



## **Wasser und Gesellschaft – Hinweise zu Wertschätzung des Wassers, Wasserbewusstsein und Konsumverhalten von BürgerInnen und VerbraucherInnen**

**Dr. Martin Zimmermann, Dr. Martina Winker, Dr. Engelbert Schramm**  
ISOE – Institut für sozial-ökologische Forschung GmbH

*Nationaler Wasserdiallog, Mid-Term-Workshop  
Berlin, 10. Dezember 2019*



# Übergeordnete Anmerkungen (1)

*„Dennoch scheint gegenwärtig kein kohärentes und zeitgemäßes (...) gesellschaftliches Bewusstsein zum und im Umgang mit Wasser zu existieren.“ (Diskussionspapier Wasser & Gesellschaft, S. 10)*

- Wozu braucht es ein kohärentes **gesellschaftliches Bewusstsein** und kann das überhaupt erlangt werden?
  - Gemeint ist kein kohärentes und zeitgemäßes Bewusstsein aller, sondern der Gesellschaft **insgesamt**
- In der BMU/UBA-Studie (2019) zum Umweltbewusstsein in Deutschland werden bezogen auf Individuen diesbezüglich drei Aspekte unterschieden:
  - **emotionale** Beteiligung,
  - **rationale** Einschätzung sowie
  - aktives **Handeln**.



## Übergeordnete Anmerkungen (2)

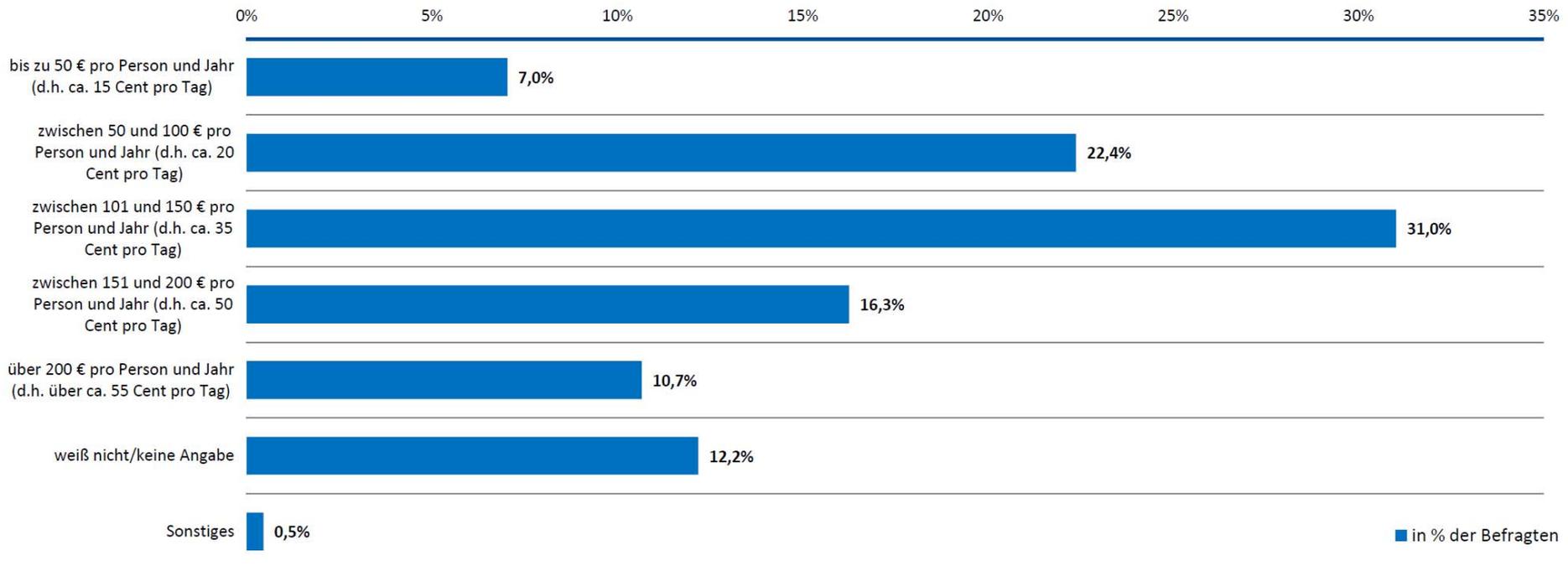
„(...) [es] bestehen nach wie vor Wissensdefizite in der Bevölkerung (...)“ (Diskussionspapier Wasser & Gesellschaft, S. 11)

- Bestehen diese **Wissensdefizite** tatsächlich und können sie belegt werden?
- Wer ist mit „**Bevölkerung**“ gemeint? Sollten nicht eher konkrete Zielgruppen adressiert und benannt werden?
- Zu welchem **Zweck** sollen Wissensdefizite ausgeglichen werden?

