonomik¹³ und baut auf deren Annahmen auf¹⁴. "Die Property-Rights-Theorie stellt mehr ein Forschungsprogramm oder Paradigma dar als eine in sich geschlossene Theorie" (Kaulmann, 1987, S. 9). Sie hat ihren Schwerpunkt in der Untersuchung von allokativen und verteilungstheoretischen Aspekten. Der für unsere Fragestellung wesentliche Aspekt der Theorie der Verfügungsrechte liegt in der Auffächerung des Verfügungsrechtbündels an einem Gut in fünf Einzelrechte.

In der Diskussion um die Verfügungsrechte wurde der Möglichkeit einer Auflösung des Rechtbündels in einzeln handelbare Rechte bislang kaum Beachtung geschenkt¹⁵. Die einzelnen Verfügungsrechte werden lediglich aus analytischen Gründen zur Erklärung der Bedeutung des Eigentums untersucht, um dann wieder als Paket betrachtet zu werden (Williamson, 1990, S. 30). Die Analyse der Verfügungsrechte beschäftigt sich im wesentlichen mit der Hypothese, daß "die Verteilung der Verfügungsrechte über knappe Ressourcen das Verhalten der betroffenen Individuen in vorhersehbarer Weise beeinflußt" (Richter, 1995, S. 134). Es wird versucht, das Verhalten der Wirtschaftssubjekte auf der Basis obiger Annahmen und der genauen

¹² Einzelne "Eigentumsrechte" können auch Nicht-Eigentümer (im privatrechtlichen Sinn, d.h. "nur" Besitzer) haben; zur Ausübung von "Handlungsrechten" sind keine Handlungen i.e.S. erforderlich (Verfügungen reichen aus).

¹³ Eine knappe und umfassende Übersicht über ein Spektrum von insgesamt 8 unterschiedlichen Forschungsrichtungen der modernen Institutionenökonomik findet sich bei Richter/ Bindseil. Sie nennen 1) die Neue Politische Ökonomie, 2) die ökonomische Analyse des Rechts, 3) die Prinzipal-Agent-Theorie, 4) die konstitutionelle Ökonomie, 5) die neue österreichische Schule und 6) neoinstitutionelle Ansätze der Wirtschaftsgeschichte. Sie grenzen davon die **Neue Institutionenökonomik** mit ihren Teilgebieten, 7) Property-Rights-Analyse und 8) Transaktionskostentheorie ab, die jedoch auch Teil der modernen Institutionenökonomik sind (Richter/ Bindseil, 1995, S. 134).

¹⁴ In der Tradition der neoklassischen Mikroökonomie baut die moderne Institutionenökonomik auf dem methodologischen Individualismus auf, der durch persönliches Nutzenmaximierungsstreben, individuelle Rationalität und opportunistisches Verhalten gekennzeichnet ist (vgl. Richter, 1994, S.4 ff., Gäfgen, 1984, S. 44 oder Williamson, 1990, S.54 ff.).

¹⁵ Lediglich Hockerts (1994, S.43ff.) liefert hier einen ersten Ansatz.

Zuordnung der Verfügungsrechte zu den Gütern zu erklären¹⁶. Im nächsten Schritt werden, basierend auf der Vorhersagbarkeitsannahme des menschlichen Verhaltens, Empfehlungen zur Ausgestaltung der Verfügungsrechte abgegeben, um so wirtschaftspolitische Ziele zu verwirklichen.

Die Property-Rights-Theorie gliedert das Verfügungsrecht an einem Produkt in insgesamt fünf Einzelrechte auf:

Das **Nutzungsrecht** ermöglicht es dem Besitzer eines Produkts, über die Art, Häufigkeit, Dauer, Örtlichkeit und den Zeitpunkt einer Nutzung frei zu entscheiden.

Das **Gewinnaneignungsrecht** stellt dem Besitzer die Aneignung der aus der Nutzung des Produkts resultierenden Gewinne frei. Mit Gewinn ist in diesem Fall der durch das Produkt erzeugbare Nutzen durch die Befriedigung von Bedürfnissen materieller oder auch immaterieller Art zu verstehen.

Das **Veränderungsrecht** an einer Sache umfaßt den Tatbestand der materiellen und formalen Gestaltungsfreiheit.

Das **Veräußerungsrecht** beschreibt die Freiheit des Eigentümers, über den Verbleib des betreffenden Objekts selbst entscheiden zu können. Dabei stehen ihm sämtliche Möglichkeiten vom Verschenken bis zum Entsorgen offen.

Das **Ausschlußrecht** erlaubt dem Eigentümer, Dritte von der Nutzung des Gutes auszuschließen.

Die hier gewählte Fünfteilung wird nicht durchgängig angewendet. Furubotn und Richter sehen beispielsweise nur das Nutzungsrecht, das Gewinnaneignungsrecht und "the right to change its form, substance and location" (Furubotn/ Richter, 1991, S. 6)¹⁷. Das Veränderungs- und Veräußerungsrecht werden also zusammengefaßt betrachtet. Das Ausschlußrecht wird gar nicht

¹⁶ Ein ähnlicher Eigentumsbegriff findet sich bereits bei Max Weber, der unter "Eigentumsobjekten" ... nicht Sachen im engeren Sinne, sondern allgemein Nutzungschancen (z.B. Erwerbchancen), die an Sachen, aber auch an Personen, Positionen und Ämtern (z.B. Pfründe) oder an "unkörperliche Objekte" (z.B. Urheberrechte, Beteiligungen) gebunden sind" (Fuchs-Heinritz u.a., 1994, S. 157), verstand.

¹⁷ Vgl. auch Williamson, 1990, S. 30 oder Furubotn/ Pejovich, 1974, S. 4.

kommentiert bzw. implizit den übrigen Rechten zugerechnet. Andere Autoren erkennen vier Einzelrechte, wobei auch hier das Ausschlußrecht nicht gesondert genannt wird (Tietzel, 1984, S. 210; Buhbe, 1980, S. 20), da in der wohlfahrtstheoretischen Tradition ein wesentlicher Unterschied zwischen Privateigentum und Kollektiveigentum, bzw. noch weitgehender bei öffentlichen Gütern, im Vorhandensein bzw. Nicht-Vorhandensein des Ausschlußrechts zu sehen ist. D.h., das Recht zum Ausschluß Dritter ist konstitutiv für Privateigentum. Im Rahmen der hier vorliegenden Arbeit erscheint es hingegen sinnvoll, dieses Recht gesondert zu betrachten.

2.2 Was ist Konsum? - Abgrenzung und Relevanz für die Ökologiedebatte

Konsum läßt sich als "Verwendung oder Verzehr von wirtschaftlichen Gütern zur Befriedigung menschlicher Bedürfnisse" (Nieschlag u.a., 1994, S. 1053) definieren. Die Betonung liegt dabei auf "wirtschaftlichen Gütern", was die Bedürfnisbefriedigung über den Markt unterstreicht. Der "Grad der Befriedigung von Bedürfnissen, den ein Wirtschaftsgut beim Verbraucher bzw. Verwender" (Diller, 1992, Sp. 826) erbringt, wird als **Nutzen** bezeichnet. Das Ziel des Konsums ist definitionsgemäß die Nutzenmaximierung¹⁸, die sich an der Präferenzordnung des Konsumenten orientiert. Nutzen¹⁹ kann der Konsument nur intraindividuell realisieren. Die nutzenstiftenden marktlichen Leistungen können in Produkte und Dienstleistungen unterteilt werden. Der Konsument benutzt beim Konsum marktlich vermittelte Produkte und produziert sich damit seinen Nutzen durch den Gebrauch selbst. Dienstleistungen zeichnen sich unter anderem dadurch aus, daß der Dienstleister die durch den Gebrauch von Produkten erzielbaren Ergebnisse für den Konsumenten bereitstellt. Produkte werden in der Dienstleistungsforschung auch als Trägermedien²⁰ bezeichnet (Engelhardt u.a., 1992, S. 11). Die durch den Dienstleister mittels Trägermedium bereitgestellten Ergebnisse erzeugen beim Konsumenten Nutzen.

¹⁸ Dieses Ziel ist aufgrund mangelnder Markttransparenz kaum erreichbar, kann jedoch auf der Theorieebene nicht bestritten werden, da es im Endeffekt nur aussagt, daß "man will was man will". Allerdings muß Nutzenmaximierung keinesfalls nur egoistisch sein, sondern kann sich auch auf altruistische Bedürfnisse beziehen, d.h. der Nutzenbegriff ist prinzipiell ethisch neutral.

¹⁹ Nutzen läßt sich auch auf nicht-marktlichem Wege realisieren. So kann eine schöne Landschaft oder eine harmonische Beziehung durchaus auch zur Nutzenproduktion beim Individuum taugen. Wir wollen uns hier im folgenden auf den marktlich vermittelbaren Nutzen beschränken.

²⁰ Die Bezeichnung Trägermedium hebt dabei auf den Umstand ab, daß Produkte oder besser materielle Güter in der Lage sind, immaterielle Leistungen zu speichern. Andersherum ausgedrückt bedeutet dies, daß zur Erbringung einer immateriellen Leistung in aller Regel der Rückgriff auf materielle Leistungen notwendig ist. Engelhardt u.a. (1992, S. 11) illustrieren dies am Beispiel eines auf Diskette gespeicherten Softwareprogramms.

Die durch den Markt zum Konsum bereitgestellten materiellen Leistungen, im folgenden einfach Produkte genannt, besitzen ein bestimmtes Potential an **Leistungseinheiten**. Von der Anzahl der Konsumenten, die die Leistungseinheit eines Produktes konsumieren, hängt die produzierbare Anzahl der **Nutzungseinheiten**²¹ ab. Somit besteht ein Unterschied zwischen den abgebbaren Leistungseinheiten eines Produkts und den damit für den oder die Nutzer konsumierbaren Nutzungseinheiten, da eine von zwei Konsumenten konsumierte Leistungseinheit zwei Nutzungseinheiten erzeugt²². Abbildung 2 veranschaulicht diesen Zusammenhang unter besonderer Berücksichtigung der Produktverwendung durch einen Dienstleister.

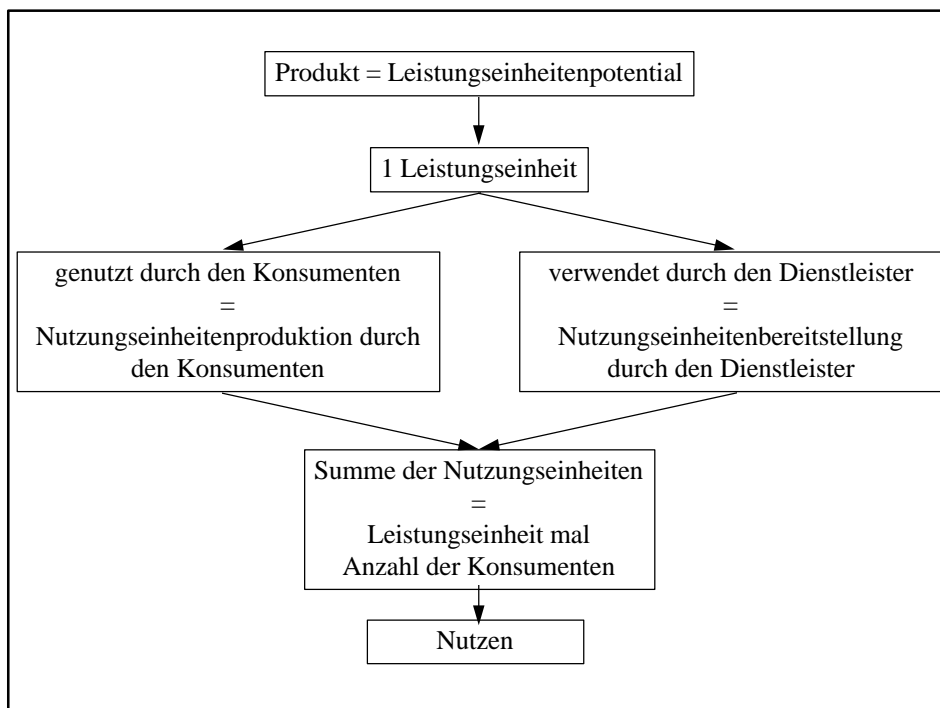


Abbildung 2: Vom Produkt zum Nutzen

²¹ Schmidt-Bleek und Liedtke (1995, S. 13) sprechen in diesem Zusammenhang von "Nutzen- oder Serviceeinheiten" von Produkten, die sie als "Dienstleistungserfüllungsmaschinen" bezeichnen. Der Begriff Nutzungseinheiten erscheint uns deswegen zweckmäßiger, weil sich der Nutzen bei Übernahme der in der Ökonomie gebräuchlichen Terminologie nur intraindividuell und in seiner Höhe abhängig von der zugrundeliegenden Präferenzordnung quantifizieren läßt. Der Begriff Serviceeinheiten impliziert in seiner semantischen Bedeutung die Mitwirkung Dritter bei der Produktnutzung. Dies kann jedoch für den überwiegenden Teil der durch die Konsumenten verwendeten Produkte verneint werden.

²² So besitzt beispielsweise eine Silvesterrakete eine Leistungseinheit, kann aber abhängig von der Menge der Zuschauer unterschiedlich viele Nutzungseinheiten erzeugen.

Je nachdem, wieviele Konsumenten eine Leistungseinheit konsumieren, kann die wahrgenommene Qualität der Nutzungseinheiten beeinträchtigt werden. Dies bedeutet eine nutzerzahlabhängige Ausprägung des realisierten Nutzens beim einzelnen Konsumenten. Somit existiert nicht unbedingt ein proportionaler Zusammenhang zwischen der mit einer Leistungseinheit erzeugbaren Menge von Nutzungseinheiten und dem damit produzierbaren Nutzen²³.

Um die oben eingeführte Unterscheidung von Leistungs- und Nutzungseinheiten konsequent durchhalten zu können, bedarf es noch einer Differenzierung der Produkte. Dabei unterscheiden wir nach Verbrauchs- und Gebrauchsgütern²⁴. Die Anzahl der durch Verbrauchsgüter abgebbaren Leistungseinheiten ist äquivalent mit der entsprechenden Mengeneinheit. Die Leistungseinheiten von Zucker werden also z.B. in Kilogramm gemessen. Die Anzahl der Nutzungseinheiten entspricht den der Leistungseinheiten, wenn eine Produkteinheit nur von einem Menschen konsumiert werden kann. Sie ist also in der Regel ex ante bestimmbar. Hingegen können Gebrauchsgüter, die "zur mehrmaligen oder auch andauernden Verwendung bestimmt" (Nieschlag u.a., 1994, S. 34) sind, eine variable Menge an Nutzungseinheiten abgeben. Diese hängt von der Anzahl der abgegebenen Leistungseinheiten ab, die wiederum mit der Menge der Nutzer multipliziert werden muß, um die Anzahl der so durch das Produkt leistbaren Nutzungseinheiten zu ermitteln. Das Gesamtpotential an Nutzungseinheiten eines Gebrauchsgutes läßt sich also immer nur ex post bestimmen, da es von der Nutzungsdauer und -intensität abhängig ist.

Prozessual betrachtet verstehen wir unter Konsum die auf ein Produkt bezogenen Aktivitäten eines Konsumenten in der Vorkauf-, der Kauf-, der Nutzungs- und der Entsorgungsphase, wobei die eigentliche stoffliche Entsorgung nicht durch den Konsumenten geleistet wird. Aus ökologischer Sicht können allerdings hierbei nicht nur die in diesen Phasen auftretenden Effekte und Auswirkungen betrachtet werden, da zwischen der Konsumphase, der vorgelagerten Produktionsphase sowie der nachgelagerten Entsorgungsphase Interdependenzen bestehen (vgl. Kapitel 3.2.1). In all diesen Phasen kommt es zur Umwandlung von Energie und Materie. Gemäß der auch zunehmend von den Wirtschaftswissenschaften rezipierten thermodynamischen

²³ So lassen sich mit einer Leistungseinheit der Deutschen Bundesbahn abhängig von der Auslastung des Zuges unterschiedlich viele Nutzungseinheiten erzeugen. Die in einem überfüllten Zug konsumierten Nutzungseinheiten erzeugen aber vermutlich bei allen Fahrgästen einen geringeren Nutzen.

²⁴ Ein ähnliches Vorgehen findet sich bei Hinterberger u.a., die zwischen "Non-durable-goods" und "durable goods and infrastructure" unterscheiden (1994, S. 11).

Theorie läßt sich verallgemeinernd feststellen, daß Konsum entropieerzeugend²⁵ ist. Da unser Planet ein offenes System darstellt, dem durch die Sonne permanent Energie zugeführt wird, ist konsuminduzierte Entropieerzeugung zwar noch nicht per se umweltschädlich, jedoch führt das Ausmaß unserer Konsumgewohnheiten zu Umweltschäden²⁶. Hieraus erklärt sich die **Relevanz des Konsums für die Ökologiedebatte**.

²⁵ Entropie beschreibt in ökonomischen Zusammenhängen "die irreversible Entwertung der Natur durch ökonomische Aktivitäten" (Binswanger, 1992, S. 21). Dabei baut das Entropiekonzept auf den thermodynamischen Hauptsätzen auf. Der erste thermodynamische Hauptsatz besagt, daß die im Universum befindliche Energiemenge konstant ist. Der zweite beschreibt, daß bei der Umwandlung von Energie Entropie entsteht. Entropie beschreibt als Maßeinheit den Übergang nutzbarer Energie in nicht nutzbare Energieformen. Entropie ist damit "jene Energiemenge, die nicht mehr in Arbeit umgewandelt werden kann" (Rifkin, 1989, S. 45).

²⁶ Vgl. exemplarisch Weizäcker, 1994, S.65ff..

3 Ziele und Wege einer Ökologisierung des Konsums

3.1 Minimierung der Umweltbelastung pro Nutzungseinheit als Ziel - ein funktionsorientierter Ansatz?

Konsuminduzierte Umweltbelastungen lassen sich am unmittelbarsten durch eine Verringerung der Nachfrage nach Nutzungseinheiten reduzieren (die sog. Suffizienzstrategie). Die Verringerung der Nachfrage nach Nutzungseinheiten setzt eine Veränderung des Konsumentenverhaltens voraus, das nur in einem langfristigen, gesellschaftlich kontroversen und durch die Unternehmen nur sehr bedingt steuerbaren Prozeß erreichbar ist. Daher wird dieser Ansatz im Rahmen der vorliegenden Arbeit zunächst nicht weiter verfolgt, wenngleich die im folgenden abzuleitenden alternativen Ökologisierungsstrategien ebenfalls Verhaltensänderungen in unterschiedlicher Intensität voraussetzen oder nach sich ziehen²⁷.

Ökologisierung auf konstantem Bedürfnisbefriedigungsniveau bedeutet, die Summe der dazu notwendigen Nutzeinheiten mit einer minimalen Umweltbelastung zu erzielen bzw. die "Umweltbelastung <UB> pro Nutzeinheit <NE>" (Schrader, 1995, S. 4) zu minimieren²⁸. Formal lautet das hier angestrebte Ziel also:

$$UB/NE \rightarrow \text{Min!}^{29}$$

Dieser Prozeß kann nicht einen ex ante definierbaren Zielpunkt haben, da Umweltbelastung ein relativer Begriff ist und ein Maßstab, um die zukunftsfähige Menge zu messen, nicht hinreichend entwickelt ist. Wir wenden uns damit explizit von Konzepten ab, die umweltverträgliches Wirtschaften mit quantifizierbaren Zielgrößen in Gestalt sogenannter Faktoren³⁰ verbin-

²⁷ Dieses Phänomen ist aus der Innovationsforschung bekannt, da die "Anwendung neuer Techniken häufig mit Verhaltensänderungen ... verbunden ist" (Meyer-Krahmer, 1996, S. 26).

²⁸ Dieser Ansatz entstand in Anlehnung an das Konzept der Materialintensität pro Serviceeinheit (MIPS) des Wuppertal Instituts (vgl. bspw. Schmidt-Bleek, 1994a).

²⁹ Diese Zielfunktion ist eine Minimalforderung, die auf allgemeine Akzeptanz stoßen dürfte. Angesichts der heute feststellbaren Umweltbelastung ist allerdings fraglich, ob das erreichte Bedürfnisniveau aufrecht zu erhalten oder eine "Suffizienzrevolution ... angesagt <ist>" (Schmidt-Bleek, 1994b, S. 32). Diese Frage werden wir nicht weiter diskutieren.

³⁰ So fordern Weizäcker u.a. (1995) durch die globale Halbierung des Naturverbrauchs bei gleichzeitiger Verdopplung des Wohlstands eine Effizienzsteigerung des Wirtschaftssystems um den Faktor Vier. Ebenfalls aus dem Wuppertal Institut kommt die Forderung von Schmidt-Bleek (1994a, S. 108), der eine Reduzierung der Materialintensität der Industrienationen um den Faktor 10 für notwendig hält.

den. Dadurch entstünde nämlich der Eindruck, daß bei Erreichung dieser Faktorwerte die Ökologisierung unserer Wirtschaftsweise abgeschlossen sei. Vielmehr begreifen wir den **Weg** hin zu einem ökologischeren und damit nachhaltigeren Konsum als das Ziel (Meffert/ Kirchgeorg, 1993, S. 34ff.).

Dieser Weg ist auf insgesamt **drei interdependenten Umsetzungsebenen**, die in einer Hierarchie stehen, beschreibbar. Konzepte können an der Nachhaltigkeit oder Zukunftsfähigkeit der Wirtschaftsweise des Gesamtsystems ansetzen³¹. Sie können als Kernkriterium die Ökologieverträglichkeit des Einzelbetriebes³² besitzen. Und schließlich gibt es auch produktzentrierte Ökologisierungsansätze³³. Dabei muß darauf verwiesen werden, daß die einzelnen Hierarchiestufen nicht getrennt voneinander betrachtet werden können. So kann sich beispielsweise durch eine umweltfreundlichere Verpackungsgestaltung sowohl das Produkt als auch die Gesamtbilanz des Betriebes, der seine Produkte schadstoffärmer verpackt, ökologisch verbessern. Natürlich hat dies auch Konsequenzen für die Zukunftsfähigkeit des Gesamtsystems. Die Operationalisierbarkeit dieser Ansätze ist unterschiedlich stark entwickelt. Der in dieser Arbeit untersuchte Ansatzpunkt ist der des einzelnen Produktes, da sich auf dieser Ebene am leichtesten konkrete Maßnahmen ableiten lassen.

Da der Nutzen von Produkten nur intraindividuell produziert werden kann, muß zur Operationalisierung des gewählten Ansatzes durch die Anbieter eine Hilfskonstruktion geschaffen werden. Zur Produktion des Nutzens durch den Konsumenten werden Leistungseinheiten (LE) von Produkten konsumiert, deren Umweltbelastung minimiert werden kann³⁴. Leistungseinheiten erzeugen je nach Anzahl der nutzenden Konsumenten unterschiedlich viele Nutzungseinheiten (NGE), die wiederum individuell unterschiedlich viele Nutzeinheiten generieren können³⁵. Damit wird deutlich, daß über den Umweg der Leistungseinheiten von Produkten auch der Nutzen des Konsumenten mit einer minimalen Umweltbelastung erzeugt werden kann. Das konkrete Ziel für die Ökologisierung von Produkten muß also lauten:

³¹ Vgl. z.B. BUND/ Miseor, 1996.

³² Vgl. z.B. die Öko-Auditverordnung der EU oder auch den Ökobilanzansatz von Hallay (1989, S.33ff.).

³³ Vgl. z.B. die Beiträge in Hellenbrandt/ Rubik, 1994.

³⁴ Vgl. zur Produktion des Konsumentennutzens Kapitel 2.2 sowie zur Minimierung der Umweltbelastung von Leistungseinheiten Kapitel 3.2.1.

³⁵ Vgl. Abbildung 2.

So betrachtet bilden also die Leistungseinheiten der Produkte die Objekte, auf die sich die am Markt wirksam werdenden Bedarfe³⁶ der Konsumenten richten. Die Leistungseinheiten erfüllen Funktionen für den Konsumenten und werden deswegen nachgefragt. In diesem Zusammenhang wird oft die sogenannte "**Funktionsorientierung**" (z.B. Zundel, 1994a, S. 158; Vester, 1985, S. 86) gefordert, die sich nicht an den angebotenen Produkten, sondern an den durch die Konsumenten nachgefragten Funktionen orientieren soll. D.h., durch die Funktionsorientierung werden die Produkte ständig selbst in Frage gestellt, denn sie erfüllen für den Konsumenten bloß Funktionen, die möglicherweise auch auf ökologischere Art und Weise erfüllt werden könnten. Wie Leinkauf und Zundel (1994, S. 1) es ausdrücken, "Produkte kommen und gehen. Funktionen bleiben".

Produkte erfüllen jedoch nie nur eine Funktion, sondern immer ein **Funktionsbündel**. Diesem Funktionsbündel steht auf der Gegenseite ein damit befriedigtes **Bedürfnisbündel** im prinzipiell unendlichen Bedürfnisraum gegenüber. Funktionsorientierung heißt demnach auch nicht, daß einfach ein Produkt durch ein anderes ersetzt wird, da unterschiedliche Produkte auch unterschiedliche Funktionsbündel besitzen. Ein anderes Funktionsbündel kann jedoch im Bedürfnisraum des Individuums immer nur ein anderes Bedürfnisbündel befriedigen, denn "Both product alternatives will solve different problems" (Meijkamp, 1994, S. 17ff.). Dabei kann es Schnittmengen geben, innerhalb derer ein Bedürfnis durch zwei Produkte erfüllt wird, wie beispielsweise das Bedürfnis nach Fortbewegung sowohl durch das Fahrrad als auch durch das Flugzeug befriedigt wird. Allerdings ist klar, daß beide Produkte noch weitere unterschiedliche Bedürfnisse erfüllen. Abbildung 3 verdeutlicht diesen Zusammenhang.

³⁶ Bedarf stellt die "an bestimmten Wirtschaftsgütern konkretisierten und damit schon mit gewissen Wert- und Preisvorstellungen verknüpften Bedürfnisse" dar (Diller, 1992, Sp. 90).

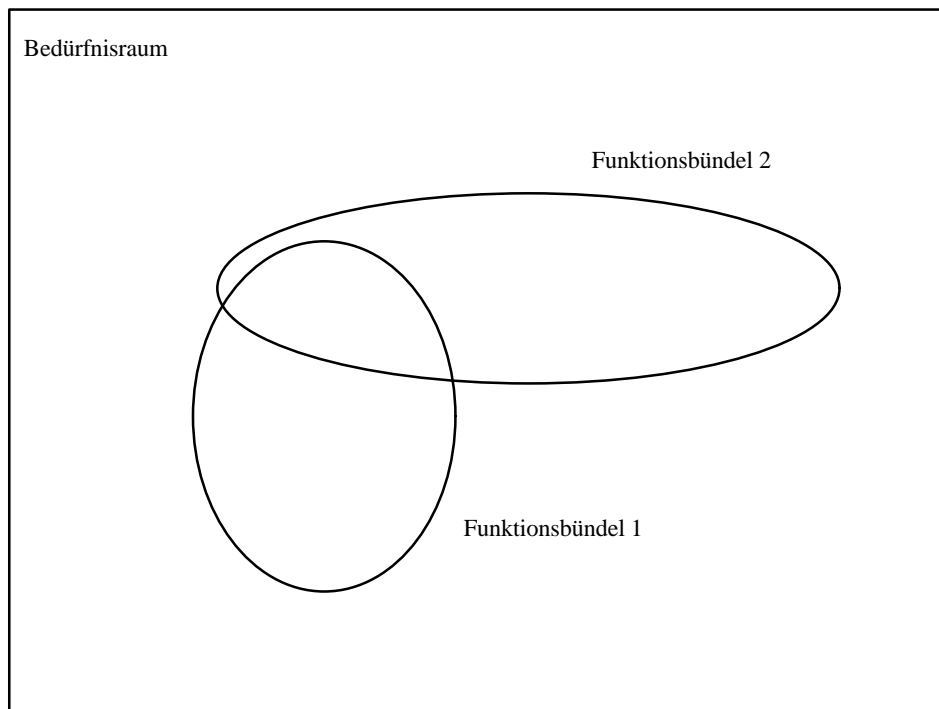


Abbildung 3: Bedürfnisraum mit den Funktionsbündeln zweier Produkte

Der intraindividuell erzeugte Nutzen eines Produktes ist für den Konsumenten dann am größten, wenn zwischen dem Funktionsbündel des Produktes und einem angestrebten Bedürfnisbündel Kongruenz herrscht. Mit dem Schlüssel-Schloß-Prinzip argumentiert lassen sich Produktfunktionen als Schlüssel zum Schloß der menschlichen Bedürfnisse interpretieren. Somit beziehen sich die Begriffe 'Bedürfnis' und 'Funktion' auf dasselbe Ziel, nämlich die Erzeugung von Nutzen beim Konsumenten. Nur eben einmal aus Sicht der Konsumenten und das andere Mal aus der Sicht marktlicher Produkte. Daher ist der Gegensatz zwischen unökologischer Produkt- und ökologischer Funktionsorientierung ein Stück weit künstlich aufgebaut³⁷. Letztlich bedeutet Funktionsorientierung nichts anderes, als die von der Marketingwissenschaft schon immer geforderte Bedürfnisorientierung (Hansen/ Stauss, 1983, S. 78).

Da die einzelnen Bedürfnisse in einer Hierarchie stehen, muß ein funktionsorientierter Hersteller eine möglichst sinnvolle Stufe der Bedürfnishierarchie wählen, auf der er mit der Bedürfnisbe-

³⁷ So gibt es eine Reihe ökologisch problematischer Produkte, denen man dennoch die Funktionsorientierung nicht absprechen kann. So z.B. die gebrauchsfertige Schlagsahne aus der Spenderdose, die Getränkedose, ...

friedigung durch eine bestimmte Funktion ansetzen will. Funktionsorientierung bedeutet also, die Produktkonzeption der Funktionsdefinition und der Bestimmung der zu befriedigenden Bedürfnisstufe nachzulagern³⁸. Die Unternehmung muß in der Lage sein, die "langfristig interessanten Funktionsfelder" (Hübner/ Jahnes, 1994, S. 50) zu erkennen. Abbildung 4 stellt eine derartige Bedürfnishierarchie am Beispiel der Mobilität dar.

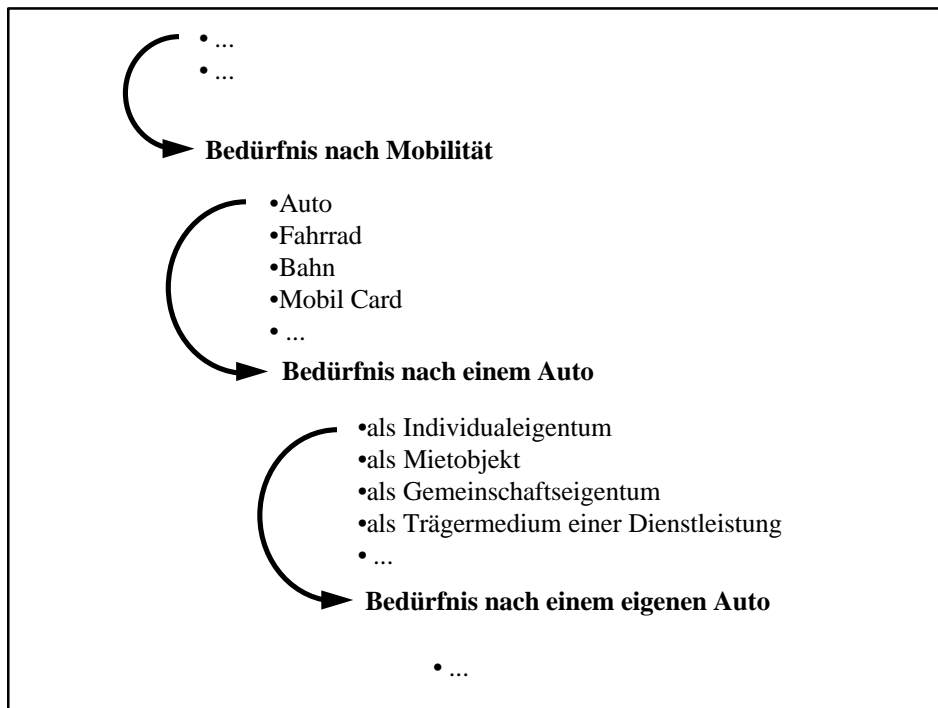


Abbildung 4: Beispiel für den Ausschnitt einer Bedürfnishierarchie³⁹

Das Problem einer funktionsorientierten Betrachtung von Produkten durch den Hersteller und der mit ihnen befriedigten Bedürfnisse liegt dabei in der prinzipiell endlos gliederbaren Bedürfnishierarchie. Obiges Beispiel zeigt hiervon nur einen Ausschnitt. Auch Mobilität ist selten Endzweck, sondern eventuell nur Mittel zur Befriedigung anderer Bedürfnisse, wie z.B. dem Erreichen des Arbeitsplatzes zum Gelderwerb. In den Worten von Georgescu-Roegen dient

³⁸ Als ein Beispiel für die funktionsorientierte Produktkonzeption gilt die am Wuppertal Institut entwickelte Kühlkammer "FRIA", die immobil im Haus eingebaut wird und den herkömmlichen Kühlschrank ablösen soll. Das Ergebnis ist kein neuer Kühlschrank, sondern "ein neues Konzept für das Aufbewahren temperaturempfindlicher Lebensmittel" (Schmidt-Bleek, 1994a, S. 207ff.). Es bleibt allerdings zu fragen, ob hier nicht doch nur das Produkt Kühlschrank optimiert worden ist.

³⁹ Arndt u.a., (1993) (zitiert nach Ankele/ Rubik, 1994, S. 215) entwerfen eine „Funktionshierarchie der Konservierung von Lebensmitteln“. Unter anderem sprechen sie von der Funktion Kühlschrank - u.E. eine unglückliche Terminologie, denn der Kühlschrank ist ein Produkt und keine Funktion.

alles menschliche Trachten letztlich dem "enjoyment of life"⁴⁰. Auch der Konkretisierung ist keine Grenze gesetzt: Normalerweise will man nicht irgendein Auto, sondern eine bestimmte Marke und hier einen bestimmten Typ, in einer bestimmten Farbe, mit bestimmten Sitzbezügen, etc..

Letztlich entspricht ein solches Vorgehen auch nicht der Praxis, in der sich Anbieter in der Regel produktorientiert über die von ihnen vertriebenen Produkte definieren. Zwar wird dabei heute meist nicht mehr wie bei der traditionellen Absatzorientierung ein Produkt erst produziert und dann in den Markt "gedrückt", sondern von vorneherein an die Nachfrage auf dem jeweiligen Absatzmarkt angepaßt. Jedoch ist die postulierte Bedürfnisorientierung in der Regel beschränkt auf die Kernbereiche einer Unternehmung⁴¹. Daran wird auch eine an den Leistungseinheiten der Produkte orientierte Angebotspolitik nichts ändern.

3.2 Wege zu einer Minimierung der Umweltbelastung pro Nutzungseinheit

Strebt man keine direkte Verringerung der Nachfrage nach Nutzungseinheiten an, führt nur die Minimierung der Umweltbelastung pro Nutzungseinheit zu einer Ökologisierung des Konsums. Sie kann direkt an der durch Produkte verursachten Umweltbelastung ansetzen und indirekt durch die Erhöhung der Nutzungseinheiten der Produkte umgesetzt werden.

Die direkte **Reduzierung der Umweltbelastung durch Produkte** setzt an den Phasen des Produktlebenszyklusses an und versucht, die Umweltbelastung jeder einzelnen Phase zu minimieren. Gleichzeitig erfordert die konsequente Umsetzung dieser Idee die stärkere Focussierung auf die sich im Wirtschaftskreislauf befindlichen Stoffströme und deren Management. Daraus resultiert die Notwendigkeit, die zur Bedürfnisbefriedigung notwendigen Produkte so zu gestalten, daß die **Kreislaufführung der Ausgangsstoffe** möglich ist. Eine zweite Möglichkeit zur direkten Reduzierung der Umweltbelastung durch Produkte liegt in der **sparsamen Nutzung**. Unter sparsamer Nutzung ist in diesem Zusammenhang nicht die Häufigkeit, sondern

⁴⁰ Georgescu-Roegen, 1994; zitiert nach Cogoy, 1994, S. 4.

⁴¹ Auch ein kundenorientierter Haarwaschmittelhersteller wird sich für die Kundenbedürfnisse nur insoweit interessieren, als sie das Haarewaschen betreffen. Dies ist kein Zeichen von Beschränktheit, sondern von sinnvoller Konzentration auf den Kernbereich.

die Art der Nutzung zu verstehen⁴². Diese Strategie entzieht sich weitestgehend dem Aktionsbereich unternehmerischen Handelns und wird deshalb im weiteren nicht mehr verfolgt.

Der zweite Ökologisierungsweg, der an der Minimierung der Umweltbelastung pro Nutzungseinheit ansetzt, ist in der **Maximierung der Nutzungseinheiten von Produkten** zu sehen. Prinzipiell läßt sich dies einerseits durch die Verlängerung der Nutzungsdauer und andererseits durch eine intensiviere Nutzung der Produkte erreichen. Abbildung 5 stellt die oben beschriebenen Strategiealternativen im hierarchischen Überblick dar. Die mit einem Schatten hinterlegten Felder bilden dabei den Objektbereich der hier vorgenommenen Untersuchung.

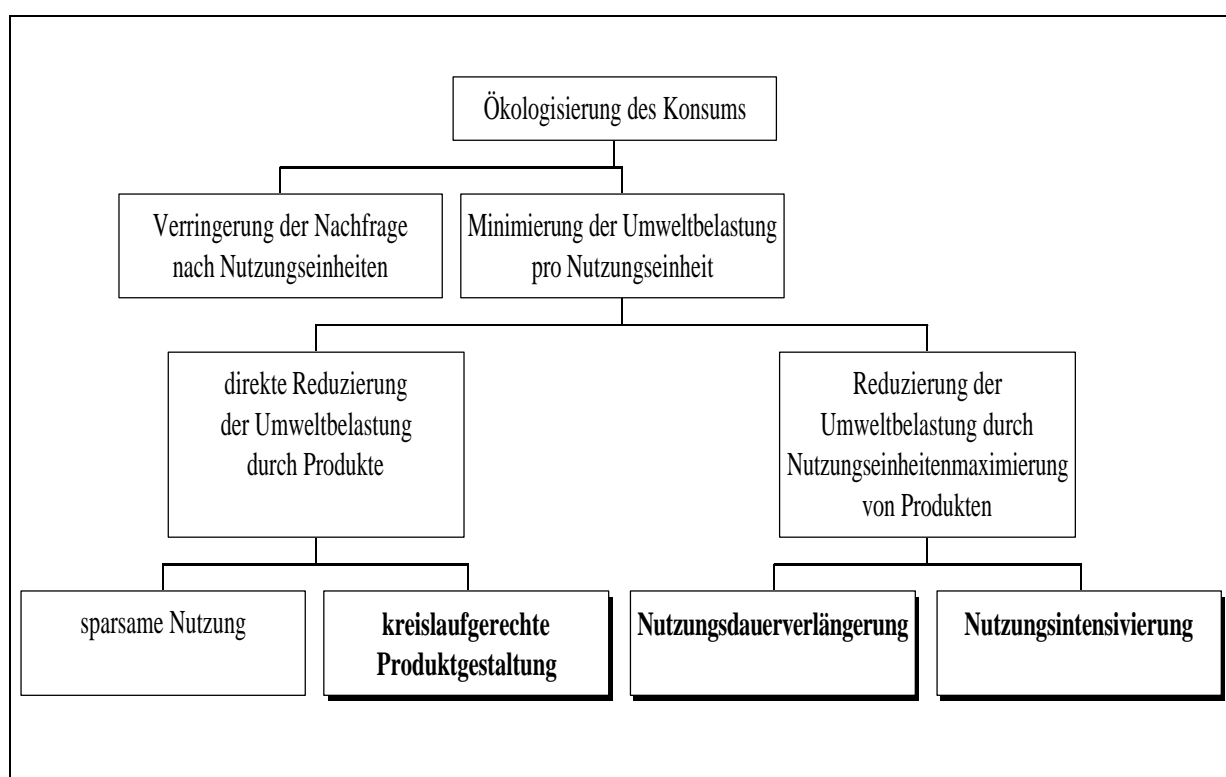


Abbildung 5: Strategien einer Ökologisierung des Konsums

⁴² So werden beispielsweise von der Ecodrive GbR Kurse zum energieeffizienten Autofahren angeboten, die nach eigenen Angaben bei bislang ca. 1500 Kursteilnehmern eine durchschnittliche Reduktion des Kraftstoffverbrauchs um 42% im Vergleich zum bisherigen Verbrauch erzielt haben.

3.2.1 Minimierung der Umweltbelastung von Produkten

3.2.1.1 Leitbild Kreislaufwirtschaft und Kreislaufwirtschaftsgesetz

Die Minimierung der Umweltbelastung von Produkten orientiert sich am Leitbild der Kreislaufwirtschaft. Unter dem Begriff der Kreislaufwirtschaft versteht die Enquête-Kommission "Schutz des Menschen und der Umwelt" eine Wirtschaftsweise, bei der die "Stoffströme durch alle am Produktzyklus Beteiligten so geführt <werden>, daß eine möglichst häufige und möglichst emissionsarme und ressourcenschonende Nutzung von Stoffen auf hohem Wertschöpfungsniveau stattfindet" (Enquête-Kommission, 1994, S. 335). Allerdings sieht auch die Kommission das Problem, daß es aufgrund des zweiten thermodynamischen Hauptsatzes keine geschlossenen Kreisläufe⁴³ geben kann (Enquête-Kommission, 1994, S. 335). Vielmehr stellt das Leitbild der Kreislaufwirtschaft "eine regulative Idee dar, die sich am Vorbild natürlicher Stoffkreisläufe, insbesondere den biogeochemischen Kreisläufen orientiert" (Enquête-Kommission, 1994, S. 42). Abbildung 6 verdeutlicht das Prinzip nochmals.

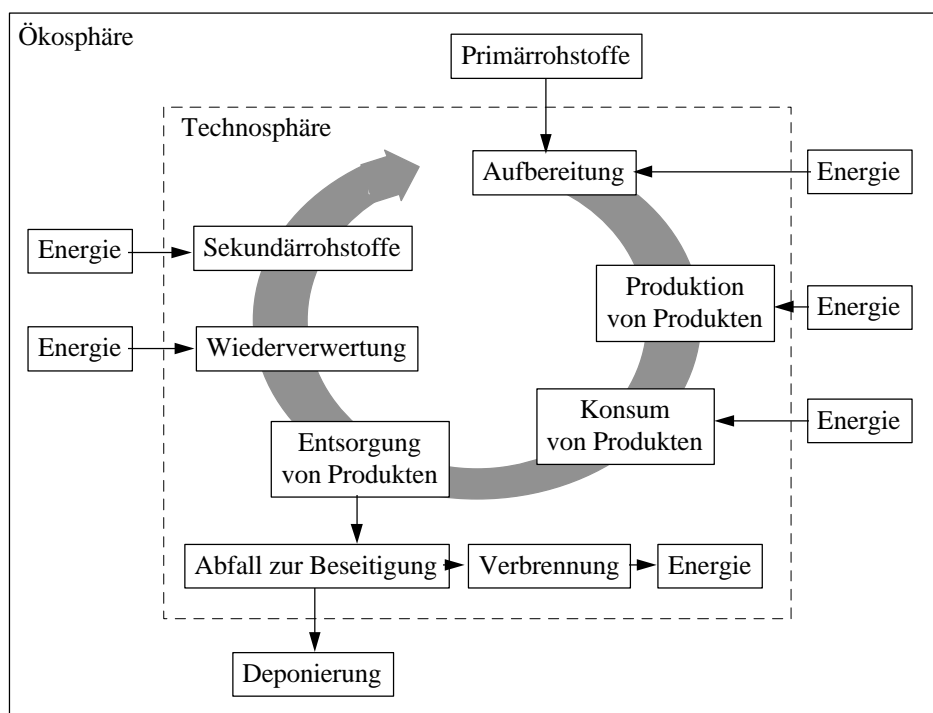


Abbildung 6: Vereinfachte Darstellung des Kreislaufwirtschaftsprinzips und der zirkulierenden Produkte

⁴³ Dies läßt sich am Beispiel "umweltoffen angewandter Produkte" (Schwanhold, 1993, S. 301), wie beispielsweise Seife verdeutlichen, deren Rückführung in den Stoffkreislauf nicht möglich ist. Der Ansatz einer Kreislaufwirtschaft ist daher auch der, daß sämtliche an die ökologische Umwelt abgegebenen Stoffe abbaubar und damit kreislauffähig sein müssen.

Das Leitbild der Kreislaufwirtschaft bedeutet eine Annäherung der ökonomischen Systemsphäre an die Funktionsprinzipien der ökologischen Systemsphäre. Dies erscheint besonders deswegen notwendig, weil die bisherigen Maßnahmen des Staates und der Unternehmen die "mit der Umweltpolitik und dem Umweltrecht ... ein umfangreiches Instrumentarium zur punktuellen Abwehr von Umweltrisiken" (Henseling, 1994, S. 15) einsetzen, insgesamt einen unbefriedigenden Ansatz darstellen⁴⁴. Das große Potential des neuen Leitbildes liegt in seinem holistischen Ansatz und dem Versuch, sämtliche Phasen des Produktlebenszyklusses in die Betrachtung miteinzubeziehen.

Der Gedanke der Transformation unseres Wirtschaftssystems von einer Durchflußwirtschaft hin zu einer Kreislaufwirtschaft ist prinzipiell nicht neu⁴⁵. Er fand in dem 1994 durch den Bundestag mit Zustimmung des Bundesrates beschlossenen "**Gesetz zur Förderung der Kreislaufwirtschaft und Sicherung der umweltverträglichen Beseitigung von Abfällen (KrW-/AbfG)**"⁴⁶ seine gesetzliche Verankerung. Das Gesetz tritt im Oktober 1996 in Kraft.

Der Kerngedanke des Krw-/AbfG liegt in der Umsetzung der Hierarchie **Vermeiden, Verwerten** und **Beseitigen** (BMU, 1994b, §2, Abs.1). Garantiert werden soll die Umsetzung der Hierarchie durch die Übertragung der bislang beim Konsumenten liegenden **Produktverantwortung**⁴⁷ an die Hersteller. Der Begriff Produktverantwortung bezieht sich dabei auf die Erfüllung der Ziele einer abfallarmen Kreislaufwirtschaft und liegt bei demjenigen, der "Erzeugnisse

⁴⁴ Die Vielfalt der bisherigen Regelungen wird allein schon dadurch deutlich, daß das stoffbezogene Umweltrecht in Wasser-, Abfall-, Gefahrstoff-, Pflanzenschutz-, Lebensmittel-, Immissionsschutz- und Strahlenschutzrecht unterteilt ist. Die innerhalb der einzelnen Rechtsbereiche unterschiedlichen Gefahrenkategorien und die sich weiterentwickelnden Stoffkataloge entfernen sich immer weiter voneinander und es gibt kaum noch jemanden, "der sie alle kennt und mit ihnen umgehen kann" (Börlin/ Stahel, 1993, S. 16).

⁴⁵ Einen Überblick betriebswirtschaftlicher Forschungsansätze zu diesem Gedanken liefert Kirchgeorg (1995, S 8ff.).

⁴⁶ Wir zitieren das Kreislaufwirtschaftsgesetz im folgenden nach dem Sonderteil aus "Umwelt", einer Information des Bundesumweltministeriums (BMU, 1994b).

⁴⁷ Unter dem Namen des "Product stewardships" existieren bereits Formen freiwilliger erweiterter Produktverantwortungsübernahme durch die Hersteller. Bevorzugtes Anwendungsgebiet sind dabei ökologisch-ökonomische Harmoniefelder, die den Unternehmen durch das Produktrecycling Kosteneinsparungspotentiale erschließen. So hat beispielsweise IBM eine Initiative zur Rückholung und Wiederverwertung eines Teils seiner Produkte gestartet, um so das Ziel einer Recyclingquote von 95 % zu erreichen (Roy/ Whelan, 1992, S. 67).

entwickelt, herstellt, be- und verarbeitet und vertreibt" (BMU, 1994b, §22, Abs.1)⁴⁸. Die Produktverantwortung wurde dabei durch den Gesetzgeber so interpretiert, daß die Produkte Hinweise auf die Rückgabe-, Wiederverwendungs- und Verwertungsmöglichkeit sowie etwaige Pfandregelungen aufweisen müssen (BMU, 1994b, §22, Abs.2). Damit wurde eine entscheidende Änderung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen vorgenommen, die allerdings bislang noch auf die Konkretisierung durch entsprechende Rechtsverordnungen wartet⁴⁹. Die Verantwortung der Hersteller für ihre Produkte endet damit nicht mehr nach Abschluß der Produktionsphase und der Übertragung der Verfügungsrechte an den Konsumenten, sondern erstreckt sich über den gesamten Produktlebenszyklus.

Insgesamt fördert das Leitbild der Kreislaufwirtschaft sowie das Kreislaufwirtschaftsgesetz den Glauben an die technische Machbarkeit eines umweltverträglichen Stoffstrommanagements. Dabei stellt die Förderung der Umwelttechnik als Wachstumsbranche der deutschen Volkswirtschaft ein wichtiges Nebenprodukt dar (BMU, 1994a, S. 1). Eine fundamentale Änderung der Produktionsstrukturen und Konsumgewohnheiten wird allenfalls in Nebensätzen verlangt (BMU, 1994b, §4, Abs.2).

3.2.1.2 Ökologische Produktgestaltung

Hauptakteur einer Minimierung der Umweltbelastung durch Produkte ist der **Hersteller**. Zunächst hat nur er direkten Einfluß auf die in der **Produktionsphase** entstehenden Umweltbelastungen, da es seiner Entscheidung obliegt, welcher technische Prozeß zur Produktion eingesetzt wird. Dabei hängt seine Entscheidungsfreiheit mehr oder weniger stark von seinem jeweiligen technologischen und wettbewerblichen Umfeld ab. Des weiteren werden durch seine produktgestalterischen Entscheidungen viele der wesentlichen Minimierungspotentiale für die darauffolgende **Konsum** - und **Entsorgungsphase** festgelegt. Minimierung der Umweltbelastung im Sinne des Kreislaufwirtschaftsgesetzes bedeutet weitestgehende Schließung der Stoffkreisläufe sowie quantitative und qualitative Minimierung der zur Produktion, Konsum und Entsor-

⁴⁸ Das bedeutet, daß bei importierten Produkten der Importeur für die Erfüllung der Ziele des Kreislaufwirtschaftsgesetzes verantwortlich ist.

