

Themenklassenprojekt 2018/19:

*Wie müssen umweltpolitische Maßnahmen gestaltet sein,
damit sie eine nachhaltige Verhaltensänderung bewirken?
Maßnahmen im Spannungsfeld zwischen Bevormundung und Aufklärung.*

Empirische Forschungsgruppe: Wegwerfbecher im Studierendenwerk Berlin

Ein Forschungsentwurf zur Untersuchung der Auswirkungen auf das studentische Konsumverhalten hinsichtlich der Wegwerfbecher der Mensen und Cafes des Studierendenwerks Berlin
vorgelegt am 24. September 2018
von Li Kathrin Kaja Rupieper¹ und Ayberk Coskun².

1. Forschungsziel (Zusammenfassung)

Die übergeordnete Forschungsfrage thematisiert die Gestaltung von umweltpolitischen Maßnahmen: Wie müssen Maßnahmen zur Förderung von Nachhaltigkeit gestaltet sein, damit sie bei möglichst vielen Akteuren anhaltende Verhaltensänderungen bewirken? Im Forschungsfeld Mensa untersuchen wir die verschiedenen umweltpolitischen Maßnahmen zur Reduktion des Wegwerfbecher-Verbrauchs. Um dieses Ziel zu erreichen wendet das Studierendenwerk Preisauflagen und -rabatte an, bringt Plakate/Poster an und gestaltet sogar einen eigenen Coffee to go Becher, den CampusCup, der in den Cafeterien und Mensen des Studierendenwerks verkauft wird. Unsere Gruppenarbeit soll untersuchen, ob der Verbrauch an Wegwerfbechern so reduziert und eine nachhaltige Verhaltensänderung erreicht werden konnte.

Der Forschungsgegenstand des Teilprojekts "Pappbecher" sind somit die drei oben genannten Maßnahmen zur Reduktion des Wegwerfbecher-Verbrauchs in den Mensen und Cafeterien des Berliner Studierendenwerks (Poster, Preisgestaltung, CoffeCup). Wir haben diese Maßnahmen vor dem Hintergrund ihrer Lenkungsfunktion näher definiert und bestimmt ob es sich jeweils um Nudging, Steuern, Abgaben, Preispolitik usw. handelt. Anhand einer komparativ-statischen Analyse und ökonometrischen Regressionen und auf Basis der Verbrauchsdaten des Studierendenwerks Berlin soll die Konsumänderung untersucht werden. Akzeptanz und Meinung der betroffenen Konsumenten sollen mittels einer Umfrage erfasst werden, die in Zusammenarbeit mit einem anderen Teilprojekt durchgeführt werden soll.

2. Aktueller Wissensstand zum Projekt "Reduktion des Pappbecher-Verbrauchs"

¹ rupieper.k@web.de

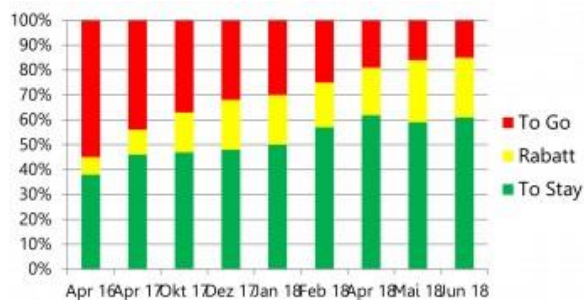
² coskunay@hu-berlin.de

Die Themenklasse "Nachhaltigkeit & Globale Gerechtigkeit" des IRI THESys hat bereits in vergangenen Jahren Forschungsprojekte zur Einstellung von Studierenden bezüglich der verschiedenen umweltpolitischen Maßnahmen des Studierendenwerks Berlin durchgeführt. Ein Beispiel ist die Untersuchung des sogenannten Klimaessens im Jahrgang 2017/2018. Dieses Forschungsprojekt soll von der diesjährigen Themenklasse weitergeführt werden: Geplant ist eine Umfrage zum Thema Klimaessen. Eine Zusammenarbeit mit dieser Gruppe erscheint uns sinnvoll, da auch wir wichtige Erkenntnisse aus einer Umfrage gewinnen könnten. Hier ließen sich Fragen beider Gruppen bündeln.

