

Weiberwirtschaft - Männerwirtschaft: Anmerkungen aus der Geschlechterperspektive auf die Abfallproblematik

Ich möchte im folgenden zeigen, dass eine Betrachtung der Abfallproblematik aus der Geschlechterperspektive den Blick lenken kann auf bisher wenig beachtete, eher im Schatten liegende Bereiche und Fragen, die jedoch für das allgemeine Ziel, Abfälle zu vermeiden bzw. zu verwerten, von erheblicher Bedeutung sein können. Bei meinen Überlegungen unterscheidet sich zwischen zwei Ebenen der Kategorie Geschlecht, die jeweils unterschiedliche Fragestellungen nach sich ziehen:

1. Individuelle Geschlechterunterschiede in Hinblick auf Konsum- und Abfallverhalten: Hier ist zu fragen: Zeigen sich zwischen den Geschlechtern Unterschiede in der Art und Weise, wie sie wirtschaften, d.h. produzieren und konsumieren, welche Abfälle sie dabei in welchem Ausmaß produzieren und wie sie mit diesen Abfällen umgehen?
2. Strukturell-symbolische Aspekte der Kategorie Geschlecht: Hier stellt sich die Frage: Wie wirkt sich die traditionelle geschlechtsspezifische Arbeits- und Verantwortungsteilung auf die Abfallproblematik aus? Welche Folgen ergeben sich insbesondere aus der Trennung zwischen einer "männlichen" Produktionssphäre, - als Teil der Wertschöpfungskette ökonomisch und gesellschaftlich von hoher Bedeutung - und einer "weiblichen" Konsumsphäre - ohne ökonomische Bedeutung und mit geringer gesellschaftlicher Wertschätzung?

Zunächst noch eine Vorbemerkung über mein Verständnis von "Geschlecht" bzw. Gender: Meine Ausgangsthese ist, dass Produktion, Konsum und damit auch die Abfallproblematik "gendered" sind, d.h. dass in diese sich unsere Vorstellungen von "weiblich" und "männlich" und die geschlechtsspezifische Aufgaben- und Verantwortungsteilung als "hidden curriculum" vorwiegend zwischen den Zeilen einschreiben (ausführlicher siehe Weller 2001).

Der Begriff Gender bezieht sich dabei auf das soziale Geschlecht und soll verdeutlichen, dass es sich bei "Weiblichkeit" und "Männlichkeit", bei "weiblichen" und "männlichen" gesellschaftlichen Aufgaben- und Verantwortungsfeldern um soziale, kulturell bestimmte Verhaltens-, Wahrnehmungs- und Eigenschaftsbündel handelt, die gesellschaftlich bestimmt werden, veränderbar und im Wandel sind.

1. Individuelle Geschlechterunterschiede beim Konsum- und Abfallverhalten

Bei der Suche nach geschlechtsspezifisch disaggregierten Daten habe ich mich zunächst auf den privaten Konsum und auf seine Elemente Kauf-, Gebrauchs- und Abfallverhalten konzentriert (Schultz & Weller 1997). Als ein Ergebnis lässt sich zunächst ein erhebliches Defizit an systematisch erhobenen geschlechtsspezifischen Daten feststellen, wobei hier allerdings zwischen Kauf-, Gebrauchs- und Abfallverhalten zu unterscheiden ist.

Beim Kaufverhalten, das vom Marketing intensiv untersucht wird, wird in der Regel selbstverständlich die Kategorie Geschlecht explizit berücksichtigt. So kann beispielsweise die Bekleidungsbranche auf umfangreiche Daten über das Kaufverhalten von Kleidungskäufern und -käuferinnen zurückgreifen, u.a. auf das von der Gesellschaft für Konsumforschung erstellte Textilpanel, das wöchentlich das Kaufverhalten von rund 16.000 Personen - selbstverständlich differenziert nach dem Geschlecht - untersucht.

Bezogen auf das Kaufverhalten lassen sich außerdem eher weiblich und eher männlich geprägte Konsumbereiche feststellen. In dem bereits erwähnten Bekleidungsbereich dominieren die Käuferinnen, dies lässt sich u.a. daran zeigen, dass für Damenoberbekleidung deutlich mehr Geld ausgegeben wird als für Herrenoberbekleidung, wie Tab. 1 verdeutlicht.