⁴⁹ Umgesetzt ist bisher nur die Verpackungsverordnung sowie eine freiwillige Selbstverpflichtung der Industrie im Bereich Altpapier. Zu den anderen Bereichen wie Elektronikschrott, Altautos oder Altbatterien bemerkt Suhr (1995, S. 7) bissig, daß "eine Vielzahl von rudimentären Vorschriften ... in den Tiefen des Umwelt- und Wirtschaftsministeriums ruhen". Für Altautos wurde inzwischen eine freiwillige Branchenvereinbarung getroffen, die ab 1996 die Rücknahme bis zu 12 Jahre alter Autos durch die Autoindustrie gewährleistet (BMU, 1996).

gung notwendigen Stoff- und Energieinputs und -outputs. Schon in der Konstruktionsphase eines Produktes kann der Produzent die Weichen für die Minimierung der Umweltbelastung durch sein Produkt stellen. Die Grundphilosophie ist dabei "vom **Abfall her zu denken**" (BMU, 1994a, S. 2), da eine "Lenkung von Stoffströmen ... lange vor dem Anfall des Abfalls beginnen" (Schwanhold, 1993, S. 298) muß.

Die **Konkretisierung einer ökologischen Produktgestaltung** kann sich an den Phasen des Produktlebenszyklus orientieren. Der Hersteller muß dabei versuchen, sämtliche ökologische Optimierungspotentiale des Produktlebenszyklusses auszuschöpfen. Vor dem Hintergrund einer zunehmenden staatlichen Regulierung abfallwirtschaftlicher Problembereiche wird der Druck auf die Hersteller verstärkt, zukünftige Notwendigkeiten ökologischer Produktgestaltung schon heute zu bedenken. Dies stellt eine Strategie des proaktiven Know-How-Aufbaus dar. Tabelle 1 liefert einen checklistenartigen Überblick der ökologisch relevanten Kriterien. Eine weitere Vertiefung soll an dieser Stelle unterbleiben, da dies nur auf das konkrete Produkt bezogen sinnvoll ist.

Produktions- und Distributionsphase	Nutzungsphase	Entsorgungsphase
<p>Werkstoffe:</p> <ul style="list-style-type: none"> • geringe Materialintensität • Schadstoffarmut • Verwendung von nachwachsenden oder sekundären Rohstoffen • Werkstoffkennzeichnung <p>Prozesse:</p> <ul style="list-style-type: none"> • geringe Energieintensität • geringe Betriebsmittelintensität • geringe Emissionsintensität • geringe Transportintensität 	<p>Gebrauch:</p> <ul style="list-style-type: none"> • geringer Energieverbrauch • Wartungsfreundlichkeit • geringe Verpackungsintensität • gesundheitliche Unbedenklichkeit • Funktionsorientierung <p>Nutzungsdauer:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Langlebigkeit • Reparaturfähigkeit • Erweiterbarkeit • zeitloser Stil 	<p>Recycling:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Demontierbarkeit • Bauteilwiederverwendung • Bauteilereduktion • Minderung der Werkstoffvielfalt • weiterverwertbares Material • Komplexitätsreduktion • Vermeidung von Verbundwerkstoffen <p>Beseitigung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kompostierbarkeit • Deponierbarkeit • Verbrennbarkeit

Tabelle 1: Kriterien einer ökologischen Produktgestaltung

Die bei der Konzeption eines ökologischen Produktes⁵⁰ zu beachtenden Kriterien sind nicht immer trennscharf den einzelnen Phasen zuzuordnen, da zwischen ihnen zum Teil starke Interdependenzen bestehen. Sie ergeben sich nicht zuletzt auf Grund der Tatsache, daß sich eine ökologische Produktpolitik an der Kreislaufführung der verwendeten Werkstoffe bzw. der Kreislauffähigkeit der hergestellten Produkte orientiert. Diese stoffliche Zirkularität führt de facto zu einer stärkeren Interdependenz von Produktions-, Konsum- und Entsorgungsphase. Eine so verstandene Produktverantwortung erstreckt sich nicht nur "von der Wiege zum Grab", sondern "von der Wiege zurück zur Wiege" (Stahel, 1994a, S. 61), um so Material- mit Verantwortungskreisläufen gleichzuschalten.

3.2.2 Maximierung der Nutzungseinheiten von Produkten

Die Maximierung der durch ein Produkt leistbaren Nutzungseinheiten kann als zweite grundlegende Strategie zur Ökologisierung des Konsums verstanden werden. Die Produktgestaltung kann nicht der einzige Ansatzpunkt sein, denn wie wichtig gerade auch der quantitative Aspekt ist, zeigen die Beispiele Phosphat oder Kohlendioxid, die an sich nicht schädlich sind, und die nur durch die massive anthropogene Erzeugung zum Umweltproblem werden (Hinterberger u.a., 1994, S. 2). Bezogen auf ein in Nutzungseinheiten gemessenes Wohlstandsniveau ist dies gleichbedeutend mit der Minimierung der benötigten Produkte, wodurch der quantitative Stoffdurchsatz einer Volkswirtschaft bei gleichbleibendem Wohlstandsniveau sinkt. Es lassen sich **zwei Strategiepfade** unterscheiden: die Verlängerung der Nutzungsdauer von Produkten und die Intensivierung der Nutzung von Produkten.

3.2.2.1 Verlängerung der Nutzungsdauer

Unter dem Begriff der Nutzungsdauer verstehen wir nach Bellmann "die nutzbare Zeitspanne zwischen der ersten Inbetriebnahme und der endgültigen Außerbetriebsetzung eines Gutes" (Bellman, 1990, S. 2). Die Nutzungsdauer gleichartiger Produkte ist **produkt- und nutzungsbedingt** unterschiedlich. Die produktbedingte Nutzungsdauerverlängerung ist von den Kriterien der ökologischen Produktgestaltung determiniert (vgl. Kapitel 3.2.1.2). Nutzungsbedingte Variationen der Nutzungsdauer sind abhängig von der Art der Behandlung, der Verwendung,

⁵⁰ Ankele und Rubik (1995, S. 213) werfen die Frage auf, ob es das ökologische Produkt überhaupt gibt und ob es nicht korrekter wäre, den pessimistischen Terminus "weniger unökologisches Produkt" zu verwenden, da es nur darum gehen kann, "ein Produkt möglichst wenig umweltschädlich zu gestalten" (Ankele/ Rubik, 1995, S. 213). Sie wählen aber schließlich die optimistischere Variante.

der Nutzungsintensität und zufallsbedingter Einflüsse, wie beispielsweise einem Defekt durch Unfall (Bellman, 1990, S. 5).

Die Verlängerung der Nutzungsdauer von Produkten bedeutet für den Konsumenten eine Erhöhung der verfügbaren produktimmanenten Nutzungseinheiten und verschiebt damit den Zeitpunkt der Ersatzbeschaffung weiter in die Zukunft, denn "eine Verlängerung der Dauerhaftigkeit hochwertiger Güter senkt die Verbrauchsraten für Material und Energie und verringert die Abfallmengen" (Bellmann, 1990, S. 2). Durch die Verringerung des gesamtwirtschaftlichen Ressourcenaufwandes und der Umweltbelastungen bei der Herstellung (Stahel, 1991, S. 1) ergibt sich die ökologische Relevanz der Nutzungsdauer.

Die Nutzungsdauer von Produkten mit Gebrauchsgutcharakter wird nach Bänsch⁵¹ durch zwei Grenzen bestimmt: die technische und die wirtschaftliche Verwendbarkeit (Bänsch, 1994, S. 234). Die technische Verwendbarkeit eines Produktes beschreibt den Sachverhalt, daß ein Produkt komplett oder nur partiell ausfallen kann. Der Schaden kann behebbar oder nicht behebbar sein. Die wirtschaftliche Verwendbarkeit umreißt die Frage, ob sich die Wiederinstandsetzung des Ausfalls überhaupt lohnt. Oftmals werden prinzipiell behebbare Schäden aus Kostengründen sowie wegen des Vorhandenseins neuerer und besserer Produkte unterlassen. Dies kann sogar für Produkte ohne Defekt gelten, wenn die technische Entwicklung weitergegangen ist und sich "ein vorzeitiger Ersatz gegenüber der technischen Vollnutzung als kosten- und/oder ertragsgünstiger" (Bänsch, 1994, S. 234) erweist⁵².

Welche generellen produktgestalterischen Möglichkeiten zur Verlängerung der Nutzungsdauer seiner Produkte der Hersteller besitzt, sollen die folgenden Ausführungen aufzeigen. Dabei soll

⁵¹ Bänsch verwendet den Begriff der Lebensdauer.

⁵² In eine ähnliche Richtung geht Bellmanns Unterscheidung zwischen technischer und wirtschaftlicher Nutzungsdauer von Produkten. Die Produktnutzung kann sowohl durch die Notwendigkeit einer konstanten Leistungsfähigkeit als auch durch die Möglichkeit einer abnehmenden Leistungsfähigkeit gekennzeichnet sein. Ist eine **konstante Leistungsfähigkeit** erforderlich, sind die Produkte bei einem Ausfall sofort und vollständig unbrauchbar. Er spricht in diesem Fall von der **technischen Nutzungsdauer**, da die Reparatur nicht möglich oder teurer als die Anschaffung eines Neuproduktes ist. Produkte mit **abnehmender Leistungsfähigkeit** lassen sich durch ausfallbedingte Reparatur- und vorsorgliche Wartungsmaßnahmen wieder in den Ausgangszustand versetzen. In diesem Fall ist der Betriebszeitraum eines Produktes durch die **wirtschaftliche Nutzungsdauer** beschränkt. Diese Zweiteilung erscheint uns in Anbetracht der denkbaren Mischformen und der mangelnden Unterscheidung von Produkten und deren Komponenten als weniger brauchbar.

der von Packard geprägte Begriff der **Obsoleszenz**⁵³ in seinen drei Dimensionen⁵⁴, der qualitativen, funktionellen und psychologischen Obsoleszenz dargestellt werden (Packard, 1966, S. 73). Obsoleszenz umfaßt allgemein "alle jene gezielten unternehmerischen Maßnahmen, die eine Verkürzung der Nutzungsdauer von Gütern bewirken"⁵⁵ (Raffée/ Wiedmann, 1980, S. 151). Anhand der in Kapitel 3.2.1.2 dargestellten nutzungsdauerorientierten Kriterien der Konsumphase soll versucht werden, die Auswirkungen eines unternehmensseitigen Obsoleszenzverzichts auf die Ausprägung der Kriterien zu untersuchen, da Nutzungsdauerverlängerung das Gegenteil von Obsoleszenz⁵⁶ darstellt. Das bedeutet, wir fragen nach den Bedingungen der qualitativen, funktionalen und psychologischen Nutzungsdauerverlängerung von Produkten. Dazu werden die Obsoleszenzdimensionen sowie deren Inversion durch die Beachtung der nutzungsdauerorientierten Kriterien dargestellt.

Die Strategie der **qualitativen Obsoleszenz** beschreibt das Versagen eines Produktes "zu einem bestimmten geplanten, gewöhnlich nicht allzu fernen Zeitpunkt" (Packard, 1966, S. 73). Dies geschieht durch den bewußten Einbau von Sollbruchstellen in Produkte oder die Unterlassung möglicher Qualitätsverbesserungen, um so die Nutzungsdauer von Produkten zu reduzieren (Nieschlag u.a., 1994, S. 239). Darunter ist auch der Nicht-Einsatz besserer Produktionsweisen oder Konstruktionsmethoden durch die Zurückhaltung von technischem Wissen⁵⁷ zu fassen, das als "Schubladenpatent" zurückgehalten wird (Raffée/ Wiedmann, 1980, S. 151). Da

⁵³ In der deutschsprachigen Literatur wird der Begriff der Obsoleszenz auch als "geplanter Verschleiß" bezeichnet (Röper, 1976, S. 9; Hillmann, 1977, S. 379).

⁵⁴ Röper (1976, S. 22ff.) konstatiert auf Beispielsebene insgesamt 22 Arten von geplantem Verschleiß. Röpers Ausführungen bieten einen Fundus an guten Ideen zur Ressourcenschonung und Produktverbesserung, lassen jedoch keine Systematik oder produkttypologische Einordnung der beobachteten Phänomene erkennen. Deshalb wird auch im weiteren darauf nicht mehr eingegangen.

⁵⁵ Raffée und Wiedmann interpretieren damit den geplanten Verschleiß nicht nur als Teilgebiet der Produktpolitik, sondern als eine "*absatzstrategische Konzeption*, die sich auf *alle* absatzpolitischen Instrumente erstrecken kann" (1980, S. 152).

⁵⁶ Röper definiert hingegen zwei Typen von geplantem Verschleiß. Geplanter Verschleiß vom Typ A beschreibt im positiven Sinne alle Maßnahmen, die zur Ermittlung der optimalen Lebensdauer unter Berücksichtigung des Wandels der technischen und sozialen Umwelt sowie der zweckmäßigen Zuverlässigkeit dienen (Röper, 1976, S. 111). Geplanter Verschleiß vom Typ B bezieht sich im negativen Sinne auf alle geplanten Maßnahmen, die den Herstellern und Händlern Vorteile durch das vorzeitige Ende der Produktnutzungsdauer verschaffen. Im Rahmen dieser Arbeit verstehen wir daher unter der Obsoleszenzvermeidung Maßnahmen gegen die Röper'sche Obsoleszenz vom Typ B. Der Typ A erscheint uns eher als ein technisch-ökonomisches Optimierungsproblem.

⁵⁷ Für eine bessere Erfassung der Realität differenzieren Raffée und Wiedmann den technischen Fortschritt bzw. das technische Wissen in allgemein vorhandenes, unternehmensindividuell vorhandenes und durch Forschungsaktivitäten erreichbares (Raffée/ Wiedmann, 1980, S. 157).

diese Art von Obsoleszenzpolitik unabhängig vom weiteren Markt- und Modellgeschehen ist, spricht man auch von der sogenannten "Built-in-obsolescence" (Nieschlag u.a., 1994, S. 239; Raffée/ Wiedmann, 1980, S. 151). Im Sinne einer **qualitativen Nutzungsdauerverlängerung** sollte die Reparaturfähigkeit von Produkten sowohl baulich als auch in Bezug auf die Preisstruktur der Ersatzteile sowie der notwendigen Arbeitsleistungen möglich sein. Die baulich bedingte Reparaturfähigkeit garantiert eine langfristige technische Verwendbarkeit. Sowohl die Preisstruktur der Ersatzteile als auch die bei der Reparatur anfallenden Arbeitsleistungen sollen die möglichst lange wirtschaftliche Verwendbarkeit der Produkte sicherstellen. Die qualitative Nutzungsdauerverlängerung begünstigt auch eine in Zukunft möglicherweise notwendig werdende Erweiterung, da die Produkterweiterung hinsichtlich der wirtschaftlichen Verwendbarkeit noch rentabel bleibt.

Die beiden anderen Obsoleszenzstrategien können nicht unabhängig vom sonstigen Markt- und Modellgeschehen gesehen werden. Sie fallen in den Bereich der sogenannten "Planned-obsolescence" (Nieschlag u.a., 1994, S. 239; Raffée/ Wiedmann, 1980, S. 151), d.h. einer bewußten technischen und psychologischen Veralterung der Produkte. Zwischen diesen beiden Bereichen bestehen enge Verflechtungen, da funktionale Produktveränderungen oft auch zur psychologischen Veralterung der Produkte führen.

Die **funktionale Obsoleszenz** beschreibt die Forcierung eines oft nur vordergründigen technischen Fortschritts, durch den alte Produkte nicht mehr dem heutigen Standard entsprechen und vor dem Ablauf ihrer technischen Verwendbarkeit ausgetauscht werden. Dies kann beispielsweise durch das bewußte Verzögern der Einführung von Innovationen geschehen. Die Verfolgung einer Strategie der **funktionalen Nutzungsdauerverlängerung** stellt den Hersteller vor die Aufgabe, nach den wichtigen und durch die Konsumenten nachgefragten Produktfunktionen zu fragen (vgl. Kapitel 3.1). Diese sollten dauerhaft in ähnlicher Form bereitgestellt werden. Gleichzeitig muß dieses Marktsegment durch den Verkauf langlebiger Produkte sowie eine langfristig in ihrem Aussagen- und Wertinhalt konstante Kommunikationspolitik gepflegt werden. Es muß also Ziel der Unternehmung sein, die Anforderungen der Konsumenten an das Produkt konstant zu halten und nicht durch geplante Variationen Ersatzbedarf zu schaffen. Die Reparaturfähigkeit unterstützt eine Strategie der funktionalen Nutzungsdauerverlängerung. Somit braucht bei einer partiellen Einschränkung der technischen Verwendbarkeit nicht mehr überprüft zu werden, inwiefern die Anschaffung eines neueren Produkts, das andere Funktionen besitzt, eine bedürfnisadäquatere Alternative darstellt. Die Erweiterbarkeit bestehender Produkte stellt im Zusammenhang mit einer Strategie der funktionalen Nutzungsdauerverlän-

gerung die ökologischste Alternative der Funktionserweiterung dar, da der Konsument nur die zusätzlich gewünschte Funktion zum bestehenden Produkt hinzufügen muß.

Die **psychologische Obsoleszenz** umfaßt alle Versuche der Unternehmung, vorhandene und noch funktionsfähige Produkte beim Verbraucher durch modische Variationen neuer Produkte als "überholt und verschlissen" (Packard, 1966, S. 73) wirken zu lassen. Eine Strategie der **psychologischen Nutzungsdauerverlängerung** stellt demgegenüber das Kriterium des zeitlosen Stils (Ries, 1994, S. 38) in den Mittelpunkt unternehmerischen Handelns. Es gilt, das Design der eigenen Produkte von modisch induzierten Variationen zu befreien und nach langfristiger Ästhetik bzw. konsumentenübergreifend positiv rezipierten Stilelementen zu suchen. Entgegen der heute weit verbreiteten Verhaltensweise, Produkte in kurzen Abständen durch neue zu ersetzen, könnte die persönliche Bindung des Konsumenten zu "seinem" langlebigen Produkt betont werden. Somit stände dem völligen Verbrauchen des Leistungseinheitenpotentials kein modisch begründetes neues Konsumbedürfnis im Wege.

Vereinfachend zusammengefaßt läßt sich der Obsoleszenzverzicht als Nutzungsdauerverlängerung beschreiben, bei der 1. die Qualität unter wirtschaftlichen Bedingungen physisch einsetzbar bleibt, 2. die Produkte technologisch nicht veralten und 3. psychisch nicht obsolet werden (Börlin/ Stahel, 1993, S. 7).

3.2.2.2 Intensivierung der Nutzung

Die Intensivierung der Nutzung von Produkten mit Gebrauchsgutcharakter stellt den zweiten Strategiepfad zur Maximierung der Nutzungseinheiten (NGE) von Produkten dar. Die ökologische Wirksamkeit eines Gutes, das über seine Nutzungsdauer hinweg doppelt so oft oder von doppelt sovielen Nutzern genutzt wurde, vermindert die im Umlauf befindlichen Güter ceteris paribus um 50% (Stahel, 1991, S. 1). Für Produkte, deren Leistungseinheiten nicht konstant während der Nutzungsdauer abgegeben werden, die also während ihres Produktlebens nicht andauernd in Gebrauch sind, sinkt durch intensivere Nutzung der nutzungsunabhängige Verschleiß, wodurch sie absolut mehr Leistungseinheiten abgeben können⁵⁸. Ziel ist hier also, die faktische Nutzungsdauer der potentiellen anzunähern (Leinkauf/ Zundel, 1994, S. 15f.).

⁵⁸ Dies läßt sich an einer herkömmlichen Waschmaschine verdeutlichen, die so intensiv genutzt werden kann, daß sie ihr Leistungseinheitenpotential bereits abgegeben hat, bevor zeitabhängige Alterung wie Korrosion oder Brüchigkeit des Materials relevant werden.

Anders ist dies bei Produkten zu bewerten, die ihre Leistungseinheiten gleichmäßig und dauerhaft abgeben wie bspw. Kühlschränke. In diesem Fall ist die faktische Nutzungsdauer bereits so hoch wie die potentielle. Eine Intensivierung der Nutzung bedeutet dann nur, daß die abgegebenen Leistungseinheiten von mehr Nutzern in Anspruch genommen werden.

Übertragen auf das Nutzungseinheitenkonzept bedeutet dies generell, daß der Quotient der potentiell leistbaren Nutzungseinheiten (NGE_{pot}) eines Produkts und der faktisch geleisteten Nutzungseinheiten (NGE_{fakt}) im Sinne einer Nutzungsintensivierung gegen 1 gehen sollte. Deshalb kann der Quotient E, der die potentiell leistbaren und die faktisch geleisteten Nutzungseinheiten in Beziehung setzt als, ökologischer Effizienzparameter einer Stoffflußminimierung verstanden werden.

Formal lautet die Forderung nach Intensivierung der Nutzung also:

$$E = NGE_{pot} / NGE_{fakt} \rightarrow 1$$

3.2.2.3 Harmonie- und Konfliktfelder zwischen Nutzungsdauerverlängerung und Nutzungsintensivierung

Ausgehend von obiger Forderung nach Nutzungsintensivierung kann zwischen NGE_{pot} und NGE_{fakt} ein Zielkonflikt entstehen, wenn die Nebenbedingung: $NGE_{pot} \rightarrow \text{MAX!}$ nicht erfüllt bleibt, da sonst einmaliges Gebrauchen und anschließendes Entsorgen die Zielfunktion optimal erfüllen würde. Die Erhöhung der faktischen Nutzungseinheiten verhält sich also gleichzeitig konfliktär zur Erhöhung der potentiellen Nutzungseinheiten, da der nutzungsabhängige Verschleiß zunimmt und die Produktnutzungsdauer reduziert wird. Denn "...in cases that the product life depends not most importantly on the age of the product, but on the use of it, the intensified use will not bring such a big environmental advantage" (Meijkamp, 1994, S. 12). Trotzdem hat dies einen ökologischen Vorteil, da so die schnellere Umsetzung des technischen Fortschritts möglich ist. Hinzu kommt, daß Produktkomponenten, deren Verschleiß eher zeit- als nutzungsabhängig ist, während einer kürzeren Nutzungsdauer mit geringerer Wahrscheinlichkeit ausfallen.

3.2.3 Harmonie und Konfliktfelder zwischen direkter Minimierung der Umweltbelastung und Maximierung der Nutzungseinheiten von Produkten

Ein großes Konfliktfeld erstreckt sich zwischen den Polen der Nutzungsdauerverlängerung und der ökologischen Produktinnovation (Kreibich, 1994, S. 20). Da die technische und ökologi-

sche Effizienz alter Produkte oft suboptimal ist, stellen langlebige Produkte ein Hemmnis bei der Diffusion neuerer und effizienterer Technologien dar. "Eine Grenze findet die Langlebigkeit da, wo sie den umweltwirksamen Fortschritt behindert" (Deutsch, 1994, S. 115). Allerdings bietet die Modulbauweise einen Ansatz zur technischen Hochrüstung existierender Produkte. Eine exemplarische Übersicht über den Einfluß von Innovationssprüngen auf die Nutzungsdauer von Produkten findet sich bei Stahel. Er unterscheidet Innovationssprünge auf System-, Produkt- und Komponentenebene (Stahel, 1991, S. 75)⁵⁹. Dabei lassen sich bei Innovationssprüngen auf Systemebene meist nur die Rohstoffe wiederverwenden, das System selber muß verschrottet werden. Hingegen können Innovationssprünge auf Produktebene durch die Wiederverwendung "in angepaßter Umgebung, z.B. Dritte Welt" (Deutsch, 1994, S. 116) aufgefangen werden. Komponenten können ausgetauscht werden.

Die ökologische Ineffizienz erhöht sich möglicherweise noch dadurch, daß zur Produktion der langlebigen Produkte oder Bauteile höherwertige und z.T. auch langlebigere Materialien zum Einsatz kommen. Im Hinblick auf die längere Nutzungsdauer erscheint dies zunächst ökologisch effizient. Die Nutzung dieser Produkte und Bauteile kann jedoch nach ökologischen Kriterien suboptimal sein, wenn der technische Fortschritt heute effizientere Lösungen möglich macht. Als Handlungsalternativen bieten sich dann einerseits die frühzeitige Ausmusterung der nicht mehr dem technischen Standard entsprechenden Produkte an, was die Inkaufnahme einer ineffizienten Auslastung der langlebigen Produkte zur Folge hat. Andererseits können diese weiterverwendet werden, womit man die Umsetzung des möglichen technischen Fortschritts bremst. Hier bietet die intensivierete Nutzung von Produkten ein weites Harmoniefeld, da langlebige Produkte so in kurzer Zeit ihr Leistungseinheitenpotential abgeben können und eine rasche Ausmusterung zugunsten technisch weiterentwickelten Produkten möglich ist.

Ein weiteres Konfliktfeld zwischen Minimierung der Umweltbelastung und Maximierung der Nutzungseinheiten stellt die oftmals schwierigere Recyclierbarkeit langlebiger und hochwertiger Werkstoffe dar (Kreibich, 1994, S. 20). Grundsätzlich gilt, daß man materialbedingt nicht unbegrenzt recyceln kann, sondern daß fast immer nur ein Downcyclen schon verwendeter

⁵⁹ Als Beispiele nennt Stahel (1991, S. 75) auf der Systemebene den Wechsel von der Kabeldatenübertragung zur Satellitenübertragung. Auf der Produktebene die Ausmusterung der Schreibmaschine zugunsten der elektronischen Textverarbeitung und auf Komponentenebene die Einführung der Direkteinspritzung anstatt der Vergasertechnologie beim Explosionsmotor.

Werkstoffe stattfindet. Die dazu notwendige Redistributionslogistik ist in diesem Zusammenhang ebenfalls ein ökologisches Konfliktpotential (Meijkamp, 1994, S. 12). Bei naturschonend hergestellten und meist leicht recycelbaren Produkten, wie beispielsweise Farben, ergibt sich das Problem, daß sie oftmals nicht die gleichen dauerhaften Qualitäten besitzen wie vergleichsweise schädlichere Produkte.

4 Eigentumsloser Konsum als Ökologisierungstrategie

4.1 Der Zusammenhang von Eigentumslosigkeit und Ökologisierung des Konsums

Das vorangegangene Kapitel zeigte mit der direkten Reduzierung der Umweltbelastung sowie der Maximierung von Nutzungseinheiten von Produkten zwei Wege auf, wie auch bei gleichbleibendem Konsumniveau eine Ökologisierung eingeleitet werden kann. Vernachlässigt wurde bisher jedoch die Frage der Umsetzung. Insbesondere eine Nutzungseinheitenmaximierungsstrategie erfordert neue Absatz- und Konsumformen, die sowohl für Anbieter als auch für Nachfrager hinreichend attraktiv sind. Die Hinzunahme ökologischer Aspekte in das Produktmarketing ist dafür in der Regel nicht ausreichend.

So führen Nutzungsdauerverlängerung und -intensivierung unter sonst gleichen Bedingungen zu einem geringeren Absatz, womit sie für **Produktanbieter** in ihrer Gesamtheit prinzipiell unattraktiv sind. Zwar gibt es zweifellos eine Reihe erfolgreicher Unternehmen, bei denen die Langlebigkeit einen entscheidenden Faktor ihres Markterfolges darstellt⁶⁰. Ihnen gelingt es mit Erfolg, Kundensegmente zu bearbeiten, die bereit sind, für langlebige Güter entsprechend höhere Preise zu zahlen. Da bei langlebigen Produkten zudem häufig Wartung, Reparaturen oder technologisches Hochrüsten möglich und lohnend sind, besteht eine zusätzliche Umsatzquelle in diesen lebensdauerverlängernden Dienstleistungen und dem mit ihnen häufig verbundenen Ersatzteilverkauf (Stahel, 1991, S. 64ff.). Trotz dieser Beispiele ist kaum zu erwarten, daß **produktverkauf**sorientierte Strategien Anbietern und Konsumenten genügend Anreize bieten können, um dem Ziel der Nutzungsdauerverlängerung und -intensivierung⁶¹ auf breiter Front näherzukommen.

Einen Lösungsansatz für diesen vermeintlichen ökologisch-ökonomischen Zielkonflikt bieten jedoch Strategien, die sich schlagwortartig als "**Leistungs- statt Produktverkauf**" bezeichnen

⁶⁰ Auf seiten der Produzenten können hier die Beispiele des Rasierapparatherstellers Braun (Deutsch, 1994, S. 117ff.), die Möbelhersteller Wilkhahn (Börlin/ Stahel, 1993, S. 9) und Grammer (Grammer, 1994) oder die Hersteller von Energiesparlampen angeführt werden. Für den Handelsbereich kann das Versandhaus Manufactum (Deutsch, 1994, S. 36ff.; Manufactum, 1995) als Exempel dienen.

⁶¹ Ähnlich wie für langlebige Produkte gibt es auch einen speziellen Markt für intensiv genutzte "Konsumgüter" wie Wasch- oder Spülmaschinen. Das Angebot richtet sich hier jedoch weniger direkt an Endverbraucher, sondern vielmehr an gewerbliche Kunden wie Großküchen oder Wäschereien, die die Produkte als **Investitionsgüter** nachfragen.

lassen. Sie entstanden aus der Überlegung heraus, daß Konsumenten häufig nur Interesse an der Produktnutzung oder dem Ergebnis der Produktnutzung haben, nicht aber am Produkteigentum an sich. Also müßte man ihnen bei konsequenter Bedürfnisorientierung auch Nutzungseinheiten- bzw. Nutzungsergebnisse statt Eigentum verkaufen⁶². Schließlich ist es beispielsweise kaum bedürfnisadäquat, jemanden zum "Eigentümer von 4380 Chemikalien" (Braungart, 1994a, S. 48) zu machen, nur weil er fernsehen will. Das "Prinzip des vorübergehenden Besitzes" (Griefahn, 1991, S. 3) und ein breiteres Angebot an Dienstleistungen, also Konsummöglichkeiten ohne Konsumenteneigentum, sind hier ein Mittel zur Verringerung der derzeit häufig bestehenden Diskrepanz zwischen den nachgefragten und den tatsächlichen Eigenschaften eines Angebotes (Schmidt-Bleek, 1993b, S. 13).

Auf der Anbieterseite bedeutet dies die Möglichkeit, Produktion und Gewinn zu entkoppeln (Becker, 1995, S. 117). Anbieter verkaufen nicht mehr Produkte, sondern Verfügungsrechte, d.h., sie nutzen die Produkte als Flottenbetreiber zur Vermietung und/ oder Erbringung von Dienstleistungen. Hersteller und Betreiber werden somit von Verarbeitern und Verkäufern zu "Verwaltern von Rohstoffen" (Bongaerts u.a., 1993, S. 111). Als solche verdienen sie am **Verkauf von Nutzung und Nutzungsergebnissen**, wodurch sie ein Eigeninteresse sowohl an der Verlängerung der Nutzungsdauer als auch an der Intensivierung der Nutzung haben. Gleichzeitig können Absatzformen, bei denen die Güter in Anbietereigentum verbleiben, aufgrund einer neuen Verteilung der Produktverantwortung auch direkt zu einer Verbesserung der Kreislauffähigkeit von Produkten beitragen.

Die Möglichkeit zur Realisierung dieser ökologisch-ökonomischen win-win-Situationen muß jedoch nicht von Unternehmen ausgehen, sondern kann auch von den Konsumenten selbst organisiert werden. So ist die private **Gemeinschaftsnutzung** ebenfalls eine Form der Nutz-

⁶² Einige Autoren sprechen statt vom Eigentum auch vom "Besitz", der ersetzt werden soll (vgl. z.B. Braungart, 1991, S. 36; Braungart/ Engelfried, 1993, S. 4; Börlin/ Stahel, 1993, S. 5; Erlhoff, 1995; das Motto der Schweizer shareCom, 1995, BUND/ Misereor, 1996, S. 28). Dies entspricht zumindest nicht dem privatrechtlichen Begriffsverständnis, nach dem der Besitz die von den Eigentumsverhältnissen unabhängige Ausübung der "tatsächlichen Gewalt" über eine Sache bezeichnet (§ 854 I BGB) (vgl. Kapitel 2.1.1). Besitz ist also nicht die Alternative zur Nutzung, sondern deren Bedingung. Entsprechend dieser Interpretation hat beispielsweise Braungart seine Terminologie in neueren Publikationen umgestellt (vgl. Braungart, 1994a, S. 51; Braungart, 1994b, S. 111).

Eine andere terminologische Unklarheit ergibt sich aus der Formel "Verkauf von Nutzen anstatt von Produkten" (z.B. Stahel, 1994a, S. 62; Becker, 1995, S. 115; ähnlich Deutsch, 1994, S. 50). Nutzen läßt sich jedoch nach unserem Verständnis nicht verkaufen, sondern entsteht intraindividuell durch die Befriedigung von Bedürfnissen (vgl. Kapitel 2.2).

ungseinheitenmaximierung. Die Gemeinschaftsnutzung hat dabei mit dem Nutzungs- und Nutzungsergebnisverkauf gemein, daß sie die Möglichkeit zum Konsum ohne individuelles Eigentum bietet. Alle drei Strategien fassen wir deshalb unter der Bezeichnung "**Eigentumsloser Konsum**" zusammen⁶³.

4.2 Systematisierung und Einordnung des Eigentumslosen Konsums

4.2.1 Abgrenzung der Grundformen anhand der Verfügungsrechteverteilung

Nutzungseinheiten- und Nutzungsergebnisverkauf sowie Gemeinschaftsnutzung wurden bereits als die grundsätzlichen Alternativen zu Produktverkauf und Konsum mit Eigentum gekennzeichnet (vgl. Abbildung 7).

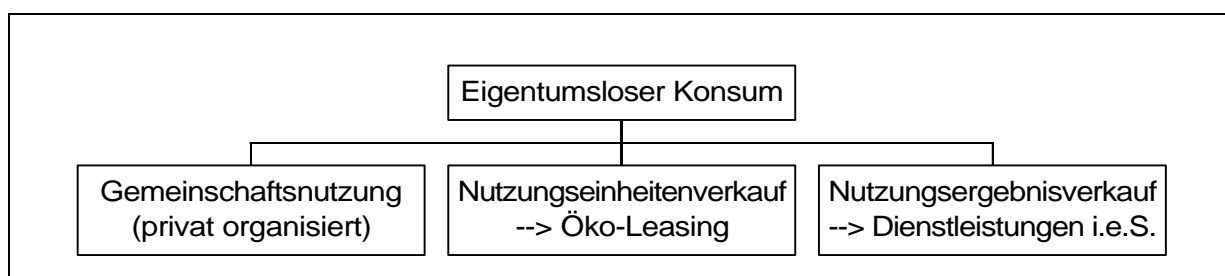


Abbildung 7: Strategien des Eigentumslosen Konsums

Durch die Anwendung der Verfügungsrechte aus der Property-Rights-Theorie⁶⁴ versuchen wir, hinreichend differenzierte Grundformen dieser Basisstrategien abzugrenzen⁶⁵. Dazu dienen das Nutzungs-, das Veränderungs-, das Ausschluß- und das Veräußerungsrecht. Das Gewinnaneignungsrecht eignet sich nicht zur Abgrenzung, da zumindest die Erwartung eines immateriellen Gewinns in Form des Produktnutzens immer gegeben sein muß, damit überhaupt eine Nachfrage entsteht. Alle anderen Rechte variieren jedoch bezüglich der Grundformen des Eigentumslosen Konsums und ermöglichen so eine Systematisierung (vgl. Tabelle 2).

⁶³ Für eine genauere Begriffsdiskussion vgl. Kapitel 4.2.2.

⁶⁴ Vgl. Kapitel 2.1.2.

⁶⁵ Die Anwendung der Verfügungsrechte auf Konzepte des Eigentumslosen Konsums findet sich auch bei Hockerts (1994, S. 143ff.), allerdings nicht als Abgrenzungsinstrument, sondern um aus ihnen direkt ökologisch relevante Handlungsanreize abzuleiten.

	Gemeinschaftsnutzung		Öko-Leasing		Dienstleistung i. e. S	
	Gemeinschaftseigentum	Mitnutzung	Lebenszeit-Leasing (Rückgabepflicht)	Nutzungszeit-Leasing (Miete)	Nutzungs-Dienstleistung	Ergebnis-Dienstleistung
privatrechtlicher Produkteigentümer	Nutzergemeinschaft	Erstnutzer	Hersteller	Vermieter	Dienstleister	Dienstleister
Beispiele						
Bereich Waschen	<ul style="list-style-type: none"> • gemeinsame Waschmaschine 	<ul style="list-style-type: none"> • Mitnutzung einer Waschmaschine 	<ul style="list-style-type: none"> • Lebenszeit-Leasing einer Waschmaschine 	<ul style="list-style-type: none"> • Münz-Waschalon-Maschine 	<ul style="list-style-type: none"> • Waschalonnutzung 	<ul style="list-style-type: none"> • Beauftragen einer Reinigung
Bereich Mobilität	<ul style="list-style-type: none"> • Car-Sharing 	<ul style="list-style-type: none"> • Fahrgemeinschaft 	<ul style="list-style-type: none"> • Lebenszeit-Leasing eines Autos 	<ul style="list-style-type: none"> • Auto-Vermietung 	<ul style="list-style-type: none"> • ÖPNV Bus & Bahn 	<ul style="list-style-type: none"> • Transportservice, z.B. Fahrradkarrriere
Bereich Werkzeuge	<ul style="list-style-type: none"> • Gemeinsamer Werkzeugpool 	<ul style="list-style-type: none"> • Nachbarschaftshilfe 	<ul style="list-style-type: none"> • Lebenszeit-Leasing von Werkzeug 	<ul style="list-style-type: none"> • Werkzeugmiete (z.B. im Baumarkt) 	<ul style="list-style-type: none"> • Werkraumnutzung 	<ul style="list-style-type: none"> • Beauftragung eines Handwerkers
übliche Abrechnung	<ul style="list-style-type: none"> • Anteil an Kaufpreis und variablen Kosten oder Umlageung der Gesamtkosten auf die variablen Kosten 	<ul style="list-style-type: none"> • kostenlos oder orientiert an variablen Kosten 	<ul style="list-style-type: none"> • einmalige Zahlung 	<ul style="list-style-type: none"> • orientiert an Nutzungszeit und/oder Leistungseinheiten 	<ul style="list-style-type: none"> • orientiert an Nutzungseinheiten 	<ul style="list-style-type: none"> • orientiert an erhaltenen Ergebnissen
Verfügungsrechte des (Mit-)Nutzers						
Nutzungsrecht	<ul style="list-style-type: none"> • gemeinschaftlich oder zeitlich begrenzt 	<ul style="list-style-type: none"> • zeitlich und sachlich begrenzt 	<ul style="list-style-type: none"> • i. d. R. vollständig 	<ul style="list-style-type: none"> • zeitlich begrenzt 	<ul style="list-style-type: none"> • gemeinschaftlich, häufig ohne Einfluß auf die Anbieternutzung 	<ul style="list-style-type: none"> • nicht gegeben, aber Einfluß auf die Anbieternutzung
Veränderungsrecht	<ul style="list-style-type: none"> • gemeinschaftlich 	<ul style="list-style-type: none"> • nicht gegeben 	<ul style="list-style-type: none"> • fast vollständig 	<ul style="list-style-type: none"> • beschränkt 	<ul style="list-style-type: none"> • nicht gegeben 	<ul style="list-style-type: none"> • nicht gegeben
Ausschlußrecht	<ul style="list-style-type: none"> • gemeinschaftlich 	<ul style="list-style-type: none"> • höchstens stellvertretend 	<ul style="list-style-type: none"> • vollständig 	<ul style="list-style-type: none"> • zeitlich begrenzt 	<ul style="list-style-type: none"> • nicht gegeben 	<ul style="list-style-type: none"> • nicht gegeben
Veräußerungsrecht	<ul style="list-style-type: none"> • gemeinschaftlich 	<ul style="list-style-type: none"> • nicht gegeben 	<ul style="list-style-type: none"> • erweitert 	<ul style="list-style-type: none"> • nicht gegeben 	<ul style="list-style-type: none"> • nicht gegeben 	<ul style="list-style-type: none"> • nicht gegeben

Tabelle 2: Übersicht über die Grundformen des Eigentumslosen Konsums

Bei der **Gemeinschaftsnutzung** werden Produkte nicht individuell, sondern von mehreren Personen gemeinsam genutzt, d.h. gleichzeitig (paralleles Teilen) oder nacheinander (serielles Teilen). Wir beschränken die Gemeinschaftsnutzung bewußt auf Gemeinschaftseigentum und den nicht-kommerziellen Verleih von Produkten (Mitnutzung), da Formen serieller und paralleler Nutzung, bei denen ein Gewinnaufschlag erhoben wird, zwangsweise zu Konzepten führen, die unter Öko-Leasing und Dienstleistungen i.e.S. behandelt werden⁶⁶.

Beim **Gemeinschaftseigentum** wird das Produkt gemeinsam erworben, um es gemeinsam zu nutzen. **Beispiele** sind hier das Car-Sharing, die gemeinsame Waschmaschine im Keller von Mehrfamilienhäusern oder Gemeinschaftswerkzeug in Wohngemeinschaften. Bei der **Abrechnung** werden die fixen Kosten (vor allem der Kaufpreis) üblicherweise geteilt und die variablen Kosten (z.B. Benzin, Waschmittel etc.) von jedem Nutzer selbst getragen. Insbesondere bei stark divergierenden Nutzungsfrequenzen und einer formalisierten Organisation wird auch eine weitgehende Umlage der fixen auf die variablen Kosten praktiziert (z.B. beim Car-Sharing). Jeder Gemeinschaftseigentümer hat zwar alle **Verfügungsrechte** zum Teil, keines jedoch im gleichen Maße wie bei Individualeigentum, da eine konfliktfreie Ausübung von Nutzungs-, Ausschluß-, Veränderungs- und Veräußerungsrecht nur in Koordination mit allen Mitgliedern der Gemeinschaft vonstatten gehen kann.

Mitnutzung kommt zustande, wenn der Eigentümer eines Produktes, also der Erstnutzer, anderen dessen (Mit-)Nutzung gestattet⁶⁷. **Beispiele** sind hier Fahrgemeinschaften oder der Verleih von Produkten im privaten Kreis. Eine **Abrechnung** findet dabei in der Regel nicht statt, allenfalls trägt der Mitnutzer die variablen Kosten. Während der Erstnutzer durch die Mitnutzung keine **Verfügungsrechte** verliert, erhält der Mitnutzer nur ein zeitlich begrenztes Nutzungsrecht. Wird der Mitnutzer durch die Ausleihe für einen begrenzten Zeitraum zum alleini-

⁶⁶ Ohne diese Abgrenzung wäre das Nutzungszeit-Leasing nicht von der Gemeinschaftsnutzung zu trennen, da bei beiden Nutzungsformen Produkte seriell geteilt werden können. Ebenso sind Nutzungs-Dienstleistungen, bei denen mehrere Konsumenten ein Produkt gleichzeitig nutzen (z.B. im ÖPNV), Formen des parallelen Teilens. Werden diese nicht von der privaten Gemeinschaftsnutzung getrennt, muß dies zwangsläufig zu Abgrenzungsproblemen und Überschneidungen führen, wie sie z.B. auch von Empacher (1994, S. 30) konstatiert werden. Für uns bleibt es jedenfalls unklar, warum Hockerts u.a. (1994a, S. 8) z.B. den "Videorecorderverleih" bei der von ihnen "Parallelwirtschaft" genannten Gemeinschaftsnutzung einordnen, die Autovermietung aber bei "Öko-Rent".

⁶⁷ Börlin/ Stahel bezeichnen diese Form der Gemeinschaftsnutzung als "erweiterte Individualnutzung" (Börlin/ Stahel, 1993, S. 8).

gen Besitzer, nimmt er evtl. auch ein stellvertretendes Ausschlußrecht wahr. Verändert werden dürfen geliehene Güter in der Regel nur, sofern die Veränderung revidierbar bzw. in den Augen des Verleihers wertsteigernd ist.

Beim **Öko-Leasing** werden Produkte nicht verkauft, sondern bleiben im Eigentum des Herstellers bzw. Vermieters. Es kann hier zwischen Lebenszeit- und Nutzungszeit-Leasing unterschieden werden.

Unter **Lebenszeit-Leasing** verstehen wir eine rechtlich-ökonomische Konstruktion, bei der der Hersteller über den gesamten Lebenszyklus Eigentümer des Produktes bleibt, das er einem Konsumenten gegen Entgelt zur Verfügung stellt. Praktische **Beispiele** für derartige Konzepte gibt es noch nicht, allerdings weisen bestehende Rücknahmegarantien und Pfandsysteme in die entsprechende Richtung (Müller/ Hennicke, 1994, S. 131). Prinzipiell sind Lebenszeit-Leasingkonzepte auf alle langlebigen Gebrauchsgüter anwendbar. Um eine klare Abgrenzung zum Nutzungszeit-Leasing zu erreichen, rechnen wir zum Lebenszeit-Leasing nur Vertragsverhältnisse, bei denen die **Abrechnung** wie beim Kauf zeitunabhängig durch einmalige Zahlung erfolgt. Praktisch kommt das Lebenszeitleasing also dem Erwerb von Eigentum mit Rückgabepflicht gleich.

Bezüglich der **Verfügungsrechte** besitzt der Konsument bei derartigen Konzepten das Nutzungs- und Ausschlußrecht genauso wie er es auch beim individuellen Eigentum hätte. Wenn das Produkt erst am Ende des Lebenszyklusses dem Hersteller zurückgegeben wird, kann dem Konsumenten auch das volle Veränderungsrecht überlassen werden - zumindest solange davon keine wiederverwert- oder -verwendbaren Komponenten betroffen sind. Eine Einschränkung von Veränderungs- und auch Nutzungsrecht kann sich allerdings ergeben, damit etwaige Gewährleistungsansprüche (z.B. bei vorzeitiger Nutzungsuntüchtigkeit) geltend gemacht werden können - darin unterscheiden sich Öko-Leasingkonzepte jedoch nicht vom Eigentum. Zumindest, wenn die Rückgabe für die Konsumenten nicht mit höheren Aufwendungen verbunden ist als das bloße Wegwerfen, interpretieren wir die Rückgabepflicht als Rückgaberecht (Bongaerts/ Hempen, 1993, S. 141) bzw. als erweitertes Veräußerungsrecht, da es erst in Kraft tritt, wenn sich kein Konsument mehr findet, für den das Produkt noch ein Nutzenpotential darstellt. Die Rückgabe am Ende des Lebenszyklus schließt also Veräußerungen in seinem Verlauf nicht aus.

Nutzungszeit-Leasing bedeutet, daß Konsumenten ein Produkt nur für die Zeit vom Anbieter mieten, in der es genutzt wird. Traditionelle **Beispiele** sind hier die Nutzung eines Münz-Waschautomaten in einem Waschsalon oder die Autovermietung. Neuere, auch durch die Ökologie-Diskussion angeregte Umsetzungen stellen z.B. Geschirrmobile⁶⁸ oder der Windel-Service⁶⁹ (Empacher, 1994, S. 16f.) dar. Die **Abrechnung** orientiert sich an den in Anspruch genommenen Leistungs- bzw. Zeiteinheiten.

Anders als beim Lebenszeit-Leasing werden die **Verfügungsrechte** hier stark eingeschränkt. Während der Nutzungszeit besitzt der Konsument das Nutzungs- und Ausschlußrecht. Da nach Ende eines Nutzungsvertrags bzw. im Falle der Insolvenz des Nutzers eine Anschlußnutzung möglich sein, das Gut also einen "Drittverwendungswert" (Feinen, 1984, S. 4) haben sollte, muß der Anbieter das Veränderungsrecht durch den einzelnen Konsumenten beschränken. Wie bei der Mitnutzung wird es auch hier nur revidierbare oder allgemein wertsteigernde Veränderungen einschließen, nicht aber eine dauerhafte Individualisierung ermöglichen, die die "Fungibilität (Wiedervermietbarkeit)" (Breitfeld, 1994, S. 212) des Produkts in Frage stellt. Veräußern darf der Konsument das Produkt nicht, da es Eigentum des Vermieters bleibt.

Gesondert erwähnt werden soll der **Spezialfall des lebenslangen Nutzungszeit-Leasings**, bei dem das gemietete Produkt über den gesamten Lebenszyklus hinweg nur von einem Mieter genutzt wird. Der Unterschied zum Lebenszeit-Leasing besteht dabei in der nutzungs- bzw. zeitbezogenen Abrechnung sowie in der größeren Beschränkung der Verfügungsrechte wegen möglicher Nachnutzungen.

Die Frage nach der Abgrenzung von Dienstleistungen gegenüber Produkten wird in der betriebswirtschaftlichen Literatur bislang ohne einheitliches Ergebnis diskutiert⁷⁰. Zumindest für unseren Zweck bietet die Verteilung der Verfügungsrechte einen sinnvollen Ansatzpunkt. Danach werden mit einem Produkt dann **Dienstleistungen i.e.S.**⁷¹ erbracht, wenn der Anbieter an der Produktnutzung zumindest beteiligt ist, er das Nutzungsrecht also nicht (vollständig) ab-

⁶⁸ Geschirrmobile beinhalten eine große Ausstattung mit Geschirr sowie eine entsprechende Spülmaschine, wodurch auch bei größeren Feiern auf Ein-Weg-Geschirr verzichtet werden kann.

⁶⁹ Hierbei werden Stoffwindeln gemietet und nach der Nutzung zurückgegeben, damit sie vom Windel-Service gewaschen und wieder vermietet werden können.

⁷⁰ Vgl. zur jüngeren Diskussion in Deutschland die Debatte in der Marketing ZFP (Engelhardt, W.; Freiling, 1995; Bauer, 1995; Engelhardt, W. u.a., 1995) sowie den Beitrag von Meffert (1994).

⁷¹ Wir sprechen hier von Dienstleistungen **i.e.S.**, da der Dienstleistungsbegriff im Sinne der VGR auch Leistungen wie Verkauf oder Miete umfaßt.

gibt. Statt der Integration des externen Faktors sehen wir demnach in der Integration des "internen Faktors" das entscheidende Abgrenzungskriterium. Nur bei derartigen Dienstleistungen ist der Anbieter an der Produktnutzungsphase beteiligt⁷². Innerhalb dieser Grundformen unterscheiden wir Nutzungs- und Ergebnis-Dienstleistungen.

Bei **Nutzungs-Dienstleistungen** fragen Konsumenten die Nutzung eines vom Dienstleister betriebenen "Produktes" nach. Zu dieser Kategorie zählen alle kommerziell angebotenen Leistungen, die paralleles Teilen implizieren. Gängige **Beispiele** sind hier der Waschsalon, der ÖPNV sowie Bus und Bahn, aber auch öffentliche Saunas und Schwimmbäder⁷³. Am Beispiel des Waschsalons läßt sich zeigen, daß die Einordnung praktischer Umsetzungskonzepte in unsere Systematik zwar nie willkürlich, wohl aber teilweise standpunktabhängig erfolgt. Sieht man das Waschen im Waschsalon als Nutzung einer Leistungseinheit des Münz-Wasch-Automaten, dann handelt es sich um Nutzungszeit-Leasing. Betrachtet man jedoch den gesamten vom Dienstleister betriebenen Waschsalon als die genutzte Leistung, dann handelt es sich um eine Nutzungs-Dienstleistung. Die **Abrechnung** bei Nutzungsdienstleistungen erfolgt in der Regel pro Nutzungseinheit. Die **Verfügungsrechte** liegen hier vollständig beim Dienstleister, der Konsument erwirbt nur ein (Mit-)Nutzungsrecht. Als Konsument kann man dabei meist nur entscheiden, ob man die Dienstleistung will oder nicht, nicht wie man sie will⁷⁴. Dies ist bei **Ergebnis-Dienstleistungen** anders. Hier wird ein vom Konsumenten vorgegebenes Ergebnis nachgefragt, zu dessen Erbringung der Dienstleister ein Produkt entsprechend nutzt. Ein gängiges **Beispiel** dafür ist die Beauftragung eines Handwerkers. Die **Abrechnung** orientiert sich am Ergebnis oder an der benötigten Erstellungszeit. Der Konsument besitzt in diesem Fall zwar keine **Verfügungsrechte** an den Werkzeugen des Dienstleisters, aber dennoch Einfluß auf deren Nutzung.

