Gendersensible Forschung zu nachhaltigem Konsum

Erkenntnisse aus aktuellen sozial-ökologischen Forschungsprojekten in Deutschland

Der Beitrag gibt auf Basis einer knappen theoretischen Skizzierung des Gender-Begriffs einen Überblick über Forschungsprojekte, die für verschiedene Bereiche des nachhaltigen Konsums nach der Bedeutung von Gender bzw. Geschlecht fragen. Anschließend werden aus der Zusammenschau mögliche Konsequenzen für zukünftige Forschungsprojekte gezogen.

Ursula Offenberger

studierte Soziologie, Skandinavistik und Gender Studies in Tübingen und Berlin und war 2008-2011 wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Organisationspsychologie der Universität St. Gallen. Forschungsinteressen: Wissenschafts- und Technikforschung, Geschlechterforschung und qualitative Methoden der Sozialforschung.

E-Mail: ursula.offenberger@unisg.ch

Melanie Jaeger-Erben

studierte Psychologie und Soziologie in Göttingen und Uppsala. Sie arbeitet derzeit am Zentrum Technik und Gesellschaft der TU Berlin zu Themen wie nachhaltiger Konsum und Energieeffizienz.

E-Mail: jaeger@ztg.tu-berlin.de

Julia C. Nentwich

studierte Sozialpädagogik und Diplom-Psychologie an den Universitäten Köln und Bremen. Sie leitet als Assistenzprofessorin für Organisationspsychologie an der Universität St. Gallen den Forschungsschwerpunkt „Organizing Difference: Gender and Diversity". Forschungsinteressen: Geschlecht, Diversität sowie Ein- und Ausschluss aus Perspektive einer sozialkonstruktionistischen und diskursiven Psychologie.

E-Mail: julia.nentwich@unisg.ch

Martina Schäfer

ist promovierte Umweltingenieurin und Soziologin und stellvertretende Geschäftsführerin des Zentrums Technik und Gesellschaft der TU Berlin. Arbeitsschwerpunkte: nachhaltiger Konsum, nachhaltige Landnutzung und nachhaltige Regionalentwicklung, Methoden inter- und transdisziplinärer Forschung.

E-Mail: schaefer@ztg.tu-berlin.de

Ines Weller

ist seit 2000 Professorin an der Universität Bremen und zurzeit stellvertretende Sprecherin des artec-Forschungszentrums Nachhaltigkeit sowie des Zentrums Gender Studies der Universität Bremen. Forschungs- und Lehrschwerpunkte: Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster, Nachhaltigkeit, Umwelt und Gender, Technik und Geschlecht.

E-Mail: weller@uni-bremen.de

Einleitung

Unter dem Themenschwerpunkt „Vom Wissen zum Handeln. Neue Wege zum nachhaltigen Konsum" wurden in Deutschland von 2008-2011 insgesamt zehn Verbundprojekte vom deutschen Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert. Da bereits in der Ausschreibung des Förderschwerpunktes auf die „Gendersensibilität" des Untersuchungsfeldes nachhaltiger Konsum hingewiesen wurde (vgl. BMBF 2006), war die Projektförderung mit der Auflage verknüpft, die „Genderperspektive" zu berücksichtigen, um „weiterführende Erkenntnisse für die wissenschaftliche Herangehensweise und die Ableitung von Handlungsempfehlungen für Politik, Governance und andere gesellschaftliche Handlungsbereiche" zu generieren.

Der folgende Beitrag gibt einen Überblick über sechs von zehn Forschungsprojekten, deren genderrelevante Ergebnisse uns zum Zeitpunkt des Verfassens dieses Beitrages vorlagen. Auf Basis einer knappen theoretischen Ausdifferenzierung des Gender-Begriffs arbeiten wir heraus, auf welche Art und Weise und mit welchen Ergebnissen Gender-Analysen in diesen Projekten jeweils vorgenommen wurden. Aus den so gewonnenen Erkenntnissen leiten wir schließlich Handlungsempfehlungen für die Planung und Durchführung zukünftiger Forschungsprogramme und -projekte ab, in die Gender-Analysen integriert werden sollen.[1]