Das Studierendenwerk Berlin hat zudem eine Umfrage zum Thema 'Pappaufschlag' durchgeführt. Insgesamt wurden 280 Personen befragt, also eine relativ kleine Fallzahl vor dem Hintergrund der tagtäglichen Besucher der Mensen. Die Umfrage stellte eine breite Zustimmung zum Preisaufschlag fest: 84% der Befragten fanden die Preisaufschläge gut, 16% nicht. Da wir einen starken Selektionseffekt vermuten, würden wir gerne mehr über die Methode der Umfrage erfahren. Leider sind auf den Seiten des Studierendenwerks keine Informationen zu finden. Außerdem vermuten wir, dass noch mehr erhoben und erfragt wurde als die bloße Zustimmung zu den Preisaufschlägen³. Da online keine weiteren Daten zugänglich sind, sind wir hier auf die Unterstützung des Studierendenwerkes angewiesen.

Abbildung 1 zeigt die Verbrauchsentwicklung nach Darstellung des Studierendenwerks. Der dargestellte Zeitraum ist allerdings sehr kurz: Die Kampagne "Porzellan statt Pappe" startete bereits 2012. Der Preisaufschlag für Wegwerfbecher wurde 2015 eingeführt. Um Aussagen über den Erfolg der Kampagne und der verschiedenen umweltpolitischen Maßnahmen treffen zu können, muss der betrachtete Zeitraum vergrößert werden. Wir wollen einen solchen statisch-komparativen Vergleich für den Zeitraum 2011-heute vornehmen. Für die dafür nötigen Verbrauchszahlen sind wir wieder auf die Unterstützung des Studierendenwerks angewiesen.

Abbildung 1: Konsum von Heißgetränken in Berliner Mensen nach Servierart



Quelle: <https://www.stw.berlin/mensen/themen/pappesatt.html>, Abruf am 12.7.2018, 12:36

3. Vorstellung der Maßnahmen zur Reduktion des Wegwerfbecher-Verbrauchs

³ Es sollte überlegt werden, ob ein Matching der Umfrageergebnisse des Studierendenwerks Berlin zusammen mit den Umfragedaten der letztjährigen Themenklasse sinnvoll und aufschlussreich sein könnte.

Aus organisatorischen Gründen kann nicht komplett auf Einwegbecher verzichtet werden. Dennoch soll deren Verbrauch so weit wie möglich im Sinne der Nachhaltigkeit reduziert werden. Um dieses Ziel zu erreichen gibt es seit 2012 die Kampagne "Porzellan statt Papp", in deren Rahmen mit Plakaten und Preissteigerungen gearbeitet wird, aber auch Preisnachlässe bei der Abfüllung der Heißgetränke in mitgebrachte Eigenbehältnisse gewährt werden. Zu diesen Eigenbehältnissen gehört auch der CampusCup, der von einer Studierendeninitiative entwickelt wurde und seit 2012 in sämtlichen Cafeterien und Mensen des Studierendenwerks verkauft wird.

Tabelle 1: Kurze Historie der Maßnahmen zur Reduktion des Pappbecher-Verbrauchs

| | |
|------------|--|
| 2012 | Start der Kampagne "Porzellan statt Papp", Studierendenwerk startet Verkauf des CampusCups |
| 2015 | 10 Cent Preisauflschlag bei Heißgetränken in Einwegbechern, 5 Cent Rabatt bei Eigenbehältnissen z.B. CampusCup |
| April 2017 | Preisauflschlag beträgt nun 20 Cent, 20 Cent Rabatt bei Eigenbehältnissen |
| März 2018 | Preisauflschlag beträgt nun 40 Cent |

Quellen:

<https://www.stw.berlin/mensen/themen/pappesatt.html>, Abruf am 12.7.2018, 12:36

<https://www.stw.berlin/mensen/themen/coffee-to-stay.html>, Abruf am 12.7.2018, 12:49

<http://einleuchtend.org/projekte/campuscup/>

<https://www.facebook.com/IniCampusCup>

4. Theoretischer Rahmen: Einordnung der Maßnahmen des Studierendenwerks

Basierend auf der Arbeit der Begriffsklärungsgruppe der Themenklasse und eigenen Recherchen bestimmen wir, wie die oben erläuterten Maßnahmen theoretisch einzusortieren sind: Wobei handelt es sich bei den Postern, dem CampusCup und den Preisauflschlägen? Um Nudging, Steuern, Subventionen oder Preispolitik?