⁷² Wobei hier der Nutzen der Produktnutzung vor allem in der Nachnutzungsphase anfällt. Nachgefragt wird im Normalfall letztendlich das Ergebnis, nicht der Prozeß (soweit sich das überhaupt trennen läßt): die gelungene Frisur, nicht der Friseurbesuch; der Ortswechsel, nicht die Straßenbahnfahrt.

⁷³ Dabei ist noch einmal zu betonen, daß hier keine Umweltfreundlichkeit per se besteht, sondern nur im Vergleich zur individuellen Nutzung von Eigentum.

⁷⁴ Ein Sonderfall, bei dem der Nutzungsnachfrager Einfluß auf die Produktnutzung durch den Anbieter nimmt, ist das Taxi.

Wie es die Bezeichnung "Grundformen" schon impliziert, können die dargestellten Typen nicht die ganze Vielfalt denkbarer Alternativen des Eigentumslosen Konsums abbilden. Interessant sind insbesondere Verbindungen der dargestellten Konzepte. So können sowohl bei der Gemeinschaftsnutzung als auch bei der Erbringung von Dienstleistungen "öko-geleaste" Produkte zum Einsatz kommen. Auch zwischen Gemeinschaftsnutzung und Ergebnis-Dienstleistung wird bereits eine Zwischenform praktiziert, die sog. LETS (Local Exchange Trading Systems)⁷⁵. Es handelt sich hierbei um lokal organisierte Gruppen, die gegründet wurden, um unentgeltlich Dienstleistungen zu "tauschen" (Günther, 1995, S. 102)⁷⁶. Jeder erbringt dabei Leistungen, die ihm liegen und nimmt dafür andere in Anspruch, die er selber nicht erbringen kann oder will⁷⁷. Für die erbrachten Leistungen erhält man Punkte (häufig in Abhängigkeit von der benötigten Zeit, nicht von der Qualifikation), für die Inanspruchnahme Punktabzüge, was sich langfristig ausgleichen muß (Günther, 1995, S. 102).

Die vorgestellten Formen können zudem durch Beratungs- und Organisationsdienstleistungen ergänzt werden, die die Durchführung insbesondere der Gemeinschaftsnutzung ermöglichen oder erleichtern. Im Fall der Mitnutzung von Pkws geschieht dies bereits durch Mitfahrzentralen.

4.2.2 Diskussion der gewählten Begrifflichkeit

Bei der Abgrenzung der Grundformen des Eigentumslosen Konsums haben wir einen Begriffsapparat geschaffen, den wir an dieser Stelle begründen und diskutieren wollen.

Mit dem Oberbegriff "Eigentumsloser Konsum" führen wir ganz bewußt eine neue Bezeichnung in die Diskussion um ökologische Alternativen zum individuellen Eigentum an Konsumgütern ein. Bisher werden als Sammelbezeichnung für die hier diskutierten Konzepte⁷⁸ insbe-

⁷⁵ Diese Idee wurde erstmals in England umgesetzt und ist inzwischen international verbreitet. In Deutschland gibt es die ersten, hier "Tauschringe" genannten Gruppen seit Mai 1994; gut ein Jahr später waren es bereits "fast 20" (Günther, 1995, S. 102).

⁷⁶ Inzwischen werden allerdings auch Produkte verliehen (Klausing, 1995, S. 12), was ein Fall organisierter Mitnutzung ist.

⁷⁷ Kritisch betrachtet könnte man dies auch als legalisierte Schwarzarbeit bezeichnen. Allerdings handelt es sich häufig um Dienste, die auf dem Markt nicht angeboten werden, wie z.B. Friedhofsbegleitung (Klausing, 1995, S. 12).

⁷⁸ Wobei zu betonen ist, daß die Abgrenzung des Objektbereichs sehr uneinheitlich vorgenommen wird.

sondere "Öko-Dienstleistungen" (Hockerts 1994; Empacher 1994; Enquête-Kommission, 1994, S. 318f.), "nutzungsorientierten Dienstleistungen" (Stahel 1994d), "Servicekonzepte" (Hockerts u.a., 1994a), "Service-Products" (Meijkamp, 1994) und "Eco-efficient Services" (Hinterberger u.a., 1994) verwendet. Da Service der englische bzw. "neudeutsche" Ausdruck für Dienstleistungen ist, wird letztlich mit all diesen Begriffen der Dienstleistungskonsum dem Produktkonsum als ökologischere Alternative gegenübergestellt. Dies ist unserer Meinung nach jedoch eine ungenaue, wenn nicht sogar irreführende Beschreibung, da Dienstleistungen, zu denen ja auch der Verkauf gehört, nicht per se ökologisch sind. Ebenso wie bei Produkten ist ihr Materialitätsgrad und damit der Ressourcenverbrauch höchst variabel (Engelhardt u.a., 1993, S. 400)⁷⁹.

Allerdings wird in der Diskussion mit "Dienstleistung" häufig nicht die betriebswirtschaftliche Leistungsform (in Abgrenzung zur Sachleistung) beschrieben, sondern die Funktion des Produktes. In diese Richtung weist z.B. die Terminologie Schmidt-Bleeks, der Produkte "Dienstleistungserfüllungsmaschinen" (z.B. Schmidt-Bleek, 1993b, S. 12)⁸⁰ nennt. Die Bezeichnung Dienstleistung(sorientierung) ist dann als Synonym zum Begriff Funktion(sorientierung) zu sehen⁸¹. Besonders verwirrend wird dieser Sprachgebrauch, wenn sowohl der Oberbegriff als auch eine der Grundformen als Dienstleistung bezeichnet werden⁸².

Wegen dieser Probleme schlagen wir für den Objektbereich Konsum den Oberbegriff "Eigentumsloser Konsum" vor, der eindeutiger die behandelten Konzepte eingrenzt. Zwar haben Börlin/ Stahel (1993, S. 47) recht, wenn sie betonen, daß Hersteller bzw. Betreibereigentum "nicht mit einer Abschaffung des Eigentums verwechselt werden darf"; aber diese Ungenauigkeit scheint uns weniger gravierend als die schlechte Handhabbarkeit der korrekteren Bezeichnung "Konsum ohne individuelles Konsumenteneigentum".

⁷⁹ Vgl. auch Empacher (1994, S. 42), die vor möglichen "Mißverständnissen mit dem betriebswirtschaftlichen Dienstleistungsbegriff" warnt.

⁸⁰ Vgl. auch Weizsäcker u.a., 1995, S. 124, die in bezug auf gemeinschaftlich genutzte Güter formulieren: "Auf die Dienstleistung kommt es an".

⁸¹ Explizit geschieht dies bei Zundel, 1994a, S. 158. Hier wird allerdings auch betont, daß es genauer wäre, statt von Dienstleistungskonzepten von einer "ökologischen Funktionsorientierung" (Zundel, 1994a, S. 160) bzw. einer "funktionsorientierten ökologischen Optimierung" (Leinkauf/ Zundel, 1994, S. 5) zu sprechen. Vgl. hierzu auch die Diskussion der Funktionsorientierung in Kapitel 3.1.

⁸² Dies geschieht z.B. bei Stahel (1994d, S. 201), der "Verkauf einer Dienstleistung statt eines Produktes" als eine von drei Grundformen des Oberbegriffes "nutzungsorientierte Dienstleistungen" verwendet.

Eine lange Abwägungsphase ging auch der Entscheidung für den Begriff Öko-Leasing voraus. Bevor Öko-Leasing zu einem **der** Schlagworte in der Debatte um Alternativen zum Eigentum an Konsumgütern wurde, war Leasing nur als "Investitions- und Finanzierungsinstrument" (Feinen, 1984, S. 3) bekannt. Dem Leasing liegt ein Miet- bzw. Pachtvertrag nach § 535 ff. BGB zugrunde (Schlag/ Baumgartner, 1993, S. 45)⁸³. Beim Leasing handelt es sich also um eine besondere Ausgestaltung der Miete (Leinkauf/ Zundel, 1994, S. 28), die sich durch ihre Funktion (Finanzierung), nicht durch ihre rechtliche Stellung von herkömmlichen Mietkonzepten unterscheidet⁸⁴. Beim Öko-Leasing ist das jedoch anders. Hier geht es um die Idee der Nutzungsmöglichkeit ohne Eigentum sowie um erweiterte Anbieterverantwortung aus ökologischen Erwägungen heraus - nicht um die finanzwirtschaftliche Ausgestaltung⁸⁵. Dennoch haben wir uns entschieden, den gängigen Sprachgebrauch Öko-Leasing beizubehalten. Allerdings benutzen wir mit Lebenszeit- und Nutzungszeit-Leasing zwei neue Begriffe. Sie sind vergleichbar mit den beiden Grundformen des traditionellen Leasings, dem langfristigen Finanzierungs- und dem kurzfristigen Operate-Leasing (Breitfeld, 1994, S. 211). Um jedoch nicht immer die Bedingungen einer ökologischen Ausgestaltung (insb. keine Kauf-/ Verkaufsoption) nennen zu müssen, erscheint uns die Abkehr von den herkömmlichen Begriffen geboten. Dabei verwenden wir den Begriff Miete entsprechend dem allgemeinen Sprachverständnis nur für das Nutzungszeit-Leasing.

4.2.3 Einordnung des Eigentumslosen Konsums in eine Systematik umweltpolitischer Instrumente

Mit der Enquête-Kommission unterteilen wir die umweltpolitischen Instrumente in ökonomische, ordnungsrechtliche und freiwillige (Enquête-Kommission, 1994, S. 296ff., vgl. Abbildung 8).

⁸³ So lautet auch die deutsche Übersetzung von lease/ leasing: Pacht, Miete.

⁸⁴ Entsprechend ungenau sind Formulierungen, die zwischen Miete und Leasing mangelnde Unterscheidbarkeit konstatieren; vgl. z.B. Empacher, 1994, S. 13. Der Begriff Leasing existiert im BGB nicht.

⁸⁵ Auch Stahel (1994d, S. 206) kritisiert die Verwendung des Begriffes Öko-Leasing, denn "Leasing ist ... ein sehr unklarer Begriff, da er viele Dinge miteinschließt". Die Beliebtheit des Wortes führt er darauf zurück, daß andere Begriffe "vielleicht nicht so 'sexy'" (Stahel, 1994a, S. 62) seien.

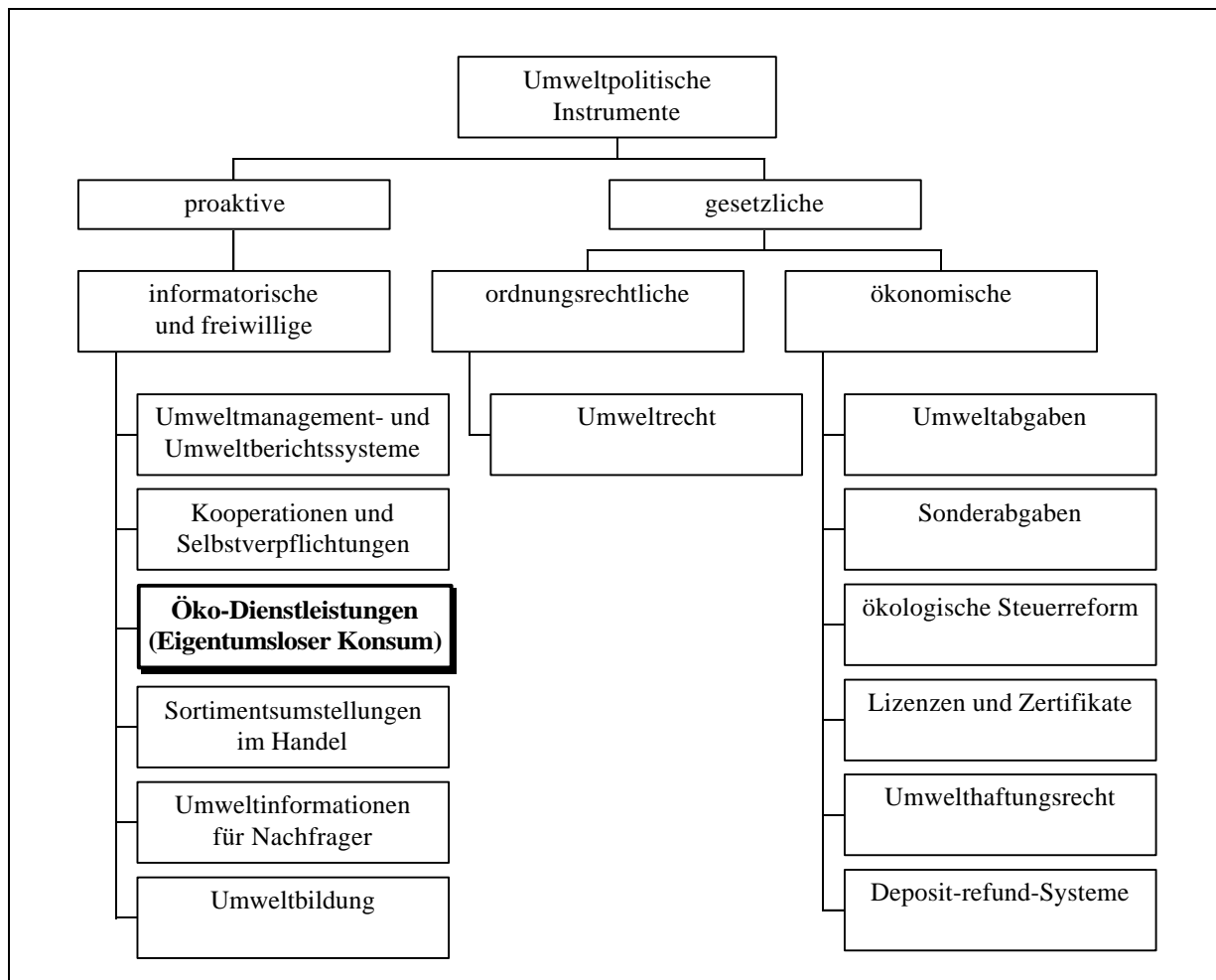


Abbildung 8: Einordnung des Eigentumslosen Konsums in die Systematik umweltpolitischer Instrumente

Quelle: Eigene Darstellung nach einer Systematisierung der Enquête-Kommission, 1994, S. 296 ff.

Ordnungsrecht und ökonomische Instrumente werden der staatlichen Umweltpolitik zugeordnet, die durch Schaffung gesetzlicher Regelungen in der Lage ist, den ordnungspolitischen Rahmen des Wirtschaftens zu gestalten. Staatliche Umweltpolitik strebt dabei zumindest offiziell nach einer Umsetzung des Verursacherprinzips bzw. nach einer möglichst weitgehenden Internalisierung externer Kosten. Der Versuch, dies mittels eines ökologischen "Megaplan" (Zundel, 1994a, S. 152) durch zentrale politische Steuerung zu verwirklichen, kann jedoch der realen Komplexität nicht gerecht werden (Zundel, 1994a, S. 152ff.). Nicht alle umweltrelevanten Sachverhalte lassen sich vollständig und rechtzeitig erfassen und regeln. Auf der ande-

ren Seite ist dort, wo gesetzliche Regelungen existieren, häufig ein Vollzugsdefizit zu konstatieren⁸⁶.

Entsprechend wichtig sind aus ökologischer Sicht die freiwilligen Instrumente, die innerhalb des bestehenden Ordnungsrahmens **proaktiv** eingesetzt werden. Der von Fülgraff/ Reiche 1990 in die umweltpolitische Diskussion eingeführte Begriff des "proaktiven Umweltschutzes" beschränkte sich ursprünglich auf das Handeln der Unternehmen (Fülgraff/ Reiche, 1990, S. 104). Die Enquête-Kommission definiert die "proaktiven Instrumente" jedoch explizit in Abgrenzung zur staatlichen Umweltpolitik mittels gesetzlicher Vorgaben (Enquête-Kommission, 1994, S. 299). Dies bedeutet eine Ausdehnung der Anwender auch auf andere nicht-staatliche Akteure, wie umweltbewußte Verbraucher (Enquête-Kommission, 1994, S. 299), aber auch auf Umweltschutzgruppen und wissenschaftliche Institute.

Proaktiv ist Umweltschutz dann, wenn er nicht nur aufgrund staatlicher Gesetze und Sanktionen praktiziert wird, sondern auch, wenn andere Alternativen offenstünden (Enquête-Kommission, 1994, S. 299). Obwohl sie nicht über hoheitliche Sanktionsmechanismen verfügen, sind nicht-staatliche Akteure in der Lage, Gestaltungsspielräume innerhalb des bestehenden Ordnungsrahmens zu nutzen bzw. zu schaffen. Als Wirtschaftssubjekte wachsen sie über die ihnen von der Wirtschaftstheorie traditionell zugeordnete Rolle als "Exekutoren von Preis- und Mengensignalen" (Leinkauf/ Zundel, 1994, S. 40) hinaus und betreiben stattdessen "Subpolitik" im Sinne Ulrich Becks (1986, S. 301ff.).

Allerdings stehen proaktive und staatliche Umweltpolitik keinesfalls berührungslos nebeneinander (Fülgraff/ Reiche, 1990, S. 104). So sind bereits staatliche Ankündigungen, insbesondere wenn sie konkret und eindeutig formuliert sind, in der Lage, antizipierende Prozesse in Unternehmen auszulösen⁸⁷. Ebenso können auch eine ökologische Unternehmenspolitik oder verän-

⁸⁶ Vgl. z.B. Zundel, 1994a, S. 151; Enquête-Kommission, 1994, S. 303.

⁸⁷ Hierzu sind wohl auch viele der Anstrengungen zu zählen, die Anbieter im Zusammenhang mit der Beratung und Verabschiedung des KrW-/AbfG unternommen haben, obwohl abgesehen von der Verpackungsverordnung durchsetzbare Verordnungen bis heute nicht vorliegen (vgl. Kapitel 3.2.1.1).

deres Konsumverhalten staatlicher Umweltpolitik vorgelagert sein, indem demonstriert wird, was möglich und evtl. allgemein durchsetzbar ist⁸⁸.

Zu den proaktiven Instrumenten rechnet die Enquête-Kommission auch die "Öko-Dienstleistungen", die inhaltlich weitgehend mit den Konzepten des Eigentumslosen Konsums übereinstimmen⁸⁹. Einige Befürworter insbesondere von Öko-Leasing-Konzepten sind jedoch Anhänger einer verpflichtenden Regelung für bestimmte Produkte. So fordert Ernst-Ulrich von Weizsäcker⁹⁰ die Schaffung von "Regelungen, nach welchen der Hersteller vor allem von langlebigen Gütern für die gesamte Dauer ihrer Nutzung Eigentümer bleibt" (Weizsäcker, 1994, S. 81)⁹¹.

Im Auftrag der Enquête-Kommission hat das IÖW am Beispiel der CKW-Lösemittel eine derartige Zwangsregelung untersucht und ist zu dem Ergebnis gekommen, daß der hierzu notwendige Eingriff in das verfassungsrechtlich verbrieftete Recht auf Eigentum nicht gerechtfertigt wäre, da die erwünschten ökologischen Effekte auch mit milderer Mitteln wie Rücknahme und Pfandpflicht zu erreichen seien (Leinkauf/ Zundel, 1994, S. 39). Allerdings wird auch betont, daß eine derartige Abwägung der Verhältnismäßigkeit nur für den konkreten Einzelfall getroffen werden kann (Zundel, 1994b, S. 14). Da im Instrument des Öko-Leasings durchaus ein Potential zur Ökologisierung des Konsums steckt, das andere Instrumente so nicht besitzen⁹², ist die Einführung eines Zwangsleasingsystems für bestimmte Produkte zumindest aus verfassungsrechtlicher Sicht also nicht ausgeschlossen. Dies klärt jedoch nicht die Frage der politischen Durchsetzbarkeit.

⁸⁸ So dürfte z.B. erst die von Greenpeace unterstützte Markteinführung des FCKW-freien Kühlschranks "Greenfreeze" (Härlin, 1994) zu einer allgemeinen Akzeptanz eines FCKW-Verbotes für Kühlschränke geführt haben.

⁸⁹ Leider definiert die Enquête-Kommission den Begriff "Öko-Dienstleistungen" nicht explizit, sondern erläutert nur beispielhaft die Konzepte "Ökoleasing", "Least-cost-planning" und "Stoffagenturen" (eine Art Erweiterung ökologischer Least-cost-planning-Konzepte auf den gesamten Stoffbereich) (Enquête-Kommission, 1994, S. 318f.). Ob auch Gemeinschaftsnutzung und Dienstleistungen i.e.S. zu ihrem Verständnis von Öko-Dienstleistungen gehören, bleibt offen.

⁹⁰ Ähnlich auch Braungart, 1994a, S. 50f. und Griefahn, 1991, S. 3.

⁹¹ Für Weizsäcker stellen derartige Regelungen neben Verteuerung von Rohstoffen, Energie und Abfällen eine von vier Lösungsstrategien des Stoff- und Abfallproblems dar (Weizsäcker, 1994, S. 80f.).

⁹² Vgl. Kapitel 4.3.2.

Die Forderung nach einer rechtlichen Regelung in diesem Bereich wäre unnötig, wenn Optimisten recht behielten, die meinen, daß sich die Konzepte des Eigentumslosen Konsums bereits heute "prinzipiell marktendogen durchsetzen" (Hockerts, 1994, S. 95) könnten⁹³, bzw. noch eindeutiger, daß derartig vermarktende (Versorgungs-) Unternehmen aus "betriebswirtschaftlicher Perspektive ... gut mit diesem Wandel leben können" (BUND/ Misereor, 1996, S. 229). Wie bereits dargestellt, ist der Verkauf von Nutzung und Nutzungsergebnissen theoretisch durchaus in der Lage, "ökologische Optimierungskalküle und ökonomische Optimierungskalküle zur Deckung" (Leinkauf/ Zundel, 1994, S. 3) zu bringen. Zumindest für Teilbereiche gilt die erwünschte Konvergenz von Anbieter-, Nachfrager- und ökologischen Interessen, die funktionierende sozial-ökologische Marktwirtschaften auszeichnen sollte: Anbieter erhalten um so mehr Geld, je besser es ihnen gelingt, Nutzungseinheiten mit minimalem Aufwand an ressourcenverzehrenden Produkten herzustellen, und Nachfrager zahlen nur für den Teil einer Leistung, den sie wirklich nutzen wollen. Die Kotler'sche Harmonieformel scheint hier bestätigt - oder wie Stahel (1994a, S. 65) es ausdrückt: "Paradise now!".

Auch Formen der Gemeinschaftsnutzung, bei denen die Fixkosten für den einzelnen reduziert werden, sind marktendogene Umsetzungen des Eigentumslosen Konsums. Zwar stehen sie prinzipiell in Konflikt mit den Interessen von produktorientierten Anbietern, deren Absatz hierdurch sinkt. Auf der anderen Seite ist die Entwicklung von Marketingstrategien speziell für Gemeinschaftsnutzer möglich, die dann mit entsprechend angepaßten Produkten versorgt werden⁹⁴. Auch können aus der privaten Gemeinschaftsnutzung Ideen, z.B. für Mietkonzepte, erwachsen, die sich durch Unternehmen kommerziell umsetzen lassen⁹⁵.

Allerdings werden wir im Verlauf dieser Arbeit einige wichtige psychische, soziale und insbesondere ökonomische Probleme ansprechen, aus denen hervorgeht, daß die Diskrepanz zwischen den optimistischen Visionen und der Realität nicht allein mit Informationsdefiziten und Innovationsblockaden auf der Anbieterseite zu erklären ist.

⁹³ Die Rolle des Staates beschränkt sich hier auf einen "Abbau von Hemmschwellen" (Hockerts, 1994, S. 95).

⁹⁴ Ein Beispiel hierfür ist das Wäschepflegezentrum (WPZ) der Firma Electrolux-Wascator, das sich nach Darstellung an alle Betreiber von Wohnanlagen mit mehr als acht Wohneinheiten richtet. Dabei werden der Hausgemeinschaft stabile Industriemaschinen zur Verfügung gestellt, die Abrechnung des einzelnen Wasch-/ Trocknergangs erfolgt über eine sog. Laundry Card.

⁹⁵ Ein Beispiel ist die abgewandelte Übernahme des Car-Sharing-Gedankens durch die ADAC Autovermietung GmbH (ADAC, 1995).

4.3 Das Ökologisierungspotential der Grundformen des Eigentumslosen Konsums

Im folgenden soll untersucht werden, in welchem Verhältnis die Grundformen des Eigentumslosen Konsums zu den in Kapitel 3 abgeleiteten Ökologierungsstrategien stehen. Einen ersten qualitativen Überblick darüber gibt Tabelle 3.

	Gemeinschaftsnutzung		Öko-Leasing		Dienstleistungen i.e.S.
	GE	MN	L-L	N-L	
Nutzungsdauerverlängerung					
produktbedingt	+	o	o	+	+
nutzungsbedingt (Sorgfalt)	—	o	o	—	o
Nutzungsintensivierung	+	+	o	+	+
Beschleunigte Nutzung des technischen Fortschritts	+	+	o	+	+
Verbesserung der Kreislauffähigkeit	o	o	+	o	o
Reduzierte Umweltbelastung während der Nutzung					
Reduzierung der ökologischen Rüstkosten (insb. Transport)	—	—	o	—	—
umweltschonendere Anwendung (insb. Sparsamkeit)	o	o	o	o	+
Verringerung bzw. ökologisch sinnvolle Verlagerung der Nachfrage	+	+/—	o	+/—	+
Legende: + ökologische Verbesserung gegenüber Konsum mit Eigentum — ökologische Verschlechterung gegenüber Konsum mit Eigentum o keine signifikante Veränderung gegenüber Konsum mit Eigentum					

Tabelle 3: Ökologische Auswirkungen des Eigentumslosen Konsums im Vergleich zum Konsum mit Eigentum

Diese Darstellung, die die Ergebnisse erster Plausibilitätsüberlegungen wiedergibt, soll nachfolgend erläutert werden, wobei nur die Bereiche Berücksichtigung finden, bei denen sich signifikante Änderungen zum Konsum mit Eigentum ergeben.

4.3.1 Ökologisierung durch Gemeinschaftsnutzung

Die Gemeinschaftsnutzung ist bezüglich der **Nutzungsdauer**, insbesondere in Form des Gemeinschaftseigentums, als ambivalent einzustufen. Einerseits steigt hier das Bedürfnis nach zuverlässigen, von der Produktionsseite auf Langlebigkeit ausgelegten Gütern, weil Unzuverlässigkeit und Unbrauchbarkeit hier mit größeren Problemen verbunden ist als bei Individual Eigentum⁹⁶, andererseits können aber Probleme aus einer fehlenden Verantwortungsübernahme der Gemeinschaftsnutzer erwachsen. So vermuten mehrere Autoren eine aus ökologischer Sicht problematische "geringere Pflegeorientierung beim gemeinschaftlichen Gebrauch" (TAB, 1994, S. 42)⁹⁷. Die ökonomische Theorie behandelt dieses Thema unter den Stichworten der Kollektivgut- bzw. Trittbrettfahrerproblematik, die sich gut an Hardins "Tragik der Allmende" (Hardin, 1968)⁹⁸ verdeutlichen lassen: Hardin führt das Scheitern von Gemeinschaftsweiden darauf zurück, daß es für den einzelnen Sinn macht, seinen Viehbestand beständig zu erhöhen, da er den zusätzlichen Gewinn beim Viehhandel voll einstreichen kann, während er die Kosten in Form der Verschlechterung der Weidequalität nur anteilig zu tragen hat. Entsprechend wird nun jeder Farmer seinen Viehbestand erhöhen, bis die Weide unbrauchbar geworden ist. Die allgemeine Verfolgung der individuellen Rationalität widerspricht also der gemeinschaftlichen Rationalität.

Um derartiges Verhalten zu verhindern, werden finanzielle Sanktionen oder der "Ausschluß aus dem System" (Stahel 1994d, S. 205) vorgeschlagen⁹⁹. Allerdings läßt sich dies nur bei nachweisbaren Verstößen anwenden. Letztlich muß bei der Gemeinschaftsnutzung ein Mindestmaß an Verantwortungsübernahme für eine Umsetzbarkeit gewährleistet sein, denn eine

⁹⁶ Dies liegt v.a. an der weiter unten zu behandelnden größeren Bedeutung von Unsicherheit (vgl. Kapitel 5.1.3) und Transaktionskosten (vgl. Kapitel 5.2.2).

⁹⁷ Ähnliche Aussagen finden sich bei Hormuth/ Katzenstein, 1990, S. 114; Schultz u.a., 1992, S. 63 und bereits bei Thomas von Aquin (vgl. Kapitel 2.1.1). Als Beispiel für derartige Fehlentwicklungen lassen sich die Erfahrungen mit dem sog. KWV ("Kostenloser Werkzeugverleih") in der ehemaligen DDR anführen (Häcker/ Stang, 1993, S. 37f.).

⁹⁸ Zitiert nach Meyer 1987, S. 103.

⁹⁹ Bei der privaten Gemeinschaftsnutzung lassen sich zudem auch psycho-soziale Sanktionen wirksam anwenden. So veröffentlichen z.B. einige der in Kapitel 4.2.1 vorgestellten Tauschringe die Kontostände ihrer Mitglieder, um so entsprechenden Druck auf die "Nehmer" auszuüben (Klausing, 1995, S. 12). Zudem gibt dies den Führenden in der Rangliste die Möglichkeit zur Realisation sozialen Nutzens. Die psycho-soziale Kontrolle ist sicher auch mit für die geringere Schadensbilanz von Car-Sharing-Autos im Vergleich zu Mietwagen verantwortlich (Becker, 1995, S. 114).

Steuerung ausschließlich über Regeln, die von den Nutzern innerlich nicht akzeptiert werden, müßte an prohibitiven Kontroll- und Sanktionskosten scheitern¹⁰⁰.

Nutzungsintensivierung ergibt sich bei Gemeinschaftsnutzung durch serielles und paralleles Teilen. Beim seriellen Teilen werden die Nicht-Nutzungszeiten vermindert, beim parallelen Teilen kann die einzelne Leistungseinheit von mehreren Personen gleichzeitig genutzt werden, was zu einer Erhöhung der Nutzungseinheiten führt.

Durch die erhöhte Nutzerzahl kommt es auch zu einer Verkürzung der Nutzungsdauer bei voller Ausschöpfung des Leistungseinheitenpotentials, woraus eine Beschleunigung des Ersatzbedarfes folgt. Dies ermöglicht einen schnelleren Wechsel zu neuen, effizienteren Produkten, also eine **beschleunigte Wahrnehmung des technisch-ökologischen Fortschritts** (Hockerts u.a., 1994a, S. 11f.).

Ein Problem der Gemeinschaftsnutzung stellen jedoch teilweise die **erhöhten ökologischen Rüstkosten** dar, also der Umweltverbrauch, der vor der eigentlichen Produktnutzung nötig ist. Dieser entsteht v.a., wenn es notwendig wird, das benötigte Gut über längere Strecken hinweg an seinen Einsatzort zu transportieren. Wenn also z.B. die geliehene Bohrmaschine erst bei einem weit entfernt wohnenden Bekannten abgeholt werden muß, dürfte der ökologische Vorteil des Nichtkaufes schnell aufgezehrt sein.

Wie schon bei der Behandlung der Funktionsorientierung (vgl. Kapitel 3.1) betont, wird eine Veränderung der nachgefragten Leistung in der Regel mit einer veränderten Bedarfsstruktur einhergehen und zu einer **Verschiebung des Konsumverhaltens** führen, auch wenn dies nicht primär angestrebt ist. Dies ist auch bei der Gemeinschaftsnutzung der Fall.

Insbesondere bei Car-Sharing-Teilnehmern konnte in verschiedenen Untersuchungen eine Verringerung der Nachfrage nach Autonutzung festgestellt werden (z.B. BUND; Misereor, 1996, S. 233f.). Neben den erhöhten Rüstkosten einer Nutzung ist ein Grund auch die weitgehende Variabilisierung der Kosten ("Fixkostenproportionalisierung") bei formalisiertem Gemein-

¹⁰⁰ Zum Aspekt der zur Kontrolle des Systems notwendigen Freiheitseinschränkung vgl. Kapitel 5.1.2. Die Tatsache, daß die Aufstellung von Regeln nicht mit ihrer Einhaltung gleichgesetzt werden kann, übersieht Erlhoff, wenn er meint, daß man als Eigentümer durchaus zerstörerische Handlungen durchführt "weil man es darf" (Erlhoff, 1995, S. 31), hingegen bei Mietgütern größeren Pflegeaufwand treibt, "damit es rückgebbar bleibt" (Erlhoff, 1994, S. 41).

schaftseigentum. Bisher ist für den Konsumenten die umweltbeeinträchtigende Nutzung eines Gutes nach Leistung einer einmaligen Zahlung (Produktpreis) nahezu kostenfrei - von (billiger) Energie und sonstigen Betriebsmitteln einmal abgesehen. Bei der Gemeinschaftsnutzung orientiert sich die Abrechnung jedoch direkt an den abgegebenen (ökologisch belastenden) Leistungseinheiten. Dadurch wird transparent, daß umweltfreundlichere Alternativen schon heute oftmals billiger sind. So würde z.B. die vollständige Umlegung aller Kosten auf den gefahrenen Personenkilometer den motorisierten Individualverkehr gegenüber öffentlichen Verkehrsmitteln in vielen Situationen wesentlich unattraktiver machen (Cogoy, 1994, S. 18f.)¹⁰¹.

Zu ökologischen Nachteilen führt eine mögliche Verhaltensänderung jedoch dann, wenn es sich nicht um substitutiven, sondern um additiven Konsum handelt. Dies ist der Fall, wenn durch preiswerte Gemeinschaftsnutzung ein Konsum wie das Autofahren ermöglicht wird, der sonst unterblieben wäre. Dieses Phänomen, das v.a. bei der kostengünstigen Mitnutzung auftritt, ist jedoch in einer Wohlstandsgesellschaft nur in bezug auf begrenzte Personenkreise von Bedeutung.

4.3.2 Ökologisierung durch Nutzungsverkauf: Öko-Leasing

4.3.2.1 Lebenszeit-Leasing

Der ökologisch vorteilhafte Effekt des Lebenszeit-Leasings in der oben definierten Form beschränkt sich auf die **Verbesserung der Kreislauffähigkeit** der verleasteen Produkte infolge der Produktrücknahme des Anbieters am Ende des Lebenszyklusses¹⁰². Diese Bereitschaft zur Produktrücknahme besteht zwar vereinzelt aus Image- und/ oder Kostengründen schon heute (Horn, 1995, S. 20)¹⁰³. Breitenwirkung ist jedoch erst zu erwarten, wenn der Staat die derzeit

¹⁰¹ Die große Bedeutung eines dadurch veränderten Nutzungsverhaltens macht eine Untersuchung der TU Delft (NL) deutlich, wonach ca. 80 % der durch ein Automobil verursachten Umweltbelastung während der Nutzungsphase anfallen (Meijkamp, 1994, S. 13); vgl. auch die Angaben der Enquête-Kommission (1994, S. 143), wonach 82 % des Gesamtenergieverbrauchs eines Automobils im Fahrzeugbetrieb anfallen.

¹⁰² Die hierdurch erzielbaren ökologische Vorteile gehen jedoch u.E. nicht über die hinaus, die durch eine bloße Rücknahmepflicht, verbunden mit den bereits existierenden Produkthaftungsbestimmungen (Büllingen, 1995, S. 43ff.), auch erreicht werden könnten.

¹⁰³ So können beispielsweise IBM, Philips oder Hewlett Packard bis zu 93 % des von ihnen zurückgenommenen Elektronikschrotts wiederverwerten (Horn, 1995, S. 20). Bei Rank-Xerox-Kopierern sind dies bei der Produktlinie "Green Line" sogar 97 %, davon 51 % als weiterverwendete Bauteile (Deutsch, 1994, S. 31).

vorherrschende Vergesellschaftung der Abfallentsorgung (Braungart, 1991, S. 36) zurückschraubt, wie es das KrW-/AbfG vorsieht¹⁰⁴.

Sind dann die Anbieter für die Entsorgung zuständig, so besteht für sie die Notwendigkeit, sich bereits im voraus mit den "end-of-life consequences" (Meijkamp, 1994, S. 13) zu befassen. Dabei ist es für sie bei weiter steigenden Entsorgungskosten zunehmend lohnend, ihre Produktgestaltung an recycling- und beseitigungsorientierten Kriterien auszurichten¹⁰⁵. Durch seine Produktkenntnis ist es dem Hersteller zudem eher als einem reinen Entsorgungsunternehmen möglich, eine adäquate Sammlung und Weiterbehandlung von Abfällen durchzuführen und die ökologisch und (gesamt-)wirtschaftlich unsinnige Vermischung von problematischem mit unproblematischem Abfall zu vermeiden (Engelfried/ Neumann, 1992, S. 12ff.).

Um diese ökologischen Verbesserungen zu erreichen, wird in der Literatur häufig von einer Identität von Leasinggesellschaft und Hersteller ausgegangen¹⁰⁶. Zwar bestreitet niemand, daß sich die angeführten Ökologisierungspotentiale prinzipiell auch bei vom Hersteller unabhängigen Betreibermodellen realisieren lassen (Hinterberger u.a., 1994, S. 19), allerdings wird auf den unsicheren Einfluß verwiesen, den der Vermieter auf die Produzenten hätte (Leinkauf/ Zundel, 1994, S. 35). Analog zu der in der gegenwärtigen Verkaufswirtschaft feststellbaren "Nachfragemacht des Handels" ist jedoch zu vermuten, daß sich auch in einer Mietwirtschaft langfristig hinreichend mächtige Marktmittler entwickeln können, die den Gedanken der kreislauffähigen Produkte in Kooperation mit Produzenten umsetzen könnten - wenn dies für sie vorteilhaft ist.

4.3.2.2 Nutzungszeit-Leasing

Bei Mietprodukten steigt der Anreiz für den Anbieter, auf **Langlebigkeit** zu achten, weil sich hier das Umsatzziel von einer Maximierung verkaufter Produkteinheiten zu einer Maximierung verkaufter Leistungseinheiten verlagert, von denen ein langlebiges Produkt mehr abgeben

¹⁰⁴ Das Problem ist also unseres Erachtens gerade nicht, daß Hersteller mit der Eigentumsübertragung an Konsumenten "auch die Verantwortung für die Entsorgung übertragen" (Bongaerts u.a., 1993, S. 113), sondern daß die Verantwortung nach Ende des Lebenszyklusses auf der Gemeinschaft lastet. Trüge der einzelne Konsument die tatsächlichen Entsorgungskosten, wären diese auch marktwirksam, und es könnte sich eventuell eine marktendogene Lösung nach Art des Öko-Leasings entwickeln, da dann die Müllvermeidung zu einem Preisvorteil führte.

¹⁰⁵ Vgl. Tabelle 1 in Kapitel 3.2.1.2.

¹⁰⁶ Z.B. Braungart, 1994a, S. 50; Meijkamp, 1994, S. 13; Bongaerts u.a., 1993, S. 118.

kann. Verstärkte Anstrengungen auch in Hinblick auf Verschleißteile sind zu erwarten, damit die zur Sicherstellung der Langlebigkeit notwendigen personalintensiven Wartungsleistungen auf ein Minimum reduziert werden können¹⁰⁷. Allerdings kann es hier ebenso wie bei der Gemeinschaftsnutzung zur Kollektivgutproblematik kommen. Zahlt man nur noch für Leistungs- oder Zeiteinheiten, besteht kein direktes ökonomisches Interesse an einer pfleglichen und damit lebensdauerverlängernden Produktnutzung. Wer ohnehin nur gemietete Autos fährt, hat kaum einen Anreiz zu einer materialschonenden Fahrweise oder gar zum Bau einer "lebensverlängernden" Garage, auch wenn er dadurch die Gesamtkosten des Systems in die Höhe treibt.

Ähnlich wie bei der Gemeinschaftsnutzung findet auch beim Nutzungszeit-Leasing eine **Nutzungsintensivierung** statt. Das Bestreben des Eigentümers, einen möglichst hohen "return on investment" zu realisieren, führt zu dem Versuch, nutzungsfreie Zeiten soweit wie möglich zu vermeiden¹⁰⁸. Mit der Organisation eines raschen Besitzerwechsels (serielles Teilen) übernimmt der Vermieter die Funktion eines hoch formalisierten Gebrauchtwarenmarktes (Meijkamp, 1994, S. 11). Damit kommt es wie bei der Gemeinschaftsnutzung dazu, daß Leistungseinheiten schneller als bei individuellem Eigentum abgenutzt werden, woraus sich eine **Beschleunigung des technischen Fortschritts** ergibt.

Auch die **Transportproblematik** sowie die ökologisch sinnvolle **Änderung des Konsumverhaltens** aufgrund der zeit- oder leistungseinheitenorientierten Abrechnung entstehen beim Nutzungszeit-Leasing analog zur Gemeinschaftsnutzung.

4.3.3 Ökologisierung durch Nutzungsergebnisverkauf: Dienstleistungen i.e.S.

Die Ersetzung von Produkten durch Dienstleistungen führt bei den Konsumenten dazu, daß diese nun die Produkte nicht mehr selbst besitzen oder gar in ihrem Eigentum haben müssen. Hier gilt in Umkehrung eines Sprichwortes: "Der Zimmermann im Haus ersetzt die Axt"¹⁰⁹ - und die Bohrmaschine, den Schwingschleifer und vieles andere mehr. Insbesondere bei der

¹⁰⁷ Ein Beispiel aus dem gewerblichen Bereich: Während bei marktüblichen gekauften Kopiergeräten Toner und Bildtrommel durchschnittlich nach 100.000 Kopien ausgewechselt werden müssen, ist dies bei den von Rank Xerox vermieteten Geräten erst nach ca. 1,5 Millionen Kopien nötig (Deutsch, 1994, S. 58).

¹⁰⁸ So fährt nach Angaben der Autovermietung AVIS ein Mietwagen je nach Fahrzeugtyp pro Jahr die drei- bis vierfache Strecke eines durchschnittlichen Privatautos, also ca. 50.000 km (Deutsch, 1994, S. 53).

¹⁰⁹ Vgl. ähnlich Erlhoff, 1995, S. 84.

Nutzungs-Dienstleistung geht es aber nicht nur um die Ersetzung von "Eigentums"-Produkten durch Investitionsgüter mit höherem Nutzungseinheitenpotential (z.B. langlebige Taxis, größere Saunas), sondern auch um die Bereitstellung von völlig anderen Systemlösungen (z.B. Bus und Bahn). Entsprechend schwierig gestaltet sich ein Vergleich der ökologischen Auswirkungen der unterschiedlichen Konsumformen.

Generell läßt sich jedoch sagen, daß sich die vom Dienstleister eingesetzten Güter häufig durch eine besondere Zuverlässigkeit und **Langlebigkeit** auszeichnen. Der Anreiz für den Dienstleister auf Langlebigkeit zu achten ist deshalb in der Regel größer als bei individuellen Konsumenten, da bei ihm die Opportunitätskosten der Funktionsunfähigkeit und der Neubeschaffung höher sind - zumindest aber auf Grund des Vorhandenseins einer Kostenrechnung besser erkannt werden. Entsprechend ist auch bei einer Trennung von Hersteller und Betreiber von einem erhöhten Druck auf die Produktion auszugehen, da Nutzungsdauer und Zuverlässigkeit entscheidende Kaufkriterien für Betreiber sind.

Der Dienstleister wird zudem seine Güter wesentlich häufiger und damit **intensiver nutzen**, was auch hier zu dem Zusatzeffekt einer **beschleunigten Wahrnehmung des technischen Fortschritts** führt.

Zwar kommt es auch hier zu **zusätzlichen Transporten**, jedoch ist dafür bei der professionellen Produktanwendung durch Dienstleister von einer effizienteren und damit häufig **ökologischeren Nutzung** auszugehen : Dienstleister besitzen Expertenwissen, zudem sind sie in der Regel stärker an der Umsetzung neuerer Erkenntnisse interessiert, die effizienteres, kostensparendes Arbeiten ermöglichen¹¹⁰. Hinzu kommt, daß sie im Gegensatz zu Privatpersonen einer strengeren staatlichen Kontrolle unterworfen sind, was einen weiteren ökologischen Effekt während der Nutzungsphase haben dürfte¹¹¹.

¹¹⁰ Ein häufig zitiertes Beispiel sind hier Ertragsversicherungen für landwirtschaftliche Betriebe, bei denen ein agrochemisches Unternehmen die Dienstleistung Pflanzengesundheit mit Hilfe des Verbrauchsgutes Pestizid (deshalb auch "Pestizidservicekonzepte") erbringt (z.B. Mühlebach, 1993, S. 1f.). Eine Übertragung auf den Konsumbereich wäre die Dienstleistung eines sog. Kammerjägers statt des Kaufs von Insektenvernichtungsmitteln.

¹¹¹ Allerdings kann der Zwang zu kosteneffizientem, schnellen Arbeiten vereinzelt auch den gegenteiligen Effekt haben und zu Lasten der Ökologie gehen.

Auch hier ist von einer absoluten **Verringerung der Nachfrage** auszugehen, da die Inanspruchnahme von Dienstleistungen auf Grund der variabilisierten Kosten im Normalfall geringer sein wird als die vergleichbaren Eigentums.

5 Die Bedeutung des Eigentums für die Konsumenten als Determinante der Umsetzung des Eigentumslosen Konsums

"Unter allen Erdenfreuden, mit denen die Allmacht unser Leben schmückte, ist außer einer festen Gesundheit Nichts, was den Menschen so erfreuen kann, als der Genuß eines redlich erworbenen Eigentums, von dem er sagen kann, dies ist mein."

*Vollständiges politisches Taschenwörterbuch, Leipzig 1849*¹¹²

"Im ganzen liegt das Reichsein viel mehr im Gebrauch als im Eigentum"

*Aristoteles*¹¹³

5.1 Die psycho-soziale Bedeutung

In der Diskussion um Konzepte des Eigentumslosen Konsums wurde bisher "im allgemeinen von den Akteuren abstrahiert" (Empacher, 1994, S. 45)¹¹⁴. Die Beurteilung der Bereitschaft von Konsumenten, auf Eigentum zu verzichten, geschieht meist am Rande und pauschal, jedoch mit höchst unterschiedlichen Ergebnissen. Während die eine Seite meint, es zeige "sich durchgängig, daß das Besitzinteresse eigentlich nicht das zentrale ist, sondern das Nutzungsinteresse" (Braungart, 1991, S. 36), verweist die andere auf das "durch die Werbung kräftig geförderte Eigentumsdenken" (Stahel, 1991, S. 158) und sieht "eine andere Beziehung zu den Dingen auf seiten der Verbraucher" (Stahel, 1994c, S. 202) als Voraussetzung für den Erfolg von Konzepten des Eigentumslosen Konsums. Obwohl eine Reihe von Autoren den hier bestehenden Forschungsbedarf angemahnt hat¹¹⁵, ist eine umfangreiche Suche nach Gründen für den geäußerten Optimismus bzw. die vorhandene Skepsis bisher unterblieben.

Bei der folgenden Analyse versuchen wir, die Chancen und Hemmnisse für Konzepte des Eigentumslosen Konsums aus der individuellen Bedeutung bzw. den Vorzügen und Nachteilen des Eigentumserwerbs und -besitzes für den einzelnen abzuleiten. Tabelle 4 gibt einen Überblick über die dabei zu betrachtenden Bedürfniskomplexe.

¹¹² Zitiert nach Erlhoff, 1995, S. 14.

¹¹³ Zitiert nach Deutsch, 1994, S. 165.

¹¹⁴ Diese Konzentration auf die hinter den Konzepten stehenden Ideen und die Abstraktion von der Umsetzung begründen sich vielleicht auch aus der Tatsache, daß dieses Feld bisher vor allem von Nicht-Sozial- und Wirtschaftswissenschaftlern bestellt wurde: So sind Braungart und Schmidt-Bleek Chemiker; Meijkamp, Erlhoff und Horntrich sind Designer und Stahel ist Architekt.

¹¹⁵ Vgl. z.B. Empacher, 1994, S. 48; Hormuth/ Katzenstein, 1990, S. 114f.; Hockerts u.a., 1994a, S. 14.

Werte-/ Bedürfniskomplex	Gemeinschaftsnutzung		Nutzungszeit-Leasing (Miete)	Dienstleistungen i.e.S.		Bedeutungsentwicklung
	GE	MN		N-DL	E-DL	
Streben nach Selbstwerterhöhung durch:						
demonstrativ aufwendigen Konsum	—	—	—	—	—	—
demonstrative Vernunft/ Bildung	+	+	+	+	o	+
Erlebnisorientierung	—	o	+	+	+	+
umweltbewußtes Verhalten	+	+	+	+	+	+
Orientierungsstreben						
Speicherfunktion von Produkten	—	—	—	—	—	o
Orientierungsfunktion von Produkten und Handlungen	o	o	o	o	o	o
Freiheitsstreben						
Freiheitsgefühl beim Kauf	—	—	—	—	—	o
Befreiung von marktlichen Transaktionen	o	+	—	—	—	o
Handlungsfreiheit	—	—	—	—	—	o
Kontrollfreiheit	—	—	—	—	o	o
Wahlfreiheit	+	+	+	o	+	o
Verringerung von Eigentumspflichten	+	+	+	+	+	o
Sicherheitsstreben						
Besitztrieb	—	—	—	—	—	o
Sicherungsfunktion	—	—	—	—	—	—
Vermeidung des finanziellen Risikos	+	+	+	+	+	o
Vermeidung des funktionalen Risikos	—	—	—	—	—	o
Vermeidung des physischen Risikos	—	—	—	—	+	o
Streben nach Sozialkontakten	+	+	+	+	+	+
Legende: + Bedürfniskomplex befördert die Grundform/ zunehmende Bedürfnisbedeutung — Bedürfniskomplex steht Grundform entgegen/ abnehmende Bedürfnisbedeutung o Bedürfniskomplex berührt Grundform kaum oder uneinheitlich/ gleichbleibende Bedürfnisbedeutung						

Tabelle 4: Psycho-soziale Einflußfaktoren auf den Eigentumslosen Konsum

Die Einträge in die Tabelle sollen eine erste Orientierung vermitteln, ohne daß hier der Anspruch auf Vollständigkeit oder Allgemeingültigkeit erhoben würde. Das Lebenszeit-Leasing wird in diesem Zusammenhang nicht als Alternative betrachtet, da wir hier von einem gegenüber dem Eigentum unveränderten Produkt-Besitzer-Verhältnis ausgehen¹¹⁶ - eine These, die noch empirisch überprüft werden muß.

