Einflussfaktoren auf einen nachhaltigen Lebensmittelkonsum

eine umfragebasierte Analyse in Osnabrück

Ergebnisse einer Umfrage im Rahmen des Projekts “Nachhaltige Ernährung, leicht gemacht in Osnabrück”, vom Institut für Umweltsystemforschung

Durchgeführt von Laura Lachermund und Caroline van Bers, Universität Osnabrück

December 2022

Dieser Bericht bietet eine Identifizierung der Einflussfaktoren auf und Beweggründe für das Einkaufs- und Ernährungsverhalten der Konsument-Innen Osnabrücks mit dem Ziel, alltagstaugliche Gestaltungsansätze für die Umsetzung einer nachhaltigeren Konsumeinstellung der BürgerInnen zu entwickeln.

Foto: © Univ. Osnabrück

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung 2
   1.1. Ablauf und Aufbau 3
   1.2. Erste zusammengefasste Ergebnisse 4
   1.3. Zusammengefasste Hintergrundinformationen der TeilnehmerInnen 5
2. Umfrage Highlights 7
   2.1. Was ist den VerbraucherInnen beim Kauf ihrer Lebensmittel besonders wichtig? 8
   2.2. Wie oft werden nachhaltige Lebensmittel eingekauft? 9
   2.3. Bei welchen Lebensmittelgruppen ist den VerbraucherInnen Nachhaltigkeit besonders wichtig? 10
   2.4. Erkennbarkeit von bestimmten Standards 11
   2.5. Erleichterung für einen nachhaltigen Konsum 12
3. Tiefergehende Analyseergebnisse 13
   3.1. Konsumverhalten Deutschlands und Auswirkungen des Ernährungssystems 14
   3.2. Einkaufs- und Ernährungsverhalten – eine tiefergehende Analyse 15
      3.2.1. Einkaufsgewohnheiten und Einkommen 16
      3.2.2. Erreichbarkeit der Lebensmittelbezugsquellen 17
      3.2.3. Bereitschaft einer Mehrausgabe 18
4. Einflüsse auf das Ernährungsverhalten 19
5. Grundsätze für eine nachhaltige Ernährung 21
6. Zusammenfassung der Ergebnisse 22

Foto: © Pexels

1. Einleitung

Foto: © Pexels

*„Eine **nachhaltige Ernährungsweise** hat geringere Auswirkungen auf die Umwelt, ist ressourcenschonend, schützend gegenüber Ökosystemen und trägt zu einer gesunden Lebensweise bei. Sie stellt die faire Bezahlung der ProduzentInnen sicher, ist bezahlbar und langfristig umsetzbar."*
(FAO, 2012).

Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt heutzutage immer mehr an Bedeutung und Dringlichkeit. Seine Relevanz und der Einfluss auf Klima und Biodiversität sind nicht mehr von der Hand zu weisen. Auch bezogen auf die Ernährung spielt Nachhaltigkeit eine große Rolle. Doch wie ernähren sich die Stadt und der Landkreis Osnabrück? Was sind Hürden und Hindernisse, mit welchen KonsumentInnen konfrontiert sind, wenn sie sich nachhaltig ernähren wollen? Und was könnte dazu führen, eine nachhaltigere Konsumeinstellung zu erlangen und diese langfristig umzusetzen?

Diese und noch weitere Fragen bezogen auf das Einkaufs- und Ernährungsverhalten wurden in einer Umfrage an die BürgerInnen aus dem Stadt- und Landkreis Osnabrück gestellt. Das Ziel der Umfrage war, die Hürden der Umsetzung für eine nachhaltige Ernährung mit Fokus auf die Gesundheit von Ökosystem und Mensch zu identifizieren und so Möglichkeiten für die Erleichterung einer nachhaltigen Ernährungsweise zu entwickeln.