Gender in mehrdimensionaler Perspektive

Theoretischer Bezugspunkt für die Frage, wie die Gender-Analysen in den Forschungsprojekten umgesetzt wurden, ist das Konzept des „Doing Gender" (West, Zimmerman 1987). Danach gilt „Geschlecht" (die Begriffe „Gender" und „Geschlecht" werden hier synonym verwendet) nicht als Merkmal von Personen (etwas, das sie „haben"), sondern als Ergebnis sozialer Konstruktionsprozesse (etwas, das sie „tun"). Geschlecht wird hier als etwas verstanden, das durch fortlaufende Interaktionen in Institutionen, Körper, Artefakte und Wissensbestände eingeschrieben wird. Dadurch können Strukturen sozialer Ungleichheit entstehen, die in Interaktionssituationen immer wieder verfestigt oder aber unterlaufen und neutralisiert werden. Um diese Mehrschichtigkeit, die Prozesse von Geschlechterkonstruktionen auszeichnet, analytisch greifbar zu machen, unterscheiden wir in Anlehnung an Harding (1986) drei Dimensionen der sozialen Konstruktion von Geschlecht, die in Forschungsfragen aufgegriffen werden können:

- Individuelle Dimension: Hier wird nach Geschlechterdifferenzen beispielsweise hinsichtlich Einstellungen, Handlungen und Orientierungen gefragt.
- Strukturelle Dimension: Der Fokus richtet sich auf vergeschlechtlichte Strukturen der Arbeitsteilung, z. B. zwischen Erwerbs- und Reproduktionsarbeit.
- Symbolische Dimension: Das Interesse gilt zweigeschlechtlich konnotierten Deutungsmustern, Wissensbeständen oder Artefakten. Z. B. wird gefragt, weshalb und mit welchen Folgen Technik als „männliche Kultur" gilt.

In den Konstruktionsprozessen von Geschlecht sind diese drei Dimensionen von Doing Gender eng miteinander verwoben. Ihre analytische Trennung erleichtert jedoch die Durchführung von Genderanalysen und die Einordnung entsprechender Ergebnisse.

Genderbezogene Ergebnisse im Bereich Nachhaltiger Konsum

Mehrere der hier ausgewerteten Projekte beschäftigten sich mit Energiekonsum in Haushalten: Untersucht wurden Haushaltsentscheidungen im Kontext von Hei-



zen, Stromverbrauch, Lüften und Sanieren. In den anderen Projekten stand einmal die Bedeutung von NutzerInnenintegration für Innovationsprozesse im Zentrum, einmal ging es um den online-gestützten Gebrauchtwarenhandel, und einmal wurde die Veränderung von alltäglichem Konsum im Zuge von biographisch bedeutsamen Ereignissen untersucht. Der Projektvergleich aus der Perspektive der theoretischen Rahmung des Gender-Begriffs zeigt, dass die Projekte unterschiedliche Genderdimensionen untersucht und in Gestaltungsempfehlungen zur Förderung bzw. Umsetzung nachhaltiger Konsummuster aufgenommen haben. Welche Dimension dabei im Fokus der jeweiligen Untersuchung stand, hing einerseits mit der übergreifenden Projektfragestellung und andererseits mit dem projektspezifisch entwickelten Verständnis von Gender zusammen.

Wo die individuelle Dimension von Gender im Zentrum stand, ging es um mögliche Geschlechterdifferenzen im Konsumverhalten und in der Zuständigkeit für Haushaltsaufgaben, etwa beim Heizen, im Sanierungsprozess oder beim Kauf von Gebrauchsgegenständen. Die Untersuchungsergebnisse deuten einerseits auf teilweise geschlechterdifferente Zuständigkeitsbereiche und Konsuminteressen hin: In einer Untersuchung erwiesen sich die Bereiche Kochen und Waschen weiterhin als Frauendomäne, während eine andere Studie zeigte, dass Frauen den online-gestützten Gebrauchtwarenhandel eher für Kauf und Verkauf von Kleidung, Accessoires, Kinder- und Babyartikeln und Bücher nutzen und Männer eher mit Produkten aus den Kategorien Kraftfahrzeuge und Unterhaltungselektronik handeln. Andererseits deuten die Ergebnisse der Forschungsprojekte auch an, dass in Konsumbereichen wie Heiz- und Lüftungsverhalten, aber auch bei Sanierungsprozessen, Haushaltsentscheidungen meist von Paaren gemeinsam getroffen werden, sodass sich ein ausschließlicher Fokus auf Individuen hier nur als begrenzt sinnvoll erweist und den Einbezug der strukturellen Dimension von Gender erfordert.