Tab. 1: Verbrauchsausgaben je Haushalt für Bekleidung und textilen Hausrat (Quelle: <http://www.gesamttextil.de/> vom 27.11.00)

	Westdeutsche Haushalte mit mittlerem Einkommen		Ostdeutsche Haushalte mit mittlerem Einkommen	
	Monatsdurchschnitt (DM)		Monatsdurchschnitt (DM)	
	1997	1998	1997	1998
Bekleidung und textiler Hausrat insgesamt	249,30	247,58	198,74	201,86
Herrenoberbekleidung	30,39	30,08	23,14	21,97
Damenoberbekleidung	48,30	50,31	44,72	41,73

Ob dies allerdings auch mit einem Mehr an Stoffströmen und Abfallaufkommen verbunden ist, müsste noch überprüft werden, da Materialeinsatz und Wertschöpfung gerade in hoch modischen Bereichen keineswegs gleich gesetzt werden können.

Es lassen sich nicht nur eher weiblich, sondern ebenso eher männlich geprägte Konsumbereiche identifizieren. Der Bereich Informations- und Kommunikations-Technologie umfasst beispielsweise Produkte und Geräte wie PC's, Telefon und Fernsehgeräte, die vorwiegend von Männern gekauft werden. Dies lässt sich z.B. einem Vergleich des Ausstattungsgrads der privaten Haushalte von alleinlebenden Frauen und Männern mit PC's und Modem entnehmen (Tab. 2).

Tab. 2: Ausstattung privater Haushalte mit langlebigen Haushaltsgütern, Ausstattungsgrad je 100 Haushalte am 1.1.1998 (Quelle: Statistisches Bundesamt 1999)

	Alleinlebende Frauen	Alleinlebende Männer
PC mit CD-ROM-Laufwerk	8,8	27,0
PC ohne CD-ROM-Laufwerk	6,7	11,3
Modem	2,9	13,5
Internet oder Online-Dienste	2,1	11,4

Während über das Kaufverhalten also durchaus geschlechtsspezifische Daten erhoben werden, stehen meines Wissens über den Gebrauch, den Umgang mit Produkten und Geräten sowohl allgemein wie auch geschlechterdifferenzierend kaum Daten zur Verfügung. Für die Ziele Abfallvermeidung und -verwertung ist der Gebrauch und der Umgang mit Produkten jedoch in vielerlei Hinsicht von Bedeutung: der Gebrauch entscheidet mit über die Lebensdauer eines Produktes, aus den Erfahrungen mit seinem Umgang entscheiden die jeweiligen Nutzer und Nutzerinnen über die Gebrauchsfähigkeit und Wertschätzung des Produktes. Von welchen Faktoren diese Entscheidungen bestimmt werden, welche Rolle hierbei mögliche Unterschiede zwischen weiblichen und männlichen Konsumbereichen spielen, ob sich unterschiedliche weibliche und männliche Nutzungsmuster erkennen lassen, ist nach meinem Eindruck bisher kaum untersucht. Aus einer Geschlechterperspektive ist zu vermuten, dass dieses geringe Wissen auch darauf zurückzuführen ist, dass die in dieser Phase der Wertschöpfungskette geleistete Arbeit unbezahlt von Frauen übernommen wird und sie daher ohne (ökonomische) Bedeutung erscheint.

Als dritten Aspekt der individuellen Geschlechterunterschiede möchte ich noch auf den Bereich der Abfalltrennung in den privaten Haushalten eingehen, über den erste geschlechtsspezifische Daten vorliegen. Insbesondere im Rahmen einer Sekundäranalyse, einer Auswertung der verschiedenen Studien über Umweltbewusstsein und Umweltverhalten, die von der sozialwissenschaftlichen Umweltforschung in Deutschland zwischen 1991 und 1998 durchgeführt wurden, wurde der erhebliche Einfluss der Kategorie Geschlecht herausgearbeitet (Preisendörfer 1999). Danach zeigen sich gerade beim müll- und konsumbezogenen Umweltbewusstsein sowie verstärkt beim müll- und konsumbezogenen Umweltverhalten deutliche Geschlechterunterschiede, die in Tab. 3 zusammengestellt sind.