In diesem Bericht werden die Analysen und Ergebnisse der Umfrage aufgezeigt sowie eine Handlungsorientierung für die Umsetzung einer nachhaltigen Ernährungsweise gegeben.

1.1. Ablauf und Aufbau

Bevor weiter auf die Ergebnisse eingegangen wird, werden kurz Aufbau und Ablauf der Umfrage erklärt.

Die Umfrage beinhaltete ca. 21 Fragen rund um das Thema Ernährung und Einkaufsverhalten, sowie zu Beginn gestellte demographische Fragen zur Klassifizierung der TeilnehmerInnen. Besonders wichtig hierbei waren Fragen bezüglich des Alters, des Berufsstandes und sonstigen persönlichen Merkmalen. Die Umfrage war ca. 1,5 Monate online und wurde am 23.08.2021 beendet. Erreicht wurden insgesamt 376 BürgerInnen aus der Stadt und dem Landkreis Osnabrück, wovon 301 vollständige Antworten abgegeben haben.

Diese 301 TeilnehmerInnen machten durch die Beantwortung der Fragen Angaben darüber, wo sie einkaufen gehen, wie oft sie dabei nachhaltige Lebensmittel kaufen, wie wichtig ihnen Nachhaltigkeit in Bezug auf Lebensmittel ist und vieles mehr.

Darüber hinaus wurde ihnen die Möglichkeit gegeben, eigene Vorschläge anzubringen, welche ihrer Meinung nach die Konsumbereitschaft für nachhaltige Lebensmittel steigern würde. Dies erlaubte es uns, einen noch differenzierteren Einblick in die Einstellung der KonsumentInnen zu erhalten.

1.2. Erste zusammengefasste Ergebnisse

Die Ergebnisse der Umfrage zeigen auf, dass der Wunsch nach und die Bereitschaft für nachhaltigeren Konsum sehr präsent sind und sich viele der Befragten auch schon im Vorfeld mit diesem Thema auseinandergesetzt haben. Gleichzeitig lassen sich einige Hürden erkennen, welche es den KonsumentInnen erschweren, dieser Bereitschaft nachzugehen. Einige der angegebenen Hauptgründe hierfür waren der höhere Preis von nachhaltigen Lebensmitteln (43,1 %), ein Mangel an Informationen darüber, was Nachhaltigkeit bedeutet (23,05 %) und eine unzureichende Kennzeichnung bestimmter nachhaltiger Standards (20,9 %). Ca. 80 % der Befragten gaben an, dass es ihnen schwerfalle zu erkennen, ob bei der Produktion hohe Umweltschutzstandards eingehalten würden. Gleiches gilt für die Frage nach einer Gentechnik-freien Produktion sowie der Einhaltung hoher Tierschutzstandards.

Außerdem lässt die Umfrage erkennen, dass den Befragten Nachhaltigkeit wichtig ist. Bei der Frage nach bestimmten nachhaltigen Standards ordneten die Befragten die folgenden Kriterien als sehr wichtig bis wichtig ein: regionales Angebot (84 %), die Einhaltung hoher Tierschutzstandards (84 %), saisonales Angebot (78 %), die Einhaltung hoher Umweltschutzstandards (69 %), und eine Garantie für gute Arbeitsbedingungen für die ProduzentInnen (61 %).

Der Großteil der Befragten gab an, zumindest „manchmal“ nachhaltige Lebensmittel einzukaufen (92 %), 67 % gaben sogar an, dies oft oder bei jedem Einkauf zu tun. Lediglich 8 % der Befragten kaufen selten (einmal im Monat oder seltener) bis nie nachhaltige Lebensmittel.

