

Evaluation von Lebensmittelkennzeichnungen im Kontext von Nachhaltigkeitskommunikation: eine Verbraucherperspektive.

Sandra Ullrich (wissenschaftliche Mitarbeiterin)

DHBW Heilbronn, Studiengang Food Management

Rund 20% des weltweiten CO₂-Ausstoßes wird von der Lebensmittelbranche verursacht. Nachhaltigere Kaufentscheidungen können diese enorme Belastung deutlich senken. Durch die Kennzeichnung von Lebensmitteln soll der nachhaltige Konsum gefördert werden. Daher erwägt die EU eine Vereinheitlichung von Nachhaltigkeitskennzeichnungen bis 2024. Das Ziel des Promotionsprojektes ist, Kennzeichnungseigenschaften für Nachhaltigkeitskommunikation im Lebensmitteleinzelhandel zu evaluieren, vorhandene Kennzeichnungsalternativen zu bewerten und gegebenenfalls neue Alternativen vorzuschlagen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt in der Konzeption einer einfachen und kundenfreundlichen Nachhaltigkeitskennzeichnung.

Das Vorhaben ist Teil des Forschungsprojektes „Vermittlung relevanter Nachhaltigkeitsinformationen (VereNa)“. Gefördert wird das Projekt vom Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst des Landes Baden-Württemberg sowie von dem Lebensmitteleinzelhändler Lidl. Mit der Unterstützung knüpft Lidl an einem eigenen Pilotprojekt an, bei dem eine freiwillige Nachhaltigkeitskennzeichnung getestet wurde. Derzeit werden mehrere Optionen in der Branche diskutiert (Eco Score, Planetscore, etc.).

Das erste Forschungsprojekt trägt dabei zur aktuellen Diskussion der Ausgestaltung einer branchenweiten Nachhaltigkeitskennzeichnung, durch eine Spezifikation der Lücke zwischen Expertenwissen und Konsumentenverständnis bei. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass Experten einen deutlichen Wissensvorsprung gegenüber den Konsumenten haben, unterschiedliche Aspekte für einen nachhaltigen Lebensmittelkonsum priorisiert werden und einige der von den Experten diskutierten Kriterien den Verbrauchern unbekannt sind. Das differenzierte Konsumentenwissen ist den Experten bewusst, paradoxerweise sprechen sich die meisten Experten dennoch für eine umfassendere und komplexere Darstellungsform aus, um dem Anspruch der Vollständigkeit und Genauigkeit gerecht zu werden. Die Ergebnisse machen deutlich, dass die Konsumentenperspektive nicht vernachlässigt werden sollte, da eine komplexe Darstellungsform die Konsumenten überfordern könnte. Für die Studie wurden qualitative Interviews (N=16) mit Konsumenten und Experten durchgeführt. Zusätzlich wurden Panel und Positionspapiere von Verbänden und Interessengruppen sowie Podiumsdiskussionen ausgewertet, um Meinungen aus Wissenschaft, Politik und Lebensmittelhandel einzubeziehen (N=5).

Das anwendungsbezogene Forschungsvorhaben macht deutlich, dass ein Spannungsfeld zwischen theoretischen und praktischen Implikationen bestehen kann. Ein kooperativer und ausgeglichener Wissenstransfer stellt eine wichtige Einflussgröße bei der Durchführung des Forschungsvorhabens dar.