Aus den Ergebnissen der Projekte mit einem Fokus auf der individuellen Ebene werden dann je nach untersuchtem Konsumbereich Nachhaltigkeitsstrategien abgeleitet, die eine geschlechterdifferenzierende, z. T. aber auch bewusst beide Geschlechter berücksichtigende Ansprache vorsehen. Ähnliches gilt für die Gestaltung von Konsumgütern. Allerdings sollte eine gendersensible Ansprache von KonsumentInnen und eine entsprechende Gestaltung von Konsumgütern nicht dazu führen, dass geschlechtsstereotype Zuschreibungen fortgeführt werden (etwa wenn davon ausgegangen wird, dass die Zuständigkeit für Babykleidung immer Frauensache sei). Solche stereotypen Zuschreibungen sind problematisch, da sie zum einen den Unterschieden in der Gruppe der Frauen (nicht alle Frauen sind an Babykleidung interessiert) bzw. in der Gruppe der Männer keine Rechnung tragen und zum anderen die Frage nicht berücksichtigen, ob und wie Kaufentscheidungen gemeinsam getroffen werden. Diese Unterschiede sind bisweilen größer als die Unterschiede zwischen den Geschlechtern (etwa wenn beide Eltern sich an der Fürsorge für Kinder beteiligen). Um diese Problematik der Stereotypisierung zu umgehen und um Verbraucherinnen und Verbraucher besser zu verstehen, erscheint es sinnvoll, weitere Dimensionen sozialer Ordnung bzw. sozialer Ungleichheit zu berücksichtigen (wie Elternschaft, Alter, Einkommensstatus, ethnische Zugehörigkeit u. a.), wie es etwa in der Intersektionalitätsanalyse (z. B. bei Winker, Degele 2009) vorgesehen ist.

Werden die strukturelle und die symbolische Dimension von Doing Gender zum Gegenstand der Analyse gemacht, lässt sich untersuchen, wie Geschlechterdifferenzen entstehen und aufrechterhalten werden. In mehreren Projekten wurden hierbei Mehrpersonenhaushalte – und nicht nur Einzelpersonen – betrachtet, um zu verstehen, wie z. B. in paarinternen Aushandlungs- und Entscheidungsprozessen Strukturen typischer Arbeitsteilung etabliert werden. Hier konnte zum einen gezeigt werden, dass die Phase der Familiengründung häufig mit einer Retraditionalisierung der geschlechterdifferenzierenden Arbeitsteilung einhergeht: Weil Leitbilder von Mutter- und von Vaterschaft in der Phase der Familiengründung oft als Orientierung dienen und weil diese Leitbilder geschlechterdifferent strukturiert sind und kommuniziert werden, ist eine geschlechtsdifferente familiäre Arbeitsteilung (z. B. Zuständigkeit der Frau für Ernährung und Pflege des Kindes, Zuständigkeit des Mannes für ein finanzielles Auskommen) häufiger die Folge als eine egalitäre.