Es gab vielfältige Vorschläge, die Hürden für einen nachhaltigen Konsum abzubauen. Die häufigsten genannten Verbesserungsvorschläge und Ideen für eine erhöhte Konsumbereitschaft nachhaltiger Lebensmittel waren die folgenden:

- **Klarere** und **eindeutigere Kennzeichnung** nachhaltiger Produkte. Dies war der am häufigsten genannte Vorschlag und könnte dazu beitragen, dass mehr Leute zu nachhaltigen Lebensmitteln greifen.
- **Aufklärungskampagnen** bzgl. verschiedener Label, genauso wie **Informationskampagnen** darüber, was überhaupt als nachhaltiges Lebensmittel einzuordnen ist.
- Ein **größeres Angebot** von Bioläden, Wochenmärkten oder Ähnlichem auch in **ländlichen Gebieten.** Für einige KonsumentInnen scheitert ein nachhaltiger Lebensstil schlichtweg daran, dass es in der Nähe keine entsprechende Einkaufsmöglichkeit gibt.
- **Mehr Transparenz.** Die Befragten gaben an, dass es helfen könnte, auf Verpackungen die CO2-Fußabdrücke der Produkte und somit deren Auswirkungen auf die Umwelt zu erkennen.
- **Ein günstigerer Preis** durch beispielsweise Subventionierung nachhaltig produzierter Lebensmittel oder Besteuerung nicht-nachhaltiger Lebensmittel beim Produzenten.
- Die **Auswahl nachhaltiger Lebensmittel** generell zu **erhöhen.**

Es ist zu erkennen, dass ein nachhaltiger Lebensstil von vielen gelebt werden möchte, dessen Umsetzung allerdings aufgrund einiger vermeidbarer Gegebenheiten scheitert. So ist ein großes Problem die Kennzeichnungen der Lebensmittel. Bei der Flut der mittlerweile existierenden Kennzeichnungen für Lebensmittel fällt es VerbraucherInnen oftmals schwer zu erkennen, worum es sich bei dem betrachteten Label handelt und was es aussagt.

In diesem Bericht werden die Highlights der Umfrage vorgestellt und es wird auf einige der Ergebnisse genauer eingegangen. Zuvor wird sich ein Überblick über die TeilnehmerInnen verschafft und grob

skizziert, welche demographischen Eigenschaften und sonstigen persönlichen Hintergründe sie aufweisen.

1.3. Zusammengefasste Hintergrundinformationen der TeilnehmerInnen

Der / die durchschnittliche TeilnehmerIn ist weiblich, zwischen 16 und 29 Jahre jung, StudentIn, wohnt in der Stadt Osnabrück und betreibt eine omnivore Ernährung. Ein Drittel der Befragten gab dabei an, sich vegan oder vegetarisch zu ernähren.

Geht man weiter auf die Ergebnisse ein, wird erkennbar, dass sich die TeilnehmerInnen überwiegend aus StudentInnen (52,2 %) und Berufstätigen (41,5 %) zusammensetzen. Vereinzelt haben auch RentnerInnen (2,6 %), SchülerInnen (1,0 %), Arbeitssuchende und sonstige Beschäftigte teilgenommen (1,7 %). Erkennbar sind die soziodemografischen Ausprägungen in den Abbildungen 1a – 1e.