5.1.1 Eigentum und symbolisches Konsumentenverhalten

Da der Mensch mehr ist als ein "tool making animal" (Ryffel, 1983, S. 63f.), sind auch die von ihm konsumierten Produkte mehr als bloße "Dienstleistungserfüllungsmaschinen" (Schmidt-Bleek, 1993b, S. 12). Produkte "bringen zum Ausdruck, wer man sein und als was man gelten möchte" (Schultz u.a., 1992, S. 66). Entsprechend werden bei ihrem Kauf nicht nur die Nutzung und die Nutzungsergebnisse nachgefragt, sondern auch die "Identitäts- und Symbolfunktion" (Schultz u.a., 1992, S. 63). Symbolisches Konsumentenverhalten¹¹⁷, das durch die symbolische Funktion von Produkten¹¹⁸ motiviert ist, läßt sich definieren als

"Der inter- und intrapersonale kommunikative Akt, *durch den* der Konsument ein Selbstverständnis entwickelt und *in dem* dieses Selbstverständnis seinen Ausdruck finden kann" (Bode, 1993, S. 162; Hervorhebungen im Original).

Als entscheidende Beweggründe für Bildung und Ausdruck seines Selbstverständnisses oder Selbstkonzeptes lassen sich das Streben nach Selbstwerterhöhung sowie nach Selbstorientierung benennen. Beide Bereiche haben Einfluß auf die Bedeutung des Eigentums für die Konsumenten und sollen deshalb im folgenden untersucht werden.

¹¹⁶ Nach der in Kapitel 4.2.1 vorgenommenen Definition verlieren die Konsumenten hier keine (ökonomischen) Eigentumsrechte.

¹¹⁷ Neben seiner allgemeinen Bedeutung bezeichnet "symbolisches Konsumentenverhalten" auch speziell eine sich insbesondere seit den 80er Jahren in den USA entwickelnde Richtung der interpretativen Konsumforschung (Bode, 1993).

¹¹⁸ Symbolgehalt, also eine Bedeutung, die über das bloß "Dinglich-Funktionale" hinausgeht, besitzen letztlich alle und nicht nur einige wenige "symbolische" Produkte. Allerdings ist die Art und die relative Bedeutung der Symbolik für die Nachfrage je nach Produkt und Konsument unterschiedlich. So ist auch ein Brot mehr als die Konzentration nahrhafter Kohlenhydrate. Je nachdem, ob es z.B. als Vollkornbrot oder als Baguette genossen wird, transportiert es unterschiedliche Sinngehalte, die in Frankreich andere sein werden als in Deutschland.

5.1.1.1 Das Streben nach Selbstwerterhöhung im Kontext gesellschaftlichen Wertewandels

Wie aus obiger Definition hervorgeht, dient der symbolische Konsum sowohl der Schaffung als auch dem Ausdruck des Selbstverständnisses. Daraus läßt sich bereits ein Argument für das Beharrungsvermögen des gegenwärtigen "eigentumslastigen" Konsums ableiten: Wenn ein bestimmter Konsumstil das Selbstkonzept definiert, was wiederum durch eben diesen Konsumstil ausgedrückt wird, führt dies zu einer gegenseitigen Verstärkung von Konsumstil und Selbstkonzept. Die Frage ist dann, wie sich in diesem Kontext die mit Eigentumslosem Konsum einhergehenden neuen Konsumgewohnheiten und Gebrauchsmuster etablieren können.

Eine Antwort darauf ergibt sich aus dem Streben nach Selbstwerterhöhung in der Interpretation des Selbstkonzept-Ansatzes. Dieser Ansatz zeigt, daß es das **eine** Selbst gar nicht gibt. Neben dem aktuell wahrgenommenen Realselbst steht ein in der Regel davon abweichendes angestrebtes Idealselbst. Zudem ist einem Menschen auch wichtig, wie er von anderen gesehen wird bzw. gesehen werden soll (reales und ideales Fremdkonzept). Tabelle 5 zeigt diese Ausprägungen des Selbst in einer Übersicht.

Realitätsausmaß Perspektive	(wahrgenommenes) Realselbst	(angestrebtes) Idealselbst
Selbstkonzept (=Selbstimage)	reales Selbstkonzept: "Wie man sich <i>wirklich</i> sieht"	ideales Selbstkonzept: "Wie man gerne sein würde"
Fremdkonzept (=Fremdimage)	reales Fremdkonzept: "Wie man <i>meint</i> , von anderen gesehen zu werden"	ideales Fremdkonzept: "Wie man gerne von anderen gesehen werden möchte"

Tabelle 5: Ausprägungen des Selbstkonzeptes

Quelle: In Anlehnung an Conrady, 1990, S. 70

In dieser Interpretation ist das Ziel der Selbstwerterhöhung die Übereinstimmung von Real- und Idealselbst. Das Streben danach läßt sich auch aus Festingers Theorie der kognitiven Dissonanz ableiten (Conrady, 1990, S. 124ff.). Konsumenten streben demzufolge nach in sich konsistenten Kognitionen. Zu den bedeutenden Kognitionen gehören auch das angestrebte Idealselbst sowie das wahrgenommene Realselbst. Besteht zwischen beiden eine Diskrepanz, so wird dies als unangenehmer Spannungszustand erlebt, den man abzubauen versucht, um

"Selbstkongruenz" (Bode, 1993, S. 47) zu erreichen. Da diese Selbstkongruenz¹¹⁹ nur erzielbar ist, wenn das Realselbst als Idealselbst wahrgenommen wird, geht sie mit einer Selbstwerterhöhung einher.

Welches Idealselbst, insbesondere welches ideale Fremdkonzept angestrebt wird, ist jedoch extrem abhängig von den Werten und Einstellungen, die in dem sozialen Umfeld vorherrschen, in dem man sich bewegt¹²⁰. Lange ist man davon ausgegangen, daß ökonomischer Erfolg den dominierenden Wertekomplex westlicher Gesellschaften darstellt. Entprechend ist das Eigentum als "Statussymbol" ein altbekanntes Phänomen. Umfassend beschrieben und analysiert wurde es von Veblen bereits 1899 unter dem Stichwort "**demonstrativer Konsum**" in der "Theory of the Leisure Class"¹²¹. Demonstrativer oder genauer demonstrativ **aufwendiger** Konsum (Feemers, 1992, S. 78) läßt sich definieren "als ein an finanziellen Maßstäben orientiertes Verbraucherverhalten mit der Tendenz, der sozialen Umwelt den eigenen hohen Wohlstand deutlich zu machen und dem Wunsch, durch dieses Vorgehen soziales Ansehen zu erlangen" (Feemers, 1992, S. 79). Demonstriert wird also einzig die finanzielle Stärke (Veblen, 1987, S. 93). Sie ersetzt nach Veblen das Prestige, das in vergangenen Stufen kultureller Entwicklung aus der Demonstration physischer Machtüberlegenheit in Form "der Beute, den Trophäen eines siegreichen Raubzugs" (Veblen, 1987, S. 44) erwuchs.

Zwar ließe sich finanzielle Überlegenheit auch anders demonstrieren¹²², jedoch erreicht der demonstrativ aufwendige Konsum seine Adressaten schneller und zahlreicher und ist entsprechend um so bedeutsamer, je lockerer die sozialen Bindungen sind (Veblen, 1987, S. 94ff.)¹²³.

¹¹⁹ Eine andere Form der Selbstkongruenz besteht in der Übereinstimmung von Selbst- und Fremdkonzept. Diese kann durchaus konfliktär mit dem Streben nach Selbstwerterhöhung sein.

¹²⁰ So stellt z.B. Henseling fest: „Ob das Bedürfnis nach Mobilität vorrangig mit dem Bedürfnis nach Repräsentation und Besitz oder mit dem Bedürfnis nach gesunder Bewegung kombiniert wird, hängt von gesellschaftlich vermittelten Wertemustern ab.“ (Henseling, 1994, S.17). Allerdings kann dies auch innerhalb einer Gesellschaft gruppenspezifisch unterschiedlich sein und zu entsprechend unterschiedlichen Handlungsmotivationen führen; denn: "Nicht alle Welt soll beeindruckt werden, sondern die Gruppe, an der man sich orientiert" (Heller, 1980, S. 112).

¹²¹ Im folgenden nach der deutschen Ausgabe "Theorie der feinen Leute" von 1987 zitiert.

¹²² Für Veblen ist die bedeutendste Alternative "Der demonstrative Müßiggang" (Veblen, 1987, S. 51ff.).

¹²³ Veblen führte die gestiegene Bedeutung des demonstrativen Konsums u.a. auf die im Vergleich zum Landleben weniger engen Beziehungen in den wachsenden Städten zurück (Veblen, 1987, S.

Damit gewinnt er natürlich entsprechende Relevanz in einer Gesellschaft, deren Individualisierungstendenz immer wieder betont wird (z.B. Beck, 1986, S. 113ff.).

Produkte, die sich zum demonstrativ aufwendigen Konsum eignen, müssen in der Lage sein, einem Gegenüber ihre Hochwertigkeit und Überflüssigkeit zu demonstrieren (Veblen, 1987, 103)¹²⁴. Beides ist zwar prinzipiell auch bei vorübergehend oder zur Dienstleistungserstellung genutzten Produkten möglich, jedoch ist der erwünschte Demonstrationseffekt zumindest auf längere Sicht nur bei dauerhaftem Besitz gegeben. Die Spritztour mit dem gemieteten Sportwagen vermittelt höchstens ein kurzlebiges Prestige, das bisher eher ein "Wollen und nicht Können" als finanziellen Wohlstand zeigt. Das Streben nach demonstrativ aufwendigem Konsum spricht also prinzipiell gegen den Eigentumslosen Konsum. Allerdings kann bei Vorliegen dieses Wertekomplexes die Entscheidung für den Eigentumslosen Konsum erleichtert werden, wenn sich die Alternative "Mietgut" durch Neu- und Hochwertigkeit auszeichnet¹²⁵.

Über die derzeitige Bedeutung der durch den demonstrativ aufwendigen Konsum zur Geltung gebrachten, grob als "materialistisch"¹²⁶ zu kennzeichnenden Werte, herrscht jedoch Uneinigkeit. So sieht Feemers den demonstrativ aufwendigen Konsum weiterhin als "eine für unsere Zeit charakteristische Erscheinung" (Feemers, 1992, S. 82). Dies ergibt sich zwingend aus seiner Sicht der Bundesrepublik als einem Land, "in dem das Leistungsprinzip gilt, wobei die beruflichen Leistungen in Verbindung mit dem dafür erhaltenen Gehalt/ Lohn eine wichtigere Position bei der Belohnungs- und Statuszuweisung einnehmen als andere Leistungen" (Feemers, 1992, S. 91).

95). Während im dörflichen Kontext sogar die Sparguthaben und der Hang zum Müßiggang "dank dem Klatsch der Nachbarn genügend bekannt" (Veblen, 1987, S. 96) wurden, muß man sich in der Stadt häufig auf den ersten Eindruck verlassen.

¹²⁴ Auf Beispiele, wie mit demonstrativ aufwendigem Konsum eine wahrgenommene Kluft zwischen Ideal- und Realselbst zu überbrücken versucht wird, sind auch Wicklund und Gollwitzer in Untersuchungen zu ihrer "Theorie der symbolischen Selbstergänzung" gestoßen. So haben sie festgestellt, daß die Produktausstattung von Wirtschaftsstudenten umso eher dem Stereotyp eines erfolgreichen Managers (z.B. Lederkoffer, teure Armbanduhr, elegante Schuhe) gleicht, je weniger Erfolg diese Personen in ihrem Studium haben (Wicklund/ Gollwitzer, 1993, S. 49f.).

¹²⁵ Deutsch (1994, S. 52ff.) erläutert am Beispiel von Auto- und Skiverleih, daß so der "Knackpunkt Statussymbole" (Überschrift des entsprechenden Kapitels) abgemildert werden kann.

¹²⁶ Als "Materialismus gilt eine Einstellung, die den materiellen Gütern und dem finanziellen Vorteil Priorität über alle anderen Lebensziele zuweist" (Scherhorn, 1993b, S. 24); "for materialists, possession and consumption *per se* are central values and choices dictated by beliefs that acquisition of goods brings happiness and defines success" (Banerjee/ McKeage, 1994, S. 148).

Feemers vertritt damit eine Vorstellung des Konsums, die der von George Kantona skizzierten Formel folgt: "Der Mensch orientiert sich ständig am nächst höheren Lebensstandardniveau"¹²⁷. Eine derartige Orientierung am vertikalen sozialen Status wird jedoch spätestens seit Anfang der 80er Jahre für nicht mehr verallgemeinerungsfähig gehalten. Seitdem ist eine Entwicklung der Konsumorientierung zu beobachten, die Wiswede (1991, S. 31) mit "Vom Lebensstandard zum Lebensstil" überschreibt. Den Hintergrund dieser Tendenz liefert die von Inglehart (1977) formulierte These einer "stillen Revolution" durch postmaterialistischen Wertewandel. Auch wenn man von der Vorstellung der Entwicklung eines grundsätzlich postmaterialistischen Lebensstils inzwischen Abstand genommen hat¹²⁸ und man statt dessen eher von einem "Werte-Patchwork aus 'materialistischen' und 'postmaterialistischen' Orientierungen" (Schultz u.a., 1992, S. 68) ausgeht¹²⁹, so besteht doch weitgehende Einigkeit darüber, daß die Dominanz der vertikalen Statussymbolik zumindest relativiert wurde.

Die Gründe dafür sind vielfältig. Neben dem von Inglehart besonders betonten, sich an Maslows Bedürfnispyramide anlehenden Sättigungsaspekt¹³⁰, spielen sicher auch erkannte ökologische und die von Fred Hirsch (1980) beschriebenen sozialen Grenzen materiellen Wachstums eine Rolle. Hirsch erläutert die Hoffnungslosigkeit der Selbstwerterhöhung mit Hilfe des demonstrativ aufwendigen Konsums am Beispiel der Positionsgüter, mit deren Erwerb der eigene relative Status erhöht werden soll und die per se knapp sind (Hirsch 1980, S. 43ff.). Der Versuch, ein solches Positionsgut zu erwerben, muß für die Mehrheit der Konsumenten zwangsweise zur Bedürfnisfrustration führen, da das Gut die Fähigkeit, Positionsnutzen zu liefern, bei seinem Erwerb in der Regel nicht (mehr) besitzt. Wenn die breite Masse in der Lage ist, sie zu erwerben, sind die vermeintlichen "Luxusgüter zum Allgemeingut" (Szallies, 1991, S. 54) geworden. Hier sucht also "... die individuelle Nachfrage nach Positionsgütern ... nach etwas, das

¹²⁷ Zitiert nach Szallies, 1991, S. 46.

¹²⁸ Fraglich ist insbesondere, ob man es hier wirklich mit einem tiefgreifenden Wertewandel oder nicht doch eher mit einem oberflächlicheren Einstellungswandel zu tun hat, während die dahinter liegenden Grundorientierungen wesentlich stabiler sind (Wiswede, 1991, S. 16ff.).

¹²⁹ Ähnlich spricht auch Scherhorn (1993b, S. 24) von einem "Nebeneinander von Wertstrukturen, die miteinander ganz oder teilweise unvereinbar sein mögen, aber dennoch miteinander existieren, ohne daß das eine das andere erkennbar verdrängt."

¹³⁰ Nach Inglehart war und ist materieller Wohlstand für immer weniger Menschen knapp, weder während der prägenden ersten Sozialisationsphase (Sozialisationshypothese) noch aktuell (Knappheitshypothese), wodurch er an Bedeutung verliert (Wiswede, 1991, S. 20).

es nicht gibt" (Hirsch 1980, S. 87)¹³¹. Allerdings ist diese Aussage dahingehend zu relativieren, daß eine temporäre Positionserhöhung mit neuen Gütern oder zumindest die Verhinderung von Positionsverfall durchaus möglich ist. Zudem gibt es auch echte Positionsgüter, nämlich solche, nach denen Nachfrage besteht, ohne daß sie beliebig vermehrbar wären. Hirsch (1980, S. 59ff.) nennt explizit Grundstücke, Führungspositionen und Bildungsabschlüsse. Daneben ließen sich auch besondere Eigenschaften oder Fähigkeiten anführen.

Die Erkenntnis, daß eine Anhäufung materieller Güter in der Regel nicht zu erhöhtem Ansehen und Wohlbefinden führt, wird inzwischen auch von vielen Konsumenten selbst geteilt. Entsprechend verschiebt sich die Vorstellung vom Idealselbst, dem man gerecht zu werden versucht. Von den neuen zentralen Wertekomplexen sollen im folgenden Bildung und demonstrative Vernunft, Erlebnisorientierung sowie umweltbewußtes Verhalten näher beleuchtet werden.

Verschiedene empirische soziologische Untersuchungen (z.B. Schulze 1992, S. 191f.; Bourdieu 1988, S. 500ff.) kommen zu dem Ergebnis, daß "'Bildung' für die soziale Stellung und Weltwahrnehmung der Leute an Bedeutung gewonnen hat" (Reusswig, 1993, S. 7). Bildung zu zeigen, kann Hauptziel der "**demonstrative Vernunft**" (Heller, 1980, S. 111)¹³² sein. Auch hierbei geht es um Selbstwerterhöhung durch demonstrativen Konsum, jedoch werden nur andere Werte demonstriert¹³³. Ein "vernünftiger" Konsumstil bedeutet z.B., "sich den Luxus zu leisten, 'auf den banalen Allerweltsluxus' zu verzichten" (Szallies, 1991, S. 54).

An dieser Stelle gewinnen Konzepte des Eigentumslosen Konsums an Relevanz, ermöglichen sie doch Verzicht auf teures Eigentum ohne Verzicht auf die Befriedigung funktionaler Bedürfnisse. Außerdem läßt sich ein derartig "aktiver", rational begründbarer Konsumverzicht besser demonstrieren als ein nur passiver. So kann man das bloße "Nicht-Eigentum" an einem Auto auf vieles zurückführen, insbesondere auf fehlende finanzielle Mittel. Die Mitgliedschaft in einem Car-Sharing-Verein macht der sozialen Umwelt jedoch unmißverständlich klar, daß hier (umwelt-)bewußt gehandelt wurde. In diesem Zusammenhang ist auch der extrem hohe

¹³¹ Für Hirsch (1980, S. 23) ist das Streben nach Positionsgütern vergleichbar mit dem Stehen auf Zehenspitzen um einer besseren Sicht willen: Wenn es alle tun, sieht in der Regel keiner mehr, als wenn alle bequem dastünden.

¹³² Vgl. auch Adlwarth (1983, S. 123 ff.), dessen Interpretation der demonstrativen Vernunft auch den "sozial verträglichen Konsum" (Adlwarth, 1983, S. 126ff.) umfaßt.

¹³³ Heller (1980, S. 113) nennt hier als Beispiel Sonnenkollektoren, die Vernunft demonstrieren und dennoch teuer und sichtbar sind.

Akademikeranteil unter den Car-Sharern interessant¹³⁴. Wenn Bildung heute tatsächlich als Hauptmerkmal des Status' angesehen wird, müßte es zumindest nach klassischem Verständnis von Statusstreben für viele Menschen interessant sein, die Zugehörigkeit zu einer Gruppe zu suchen, deren Mitglieder dieses Merkmal besitzen. Andererseits ist es auch denkbar, daß sich nicht nur die Werte und Ziele geändert haben, sondern auch der Wunsch, sich ein ideales Fremdkonzept zu schaffen, das vom realen Selbstkonzept stark abweicht. Mit anderen Worten: Bildung wird zwar angestrebt, kann und soll aber nicht in dem Maße wie finanzieller Status simuliert werden. Bezogen auf Car-Sharing könnte das dann bedeuten, daß der hohe Akademikeranteil für viele eher abschreckend als anziehend wirkt. Für die Akzeptanz von Ergebnisdienstleistungen kann das Streben nach demonstrativer Vernunft zu einem Problem werden, wenn der Auftraggeber befürchten muß, daß seine soziale Umwelt die Inanspruchnahme der Leistung als mangelnde eigene Fähigkeit oder unnötige Geldausgabe wertet.

Ein weiterer, aus zeitdiagnostischer Sicht besonders interessanter postmaterieller Wertekomplex, dem Menschen gerecht zu werden versuchen, ist die von Gerhard Schulze in die Diskussion eingeführte **Erlebnisorientierung**. In einer Studie über die Lebensstile der Deutschen (Schulze, 1992) stellt er fest, daß das Streben nach Erlebnissen insbesondere für junge Menschen wichtiger ist als eine Statusorientierung. "Es geht nicht mehr so sehr darum, im Leben etwas zu werden, sondern darum, darin etwas zu erleben" (Reusswig, 1994, S. 64). "Erlebe dein Leben!" ist der kategorische Imperativ unserer Zeit" (Schulze, 1992, S. 59). Diese Gegenwartsorientierung scheint zwar den psycho-sozialen Wert des Eigentums, insbesondere seine Demonstrations- und Sicherheitsfunktion, zu relativieren, sie weist jedoch keinesfalls zwangsläufig auf einen eigentumslosen und/ oder ökologischeren Konsum hin. So ermöglicht gerade Eigentum häufig die unmittelbare Bedürfnisbefriedigung ohne lange Vorausplanung. Dagegen erfordert insbesondere das Gemeinschaftseigentum Anpassung, Absprache und z.T. Verantwortungsübernahme, die einem unmittelbaren Erleben entgegenstehen können. Dieser Punkt sieht bei Miete und insbesondere Dienstleistungen¹³⁵ anders aus, da beide eine geringere Verantwortungsübernahme erfordern. Allerdings bleibt offen, ob die Bedarfe hier nicht häufig eine Ausprägung haben, die kaum ökologisch zu befriedigen ist. Das Teilen eines Flugzeugs und

¹³⁴ Vgl. Fußnote 170.

¹³⁵ Dienstleistungen sind hier nur für die Bereiche attraktiv, in denen die Ergebniserstellung selbst nicht ein angestrebtes Erlebnis darstellt.

das Mieten eines Jeeps auf den Malediven ist zwar Eigentumsloser Konsum - seine "Umweltfreundlichkeit" ist jedoch eine sehr relative.

Bei einer Wertewandeldiskussion in diesem Zusammenhang muß auch das Bedürfnis nach **umweltbewußtem Verhalten** berücksichtigt werden. So ist die Ökologisierung nicht nur mögliches Ergebnis, sondern kann, wenn umweltbewußtes Verhalten zum Idealselbst gehört, auch direkt Ziel des Eigentumslosen Konsums sein. Wenn die relative Umweltfreundlichkeit derartiger Konzepte hinreichend bekannt ist, kann ein entsprechender "Konsumverzicht zum Prestigefaktor" (TAB, 1994, S. 80) in einem umweltbewußten Umfeld werden. Voraussetzung, um die mehrfach festgestellte Diskrepanz zwischen Umweltbewußtsein und Umweltverhalten¹³⁶ mit Hilfe des Eigentumslosen Konsums zu überwinden, ist jedoch das Vorliegen hinreichend attraktiver Umsetzungskonzepte auf der Angebotsseite.

5.1.1.2 Das Streben nach Orientierung

Außer zur Erhöhung können symbolische Produkte auch zur Bestätigung des eigenen Selbst dienen. Sie werden zu Bestandteilen des Lebensalltags und besitzen somit eine **Orientierungsfunktion** (Bode, 1993, S. 52). Auf individueller Ebene geht es dabei um die Strukturierung von Lebensraum und Lebenszeit (Bode, 1993, S. 52). Produkte dienen quasi als **Speicher** bestimmter Gefühle, Augenblicke, Eigenschaften oder Fähigkeiten: das Ferienhaus, das ich mit Gelassenheit verbinde, das Fahrrad, das mich an meinen letzten Urlaub erinnert, die Foto-Sammlung, die es mir erlaubt, mein Leben "wie ein Buch" vor mir liegen zu haben. Aber nicht nur einzelne Produkte schaffen Orientierung, sondern auch deren Zusammenstellung. Besonders deutlich ist dies im Fall der Sammler. Das Sammeln symbolisiert dabei u.a. den Versuch der eigenen Vervollständigung (Belk u.a., 1988, S. 551f.)¹³⁷. Entsprechend wird für einen Sammler der vorübergehende Besitz nicht in Frage kommen - es sei denn er sammelt Erfahrungen und nicht Produkte¹³⁸.

¹³⁶ Vgl. z.B. Diekmann/ Preisendörfer, 1992 und 1994.

¹³⁷ Hier wird deutlich, daß die Unterscheidung der Symbolfunktion von Produkten in Selbstwerterhöhung und Orientierung nicht völlig trennscharf ist: Zumindest wenn Produkte der Symbolisierung von als positiv wahrgenommenen Erlebnissen, Fähigkeiten etc. dienen, sind sie auch in der Lage, dem Eigentümer eine Annäherung des Real- an das Idealselbst zu ermöglichen.

¹³⁸ So betont Braungart (1994a, S. 54) den "Status"-gewinn seines kleinen Sohnes durch die Vielfalt von (Miet-)Fahrzeugen, die er schon benutzt hat.

Schultz u.a. stellen allgemein die These auf: Je stärker der durch bestimmte Produkte symbolisierte Lebensstil "mit der individuellen Identität der NutzerIn verknüpft ist, desto geringer wird wahrscheinlich die Neigung sein, <diese> Gegenstände nur zu leasen oder gar gemeinschaftlich zu nutzen" (Schultz u.a., 1992, S. 63). Ein entscheidender Grund dafür liegt im Unwillen zur Produktrückgabe. So kann die Bedeutung von Produkten für das Ich einen so hohen Stellenwert einnehmen, daß die Trennung von Haben und Sein gar nicht mehr vorzunehmen ist: Produkte sind dann Teil eines erweiterten Ichs (Belk, 1988, S. 139ff.). In dieser Interpretation ist der unerwünschte Verlust eines wichtigen Gegenstandes folglich als eine Art Amputation, als Verletzung des Ichs zu sehen (Young, 1994, S. 177f). Auf Produkte, die diese Bedeutung besitzen, läßt sich das Prinzip des vorübergehenden Besitzes kaum anwenden¹³⁹.

Auch andere Eigenschaften, die Produkte haben müssen, um die Orientierungsfunktion erfüllen zu können, sprechen gegen den Eigentumslosen Konsum. So muß hinreichend Zeit vorhanden sein, um eine entsprechende Bedeutungszuschreibung vornehmen zu können. Zur Erfüllung ihrer Speicherfunktion ist es nach Meinung des Designprofessors Horntrich von Vorteil, wenn Produkte in der Lage sind, "eine Geschichte <zu> erzählen", indem sie "Patina ansetzen" (Deutsch, 1994, S. 124). Dieser Aspekt der Individualisierung ist bei gemeinschaftlich genutzten oder gemieteten Produkten gerade nicht erwünscht¹⁴⁰.

Allerdings kann der Bedarf an Orientierung durch Produkteigentum mittels der Verfügbarkeit anderer Orientierungspunkte, wie z.B. Freunde, Familie oder Arbeitszusammenhänge, abgemildert werden, "soweit sie geordnete und für vielfältige Sinngebungen offene Handlungszusammenhänge darstellen" (Ryffel, 1983, S. 68). Entsprechend können auch **Handlungen** wie Gemeinschaftsnutzung oder Miete orientierungsgebend sein, kann der Eigentumslose Konsum also selbst Orientierungsfunktion besitzen.

¹³⁹ Der gleiche Argumentationsgang läßt sich jedoch auch gegen dauerhaften Besitz wenden. So betont Hirschman (1988, S. 37) das im Verhältnis zu Verbrauchsgütern größere "Enttäuschungspotential" langlebiger Gebrauchsgüter; sie sind "auch dann noch vorhanden ..., nachdem man sie gebraucht und enttäuschende Erfahrungen mit ihnen gemacht hat" - allerdings ist dies ein eher temporäres Problem.

¹⁴⁰ Horntrich (Deutsch, 1994, S. 130) fordert dennoch auch für Mietwagen einen Lack, der "patinafähig" ist.

Die Orientierungsfunktion hat aber nicht nur individuelle, sondern auch soziale Bedeutung, wobei darauf hinzuweisen ist, daß die Trennung beider Bereiche ohnehin nur analytischen Charakter hat: Individuelles Denken und Handeln läßt sich ohne den jeweiligen sozialen und kulturellen Hintergrund nicht angemessen begreifen (Bode, 1993, S. 52). Als **soziale Orientierungspunkte** sind symbolische Produkte "Vermittler zwischen Selbstverständnis und Rollenverhalten" (Bode, 1993, S. 57). Sie signalisieren Zugehörigkeit und Abgrenzung (Hansen/ Blüher, 1993, S. 9). Mit Hilfe einer rollenadäquaten Produktausstattung wird versucht, den tatsächlichen oder vermeintlichen Rollenerwartungen gerecht zu werden. Der Symbolwert der Produkte ist dabei insbesondere für Rollenneulinge wichtig, da sie sich die notwendigen Informationen, Erfahrungen und Fähigkeiten für eine "richtige" Rollenausübung erst aneignen müssen (Solomon, 1983, S. 325), die jeweiligen Produkte aber sofort nutzen können.

Dennoch muß auch die soziale Orientierung nicht (allein) an Produkteigentum gebunden sein. Eine rollenadäquate Produktausstattung schließt den bewußten Nicht-Besitz bestimmter Güter mit ein. Ein hierbei notwendiger Verzicht kann durch Eigentumslosen Konsum erleichtert werden. So ermöglicht Car-Sharing auch dem umweltbewußten Kritiker der automobilen Gesellschaft eine sozial akzeptierte Autonutzung. Und wenn hier die sozialen Signale schon durch die bloße Beteiligung gesendet werden, dürfte es aus dieser Sicht kein Problem sein, wenn Miet- und Gemeinschaftsgüter aufgrund ihres evtl. heterogenen Nutzerkreises und ihrer längeren Haltbarkeit durch ein "zeitloses", einheitliches "Massen-Design" gekennzeichnet sind.

5.1.2 Eigentum und das Streben nach Freiheit

5.1.2.1 Eigentumserwerb zwischen Freiheit des Kaufs und Befreiung von Transaktionen

Im Kaufakt manifestiert sich **Entscheidungsfreiheit**. Nach Meinung von Gerhard Scherhorn ist dieser Bereich "heute für viele Menschen tatsächlich fast der einzige, in dem sie noch das Gefühl haben, frei entscheiden zu können" (Scherhorn, 1993a, S. 26). Schon Adam Smith meinte, einen menschlichen Trieb zu "feilschen und zu tauschen" (zitiert nach Richter/ Bindseil, 1995, S. 138) ausmachen zu können. Heute wird der Einkauf vielfach als Element der Freizeitgestaltung, als Teil eines Erlebniskonsums gesehen (Weinberg, 1992, S. 3f.). Erlhoff zufolge macht das Kaufen sogar in der Regel mehr Spaß als das Besitzen von Eigentum (Erlhoff, 1995, S. 91ff.). Wenn man sich die Elemente ansieht, die Erlhoff in diesem Zusammenhang betont, nämlich das Auswählen, Bezahlen und Kommunizieren (Erlhoff, 1995, S. 97f.), zeigt sich, daß diese prinzipiell auch für den Abschluß von Mietverträgen oder Dienstleistungsaufträgen gelten

könnten. Dabei ist allerdings fraglich, ob "Eigentumslose Konsumenten" hier überhaupt ihren "Spaß" oder nicht eher das Gefühl einer rational vernünftigen Entscheidungsfindung haben wollen. Die Freiheit des Auswählens und der Entscheidung wird jedoch dadurch eingeschränkt, daß das Angebot an Alternativen zum Eigentum zur Zeit noch relativ gering ist (Stahel, 1991, S. 158).

Trotz des Freiheitsgefühls, das der Produktkauf verleihen kann, gibt es andere Situationen, in denen die **Befreiung vom Zwang zu marktlichen Transaktionen** präferiert wird. Dazu eignet sich Eigentum häufig besser als Eigentumsloser Konsum. Ist Eigentum erst einmal erworben, ermöglicht es Bedürfnisbefriedigung ohne bzw. mit nur ergänzenden Markttransaktionen. Die direkten variablen Kosten der Nutzung von Eigentum sind dabei in der Regel so niedrig, daß sie selten eine Hemmschwelle für eine weitere Bedürfnisbefriedigung darstellen. Bei der Frage, ob ich meinen Computer benutze oder nicht, spielen viele Faktoren eine Rolle - die Nutzungskosten jedoch nicht. Ähnlich verhält es sich bei anderen Gebrauchsgütern. Es scheint plausibel, daß dies auch vom Konsumenten gewollt ist, bedeuten doch geringe variable Kosten, bzw. die weitgehende Unsichtbarkeit der realen Nutzungskosten, eine Entlastung von der schwierigen Entscheidung, ob die Kosten der Nutzung durch deren Nutzen überkompensiert werden.

Der Zwang, diese ökonomische Denkweise vor jeder Inanspruchnahme von Dienstleistungen, Mietkonzepten und bestimmten Gemeinschaftsgütern vornehmen zu müssen, läßt sich aus dieser Perspektive auch als fortschreitende "Kolonialisierung" der Lebenswelt (Habermas, 1995, S. 293) durch ökonomische Systemimperative interpretieren. Gerade durch die Dienstleistungen i.e.S. kann eine Entwicklung beschleunigt werden, die immer mehr Bedürfnisse zu Konsumbedürfnissen macht (Beier, 1993, S. 11). So werden zunehmend Leistungen, die ehemals durch informelle Haushaltsproduktion erbracht wurden, durch kommerzielle Marktleistungen ersetzt (Knobloch, 1994, S. 32). Die Folgen dieses Trends der Verkleinerung des marktfreien Raumes, der einerseits die zunehmende Berufstätigkeit der Frauen erst ermöglichte, anderer-

seits aber eine Gesellschaft befördern kann, in der "menschliche Beziehungen auf kommerzielle Transaktionen reduziert" (Scherhorn, 1993c, S. 73) sind, werden kontrovers diskutiert¹⁴¹.

Auf der anderen Seite bieten insbesondere Konzepte der kostenlosen Mitnutzung die Möglichkeit, Konsumbedürfnisse ohne Rückgriff auf den Markt zu befriedigen - nachdem der Produkteigentümer den Kauf getätigt hat.

5.1.2.2 Eigentumsbesitz zwischen Handlungsfreiheit und Eigentumspflichten

Eigentum besitzt den Vorteil, mit ihm im Rahmen gewisser Gesetze und Regeln "tun und lassen zu können, was man will" (Erlhoff, 1995, S. 30) und zwar wo und wann auch immer. Mancher Eigentümer verspürt eine **Handlungsfreiheit**, die ihm das Gefühl gibt, ein "Politiker im kleinen" (Willoweit, 1983, S. 16) sein zu dürfen.

Bei den Grundformen des Eigentumslosen Konsums ist diese Handlungsfreiheit insbesondere bei der Mitnutzung eingeschränkt, bei der die Verfügungsrechte des Mitnutzers allein vom Wohlwollen des Eigentümers abhängen. Auch bei der Dienstleistung i.e.S. verfügt der Konsument nicht über die Handlungsfreiheit über die vom Dienstleister eingesetzten Produkte, jedoch ist seine Position hier die des Kunden und damit stärker als die des Leihenden. Eine sachliche und zeitliche Beschränkung der Handlungsfreiheit ergibt sich auch bei Gemeinschaftseigentum und Nutzungszeit-Leasing.

Eine weitere Freiheitseinschränkung kann bei der Gemeinschaftsnutzung, der Miete und der Nutzungs-Dienstleistung aus der Kollektivgutproblematik und den dadurch notwendig werdenden **Kontrollen** der vertraglich festgelegten Beschränkungen von Nutzungs- und Veränderungsrecht erwachsen. Die jeweiligen (Mit-)Eigentümer werden kaum bereit sein, eine "Informationsasymmetrie" (Kaas, 1992a, S. 478f.) zu ihren Lasten hinzunehmen, sondern versuchen herauszufinden, was der Nutzer mit seinem Produkt macht. Gelingen könnte dies z.B. durch sog. "dokumentative Produkte" (Kirchgeorg, 1995, S. 32), die in der Lage sein sollen, auf elektronischem Wege Auskunft über Nutzung und Verschleiß der Produkte zu geben. Ob dies von den Konsumenten akzeptiert wird, bleibt abzuwarten.

¹⁴¹ Vgl. z.B. Häußermann/ Siebel, 1993, S. 10f.; Bierter/ Winterfeld, 1993, S. 20ff.; Knobloch, 1994, S. 32ff.

Ein Freiheitsgewinn durch Eigentumslosen Konsum besteht allerdings durch eine z.T. verbesserte **Wahlfreiheit** bzw. Abwechslungsmöglichkeit. So besitzt der Eigentümer in der Regel nur einen Artikel des jeweiligen Produkttyps, sein Nutzungsrecht beschränkt sich auf die Wahl zwischen Nutzung oder Nicht-Nutzung. Anders ist dies bei Inanspruchnahme von Konzepten des Nutzungszeit-Leasings und z.T. auch bei der Gemeinschaftsnutzung, bei denen auf einen Güterpool zurückgegriffen und dort zwischen verschiedenen Typen eines Produktes frei gewählt werden kann. Besonders häufig wird hier das Beispiel des Fahrzeugpools von Car-Sharing-Organisationen oder Autovermietern angeführt¹⁴². Fahrzeugpools ermöglichen den Nutzern, flexibel auf den Wagen Zugriff zu nehmen, der den jeweiligen Ansprüchen am besten genügt: den kleinen Zweisitzer für den Stadtverkehr, den großen Kombi für den Urlaub, das Cabrio für das Wochenende. Auch bei der Inanspruchnahme von Dienstleistungen bindet man sich in der Regel nur für kurze Zeit und besitzt somit vor der nächsten Nachfrage wieder Wahlfreiheit, wobei jedoch Nutzungsdienstleistungen meist durch geringe Wahlmöglichkeiten gekennzeichnet sind.

Für Eigentumslosen Konsum spricht auch, daß die Rechte des Eigentümers nicht wirklich schrankenlos, sondern durch soziale und rechtliche Normen begrenzt sind. Außerdem gehen sie einher mit **Eigentumspflichten**, die aus der Alleinverantwortung für das Produkt erwachsen (Berry/ Maricle, 1973, S. 325f.). Zu diesen Pflichten gehören z.B. die private Unterbringung, die rechtmäßige Entsorgung, eine Instandhaltung, die die Gefährdung Dritter ausschließt, evtl. die Versicherung und ähnliches. Dadurch bindet Eigentum finanzielle, zeitliche¹⁴³, räumliche (Schenkel, 1993, S. 62) und evtl. psychische Ressourcen, auch wenn es nicht genutzt wird. Güter des Eigentumslosen Konsums können hingegen bei Nichtgebrauch in der Regel aus der Privatsphäre ausgeschlossen werden. Dieser Aspekt führt insbesondere bei großen Gebrauchsgütern in kleinen Wohnungen zu einem Gewinn an Bewegungsfreiheit.

¹⁴² Vgl. z.B. Stahel, 1994a, S. 65; Deutsch, 1994, S. 54; Hockerts u.a. 1994a, S. 11.

¹⁴³ In der Wuppertal-Studie "Zukunftsfähiges Deutschland" werden Güter in diesem Zusammenhang als "Zeitdiebe" bezeichnet (BUND/ Misereor, 1996, S. 223).

5.1.3 Eigentum und das Streben nach Sicherheit

5.1.3.1 Eigentumserwerb zur Erlangung von Umweltkontrolle und Sicherheit

Die Abstammung des Menschen legt nahe, daß es einen "**urtümlichen Besitztrieb**" (Ryffel, 1983, S. 65) gibt, der seine Wurzeln im Territorialverhalten der Tiere hat. So betrachtet Bischof den Wunsch nach Eigentum als instinktive¹⁴⁴ Suche nach "sicherheitsspendenden Objekten", die eine "Heimvalenz" (Bischof, 1985, S. 553) bzw. eine "bindungsstiftende Vertrautheit" (Bischof, 1985, S. 554) besitzen. Für Arnold Gehlen hat das "Bei-sich-Behalten" hier die Funktion der "Daseinsstabilisierung" (zitiert nach Ryffel, 1983, S. 65). Es ist deutlich, daß die Funktion der Sicherheit sich nicht vollständig von der in Kapitel 5.1.1.2 diskutierten Orientierungsfunktion von Produkten trennen läßt. Jedoch ist die hier behandelte Sicherheitsstiftung durch Inbesitznahme insofern allgemeiner, als sie prinzipiell unabhängig vom angestrebten Selbstkonzept ist.

Angenommen, es handelte sich bei dem "Bedürfnis nach 'Aneignung'" (Hirschman, 1988, S. 45) seiner Umwelt tatsächlich um eine anthropologische Konstante, stünde der Eigentumslose Konsum vor einem weiteren Hindernis, da die Inbesitznahme häufig der individuellen Ausübung des Veränderungsrechts bedarf¹⁴⁵ und Produkte ihrem Besitzer hinreichend lange zur Verfügung stehen müssen, um bindungsstiftende Vertrautheit zu erlangen. Allenfalls Gemeinschaftsnutzung könnte hier eine Perspektive bieten, wenn man Territorialverhalten nicht nur auf ein Individuum, sondern auf eine sich als zusammengehörig fühlende Gruppe bezieht.

Erschwert wird der Eigentumslose Konsum auch durch die Bedeutung des Eigentums als des "**für die Zukunft zu Bewahrenden**" (Bischof, 1985, S. 554). Die Anschaffung von Eigentum kann also auch durch seinen "andauernd<en> und stetsfort aktualisierbare<n> Möglichkeitscharakter" (Ryffel, 1983, S. 64), d.h. durch die Möglichkeit zur Befriedigung zukünftiger Bedürfnisse motiviert sein. Dies wird bei Miet- und Dienstleistungskonzepten gerade nicht bezweckt. Allerdings nimmt die Bedeutung dieser zukunftsgerichteten Funktion des Eigentums, die sich aus dem Streben nach Existenzsicherung für "Alter und Not, auch der Familie" (Ryffel, 1983, S. 67) erklärt, immer mehr ab. Dafür ist zum einen die Reduzierung der Güterknappheit,

¹⁴⁴ Bischof (1985, S. 553f.) behandelt den "Wunsch nach Eigentum" unter dem Oberkapitel "Das Erbe der Instinkte".

¹⁴⁵ Hirschman (1988, S. 45) spricht hier von der "Neigung, fließbandgefertigte Dinge zu eigenen Kreationen mit ganz persönlicher Note zu machen".

zum anderen die durch staatliche Regelungen geschaffene soziale Sicherung, aber auch die rechtliche Absicherung von Arbeitsplatz und Wohnung¹⁴⁶ verantwortlich.

Von einem höheren Standpunkt aus betrachtet ist die Sicherungsfunktion von Gütern ohnehin ständig bedroht, da das Besitzen, gleichgültig ob von eigenen oder gemieteten Gütern, immer temporär ist (Erlhoff, 1995, S. 41). Kein Produkt hält ewig, "alles ist nach dem Kauf immer schon potentiell Abfall" (Erlhoff, 1995, S. 94). Die gegenwärtige Geschwindigkeit, mit der sog. "langlebige" Konsumgüter zu Abfall werden, spiegelt dabei auch den oben beschriebenen Rückgang der Existenzsicherungsfunktion des Eigentums wider. So ist die ehemals enge Verbindung von Eigentum und Erbe (Ryffel, 1983, S. 67) nicht mehr existenznotwendig und deshalb bereits vielfach aufgehoben (Hillmann, 1977, S. 379)¹⁴⁷. Erich Fromm (1979, S. 75) formuliert dazu: "Heute kauft man, um wegzuwerfen." Das von ihm kritisierte Motto unserer Gesellschaft lautet: "Erwerben - vorübergehend besitzen und benützen - wegwerfen" (Fromm, 1979, S. 75). Wenn man jedoch erwerben durch leihen und wegwerfen durch zurückbringen ersetzt, hat er damit genau die Chance formuliert, die die zurückgehende Bedeutung der Sicherungsfunktion für den Eigentumslosen Konsum bietet!

5.1.3.2 Produkte und Dienstleistungen als Unsicherheitsquelle

Die verschiedenen Unsicherheiten, die der Besitz von Eigentum, aber auch der Eigentumslose Konsum mit sich bringen, sollen im folgenden anhand des finanziellen, des funktionalen und des physischen Risikos behandelt werden¹⁴⁸.

Der Kauf insbesondere teurer, langlebiger Güter, beinhaltet ein **finanzielles Risiko**, da bei Eigentum immer die Gefahr von Verlust, z.B. durch Diebstahl oder Zerstörung, besteht (Erlhoff,

¹⁴⁶ Ryffel (1983, S. 73) spricht hier sogar von "neuem Eigentum".

¹⁴⁷ Dennoch können Erbgüter dem Vererbenden das gute Gefühl geben, "ein Stück von sich am Leben zu erhalten" (Haudenschild, 1989, S. 187).

¹⁴⁸ In der Theorie des wahrgenommenen Risikos werden zudem das psychische und das soziale Risiko genannt (Hansen, 1990, S. 153). Psychische und soziale Risiken wurden bereits und werden noch angesprochen. Sie sind zudem auch hier betroffen; denn ob etwas als finanzielles, funktionales oder physisches Risiko wahrgenommen wird, hängt nicht nur von objektiven Gegebenheiten, sondern auch vom Selbstkonzept und dem sozialem Umfeld der Akteure ab.

1995, S. 93). Daraus erwächst ein Argument für die Nutzung von Gemeinschafts- und Mietgütern bzw. Dienstleistungen i.e.S., bei denen Verlustangst kaum eine Rolle spielt.

Ein **funktionales Risiko** ergibt sich hingegen stärker beim Eigentumslosen Konsum. Bei der Miete und der Gemeinschaftsnutzung resultiert dies aus der aufgrund kürzerer Besitzzeit verringerten Bereitschaft zur Einarbeitung in die Funktionsweise der genutzten Produkte. Entsprechend müssen diese einfach gestaltet sein, um nicht ein funktionales Risiko hervorzurufen. So sollte z.B. eine vermietbare Videokamera "jeder Laie problemlos mit drei Knöpfen bedienen" (Deutsch, 1994, S. 129) können.

Doch auch bei einfach zu handhabenden Produkten ergibt sich häufig ein subjektiv erhöhtes funktionales Risikoempfinden aufgrund ihrer Fremdheit. Während beim Eigentum "kleine Fehler und Macken" in der Regel akzeptiert werden, nimmt man diese bei Mietgütern vermutlich weniger bereitwillig hin, da man nicht genau weiß, woher die Probleme rühren, welche Verhaltensanpassung sie erfordern und welche Gefahren sie in sich bergen. Aus dieser funktionalen Unsicherheit kann also auch ein physisches bzw. gesundheitliches Risiko erwachsen. Entsprechend ist zu erwarten, daß Konsumenten eine gleichbleibend hohe Qualität der nachgefragten Leistungseinheiten verlangen. Daraus resultiert das ökologische Problem, daß fast nur neuwertige Produkte zum Vermieten angeboten werden. Dabei reicht es jedoch, bei dem Konsumenten den subjektiven Eindruck der Neuwertigkeit zu erzeugen. So verkauft z.B. Kodak seine mehrfach verwendeten vermeintlichen Einwegkameras mit integriertem Film¹⁴⁹ als neue "single-use cameras" (Stahel, 1994a, S. 59) - nimmt also lieber den Ruf mangelnden Umweltschutzes als den eines Gebrauchtwarenhändlers in Kauf.

Ein erhöhtes "funktionales"¹⁵⁰ Risikoempfinden kann auch aus der Ausweitung des Dienstleistungskonsums resultieren, da sich Sucheigenschaften nur auf die Potentialdimension beschränken (Engelhardt u.a., 1993, S. 418) und das Ergebnis der Dienstleistung demnach ex ante nur schwer zu beurteilen ist. Das Problem wird dadurch erschwert, daß die Schaffung von Vertrauen in Form eines Markenartikels für Dienstleistungen kaum umsetzbar ist. Entsprechend gewinnt hier das Unternehmensimage gegenüber der Produktidentität an Bedeutung (Meffert,

¹⁴⁹ Statt des Filmes wird hier die gesamte Kamera zur Belichtung im Fotolabor abgegeben.

¹⁵⁰ Für den Auftraggeber ist weniger die Gebrauchstauglichkeit der Produkte des Dienstleisters als vielmehr die Bedürfnisadäquanz des erhaltenen Ergebnisses relevant. Dennoch kann man im übertragenen Sinne von funktionalem Risiko sprechen.

1994, S. 528)¹⁵¹. Die Unsicherheitsprobleme reduzieren sich zudem, wenn größere Erfahrungen mit Dienstleistungen gewonnen wurden und somit auch Erfahrungseigenschaften in den Beurteilungsprozeß einbezogen werden können.

Andererseits kann Eigentumsloser Konsum auch dazu beitragen, die Relevanz des funktionalen Risikos, hier in Verbindung mit dem finanziellen, zu reduzieren, indem bei Untauglichkeit der nachgefragten Leistung vereinfachte Anpassungsmöglichkeiten gegeben sind (Berry/ Maricle, 1973, 324f.). Während bei Eigentum auf enttäuschte Nutzungserwartungen in der Regel nur sehr verzögert durch Produktwechsel reagiert werden kann, geht dies zumindest bei Miete und Dienstleistungen wesentlich schneller und einfacher. Hier ist es möglich, neue Angebote auszuprobieren (Schenkel, 1993, S. 62) und Lernprozesse direkt umzusetzen.

Das **physische Risiko** betrifft die in bezug auf den eigenen Körper empfundene Unsicherheit. Ein wichtiger Aspekt ist hier die Hygiene (Meijkamp, 1994, S. 15). Abgesehen von möglichen Gesundheitsbeeinträchtigungen durch Unsauberkeit läßt sich das Hygienebedürfnis auch damit erklären, daß das bereits durch andere Inbesitzgenommene als "kontaminiert" empfunden und beim eigenen Inbesitznahmestreiben in der Regel ausgespart wird (Belk, 1988, S. 151)¹⁵². So ist eine gemeinsame Nutzung der mit engem Körperkontakt verbundenen Produkte außerhalb des allernächsten sozialen Umfelds kaum denkbar¹⁵³. Wie weit dieser "enge Körperkontakt" jedoch interpretiert werden kann, zeigt der Vorstandsvorsitzende von VW, Piëch, der Car-Sharing-Konzepte mit der Begründung ablehnt: "Meine Unterhose teile ich ja auch mit niemandem" (Clute-Simon, 1995, S. 24).

Abgesehen von diesem subjektiven physischen Risiko ist jedoch zu bedenken, ob die kommerziellen Formen Eigentumslosen Konsums nicht zu mehr Produktsicherheit und damit auch zu geringerer Gesundheitsgefährdung für die Konsumenten führen, da die Betreiber häufig ein größeres Know-how und eine stärkere rechtliche Verpflichtung für die Erhaltung der Sicherheit ihrer Produkte haben.

¹⁵¹ Eine derartige Entwicklung könnte als Nebeneffekt zu einer größeren Bedeutung von Unternehmenstests zur Information der Konsumenten führen.

¹⁵² In Ausnahmefällen gibt es allerdings auch die "positive contamination" (Belk, 1988, S. 151), die Kleidungsstücke anderer, z.B. von Freunden oder Idolen, besonders attraktiv macht.

¹⁵³ Wie relativ und kulturell geprägt hygienische Vorstellungen sind, zeigt jedoch das Beispiel einiger Entwicklungsländer, in denen es der älteren, armen Bevölkerung nichts ausmacht, sich für größere Feste künstliche Gebisse zu leihen.