Eine weitere Studie, die Praktiken von Häuslichkeit im Kontext von energetischen Sanierungsmaßnahmen in den Blick nahm, zeigte die Bedeutung symbolischer Geschlechterdifferenz für Formen paarinterner Arbeitsteilung. Wenn (heterosexuelle) Paare Zuständigkeitsbereiche aushandeln, finden Prozesse von Selbst- und Fremdzuschreibung statt, in denen weitverbreitete Denkmuster von „Technik“ als stereotyp männlich und „Ästhetik“ als stereotyp weiblich codierten Bereichen wirk-

sam werden. Dies hat häufig zur Folge, dass Technikkompetenz sowie ästhetische Gestaltungskompetenz je nach Geschlecht der Akteure unterschiedlich eingeschätzt werden. Daraus entsteht eine Geschlechterordnung in der Arbeitsteilung, die sich im Lauf der Zeit verfestigen kann – etwa dass sich Männer um die Haustechnik und Frauen um die Dekoration kümmern. Dies wiederum kann mit der Zeit tatsächliche Kompetenzunterschiede von Männern und Frauen zur Folge haben. Die Projektergebnisse zeigen zum einen die zentrale Bedeutung solcher Aushandlungsprozesse für konsumrelevante Entscheidungen in Mehrpersonenhaushalten. Zum anderen verdeutlicht die Analyse struktureller und symbolischer Aspekte, dass Geschlecht nicht als fixes Merkmal von Personen zu denken ist, sondern dass sich Vorstellungen von Männlichkeit und Weiblichkeit sowie geschlechterdifferente Tätigkeiten in Beziehungen bzw. sozialen Interaktionen immer erst in Abgrenzung zueinander (weiter-)entwickeln und stabilisieren.

Resümee zur Integration der Gender-Perspektive in die Forschung

Geschlechterkonstruktionen im Kontext alltäglicher Konsumpraktiken in Privathaushalten entstehen durch die Wechselwirkungen zwischen individueller, struktureller und symbolischer Ebene. Deshalb sollten auch Untersuchungen, die vor allem Einstellungs- und Verhaltensunterschiede zwischen Männern und Frauen in den Blick nehmen wollen, die Wirksamkeit der strukturellen und symbolischen Ebene von Geschlecht nicht vernachlässigen. Eine Integration dieser Ebenen ermöglicht ein vertieftes Verständnis von VerbraucherInnenhandeln, weil es den Blick auf seine Bedingungen und Entstehungskontexte ausweitet. Dadurch geraten beispielsweise die komplexen Interaktionsdynamiken in Mehrpersonenhaushalten in den Blick oder auch die Bedeutung von gesellschaftlichen Leitbildern für häusliche Arbeitsteilung und Verbraucherentscheidungen. Durch solche Perspektivenerweiterungen können auch die Entstehungskontexte von Verbraucherhandeln zum möglichen Ausgangspunkt von Veränderungsansätzen werden. Außerdem verdeutlicht die Analyse von Geschlecht als mehrdimensionalem Phänomen, inwieweit eine Förderung nachhaltiger Konsummuster dazu führen kann, Geschlechterstereotype und ungleiche Arbeitsverteilungen zu verstärken.
Wenn mit der Vorstellung von Nachhaltigkeit auch die Verringerung oder Beseitigung von sozialer Ungleichheit zwischen den Geschlechtern verbunden sein soll, ist eine solche Perspektive unabdingbar.
Das bedeutet auch, dass bereits bei der Konzeption von gendersensiblen Forschungsprojekten überlegt werden sollte, inwieweit die verschiedenen Genderdimensionen für den gewählten Forschungsgegenstand relevant sind und wie sie in der Untersuchung geeignet berücksichtigt werden können. In den oben erwähnten Untersuchungen hat sich insbesondere bei der Betrachtung der strukturellen und symbolischen Dimension ein qualitatives Vorgehen (Interviews, Beobachtungen) als geeignet erwiesen, bei dem mehrere Haushaltsmitglieder in ihrem Zusammenleben betrachtet werden. Interviews mit Paaren ermöglichen es darüber hinaus, Interaktionen und Aushandlungsprozesse direkt zu beobachten und in die Analyse einzubeziehen.
Darüber hinaus könnten auch Forschungsprogramme, die eine gendersensible Forschung anregen möchten, bereits in der Ausschreibung die Relevanz verschiedener Dimensionen betonen. In der Ausschreibung zum Themenschwerpunkt „Vom Wissen zum Handeln. Neue Wege zum nachhaltigen Konsum“ waren neben dem knappen Hinweis auf die „Gendersensibilität“ des Untersuchungsfeldes und der damit verbundenen Erwartung, die „Genderperspektive“ in der Forschungsarbeit zu berücksichtigen, keine genaueren Handreichungen zur Umsetzung gendersensibler Analysen enthalten. Insbesondere fehlten in der Ausschreibung Hinweise auf mögliche theoretische Verständnisse von Gender oder auf bereits vorliegende Erkenntnisse. Dies kann zu vage sein, da – wie oben erwähnt – ein ausschließlicher Fokus auf die individuelle Dimension von Gender dazu tendiert, Geschlechter-Unterschiede übermäßig zu betonen, während andere relevante Kategorien ebenso vernachlässigt werden wie die Einbettung von Geschlechterkonstruktionen in soziale Prozesse.
Eine konzeptionelle Systematisierung des Forschungsfeldes hinsichtlich der Relevanz der Genderdimensionen für die unterschiedlichen Arbeitsfelder in der Forschung zu nachhaltigem Konsum ist daher wünschenswert. Eine solche Systematisierung, die sowohl verschiedene theoretische Ansätze als auch bisherige Forschungsarbeiten berücksichtigt, kann vorhandene Leerstellen und blinde Flecken aufzeigen. Im Zusammenhang mit dem eigenen Untersuchungsfokus stehende genderbezogene Fragestellungen können damit innerhalb von Projekten besser entwickelt und deren Ergebnisse einfacher in den größeren Zusammenhang des Forschungsfeldes integriert werden.
In der Praxis der Entwicklung und Umsetzung gendersensibler Forschungsprogramme und -projekte sollte zudem Gender-Wissen und Gender-Expertise systematisch einbezogen werden. Ein Ansatz zu einer solchen Qualitätssicherung wäre, Gender-Expertinnen und -Experten verstärkt in Gutachterinnen- und Gutachtergremien zu integrieren, um entsprechende Ausführungen in Forschungsanträgen bewerten zu können. Außerdem könnten zentrale Instanzen in Forschungsverbünden oder -programmen Beratung für Einzelprojekte anbieten, etwa um für den jeweiligen Forschungsgegenstand aus Genderperspektive zu sensibilisieren und um projektspezifische Teilfragestellungen zu entwickeln (vgl. hierzu auch Schäfer et al. 2006).