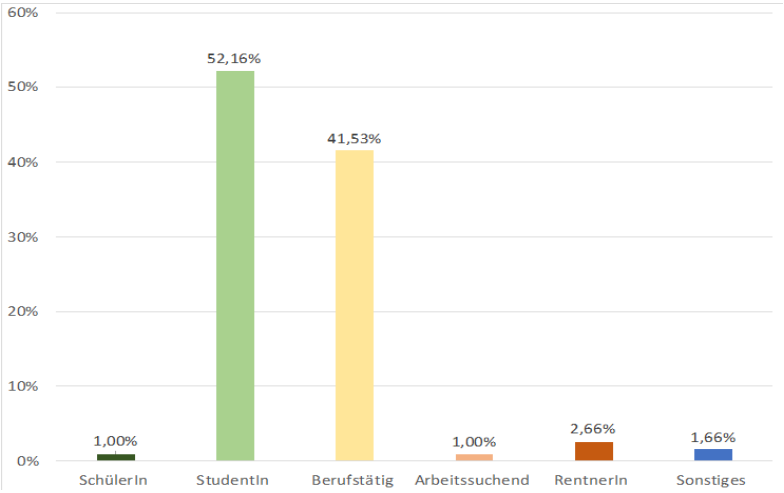

Abbildung 1a: Momentane Beschäftigungsart

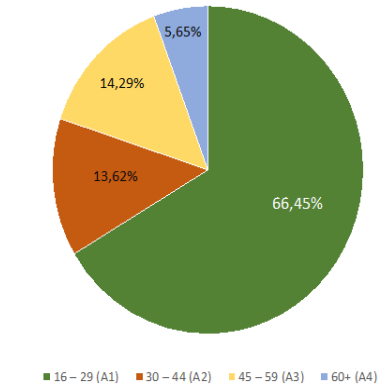

Abbildung 1b: Alter

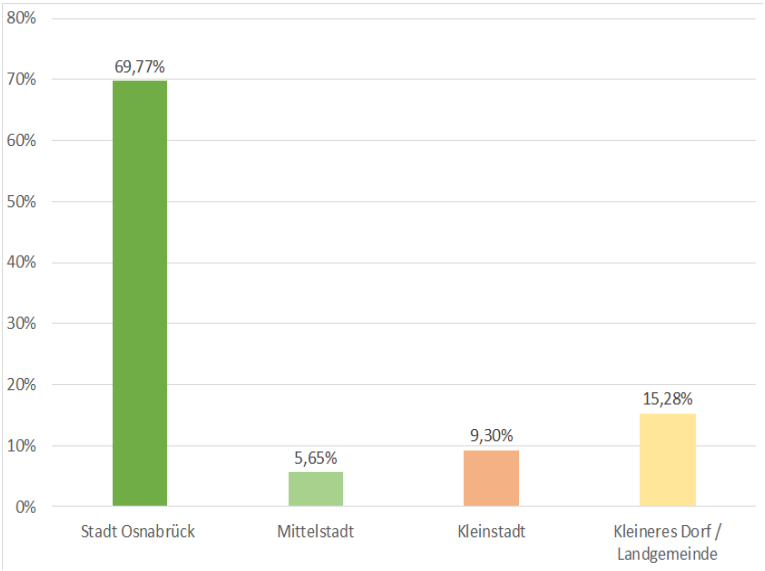

Abbildung 1c: Wohnort

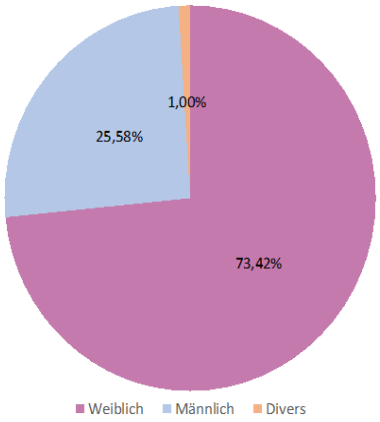

Abbildung 1d: Geschlecht

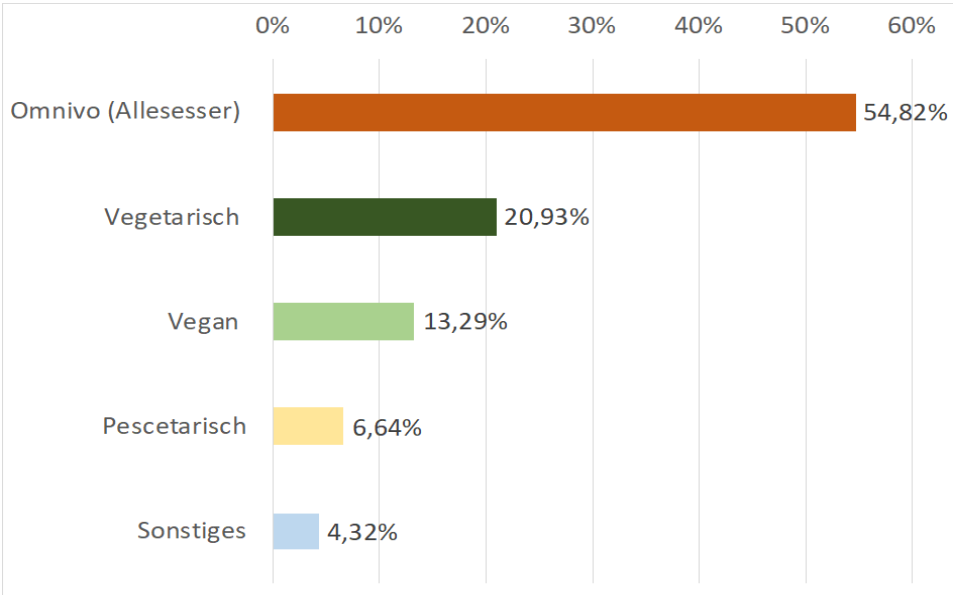

Abbildung 1e: Ernährungsform

2. Umfrage Highlights

Foto: © Univ. Osnabrück

2.1. Was ist den VerbraucherInnen beim Kauf ihrer Lebensmittel besonders wichtig?

Bevor explizit auf Themen der Nachhaltigkeit in Bezug auf Lebensmittel eingegangen wurde, wurden die Befragten zu Beginn der Umfrage zu ihren generellen Vorlieben bezüglich der Lebensmittelauswahl befragt.

In diesem Frageblock wurden die VerbraucherInnen gefragt, was ihnen beim gekauften Lebensmittel besonders wichtig ist. Hierbei wurde vorerst nicht nur nach dem Aspekt der Nachhaltigkeit gefragt, sondern auch nach Eigenschaften, die die Lebensmittel im Allgemeinen betreffen, wie Preis, Qualität, uzw.. Die Ergebnisse dieser Frage werden in Abbildung 2 dargestellt. Besonders wichtig (sehr wichtig bis wichtig) ist den Befragten der Geschmack (97 %), eine gute Qualität (95 %), gefolgt von regionalem Angebot (84 %) und der Einhaltung hoher Tierschutzstandards (84 %). Besonders interessant ist, dass nur ca. die Hälfte der Befragten angab, dass sie den Preis als wichtig einstuften. Lediglich 7 % gaben an, dass ihnen der Preis „sehr wichtig“ sei.

? Frage: Worauf legen Sie beim Kauf von Lebensmitteln besonders Wert, was ist Ihnen besonders wichtig?