5.1.4 Eigentum und das Streben nach sozialen Kontakten

Ein soziales Problem, das mit der Ausbreitung individuellen Eigentums einhergeht, ist der teilweise unerwünschte **Verlust von Gemeinschaft und persönlicher Kommunikation**. Es scheint, als hätte die Kommunikation über Symbole einen Teil der persönlichen Kommunikation verdrängt, als hätte die durch Produkteigentum gewonnene Freiheit und Sicherheit zu einem Verlust von Bindungen geführt, die gegenseitiges Aufeinanderangewiesensein mit sich bringt. Aus dieser Perspektive ist die Verstärkung des individuellen Konsums nicht nur als Kompensation für das Fehlen von Sozialkontakten zu interpretieren, sondern z.T. als seine Ursache (Knobloch, 1994, S. 36ff.). So wurden z.B. mit der Ubiquität von Waschmaschinen, Kühltruhen oder Fernsehgeräten ehemals Gemeinschaft stiftende Einrichtungen wie Gemeinschafts-Wasch- oder -Kühlhäuser, aber auch das Fernsehen in der Dorfkneipe oder das Kleinstadtkino zurückgedrängt¹⁵⁴.

Dadurch entstehende unbefriedigte Kommunikationsbedürfnisse werden vermutlich in einer Gesellschaft mit ständig sinkender durchschnittlicher Haushaltsgröße¹⁵⁵ an Bedeutung gewinnen. Dies erhöht die Chancen des Eigentumslosen Konsums, insbesondere wenn die mit ihm verbundenen Kommunikationspotentiale aktiv aufgegriffen werden¹⁵⁶.

5.2 Ökonomische Determinanten

Neben der psychosozialen Akzeptanz des Eigentumslosen Konsums sind auch ökonomische Aspekte bei der Beurteilung der Umsetzungsbedingungen relevant. Im folgenden werden daher die Bereiche Preisrelationen sowie die Transaktionskosten behandelt.

¹⁵⁴ Gegenläufige Tendenzen werden hier allerdings durch Produktsammler- oder -liebhaber-Vereine gebildet, bei denen gerade das Produkt gemeinschaftsstiftend ist.

¹⁵⁵ So geht die GfK davon aus, daß sich im Jahr 2000 rund zwei Drittel aller Haushalte aus 1-2 Personen zusammensetzen werden (Szallies, 1991, S. 50).

¹⁵⁶ So plant Electrolux seine Wäschepflegezentren (vgl. Fußnote 94) als Kommunikationsorte, möglichst mit "Kaffeebar, Leseecke, Kinderspielecke" (Deutsch, 1994, S. 155).

5.2.1 Preisrelationen der Nutzungseinheiten ohne Berücksichtigung der nachfrageseitigen Transaktionskosten

Hinsichtlich der Kosten pro Nutzungseinheit bestehen zwischen den Formen des Eigentumslosen Konsums und dem Konsum mit Eigentum aus zwei Gründen Unterschiede: Zum einen bedarf es zur Umsetzung eigentumsloser Konsumkonzepte eines größeren Personalaufwandes¹⁵⁷, was gleichbedeutend mit einer Erhöhung der Kosten pro Nutzungseinheit ist. Zum anderen sind die eigentumslos konsumierten Produkte nicht unbedingt die gleichen wie die, die als Eigentum konsumiert werden¹⁵⁸. Dies bezieht sich sowohl auf die Bauweise herkömmlicher Produkte als auch auf die Möglichkeit, die gewünschte Funktion durch gänzlich andere Produkte erfüllen zu lassen, was die Vergleichbarkeit der beiden Konsumansätze kostenseitig oftmals unmöglich macht. Die folgende Untersuchung orientiert sich wieder an den in Kapitel 4 entwickelten Grundformen des Eigentumslosen Konsums.

Die Konzepte des Eigentumslosen Konsums als "Leistungsbündel" (Engelhardt u.a., 1993) betrachtet, haben eine materielle und eine immaterielle Komponente. Materiell ist das Produkt und immateriell die zur Verteilung der Eigentumsrechte notwendige Organisationsleistung. Bei allen Formen, außer dem Lebenszeit-Leasing und einem langandauernden Nutzungszeit-Leasing, ist der Nutzer gezwungen, vor der Produktnutzung mit anderen Personen in Kontakt zu treten und diese entweder nur von seiner Absicht der Produktnutzung in Kenntnis zu setzen oder sie zur Erbringung einer Leistung aufzufordern. Dies bedeutet, daß neben dem gewünschten Produkt noch die Arbeitsleistung einer weiteren Person in Anspruch genommen und gegebenenfalls bezahlt werden muß. In den entwickelten Industrienationen liegt ein Haupthemmnis für die Umsetzung eigentumsloser Konsumkonzepte in den hohen Kosten des Produktionsfaktors Arbeit. Dieser muß gegen die Skalenvorteile der industriellen Massenproduktion konkurrieren, die das Eigentum an Produkten bei steigenden real verfügbaren Einkommen der Haushalte allgemein verfügbar macht (Schenkel, 1993, S. 59). Durch die zunehmende Globalisierung der Produktion steht der Eigentumslose Konsum zudem oftmals in Konkurrenz zu Produkten, die in Billiglohnländern gefertigt werden.

¹⁵⁷ Diese lassen sich z.T. auch als die Transaktionskosten der Anbieterseite zur Umsetzung eigentumsloser Konsumkonzepte interpretieren.

¹⁵⁸ So kaufen sich bspw. die wenigsten Menschen eine Straßenbahn.

Die Formen der **Gemeinschaftsnutzung** sind durch einen geringen marktlich zu entgeltenden Fremdarbeitsanteil bei der Leistungserstellung gekennzeichnet. Dies liegt unter anderem auch daran, daß sie meist auf privater Ebene organisiert sind und deswegen hinsichtlich ihrer notwendigen Organisationsleistungen finanziell keine Belastungen erzeugen. Allerdings gibt es auch hier Ausnahmen, wie zum Beispiel die Overhead-Kosten bei Car-Sharing-Organisationen. Die Formen des **Öko-Leasings** müssen differenzierter betrachtet werden. So entstehen beim **Lebenszeit-Leasing** hinsichtlich der Inanspruchnahme von zusätzlicher organisatorischer Arbeitsleistung durch den Konsumenten, von dem Akt der Rückgabe selbst abgesehen, keinerlei Belastungen. Allerdings fallen bei einem fachgerechten Recycling durch den Hersteller durchaus höhere Kosten an, die letztlich wieder auf den Konsumenten überwältzt werden. Andererseits können durch das Recycling auch Einsparpotentiale durch die Wiederverwendung von Materialien und Komponenten erschlossen werden, so daß der Gesamteffekt nur für den Einzelfall bestimmt werden kann.

Das **Nutzungszeit-Leasing** erzeugt durch die Notwendigkeit der Koordination der Nutzungszeiträume Mehrarbeit, die beim Konsum mit Individualeigentum nicht anfällt. Diese Arbeitsleistungen stellen zusätzliche Kosten dar und müssen zudem unabhängig von der Auslastung der Produkte als Leistungspotential vorgehalten werden. Ein Teil der Leistung beim Nutzungszeit-Leasing besteht also in der Bereitstellung der Nutzungsoption für den Konsumenten.

Auch die **Dienstleistungen i.e.S.** müssen einer differenzierten Betrachtung unterzogen werden. Hier entstehen ebenfalls zusätzliche Arbeitskosten durch die Potentialbereitstellung. Hinzu kommen jedoch noch jene Arbeitskosten, die durch die Produktnutzung entstehen, da bei beiden Formen der Konsument das Produkt nicht selber betreibt, sondern nur das gewünschte Ergebnis der Produktnutzung nachfragt und konsumiert. **Nutzungs-Dienstleistungen** zeichnen sich dabei durch den direkten Kontakt zwischen Leistungsgeber und Leistungsnehmer aus. Wegen dieser notwendigen, aber in ihrer Häufigkeit unsicheren Simultanität, ist der Arbeitsaufwand des Anbieters größtenteils nutzungsunabhängig, da die Leistung bei unterschiedlicher Auslastung immer in fast gleicher Quantität und Qualität erstellt werden muß¹⁵⁹.

Ergebnis-Dienstleistungen werden erst durch den direkten Auftrag des Konsumenten geleistet und erfordern im Unterschied zu den Nutzungs-Dienstleistungen nicht notwendigerweise

¹⁵⁹ So kann man zwar eine Straßenbahnlinie mit unterschiedlich vielen Waggons pro Zug befahren, doch befahren muß man sie eben, auch wenn dies zu schlecht frequentierten Randzeiten geschieht. Die Fixkosten, die so durch den Arbeitsaufwand entstehen, bleiben die gleichen.

den direkten Kontakt der beiden Marktpartner bei der Ergebniserstellung. Allerdings ist hier eine Unterscheidung zwischen solchen Dienstleistungen zu machen, die bei Selbstnutzung des Produkts durch den Konsumenten substituierbar sind (z.B. Waschmaschinen), und den nicht-substituierbaren. Nicht-substituierbare Ergebnis-Dienstleistungen zeichnen sich dadurch aus, daß der spezifische Arbeitsanteil des Anbieters die eigentlich nachgefragte Leistung darstellt (z.B. handwerkliches Können). Hier spielt der Konsum durch Produkteigentum keine große Rolle, da der Konsument keine Möglichkeit zur Selbstproduktion des gewünschten Nutzens besitzt. Bei substituierbaren Ergebnis-Dienstleistungen tritt der Anbieter in Konkurrenz zum Individualeigentum und zur unbezahlten Eigenarbeit. Da weite Bevölkerungskreise nicht in Opportunitätskosten denken wollen oder können, sondern die eigene Arbeitsleistung zum Preise von Null DM in Relation zum Preis der Arbeitsleistung eines Dienstleisters stellen, werden Ergebnis-Dienstleistungen als teuer wahrgenommen. Ergebnis-Dienstleistungen sind in dieser Konstellation preislich meist keine Alternative zu Individualeigentum und der Selbstnutzung der Produkte.

Unter Berücksichtigung der volkswirtschaftlichen Ebene ist allerdings durch die reduzierte Anzahl der produzierten Produkte wegen der abnehmenden 'economies of scale' mit erhöhten Produktionskosten pro Produkt zu rechnen. Dies führt für den Käufer zu höheren Preisen, die bei eigentumslosen Konsumformen durch die intensivere Nutzung und die dadurch mögliche höhere Leistungseinheitenabgabe jedoch weniger stark ins Gewicht fallen.

Die Kapitalbindungskosten verringern sich beim Eigentumslosen Konsum, da die Anzahl der zur Bedürfnisbefriedigung benötigten Produkte insgesamt sinkt. Dadurch werden die Kosten der einzelnen Nutzungseinheit reduziert.

Da die Konzepte des Eigentumslosen Konsums eine andere Kostenstruktur aufweisen als im Eigentum konsumierte Produkte, besteht bei der Abwägung zwischen Individualeigentum und Eigentumslosem Konsum **generell ein finanzielles Optimierungsproblem**¹⁶⁰. Der hier ausschlaggebende Parameter ist die Nutzungshäufigkeit. Je öfter man die Nutzungseinheiten eines eigenen Produkts konsumiert, um so billiger wird die einzelne Nutzungseinheit. Im Vergleich

¹⁶⁰ Dabei gehen wir an dieser Stelle vereinfachend von herkömmlichen und in ihrer potentiellen Nutzungsdauer unveränderten Produkten aus, um das Prinzip der Problematik zu verdeutlichen. Des-

dazu variieren die Kosten der Nutzungseinheiten des Eigentumslosen Konsums nicht oder nur bei Mengenrabatten. Somit kann man einen break-even-point ermitteln, ab dem Eigentumsloser Konsum finanziell unattraktiv ist. Abbildung 9 verdeutlicht diesen Zusammenhang. Die Stetigkeit der Kurve beruht auf der Annahme, daß ein Produkt infinitesimal kleine Nutzungseinheiten abgeben kann.

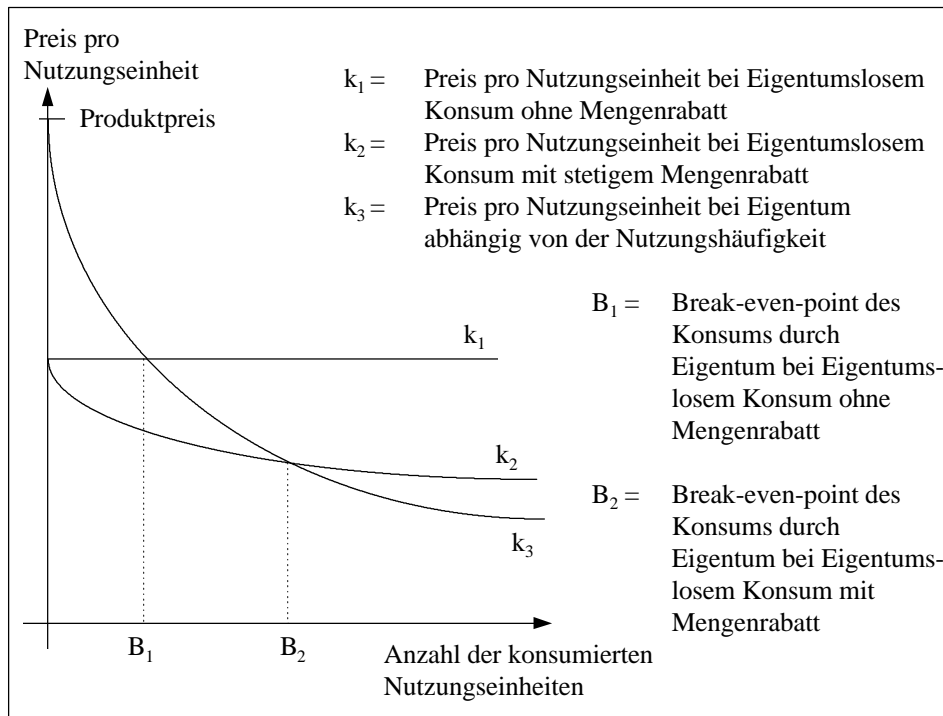


Abbildung 9: Break-even-point des Eigentums im Vergleich zum Konsum durch Eigentumslosen Konsum

Basierend auf diesem Prinzip hat das Bundesverkehrsministerium für Pkws eine durchschnittliche Fahrleistung von 6830 km/a errechnen lassen, bis zu der sich die Anschaffung eines eigenen Pkws nicht rentiert, sondern der Beitritt zu einer Car-Sharing-Organisation preisgünstiger ist (Baum/ Pesch, 1994, S. 45).

5.2.2 Preisrelationen der Nutzungseinheiten unter Berücksichtigung der nachfrageseitigen Transaktionskosten

Der Transaktionskostenansatz ist ein "weit verbreiteter Ansatz zur vergleichenden Organisationsanalyse" (Dombrowsky, 1995, S. 56). Die Grundgedanken gehen auf Überlegungen von Coase (1937) zurück, der so die Existenz von Unternehmen erklärte. Die Entstehung von Transaktionskosten erklärt sich maßgeblich durch vorhandene Informationsasymmetrien (Richter/ Bindseil, 1995, S. 136; Williamson, 1990, S. 93) zwischen den Marktakteuren. Der Theorieansatz wurde von verschiedenen Autoren weiterentwickelt¹⁶¹ und wird heute in das Theoriegebäude der neuen Institutionenökonomie eingeordnet.

Aus der Sicht des Konsumenten beschreibt eine **Transaktion** die zur Bedürfnisbefriedigung notwendigen Markthandlungen und/ oder interpersonalen Kontakte. Transaktionen sind generell durch eine Anbahnungsphase, eine Vertragsabschlußphase, eine Kontrollphase sowie nötigenfalls eine Anpassungsphase¹⁶² gekennzeichnet.

Transaktionskosten sind für Konsumenten die pagatorischen und/ oder subjektiv empfundenen Aufwendungen bzw. "Mühen" (Kaas, 1992b, S. 10), die bei der Bedürfnisbefriedigung über den Markt und/ oder durch die notwendige Beteiligung Dritter am Konsumprozeß entstehen. Dabei liegt das Opportunitätskostenprinzip zugrunde. Transaktionskosten werden analog zur phasenhaften Betrachtung der Transaktion systematisiert.

Der Objektbereich dieser Untersuchung besteht weniger aus den 4 einzelnen Transaktionskostenarten, die generell bei jeder Transaktion auftreten, sondern betrachtet die Transaktionskosten als Block. Im Mittelpunkt stehen dabei die Art, Notwendigkeit und Häufigkeit der Transaktionen.

¹⁶¹ Vgl. z.B. Williamson, 1990; Picot, 1982; Richter, 1994.

¹⁶² Die vier genannten Arten bilden die wesentlichen Oberbegriffe, die in der Literatur immer wieder genannt, aber auch begrifflich variiert und ausgedehnt werden (vgl. z.B. Richter/ Bindseil, 1995, S. 136; Picot, 1982, S. 270). Andere Autoren nennen nur die ersten drei Transaktionskostenarten (Schüller, 1985, S. 262; Buhbe, 180, S. 22). Die oben verwendete Vierteilung bildet den realitätsnahen Sachverhalt der Unsicherheit über Zustände der Zukunft ab. Verträge werden oft so abgeschlossen, daß Anpassungsmöglichkeiten und Notwendigkeiten für beide Vertragsparteien erhalten bleiben.

5.2.2.1 Transaktionskostenanalyse beim Erwerb von Individualeigentum

Der herkömmliche, am individuellen Eigentum orientierte Konsum ist durch eine geringe Transaktionshäufigkeit und -notwendigkeit geprägt. Die dabei auftretenden Transaktionskosten fallen vor allem einmalig vor und während der Übertragung der Eigentumsrechte sowie bei eventuellen vertraglichen Unstimmigkeiten während der Produktnutzungsphase an. Die Art und Höhe der anfallenden Transaktionskostenarten hängen von den Eigenschaften des gewünschten Produktes ab. Dabei spielen die absoluten Kosten, der Grad des Involvements sowie die Frage eine Rolle, ob es sich bei den Produkteigenschaften vornehmlich um Such-, Erfahrungs- oder Vertrauenseigenschaften handelt. Hat der Konsument den Kauf getätigt und ist das Produkt damit in sein Eigentum übergegangen, treten, von den Transaktionskosten bei anfallenden Reparaturen oder dem notwendigen Erwerb von Komplementärprodukten abgesehen, kaum weitere Transaktionskosten mehr auf, da es nun vollständig seiner Verfügbarkeit unterliegt.

5.2.2.2 Transaktionskostenanalyse beim Eigentumslosen Konsum

Die Transaktionskostenanalyse der Konzepte des Eigentumslosen Konsums kann auch nicht immer in direkter Gegenüberstellung zum Konsum durch Eigentum erfolgen, da viele der dort angebotenen Leistungen nicht durch den alternativen Erwerb von Eigentum durch den Konsumenten substituiert werden können (z.B. Bahnreise, modischer Haarschnitt). Daher steht hier auch nicht immer zur Debatte, ob das betreffende Produkt zur Transaktionskostensenkung durch den Konsumenten gekauft und selbst genutzt wird, sondern inwieweit der Konsument durch die Nutzung anderer Produkte, die ähnliche Funktionsbündel erfüllen, die Transaktionskosten reduzieren kann.

Die Betrachtung des Konzeptansatzes **Gemeinschaftsnutzung** legt die Unterscheidung in fixe¹⁶³ und variable Transaktionskosten¹⁶⁴ nahe. Fixe Transaktionskosten entstehen bei der "Be-

¹⁶³ Die fixen Transaktionskosten der Gemeinschaft erhöhen analog zu Kapitel 5.2.1. die Kosten pro Nutzungseinheit des gemeinschaftlich genutzten Produkts.

¹⁶⁴ Die Unterscheidung in fixe und variable Transaktionskosten stammt aus der institutionenökonomischen Betrachtung der Marktnutzung (Richter, 1994, S. 6). Fixe Transaktionskosten stellen "partnerspezifische Investitionen" (Kaas, 1992b, S. 17) oder auch "transaktionsspezifische Investitionen" (Williamson, 1990, S.108f.) dar. Partnerspezifische Investitionen senken die Produktions- und Transaktionskosten zwischen zwei Partnern. Damit ein Partner, der diese Investitionen tätigt, sich nicht dem Risiko der Abhängigkeit ausliefert, werden zur Risikoreduzierung juristische Bindungen

reitstellung eines institutionellen Arrangements" (Richter, 1994, S. 6) und fallen bei **Gemeinschaftsbesitz** bei der Gründung sowie der Mitgliedschaft der Gemeinschaft an. Diese stellen gemeinschaftsspezifische Investitionen¹⁶⁵ dar. Darunter versteht man eine längerfristige Bindung der jeweiligen Gemeinschaftsmitglieder an die Gemeinschaft und umgekehrt. Durch gemeinschaftsspezifische Investitionen werden die variablen Transaktionskosten der Gemeinschaft gesenkt, die in den "Kosten der Leitung, Informationsverarbeitung, der Kommunikation und Überwachung" (Richter/ Bindseil, 1995, S. 136) liegen. So lassen sich zwar die Transaktionskosten pro Transaktion minimieren, doch bedeutet die gemeinschaftliche Nutzung für den einzelnen Nutzer, daß vor jedem Nutzungszeitraum variable Transaktionskosten entstehen, die er entweder alleine zu tragen hat oder die durch die Gemeinschaft via Umlage beglichen werden. Als Transaktionskosten ist in diesem Fall auch das ehrenamtliche Organisieren der gemeinschaftlichen Nutzung zu verstehen¹⁶⁶.

Hinzu kommen teilweise die normalerweise bei Erwerb von Individualeigentum auch anfallenden Transaktionskosten, die zwar gemeinsam getragen werden, jedoch je nach Interessenhomogenität der Gemeinschaft um die Transaktionskosten der Konsensfindung hinsichtlich des gemeinsam zu kaufenden Produktes ergänzt werden müssen. Zudem kann die Notwendigkeit bestehen, die gemeinschaftlich genutzten Produkte mit Zugangsmodifikationen zu versehen, wie beispielsweise das Aufstellen von Schlüsseltresoren beim Car-Sharing.

Im Vergleich zum Individualeigentum liegt bei Gemeinschaftsnutzung eine wesentlich höhere Transaktionshäufigkeit vor. Dem stehen jedoch auch mögliche Transaktionskostensparnisse gegenüber, wie beispielsweise die Möglichkeit innerhalb einer Gemeinschaft Entscheidungsbefugnisse auf Untergruppen oder Einzelne zu delegieren, um so zum einen die Entscheidungsfähigkeit der Gemeinschaft zu erhöhen, und zum anderen die Mehrzahl der Mitglieder zu entlasten.

(Verträge), ökonomische Bindungen (Gemeinschaftliche Investition) oder die vertikale Integration vorgeschlagen (Kaas, 1992b, S. 18f.). Variable Transaktionskosten variieren mit der Anzahl der Transaktionen, der Menge der gehandelten Güter, der Anzahl der beteiligten Personen und dem Umfang des Tauschkomplexes (Buhbe, 1980 S. 22).

¹⁶⁵ Der Begriff "gemeinschaftsspezifische Investitionen" stellt eine Übertragung des Begriffs der „partnerspezifischen Investitionen“ (Kaas, 1992b, S. 17) auf unser Thema dar.

Während der Nutzungsphase des eigentumslos konsumierten Produkts kann für den einzelnen eine Reduktion der Transaktionskosten beispielsweise dadurch eintreten, daß Wartungs- und Reparaturarbeiten auf die Mitglieder der Gemeinschaft verteilt werden. Dies erzeugt allerdings auch wieder Koordinationsaufwand und damit Transaktionskosten. Vermeiden lassen sich derartige zusätzliche Transaktionskosten der Funktionsaufrechterhaltung durch die Delegation von Verantwortung an eines der Mitglieder über einen längeren Zeitraum. Dies kann mit oder ohne Aufwandsentschädigung geschehen.

Die **Mitnutzung** stellt insofern eine Besonderheit innerhalb der sechs dargestellten Konzepte dar, da bezüglich der Transaktionskostenanalyse zwischen **institutionalisierter** und **spontaner** Mitnutzung unterschieden werden muß. Institutionalisierte Mitnutzung kann nutzungsabhängige Zahlungen nach sich ziehen. Die wohl verbreitetste Art der spontanen Mitnutzung ist die Nachbarschaftshilfe. Dabei steht weniger ein organisatorisches Arrangement im Mittelpunkt der Betrachtung, sondern vielmehr der persönliche Kontakt zwischen Menschen und das Wissen über die Besitztümer des anderen und die Vermutung bzw. die Gewißheit, daß dieser bereit ist, Bekannte an der Nutzung dieser Produkte partizipieren zu lassen. Für den Mitnutzer entstehen in diesem Fall nur Transaktionskosten für die Anbahnung der Mitnutzung (z.B. Telefonat) sowie die Abholung und Rückführung des Produktes. Vertragsabschlußkosten im herkömmlichen Sinne existieren nicht. Allerdings können Kontroll- sowie Anpassungskosten dann relevant werden, wenn das mitgenutzte Produkt nicht funktionsfähig ist oder bei der Nutzung Schaden nimmt. Dies betrifft sowohl den Eigentümer als auch den Mitnutzer, da im Falle des Schadens bei der Nutzung über die Aufteilung der entstandenen Kosten zu entscheiden ist. Zur Feststellung der Funktionsfähigkeit vor der Nutzung entstehen dem Mitnutzer wie auch dem Eigentümer Kontrollkosten.

Bei der institutionalisierten Mitnutzung liegt der Fall ähnlich. Bei dieser Form des Eigentumslosen Konsums entstehen für den Mitnutzer fixe Transaktionskosten durch die notwendige erste Kontakthanbahnung (z.B. die Suche nach der Telefonnummer der Mitfahrzentrale). Jeder weitere Nutzungszeitraum ist bloß noch durch den Anfall variabler und damit nutzungsabhängiger Transaktionskosten geprägt (Anruf bei der Mitfahrzentrale).

¹⁶⁶ Der Geschäftsführer der Hamburger Stattauto GmbH bezeichnete diese Organisationsform als eine Form des "Carsponsoring", da dadurch real existierende Kosten des Car-Sharings nicht von allen Mitgliedern getragen werden müssen.

Der Bereich des **Öko-Leasings** weist mit dem **Lebenszeit-Leasing** das transaktions(kosten)ärmste Konzept des Eigentumslosen Konsums auf. Abgesehen von der Rücknahmegarantie oder -pflicht liegt eine faktische Kongruenz dieses Konzepts zum herkömmlichen Konsum mit Eigentum vor. Somit fallen auch bloß am Ende der Nutzungsphase zusätzliche Transaktionskosten in Gestalt der zur Rückgabe notwendigen Mühen und Kosten an. Dabei ist jedoch ungewiß, ob die herkömmliche Entsorgung nicht ähnliche oder sogar höhere Transaktionskosten verursacht, wenn für die Entsorgung bereits gesetzliche Vorschriften existieren oder der Konsument aus dem Bedürfnis nach umweltkompatiblen Verhalten nach geeigneten Entsorgungswegen sucht.

Das **Nutzungszeit-Leasing** ist durch eine hohe Transaktionshäufigkeit und damit durch hohe variable Transaktionskosten gekennzeichnet. Bei der Suche nach einem Marktpartner, der das gesuchte Produkt verleiht, fallen fixe Anbahnungskosten an. Im weiteren Verlauf entstehen dem Konsumenten am Beginn und gegebenenfalls am Ende jeder Nutzungsphase variable Transaktionskosten. Dies resultiert aus der Notwendigkeit, den Anbieter von der gewünschten Produktnutzung informieren zu müssen, um daraufhin das Produkt abzuholen, zu nutzen und anschließend zurückzubringen. Durch die Einrichtung eines Bring- und Holdienstes ließen sich die nicht-pagatorischen Transaktionskosten des Konsumenten reduzieren.

Eine Sonderstellung nimmt der **Spezialfall des lebenslangen Nutzungszeit-Leasings** ein, der insbesondere für ständig oder häufig genutzte Produkte¹⁶⁷ hinsichtlich der entstehenden Transaktionskosten attraktiv ist. Durch automatisierte Zahlungsverfahren, wie beispielsweise den Dauerauftrag, werden die dem Konsumenten entstehenden zusätzlichen Transaktionskosten minimiert. Speziell für stationär installierte und genutzte Produkte eignet sich die Anwendung dieses Konzepts. Dabei ist es prinzipiell möglich, auch bislang mobile und damit personengebundene Produkte in stationäre zu transformieren. So fragen Müller und Hennicke (1994, S. 134) zu Recht, warum beispielsweise "nicht auch der Kühlschrank" zum Inventar einer Mietwohnung gehört, schließlich werden "beim Umzug die Badewanne, die Warmwasserzeugung, die Heizung, der Teppichboden oder die Einbauküche zumeist <auch> nicht mitgenommen". Dadurch würden dem Konsumenten keinerlei zusätzliche Transaktionskosten entstehen, da der

¹⁶⁷ Ständig genutzte Produkte sind beispielsweise Kühlschränke oder Fenster. Häufig genutzt werden Fernseher oder Computer.

Kühlschrank Teil der Wohnung wäre und die Bezahlung der anfallenden Mietkosten nicht mehr gesondert erfolgen würde, sondern einen Posten innerhalb der Wohnungsmiete darstellen könnte.

Der Konsum von parallel nutzbaren **Nutzungs-Dienstleistungen** verursacht abhängig von dem dafür zu entrichtenden Entgelt unterschiedlich hohe fixe Transaktionskosten. So kann davon ausgegangen werden, daß der Inanspruchnahme einer niedrigpreisigen Nutzungseinheit, beispielsweise einer Straßenbahnfahrt, nur bei den ersten Nutzungen größere Anbahnungskosten in Form von Informationsbeschaffungen vorausgehen. Da der Konsument die Art des erstellten Ergebnisses nicht beeinflussen kann, fallen keinerlei Verhandlungskosten über den Umfang der zu erstellenden Leistung oder den Preis an. Hingegen werden dem Konsum hochpreisiger und annahmegemäß seltener in Anspruch genommener Nutzungseinheiten, beispielsweise einer Bahnfahrt ins Ausland, wesentlich größere Informationsanstrengungen beim Konsumenten vorausgehen. Abschlußkosten treten beim Konsum einer standardisierten Nutzungs-Dienstleistung nur in Form standardisierter und preisfixer Markthandlungen auf (Fahrkartenautomat). Eine Reduzierung der relativen Abschlußkosten kann durch den Kauf von größeren Mengen der angebotenen Nutzungseinheit erfolgen. Diese Strategie der Transaktionskostenverringerung ist oftmals auch im Interesse der Anbieter, die durch den Verkauf größerer Mengen unter anderem ihre eigenen Transaktionskosten reduzieren können und deswegen Preisnachlässe geben (Monatskarte, 5er- Fahrscheinblock, Sauna 10er-Karte)¹⁶⁸. Zusätzliche Kontrollkosten entstehen dem Konsumenten nicht, da er bei der Leistungserstellung durch den Anbieter immer anwesend ist. Lediglich bei mangelhafter Leistungserstellung durch den Anbieter entstehen dem Konsumenten Anpassungskosten (kalte Sauna, Zug fällt aus o.ä.).

Ergebnis-Dienstleistungen zeichnen sich durch den Einfluß des Konsumenten auf die Qualität und die Quantität des erstellten Ergebnisses aus. Daher entstehen durch den Einbezug des Konsumenten und seiner Wünsche zusätzliche Transaktionskosten der Anbahnung vor der eigentlichen Leistungserstellung durch den Dienstleister. Die Höhe hängt dabei von der zu erbringenden Leistung ab. So sind die Transaktionskosten eines Haarschnitts geringer als die Transaktionskosten bei der Verpflichtung eines Partyservices am Geburtstag. Bei vielen Er-

¹⁶⁸ Dabei spielen nicht nur Transaktionskostenreduzierungen der Anbieter eine Rolle, sondern auch die Belohnung der Vielnutzer durch niedrigere Preise und die Anpassung an die Marktpreise etwaiger Substitute (Bahncard versus Auto).

gebnis-Dienstleistungen fallen die vier Transaktionskostenarten unmittelbar hintereinander an. Bei seltener in Anspruch genommenen, höherpreisigen Dienstleistungen sind die Anbahnungskosten, die Vertragsabschlußkosten sowie die eventuell notwendigen Anpassungskosten zeitlich getrennt von der Ergebnisnutzung. Einzig die Kontrollkosten treten simultan auf. Da die Zeiträume, in denen die 4 Transaktionskostenarten anfallen, nicht unmittelbar aufeinander folgen, sind die Transaktionskosten höher, weil man sich häufiger mit der Transaktion beschäftigt.

Wie die Analyse gezeigt hat, hängt die ökonomische Vorteilhaftigkeit des Eigentumslosen Konsums (mit Ausnahme des Lebenszeit-Leasings) fast immer von der Nutzungshäufigkeit der Produkte ab. Daraus resultiert im Umkehrschluß die Feststellung, daß nur selten genutzte Produkte aufgrund der Transaktionskosten durch eigentumslose Konsumformen ersetzt werden können.

6 Explorative Untersuchung der Umsetzungsbedingungen eines Eigentumslosen Konsums - Zusammenfassung und hypothesenartige Interpretation der Ergebnisse¹⁶⁹

Vor dem Hintergrund der theoretischen Untersuchung der Erfolgs- und Hemmfaktoren eigentumsloser Konsumkonzepte führten wir parallel vier Gruppendiskussionen durch, um einerseits nach weiteren bislang unerkannten Aspekten des Themenfeldes zu fragen und um andererseits die theoretisch abgeleiteten Erkenntnisse auf ihren Realitätsgehalt zu prüfen.

Wir entschieden uns dabei für zwei hinsichtlich ihrer psychographischen Merkmale sowie der vermuteten Einstellungen stark differierende Gruppenpaare: Car-Sharing-Teilnehmer und Kleingärtner.

Von den Mitgliedern der Car-Sharing-Organisationen in Hannover und Hamburg erwarteten wir eine hohe Sensibilität hinsichtlich unserer Themenstellung sowie eine positive und wohlwollende Grundhaltung bezüglich der Übertragung der Idee des Car-Sharings auf andere Produktbereiche. Wie verschiedene Studien nachweisen konnten, sind die Mitglieder von Car-Sharing-Organisationen zu einem überdurchschnittlich hohen Anteil akademisch gebildet¹⁷⁰ und haben ein stark ausgeprägtes Umweltbewußtsein¹⁷¹. Wegen der hohen Akademikerquote war nicht zu erwarten, bei diesen beiden Gruppen hinsichtlich der Durchführung einer Gruppendiskussion auf Unverständnis oder Unkenntnis der Methode zu stoßen.

Über die psychographische Zusammensetzung der Mitglieder von Kleingärtnervereinen lag uns vorab keinerlei Datenmaterial vor. Unsere Wahl fiel dennoch auf diese Gruppe, da wir hier ein vermehrtes Auftreten von Nicht-Akademikern erwarteten und weil der gesamte Bereich der

¹⁶⁹ Eine genaue Darstellung der angewendeten Methoden und deren Begründung findet sich in Anhang 1.

¹⁷⁰ So fand eine Umfrage der Universität Bremen unter CarSharing-Nutzern heraus, daß 77% der Befragten die Hochschulreife und 50% einen Universitätsabschluß besitzen (Universität Bremen, 1993, S. 16-19). In der Umfrage von Oetinger (1994, S. 41) liegen die Werte bei 75% bzw. 45%. Bei den 17 Teilnehmern unserer Gruppendiskussionen ergaben sich Werte von 82% bzw. 65%.

¹⁷¹ Oetinger (1994, S. 45) stellte fest, daß bei 88% der Befragten der Umweltschutz ein Motiv zum Beitritt darstellte und für 34% sogar das Hauptmotiv war. In diese Richtung weist auch das Ergebnis unserer Frage nach der Beurteilung der Bedeutung des Umweltschutzes in Deutschland, die sämtliche von uns befragten Car-Sharer als etwas bzw. viel zu gering erachteten. Bei der Vergleichsgruppe der Kleingärtner waren dies nur 35%.

Garten- und Heimwerkergeräte ein zumindest theoretisch fruchtbares Feld zur Anwendung eigentumsloser Konsumkonzepte darstellt. Hinzu kam die Vermutung, daß sich unsere persönlichen Erfahrungen mit Kleingärtnern in der Bekanntschaft und deren ausgeprägtem Bedürfnis nach Eigentum an Gartengeräten auf die Gruppe der hannoverschen Kleingärtner übertragen ließe. Wir erwarteten also großen inneren Widerstand gegen die Idee des Eigentumslosen Konsums und entsprechende Gegenargumente. Zudem war uns die rein zahlenmäßige Bedeutung der Kleingärtner bewußt; denn gemäß einer Untersuchung von Fischer (1984, S. 9) wird die Anzahl der kleinen Gärten in den alten Bundesländern auf "weit über einer Million" geschätzt¹⁷².

6.1 Die Kleingärtner

Aus den Diskussionen mit Kleingärtnern der hannoverschen Kleingartenvereine Lister Damm und Vereinigte Steintormasch leiteten wir die folgenden Thesen für die Bedeutung und Einsatzbedingungen von Eigentum und seinen Alternativen ab:

These 1: Der nutzungsunabhängige "Eigenwert" des Eigentums ist abhängig von der Art der Güter.

Im Verlauf der Diskussionen zeigte sich, daß Eigentum an Grund und Boden prinzipiell eine andere Bedeutung besitzt als Eigentum an Gartengeräten. So ließen die meisten Stellungnahmen zu der These "Ich wäre lieber Eigentümer meines Gartens" erkennen, daß dem Grundeigentum ein besonderer, nutzungsunabhängiger Eigenwert zugesprochen wurde. Letztlich war Grundtenor in beiden Diskussion, daß die geltenden, die Nutzungsrechte beschneidenden Regelungen so bleiben sollten wie sie sind, allerdings bei veränderten Eigentumsverhältnissen. Es bestand jedoch Uneinigkeit darüber, ob dieser Idealfall erreichbar sei.

Auf unsere Fragen nach Vor- und Nachteilen von Eigentum an Gartengeräten wurden hingegen funktionale Aspekte wie Bequemlichkeit und Wirtschaftlichkeit in den Vordergrund gestellt. Folgerichtig erhielten wir auf die direkte Frage, ob das Eigentum an Gartengeräten mit Stolz oder Neid verbunden sei, nur ablehnende Antworten. Daraus schließen wir, daß Eigen-

¹⁷² Allein in Hannover existieren rund 20.000 Parzellen. Der Vorsitzende des Kleingärtnervereins Lister Damm, Herr Mayer, schätzte, daß jede Parzelle durch ca. 5 Personen genutzt wird, woraus sich für Hannover eine Zahl von 100.000 Gartennutzern ergibt.

tumsloser Konsum bei ökonomischer Vorteilhaftigkeit prinzipiell eine Chance als Alternative zum Eigentum an Gartengeräten hat.

These 2: Eigentum an Gartengeräten wird meist als bessere Alternative, jedoch nicht als optimal eingestuft.

In beiden Diskussionen wurden Nachteile des Eigentums, insbesondere hohe Anschaffungskosten, Platzbedarf und Verlustgefahr, gesehen. Diese Aspekte liefern Ansatzpunkte für die Entwicklung von Konzepten des Eigentumslosen Konsums.

These 3: Gemeinschaftsnutzung funktioniert nur bei kontrollierbaren formalen Regeln, bei engen sozialen Bindungen oder bei hinreichenden finanziellen und sozialen Anreizen.

Dort, wo die Gemeinschaftsnutzung geregelt, die Einhaltung der Regeln kontrollierbar und Verstöße hinreichend sanktionierbar sind, wie bei der Pflege der Wege durch die Anlieger, verläuft sie problemlos. Entfällt jedoch die Kontrollmöglichkeit und ist die soziale Bindung nicht hinreichend groß, kommt es, wie bei dem Versuch des Geräteverleihs durch den Verein Lister Damm, zu vereinzelt, die Gemeinschaftsnutzung unmöglich machenden Trittbrettfahrerverhalten.

Ist die soziale Bindung jedoch vorhanden und zudem eine finanzielle Beteiligung gegeben, wie im Fall des privat organisierten Gemeinschaftseigentums an einzelnen Geräten, kann die Gemeinschaft auch ohne vollständige Kontrollmöglichkeit funktionieren.

Ist die Pflege des Gemeinschaftseigentums ausschließlich durch finanzielle und soziale Anreize motiviert, wie in bezug auf das übrige Vereinseigentum, hängt die Beteiligung der Gemeinschaftsmitglieder von der unterschiedlichen Ansprechbarkeit durch derartige Anreize ab. Interessant ist, daß ein doppelter Anreiz für die Teilnahme an der Gemeinschaftsarbeit, wie am Lister Damm in Form der Verbindung von finanzieller Bestrafung und Belohnung¹⁷³, offensichtlich zu besseren Erfolgen führt als ein ausschließlich mit Bestrafung arbeitendes Sanktionssystem.

These 4: Die Miete von Gartengeräten steht in Konkurrenz zur Gemeinschaftsnutzung.

Die Diskussionen ergaben, daß Miete nur für teure, selten genutzte Geräte attraktiv ist. Diese werden jetzt schon häufig als Gemeinschaftseigentum benutzt. Entsprechend könnte man vermuten, daß sich Miete vor allem für Gartenfreunde eignet, die die genannten Voraussetzungen für funktionierende Gemeinschaftsnutzung, nämlich die Teilhabe an einer engen Gemeinschaft, nicht erfüllen können oder wollen.

These 5: Die Miete von Gartengeräten beeinträchtigt den Handlungsnutzen.

Trotz dieser z.T. substitutiven Beziehung zwischen Miete und Gemeinschaftseigentum, bewerteten die Gartenfreunde die Miete in der Regel als weniger attraktiv. Dies wurde zwar vor allem mit Kostenargumenten begründet, jedoch spielte auch der durch die Umlegung der fixen auf die variablen Kosten erzeugte Entscheidungs- und Zeitdruck eine Rolle. Beides beeinträchtigt die Freude an der Freizeitaktivität¹⁷⁴ Gartenarbeit.

These 6: Dienstleistungen im Gartenbereich sind additiv, nicht substitutiv zum Eigentum an Gartengeräten zu sehen.

Die Diskussionen zeigten, daß die Bearbeitung eines Kleingartens zu den Bereichen gehört, in denen der Hauptnutzen des Tätigseins aus der Handlung selbst und weniger aus dem konkreten Ergebnis erwächst. Entsprechend wurde die Attraktivität von nicht-kommerziellen Dienstleistungen auf Arbeiten beschränkt, die man selbst nicht bzw. nicht mehr leisten kann. Die Frage nach der Inanspruchnahme von Dienstleistungen wurde also als unabhängig von der nach dem Eigentum an Gartengeräten angesehen. Werden Dienstleistungen nachgefragt, so führt dies nicht zu einer Verringerung der Nachfrage nach Eigentum.

6.2 Die Car-Sharer

Aus den beiden Gruppendiskussionen mit Car-Sharing-Teilnehmern von StattAuto Hamburg und teilAuto Hannover leiteten wir folgende Thesen ab:

¹⁷³ Man muß hier nicht nur für das Fernbleiben bezahlen, sondern erhält auch Geld für das Kommen.

¹⁷⁴ Szallies (1991, S. 56) bemerkt dazu, "daß Freizeit nur dann Freiheit bedeutet, wenn man sich davon frei macht, Freizeit in erster Linie als Konsumzeit zu sehen."

These 1: Durch den Verzicht auf das eigene Auto erlangen die Car-Sharer insgesamt einen Bequemlichkeitszugewinn.

Beide Diskussionen haben gezeigt, daß die Car-Sharer weniger Zeit zur Sicherstellung ihrer Mobilität durch Individualverkehr aufwenden. Dieser Umstand wurde von allen Beteiligten als ein Hauptvorteil des Car-Sharings betrachtet. Bei hinreichender Dezentralität der Fahrzeugstandorte wurde auch die Verfügbarkeit der Autos durch den telephonischen Buchungsmodus als ausreichend empfunden.

Dies läßt die Vermutung zu, daß die Car-Sharer die mit dem eigenen Auto verbundene Verantwortungsübernahme als lästig empfinden und froh sind, diese an die Gemeinschaftsorganisation deliegieren zu können.

These 2: Beim Verzicht auf das eigene Auto sind auch ökologische Argumente und Aspekte der Gemeinschaft relevant.

Die Mehrheit der Teilnehmer verfolgt mit der Car-Sharing-Mitgliedschaft ökologische Ziele, auch wenn diese nicht immer im Vordergrund stehen. Zudem ist es ihnen wichtig, daß diese Motivation von der Gemeinschaft der Car-Sharer geteilt wird.

Da in beiden Diskussionen große Skepsis gegenüber einer möglichen Kommerzialisierung des Car-Sharing-Gedankens geäußert wurde, scheint es von Bedeutung zu sein, daß die Organisation keine personengebundenen Gewinne abwirft. Mit der Gewinnerzielung wird offensichtlich ein Zurücktreten der ökologischen hinter die ökonomischen Ziele befürchtet sowie eine geringere Einflußnahmemöglichkeit des einzelnen Teilnehmers.

These 3: Die Zuverlässigkeit der Autos sowie der Organisation muß gewährleistet sein, um den Verzicht auf das eigene Auto zu erleichtern.

Die Sicherheitsbedürfnisse hinsichtlich der Fahrzeuge und des Funktionierens der Organisation waren in beiden Gruppen stark ausgeprägt. Aus diesem Grund stellen formale Regeln des Ablaufs sowie Sanktionsmechanismen bei Nichteinhaltung für die Teilnehmer eine Garantie ihrer Rechte gegenüber der Gemeinschaft dar. Neben formalen Regeln werden die sozialen Bindungen innerhalb der Gruppe als positiv für die weitere Absicherung einer funktionsfähigen Organisation wahrgenommen.

These 4: Der Verzicht auf das eigene Auto fällt besonders leicht, wenn beim Autofahren selbst kein Handlungsnutzen empfunden wird.

Da die Teilnehmer am Autofahren mehrheitlich keinen Spaß empfinden, sondern aus verschiedenen Gründen andere Mobilitätsformen vorziehen, bedeutet der Verzicht auf das Privateigentum am eigenen Auto keine Freiheitseinschränkung in einem für wichtig erachteten Handlungsfeld. Die Entscheidung, das Auto zu benutzen, wird also durch rationale Überlegungen bestimmt. Darüber hinausgehende Argumente spielen kaum eine Rolle.

These 5: Die Teilnahme am Car-Sharing wird als Instrument zur Selbstdisziplinierung begrüßt.

Ebenso wie in bezug auf die Sicherstellung der Funktionsfähigkeit der Organisation empfinden es die Car-Sharer nicht als störend, daß Kontrollmechanismen auch bezüglich der Nutzungshäufigkeit wirksam werden. Die Transparenz der Kosten des Individualverkehrs wird als hilfreiches Mittel zur Einschränkung des eigenen Autokonsums verstanden. Dadurch wird die Notwendigkeit der einzelnen Fahrt hinterfragt, und der Vergleichsmaßstab Geld erlaubt die "objektive" Gegenüberstellung der möglichen Alternativen. So gelingt es, Gewohnheiten und deren Kosten aufzudecken und gegebenenfalls zu ändern.

6.3 Gesamtergebnisse

Im folgenden sollen die gruppenspezifischen Ergebnisse zur Bedeutung des Eigentums und zu den Umsetzungsbedingungen eigentumsloser Konsumformen durch die Aufdeckung inhaltlichen Kongruenzen zusammengeführt werden.

Beide Gruppenpaare sahen Nachteile des Eigentums. Bei den Car-Sharern spielten die Nachteile des Eigentums am Pkw eine entscheidende Rolle für den Beitritt zu den Car-Sharing-Organisationen (These 1). Die Kleingärtner ziehen zwar das Eigentum an Grund und Boden und an Gartengeräten in der Regel bestehenden eigentumslosen Konsumformen vor, jedoch geschieht dies selten prinzipiell, sondern aufgrund vorteilhafter Nutzungsrechte (These 1). Dabei werden die Nachteile des Eigentums durchaus gesehen (These 2). Dies führt zu

These 1:

Eigentum wird selten prinzipiell bevorzugt. Die erkannten negativen Aspekte des Eigentums können als Ansatzpunkte für die Konzeption von eigentumslosen Konsumformen dienen.

These 4 der Car-Sharer und These 5 der Kleingärtner nehmen aus unterschiedlicher Perspektive Stellung zur Relevanz des Handlungsnutzens und sagen inhaltlich ähnliches aus. So stellt der Gebrauch der Gartengeräte für die Kleingärtner eine positive Handlung dar, aus der sich ein großer Teil des Befriedigungspotentials ihres Gartens speist. Das Eigentum an den genutzten Produkten ermöglicht somit eine positive Orientierung, auf die man in der Regel nicht verzichten möchte. Auf der anderen Seite empfanden die meisten Car-Sharer keine Freude am Autofahren, woraus sich u.a. deren rationales Verhältnis zum Autos erklärt. Daraus läßt sich folgende Hypothese formulieren:

These 2:

Produkte, deren Gebrauch keinen oder nur geringen Handlungsnutzen erzeugen, eignen sich für den Eigentumslosen Konsum.

Aus der jeweils dritten These ergibt sich, daß der Verzicht auf Eigentum nur dann akzeptabel erscheint, wenn die substitutionale eigentumslose Konsumform eine sichere Bedürfnisbefriedigung garantiert. Die Sicherheit der Bedürfnisbefriedigung, die Eigentum dem einzelnen bietet, kann durch die Zuverlässigkeit der eigentumslosen Konsumform ersetzt werden. Da das Verhalten der Mitnutzer die Zuverlässigkeit begrenzt, müssen Regeln und Anreize geschaffen und durchgesetzt werden, die dem einzelnen Vertrauen in die Organisation und deren Kapazität seine Bedürfnisse in Zukunft zu befriedigen geben. Daraus folgt

These 3:

Je größer die Zuverlässigkeit des Eigentumslosen Konsums durch formale Regeln und sonstige Sanktionsmechanismen wird, desto eher tritt der Sicherheitsaspekt des Eigentums in den Hintergrund.

In ihrer Kritik an Mietkonzepten und Dienstleistungen (Thesen 4 bis 6) machten die Kleingärtner deutlich, daß diese kommerziellen Formen des Eigentumslosen Konsums für sie nur bei Tätigkeiten in Frage kommt, die man selten durchführen muß oder will. Genau dies ist bei Car-Sharern in der Regel der Fall (These 5). Daraus ergibt sich

These 4:

Eigentumslose Konsumformen eignen sich für Produkte, die selten genutzt werden (sollen).

7 Abgrenzung der Reichweite des Eigentumslosen Konsums

Grundsätzlich stellt der Eigentumslose Konsum eine sinnvolle Alternative zu individuellem Eigentum dar, wenn er sowohl leistungs- als auch nutzerbezogen hinreichend attraktiv ist (vgl. Abbildung 10).