Tab. 3: Geschlechterunterschiede bei den Antworten über die Recyclingbeteiligung: Angabe, dass diese Materialien immer recycelt werden (Quelle: Preisendörfer 1999)

	Frauen	Männer
Glas	90%	85%
Lebensmittelabfälle	65%	58%
Konservenbüchsen	77%	72%
Textilien	69%	63%
Medikamente	68%	66%

Für die Untergruppe der Single-Haushalte verstärkten sich diese Unterschiede sogar noch, wie in Tab. 4 deutlich wird. Bemerkenswert ist allerdings, dass die Recyclingbeteiligung in dieser Lebensform unter dem allgemeinen Durchschnitt liegt.

Tab. 4: Geschlechterunterschiede in der Untergruppe der Single-Haushalte: Angabe, dass diese Materialien immer recycelt werden (Quelle: Preisendörfer 1999)

	Alleinlebende Frauen	Alleinlebende Männer
Glas	88%	73%
Lebensmittelabfälle	60%	41%
Konservenbüchsen	72%	56%
Textilien	67%	47%
Medikamente	68%	52%

Hier bietet der Autor der Sekundäranalyse als Erklärung an: "Offenbar ist es so, dass Männer, die mit Frauen zusammenleben, das Recycling gerne ihren Frauen überlassen. Die Frage, ob sie verschiedene Materialien vom Restmüll getrennt sammeln, können sie trotzdem bejahen, weil ja die Frau dies für den Haushalt erledigt." (Preisendörfer 1999: 143)

Was offenbart nun dieser erste Blick aus der Geschlechterperspektive? Zunächst bietet er Hinweise für die Existenz für individuelle Geschlechterunterschiede beim Konsum- und Abfallverhalten. Die dezidierte Beachtung von Gender lenkt zugleich den Blick auf die Heterogenität und Vielfalt der privaten Verbraucher und Verbraucherinnen: Überlegungen über "die Verbraucher", "den Verbraucher" oder auch "die Verbraucherin" erweisen sich als unzulängliche Abstraktion. Dies unterstreicht die Notwendigkeit, bei der Entwicklung von Konzepten und Maßnahmen zur Abfallvermeidung und -verwertung die Unterschiede zwischen den verschiedenen konkreten Verbrauchern und Verbraucherinnen sowie ihre jeweilige spezifische und in der Regel äußerst komplexe Alltagsrealität angemessen zu berücksichtigen. Das Wissen über die sozialen Dimensionen der Abfallproblematik erscheint insgesamt als unzureichend. Dass der Bereich des Gebrauchs weitgehend im Dunklen liegt, äußert sich auch daran, dass wenig untersucht wird, wie sich Stoffe und Produkte durch den Umgang und den Gebrauch stofflich-materiell verändern und was daraus für die Abfallproblematik folgt.

2. Strukturell-symbolische Dimensionen von Gender

Hier stellt sich zum einen die Frage, wie sich die traditionelle geschlechtsspezifische Arbeits- und Verantwortungsteilung auf die Abfallproblematik auswirkt. Zum anderen ist nach den Folgen der Aufspaltung zwischen einer "weiblichen Konsumsphäre" und einer "männlichen Produktionssphäre" zu fragen.

Die traditionelle geschlechtsspezifische Arbeits- und Machtteilung, d.h. die anhaltende Zuweisung der Verantwortung für den Bereich der privaten Reproduktion an Frauen, führt einerseits dazu, dass die Mehraufwendungen für Abfallvermeidung, für diesbezügliche Veränderungen im Konsumverhalten, für Abfallsortierung und -trennung sowie die Koordination dieser Aufgaben in den weiblichen Verantwortungsbereich fallen, auch wenn sie nicht mehr von ausschließlich von Frauen übernommen werden. Damit kommt es zu einer Privatisierung und Feminisierung der Abfall- und Umweltverantwortung (Schultz 1991, Schultz 1993). Diese setzt jedoch eine noch immer scheinbar unbegrenzt und kostenlos zur Verfügung stehende "Ressource" Frauenarbeit voraus. Angesichts der zunehmenden Erwerbsbeteiligung von Frauen, die

bei ihnen wegen der nach wie vor nur geringen Beteiligung von Männern an der alltäglichen Haushaltsführung zu erheblichen Mehrbelastungen und Überstrapazierungen führt, ist jedoch abzusehen, dass zukünftig solche Zusatzanforderungen kaum mehr akzeptiert werden.