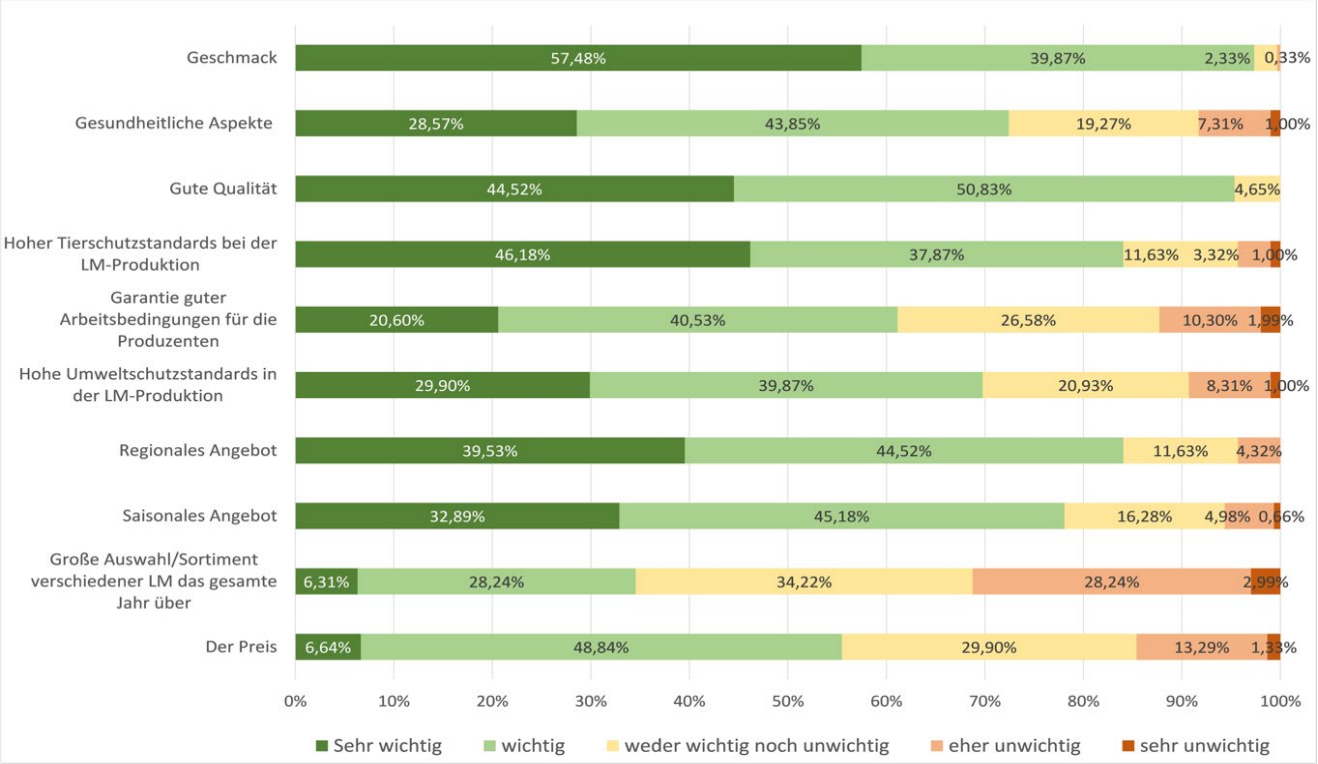

Abbildung 2: Worauf legen die VerbraucherInnen beim Lebensmittel Wert?

2.2. Wie oft werden nachhaltige Lebensmittel eingekauft?

Nachhaltigkeit ist in aller Munde. Doch wie oft wird wirklich nachhaltig eingekauft?

In dieser Frage wurde gezielt nach nachhaltigem Konsum gefragt. Nachdem in der Vorfrage bereits angegeben wurde, dass die Befragten bei ihrem Einkauf auf bestimmte Standards achten, welche als nachhaltig einzuordnen sind (Regionalität, Saisonalität, Tierschutzstandards etc.), wurde nun explizit nach der Häufigkeit von deren Konsum gefragt.

Abbildung 3 zeigt, dass knapp 35 % der Befragten bei jedem Einkauf nachhaltige Lebensmittel[1] kaufen. Gut 42 % gaben an, dies ein bis zwei Mal pro Woche zu tun. Damit kaufen drei Viertel der befragten VerbraucherInnen mindestens einmal pro Woche nachhaltige Lebensmittel ein.

? Frage: Wie oft kaufen Sie / kauft jemand aus Ihrem Haushalt nachhaltige Lebensmittel?