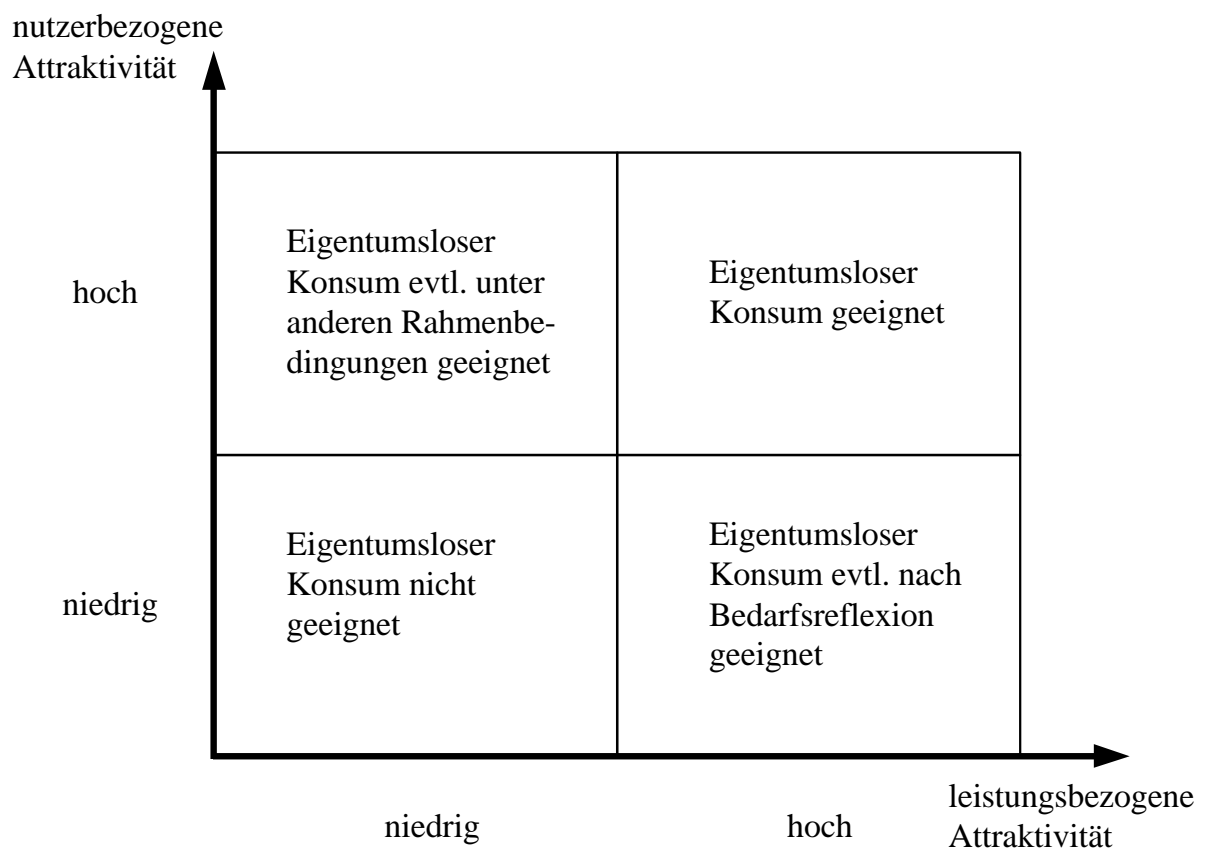


Abbildung 10: Abhängigkeit der Eignung des Eigentumslosen Konsums von der leistungs- und nutzerbezogenen Attraktivität

Im folgenden soll unter Bezugnahme auf Erkenntnisse aus Kapitel 5 und 6 ausgeführt werden, wovon die leistungs- und die nutzungsbezogene Attraktivität des Eigentumslosen Konsums abhängt.

7.1 Leistungsbezogene Eignung des Eigentumslosen Konsums

Zunächst ist die Frage zu klären, ob sich **nur Gebrauchs- oder auch Verbrauchsgüter** zum Eigentumslosen Konsum eignen.

Die Beschränkung des Öko-Leasings auf langlebige Gebrauchsgüter ist zwangsläufig; denn Güter, die nach ihrer Nutzung nicht mehr existent, sondern "verbraucht und somit in die Umwelt gelangt" sind (Braungart/ Engelfried, 1993, S. 3), können auch nicht an den Vermieter zurückgegeben werden. Allerdings ist eine Nutzung von Verbrauchsgütern für ökologisch sinnvolle Gemeinschaftsnutzungen und Dienstleistungen durchaus denkbar. So kann durch die gleichzeitige, gemeinschaftliche Nutzung von Verbrauchsgütern die Summe der abgegebenen Nutzungseinheiten gesteigert werden¹⁷⁵. Bei der Erbringung von Dienstleistungen mit Produkten lassen sich, wie in Kapitel 4.3.3 ausgeführt, positive ökologische Effekte durch die Sachkompetenz des Dienstleisters erzielen.

Auch wenn es demnach nicht richtig ist, daß Eigentumsloser Konsum auf Gebrauchsgüter beschränkt werden muß, so hat er hier doch seinen Schwerpunkt. Wichtiger als der Sonderfall des Eigentumslosen Konsums mit Verbrauchsgütern ist demnach auch die Erkenntnis, wie fließend die Grenze zwischen Ge- und Verbrauchsgütern ist, wie sehr sie von der Innovationsfähigkeit der Anbieter und/ oder den gesetzlichen Rahmenbedingungen abhängt. So ist es beispielsweise der SafeChem Umwelt Service GmbH gelungen, ehemals als "Einweg"-Betriebsstoffe geltende CKW-Lösemittel in einem weitgehend geschlossenen Produktkreislauf zu führen und sie so zu mietfähigen Investitionsgütern zu machen (Denker, 1994, S. 143ff.)¹⁷⁶.

Auch im Konsumbereich gibt es Beispiele für Verbrauchsgüter, die sich durch langlebige Gebrauchsgüter ersetzen lassen. Hierzu zählt z.B. der Ersatz von Einwegverpackungen durch Mehrwegverpackungen oder von Einwegbatterien durch Akkus. Insbesondere, wenn die Gesetzgebung der Forderung Braungarts nachkommt und nur noch Verbrauchsgüter zuläßt, die

¹⁷⁵ So benötigt man z.B. für die Heizung eine bestimmte Menge des Verbrauchsgutes Brennstoff - wieviel Nutzungseinheiten daraus resultieren, hängt jedoch allein von der Zahl der Wohnungsnutzer ab; vgl. Definition in Kapitel 2.2.

¹⁷⁶ Dieses Konzept ist so erfolgreich, daß es von anderen Unternehmen inzwischen ebenfalls praktiziert wird (Weizsäcker u.a., 1995, S. 134).

nachweisbar vollständig ökologisch abbaubar sind (Braungart, 1994a, S. 50)¹⁷⁷, ist auf dem Gebiet der Umwandlung von Verbrauchs- in Gebrauchsgüter verstärkte Innovationsaktivität zu erwarten¹⁷⁸.

Grundsätzlich ist Eigentumsloser Konsum um so attraktiver, je unattraktiver Eigentum ist. Deshalb lassen sich aus den in Kapitel 5.1 genannten **nachteiligen Eigenschaften des Eigentums** Kriterien für die Eignung des Eigentumslosen Konsums ableiten.

Zu derartigen negativen Aspekten des Erwerbs und Besitzes von Eigentum zählen:

- der Anschaffungspreis, insbesondere im Verhältnis zur angestrebten Nutzungshäufigkeit,
- der Platzbedarf,
- die Verlustgefahr,
- der Wartungsaufwand und
- die Gefahr einer schnellen ideellen oder ökonomischen Entwertung.

An die Güter, die statt Eigentum genutzt werden sollen, sind bei **zeitlicher Begrenzung** der Nutzung (insbesondere bei Mitnutzung und Miete) zudem folgende Ansprüche zu stellen:

- Einfachheit der Bedienung, da kaum Einarbeitungsbereitschaft vorhanden ist,
- Erreichbarkeit, d.h. gute Transportierbarkeit und/ oder weite Verbreitung.

Ist Eigentumsloser Konsum mit **gemeinschaftlicher Nutzung** verbunden (insb. bei Gemeinschaftsnutzung, Nutzungszeit-Leasing und Nutzungsdienstleistungen), eignen sich Produkte um so besser, je

- einheitlicher die Leistungsanforderungen der Nutzer sind;
- geringer die Relevanz hygienischer Probleme ist;

¹⁷⁷ Ähnlich Braungart, 1991, S. 37; Braungart/ Engelfried, 1993, S. 3; Engelfried/ Neumann, 1992, S. 2f.; Griefahn, 1991, S. 2.

¹⁷⁸ Weitere Ideen sind z.B. Mehrweg-Staubsaugerbeutel oder auch die Rückgewinnung von Reinigungschemikalien - zumindest bis vor kurzem eine sehr reizvolle Vorstellung, da der Phosphatgehalt deutscher Klärschlämme dreimal so hoch konzentriert war wie die in der VR China abgebauten Phosphatvorkommen (Braungart, 1994a, S. 50). Dieses Problem dürfte allerdings inzwischen durch die Einführung phosphatfreier Waschmittel abgemildert worden sein.

- größer die Zuverlässigkeit und die Kontrollierbarkeit von evtl. Schäden sind.

Für die Substitution durch **Ergebnis-Dienstleistungen** eignen sich insbesondere solche Produkte, deren Selbstnutzung unerwünscht oder unmöglich ist. Umgekehrt sind die Produkte kaum durch Dienstleistungen zu ersetzen, deren Nutzung unmittelbar Handlungsnutzen erzeugt. Welche Produkte dazugehören, hängt im konkreten Fall jedoch weniger von den objektiven Produkteigenschaften als vielmehr von der subjektiven Einschätzung des im folgenden zu betrachtenden Nutzers ab.

7.2 Nutzerbezogene Attraktivität des Eigentumslosen Konsums

Grundsätzlich gilt, daß Eigentumsloser Konsum für Konsumenten um so attraktiver ist, je

- unwichtiger das individuelle Eigentum an materiellen Produkten für das Selbstwert- und Sicherheitsgefühl ist;
- unwichtiger der Einkauf als Erlebnis ist;
- wichtiger umweltbewußte Werthaltungen sind;
- geringer die vorhandenen finanziellen Mittel für Anschaffung und Erhalt von Eigentum sind;
- geringer die Bereitschaft ist, Alleinverantwortung für Produkte zu übernehmen;
- größer die Akzeptanz für die Erhöhung der Transaktionshäufigkeit und Entscheidungssituationen sowie die damit einhergehende Ökonomisierung des Konsums ist.

Wenn Eigentumsloser Konsum mit **vorübergehendem Besitz** verbunden ist, eignet er sich zudem besonders für Konsumenten,

- für die das "Haben" prinzipiell oder in bezug auf bestimmte Produkte (z.B. Auto) negativ besetzt ist;
- bei denen ein ausgeprägtes Bedürfnis nach Neuem bzw. nach häufigem Wechsel besteht;

- die häufig umziehen, wodurch großes und schweres Eigentum entsprechende Mühen verursacht;
- denen geeignete Räumlichkeiten zur dauerhaften Unterbringung des Eigentums fehlt;
- die die zu substituierenden Produkte selten nutzen.

Der Aspekt des **gemeinsamen Nutzens** ist insbesondere für solche Konsumenten attraktiv, die

- in kleinen Haushalten leben und ein unbefriedigtes Bedürfnis nach Gemeinschaft und persönlicher Kommunikation verspüren;
- Mitglied in Gruppen sind, die bereits einen engen Zusammenhalt besitzen, was eine private Gemeinschaftsnutzung erleichtert bzw. erst möglich macht;
- ein Mindestmaß an Anpassungsbereitschaft sowie die Bereitschaft besitzen, sich an vorgegebene formelle oder informelle Regeln zu halten.

Eine verstärkte Inanspruchnahme von **Ergebnis-Dienstleistungen** dürfte insbesondere für Personen interessant sein, die aus körperlichen oder zeitlichen Gründen bestimmte Tätigkeiten nicht selbst verrichten können oder wollen und die hinreichend Geld haben, um die in der Regel höheren pagatorischen Kosten zu tragen. Anhaltende Trends wie eine vergrößerte Zahl der "neuen" Alten oder der steigende Anteil berufstätiger Frauen sorgen hier für eine Vergrößerung der Potentiale.

8 Kontextbetrachtung und Forschungsbedarf

Dieses Kapitel soll dazu dienen, das Thema Eigentumsloser Konsum in seinen Kontext (Marktakteure und -rahmen) einzubetten und dabei vertiefenden und ergänzenden Forschungsbedarf aufzuzeigen.

8.1 Vertiefende Betrachtung der Nachfrageseite

8.1.1 Vertiefende Betrachtung der Konsumnachfrage

In dieser Arbeit wurde versucht, neben der Strukturierung eigentumsloser Konsumkonzepte eine Darstellung und kritische Analyse der allgemein relevanten Umsetzungsdeterminanten zu leisten. Deren Bedeutung hängt jedoch stark von den betroffenen Produktgruppen und konkreten Umsetzungskonzepten ab, was Auswirkungen auf die Größe der jeweiligen Zielgruppe hat. Diese Zusammenhänge zu untersuchen, sowie die Chancen von entsprechenden Bedarfs- und Verhaltensänderungsstrategien zu analysieren, wäre eine wichtige Aufgabe, die jedoch in hinreichender Tiefe nur in Form von **Fallstudien** leistbar ist (Meijkamp, 1994, S. 20).

Sinnvoll erscheint uns auch eine Untersuchung des **Verhältnisses von Eigentumslosem Konsum zu langlebigem Eigentum** zu sein. Zumindest in bestimmten Marktsegmenten ist die Abkehr von der Wegwerfgesellschaft auch ohne Anbietereigentum möglich. Es ist hierbei zu klären, inwieweit sich derartige produktverkaufsorientierte Strategien und der Eigentumslose Konsum gegenseitig ergänzen können. Es gibt Anhaltspunkte, daß es gerade dort eine Nachfrage für langlebige Produkte gibt, wo aus psycho-sozialen oder ökonomischen Gründen vorübergehender Besitz oder Ergebnismachfrage nicht durchsetzbar ist¹⁷⁹.

8.1.2 Betrachtung der gewerblichen Nachfrage

Das in dieser Arbeit auf die Ökologisierung des Konsums angewandte Prinzip läßt sich als "Eigentumslose Produktion" auch auf den gewerblichen Bereich übertragen und wird dort bereits zunehmend praktiziert (o.V., 1995a, S. 6). Vergleichsweise bestehen dort auch prinzipiell bes-

¹⁷⁹ Auf der Nutzerseite gilt dies z.B. für Sammler oder sog. Liebhaber.

sere Umsetzungschancen, da die **psycho-sozialen Hemmnisse hier eine relativ geringe Relevanz** besitzen¹⁸⁰.

Zudem praktizieren Unternehmen eine **Kostenrechnung** und sie sind es von daher gewohnt, ihre fixen Kosten auf einzelne Einheiten umzulegen, also zu variabilisieren. Außerdem dauern die Nutzungsperioden in der Regel länger und die **Kostenvolumina sind größer**, daher fallen hier die Transaktionskosten weniger stark ins Gewicht.

Aus einer Untersuchung der im gewerblichen Bereich praktizierten Konzepte ließen sich wahrscheinlich auch **Rückschlüsse** auf Umsetzungsbedingungen im Konsumbereich ziehen (z.B. über Entscheidungsprozesse oder das rentable Mindestvolumen).

8.2 Vertiefende Betrachtung der Anbieterseite

8.2.1 Anreize

Ein Anreiz für Hersteller, ihre Verkaufsstrategien von den Produkten hin zu Nutzungseinheiten und Ergebnissen umzulenken, ergibt sich aus der Möglichkeit, so "eine Veränderung ihres Systemumfeldes zu antizipieren und in einen Wettbewerbsvorteil zu verwandeln" (Leinkauf/Zundel, 1994, S. 14). Die zu erwartenden Rahmenänderungen beziehen sich auf gesetzliche Regelungen, die für **steigende Ressourcen- und Entsorgungspreise** einerseits (Deutsch, 1994, S. 26) sowie eine erweiterte **Herstellerverantwortung**¹⁸¹ andererseits sorgen können.

Auf der Absatzseite besteht die Möglichkeit zur **Bindung von Kundensegmenten**, die aus ökonomischen oder psycho-sozialen Gründen kein Interesse am Erwerb von individuellem Eigentum haben und die andernfalls eher private Gemeinschaftsnutzung herkömmlicher Güter praktizieren würden. Zudem ist aufgrund des häufigeren Hersteller-Kundenkontakts die Chance für eine verstärkte Kundenbindung gegeben (Deutsch, 1994, S. 46).

¹⁸⁰ Dazu Deutsch (1994, S. 128): "Kein Unternehmer würde eine Maschine, die ihren Zweck erfüllt, nur deshalb ausrangieren, weil sie nicht mehr chic aussieht." Auch wenn dies in dieser apodiktischen Form fraglich ist, so ist der Tendenz der Aussage doch nicht zu widersprechen.

¹⁸¹ Diese Entwicklung steht insbesondere mit dem KrW/ AbfG in Zusammenhang; vgl. Kapitel 3.2.1.1.

8.2.2 Allgemeine Hemmnisse

Die größten anbieterseitigen Probleme beim Nutzungs- statt Produktverkauf hängen mit der vergleichsweise stark verzögerten Vergütung zusammen (Stahel, 1994d, S. 202; Becker, 1995, S. 124). Dies erfordert einen **verlängerten Planungshorizont** (Leinkauf/ Zundel, 1994, S. 14), der Risiken wie unerwartet schnelle technische Entwicklung (Feinen, 1984, S. 6), ungünstige Veränderung der Preisrelationen¹⁸² und insbesondere den Ausfall des Leasingnehmers, ohne daß sich ein Weiternutzer findet, teilweise unkalkulierbar macht. Diese Risiken sind insbesondere für Unternehmen mit einer dünnen Kapitaldecke ein Problem (Stahel, 1994d, S. 203). Gelöst werden können derartige Probleme evtl. durch Versicherungsmodelle (Gasser, 1994, S. 219ff.).

Durch die notwendige Änderung der Produktion in Richtung auf langlebige Güter entstehen häufig hohe **"Umsteigekosten"** (Leinkauf/ Zundel, 1994, S. 13). So sind die automatisierten Anlagen großer Hersteller auf Massenproduktion ausgerichtet. Eine Umstellung auf die Produktion langlebiger Kleinserien ist zumindest kurzfristig nicht möglich (Stahel, 1994b, S. 95f.). Entsprechend finden sich unter den Herstellern besonders langlebiger Produkte bereits heute überdurchschnittlich viele Mittelständler (Deutsch, 1994, S. 76ff.), die zum einen flexibler reagieren können und zum anderen ohnehin nicht das Potential für eine Massenmarktstrategie hätten¹⁸³.

Ein prinzipielles Problem ergibt sich aus unterschiedlichen Anbieter- und Nachfragerinteressen bezüglich des Nutzungszeitpunktes einiger Mietgüter und Dienstleistungen. Während die Anbieter eine über das Jahr möglichst gleichverteilte Nachfrage bzw. eine **Vollauslastung** ihrer Güter anstreben, ist aus Nachfragersicht Eigentumsloser Konsum gerade bei nur **saisonal beschränkt** benötigten Produkten oder Leistungen attraktiv (z.B. Skier, Segelboote, Vertikutierer).

¹⁸² Wie unkalkulierbar die Preisentwicklungen dabei sein können, zeigt die mögliche Aluminiumvermietung an Autohersteller (Deutsch, 1994, S. 97). Die Rückgabe erfolgt dabei nach 10-30 Jahren - ein Planungszeitraum, in dem die Preisentwicklung für Rohstoffe kaum vorhersehbar ist.

¹⁸³ Andererseits können gerade hier die oben geschilderten Übergangsprobleme bei Kapitalknappheit auftreten. Außerdem fehlt evtl. die Macht, um neue Konzepte im Marketing-Channel durchzusetzen.

Für einige Unternehmen entsteht bei Nutzungszeit-Leasing und Dienstleistungen i.e.S. zudem das Problem, daß Konsumenten auf Unzufriedenheit **leichter mit Abwanderung reagieren** können - ein Effekt, der zumindest aus verbraucher- und wettbewerbspolitischer Sicht durchaus erwünscht ist.

8.2.3 Probleme im Marktweg

In der Diskussion über Öko-Leasing und Dienstleistungskonzepte wurde bisher in aller Regel davon abstrahiert, daß den Konsumenten die von ihnen nachgefragten Leistungen nicht von **dem einen** Anbieter bereitgestellt werden, sondern in der Regel am Ende einer Kette stehen, die von Lieferanten über Produzenten und Zwischenhändler bis zum Vermieter oder Dienstleister reicht. Aus der Berücksichtigung des Marktweges ergeben sich jedoch eigene Probleme, da mit veränderten Absatzformen immer auch Verschiebungen in der Machtstruktur einhergehen (Stahel, 1994f., S. 90). Wie soll die Abrechnung zwischen Hersteller und Flottenbetreiber verlaufen? Wer ist letztendlich Eigentümer und damit haftbar? Wer organisiert die Redistribution? Werden "Hersteller nur noch als Zulieferer, als 'Ersatzteillieferanten für die Nutzungssysteme'" (Stahel, 1994f., S. 78) existieren? Die Bedeutung dieser marktwegbezogenen Fragen wird auch durch Erfahrungen bestätigt, die Hersteller bisher bei dem Versuch der Vermarktung langlebiger und/ oder gemeinschaftlich nutzbarer Güter gemacht haben (z.B. Wächter, 1994, S. 193ff.). Neben der Akzeptanz beim Konsumenten muß diese auch beim jeweiligen Gate-Keeper vorhanden sein¹⁸⁴.

Letztlich ist für eine breite Etablierung des Eigentumslosen Konsums die **Abkehr von einem althergebrachten Rollenverständnis** bzw. ein "mentaler Strukturwandel" (Meyer-Krahmer, 1995, S. 36) und damit eine Änderung von Unternehmensphilosophien und Gewohnheiten unumgänglich (Leinkauf/ Zundel, 1994, S. 13). Der Anteil an reinen Händlern und Produzenten wird zurückgehen müssen, dafür werden sich zusätzlich oder anstelle bisheriger Betriebstypen verstärkt "Leasinggesellschaften" bzw. "Flottenbetreiber" sowie Dienstleister i.e.S. bilden. Ob dazu Bereitschaft auf der Anbieterseite besteht, ist fraglich¹⁸⁵.

¹⁸⁴ So ist im Fall der Wäschepflegezentren der Firma Electrolux (vgl. Fußnote 94) nicht direkt der Mieter, sondern zunächst der Hauseigentümer zu überzeugen, der zumindest die geeigneten Räumlichkeiten zur Verfügung stellen muß.

¹⁸⁵ Derzeit sind die Unternehmen uneins, ob die Notwendigkeit zu einer Rollenänderung besteht. So geht der Vorstandsvorsitzende von Mercedes-Benz, Werner (1994, S. 54), davon aus, daß in Zu-

8.3 Betrachtung des gesamtwirtschaftlichen Rahmens

8.3.1 Gesamtwirtschaftliche Veränderungen

Bei der gesamtwirtschaftlichen Betrachtung stehen in der Literatur **arbeitsmarktliche Aspekte** im Vordergrund. So meint Stahel (1994d, S. 205), daß bei einer konsequenten Durchsetzung des Car-Sharing-Prinzips "die Autoindustrie fast beschäftigungslos" wäre. Allerdings gilt diese Entwicklung nur für die Produktion. Denn auf der anderen Seite wird eine Entwicklung möglich, die zu einer Substitution von Stoffen und Energie durch menschliche Arbeit führen kann (TAB, 1994, S. 39). Eigentumsloser Konsum ist häufig durch einen wesentlich höheren Arbeitsanteil pro Wertschöpfungseinheit gekennzeichnet als Produktion und Verkauf traditioneller Produkte. Bei den Dienstleistungen i.e.S. ist dies unmittelbar einsichtig, aber auch beim Öko-Leasing kommt es wegen der zunehmenden Organisations-, Wartungs-, Reparatur- und Demontageleistungen zu einer erhöhten Arbeitsnachfrage. Prinzipiell gilt hier, daß "Hersteller Beschäftigte aus der Produktion abziehen, dafür aber im Service einsetzen" (Deutsch, 1994, S. 106) werden. Dabei gehen die Befürworter dieser Konzepte von einer **positiven Netto-Bilanz** aus¹⁸⁶.

Neben diesem quantitativen Aspekt wird teilweise auch ein qualitativer betont. So seien die entstehenden **Arbeitsplätze "hochqualifiziert"** (Stahel, 1994c, S. 204). Es käme zu einer Substitution von "zentralen Fertigungsstätten durch dezentrale Werkstätten" (Stahel, 1994c, S. 201), die "interessantere und motivierendere Tätigkeiten" (Deutsch, 1994, S. 107) bieten könnten. Diese Betrachtung ist jedoch unseres Erachtens nur teilweise richtig. Zwar gibt es diese qualifizierten Arbeitsplätze zur Ermöglichung des Eigentumslosen Konsums, ob sie jedoch die Regel sind, kann angesichts von Aufgaben wie Taxifahren¹⁸⁷ oder Rasenmähen bezweifelt werden.

Auch die Aussage, daß die in diesem Zusammenhang geschaffenen Arbeitsplätze immer dort lokalisiert sind, wo die Nachfrage stattfindet, daß die vorgestellten Konzepte also der **Sicherung deutscher Arbeitsplätze** dienen würden (Hockerts u.a., 1994a, S. 13), darf nicht pau-

kunft immer mehr Menschen Autos nur noch nutzen und nicht mehr kaufen wollen. Entsprechende Modellversuche, insbesondere in England, hat Mercedes bereits gestartet (Clute-Simon, 1995, S. 24). VW versuchte hingegen seine Anteile an Europcar mit dem Argument zu verkaufen, daß Autovermietung nicht zum "Kerngeschäft" gehöre (o.V., 1995b, S. 13).

¹⁸⁶ Z.B. Deutsch, 1994, S. 102; Stahel, 1994c, S. 203; Engelfried/ Neumann, 1992, S. 16.

schaliert werden. Zumindest für den Bereich der Demontage zur Wieder-/ Weiterverwendung, der durch das Öko-Leasing gefördert werden soll, besteht die Gefahr, daß dies zentral in sog. Billiglohnländern geschehen wird (Deutsch, 1994, S. 103f.)¹⁸⁸.

Auf gesellschaftlicher Ebene stellt sich bei einer breiten Entwicklung in Richtung Öko-Leasing und Dienstleistungswirtschaft auch die Frage, ob es wünschenswert sein kann, wenn **Unternehmen** nicht nur **Eigentümer** der Produktions-, sondern auch eines Gutteils der "**Konsumtionsmittel**" werden. Ein Problem ergibt sich insbesondere beim Lebenszeit-Leasing (z.B. fest installierter Kühlschränke¹⁸⁹), da hier der Leasingnehmer kaum Abwanderungsmöglichkeiten hat. Auf die daraus möglicherweise resultierenden Machtprobleme wird auch im Zusammenhang mit Contracting-Angeboten¹⁹⁰ von Energiedienstleistern hingewiesen (Braunmühl/ Grauwe, 1992, S. 6f.). Es gilt hier also, gesellschaftliche Kontrollmechanismen zu finden, die Machtmißbrauch verhindern können.

Neben der Eigentumsverteilung zwischen Unternehmen und Konsumenten ist aber auch die Verteilung unter den Anbietern von Bedeutung. Hier ist zu untersuchen, ob die mit der Anzahl der Akteure im Marketing-Channel zunehmenden Schwierigkeiten beim Prozeßmanagement (Meijkamp, 1994, S. 31) **vertikale Konzentrationstendenzen** fördern oder ob sich nicht vielmehr eine **dezentrale Anbieterstruktur** herausbildet, wie dies bspw. Stahel (1994f, S. 90) erwartet.

Mögliche fiskalische und sozialstaatliche Konsequenzen einer Ausweitung von privater Gemeinschaftsnutzung deuten sich in in einer Überschrift bei Günther (1995, S. 104) an: "Helfen statt Steuern zahlen" sei das Motto. Es wäre also zu untersuchen, welche **Umstrukturierungen z.B. von Steuer- und sozialem Sicherungssystem** nötig und möglich wären, wenn dieser

¹⁸⁷ Der akademischen Ausbildung einiger Taxifahrer zum Trotz.

¹⁸⁸ Eine derartige ökologische Pervertierung des Recyclinggedankens ließ sich bereits beim Plastikmüll des Dualen Systems beobachten, der u.a. nach China transportiert wurde, um dort kostengünstig weiterverwertet zu werden (Keßler 1994, S. 35).

¹⁸⁹ Vgl. die FRIA-Kühlkammer des Wuppertal Instituts (Schmidt-Bleek, 1994a, S. 207ff.).

¹⁹⁰ Beim Contracting findet eine Vorfinanzierung der Einsparungsinvestitionen durch einen Dienstleister (den Contractor) statt, der dann an den eingesparten Energiekosten partizipiert (Ilgmann, 1995, S. 49).

Non-Profit-Bereich des Eigentumslosen Konsums stärkere Verbreitung fände. Auch steht in diesem Zusammenhang wieder die Eignung des BSP als Wohlstandsindikator in Frage.

8.3.2 Förderliche Änderungen des Ordnungsrahmens

Ein entscheidendes Problem bei der Umsetzung von Konzepten des Eigentumslosen Konsums ist die **Relation der Preise für Arbeit einerseits¹⁹¹ sowie für Umweltnutzung andererseits**. Da diese Preisrelationen die wirklichen Knappheitsverhältnisse nicht widerspiegeln (z.B. Weizsäcker u.a., 1995, S. 219ff.), fordern in diesem Zusammenhang einige Befürworter des Eigentumslosen Konsums eine ökologische Steuerreform¹⁹². Diese Forderung wird zwar nicht nur in diesem Kontext erhoben, sondern generell für die bessere Umsetzbarkeit von Konzepten, die eine Reduktion des Stoffdurchsatzes zum Ziel haben; dennoch ist die ökologische Steuerreform für den Themenbereich dieser Arbeit besonders relevant, da die vorgestellten Ansätze von beiden Aspekten der ökologischen Steuerreform profitieren würden: dem Anstieg der Umwelt-nutzungspreise und der Senkung der Arbeitskosten.

Neben diesem ökonomischen Instrument kann der Eigentumslose Konsum auch durch das **Ordnungsrecht** gefördert werden. Ansätze dafür bietet das KrW/ AbfG. Wird die dort festgeschriebene Herstellerverantwortung durch die noch ausstehenden Verordnungen so umgesetzt, daß Hersteller am Ende des Produktlebenszyklusses mit den tatsächlichen Entsorgungskosten konfrontiert werden, ergeben sich daraus verstärkt Anreize zum Verkauf von Nutzung und Nutzungsergebnissen anstatt von Produkten.

¹⁹¹ Deutsch (1994, S. 103) überschreibt das entsprechende Kapitel mit "Bremsklotz Arbeitskosten".

¹⁹² Z.B. Deutsch, 1994, S. 104ff.; Börlin/ Stahel, 1993, S. 25ff..

9 Fazit

Die Ausgangshypothese einer engen Verbindung zwischen der Bedeutung des Eigentums und den ökologischen Problemen des gegenwärtigen Konsumstils wurde durch die Ergebnisse dieser Arbeit untermauert.

Als Alternativen zum Konsumenteneigentum an Produkten konnten sechs Grundkonzepte des Eigentumslosen Konsums systematisch abgeleitet und in ihren ökologischen Wirkungen analysiert werden. Als Antwort auf die in Kapitel 1 formulierte erste leitende Fragestellung läßt sich feststellen, daß Gemeinschafts- und Anbietereigentum Anreize für eine Ökologisierung durch Nutzungsintensivierung und/ oder Nutzungsdauerverlängerung der Produkte schaffen; hinzu kommen kann eine direkte Reduzierung der Umweltbelastung durch veränderte Produktgestaltung und -nutzung. Allerdings bestehen zwischen diesen positiven Wirkungen Interdependenzen und Zielkonflikte, die das Ökologisierungspotential konkreter Umsetzungsstrategien relativieren.

Bei der Beantwortung der Frage nach den konsumentenseitigen Bedingungen einer Substitution von Produkteigentum durch Eigentumslosen Konsum zeigte sich, daß leistungs- und nutzerbezogene Merkmale gleichzeitig betrachtet werden müssen. Konkrete Aussagen können wegen der zahllosen Kombinationsmöglichkeiten von Produkt- und Zielgruppenmerkmalen mit den unterschiedlichen Konzepten des Eigentumslosen Konsums zwar nur für den Einzelfall getroffen werden, dennoch zeigen sich generalisierbare Trends.

So ist die ökonomische Vorteilhaftigkeit des Eigentums vor allem eine Frage der Nutzungshäufigkeit, da die beim Eigentumslosen Konsum notwendigen zusätzlichen Organisations- und Transaktionskosten den Vorteil geringerer Fixkosten ab einer gewissen Nutzungsanzahl überkompensieren. Deshalb eignen sich i.d.R. nur vergleichsweise hochwertige, gering ausgelastete Produkte zur Substitution. Weitere besonders wichtige leistungsbezogene Merkmale, die eigentumslose Konsumformen attraktiv machen, sind der Platzbedarf, der Wartungsaufwand und die Gefahr einer schnellen Entwertung von Eigentum sowie eine geringe Varianz in den Leistungsanforderungen. Nutzerbezogen eignen sich Personen vor allem dann eher zum Eigentumslosen Konsum, wenn ihnen der Kauf und reine Besitz weniger bedeutet als die Nutzung, wenn die finanziellen Mittel zur Anschaffung von Eigentum und die Bereitschaft zu dessen Erhalt gering sind und wenn sie, z.B. wegen ihrer Wohnsituation, das Bedürfnis zum Konsum

mit anderen verspüren. Auch das Umweltbewußtsein kann eine wichtige Motivation für die Praktizierung eigentumsloser Konsumformen sein.

Eine explorative Untersuchung in zwei sozio-demographisch unterschiedlichen Konsumentengruppen bestätigte die von uns theoretisch abgeleiteten Erkenntnisse und zeigte zudem die große Bedeutung des finanziellen Vorteils bei der Wahl zwischen Eigentumslosem Konsum und Produkteigentum. Grundsätzliche Abneigung gegen einen Verzicht auf Eigentum, das nicht genutzt wird, also eine hohe Bedeutung des puren "Habens", konnten wir für die von uns angesprochenen Konsumgüter nicht feststellen. Entsprechend wichtig scheint uns eine relative kostenseitige Besserstellung eigentumsloser Konsumkonzepte durch eine Änderung des Ordnungsrahmens, z.B. in Form einer ökologischen Steuerreform oder einer erweiterten Herstellerverantwortung zu sein, wenn sich die Konzepte auf breiter Ebene durchsetzen sollen.

Wie Nischenstrategien mit langlebigen, ökologischeren Produkten jedoch zeigen, ist Eigentumsloser Konsum nicht der einzige Weg, die Umweltbelastung pro Produktnutzungseinheit zu verringern. Deshalb und angesichts der Vorteile des Eigentums, sehen wir die Rolle des Eigentumslosen Konsums in der partiellen Ergänzung des Konsums mit Eigentum. Mehr zu erwarten hieße, der "Gefahr, daß gute Ideen durch ihre Überstrapazierung desavouiert werden" (Leinkauf/ Zundel, 1994, S. 4), Vorschub zu leisten¹⁹³.

¹⁹³ Als Beispiel für eine derartige Überstrapazierung mag das Fazit dienen, das Engelfried und Neumann für das Öko-Leasing im Automobilbereich ziehen: "Somit stellt das Öko-Leasing nicht nur die Voraussetzung zu einer umweltgerechten, produktorientierten Wirtschaftsweise dar, sondern ist auch die **einzig**e ökonomische Chance für die Unternehmen, langfristig die Produktion und die Arbeitsplätze erhalten zu können" (Engelfried/ Neumann, 1992, S. 16; Herv. d. Verf.).

ANHANG

ANHANG 1: BEGRÜNDUNG UND METHODISCHE BESCHREIBUNG DER DURCHGEFÜHRTEN GRUPPENDISKUSSIONEN	109
1. Ableitung und Beschreibung der Methodenwahl aus dem Untersuchungsziel	109
2. Elemente der Gruppendiskussion	109
3. Auswahl der Gruppendiskussionsteilnehmer	111
4. Durchführung der Gruppendiskussion	112
5. Auswertung der Gruppendiskussion	113
ANHANG 2: GESPRÄCHSLEITFÄDEN FÜR DIE GRUPPENDISKUSSIONEN	116
1. Gesprächsleitfaden Kleingärtner	116
2. Gesprächsleitfäden Car-Sharing	120
2.1. teilauto Hannover	120
2.2. StattAuto Hamburg	123
ANHANG 3: DARSTELLUNG DER DISKUSSIONSVERLÄUFE	125
1. Die Kleingärtner	125
1.2. Kleingartenverein Lister Damm/ Kolonie Lerchenwiesen	125
1.2. Kleingartenverein Vereinigte Steintormasch/ Kolonie Dornröschen	130
2. Die Car-Sharer	132
2.1. teilAuto Hannover	132
2.2. StattAuto Hamburg	136
ANHANG 4: PERSONALBÖGEN FÜR DIE TEILNEHMER DER GRUPPENDISKUSSIONEN	140

Anhang 1: Begründung und methodische Beschreibung der durchgeführten Gruppendiskussionen

1. Ableitung und Beschreibung der Methodenwahl aus dem Untersuchungsziel

Das Hauptziel der empirischen Untersuchung war die Beantwortung der Frage, ob im Rahmen der theoretischen Untersuchung wesentliche problemrelevante Sachverhalte unbeachtet geblieben bzw. in ihrem empirischen Stellenwert unterrepräsentiert sind. Dabei ist jedoch zu betonen, daß die theoretische und die empirische Untersuchung z.T. parallel stattfinden mußten und folglich einander beeinflußt haben. Da die Bedeutung des Eigentums für den Konsumenten ein bislang noch wenig untersuchtes Forschungsfeld darstellt, empfahlen sich qualitative Ansätze, von denen wir die Gruppendiskussion für am problemadäquatesten hielten.

Explorativ¹⁹⁴ durchgeführte Gruppendiskussionen dienen "zur Strukturierung neuer Gebiete, Sammlung grundlegender Werte im Gruppenkonsens, zur Stimulierung von Kreativität und Bewertung sowie ... zur Ursachenforschung" (Kepper, 1994, S. 73) und zur Vorbereitung quantitativer und standardisierter Untersuchungen (Berekoven u.a., 1989, S. 93). Sie liefert mit wenig sachlichem und personellen Aufwand soviel Material wie mehrere Einzelbefragungen (Mangold, 1973, S. 230).

2. Elemente der Gruppendiskussion

Eine einheitliche, allgemein akzeptierte Definition der Gruppendiskussion existiert nicht. Die **Leitung** durch einen Diskussionsleiter oder "Moderator" (Kepper, 1994, S. 61) ist das alle Definitionen verbindende Merkmal der Gruppendiskussion. Ihm kommt eine wichtige Rolle zu, da eine Gruppendiskussion nur dann gelingt, wenn der Diskussionsleiter in der Lage ist, spontane, offene und ungehemmte Äußerungen zu provozieren sowie ein "Vertrauensverhältnis innerhalb der Gruppe und zwischen der Gruppe und ihm selbst herzustellen" (Groening, 1981,

¹⁹⁴ Neben explorativen Ansätzen der qualitativen Marktforschung existieren noch deskriptive und experimentelle Ansätze. Ziel deskriptiver Untersuchungsansätze ist die "möglichst große Genauigkeit der Ergebnisse im Hinblick auf ihre statistische Repräsentanz" (Kepper, 1994, S. 125), während experimentelle Untersuchungsansätze die "Aufdeckung von *Ursache-Wirkungszusammenhängen*" (Kepper, 1994, S. 125, Herv. im Org.) sowie die Überprüfung von Kausalhypothesen in den Mittelpunkt des Forschungsinteresses stellen.

S. 60). Da es die Aufgabe der Gruppe ist, eine gemeinsame Thematik zu erarbeiten (Groening, 1981, S. 62), muß es das Ziel des Moderators sein, "die Spontaneität der Gruppe zu erhalten und damit eine alltagsnahe Kommunikationsform anzustreben" (Kepper, 1994, S. 67). Vor diesem Hintergrund erschien uns die gemeinsame Leitung der Diskussionen als sinnvoll. Dabei konnte sich einer immer auf die Diskussionführung konzentrieren, während der andere am Flipchart die genannten Argumente zusammentrug und nur bei Bedarf in die Diskussion eingriff.

Hinsichtlich der empfohlenen **Dauer** schwanken die Zeiten zwischen 45-90 Minuten bei Menschen ohne großes inneres Engagement¹⁹⁵. Da wir bei beiden Zielgruppen damit rechneten, auf hohes Engagement zu stoßen, erschien uns eine geplante Diskussionsdauer von 90 Minuten als angemessen.

Ebenso uneinheitlich ist die empfohlene **Teilnehmerzahl**. Die Schwankungsbreite ist abhängig von dem Untersuchungsziel. So beziffert Kepper (1994, S. 63) die mögliche Gruppengröße auf 2-20 Teilnehmern, wobei 6-10 als ideal bezeichnet werden. Für eine intensive Auseinandersetzung sind 5-6 Teilnehmer sinnvoller, während es bei einem reinen Ideenfindungsprozeß angezeigt ist, die Gruppe größer zu halten (Kepper, 1994, S. 63). Groening versteht unter Gruppendiskussionen "Gruppengespräche mit sechs bis zwölf Teilnehmern unter Leitung eines Diskussionsleiters" (Groening, 1981, S. 56). Lamnek definiert die Gruppendiskussion als "...ein Gespräch mehrerer Teilnehmer zu einem Thema, das der Diskussionsleiter benennt, und das dazu dient, Informationen zu sammeln" (1989, S. 121). Da unser Untersuchungsziel darin lag, einerseits einen möglichst breiten, andererseits aber auch einen hinreichend tiefen Einblick in eigentumsbezogene Einstellungen zu bekommen, planten wir eine Gruppengröße von ca. 10 Teilnehmern.

Hinsichtlich der **Anzahl der Gruppen** geht man davon aus, daß mindestens zwei Gruppendiskussionen mit jeweils homogenen sozio-demographischen Gruppen notwendig sind, um verallgemeinerbare Aussagen zu erhalten. Verallgemeinerbar und als Hypothesen formulierbar sind

¹⁹⁵ So empfiehlt Kepper (1994, S. 61) beispielsweise 1-1,5 Stunden, während Mangold (1973, S. 229) nur 45-75 Minuten veranschlagt. Bei Menschen mit innerem Engagement wird der Zeitrahmen weiter gefaßt. So spricht Mangold (1973, S. 229) hier beispielsweise von einer möglichen Dauer von 1-4 Stunden.

nur solche Sachverhalte, die in beiden Gruppen auftreten (Groening, 1981, S. 59). Wir wählten also je zwei Gruppen in den beiden untersuchten Bereichen.

Was die **Zusammensetzung** der Gruppe betrifft, so ist das Kriterium der Homogenität relevant. Homogenität bezieht sich dabei auf "sozio-demographische Kriterien oder psychographische Kriterien wie Lifestyle oder Wissensstand über das jeweilige Thema" (Kepper, 1994, S. 64). Der Vorteil homogen zusammengesetzter Gruppen wird darin gesehen, daß so das Entstehen von Dominanz- und Unterordnungsstrukturen gehemmt wird sowie daß inhaltliche Aspekte nicht durch persönliche Ressentiments überlagert werden (Groening, 1981, S. 57f.). Allerdings hat eine homogene Gruppe auch den Nachteil, daß eine informelle Gruppenmeinung existieren kann, an der sich alle orientieren. Der Gruppen- bzw. Diskussionsprozeß durchläuft dann nicht die sonst üblichen Phasen Fremdheit, Orientierung, Anpassung, Vertrautheit und Konformität (Spöhring, 1989, S. 223). Der Vorteil heterogener Gruppen mit einander gleichwertigen Mitgliedern liegt darin, daß hier besonders engagierte und häufig emotionale Konfrontationen auftreten können (Mangold, 1973, S. 233). Diese Reaktionen sind zwar teilweise besonders aufschlußreich, jedoch haben wir uns aus pragmatischen Gründen und um die Vergleichbarkeit der Aussagen innerhalb der Gruppenpaare zu gewährleisten für die Diskussion mit prinzipiell homogenen Gruppen entschieden.

3. Auswahl der Gruppendiskussionsteilnehmer

Um möglichst viele verschiedene Hinweise auf unbeachtete Aspekte unseres Themas zu erhalten, wählten wir zwei Zielgruppen, die bezüglich des Wissensstandes zu unserem Thema sowie gemessen an den psychographischen Kriterien eine hohe Diskriminanzfähigkeit erwarten ließen: Car-Sharing-Teilnehmer und Kleingärtner.

Die Auswahl der einzelnen Diskussionsteilnehmer erfolgte bei den beiden Car-Sharing-Organisationen nach dem Zufallsprinzip per Telefon. Auf die Zusammensetzung der Kleingärtnergruppen hatten wir wenig Einfluß, da diese durch die jeweiligen Vorstände, mit denen wir die Durchführung planten, zusammengestellt wurden.

4. Durchführung der Gruppendiskussion

Im folgenden stellen wir die in der Literatur genannten Aspekte zur Durchführung von Gruppendiskussionen vor, denen wir bei der Konzeption unserer eigenen Untersuchung gefolgt sind.

Der Diskussionsverlauf ist anhand eines Ablaufplans vorzustrukturieren. Darin sollte die thematische Abfolge des Diskussionsverlaufes enthalten sein. Der Aufbau muß einer Dramaturgie gleichen, so daß den Teilnehmern klar wird, daß "von Stufe zu Stufe bestimmte thematische Inhalte aufgearbeitet" (Groening, 1981, S. 62) werden. Die Aufgabe des Diskussionsleiters ist es, durch die Dramaturgie zu führen, gelegentliche Resümees zu ziehen und nicht zu lange auf Fragestellungen ohne Resonanz herumzuhacken, sondern die "Entwicklung einer Gruppenatmosphäre <zu> fördern, in der Meinungsverschiedenheiten als selbstverständlich empfunden werden" (Mangold, 1973, S. 234).

Am Anfang sollte man versuchen, Hemmungen abzubauen, was uns dadurch erleichtert wurde, daß wir die Diskussion in für die Teilnehmer bekannten Räumlichkeiten durchführten. Ferner soll gleich zu Beginn die persönliche Betroffenheit der Teilnehmer aufgezeigt und auf die benutzten Beobachtungs- und/ oder Aufzeichnungsverfahren¹⁹⁶ hingewiesen werden. Um die Identität der einzelnen nicht zu offenbaren empfiehlt es sich, vor der Gruppendiskussion keine Vorstellungsrunde durchzuführen (Groening, 1981, S. 62). So können vorhandene Standesunterschiede im Dunkeln bleiben und die Gruppenmitglieder in der Diskussion ungezwungener auftreten. Um die Zusammensetzung der Gruppe zu dokumentieren, hielten wir uns an den Rat, nach Diskussionsende kurze Fragebögen über die persönliche Daten ausfüllen zu lassen (Groening, 1981, S. 62). Zusätzlich interessierte uns, wie die Teilnehmer die Bedeutung des Umweltschutzes in der BRD erlebten, da dies, vor dem Hintergrund des Ökologiebezuges unseres Themas, möglicherweise bei der Auswertung der Ergebnisse von Interesse sein konnte¹⁹⁷.

¹⁹⁶ Als Aufzeichnungsmethoden kommen Tonband- und Videoaufzeichnungen sowie die Anfertigung eines Debattenstenogramms in Frage. Wir zeichneten die Gruppendiskussionen mit einem Tonbandgerät auf.

¹⁹⁷ Unser Fragebogen ist in Anhang 4 dokumentiert.

Unabhängig von der Gruppenzusammensetzung ist es sinnvoll, vor Beginn der eigentlichen Diskussion die "Spielregeln" für die Diskussion zu erläutern¹⁹⁸. So kann man auch darauf hinweisen, daß eine breite Beteiligung an der Diskussion erwünscht ist.

"Die eigentliche Diskussion sollte zunächst mit einigen leicht zu beantwortenden Fragen ... eingeleitet werden" (Kepper, 1994, S. 65). Bezüglich des Verlaufs kann zwischen der Trichterstruktur oder der Tunnelstruktur gewählt werden (Kepper, 1994, S. 65). Letztere beginnt mit besonderen Fragen und führt zu allgemeinen hin, während erstere, von uns gewählte, von allgemeinen zu besonderen Fragen überleitet.

Im Diskussionsverlauf ist darauf zu achten, daß die Redeanteile der Teilnehmer möglichst gleichverteilt sind. Dies ist allerdings so gut wie nie der Fall, da sich Gruppen immer grob in drei Arten von Menschen unterteilen lassen: die Meinungsführer, die Normalen und die Schweiger. Die 'Normalen' stellen dabei an den Diskussionsleiter keine besonderen Anforderungen, sie "äußern sich nur gelegentlich und nicht zu allen zur Diskussion stehenden Themen" (Mangold, 1973, S. 232) und bilden meist die Mehrzahl der Teilnehmer. Die Meinungsführer tun sich hervor und können die Meinungsvielfalt durch ihre starke argumentative Dominanz¹⁹⁹ sehr leicht beeinträchtigen, daher ist eine rasche Identifikation durch den Diskussionsleiter notwendig (Kepper, 1994, S. 66). Als Gegenmaßnahmen wird im ersten Schritt empfohlen, deren Argumente gar nicht oder nur gering zu verstärken. In der zweiten Stufe kann versucht werden, durch die Mißbilligung der Redebeiträge von Meinungsführern deren Sendungsdrang zu bremsen, und wenn alles nichts hilft, bleibt nur noch, ihnen einen Expertenstatus zuzugestehen und sie daraufhin zu bitten, sich jetzt nicht mehr zum Thema zu äußern (Kepper, 1994, S. 67). Das entgegengesetzte Problem liegt bei den Schweigern vor, die z.B. durch direkte Ansprache zur Meinungsäußerung animiert werden können.

5. Auswertung der Gruppendiskussion

Die Auswertungsphase stellt die größte Schwierigkeit bei der Durchführung eines Gruppendiskussionsverfahrens dar (Lamnek, 1989, S. 154). Die Auswertung erfolgt auf Grundlage der

¹⁹⁸ Nach Meneken und Ziesemer (1994, A 9): Spontane Äußerungen sind erwünscht, andere ausreden lassen, keine Kritik an der Person des anderen üben, nur sachliche Kritik äußern, keine Nebengespräche mit dem Nachbarn führen, sondern alle Gedanken in der Runde äußern.

¹⁹⁹ Dabei darf man die Meinungsführer nicht mit denjenigen verwechseln, die nur viel Redeanteil haben, ohne damit unbedingt die Gruppe in ihrer Meinung zu beeinflussen.

während der Gruppendiskussionen angefertigten Aufzeichnungen (Groening, 1981, S. 65). Egal wie die Gruppe zusammengesetzt ist, muß der Output von Gruppendiskussionen als Ganzes betrachtet und ausgewertet werden. Die isolierte Interpretation einzelner Beiträge würde diese zu stark aus dem Kontext reißen und damit verzerrend wirken (Groening, 1981, S. 59).