- Die vom Studierendenwerk aufgestellten Poster und Plakate sind ein Beispiel für Interventionen in der Form von Nudging (Thaler & Sunstein; 2008, Slaunwhite; 2008, Egan; 2013). Die Auswirkungen des eigenen Handelns werden graphisch dargestellt und so Konsumenten bewusst gemacht. Mit diesen Bildern im Hinterkopf wird die Konsumententscheidung getroffen. So versucht das Studierendenwerk eine Entscheidungssituation bewusst zu designen und Einfluss auf die Wahl einer bestimmten Tasse zu nehmen.
- Die Einführung des CampusCups hingegen zählt nicht mehr zum Nudging. Durch seine Einführung wurde die Realität um eine Handlungsoption erweitert. Konnten Konsumenten vorher nur zwischen Porzellantassen und Wegwerfbechern wählen, ist nun bei jedem Kaffeekauf auch die Option gegeben, den wiederverwendbaren CampusCup zu kaufen. Auch wenn es vorher natürlich auch schon möglich war, Kaffee in wiederverwendbare Tassen abzufüllen, ist die Entscheidungssituation durch die Einführung des CampusCups grundsätzlich verändert.
- Die Einführung des Preisauflschlags auf Wegwerfbecher sowie der Rabatte für wiederverwendbare Bechern ist als Preispolitik zu werten. Sie sind ökonomische

Anreize und deshalb kein Nudging. Weiterhin sind sie auch keine Steuer, Subvention, Gebühr oder Abgabe, da sie von keiner Körperschaft, sondern einem privaten Unternehmen erhoben werden.

Aufbauend auf den Arbeitsergebnissen der Begriffsklärungsgruppe sollen die genannten Maßnahmen im Spannungsfeld "Bevormundung" - "Aufklärung" eingeordnet werden. Hier sind für uns vor allem die von dieser Gruppe erarbeitenden Indikatoren und Skalen wichtig. Werden Maßnahmen als Bevormundung wahrgenommen, kann dies problematisch sein und dem eigentlichen Ziel entgegenwirken (z. Bsp. durch Widerstand). Interessant sind hier sicherlich die Ergebnisse der Befragung: Wie wird der Preisvorschlag wahrgenommen? Wie wird der CampusCup angenommen? Wird der aktuelle Verbrauch von Wegwerfbechern als problematisch wahrgenommen?

5. Methodik

Durch die Anwendung sowohl qualitativer als auch quantitativer Methoden können wir den Forschungsgegenstand umfassend untersuchen. Die Datengrundlage ist die geplante Umfrage der Themenklasse, die vom Studierendenwerk schon durchgeführte Umfrage und die Verkaufszahlen des Studierendenwerks.

Zur Umfrage, welche die Themenklasse unter Studenten durchführen wird, möchten wir gerne einige Fragen beisteuern. Hier werden wir mit der anderen empirischen Forschungsgruppe zusammenarbeiten. Auf einer breiten empirischen Basis wollen wir in Erfahrung bringen, wie die aktuelle Preispolitik angenommen wird und die tatsächlich erreichte 'Aufklärung' durch die Kampagne "Porzellan statt Pappe" untersuchen. Wichtig ist hier auch der Punkt, ob der aktuelle Verbrauch an Wegwerfbechern überhaupt als problematisch wahrgenommen wird. Grundgesamtheit der Befragung sind dabei die Studierenden Berlins.

Durch quantitative Analysen lässt sich feststellen, wie preissensibel die Kunden des Studierendenwerks in ihrer Konsumententscheidung sind. Hierfür muss auf die Verbrauchs- und Verkaufszahlen des Studierendenwerks zurückgegriffen werden. Eine gewisse Preiselastizität der Nachfrage ist in der vom Studierendenwerk schon veröffentlichten Evaluation erkennbar. Wir wollen feststellen, wie die erreichte Verhaltensänderung motiviert ist - ist die Konsumänderung nur preislich begründet ist oder auch auf Lerneffekte zurückzuführen? Um mögliche Lerneffekte analysieren zu können, benötigen wir Daten für den Zeitraum von 2011 (ein Jahr vor Beginn der Kampagne) bis heute. Interessant ist vor allem der Vergleich der Entwicklung seit der ersten Preisänderung in 2015 im Vergleich zu der 'aufklärerischen' Arbeit davor. Anhand der Verbrauchs- bzw. Verkaufszahlen des Studierendenwerks lässt sich dann mittels komparativ-statischer Analysen und Regressionen untersuchen, in welchem Ausmaß die Preisänderungen zu veränderten Konsumententscheidungen geführt haben.