Die geschlechtsspezifische Arbeits- und Verantwortungsteilung hat noch eine zweite Seite: Bisher liegt die Gestaltungs- und Definitionsmacht von Produkten und Technik bei überwiegend männlichen Technikern und Naturwissenschaftlern (siehe am Beispiel Textilien Weller 1998). Die feministische Technikkritik hat aber an vielen Beispielen aufgezeigt, dass die Technik- und Produktgestaltung von dem jeweiligen Erfahrungshintergrund der Forschungs- und Entwicklungsakteure mit geprägt wird. Angesichts ihrer Homogenität - z.B. männlich, naturwissenschaftlich-technisches Expertenwissen, Defizit an Erfahrungen mit der Alltagsorganisation - läuft die Produktentwicklung und -gestaltung Gefahr, bestimmte Erfahrungs- und Anforderungsprofile, wie z.B. die Gebrauchserfordernisse, auszuschließen¹. In der Konsequenz verweist dies auf die Notwendigkeit, die Anforderungen zu eruieren, die sich aus einem abfallarmen Gebrauch von Produkten ergeben.

Die zweite Dimension der strukturell-symbolischen Ebene von Gender, die Aufspaltung zwischen "weiblichem Konsum" und "männlicher Produktion", geht mit gesellschaftlichen Auf- und Abwertungsprozessen einher: Die Produktionssphäre besitzt eine hohe ökonomische Bedeutung und gesellschaftliche Anerkennung, die Konsumtion dagegen wird als Privatsache eingeschätzt, sie ist nicht Teil der Wertschöpfungskette, die Reproduktionsarbeit ist unbezahlt, meist Frauenarbeit. Hier werden im wissenschaftlichen sowie im Alltagsdenken lediglich die Produkte verbraucht, die von der Wirtschaft hergestellt werden. Die Vorstellung über das Verhältnis von Produktion und Konsum ist nicht nur durch seine Polarisierung und geschlechtliche Zuweisung charakterisiert, sondern geht auch mit einer geschlechterhierarchisierenden Bewertung einher, die dem Bereich der Produktion eine höhere Bedeutung und Aufmerksamkeit als dem privaten Konsum zuweist.

¹ Dass die Produktgestaltung von dem jeweiligen Erfahrungshintergrund der Entwickler geprägt wird, zeigt ein vergleichsweise neuer Forschungsbereich, die Entwicklung seniorengerechter Produkte. Da immer deutlicher wird, dass die spezifischen Anforderungen von Senioren bisher kaum berücksichtigt werden, wurde hierfür sogar extra ein Simulator entwickelt, der die Ingenieure und Techniker in die Lage von alten Menschen versetzen soll.

Diese unterschiedlichen Bewertungen von weiblich und männlich illustrieren beispielhaft auch die beiden Begriffe Männerwirtschaft und Weiberwirtschaft, was sich an ihren Definitionen in dem Großen Wörterbuch der deutschen Sprache des Duden von 1981 erkennen lässt. Hier wird Weiberwirtschaft definiert: " (abwertend) nur oder vorwiegend von Frauen ausgeführte Tätigkeiten, was - weil anders als üblich und erwartet - als ungewöhnlich auffällt oder auf Grund bestimmter Charakteristika als negativ betrachtet wird". Demgegenüber wird unter Männerwirtschaft verstanden: " (scherzhaft) von einem Mann, von Männern geführte Hauswirtschaft in einem frauenlosen Haushalt". Diese beiden Zitate weisen explizit auf die Abwertung von nur oder überwiegend von Frauen ausgeführten Tätigkeiten. Wird dagegen der normalerweise weibliche Verantwortungsbereich, der Haushalt, allein von Männern geführt, wird dies scherzhaft als Ausnahme von der Regel beschrieben.