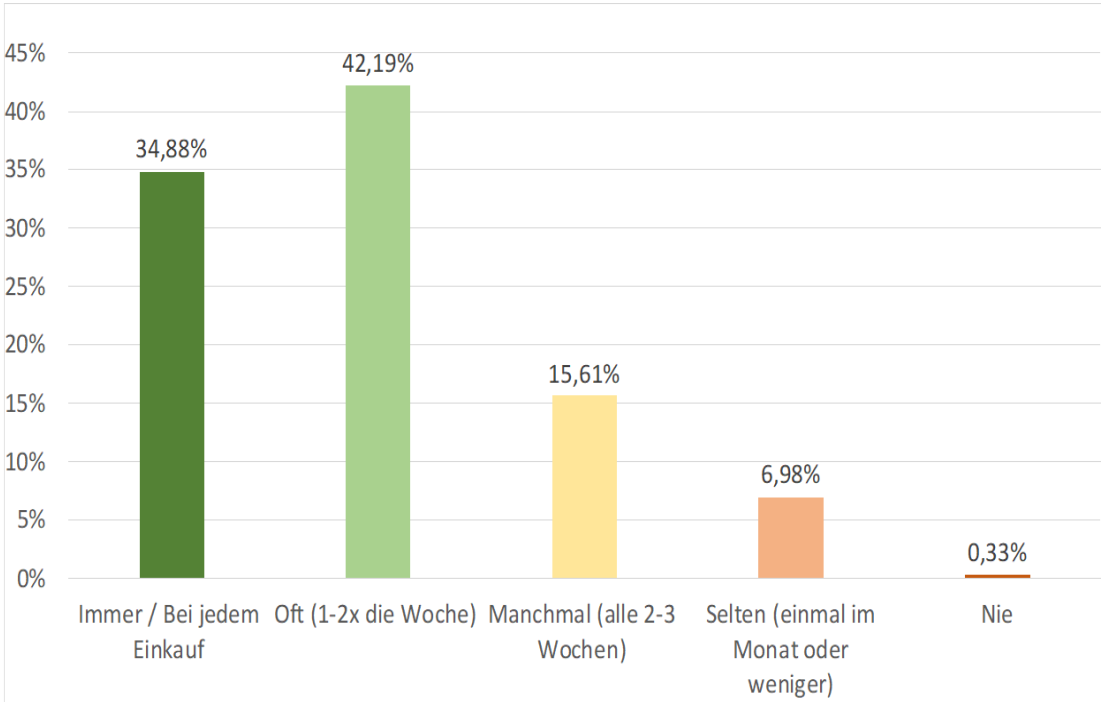

Abbildung 3: Wie oft werden nachhaltige Lebensmittel gekauft?

[1] Siehe Definition auf Seite 4 bezüglich nachhaltiger Ernährung. Dementsprechend werden unter nachhaltigen Lebensmitteln jene Lebensmittel verstanden, die durch ihre Eigenschaften die Anforderungen an eine nachhaltige Ernährungsweise erfüllen.

2.3. Bei welchen Lebensmittelgruppen ist den VerbraucherInnen Nachhaltigkeit besonders wichtig?

Nachhaltige Erzeugung in der Lebensmittelindustrie ist in den verschiedensten Lebensmittelkategorien möglich. Bei welchen ist den VerbraucherInnen die nachhaltige Produktion besonders wichtig?

Eine nachhaltige Produktionsweise wird immer wichtiger. Die folgende Abbildung (Abb. 4) zeigt verschiedene Lebensmittelgruppen auf und wie wichtig Nachhaltigkeit dort ist. Es kommt heraus, dass die VerbraucherInnen vor allem bei Obst und Gemüse, aber auch bei Milchprodukten, Eiern und Fleisch auf nachhaltige Quellen achten.

? Frage: Bei welchen Lebensmittelgruppen ist den VerbraucherInnen Nachhaltigkeit besonders wichtig?