Die Auswertung wird durch die Vorbereitung eines **3-Stufen-Auswertungsschemas**, "in dem alle zu beantwortenden Fragestellungen und Problempunkte aufgeführt sind" (Groening, 1983, S. 66)²⁰⁰, erleichtert. Die freie und intensive Ausdeutung jeder einzelnen Diskussion beschreibt dabei den **ersten Schritt**. Dies umfaßt bei uns die Herausarbeitung der thematischen Sachverhalte, die im Mittelpunkt des Gruppeninteresses standen sowie die Herstellung von Zusammenhängen zwischen unterschiedlichen thematischen Sachverhalten (Mangold, 1983, S. 251f.)²⁰¹.

Der **zweite Schritt** wird durch den Vergleich von "Gruppen mit gleicher sozialer Struktur" (Spöhring, 1989, S. 227) gebildet. Hier gilt es Unterschiede und Übereinstimmungen zwischen den Diskussionsverläufen von sozio-demographisch gleich zusammengesetzten Gruppen herauszuarbeiten (Mangold, 1983, S. 251). Im **dritten Schritt** werden die Aussagen von Gruppen "mit verschiedener sozialer Struktur" (Spöhring, 1989, S. 227) verglichen. Hier soll untersucht werden, ob sich aus den gemeinsamen Aussagen der beiden Gruppenpaare verallgemeinerbare Hypothesen ableiten lassen²⁰². Wichtig ist dabei, nie von "bewiesenen" Ergebnissen, sondern von Hypothesen zu sprechen (Groening, 1983, S. 66).

Die **Beurteilung** qualitativer Methoden erfolgt im Gegensatz zu quantitativen zunächst am allgemeinen Kriterium der Angemessenheit (Lamnek, 1988, S. 143). D.h., die wissenschaftlichen Methoden sind dann angemessen, "*wenn sie dem Erkenntnisziel ... und den empirischen Gegebenheiten gerecht werden*" (Lamnek, 1988, S. 143, Herv. im Org.).

Zur eingehenderen Beurteilung qualitativer Daten werden die **Kriterien** Repräsentativität, Gültigkeit und Zuverlässigkeit (Kromrey, 1980, S. 214ff.) herangezogen²⁰³. Die **Repräsen-**

²⁰⁰ Vgl. auch Spöhring, 1989, S. 227 oder Mangold, 1983, S. 251f.

²⁰¹ Den ersten Auswertungsschritt haben wir in Anhang 2 dokumentiert.

²⁰² Der zweite und dritte Auswertungsschritt wird durch Kapitel 6 des Hauptteils dokumentiert.

²⁰³ Die Ansichten, welche Gütekriterien man zur Beurteilung qualitativ ermittelter Daten heranziehen sollte, gehen in der Literatur auseinander. Andere Kataloge entwickeln Mayring (1993, S. 109ff.) oder Hirschman (1986, S. 244ff.).

tivität der Ergebnisse von Gruppendiskussionen ist dann erfüllt, wenn sie nicht nur hinsichtlich der sozialen Zusammensetzung, "sondern auch hinsichtlich der die Gruppendynamik beeinflussenden Faktoren ... für eine angebbare Grundgesamtheit von Realgruppen typisch sind" (Spöhring, 1989, S. 229f.). D.h., es muß eine "glaubwürdige Repräsentation der zu untersuchenden Realität" (Bode, 1993, S. 118)²⁰⁴ gewährleistet sein. Allerdings fügt Spöhring im Nachsatz seiner Definition an, das dies "eine in der <qualitativen, d. Verf.> Forschungspraxis sicherlich schwer umzusetzende, als regulative Idee jedoch anzustrebende Zielvorgabe" (Spöhring, 1989, S. 229f.) sei. Durch die Bildung von Gruppenpaaren hatten wir die Möglichkeit, zu überprüfen, ob die Ergebnisse der einzelnen Gruppen in ihrem Aussagegehalt ähnlich sind. Dies war weitestgehend der Fall, so daß die Vermutung gerechtfertigt scheint, daß weitere Gespräche ähnlich verlaufen würden.

Die **Gültigkeit** der Ergebnisse von Gruppendiskussionen wird im allgemeinen als hoch angesehen, da die "Erkenntnisse aus qualitativer Sozialforschung realitätsgerechter und damit gültiger sind" (Lamnek, 1988, S. 157). Sie stellen "Wissen aus erster Hand" (Lamnek, 1988, S. 157) dar²⁰⁵.

Das Kriterium der **Zuverlässigkeit** bezieht sich auf das Meßinstrumentarium der Untersuchung. Dies bildet bei Gruppendiskussionen die Interpretation der Ergebnisse durch den Forscher. Da jedoch selbst die gleiche Gruppe vermutlich in einer zweiten Sitzung nicht das exakt gleiche Ergebnis erzielen würde, wird deutlich, daß auch der Forscher sich in einer zweiten Sitzung anders verhalten müßte und so möglicherweise zu anderen Ergebnisinterpretationen kommen würde. Daher wird von einem "permanenten zeitlichen und kontextualen Wandel" (Bode, 1993, S. 119) ausgegangen, innerhalb dessen auch die Interpretation und das Verständnis des Wandlungsprozesses von besonderer Bedeutung ist. Um die Zuverlässigkeit unserer Interpretationen zu prüfen, blieb uns im Rahmen dieser Arbeit nur der gegenseitige Vergleich der Interpretationen.

²⁰⁴ Bode (1993, S. 118) behandelt diesen Zusammenhang im Rahmen der Terminologie von Hirschman (1986) unter dem Stichwort der Glaubwürdigkeit.

²⁰⁵ Vgl. auch Spöhring, 1989, S. 229f.

Anhang 2: Gesprächsleitfäden für die Gruppendiskussionen

1. Gesprächsleitfaden Kleingärtner

Der folgende Gesprächsleitfaden diente zur Strukturierung der Gruppendiskussionen im Kleingärtnerverein Lister Damm/ Kolonie Lerchenheim am 4.8.1995 sowie im Kleingärtnerverein Vereinigte Steintormasch/ Kolonie Dornröschen am 25.8.1995.

Vor Beginn des Gesprächs: Erlaubnis für die Aufnahme geben lassen

1. Abschnitt: Begrüßung und Einführung in die Gruppendiskussion (ca. 5 min)

- Begrüßung
- Voraussichtliche Dauer bekanntgeben (1 - 1 ½ Stunden)
- Regeln für die Gruppendiskussion vorstellen:
 - Ausreden lassen
 - Keine Nebengespräche
 - Breite Beteiligung erwünscht
 - Widerspruch erwünscht, aber nur sachliche Kritik äußern
 - Unzufriedenheit mit dem Gesprächsverlauf äußern
 - Bei Unklarheit sofortige Rückfrage
 - Laut sprechen wg. Aufnahme
- Vorstellung des Themas: "Die Bedeutung des Eigentums für eine Ökologisierung des Konsums"; hier: "Welche Bedeutung hat das Eigentum bei der Bewirtschaftung eines Kleingartens?"; dreifache Betroffenheit als Pächter, Eigentümer und Gemeinschaftsnutzer herausstellen.

2. Abschnitt: Einleitende Diskussionsrunde: Vereinsweite Gemeinschaftsnutzung (ca. 10 min)

als "Eisbrecherfrage"

- "Was genau wird gemeinschaftlich genutzt?"
- "Welche organisatorischen Maßnahmen werden für die Pflege getroffen?"
- "Reichen diese Maßnahmen aus, um einen reibungslosen Ablauf sicherzustellen? Was sind positive, was sind negative Erfahrungen?"

Antworten auf Flipchart festhalten um Mehrfachnennungen zu vermeiden

3. Abschnitt: Eigentum am Garten - ein Vorteil? (10 min)

als Einstieg in wahrscheinlich neues Gedankengut

- "Wie uns in Vorgesprächen mitgeteilt wurde, bewirtschaften Sie Ihre Gärten als Pächter. Wir möchten Sie deshalb bitten, zu folgender These Stellung zu nehmen:"

"Ich wäre lieber Eigentümer meines Gartens!" *unter sonst gleichen Bedingungen, insb. keine Änderung des Bebauungsplans.*

diese These auf einem Blatt Papier in die Runde geben und um Stellungnahme mittels Klebepunkt auf folgender vorgegebener Skala bitten:

stimme ich voll zu	stimme ich zu	ist mir egal	lehne ich ab	lehne ich voll ab

das Blatt allgemein sichtbar an das Flip-Chart heften, Zusammenfassung der Ergebnisse und Diskussion:

- "Haben Sie sich darüber vorher schon mal Gedanken gemacht?"
- "Was wäre anders, wenn Sie Eigentümer wären?"

Vor- und Nachteile des Eigentums am Garten auf Flipchart sammeln

4. Abschnitt: Konkretisierung unseres Themas: Nachteile des Eigentums und Darstellung möglicher Alternativen (15 min)

a) Problembewußtsein schaffen:

- "Welche Gartengeräte besitzen Sie?"

auf Flipchart sammeln

Mit grünen Punkten kleben lassen, welche Geräte der Einzelne hat. Effekt: Man sieht, wieviele Geräte mehrfach vorhanden sind.

- *Frage nur bei der Vereinigten Steintormasch: "Gibt es Ihnen ein gutes Gefühl, ein besseres Gartengerät zu besitzen als ihr Nachbar? Oder sind sie neidisch, wenn Ihr Nachbar ein besseres Gartengerät besitzt als Sie?"*
- "Welche Nachteile hat es, Eigentümer von Gartengeräten zu sein?"

b) Konkretisierung unseres Themas: Eigentumsloser Konsum als Alternative?

Darstellung unserer drei Grundformen: Gemeinschaftsnutzung, Leasing/ Miete (nur Nutzungszeit-), Dienstleistung. Flip-Chart als Gedächtnisstütze einsetzen. Ökologische Relevanz der drei Konzepte erläutern und nötigenfalls nochmals Betroffenheit der Kleingärtner erklären.

5. Abschnitt: Gemeinschaftsnutzung (15 min)

- "Nutzen Sie bereits bestimmte Gartengeräte gemeinsam? "
- "Was spricht für, was gegen eine derartige Gemeinschaftsnutzung? Warum nutzen Sie manche Geräte gemeinsam und andere nicht? "

Argumente auf Flipchart festhalten

6. Abschnitt: Miete (10 min)

- "Haben Sie schon mal Gartengeräte gemietet?"
- "Was spricht für, was gegen eine derartige Miete? Unter welchen Umständen ist diese Miete für Sie interessant?"

Argumente auf Flipchart festhalten

- *Wenn hier das Kostenargument genannt wird:* "Wie sähe es bei kostenneutraler Vermietung durch einen nicht-kommerziellen Anbieter aus?"

7. Abschnitt: Dienstleistungen (10 min)

- "Haben Sie schon mal Tätigkeiten in Ihrem Garten durch ein Gartenbauunternehmen o.ä. machen lassen?"
- "Was spricht für, was gegen derartige Dienstleistungen? In welchen Fällen sind sie attraktiv?"

Argumente auf Flipchart festhalten

- *Wenn hier das Kostenargument genannt wird:* "Angenommen, es gäbe die Möglichkeit, bestimmte Arbeiten wie Rasenmähen oder Heckeschneiden für sehr wenig Geld machen zu lassen (z.B. durch die Stadt), würden Sie dann eine solche Dienstleistung in Anspruch nehmen und auf eigene Gerätschaften verzichten?"

8. Abschnitt: Meta-Diskussion (5 min)

- "Konnten Sie alles sagen, was Sie in diesem Zusammenhang für wichtig halten?"
- "Wie empfanden Sie die Gesprächsatmosphäre?"

Zeitplan: 80 min

2. Gesprächsleitfäden Car-Sharing

2.1. teilauto Hannover

Termin der Gruppendiskussion: 9.8.1995

1. Abschnitt: Einstieg in die Gruppendiskussion (ca. 5 min)

- Begrüßung
- Darstellung des Ablaufs und Bekanntgabe der geplanten Dauer von ca. 90 Minuten.
- Regeln für die Gruppendiskussion in Erinnerung rufen:
 - Ausreden lassen
 - Keine Nebengespräche
 - Breite Beteiligung erwünscht
 - Nur sachliche Kritik äußern
 - Unzufriedenheit mit dem Gesprächsverlauf äußern
 - Bei Unklarheit sofortige Rückfrage
 - Laut sprechen wg. Aufnahme
- Vorstellung des Themas: "Die Bedeutung des Eigentums für eine Ökologisierung des Konsums". "Warum beschäftigen wir uns mit dem Thema Eigentum? Weil wir hier Optimierungspotentiale in ökologischer und ökonomischer Hinsicht sehen. Carsharer sind als Praktizierende des Eigentumslosen Konsums persönlich betroffen, und wir möchten Ihre Erfahrungen kennenlernen."

2. Abschnitt: Einleitende Diskussionsrunde: Einblick in den Ablauf des Carsharings (ca. 10 min)

- "Wie ist der Beitritt geregelt?"
- "Wie wird eine Fahrt angemeldet?"
- "Wie wird eine Fahrt abgerechnet?"
- "Welche Rechte und Pflichten hat ein Carsharer?"
- "Welche organisatorischen Maßnahmen werden getroffen, um diese sicherzustellen, und was passiert, wenn sich jemand nicht daran hält?"

Flipcharteinsatz bei Auftreten von Redundanzen

3. Abschnitt: Erwartungen: Vor- und Nachteile (15 min)

- "Was waren Ihre Beweggründe zum Beitritt bei teilAuto?"
- "Welche Hoffnungen hatten Sie, und welche Vorteile haben Sie erwartet?"
- "Welche Erwartungen hatten Sie an die Organisation?"
- "Was für Erwartungen hatten Sie an sich selbst?"

- "Was waren Ihre Befürchtungen?"
- "Welche Nachteile haben Sie gesehen?"

Ergebnisse auf Flipchart festhalten

4. Abschnitt: Positive und Negative Erfahrungen seit dem Beitritt zu teilAuto (15 min)

- "Welche positiven und negativen Erfahrungen haben Sie gemacht?"
- "Erfahrungen mit der Organisation?"
- "Erfahrungen mit sich selbst?"

Ergebnisse auf dem Flipchart festhalten

5. Abschnitt: Kommerzialisierbarkeit des Car-Sharing-Gedankens (15 min)

"Allem Wachstum zum Trotz sind Car-Sharer noch immer eine kleine Minderheit. Dies liegt wohl auch daran, daß Anbieter bisher keine kommerziellen Interessen mit dem Car-Sharing verwirklichen konnten. Dabei ist es zumindest denkbar, daß sich Car-Sharing-Unternehmen gründen, die in der Lage wären, Car-Sharing zu günstigen Konditionen anzubieten und dennoch Gewinn zu machen. Deshalb bitten wir um Stellungnahme zu folgender These:

Auch unter sonst gleichen Konditionen würde ich nicht mehr mitmachen, wenn ich wüßte, daß am Car-Sharing jemand verdient."

stimme voll zu	stimme zu	ich weiß nicht	lehne ich ab	lehne voll ab

Punkte kleben lassen. Tabelle am Flip-Chart befestigen

Zusammenfassung durch den Diskussionsleiter und Diskussion der Ergebnisse

6. Abschnitt: Übertragbarkeit auf andere Produktgruppen (20 min)

- "Nutzen Sie noch andere Güter außer dem Auto gemeinsam?"
- "Wenn ja , welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht?"

Ergebnisse auf dem Flipchart sammeln

- "Für welche Güter würden Sie sich noch die Möglichkeit zur Gemeinschaftsnutzung wünschen?" *Brainstorming*

Ergebnisse auf Flipchart festhalten

7. Abschnitt: Meta-Diskussion (5 min)

- "Sind noch wichtige Argumente ungenannt oder bestehen noch Fragen?"
- Gesprächsatmosphäre ansprechen

Zeitplan: 80 min

2.2. StattAuto Hamburg

Aufgrund der Erfahrungen in Hannover wurde der Gesprächsleitfaden in Hamburg geringfügig umgestellt. Die geänderten Abschnitte werden im folgenden dokumentiert.

Termin der Gruppendiskussion: 15.8.1995

2. Abschnitt: Erwartungen: Vor- und Nachteile (20 min)

"Sie sollen aus der Sicht eines Nicht-Carsharers diskutieren, der sich überlegt beizutreten."

deutliche Abgrenzung zum nächsten Punkt! Eingriff bei der ersten Erfahrungsnennung

- "Was waren Ihre Beweggründe zum Beitritt bei StattAuto?"
- "Welche Hoffnungen hatten Sie und welche Vorteile haben Sie erwartet?"
- "Welche Erwartungen hatten Sie an die Organisation?"
- "Was für Erwartungen hatten Sie an sich selbst?"

- "Was waren Ihre Befürchtungen?"
- "Welche Nachteile haben Sie gesehen?"

Ergebnisse auf Flipchart festhalten

3. Abschnitt: Erfahrungen: Positive und Negative (20 min)

- "Welche positiven und negativen Erfahrungen haben Sie gemacht?"
- "Welche Abweichungen gab es zu den Erwartungen?"
- Erfahrungen mit der Organisation?
- Erfahrungen mit sich selbst?

Ergebnisse auf dem Flipchart festhalten; Pro- und Contra-Darstellung

4. Abschnitt: Änderungswünsche (15 min)

"Welche Änderungswünsche haben Sie aufbauend auf Ihren Erfahrungen?"

Flipcharteinsatz

5. Abschnitt: Professionalisierung der Organisation in Hamburg (15 min)

- "Wie beurteilen Sie den Rechtsformwechsel?"
- "Welche Argumente sprechen dafür und welche dagegen?"
- "Wie beurteilen Sie das Wachstum der GmbH?"
- "Welche Rolle spielt der Vereinsgedanke heute noch?"

gegebenenfalls nochmal direkt nach den ehrenamtlichen Tätigkeiten fragen

6. Abschnitt: Kommerzialisierung (10 min)

Wie beurteilen Sie die Übernahme des Car-Sharing-Gedankens durch Anbieter wie Sixt oder den ADAC?

7. Abschnitt: Übertragbarkeit des Car-Sharing-Gedankens auf andere Produktgruppen (10 min)

- "Nutzen Sie noch andere Güter außer dem Auto gemeinsam?"
- "Wenn ja, welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht?"
- "Für welche Güter würden Sie sich noch die Möglichkeit zur Gemeinschaftsnutzung wünschen?" *Brainstorming*

Ergebnisse auf Flipchart festhalten

8. Abschnitt: Meta-Diskussion (5 min) wie in Hannover

Zeitplan: 85 min

Anhang 3: Darstellung der Diskussionsverläufe

1. Die Kleingärtner

1.2. Kleingartenverein Lister Damm/ Kolonie Lerchenwiesen

Die erste Gruppendiskussion fand im Kolonieheim der Kolonie Lerchenheim des Kleingartenvereins Lister Damm (320 Gärten) statt. Teilnehmende waren 11 Kleingärtner bzw. entsprechend dem Sprachgebrauch in den Kolonien: Gartenfreundinnen und -freunde.

Im ersten inhaltlichen Abschnitt beschäftigten wir uns mit der **vereinsweiten Gemeinschaftsnutzung**. Dieser Themenkomplex diente zum einen als "Eisbrecherfrage", um über Dinge ins Gespräch zu kommen, die zum Alltag eines Kleingärtners gehören. Zum anderen erhofften wir uns auch Hinweise für die Funktionsbedingungen von Gemeinschaftsnutzung im allgemeinen.

Als gemeinschaftlich genutzte, dem Verein gehörende Einrichtungen und Geräte wurden genannt: Vereinshaus, Kinderspielplatz, Parkplatz, Wege und Rasenflächen sowie Rasenmäher und Heckenschere zu deren Bewirtschaftung. Zur Instandhaltung der Wege, die direkt an die Gärten angrenzen, sind die jeweiligen Pächter selbst **verpflichtet**. Nur "*zwei oder drei*"²⁰⁶ der 320 Gartenanlieger verursachen hier Probleme, die jedoch durch Abmahnungen und die Androhung des Vereinsausschlusses²⁰⁷ kontrollierbar sind. Für die Organisation der Instandhaltung der übrigen Einrichtungen sind einige wenige Gartenfreunde verantwortlich; die Durchführung erfolgt dann, soweit möglich, im Rahmen der einmal monatlich stattfindenden Gemeinschaftsarbeit. Ein **finanzieller Anreiz** für die freiwillige Beteiligung wird dadurch geschaffen, daß die Mitglieder einerseits zu Jahresbeginn 50 DM zahlen und andererseits für jeden Diensteinsatz 25 DM erhalten. Eine zusätzliche **soziale Motivation** sahen die Gartenfreunde in der Möglichkeit zur Teilhabe an der Gemeinschaft, die durch die Arbeitseinsätze gelebt und gefördert werde, zumal die eigentliche Arbeit "*eher locker*" sei. Diese Anreize lassen ca. 20 % der Vereinsmitglieder mindestens einmal jährlich an der Gemeinschaftsarbeit teilnehmen; einige kommen regelmäßig. Im Endeffekt wird ein Schnitt von 15-30 Teilnehmern pro Arbeitseinsatz erreicht, was für die Erledigung der anfallenden Aufgaben ausreicht.

²⁰⁶ Die kursiv gedruckten Zitate sind Aussprüche der Diskussionsteilnehmer.

²⁰⁷ Bis zum Ausschluß ist es dabei bisher noch nicht gekommen.

Den nächsten Abschnitt begannen wir mit der Bitte um Stellungnahme zu der These: "Ich wäre lieber **Eigentümer meines Gartens**" - auch unter sonst gleichen Bedingungen, also insbesondere unter Beibehaltung des Bebauungsplans. Wirklich verändert würde dabei in der Terminologie der Verfügungsrechte nur das Veräußerungsrecht - die anderen Rechte wären einzig in ihrer Gültigkeitsdauer berührt. Die Teilnehmer bekamen die Möglichkeit, ihre Antwort auf einer fünfstufigen Rating-Skala mit einem Klebepunkt kenntlich zu machen. Durch die Diskussion dieser These erhofften wir uns Aufschlüsse über den **Wert, den Eigentum über die Nutzungsmöglichkeit hinaus** besitzen kann. Mit der Stellungnahme durch Punktekleben bezweckten wir, **alle** Teilnehmer zum Nachdenken anzuregen, was uns insbesondere bei der ersten "Meinungsfrage" als wichtig erschien. Als erstes Ergebnis bekamen wir folgende Punkteverteilung:

Antwort	stimme ich voll zu	stimme ich zu	ist mir egal	lehne ich ab	lehne ich voll ab
Anzahl	7	2	-	2	-

Die Gegner der These führten insbesondere eine zu erwartende **mangelnde Anpassungsbereitschaft** der Eigentümer an, die dann kaum mehr durch den Verein als Vertretung der Gemeinschaft sanktioniert werden könne. Damit zusammenhängend wurden Entwicklungen wie die **Auflösung der bestehenden Gemeinschaft** im allgemeinen **und des Vereins** im besonderen erwartet²⁰⁸. Zudem bemängelte man die **fehlende Kontrolle**, die die Gemeinschaft bei Eigentum **über die Einsetzung neuer Gartenbesitzer** hätte²⁰⁹.

Als Aspekte, die zur Zustimmung geführt haben, nannten die Gartenfreunde das "**Schaffen von Eigentum**" als **Eigenwert**, die Möglichkeit der **Vererbung** sowie eine erwartete, nicht näher spezifizierte größere **Freiheit** und **Sicherheit**. Außer dem Vererbungsrecht wurde der Wunsch nach Eigentum also nicht durch die Hoffnung auf erweiterte Nutzungsmöglichkeiten motiviert, im Gegenteil: Die Beibehaltung der Gartenordnung zur Regelung des Zusammenlebens forderte man einheitlich auch bei einer Umwandlung in Eigentum.

²⁰⁸ In diesem Zusammenhang wurde auf benachbarte Kolonien verwiesen, in denen genau diese Entwicklung nach einer teilweisen Umwandlung in Eigentum eingetreten sei.

²⁰⁹ Während bisher die jährlich ca. 30 Gartenübergaben durch den Verein geregelt werden, würden diese dann durch Kauf und Verkauf bzw. Vererbung bestimmt. Auch wäre eine unerwünschte Untervermietung möglich.

Im Verlauf der intensiv geführten Diskussion²¹⁰ erfolgte dann ein Meinungsumschwung, da der **Gemeinschaftsaspekt** von den meisten *"in der ersten Euphorie nicht bedacht"*, später jedoch als dominierend angesehen wurde. Dies zeigte sich auch bei einer Gegenprobe am Ende dieses Diskussionsabschnitts, bei der nur noch zwei Teilnehmer unserer Eingangsthese zustimmten.

Schwerpunkt des folgenden Abschnitts war das **Eigentum an Produkten**, also hier an Gartengeräten. Dazu sammelten wir als erstes die Gartengeräte auf einem Flipchart, die in den Gärten der Teilnehmer vorhanden waren. Danach ließen wir die Gartenfreunde mit Klebepunkten die Geräte markieren, die sie selbst besitzen. Mit dem Punktekleben verbanden wir neben einer Aktivierung das Ziel, visuell zu verdeutlichen, wie häufig die gleichen Gartengeräte vorhanden sind. Die Verteilung der Eigentumshäufigkeit sollte uns außerdem Hinweise darüber liefern, ob sich die von uns erwarteten Zusammenhänge zwischen bestimmten Produktmerkmalen (z.B. Preis, Platzbedarf) und der Attraktivität von Eigentum bestätigen.

Um herauszufinden, ob von den Gartenfreunden das individuelle Eigentum an Gartengeräten überhaupt in Frage gestellt wird, fragten wir dann nach den Nachteilen von Eigentum an Gartengeräten²¹¹. Genannt wurden hier der **Platzmangel**, die **Anschaffungskosten**, die steigende **Gefahr eines Einbruchs** in die Gartenlauben sowie die Gefahr eines **Schadens beim Verleihen**.

Die bewußtgemachten Nachteile des Eigentums nahmen wir zum Anlaß, mit den drei Grundkonzepten Gemeinschaftsnutzung, Öko-Leasing²¹² sowie Dienstleistungen kurz die Alternativen zum Eigentum darzustellen, wobei sowohl die individuellen als auch die ökologischen Vorteile angesprochen wurden. Diese Darstellung und Strukturierung der Idee sollte die folgende Diskussion der Realisierungsmöglichkeiten vorbereiten. Dabei haben wir jeweils erst nach bereits gewonnenen Erfahrungen und dann nach Vor- und Nachteilen der Inanspruchnahme bzw. nach Abgrenzung des sinnvollen Anwendungsbereichs gefragt. Sofern die genannten Vorteile nur aus der Vermeidung der Nachteile des Eigentums bestanden, werden sie hier nicht gesondert aufgelistet.

²¹⁰ Diese Diskussion wurde auch nach Abschluß unserer Diskussionsrunde wieder aufgenommen.

²¹¹ Die Vorteile wurden nicht explizit abgefragt. Daß sie gesehen werden, zeigt schon die Verbreitung des Eigentums. Außerdem lassen sich weitere Argumente für Eigentum aus der Kritik an den später diskutierten Alternativen ableiten.

²¹² Aus Gründen der Vereinfachung haben wir uns bei der Darstellung des Öko-Leasings auf Nutzungszeit-Leasing bzw. Miete beschränkt.

Gemeinschaftsnutzung wird nur in Form des **Gemeinschaftseigentums** an den Geräten Schredder, Vertikutierer und Kettensäge praktiziert. Als Gründe, die prinzipiell gegen diese Form der Gemeinschaftsnutzung sprechen, wurden die **beschränkte Verfügbarkeit**, die **mangelnde Verantwortungsübernahme** und **Sorgfalt** der Miteigentümer sowie Probleme bei der Regelung von **Pflege** und **Unterstellmöglichkeit** genannt. Zur Anschaffung gemeinschaftlich nutzbarer **vereinseigener Gartengeräte** bestand keine Bereitschaft. In diesem Zusammenhang wiesen die Gartenfreunde auf einen mißlungenen Versuch des Geräteverleihs durch den Verein hin, bei dem die bereitgestellten Geräte innerhalb kurzer Zeit unbrauchbar waren, da mit diesem Gemeinschaftseigentum wenig pfleglich umgegangen wurde²¹³.

Mitnutzung von Geräten des Nachbarn kam für die Diskussionsteilnehmer nur für den Notfall, nicht jedoch regelmäßig in Frage, da sie *"immer mit Ärger verbunden"* sei.

Der **Anwendungsbereich** der Gemeinschaftsnutzung an Gartengeräten wurde also auf gemeinsames **Eigentum kleiner, untereinander bekannter Gruppen an teuren, selten genutzten Produkten** beschränkt.

Erfahrungen mit **Miete** von Geräten für die Bewirtschaftung des Gartens bestehen bisher nur bei Vertikutierern, Schreddern und Betonmischern. Als Argument gegen die Miete nannten die Gartenfreunde insbesondere den in der Regel **hohen Mietpreis**. Weiterhin wurden Bedenken gegenüber einer möglicherweise **nicht konstanten Qualität** laut. Auch der entstehende **Zeitdruck** bei einer zeitbezogenen Miete bemängelte ein Gartenfreund, da man hier *"immer Geld im Nacken"* spüre. Als weiterer Gesichtspunkt wurden die Transaktionskosten in Form der **Beschaffungsmühe** (Hinbringen und Abholen) genannt. Auch die **beschränkte Verfügbarkeit** sahen die Gartenfreunde als Nachteil an. In bezug auf gemeinschaftlich zu nutzende Mietgeräte (z.B. Groß-Schredder) hielt man zwar die Wirtschaftlichkeit für gegeben, kritisierte jedoch den erforderlichen **Organisationsaufwand**.

Letztlich kommt auch die Miete genau wie die Gemeinschaftsnutzung nach Meinung der Diskussionsteilnehmer nur für **teure, selten genutzte** Geräte in Frage.

Dienstleistungen im Gartenbereich wurden bis dato nur bei der Gartenneugestaltung oder von Gartenfreunden in Anspruch genommen, die aufgrund körperlicher Gebrechen bestimmte Tä-

²¹³ *"Wir haben auf das gute Gewissen gesetzt und haben genau daneben gesetzt."*

tigkeiten nicht mehr selbst verrichten können. Prinzipiell lehnte man diese Alternative jedoch ab, da die **Gartenarbeit** übereinstimmend als integraler Bestandteil des Kleingärtnerlebens gesehen wurde, die für die Diskussionsteilnehmer durchaus "**Freizeitwert**" besitzt, "**Spaß**" macht und als positives "**Erlebnis**" wahrgenommen wird. Außerdem verbanden einige Teilnehmer mit der Vorstellung, Fremde in seinem Garten arbeiten zu lassen, ein Gefühl der **Unsicherheit**. Auch den notwendigen **Organisationsaufwand** und die erwarteten hohen **Kosten** nannte man als Nachteil.

Um die Relevanz des Kostenarguments im Vergleich mit den anderen Begründungen zu prüfen, stellten wir die Nachfrage, wie die Einstellung gegenüber einem fiktiven, nicht-kommerziellen Dienstleistungsangebot wäre. Wir nannten als Beispiel einen entsprechenden Service durch die Stadt zur Unterstützung der Pflege Hannoverscher Grünflächen. Es zeigte sich, daß die finanziellen Argumente wohl tatsächlich nicht dominierend waren, da keinerlei Bereitschaft bestand, auf ein derartiges Angebot einzugehen. Neben den bereits genannten Argumenten sahen die Gartenfreunde hier die **Gefahr einer Vereinheitlichung** der Gärten bzw. fehlender Gestaltungsfreiheit für die Auftraggeber²¹⁴. Höchstens für die jetzt durch Gemeinschaftsarbeit instandgehaltenen Bereiche und dabei insbesondere für aufwendigere Vorhaben konnte man sich eine Attraktivität derartiger nicht-kommerzieller Dienstleistungen vorstellen.

Bei der abschließenden **Meta-Diskussion** wurde die offene Gesprächsatmosphäre als positiv hervorgehoben. Allerdings bemängelten die Teilnehmer die Präsentation der Eingangsthese ("Ich wäre lieber Eigentümer meines Gartens!"), bei der sie sich nicht gleich vorstellen konnten, was eine Umwandlung der Eigentumsverhältnisse für Folgen hätte. Allerdings war die Diskussion, die sich aus dem Gegensatz von Spontanreaktionen und reflektierter Meinungsbildung ergab, unseres Erachtens sehr ergiebig, so daß die Ergebnisse das Vorgehen rechtfertigen²¹⁵.

²¹⁴ Diese Angst ist auch eine Reaktion auf eine von der Stadt gestaltete Neuanlage, bei der von der Laube bis zu den Sträuchern alle Gärten gleich aussehen würden.

²¹⁵ Die Kritik könnte auch durch Dissonanzen aufgrund der Revidierung der eigenen Meinung hervorgerufen worden sein. So fiel gerade bei der Diskussion der These und auch noch bei der Meta-Diskussion häufig die entschuldigende Bemerkung "*Das habe ich nicht bedacht*".

1.2. Kleingartenverein Vereinigte Steintormasch/ Kolonie Dornröschen

Die zweite Kleingärtner-Diskussionsrunde fand in der Radieschen-Klause der Kolonie Dornröschen im Kleingärtnerverein Vereinigte Steintormasch (814 Pächtern in fünf Kolonien)²¹⁶ statt. An dieser Diskussionsrunde nahmen 12 Gartenfreunde teil.

Die **vereinsweite Gemeinschaftsnutzung** erstreckt sich im Prinzip auf die gleichen Einrichtungen wie in der Kolonie Lister Damm²¹⁷. Die Pflege des Gemeinschaftseigentums erfolgt auch hier durch die Gemeinschaftsarbeit, wobei jeder Pächter jährlich sechs Stunden abzuleisten hat, sich von dieser Pflicht aber durch Zahlung von 15 DM für jede nicht geleistete Stunde freikaufen kann. Wie in der ersten Diskussionsrunde wurde in diesem Zusammenhang der gemeinschaftsstiftende Aspekt der Arbeitseinsätze betont. Zwar äußerte man größeren Unmut darüber, daß es immer die gleichen seien, die sich an Gemeinschaftsarbeit beteiligten²¹⁸, dennoch gelang es auch hier, die für notwendig erachtete Arbeit zu leisten.

Die These, daß man lieber **Eigentümer des Gartens** wäre, fand in dieser Diskussionsrunde allgemeine Zustimmung (einmal "stimme voll zu"; elfmal "stimme zu"). Diese Bewertung wurde mit dem Wunsch nach "**mehr Rechten**" bzw. "**größerer Freiheit**" begründet - obwohl niemand einen konkreten Bereich benennen konnte, in dem er sich durch den Verein eingeeengt fühlte. Außerdem entgegnete eine Minderheit, daß **Eigentum mit nicht minder bedeutsamen Pflichten verbunden** sei. Andererseits wurden auch in einer Vereinsorganisation wenig Positives gesehen. Man betonte, daß einerseits **Gemeinschaft auch ohne Verein möglich** sei, und andererseits das Gemeinschaftsleben im Verein ohnehin seit geraumer Zeit "**den Bach runter**" gehe. Bedenken gegen eine Umwandlung in Eigentum wurden eher im Hinblick auf mögliche **Rücksichtslosigkeiten durch Nachbarn** laut, da die jetzt gültige Gartenordnung dann schwerer durchsetzbar wäre. Trotz dieser Skepsis gegenüber Eigentum war bei der Bitte um eine zweite Stellungnahme niemand bereit, seine geäußerte Meinung zu ändern.

²¹⁶ Dabei handelt es sich nach Aussage des Vereinsvorsitzenden um den größten Kleingärtnerverein Norddeutschlands.

²¹⁷ Nicht genannt wurden Heckenschere und Rasenmäher; stattdessen führte man das Festzelt, die Wasser- und Stromgemeinschaft sowie den Düngerschuppen auf, der ehemals für gemeinsame Torflagerung benutzt wurde, die man später aus ökologischen und organisatorischen Gründen einstellte.

²¹⁸ Dies scheint hier ein größeres Konfliktpotential in sich zu bergen, das auch während der Diskussion offen ausbrach.

Nach der Sammlung des **Eigentums an Gartengeräten** stellten wir hier zusätzlich die Frage, ob der Besitz besserer oder schlechterer Geräte zu **Stolz oder Neid** gegenüber dem Nachbarn führe. Dies wurde jedoch allgemein **verneint**.

Auf die Fragen nach den **Nachteilen von Eigentum** nannten die Gartenfreunde auch hier **Platzmangel, Anschaffungskosten** und **Diebstahlsgefahr**. Zudem sah man den **Verlust der Gemeinschaftsstiftung** durch unterbleibende Mitnutzung. Negativ angemerkt wurde auch das Gefühl, **zur Nutzung seines Eigentums verpflichtet zu sein**. Als Eigentümer von Gartengeräten verrichtet man bestimmte Arbeiten also nicht nur, weil man sie für unbedingt notwendig hält, sondern auch, um seine teuren Geräte zum Einsatz zu bringen.

Gemeinschaftsnutzung erstreckte sich bisher ebenfalls auf Schredder und Vertikutierer - und zwar sowohl als **Gemeinschaftseigentum** als auch als **Mitnutzung**. Zudem wurde bei der Kettensäge eine Mischform aus Mitnutzung und Auftrags-Dienstleistung praktiziert, indem die Besitzer von Kettensägen unentgeltlich Nachbarschaftshilfe leisten. Als Nachteile der Gemeinschaftsnutzung sah man auch hier die **beschränkte Verfügbarkeit** und die **Notwendigkeit zur Terminabsprache**. **Vereinsweite Gemeinschaftsnutzung** von Geräten wurde wegen zu großer **Verantwortung** und zu großem **Aufwand** für die Betreiber abgelehnt. Dafür einen Betreiber einzustellen, erschien als **zu teuer**.

Erfahrungen mit **Miete** bestanden mit Vertikutierern und Werkzeugen wie Schlagbohrmaschine und Betonmischer. Als Gegenargument wurde nur der **Mietpreis** genannt. Abgesehen davon war jedoch eine prinzipielle Ausleihbereitschaft insbesondere für **teure und selten genutzte** Geräte vorhanden.

Gegen die Inanspruchnahme von **Dienstleistungen** durch ein Gartenbauunternehmen spricht nach Meinung der Gartenfreunde die *"Zerstörung des Gartengedankens"*, der gerade auch in dem *"Spaß an der Freizeit-Arbeit"* besteht²¹⁹. Zudem wurden die **Kosten** genannt. Attraktiv seien Dienstleistungen **nur für außergewöhnliche Arbeiten**, die auch in Nachbarschaftshilfe nicht leistbar sind.

²¹⁹ Zudem ist in dem Kleingartenpachtvertrag festgelegt, daß jeder Pächter seinen Garten selbst zu bewirtschaften hat.

2. Die Car-Sharer

2.1. teilAuto Hannover

Das Projekt teilAuto wird organisiert durch Ökostadt Hannover e.V.. Dieser Verein hat ungefähr 430 Mitglieder, von denen ca. $\frac{3}{4}$ auch teilAuto-Nutzer sind. Das Projekt teilAuto existiert seit September 1992 und unterhält in der Zwischenzeit 14 Autos in Hannover, Hildesheim und Burgdorf. Ökostadt e.V. Hannover ist Mitglied und beherbergt die Hauptgeschäftsstelle des *Bundesverbandes für organisiertes Autoteilen e.V (boa)*. Um teilAuto-Nutzer werden zu können, muß eine Einlage von 950 DM gezahlt werden, die am Ende der Mitgliedschaft wieder ausbezahlt wird. Das Gespräch mit 9 teilAuto-Nutzern fand im Umweltzentrum Hannover statt.

Der erste Themenkomplex befaßte sich mit den **Erwartungen** und Befürchtungen, die die Teilnehmer vor dem Beitritt zu teilAuto hatten. Alle Teilnehmer wollten auf die Nutzung eines Pkws nicht verzichten, da sie die situativen Vorteile des Individualverkehrs akzeptierten. Man erwartete durch den Beitritt eine optimierte Befriedigung der eigenen Mobilitätsbedürfnisse. Ein weiteres, häufig geäußertes Argument war der erhoffte **Bequemlichkeitszugewinn** im Vergleich zum eigenen Auto. Als unbequem wurden z.B. die zeitintensive Parkplatzsuche sowie die oft zusätzlich entstehenden Kosten in Form von Strafzetteln empfunden. Gleiches galt für die notwendigen Wartungs-, Reparatur- und Pflegearbeiten am eigenen Pkw. Eine weitere Erwartung bezog sich auf die **Zuverlässigkeit** der teilAuto-Fahrzeuge. Man wollte sich von dem Streß befreien, den die Unzuverlässigkeit mancher Privatwagen erzeugt. Neben der räumlichen Verfügbarkeit wurde auch in funktionaler Hinsicht ein Vorteil darin gesehen, daß man nun bedarfsgerecht auf **verschiedene Fahrzeugtypen** zurückgreifen könne. Ein Vorteil wurde auch hinsichtlich der **Kosten** erwartet, da man prinzipiell nicht mehr soviel arbeiten müsse, um sein Auto zu finanzieren²²⁰. Mehrfach wurde die nutzungsabhängige Bezahlung als erwarteter Vorteil genannt, da die Kosten des eigenen Mobilitätskonsums transparenter würden. Die Aussicht, bezüglich des eigenen Automobilkonsums **Unabhängigkeit** zu erlangen und nicht mehr auf den zu Dank verpflichtenden "goodwill" von Freunden und Bekannten angewiesen zu sein wurde ebenfalls als positiv erachtet. Die Erwartung, durch den Beitritt **ökologisch zu handeln**, war bei allen Teilnehmern vorhanden, wenn auch eher als "Abfallprodukt" der zu treffenden

²²⁰ Dies ist letztlich gleichbedeutend mit dem Denken in Opportunitätskosten.

Entscheidung. D.h., die Veränderung gesellschaftlicher Konsumstrukturen wurde durch die eigene Entscheidung nicht primär bezweckt. Vielmehr standen funktionale und individuelle Gründe im Vordergrund.

Die Anzahl der geäußerten **Befürchtungen** war naturgemäß geringer als die der Erwartungen, da man sonst vermutlich auch nicht Mitglied geworden wäre. Die größten Befürchtungen existierten hinsichtlich der **Zuverlässigkeit** der neuen und jungen Organisation, die sich z.B. in Äußerungen wie *"ist denn auch immer ein Auto da, wenn ich eines brauche"* niederschlugen. Ebenso wurde die mangelnde Termintreue der anderen Vereinsmitglieder befürchtet. Aber auch das Risiko in einen neuen Verein mit 950 DM Einlage einzusteigen ist von manchem Teilnehmer als hoch empfunden worden, da am Anfang nicht klar war, ob sich die Organisation langfristig tragen kann²²¹. Allerdings wurde das wahrgenommene Risiko zum Teil auch als positiv empfunden, spiegelte sich darin doch der eigene Mut wieder, etwas zu verändern. Des Weiteren sahen einige Diskussionsteilnehmer in dem Schritt, das eigene Auto zu verkaufen, eine *"gefühlsmäßige Hemmschwelle"*, die ihnen bewußt machte, wie stark auch ihre Bindung an das Automobil ist.

Nachdem wir uns so ein Bild der persönlichen Situation vor dem Beitritt zu teilAuto gemacht hatten, fragten wir nach positiven und negativen **Erfahrungen** der Teilnehmer. Alle Anwesenden gaben an, ihr **Nutzungsverhalten** stark geändert zu haben. Zum einen war die absolute Anzahl der Fahrten zurückgegangen und zum anderen wurden die seltener gewordenen Fahrten besser geplant und bislang einzeln durchgeführte Fahrten gebündelt. Diese **Selbstdisziplinierung** führten die Teilnehmer auf die Kostentransparenz und den erschwerten Zugriff auf das Auto zurück. Das wurde zwar einerseits positiv bewertet, doch fiel einigen die Gewöhnung an den notwendig gewordenen Planungsmehraufwand schwer. Ebenso mißfiel manchem die Spontanitätseinschränkung. Allerdings hatte keiner das Gefühl, wirklich auf etwas zu verzichten. Vielmehr berichteten einige von der Erfahrung, sich durch den Verzicht auf das Auto auch neue, positiv bewertete Gewohnheiten zueigen gemacht zu haben. So wurde beispielsweise der Fahrradanhänger für den samstäglichen Großeinkauf entdeckt, weil dieser auf Dauer billiger ist als die Miete des teilAutos.

Sehr häufig betonte man, daß Autofahren anstrengend sei und man deswegen froh sei, wenn man seinen Bedarf nach Mobilität durch andere Verkehrsträger, bevorzugt die Bahn, befriedigen könne und nur in den Fällen auf das Auto zurückgreifen müsse, in denen es einen echten Bequemlichkeitsvorteil erzeugt. In diesem Zusammenhang wurden die Vorteile des Vereins im bundesweiten Verbund mit anderen Car-Sharing-Organisationen gelobt, die einem die Nutzung der Autos anderer Organisationen ermöglicht. Hinsichtlich der Kosten war man sich weitgehend einig, daß Car-Sharing die billigere Alternative zum Auto darstellt. Auch die Tatsache, daß bei jedem gefahrenen Kilometer real ein Kostenzähler tickt, wurde nicht als negativ empfunden. Die bestehende Tarifstruktur kritisierte nur eine Minderheit wegen der fehlenden Urlaubs- und Wochenendtarife, die einen Teilnehmer schon von der Nutzung des teilAutos zugunsten eines privat geliehenen Wagens abbrachten.

Im **sozialen Umfeld** der Teilnehmer konnten Reaktionen von Anerkennung bis Verwunderung festgestellt werden. Ein Teilnehmer wies explizit auf die in unserer Gesellschaft leichter erzielbare Individualität ohne Auto hin, da jeder ein Auto besäße. Als äußerst positiv wurde durch die Teilnehmer die Organisationsform im Verein herausgehoben. Diese gewährleiste ein großes Maß an Mitbestimmung und die Möglichkeit, sich und seine Vorstellungen mit einzubringen. Das **Vereinsleben** selbst wurde neutral bis positiv bewertet. Besonders schätzte man den offenen Umgang der Mitglieder untereinander²²². Auch die Tatsache, "*moralisch ein bißchen in die Pflicht genommen zu sein*", wurde z.T. als positiv gesehen.

Um die Relevanz des Vereinsgedankens für die Teilnehmer herauszuarbeiten und deren Einstellung hinsichtlich einer möglichen **Kommerzialisierung des Car-Sharing-Gedankens** zu beleuchten, konfrontierten wir die Diskussionsteilnehmer mit der These "Auch unter sonst gleichen Konditionen würde ich nicht mehr mitmachen, wenn ich wüßte, daß am Car-Sharing jemand verdient" und forderten sie auf, dazu mittels Klebepunkten auf einer fünfstufigen Ratingskala Stellung zu nehmen. Als Ergebnis erhielten wir folgende Meinungsverteilung:

²²¹ Allerdings wurde auch die Gegenmeinung geäußert, die das Risiko der 950 DM-Einlage in Relation zum Kauf eines eigenen Pkws in gleicher Preisklasse stellte. In diesem Fall "wisse man auch nicht, auf was man sich einlasse".

²²² Ein Neu-Hannoveraner bemerkte sogar, über den Verein und die dortigen Aktivitäten ganz bewußt neue Bekannte gesucht zu haben.

stimme voll zu	stimme zu	weiß nicht	lehne ab	lehne voll ab
1	4	2	2	0

Dem Aufkleben der Punkte ging eine heftige Diskussion der These voraus. Augenfällig war die mehrheitliche Ablehnung der **unbegrenzten Gewinnerzielung**. Dabei wurde die **fehlende Kontrolle** der Gewinnverwendung sowie deren Personengebundenheit kritisiert. Denkbar erschien den Teilnehmern das Gewinnprinzip nur, wenn man entweder den Unternehmer "*real kennen*" würde und es nicht mit einem anonymen Konzern zu tun hätte oder wenn durch die Gewinne andere, für wichtig erachtete Projekte unterstützt würden. Allerdings wurde auch vermutet, daß das Autoteilen so möglicherweise billiger werden könnte. Die durch die privatwirtschaftliche Führung begünstigte Entstehung von regulär bezahlten Arbeitsplätzen begrüßte man prinzipiell²²³. Die Teilnehmer waren der Meinung, daß der **Vereinsgedanke** und das Grundvertrauen der Mitglieder untereinander durch das privatwirtschaftliche Organisationsmodell ebenso ausgelöscht würden, wie das bislang durch die Mitglieder bewiesene soziale Engagement. "*Dann ist es nicht mehr unser Auto*" war eine spontane Äußerung. Dies spiegelte sich auch in der Aussage eines Teilnehmers wieder, daß man im Verein "*auch automatisch pfleglicher mit den Sachen umgeht, als mit seinem eigenen Auto, das man vielleicht hätte*". Hinsichtlich eines durch zunehmende Mitgliederzahlen eventuell notwendig werdenden Rechtsformwechsels wurde das genossenschaftliche Modell präferiert. In Nebengesprächen galt diese Rechtsform als "*ideologisch tragbar*". Eine Minderheitenmeinung fand es unproblematisch, daß ein Unternehmen am Schrumpfen der Autogesellschaft verdienen würde.

Spontan warfen wir dann die Frage nach eventuellen **Änderungswünschen** der derzeitigen Organisation auf. Bezüglich der verwendeten **Fahrzeugtypen** lag ein sehr heterogenes Meinungsbild vor. So wurde die Forderung nach sparsameren und kleineren Autos, die möglichst mit regenerativer Energie betrieben werden sollten, genauso erhoben wie der Wunsch nach Kauf eines Cabrios. An dieser Stelle entbrannte eine emotionale Grundsatzdiskussion darüber, ob Autofahren prinzipiell Spaß machen darf oder nicht. Für andere war die Frage des Fahrzeugtyps weniger entscheidend, da sie das Auto nach dem Stellplatz auswählten. Das **Alter des**

²²³ Dies ist vermutlich auf das latent schlechte Gewissen der Mitglieder hinsichtlich der gering bezahlten Geschäftsführung zurückzuführen.

Fahrzeuges wurde einheitlich unter der Prämisse der Zuverlässigkeit als irrelevant erachtet. Hinsichtlich der Nutzungsdauer war den Teilnehmern die zuverlässige Langlebigkeit wichtiger als eine unter finanziellen Gesichtspunkten optimierte Nutzungsdauer.

Den letzten Diskussionsabschnitt bildete ein Brainstorming zur Frage der **Übertragbarkeit** der Gemeinschaftsnutzungsidee auf andere Produktgruppen. Genannt wurden folgende Produkte und Produktgruppen, bei denen man sich die Gemeinschaftsnutzung vorstellen könnte: Surfbretter, Waschmaschinen, selten genutzte Werkzeuge und Küchengeräte, Fahrradanhänger und Rasenmäher. Das Brainstorming wurde sehr schnell durch die abstrakte Feststellung eines Teilnehmers abgeschlossen, daß **alle Dinge, die man nur selten brauche**, prinzipiell für die Gemeinschaftsnutzung in Frage kämen.

2.2. StattAuto Hamburg

Die *StattAuto CarSharing GmbH* hat ca. 600 Nutzer und wurde 1991 als Verein gegründet. Insgesamt werden ca. 60 Fahrzeuge in Hamburg, Lüneburg und Tornesch unterhalten²²⁴. Die Mindesteinlage beträgt 1000 DM.

Die Gruppendiskussion fand in den Räumlichkeiten von StattAuto in Hamburg mit 8 Nutzern statt.