Dass Produktion und Konsum als zwei völlig unterschiedliche gesellschaftliche Bereiche und Sphären betrachtet werden, in denen jeweils unterschiedliche Prinzipien gelten und Ziele verfolgt werden, ist jedoch ein Mythos, der von der Frauen- und Geschlechterforschung an vielen Beispielen entlarvt wurde². Vielmehr bestehen zwischen Produktion und Konsum enge Wechselwirkungen, z.B. bestimmt die Produktgestaltung in hohem Maß den Umgang mit den Produkten und ihren Umweltverbräuchen. Außerdem wird auch in der Produktion konsumiert, z.B. die verschiedenen Vor- und Zwischenprodukte. Genauso wird auch beim Konsum der Produkte etwas produziert: Aus den Lebensmitteln wird eine genußreiche Mahlzeit hergestellt, die Möbel und Innenausstattung wird so gestaltet, dass eine wohnliche Atmosphäre entsteht und aus den Bekleidungstextilien wird ein passendes Outfit entworfen.

Dennoch wird der private Haushalt vorwiegend als ein Bereich betrachtet, in dem Produkte verbraucht werden. Insofern erscheint auch die Frage, was mit ihnen während des Gebrauchs passiert, ohne Bedeutung. Dies hängt sicher damit zusammen, dass wie bereits erwähnt der Gebrauch von Produkten nicht Teil der ökonomischen Wertschöpfungskette ist, die Nutzungsphase in einer ökonomischen Perspektive z.T. sogar als "Totzeit" bezeichnet wird (Schramm et al. 1996). Diese reduzierte Betrachtung ist vermutlich mit darauf zurückzuführen, dass der Reproduktionsbereich als "weibliche" Sphäre im wissenschaftlichen Denken noch immer ein wenig beachtetes Schattendasein führt.

² Auch in der Umweltforschung hat sich inzwischen eine Life-Cycle übergreifende Betrachtung, z.B. in Rahmen von Ökobilanzen und Stoffstrommanagement-Arbeiten, durchgesetzt. Allerdings hat dies noch kaum dazu geführt, die Wechselwirkungen zwischen Produktion und Konsum explizit in den Blick zu nehmen.

Würden dagegen die privaten Haushalte als Orte wahrgenommen, in denen etwas hergestellt wird, z.B. Lebensqualität, Gesundheit, Sinn oder Ästhetik, könnten sich daraus neue Anforderungen an die Produktgestaltung und -entwicklung ergeben, nämlich Produkte und Geräte so zu gestalten, dass sie diese "produktiven" Funktionen erfüllen können und nicht nur möglichst schnell eine Totzeit durchlaufen, um dann ebenfalls möglichst schnell als Abfall "entsorgt" zu werden.

Literatur:

Preisendörfer, P. (1999): Umwelteinstellungen und Umweltverhalten in Deutschland. Empirische Befunde und Analysen auf der Grundlage der Bevölkerungsumfragen "Umweltbewußtsein in Deutschland 1991 - 1998". Herausgegeben vom Umweltbundesamt. Opladen

Schultz, I., I.Weller (1997): Nachhaltige Konsummuster und postmaterielle Lebensstile. UBA-Texte 30/97, Berlin

Schultz, I., M. Weiland (1991): Frauen und Müll. Frauen als Handelnde in der kommunalen Abfallwirtschaft. Frankfurt/Main

Schultz, I. (Hg.) (1993): GlobalHaushalt: Globalisierung von Stoffströmen - Feminisierung von Verantwortung. Frankfurt/Main

Schramm, E., M. Buchert, D. Bunke, S. Lehmann, I. Reifenhäuser, M. Steinfeldt, V. Strubel, I. Weller, S. Zundel (1996): Stoffflüsse ausgewählter umweltrelevanter chemischer Stoffe: Beispiele für ein Produktliniencontrolling. UBA-Texte 80/96. Berlin

Statistisches Bundesamt (1999): Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland 1999. Wiesbaden

Weller, I. (1998): Stoffstrommanagement im Bedürfnisfeld Bekleidung: Die Gestaltungsmacht von Frauen zwischen Überhöhung, Moralisierung und Marginalisierung. In: Christine Wächter et al. (Hrsg.): Technik Gestalten. Interdisziplinäre Beiträge zur Technikforschung und Technologiepolitik. München/Wien, 341 - 350

Weller, I.(2001): Stoffströme und Geschlechterverhältnisse. Im Druck