Das Arbeitsergebnis unserer empirischen Forschungsgruppe wird somit eine umfassende Evaluierung der Maßnahmen des Studierendenwerks zur Reduktion des Verbrauchs von Wegwerfbechern sein. Eventuell lässt sich sogar feststellen, wie man die Nachhaltigkeit des Studierendenwerks in diesem Punkt noch weiter fördern kann.

6. Zeitplan

Kommentar [1]: Für wen ist denn der Zeitplan. Wird sind doch weg :)

Für die Umfrage können wir innerhalb der nächsten paar Wochen relativ schnell die uns interessierenden Fragen zusammenstellen (ca. 5 Fragen). Inwiefern wir die Daten des Studierendenwerks nutzen können, ist so schnell wie möglich zu klären. Unsere weitere Planung ist dann davon abhängig, welche Daten wir wirklich bekommen. Sollte das Studierendenwerk uns in unserer Arbeit unterstützen, schlagen wir folgenden Zeitplan vor:

| | |
|-------------------------|---|
| erledigt | aktuelle Maßnahmen zur Reduktion von Wegwerfbechern deskriptiv erfassen (Ist-Zustand) |
| erledigt | definitorische Einordnung der Maßnahmen |
| möglichst bald | Klären, ob wir die Daten vom Studierendenwerk erhalten können: Absatzmengen an Einwegbechern pro Monat seit 2011, im Monat nach einer Preisänderung vielleicht sogar wöchentlich oder täglich; Daten der Umfrage "Zustimmung zum Preisaufschlag" |
| Bis 15.8 | Fragen für Umfrage beisteuern |
| Bis 15.8 | Zum Glossar der Themenklasse Text zu Nudging beitragen |
| Bis 31.10 | Hintergrundrecherchen: Sind in unserem Fall alle Bedingungen für eine Regression erfüllt? |
| Oktober - November 2018 | Datenbereinigung, z.Bsp.: Werden überhaupt in allen Cafeterien und Mensen Porzellan- und Wegwerfbecher angeboten? Oder sind die Auswahloptionen in manchen Cafeterien vielleicht eingeschränkt? Solche Cafeterien sollte man aus der quantitativen Analysen ausklammern, da hier keine freie Wahl gegeben ist und deren Daten uns somit in unseren Fragen nicht weiterhelfen. |
| Oktober - November 2018 | Durchführung der Umfrage, anschließend Auswertung |
| ab Dezember 2018 | quantitative Analyse (z.B. in R) durchführen: <ul style="list-style-type: none">- Regression erstellen- komparativ statische Vergleiche erstellen, an entsprechende Graphiken denken |
| ab Januar 2019 | Auswertung und Diskussion der Ergebnisse |
| bis März 2019 | Erstellen des Abschlussberichts |

7. Literatur

Sunstein, Cass, and Richard Thaler. "Nudge." The politics of libertarian paternalism. New Haven (2008).

- Foucault, Michel. "Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses." Kriminologische Grundagentexte. Springer VS, Wiesbaden (2016). 333-343.
- Kirchgässner, Gebhard. "Sanfter Paternalismus, meritorische Güter, und der normative Individualismus." List Forum für Wirtschafts-und Finanzpolitik. Vol. 40. No. 3. Springer Berlin Heidelberg (2014).
- Egan, Mark. "Nudge Database v1. 2." University of Stirling:
<https://www.stir.ac.uk/media/stirling/services/faculties/social-sciences/research/documents/Nudge-Database-1.2.pdf> (2013).
- Schwarz, Peter. "Optionen einer rationalen Regulierung des Tabakkonsums: Die Vorteile eines liberalen Paternalismus." Perspektiven der Wirtschaftspolitik 10.2 (2009): 235-251.
- Diller, Hermann. Preispolitik. W. Kohlhammer Verlag, 2007.
- Luttinger, Nina, and Gregory Dicum. The coffee book: Anatomy of an industry from crop to the last drop. New Press, The, (2011).
- Ligthart, T. N., and A. M. M. Ansems. "Single use cups or reusable (coffee) drinking systems: an environmental comparison." Netherlands Organization for Applied and Scientific Research, TNO Report 2006-A (2007): R0246.
- Slaunwhite, J. , Using normative messages to increase healthy behaviours, International Journal of Workplace Health Management (2008).