Die Frage nach den **erwarteten Vor- und Nachteilen** des Car-Sharings grenzten wir in Hamburg zu Beginn deutlich von den Erfahrungen ab, die zu einem späteren Zeitpunkt besprochen werden sollten. Im Gegensatz zu den Teilnehmern in Hannover wurde das StattAuto in Hamburg zweimal explizit als **Zweitauto** der Familie bezeichnet. Beruflich nutzten das StattAuto zwei Teilnehmer.

Die **ökologischen Gründe** waren auch hier mehrheitlich nicht der Auslöser für die Entscheidung zum Beitritt bei StattAuto. Lediglich für einen Teilnehmer, der auch Gründungsmitglied ist, stellte die Realisierung eines innovativen Mobilitätskonzeptes einen wichtigen Beweggrund

²²⁴ Da im Sommer mehr Fahrzeuge für Urlaubsfahrten benötigt werden, schafft StattAuto die Neuwagen im Frühjahr an und verkauft die alten im Herbst. Dadurch schwankt der Bestand.

für die Gründung von StattAuto dar²²⁵. Ein Teilnehmer verwies darauf, daß er sich ohne StattAuto kein Auto leisten könne.

Als weiteren wichtigen Punkt hoben mehrere Teilnehmer die so zu erlangende **Unabhängigkeit** von Freunden und Bekannten hervor, von denen man sich bisher bei Bedarf ein Auto geliehen hat. Weitere Vorteile erwarteten die Hamburger wie die Hannoveraner durch einen **bequemen und einfachen Zugriff**, die **Zuverlässigkeit** der neuen Fahrzeuge und die **selbstdisziplinierende Kostentransparenz**. Eine Minderheit hatte bei der Gründung des Vereins erwartet, daß sich ein reges, über das reine Autoteilen hinausgehendes **Vereinsleben** entwickeln würde.

Befürchtet wurde von den Teilnehmern wie in Hannover, daß der Verein sich nicht langfristig tragen könne. Allerdings empfand man neben dem **finanziellen Risiko** auch das mögliche **Scheitern eines ökologischen Projekts** als negativ. Eine **mangelnde Zuverlässigkeit** der Organisation, der Pkws sowie der anderen Mitglieder war auch in Hamburg für viele Grund zur Besorgnis. Ein Teilnehmer gab sogar zu verstehen, daß er sich immer noch vor jeder Nutzung Sorgen mache, ob der Wagen auch da sei und anspringe. Ein anderer Teilnehmer befürchtete, daß sich sein Autokonsum durch den einfachen Zugriff auf einen Pkw erhöhen könne.

Im nächsten Diskussionsabschnitt fragten wir nach den **Erfahrungen** der Teilnehmer bei der StattAuto-Nutzung. Wie in Hannover stand auch in Hamburg die **Verhaltensänderung** der Teilnehmer im Vordergrund dieses Diskussionsabschnitts. Mehrheitlich wurde die reduzierte Nutzung seit dem Beitritt sowie die bessere Organisation und Bündelung der Fahrten angesprochen und, abgesehen von der dadurch eingeschränkten Spontanität, als positiv bewertet. Interessanterweise bemerkte ein Teilnehmer, daß er, seit sein Auto nicht mehr vor dem Haus stehe, mehr Gelassenheit bei der Autonutzung entwickelt habe. Das Nutzungsverhalten habe sich dem der Bahn angenähert, zu deren Nutzung man auch erst zum Bahnhof gelangen müsse. Das **Freizeitverhalten** der Teilnehmer wurde durch die Kostentransparenz der Einzelfahrt mehrheitlich stark verändert. Die Autonutzung reduzierte sich zugunsten anderer Verkehrsträ-

²²⁵ Zu einem späteren Diskussionszeitpunkt erzählte dieser Teilnehmer, daß die Mitglieder zu Anfang die Autos viel zu selten nutzten und die Auslastung sehr gering war. Daher fuhr er damals aus Solidarität zum Verein mehr als heute.

ger wie beispielsweise dem Fahrrad. Diesen Lern- und Umstellungsprozeß empfanden manche Teilnehmer als gewöhnungsbedürftig, und er deckte sich auch nicht mit den Erwartungen vor dem Beitritt.

Positive Erfahrungen machten die Teilnehmer auch im Hinblick auf die insgesamt gesunkenen **Kosten** der Autonutzung im Vergleich zum Verleih oder Eigentum und mit dem guten und bequemen **Funktionieren der Organisation**.

Das **soziale Umfeld** der Teilnehmer reagierte ähnlich wie das in Hannover. Nach anfänglicher Befremdung wurde das ökologische Handeln der Teilnehmer zunehmend honoriert. Unter großer Zustimmung bemerkte ein Teilnehmer, daß man sich als StattAuto-Mitglied das Leben angenehmer machen könne und trotzdem "*zu den Guten*" gehöre. Da man nicht völlig auf das Auto verzichtet, machten einige die Erfahrung, daß man in seinem sozialen Umfeld nicht als "*sturer Autogegner*" eingestuft wird, was insgesamt zu konstruktiveren Auseinandersetzungen führe.

Als negative Erfahrungen wurden **Unzuverlässigkeiten** der Autos, der Schlüsseltresore und der Nutzer sowie die **ungenügende Dezentralität** des Fahrzeugparks genannt.

Im folgenden Diskussionabschnitt wollten wir im Gegensatz zur Diskussion in Hannover wissen, wie die bereits vollzogene **Professionalisierung der Organisation** durch die Teilnehmer bewertet wird. Es bestand ein Konsens, daß die Gesellschaftsordnung der GmbH sehr demokratisch sei. Der Geschäftsführer stellte nochmals dar, daß man aufgrund der immer größer werdenden Geldbeträge die Rechtsform vom Verein, in dem der Vorstand persönlich haftet, zur haftungsbeschränkten GmbH umwandelte, da einigen Vorstandsmitgliedern das finanzielle Risiko zu groß geworden sei. Eine Minderheit gab zu erkennen, daß ihnen ein genossenschaftliches Modell lieber gewesen wäre. Die direkt gestellte Frage, ob denn seit dem Rechtsformwechsel ein Rückgang der ehrenamtlichen Tätigkeiten zu beobachten sei, wurde vom Geschäftsführer verneint. Es gibt immer noch viele Mitglieder, die manchmal bis zu 3 Halbtage pro Woche unentgeltlich im Büro mithelfen. Der **Vereinsgedanke** ist auch weiterhin für viele Mitglieder wichtig, doch könne man das heute anfallende Arbeitsvolumen nicht mehr ohne Angestellte bewältigen. Das **Wachstum der GmbH** wurde unterschiedlich bewertet. Zum einen freuten sich die Teilnehmer über den Erfolg der Idee, sahen aber auf der anderen Seite auch die Gefahr einer zunehmenden Formalisierung der Organisation, die dadurch ihren Vereinscharakter verlöre.

Der 6. Abschnitt sollte analog zur Diskussion in Hannover die Frage klären, ob eine **Übernahme des Car-Sharing-Gedankens durch kommerzielle Anbieter** wie Sixt oder ADAC von den Teilnehmern akzeptiert würde. Mehrheitlich stießen die Teilnehmer dabei auf eine innere emotionale Barriere, da das **Mißtrauen** gegenüber profitorientierten Großunternehmen überwog. Allerdings hätten die Teilnehmer kein Problem damit, wenn ein Großunternehmen mit dem ehrlichen Vorsatz der Verkehrsreduktion antreten würde und damit Geld verdient. Aber es wurde die Gefahr gesehen, daß die Unternehmen die bestehenden Car-Sharing-Organisationen durch Dumpingpreise vom Markt verdrängen, um dann die eigenen Aktivitäten mit dem Hinweis auf die mangelnde Funktionsfähigkeit des Modells wieder einzustellen. Dem "Öko-Konzern Greenpeace" würde man schon mehr Vertrauen schenken, wenn dieser die Car-Sharing Aktivitäten in größerem Maßstab bündelte. Zudem wurde dem Vereinsgedanken an dieser Stelle der Diskussion viel Aufmerksamkeit zuteil. StattAuto bedeute eben mehr als eine reine Dienstleistung, StattAuto heiße "*Teilnehmen und Teilhaben*".

In der **Meta-Diskussion** äußerte sich eine Teilnehmerin besorgt, ob denn, neben allen funktionalen und finanziellen Argumenten für das Car-Sharing, die Wichtigkeit des ökologischen Gedankens für die Teilnehmer auch hinreichend zum Ausdruck gekommen sei. Es ginge eben auch darum, seinen Teil zur Bewältigung der Umweltkrise beizutragen.

Anhang 4: Personalbögen für die Teilnehmer der Gruppendiskussionen**Persönliche Daten (anonym!)**

1. Geschlecht: weiblich
männlich
2. Alter: ____ (bitte eintragen)
3. Schulabschluß: ohne Schulabschluß
Volks-/ Hauptschulabschluß
Mittlere Reife
Fachhochschulreife
Abitur
4. Berufsabschluß: ohne Abschluß
Lehre/ Ausbildung
Berufsfachschule
Meister/ in
Fachhochschule
Universität
Sonstiges _____
5. Anzahl der Personen im Haushalt: ____ (bitte eintragen)
6. Ungefähres Monats-Netto-Einkommen des Haushalts:
ca. _____ (bitte eintragen)
7. Sind Sie Mitglied in einem Umweltverband?
Wenn ja, in welchem: _____

8. Ergänzen Sie bitte folgende Aussage:

Alles in allem erscheint mir die derzeitige Bedeutung des Umweltschutzes in der Bundesrepublik als

viel zu hoch	etwas zu hoch	angemessen	etwas zu gering	viel zu gering

Fragen 9. & 10. nur bei den Car-Sharern

9. Hätten Sie einen eigenen Pkw, wenn es teilAuto/ StattAuto nicht gäbe? (Bitte nur be antworten, wenn Sie z.Zt. kein eigenes Auto besitzen!!!):

ja nein

10. Bitte ergänzen:

Vor meinem Beitritt zu teilAuto/ StattAuto fuhr ich jährlich
ca. _____ km mit dem Pkw.

Seit ich teilAuto/ StattAuto-Mitglied bin, fahre ich jährlich
ca. _____ km mit dem Pkw.

Literaturverzeichnis

- ADAC (1995):** ADAC-Zeit-Mobil. Teilnahmebedingungen und Preisliste, Faltblatt, München
- Adlwarth, W. (1983):** Formen und Bestimmungsgründe prestigegeleiteten Konsumverhaltens, München
- Ankele, K.; Rubik, F. (1994):** Mit Produktbilanzen zum ökologischen Produkt, in: Altner, G.; Mettler-Meibom, B.; Simonis, U.E.; Weizsäcker, E.U.v. (Hrsg.): Jahrbuch Ökologie 1995, München, S. 213-221
- Arndt, H.-K.; Leinkauf, S.; Sartorius, C.; Zundel, S. (1993):** Elemente volkswirtschaftlichen und innerbetrieblichen Stoffstrommanagements (Ökoleasing, Chemiedienstleistung). Bericht für die Enquête-Kommission "Schutz des Menschen und der Umwelt", unter Mitarbeit von Groth, K.; Schmidt, A., IÖW, Berlin
- Banerjee, B.; McKeage, K. (1994):** How Green is My Value: Exploring the Relationship Between Environmentalism and Materialism, in: Allen, C.T.; Roedder-John, D. (eds.): Advances in Consumer Research, Vol. 21, Provo, S. 147-152
- Bänsch, A. (1994):** Die Planung der Lebensdauer von Konsumgütern im Hinblick auf ökonomische und ökologische Ziele, in: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, 40. Jg., H. 3, S. 232-256
- Bauer, H.H. (1995):** Marktliche Einzeltransaktion und Geschäftsbeziehung sowie Sach- und Dienstleistung als jeweils eigenständige Erkenntnisobjekte?, in: Marketing ZFP, 17. Jg., H. 1, S. 44-47
- Baum, H.; Pesch, S. (1994):** Untersuchung der Eignung von Car-Sharing im Hinblick auf Reduzierung von Stadtverkehrsproblemen - Schlußbericht, Forschungsbericht FE-Nr.70421/93 im Auftrag des Bundesverkehrsministers für Verkehr, Institut für Verkehrswirtschaft an der Universität zu Köln
- Beck, U. (1986):** Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne, Frankfurt a.M.
- Beck, U. (1991):** Die Soziologie und die ökologische Frage, in: Berliner Journal für Soziologie, H. 3, S. 331-341

- Becker, A. (1995):** Umweltschutz - Abschied von den Illusionen. Neue Strategien für den ökologischen Wandel, Reinbek bei Hamburg
- Becker, L. (1977):** Property rights: Philosophic Foundations, London
- Beier, U. (1993):** Der fehlgeleitete Konsum. Eine ökologische Kritik am Verbraucherverhalten, Frankfurt a.M.
- Belk, R.W. (1988):** Possessions and the Extended Self, in: Journal of Consumer Research, Vol. 15, S. 139-168
- Belk, R.W.; Wallendorf, M.; Sherry, J.; Holbrook, M.; Scott, R. (1988):** Collectors and Collecting, in: Houston, M (ed.): Advances in Consumer Research, Vol. 15, S. 548-553
- Bellmann, K. (1990):** Langlebige Gebrauchsgüter - Ökologische Optimierung der Nutzungsdauer, Wiesbaden
- Berekoven, L.; Eckert, W.; Ellenrieder, P. (1987):** Marktforschung: methodische Grundlagen und praktische Anwendung, Wiesbaden
- Berry, L.L.; Maricle, K.E. (1973):** Konsum ohne Eigentum: Die Marketingchance für heute und morgen, in: Hansen, U.; Stauss, B.; Riemer, M. (Hrsg.): Marketing und Verbraucherpolitik, Stuttgart 1982; Original: Consumption without Ownership: Marketing Opportunity for Today and Tomorrow, in: MSU Business Topics, Spring 1973, S. 33-41
- Binswanger, M. (1992):** Information und Entropie: Ökologische Perspektiven des Übergangs zu einer Informationswirtschaft, Frankfurt a.M., New York
- Bischof, N. (1985):** Das Rätsel Ödipus. Die biologischen Wurzeln des Urkonfliktes von Intimität und Autonomie, München, Zürich
- BMU (1994a):** Sachstand Kreislaufwirtschafts- und Abfallgesetz, 01.03.94. Eine Information des Referates für Öffentlichkeitsarbeit des BMU, Bonn
- BMU (1994b):** Umwelt, Sonderteil: Gesetz zur Vermeidung, Verwertung und Beseitigung von Abfällen, 9/94, Eine Information des Bundesumweltministeriums, Bonn

- BMU (1996):** Bundesregierung nimmt Selbstverpflichtung zur Altautoentsorgung entgegen, BMU-Pressemitteilung, 9/ 96, Bonn
- Böbel, I. (1988):** Eigentum. Eigentumsrechte und institutioneller Wandel, Berlin u.a.
- Bode, M. (1993):** Der Ansatz des symbolischen Konsumentenverhaltens in der wissenschaftstheoretischen Diskussion der Konsumforschung, muk Premium 4, Lehrstuhl Markt und Konsum, Uni Hannover
- Bongaerts, J.C.; Hempten, S. (1993):** Rechtliche Instrumente zur Lenkung von Stoff- und Abfallströmen, in: Schenkel, W. (Hrsg.): Ein Recht auf Abfall? Versuch über das Märchen vom süßen Brei, Berlin, S. 135-146
- Bongaerts, J.C.; Hempten, S.; Kozel, I. (1993):** Anforderungen an eine Kreislaufwirtschaft, in: Altner, G.; Mettler-Meibom, B.; Simonis, U.E.; Weizsäcker, E.U.v. (Hrsg.) Jahrbuch Ökologie 1994, München, S. 109-119
- Börlin, M.; Stahel, W. (1993):** Strategien der Langzeitprodukte, der Produktdauerverlängerung und der effizienten Produkt-Nutzung, Studie im Auftrag des TAB für das TA-Projekt "Abfallvermeidung und Hausmüllentsorgung - Vermeidung und Verminderung von Haushaltsabfällen", Institut de la duree, Genf
- Bourdieu, P. (1988):** Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft, 2. A., Frankfurt a.M.
- Braungart, M. (1991):** Öko-Leasing und Demontage. Intelligente Produkte als Lösung für Umweltprobleme durch Gebrauchsgüter, aus: Geißler, H. (Hrsg.): Unternehmenskultur und -vision, Frankfurt a.M. u.a.; Wiederabdruck in: Griebhammer, R. (Hrsg.) (o.J.): Produktlinienanalyse und Ökobilanzen, ÖKO-INSTITUT-Werkstattreihe, Freiburg, Darmstadt, S. 36-37
- Braungart, M. (1994a):** Ein Wirtschaftssystem für intelligente Produkte, in: Hockerts, K. u.a. (Hrsg.): Kreislaufwirtschaft statt Abfallwirtschaft. Optimierte Nutzung und Einsparung von Ressourcen durch Öko-Leasing und Servicekonzepte, Ulm, S. 45-55

- Braungart, M. (1994b):** Servicekonzepte für die Chemische Industrie, in: Hockerts, K. u.a. (Hrsg.): Kreislaufwirtschaft statt Abfallwirtschaft. Optimierte Nutzung und Einsparung von Ressourcen durch Öko-Leasing und Servicekonzepte, Ulm, S. 107-114
- Braungart, M.; Engelfried, J. (1993):** Ein Wirtschaftssystem für “intelligente Produkte” anstatt einer High-Tech-Abfallwirtschaft. Voraussetzungen und Handlungsnotwendigkeiten, EPEA-Umweltinstitut, Hamburg
- Braunmühl, W. von; Grawe, J. (1992):** Die Zukunft der Energiewirtschaft. Ein Streitgespräch, in: Das Magazin, 3.Jg., H. 3, hrsg. vom Wissenschaftszentrum Nordrheinwestfalen, S. 6-8
- Breitfeld, L. (1994):** Chancen für Öko-Leasing, in: Hockerts, K. u.a. (Hrsg.): Kreislaufwirtschaft statt Abfallwirtschaft. Optimierte Nutzung und Einsparung von Ressourcen durch Öko-Leasing und Servicekonzepte, Ulm, S. 211-216
- Brocker, M. (1992):** Arbeit und Eigentum, Darmstadt
- Brockhaus (1988):** Enzyklopädie in 24 Bänden, Stichwort Eigentum, Band 6, S. 154-158
- Buhbe, M. (1980):** Ökonomische Analyse von Eigentumsrechten; Frankfurt a.M. u.a.
- Büllingen, F. (1995):** Wenn die Katze in die Mikrowelle gerät. Zu den Folgen des Produkthaftungsgesetzes, in: Wechselwirkung, Februar '95, S. 43-47
- BUND; Misereor (Hrsg.) (1996):** Zukunftsfähiges Deutschland. Ein Beitrag zu einer global nachhaltigen Entwicklung, Studie des Wuppertal Instituts für Klima-Umwelt-Energie GmbH, Basel u.a.
- Clute-Simon, E. (1995):** Im Winter Kombi, im Sommer Cabrio, in: Die Zeit, Nr. 37/ 1995, S. 24
- Coase, R. (1937):** The nature of the firm, in: *Economica* Vol.4 n.s. 1937; S. 386-405; Wiederabdruck u.a. in: Coase, R. (1988): *The Firm, the market and the law*; Chicago 1988, S. 33-56

- Cogoy, M. (1994):** Eco- Efficiency, Economic Efficiency and Time-Efficiency in Private Consumption. Paper prepared for the "Eco-Efficient Services Workshop" at the Wuppertal Institute, 18-20 Sept. 1994, Uni Triest
- Conrady, R. (1990):** Die Motivation zur Selbstdarstellung und ihre Relevanz für das Konsumentenverhalten, Frankfurt a.M. u.a.
- Deutsch, C. (1994):** Abschied vom Wegwerfprinzip. Die Wende zur Langlebigkeit in der industriellen Produktion, Stuttgart
- Diekmann, A.; Preisendörfer, P. (1992):** Persönliches Umweltverhalten - Diskrepanzen zwischen Anspruch und Wirklichkeit, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 44. Jg., H. 2, S. 226-251
- Diekmann, A.; Preisendörfer, P. (1994):** Wasser predigen, Wein trinken. Warum unser Engagement für die Umwelt oft nur ein Lippenbekenntnis ist, in: Psychologie Heute, Mai 1994, S. 22-25
- Diller, H. (Hrsg.) (1992):** Vahlens Marketing Lexikon, München
- Dombrowsky, B. (1995):** Netzwerke als Kooperationsformen in der betrieblichen Recyclingpolitik, muk Premium 5, Lehrstuhl Markt und Konsum, Uni Hannover
- Empacher, C. (1994):** Öko-Dienstleistungen. Begriff und Bedeutung, in Zusammenarbeit mit Schulz, I.; Weller, I., Materialien Soziale Ökologie, Nr. 5, Institut für sozial-ökologische Forschung, Frankfurt a.M.
- Engelfried, J.; Neumann, M. (1992):** Ökoleasing - Voraussetzung zur Reduzierung der Abfallmengen und Umweltauswirkungen am Beispiel "Auto", Hamburger Umweltinstitut (HUI) e.V., Hamburg
- Engelhardt, W.H. (1989):** Dienstleistungsorientiertes Marketing - Antwort auf die Herausforderung durch neue Technologien, in: Adam, D. (Hrsg.): Integration und Flexibilität: Eine Herausforderung für die allgemeine Betriebswirtschaftslehre; Wiesbaden, S. 269-288

- Engelhardt, W.H.; Freiling, J. (1995):** Integrativität als Brücke zwischen Einzeltransaktion und Geschäftsbeziehung, in: Marketing ZFP, 17. Jg., H. 1, S. 37-43
- Engelhardt, W.H.; Freiling, J.; Reckenfelderbäumer, M. (1995):** Die Bedeutung der Integrativität für das Marketing: Ein Überblick anhand ausgewählter theoretischer und anwendungsbezogener Aspekte, Stellungnahme zum Koreferat von Hans H. Bauer, in: Marketing ZFP, 17. Jg., H. 1, S. 48-53
- Engelhardt, W.H.; Kleinaltenkamp, M.; Reckenfelderbäumer, M. (1993):** Leistungsbündel als Absatzobjekte, in: Zeitschrift für betriebliche Forschung (zbf): Jg. 45, 5/1993, S. 395-426
- Engelhardt, W.H.; Kleinaltenkamp, M.; Reckenfelderbäumer, M. (1992):** Dienstleistungen als Absatzobjekt, Arbeitsbericht Nr. 52 des Instituts für Unternehmensführung und Unternehmensforschung an der Ruhr Universität Bochum
- Enquête-Kommission (1994):** Die Industriegesellschaft gestalten - Perspektiven für einen nachhaltigen Umgang mit Stoff- und Materialströmen, Bericht der Enquête-Kommission "Schutz des Menschen und der Umwelt - Bewertungskriterien und Perspektiven für umweltverträgliche Stoffkreisläufe in der Industriegesellschaft" des 12. Bundestages, Bonn
- Erlhoff, M. (1995):** Nutzen statt Besitzen, Göttingen
- Feemers, M. (1992):** Der demonstrativ aufwendige Konsum, Frankfurt a.M.
- Feinen, K. (1984):** Zur Leasingfähigkeit mobiler und immobilier Wirtschaftsgüter, in: BetriebsBerater, 39. Jg., Supplement Leasing in H. 14, S. 3-7
- Fischer, C. (1984):** Grüne Oase Schrebergarten, Frankfurt a.M. u.a.
- Franze, H. (1994):** Entwicklung umweltverträglicher Automobile, in: UWF 5, April 1994, S. 57-63
- Fromm, E. (1979):** Haben oder Sein. Die seelischen Grundlagen einer neuen Gesellschaft, München
- Fuchs-Heinritz, W.; Lautmann, R.; Rammstedt, O.; Wienhold, H. (1994):** Lexikon zur Soziologie, 3. A., Opladen

- Fülgraff, G.; Reiche, J. (1990):** Proaktiver Umweltschutz, in: Schenkel, W.; Storm, P.-C. (Hrsg.): Umwelt. Politik, Technik, Recht, Heinrich von Lersner zum 60. Geburtstag, Berlin, S. 103-114
- Furubotn, E.; Richter, R. (Hrsg.) (1991):** The new institutional economics: a collection of articles from the Journal of institutional and theoretical economics; Tübingen
- Gäfgen, G. (1984):** Entwicklung und Stand der Theorie der Property Rights: Eine kritische Bestandsaufnahme, in: Neumann, M. (Hrsg.): Ansprüche, Eigentums- und Verfügungsrechte, Berlin, S. 43-62
- Gasser, V. (1994):** Die Rolle der Versicherungen bei Pestizid- und anderen Servicekonzepten, in: Hockerts, K. u.a. (Hrsg.): Kreislaufwirtschaft statt Abfallwirtschaft. Optimierte Nutzung und Einsparung von Ressourcen durch Öko-Leasing und Servicekonzepte, Ulm, S. 219-222
- Georgescu-Roegen, N. (1971):** The entropy law and the economic process, Cambridge, London
- Grammer, M. (1994):** Ökologisches Design in der Möbelbranche, in: Hellenbrandt, S.; Rubik, F. (Hrsg.): Produkt und Umwelt. Anforderungen, Instrumente und Ziele einer ökologischen Produktpolitik, Marburg, S. 91-102
- Griefahn, M. (1991):** Vortrag im Rahmen der Fachtagung "Handel und Ökologie" der Stiftung VI und des Lehrstuhls Markt und Konsum der Uni Hannover am 10./11.10.1991, Redemanuskript, Hannover
- Groening, G. (1981):** Gruppendiskussionen in der Marktforschung, in: Haase, H.; Molt, W. (Hrsg.): Handbuch der angewandten Psychologie, Bd.3, Markt und Umwelt, München, S. 53-66
- Günther, C. (1995):** Tauschen statt Zahlen. Der neue Trend zur Nachbarschaftshilfe, in: Freundin, H. 17/ 95, S. 100-104
- Habermas, J. (1995):** Theorie des kommunikativen Handelns, Band 2: Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft, Nachdruck der 4. A. von 1987, Frankfurt a.M.

- Häcker, W.; Stang, S. (1993):** Konflikte zwischen abfallvermeidendem Verhalten und Konsumverhalten - Kriterien für einen ökologisch, ökonomisch und sozialverträglichen Konsum. Auswertung und Dokumentation zweier Zukunftswerkstätten, Studie im Auftrag des TAB für das TA-Projekt "Abfallvermeidung und Hausmüllentsorgung - Vermeidung und Verminderung von Haushaltsabfällen", Essen, Winterbach
- Hallay, H. (1989):** Die Ökobilanz - ein betriebliches Informationssystem, Institut für ökologische Wirtschaftsforschung, Schriftenreihe 27/89, Berlin
- Hansen, U. (1990):** Absatz- und Beschaffungsmarketing des Einzelhandels. Eine Aktionsanalyse, 2. A., Göttingen
- Hansen, U., Schoenheit, I., Devries, J. (1994):** Sustainable Consumption und der Bedarf an unternehmensbezogenen Informationen, in: Forschungsgruppe Konsum und Verhalten (Hrsg.): Konsumentenforschung, München 1994, S. 227-244
- Hansen, U.; Blüher, K. (1993):** Handel und Konsumkultur, Hannover
- Hansen, U.; Stauss, B. (1983):** Marketing als marktorientierte Unternehmenspolitik oder als deren integrativer Bestandteil?, in: Marketing ZFP, 5. Jg., H. 2, S. 77-86
- Hardin, G. (1968):** The Tagedy of the Commons. The population proplem has no technical solution; it requires a fundamental extension in morality, in: Science 162, S. 1243-1248
- Härilin, B. (1994):** Die "Greenfreeze"-Erfahrung, in: Hellenbrandt, S.; Rubik, F. (Hrsg.): Produkt und Umwelt. Anforderungen, Instrumente und Ziele einer ökologischen Produktpolitik, Marburg, S. 221-232
- Haudenschild, C. (1989):** Konsum als Mittel der Lebensweltstilisierung: Eine Konfrontation der neoklassischen Nachfragetheorie mit der Erfahrung des Konsums im Alltag, Bern u.a.
- Häußermann, H.; Siebel, W. (1992):** Dienstleistungsgesellschaft, Frauenerwerbsarbeit und städtische Lebensweise, Das Magazin, 3. Jg., H. 3, hrsg. v. Wissenschaftszentrum Nordrhein-Westfalen, S. 10-11

- Hellenbrandt, S.; Rubik, F. (Hrsg.) (1994):** Produkt und Umwelt. Anforderungen, Instrumente und Ziele einer ökologischen Produktpolitik, Marburg
- Heller, E.D. (1980):** Demonstrative Vernunft - eine neue Konsumorientierung, in: Absatzwirtschaft, 23. Jg., H. 10, S. 110-114
- Henseling, K.O. (1994):** Leitbilder einer ökologischen Stoffwirtschaft, in: UWF 4, Januar 1994, S. 15-18
- Heyder, H. (1991):** Ökologiebewußtsein und Marketing, in: Szallies, R.; Wiswede, G. (Hrsg.): Wertewandel und Konsum: Fakten, Perspektiven und Szenarien für Markt und Marketing, 2. A., Landsberg/ Lech, S. 363-379
- Hillmann, K.-H. (1977):** Stellungnahme zum Gutachten von Burkhardt Röper über das Problem "Gibt es 'geplanten Verschleiß'?", in: Bodenstein, G; Leuer, H. (Hrsg.): Geplanter Verschleiß in der Marktwirtschaft, Frankfurt/ M. S. 375-427
- Hinterberger, F.; Kranendonk, S.; Welfens, M.J.; Schmidt-Bleek, F. (1994):** Increasing Resource-Productivity through Eco-efficient Services, Paper prepared for the "Eco-Efficient Services Workshop" at the Wuppertal Institute, 18-20 Sept. 1994, Wuppertal Papers Nr. 13, Wuppertal
- Hirsch, F. (1980):** Die sozialen Grenzen des Wachstums. Eine ökonomische Analyse der Wachstumskrise, Hamburg
- Hirschman, A.O. (1988):** Engagement und Enttäuschung. Über das Schwanken der Bürger zwischen Privatwohl und Gemeinwohl, Frankfurt a.M.
- Hirschman, E.C. (1986):** Humanistic Inquiry in Marketing Research: Philosophy, Method, and Criteria, in: Journal of Marketing Research, Vol. 13, No. 3, S. 237-249
- Hockerts, K. (1994):** Ökologische Dienstleistungskonzepte. Marktendogene Ansätze zur Erhöhung der wirtschaftsökologischen Effizienz, unveröffentlichte Diplomarbeit, Uni Bayreuth
- Hockerts, K.; Geißler, F.; Seuring, S.; Petmecky, A. (1993):** Kreislaufwirtschaft statt Abfallwirtschaft. Service-Konzepte und Öko-Leasing in der Praxis, Bericht der Bayreuther Initiative für Wirtschaftsökologie e.V., Bayreuth

- Hockerts, K.; Petmecky, A.; Hauch, S.; Seuring, S. (1994a):** Servicekonzepte als Element einer öko-effizienten Kreislaufwirtschaft, in: Hockerts, K. u.a. (Hrsg.): Kreislaufwirtschaft statt Abfallwirtschaft. Optimierte Nutzung und Einsparung von Ressourcen durch Öko-Leasing und Servicekonzepte, Ulm, S. 3-14
- Hockerts, K.; Petmecky, A.; Hauch, S.; Seuring, S.; Schweitzer, R. (Hrsg.) (1994b):** Kreislaufwirtschaft statt Abfallwirtschaft. Optimierte Nutzung und Einsparung von Ressourcen durch Öko-Leasing und Servicekonzepte, Ulm
- Hormuth, S.E.; Katzenstein, H. (1990):** Psychologische Ansätze zur Müllvermeidung und Müllsortierung, Forschungsbericht für das Ministerium für Umwelt Baden-Württemberg, unter Mitarbeit von Bruch, B.; Mündl, B.; Ringenberger, B., Uni Heidelberg
- Horn, M. (1995):** Unter dem Druck von Kunden und Kosten, in: Die Zeit, Nr.33/ 1995, S. 20
- Hübner, H.; Jahnes, S. (1994):** Die ökologische Qualität von Produkten als zusätzliche Dimension einer umweltorientierten Produktplanung, in: UWF 5, April 1994, S. 50-56
- Ilgemann, U. (1995):** Contracting, in: Politische Ökologie, H. 40, S. 49
- Inglehart, R. (1977):** The silent revolution, Princeton
- Kaas, K.P. (1992a):** Marketing für umweltfreundliche Produkte, in: DBW, 52.Jg., H. 4, S. 473-487
- Kaas, K.P. (1992b):** Marketing und Neue Institutionenlehre, Arbeitspapier Nr. 1, Forschungsprojekt Marketing und ökonomische Theorie, Uni Frankfurt
- Kaulmann, T. (1987):** Property rights und Unternehmungstheorie: Stand und Weiterentwicklung der empirischen Forschung, München
- Kepper, G. (1994):** Qualitative Marktforschung: Methoden, Einsatzmöglichkeiten und Beurteilungskriterien, Wiesbaden
- Kerber, W.; Schüller, A. (1993):** Eigentum, in: Enderle, G.; Homann, K.; Honecker, M.; Kerber, W.; Steinmann, H. (Hrsg.): Lexikon der Wirtschaftsethik, Freiburg i.B. u.a., S. 216-225

- Keßler, H. (1994):** Ab nach China. Hurra, das Entsorgungsproblem ist gelöst, in: Die Zeit, Nr. 4, 21. Januar 1994, S. 35
- Kimminich, O., Kerber, W., Watrin, C. (1986):** Eigentum, in: Staatslexikon Bd.2, Freiburg, S. 162-177
- Kirchgeorg, M. (1995):** Kreislaufwirtschaft - neue Herausforderung an das Marketing, Arbeitspapier Nr.92, Wissenschaftliche Gesellschaft für Marketing und Unternehmensführung e.V., Münster
- Klausing, H. (1995):** Wo die Mark keinen Heller wert ist. Tauschringe verrechnen Waren und Dienstleistungen ohne Geld, in: Hannoversche Allgemeine Zeitung, 5. September 1995, S. 12
- Knobloch, U. (1994):** Theorie und Ethik des Konsums. Reflexion auf die normativen Grundlagen sozialökonomischer Konsumtheorien, Bern u.a.
- Kotler, P.; Bliemel, F. (1995):** Marketing-Management: Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung, 8. A., Stuttgart
- Kreibich, R. (1994):** Ökologische Produktgestaltung in der Kreislaufwirtschaft, in: UWF 5, April 1994, S. 13-22
- Kromrey, H. (1980):** Empirische Sozialforschung, Opladen
- Lamnek, S. (1988):** Qualitative Sozialforschung Bd. 1 Methodologie, München, Weinheim
- Lamnek, S. (1989):** Qualitative Sozialforschung, Bd. 2: Methoden und Techniken, München
- Landeck, H. (1994):** Konstruktion eines entsorgungsfreundlichen Farbfernsehgerätes der Loewe Opta GmbH, in: UWF 5, April 1994, S. 64-67
- Lange, H. (1995):** Automobilarbeiter über die Zukunft von Auto und Verkehr. Anmerkungen zum Verhältnis von "Umweltbewußtsein" und "Umwelthandeln", in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 47. Jg., H. 1, S. 141-155
- Leinkauf, S.; Zundel, S. (1994):** Funktionsorientierung und Ökoleasing - Strategien und Instrumente einer proaktiven Umweltpolitik, Schriftenreihe des IÖW, Nr. 79/ 94, Berlin

- Mangold, W. (1973):** Gruppendiskussionen, in: König, R. (Hrsg.): Handbuch der empirischen Sozialwissenschaften, 3. A., Stuttgart, S. 228-259
- Manufactum (1995):** Katalog Nr.7, Marl
- Meffert, H. (1994):** Marktorientierte Führung von Dienstleistungsunternehmen - neuere Entwicklungen in Theorie und Praxis, in: DBW, 54. Jg., Nr. 4, S. 519-541
- Meffert, H.; Kirchgeorg, M. (1993):** Das neue Leitbild Sustainable Development - Der Weg ist das Ziel, in: Harvard Business Manager, 15.Jg., H. 2, S. 34-45
- Meijkamp, R. (1994):** Service-Products, a sustainable approach? A case study on Call-a-Car in the Netherlands, paper presented at the Eco-efficient services seminar at the Wuppertal Institute, 18./ 19. September 1994, Delft
- Meijkamp, R. (1995):** Service-Products, a sustainable approach?, paper presented at the International Conference on Engineering Design, Praha, August 22-24, 1995, Delft
- Mennicken, C.; Ziesemer, H. (1993):** Der sozial-ökologische Unternehmenstest für Hochschulabsolventen - eine empirische Pilotstudie, unveröffentlichte Diplomarbeit, Uni Hannover
- Meyer, W. (1987):** Eigentumsrechte und Güternutzung, in: Heinemann, K. (Hrsg.): Soziologie wirtschaftlichen Handelns, Sonderheft 28 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Opladen, S. 97-118
- Meyer-Krahmer, F. (1995):** Industrielle Leitbilder, in: Levi, H.W.; Danzer, B. (Hrsg.): Umweltverträgliches Wirtschaften. Von der Utopie zum operativen Ziel, Stuttgart, S. 23-37
- Mühlebach, F. (1993):** Vom Pflanzenschutz zur Ertragssicherung? Vision für den optimalen Einsatz von Gebrauchsgütern zum Nutzen von Landwirt, Industrie, Umwelt und Gesellschaft, Vortrags-Kurzfassung zum EPEA-Journalisten-Worshop, Hamburg
- Müller, M.; Hennicke, P. (1994):** Wohlstand durch Vermeiden. Mit der Ökologie aus der Krise, Darmstadt
- Nieschlag, R.; Dichtl, E.; Hörschgen, H. (1994):** Marketing, 17. A., Berlin

- Nießen, M. (1977):** Gruppendiskussionen, München
- o.V. (1995a):** Leasing - Mieten statt Kaufen, Hannoversche Allgemeine Zeitung, 3. März 1995
- o.V. (1995b):** VW verhandelt intensiv mit Sixt, in: Hannoversche Allgemeine Zeitung, 9. September 1995, S. 13
- Oetinger, J. (1994):** Individuelle Konsumeinschränkung am Beispiel des Car-Sharing. Eine Umfrage bei Teilnehmern von Car-Sharing-Organisationen, unveröffentlichte Diplomarbeit am Lehrstuhl für Konsumtheorie und Verbraucherpolitik, Uni Hohenheim, Stuttgart
- Packard, V. (1966):** Die große Verschwendung, Düsseldorf, Wien
- Pfriem, R. (1995):** Unternehmenspolitik in sozialökologischen Perspektiven, Marburg
- Picot, A. (1982):** Transaktionskostenansatz in der Organisationstheorie: Stand der Diskussion und Aussagenwert, in: DBW, 42. Jg., S. 267-284
- Raabe, T. (1993):** Die Elektronik-Schrott-Verordnung: Perspektiven einer aktiven, herstellerseitigen Redistributionspolitik; in: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, hrsg. durch die GfK - Nürnberg, 39. Jg., H. 3, S. 283-309
- Raffée, H., Wiedmann, K.P. (1980):** Die Obsoleszenzkontroverse - Versuch einer Klärung, in: ZfbF, Jg. 32, S. 149-172
- Reusswig, F. (1993):** Die Gesellschaft der Lebensstile, in: Politische Ökologie Special, 11. Jg., H. 33, S. 6-9
- Reusswig, F. (1994):** Lebensstile und Ökologie, sozial-ökologisches Arbeitspapier 43, Institut für sozial-ökologische Forschung, Frankfurt a. M.
- Richter, R. (1994):** Institutionen ökonomisch betrachtet, Tübingen
- Richter, R., Bindseil, U. (1995):** Neue Institutionenökonomik, in: WiSt, H. 3, 1995, S. 132-140
- Ries, P. (1994):** Das Kreislaufprodukt 2000 - Die Anforderungen an das Design, in: UWF 5, April 1994, S. 37-39

- Rifkin, J. (1989):** Entropie - Ein neues Weltbild, Frankfurt a.M.
- Röper, B. (1976):** Gibt es geplanten Verschleiß? - Untersuchungen zur Obsoleszenzthese, Göttingen
- Roy, R.; Whelan, R. (1992):** Successful recycling through value-chain collaboration, in: Long range planning, Vol. 25, S. 62-71
- Rümmele, S. (1994):** Wachsende Nachfrage, in: Umweltmagazin, Dezember, S. 37-39
- Ryffel, H. (1983):** Zum menschenrechtlichen Gehalt des Eigentums in philosophisch-anthropologischer Sicht, in: Schwarztländer, J.; Willoweit, D. (Hrsg.): Das Recht des Menschen auf Eigentum, Kehl, Straßburg, S. 61-81
- Schemmer, M.; Körner, G.; Lewandowski, D.; Johannsen, F. (1994):** Erweiterung der Prozeßkette "Produktentwicklung" mit dem Ziel umweltgerechterer Produkte, in: UWF 5, April 1994, S. 24-30
- Schenkel, W. (1993):** Gemeinsam nutzen - staatliche Förderung, staatliche Hemmnisse, in: Internationales Forum für Gestaltung Ulm (Hrsg.): Gemeinsam nutzen statt einzeln verbrauchen, Tagungsbericht, Bonn, S. 57-63
- Scherhorn, G. (1992):** Was ist am Zusatznutzen so problematisch?, in: Rosenberger (Hrsg.): Konsum 2000, Frankfurt a.M., New York, 157-166
- Scherhorn, G. (1993a):** "Nur noch beim Kaufen fühlen sich die Menschen frei", Interview in: Psychologie Heute, 20. Jg., H. 1, S. 22-26
- Scherhorn, G. (1993b):** Die Notwendigkeit der Selbstbestimmung. Über Konsumentenverhalten und Wertewandel, in: Politische Ökologie Special, 11. Jg., H. 33, S. 24-29
- Scherhorn, G. (1993c):** Entkommerzialisierung oder die Wiederaneignung der Wünsche, in: Politische Ökologie Special, 11. Jg., H. 33, S. 73-76
- Schlag, S.; Baumgartner, M. (1993):** Öko-Renting, in: Studierendenkreis der VÖW (Hrsg.): Dokumentation der Frühjahrsakademie Tübingen '93, S. 45-47

- Schmidt-Bleek, F. (1993a):** Ohne De-Materialisierung kein ökologischer Strukturwandel, in: Altner, G.; Mettler-Meibom, B.; Simonis, U.E.; Weizsäcker, E.U.v. (Hrsg.) Jahrbuch für Ökologie 1994, S. 94-108
- Schmidt-Bleek, F. (1993b):** Von Autos, Rasenmähern und Dienstleistungsbündeln, Das Magazin, hrsg. v. Wissenschaftszentrum Nordrhein-Westfalen, H. 1/1993, S. 12-13
- Schmidt-Bleek, F. (1994a):** Wieviel Umwelt braucht der Mensch. MIPS - das Maß für ökologisches Wirtschaften, Berlin u.a.
- Schmidt-Bleek, F. (1994b):** Attribute einer zukunftssicheren Wirtschaft, in: Hockerts, K. u.a. (Hrsg.): Kreislaufwirtschaft statt Abfallwirtschaft. Optimierte Nutzung und Einsparung von Ressourcen durch Öko-Leasing und Servicekonzepte, Ulm, S. 15-32
- Schmidt-Bleek, F.; Liedtke, C. (1995):** Umweltpolitische Stichworte, Wuppertal Papers Nr. 30, März, Wuppertal Institut für Klima Umwelt Energie
- Schrader, U. (1995):** Der ökologisch bedingte Produktnutzen, Lehr- und Forschungsbericht des Lehrstuhls Markt und Konsum Nr. 30, Uni Hannover
- Schüller, A. (1985):** Zur Ökonomik der Property Rights, in: WISU 5/85, S. 259-265
- Schultz, I.; Orland, B.; Reusswig, F.; Werth, I. (1992):** Abfallvermeidung und Konsum. Die Relevanz des Konsumverhaltens für Abfallvermeidungsstrategien, Materialien Soziale Ökologie, Nr. 7, Institut für sozial-ökologische Forschung, Frankfurt a.M.
- Schulze, G. (1992):** Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart, Frankfurt a.M., New York
- Schwanhold, E. (1993):** Stoffpolitik in einer ökologisch-sozialen Marktwirtschaft, in: Zeitschrift für angewandte Umweltforschung, Jg. 6, H. 3, S. 297-316
- shareCom (1995):** Nutzen statt besitzen. Portrait von shareCom, Informationsblatt, Zürich
- Solomon, M.R. (1983):** The role of products as social stimuli: A symbolic interactionism perspective, in: Journal of Consumer Research, Vol. 10, S. 319-329
- Spöhring, W. (1989):** Qualitative Sozialforschung, Stuttgart

- Stahel, W. (1991):** Langlebigkeit und Material-Recycling. Strategien zur Vermeidung von Abfällen im Bereich der Produkte, Essen
- Stahel, W. (1994a):** Langlebigkeit von Gütern - Materialrecycling - Ressourcen-Effizienz, in: Hockerts, K. u.a. (Hrsg.): Kreislaufwirtschaft statt Abfallwirtschaft. Optimierte Nutzung und Einsparung von Ressourcen durch Öko-Leasing und Servicekonzepte, Ulm, S. 57-74
- Stahel, W. (1994b):** Fallstudien zu Langzeitgütern aus der Elektronikindustrie, in: Hockerts, K. u.a. (Hrsg.): Kreislaufwirtschaft statt Abfallwirtschaft. Optimierte Nutzung und Einsparung von Ressourcen durch Öko-Leasing und Servicekonzepte, Ulm, S. 93-102
- Stahel, W. (1994c):** Langlebigkeit und Mehrfachnutzung - Wege zu einer höheren Ressourcen-Effizienz, in: Hellenbrandt, S.; Rubik, F. (Hrsg.): Produkt und Umwelt. Anforderungen, Instrumente und Ziele einer ökologischen Produktpolitik, Marburg, S. 189-210
- Stahel, W. (1994d):** Finanzierung von langlebigen Gütern und nutzenorientierten Dienstleistungen, in: Hockerts, K. u.a. (Hrsg.): Kreislaufwirtschaft statt Abfallwirtschaft. Optimierte Nutzung und Einsparung von Ressourcen durch Öko-Leasing und Servicekonzepte, Ulm, S. 201-208
- Stahel, W. (1994e):** Gibt es eine ökologische Gesellschaft und wie sieht sie aus?, in: UWF 5, April 1994, S. 72-78
- Stahel, W. (1994f):** Innovation braucht Nachhaltigkeit, in: Backhaus, K.; Bonus, H. (Hrsg.): Die Beschleunigungsfalle oder der Triumph der Schildkröte, Stuttgart, S. 67-92
- Suhr, H. (1995):** Nur die Zeit drängt..., in: Die Woche, 2.6.1995, S. 7
- Szallies, R. (1991):** Zwischen Luxus und kalkulierter Bescheidenheit - Der Abschied von Otto Normalverbraucher. Ein Rück- und Ausblick über 50 Jahre Konsumentenverhalten, in: Szallies, R.; Wiswede, G. (Hrsg.): Wertewandel und Konsum: Fakten, Perspektiven und Szenarien für Markt und Marketing, 2. A., Landsberg/ Lech, S. 41-58

- TAB (1994):** Abfallvermeidung und Hausmüllentsorgung - Vermeidung und Verminderung von Haushaltsabfällen, bearbeitet von Looß, A.; Katz, C., Bundestags-Drucksache 12/7093, Bonn
- Tietzel, M. (1981):** Die Ökonomie der Property Rights: Ein Überblick, in: Zeitschrift für Wirtschaftspolitik, 30. Jg., H. 3, S.207-242
- Universität Bremen (1993):** Projekt "StattAuto"-Analyse: Car-Sharing - Ein Beitrag zum ökologischen Stadtverkehr? Eine empirische Untersuchung der Bremer "StattAuto"-Initiative, Universität Bremen (KUA), ZWE Arbeit und Region, Arbeitspapiere Nr. 9
- VDI (Hrsg.) (1993):** Konstruieren recyclinggerechter technischer Produkte. Grundlagen und Gestaltungsregeln, VDI-Richtlinie 2243, Düsseldorf
- Veblen, T. (1987/1899):** Theorie der feinen Leute. Eine ökonomische Untersuchung der Institutionen, Frankfurt a.M.
- Vester, F. (1985):** Neuland des Denkens: Vom technokratischen zum kybernetischen Zeitalter, 3. A., München
- Weinberg, P. (1992):** Erlebnismarketing, München
- Weizäcker, E.U. v. (1994):** Erdpolitik. Ökologische Realpolitik an der Schwelle zum Jahrhundert der Umwelt, 4. A., Darmstadt
- Weizsäcker, E.U.v.; Lovins, A.B.; Lovins, L.H. (1995):** Faktor vier. Doppelter Wohlstand - halbiertes Naturverbrauch. Der neue Bericht an den Club of Rome, München
- Werner, H. (1994):** "Es geht um die Wurst", Interview in: Wirtschaftswoche Nr. 10/4.3.1994, S. 51-54
- Wicklund, R.A.; Gollwitzer, P.M. (1993):** Symbolische Selbstergänzung, in: Frey, D.; Irle, M. (Hrsg.): Theorien der Sozialpsychologie, Bd. 3: Motivations- und Informationsverarbeitungstheorien, unveränderter Nachdruck der 1. Auflage von 1985, Bern u.a., S. 31-55
- Wilke, B., Jorden, W. (1994):** Konstruktion recyclingorientierter Produkte, in: UWF 5, April 1994, S. 31-36

- Willgerodt, H. (1980):** Eigentumsordnung (einschließlich Bodenordnung): in: Handbuch der Wirtschaftswissenschaften (HdWW): Bd 2, Stuttgart u.a.
- Williamson, O.E. (1990):** Die ökonomische Institution des Kapitalismus. Unternehmen, Märkte, Kooperationen, Tübingen
- Willoweit, D. (1983):** Geschichtliche Wandlungen der Eigentumsordnung und ihre Bedeutung für die Menschenrechtsdiskussion, in: Schwardtländer, J.; Willoweit, D. (Hrsg.): Das Recht des Menschen auf Eigentum, Kehl, Straßburg, S. 7-18
- Wiswede, G. (1991):** Der "neue Konsument" im Lichte des Wertewandels, in: Szallies, R.; Wiswede, G. (Hrsg.): Wertewandel und Konsum: Fakten, Perspektiven und Szenarien für Markt und Marketing, 2. A., Landsberg/ Lech, S. 11-40
- Young, M.M. (1991):** Emotional Reactions to Possession Disposition: Protest, Retrospective, and Relief Factors, in: Childers, T.; MacKenzie, S; Leigh, T. u.a. (eds.): AMA Winter Educator's Conference, Chicago, S. 176-185
- Zundel, S. (1994a):** Neue Instrumente der Umweltpolitik: Proaktive Umweltpolitik und Funktionsorientierung, in: Hellenbrandt, S.; Rubik, F. (Hrsg.): Produkt und Umwelt. Anforderungen, Instrumente und Ziele einer ökologischen Produktpolitik, Marburg, S. 151-168
- Zundel, S. (1994b):** Ausgewählte Instrumente proaktiver Umweltpolitik, in: IÖW/ VÖW Informationsdienst, 9. Jg., Nr. 2 (März/ April), S. 14-15