Anmerkung

1 Dieser Artikel stellt eine stark gekürzte Fassung eines Beitrags der Autorinnen dar, der demnächst erscheinen wird (vgl. Jaeger-Erben et al.).

Literatur

• Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF): Bekanntmachung: Richtlinien zur Förderung von Forschungs- und Entwicklungsvorhaben im Rahmen der sozial-ökologischen Forschung zum Themenschwerpunkt „Vom Wissen zum Handeln – Neue Wege zum nachhaltigen Konsum“. Berlin 2006 [http://www.sozial-oekologische-forschung.org/_media/Richtlinien_Nachhaltiger_Konsum.pdf.; 30.07.2011].
• Harding, S.: The science question in feminism. Ithaca: Cornell University Press 1986.
• Jaeger-Erben, M., U. Offenberger, J. Nentwich, M. Schäfer, I. Weller: Gender im Schwerpunkt „Nachhaltiger Konsum – Vom Wissen zum Handeln“: Ergebnisse und Perspektiven. In: R. Defila et al. (Hg.): Wesen und Wege nachhaltigen Konsums (= Bd. 13 der SÖF-Reihe). München: oekom (in Vorbereitung).
• Schäfer, M., I. Schultz, G. Wendorf (Hg.): Gender-Perspektiven in der Sozial-ökologischen Forschung: Herausforderungen und Erfahrungen aus inter- und transdisziplinären Projekten. München: oekom 2006.
• West, C., D. Zimmerman: Doing Gender. In: Gender & Society 1/1987, p. 125-151.
• Winker G., N. Degele: Intersektionalität. Zur Analyse sozialer Ungleichheiten. Bielefeld: transcript 2009. ■