# Studie „Qualität und Image von Trinkwasser in Deutschland (TWIS)“



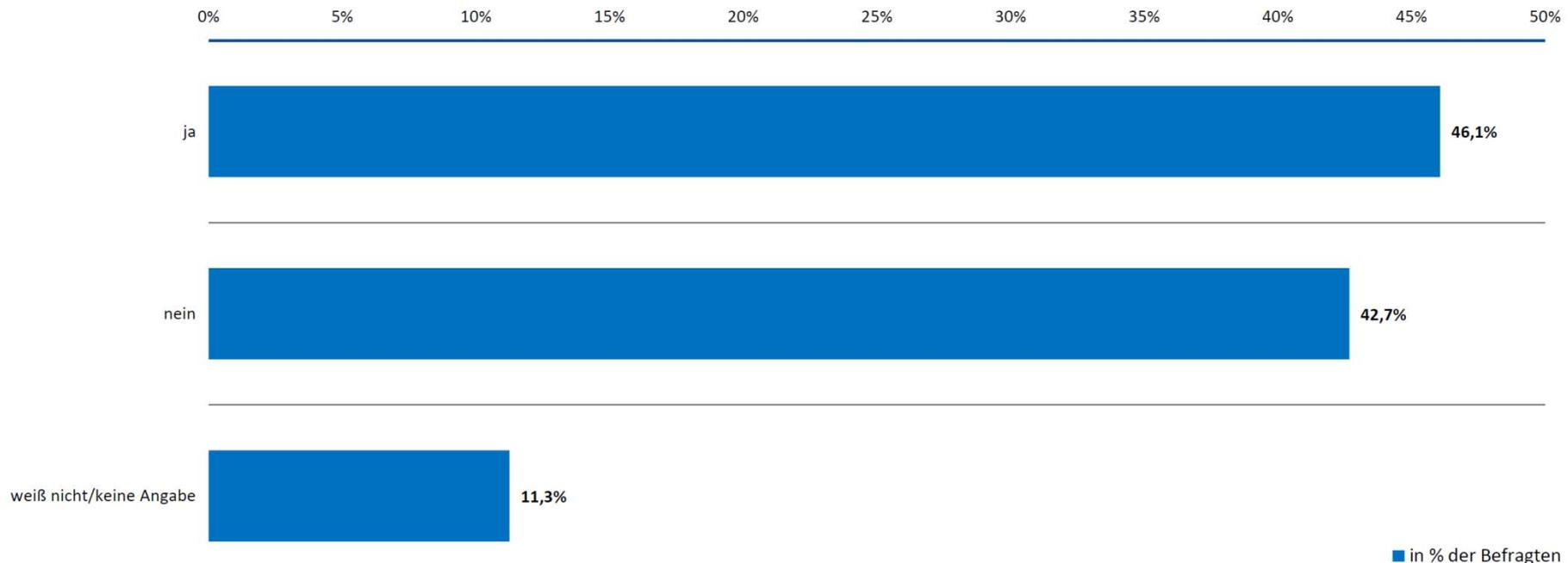
Was ist Ihnen qualitativ einwandfreies Trinkwasser wert?



# Studie „Qualität und Image von Trinkwasser in Deutschland (TWIS)“



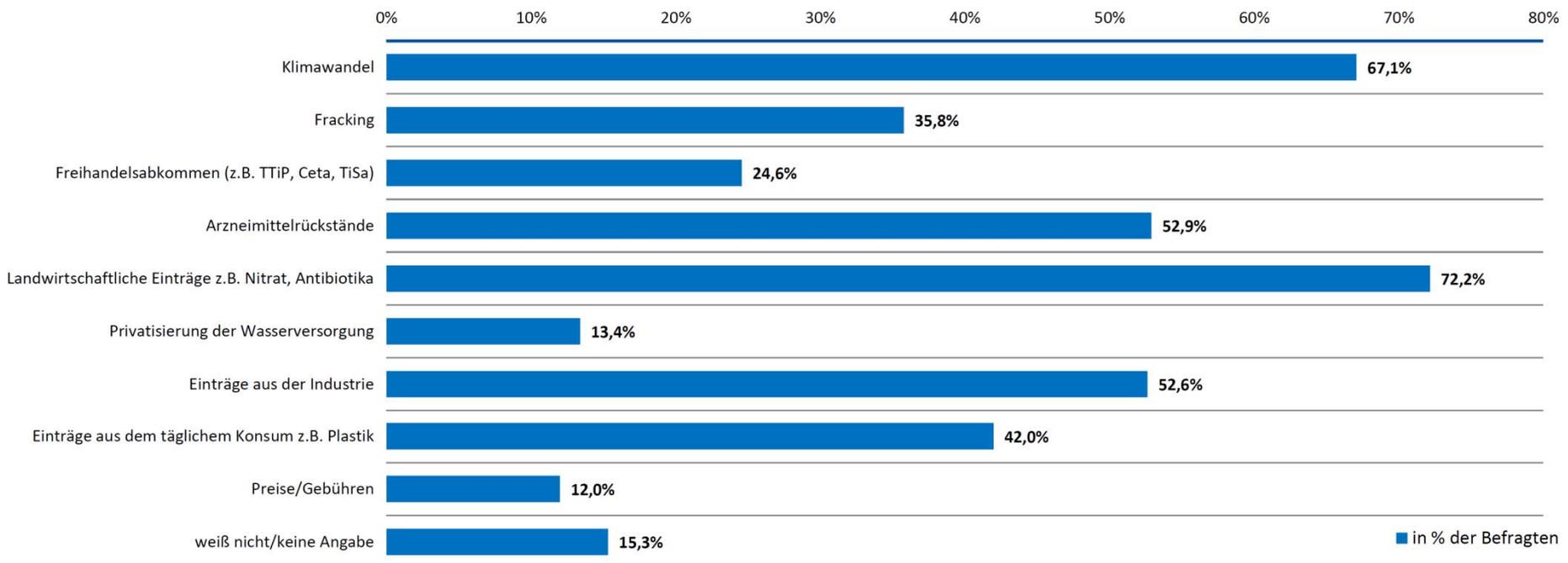
Haben Sie Befürchtungen, dass Ihr Trinkwasser oder die Versorgung mit Trinkwasser sich in Zukunft verschlechtern könnte?



# Studie „Qualität und Image von Trinkwasser in Deutschland (TWIS)“



Welche der folgenden Themen könnten sich negativ auf die Qualität der Versorgung mit Trinkwasser, des Trinkwassers oder der Trinkwasserressourcen auswirken:

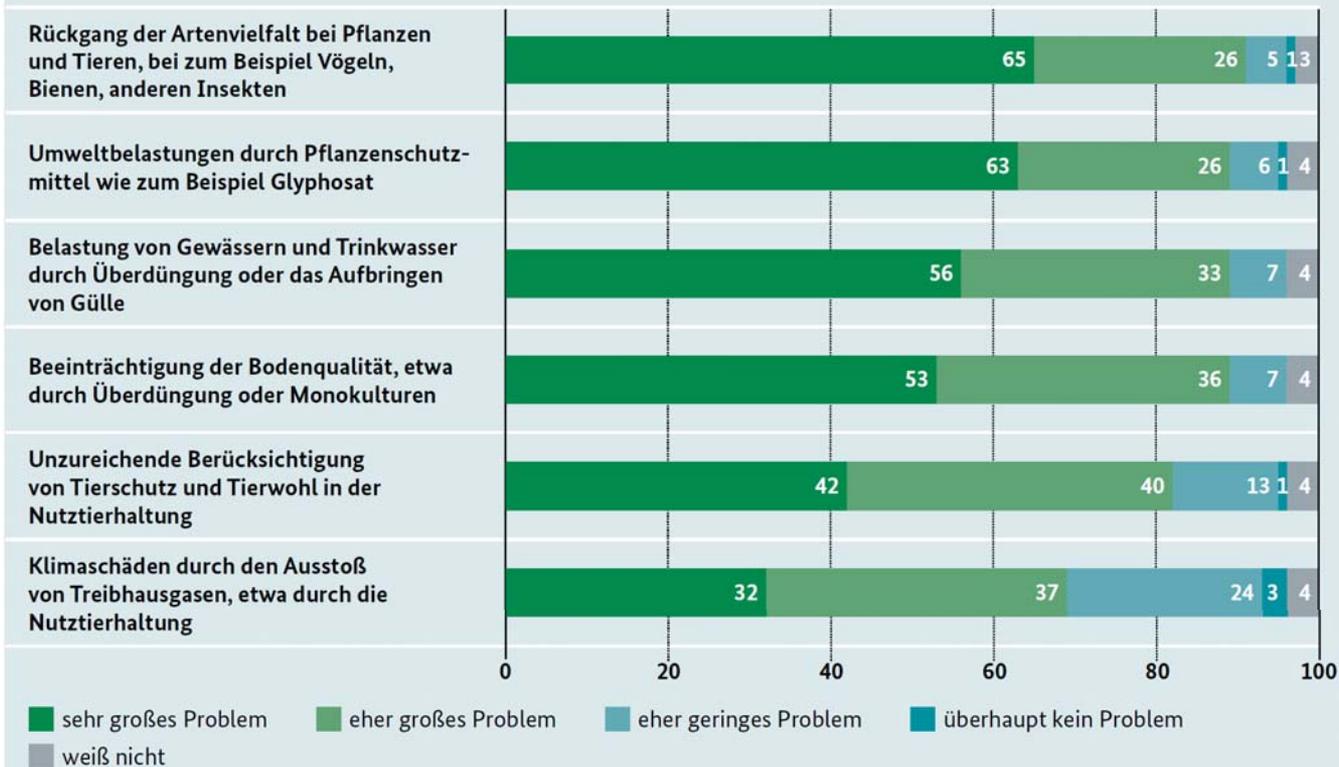


# Studie „Umweltbewusstsein in Deutschland 2018“



Abbildung 19: Einschätzung von Umweltproblemen, die durch die Landwirtschaft verursacht werden

Frage: Die Landwirtschaft hat verschiedene Auswirkungen, auch auf die Umwelt.  
Bitte geben Sie an, ob Sie die folgenden Auswirkungen als sehr großes Problem, eher großes Problem, eher geringes Problem oder als überhaupt kein Problem ansehen.



Repräsentativerhebung bei 2.021 Befragten, 1. Befragungswelle, Stichprobe ab 14 Jahren

Quelle: BMU, UBA (2019): Umweltbewusstsein in Deutschland 2018. BMU, Berlin.



## Übergeordnete Anmerkungen (3)

- Umfrage der Europäischen Kommission (2012) zu wasserbezogenen Einstellungen der BürgerInnen sollte in Beziehung zu neueren Studien gesetzt werden.
- Differenzierterer Umgang mit dem Begriff von „Gesellschaft“ bzw. „Bevölkerung“ durch Unterscheidung von:
  - Regionen (mit oder ohne Wasserproblemen), sozialen Milieus, Gender-Spezifika, Nutzergruppen (z.B. Landwirte, Industrie, Haushalte)
- Förderung eines Wasserbewusstseins kann unterschiedliche Zwecke verfolgen:
  - Bewusstsein für **Wasserknappheit** schaffen
  - Bewusstsein für die Notwendigkeit von **Wasserwiederverwendung** schaffen
  - Bewusstsein für neue Herausforderungen und damit **steigende Gebühren** schaffen



## Strategisches Ziel WG 4

*„Ein grundsätzliches **gemeinsames Verständnis** für die ökologische, soziale und wirtschaftliche **Bedeutung von Wasser** und die Notwendigkeit einer die verschiedenen **Nutzungsinteressen** und -ansprüche berücksichtigende und ausgleichende Bewirtschaftung der Wasserressourcen und der Gewässer im Rahmen **ökologischer Grenzen** ist in Politik, Wirtschaft, Verwaltung und Zivilgesellschaft verankert.“*

### Kommentierung:

- In welchem Verhältnis stehen „rationales Bewusstsein“ (s.o.) und „Verständnis“?
- Auf welche Wissensarten bezieht sich „Verständnis“ (System-, Ziel- und Handlungswissen)?
- Zunächst zu klären:
  - Gibt es bereits ein gemeinsames Verständnis?
  - Wo muss sich dieses aufgrund aktueller/ neuer Problemstellungen verändern (z.B. Klimawandel)?



## Strategisches Ziel WG 5

*„Verbraucher\*innen, Handel und Produzenten berücksichtigen ein wasser-/ gewässerschonendes Verhalten in **Produktion und Verwendung** und honorieren etwaige **Mehraufwendungen** als gemeinsamen Beitrag zum Schutz der Gewässer.“*

### Kommentierung:

- Ist ein Sparbewusstsein der Haushalte nicht bereits vorhanden?
  - Rückgang des Wasserverbrauchs seit 1990er Jahren
  - Bewusstsein für Gartenbewässerung und Wertschätzung für Wasser bei Hauseigentümern vorhanden
- Wie werden Produzenten eingebunden und motiviert, sich zu beteiligen?



## Strategisches Ziel WG 5 (fortgesetzt)

- Welche Mittel/ Maßnahmen sollen der Zielerreichung dienen?
  - Haushalte: z.B. Kaskadennutzung von Wasser
  - Produzenten: z.B. Aktivierung von Waschmittelherstellern
- Mehraufwendungen sind nur für bestimmte Bevölkerungsgruppen relevant.



## Strategisches Ziel WG 6

*„Bis 2050 ist in der Bevölkerung wasserschonendes **Konsumverhalten** für den eigenen Verantwortungsbereich etabliert und der Wert des Wassers ist als ererbtes Gut, Nahrungsmittel, Lebensraum, Schlüsselfaktor, bei der Klimaanpassung und als Wirtschaftsfaktor verankert. Es dient als Grundlage für die **Entscheidungsprozesse** in der Wasserwirtschaft.“*

### Kommentierung:

- Inwiefern stehen hier Mikro- (Konsumverhalten) und Makroebene (Entscheidungen in der Wasserwirtschaft) in Beziehung?
- Was umfasst ein wasserschonendes Konsumverhalten alles?
  - Geht es um Lebensmittel, Gebrauchsartikel oder um Praktiken/Verhalten (z.B. Waschverhalten)?
  - Geht es um die Vermittlung des Konzepts des Wasserrucksacks bzw. Wasserfußabdrucks?
  - Geht es um die unsachgemäße Entsorgung von Medikamenten in der Toilette?



## Strategisches Ziel WG 6 (fortgesetzt)

- Produktlabel wären ein Mittel, wassersparendes Konsumverhalten zu induzieren:
  - Es gibt allerdings bereits sehr viele Produktlabels
  - Daher besser in bestehende Labels integrieren und dort unter bereits bekannten z.B. Nachhaltigkeitslabel mit etablieren.



# Fazit und Ausblick

- Zusätzliche Berücksichtigung anderer Umfragen, insbesondere VKU.
- Anregungen zur Abgrenzung und Konkretisierung der **strategischen Ziele**:
  - Differenzierung nach und Adressierung von spezifischen Zielgruppen (z.B. Nutzergruppen, Milieus)
  - Orientierung am Begriff des Umweltbewusstseins und Unterscheidung von Affekt-, Wissens- und Handlungsebene
  - Klärung, welche Wissensarten (System-, Ziel- und Handlungswissen) beim Verständnis im Vordergrund stehen



# Quellen

- VKU, IESK (2017): Qualität und Image von Trinkwasser in Deutschland (TWIS). Datenreport 2016/17.
- BMU, UBA (2019): Umweltbewusstsein in Deutschland 2018. BMU, Berlin.
- Ipsen, D.; Cichorowski, G.; Schramm, E. (1998): Wasserkultur – Beiträge zu einer nachhaltigen Stadtentwicklung. Analytica, Berlin.
- Hefter, T.; Birzle-Harder, B.; Deffner, J. (2015): Akzeptanz von Grauwasserbehandlung und Wärmerückgewinnung im Wohnungsbau. Ergebnisse einer qualitativen Bewohnerbefragung. netWORKS-Papers 27.
- Winker, M.; Brüning, H.; Meyer, C.; Schramm, E.; Stieß, I. (2019): Die Akzeptanz ist da. Repräsentative Studie zur Grauwassernutzung in Norderstedt. fbr-wasserspiegel (3) , 12-17.
- Hertel, C. (2016): Nutzung von Komposttoiletten auf dem Stuttgarter Kirchentag 2015 als praktisches Beispiel von Nachhaltigkeitskommunikation in den Bereichen Ressourcenschonung, Stoffstrommanagement, Kreislaufwirtschaft und Klimaschutz des deutschen Kirchentags. Abschlussbericht des Projekt AZ 32799, Deutsche Bundesstiftung Umwelt.
- fbr (2019): Wer sammelt hat mehr vom Regen. 95% Zustimmung für die Regenwassernutzung. fbr-Wissen „Regenwasser sammeln und nutzen“, Fachvereinigung Betriebs- und Regenwassernutzung (fbr) e.V., Darmstadt.
- Lux, A.; Hayn, D. (2008): Trinkwasser und seine geschlechtsspezifische Wahrnehmung. Eine qualitative Untersuchung zu Wasser und Privatisierung. ISOE-Materialien Soziale Ökologie 27