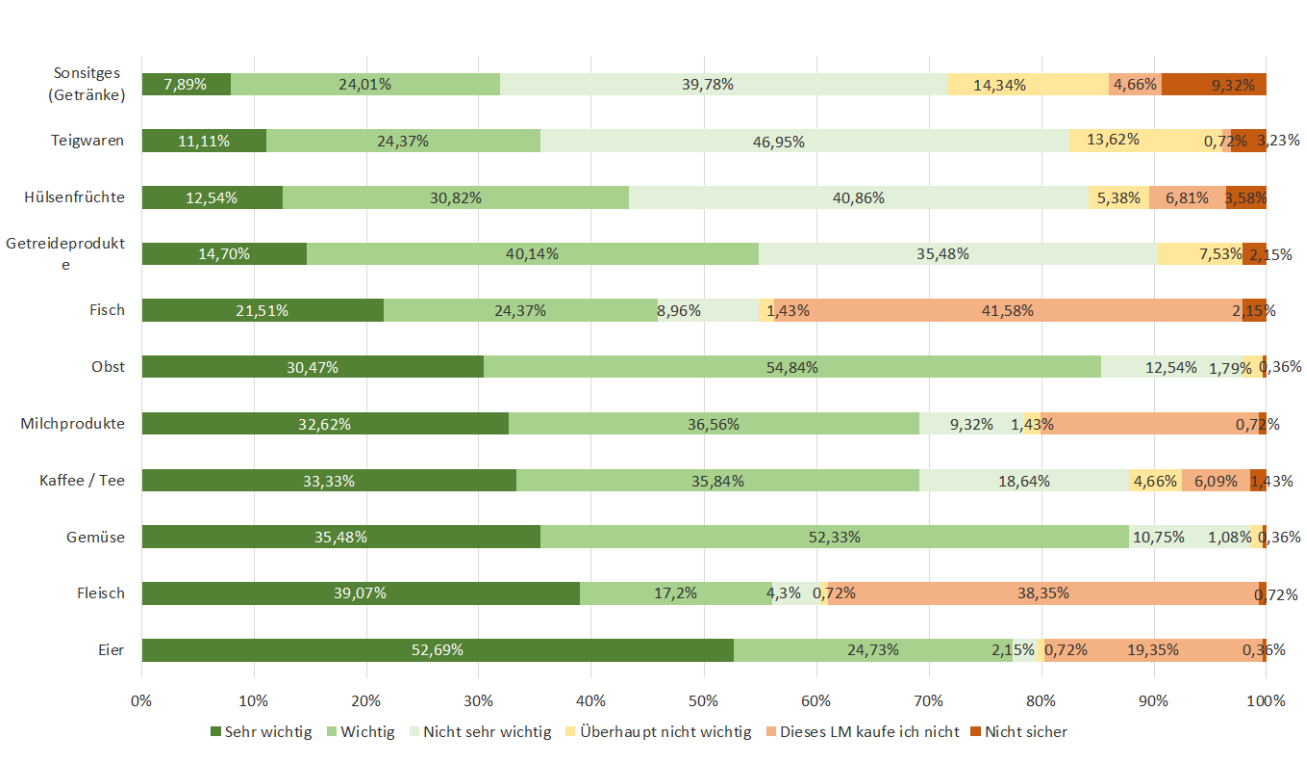

Abbildung 4: Bei welchen Lebensmittelgruppen ist den VerbraucherInnen Nachhaltigkeit besonders wichtig?

2.4. Erkennbarkeit bestimmter Standards

Die Auswahl verschiedener Lebensmittelgruppen steigt von Tag zu Tag. Heutzutage gibt es eine so große Palette von Alternativmöglichkeiten wie nie zuvor. Von diversen Fleischprodukten über eine große Auswahl an veganen Alternativen bis hin zu Bio-Produkten, regionalen Erzeugnissen und den unterschiedlichsten Labeln und Kennzeichnungen ist alles dabei. Doch wie leicht sind diese Unterschiede auch für die VerbraucherInnen erkennbar?

Der Wunsch nach Nachhaltigkeit steigt. Doch um diesen verwirklichen zu können, braucht es mehr als nur die eigene Bereitschaft. So müssen VerbraucherInnen auch erkennen können, dass es sich bei dem gekauften und konsumierten Lebensmittel um eines aus einer nachhaltigen Quelle handelt. Dies zu erkennen ist in der momentanen Produktpalette nicht einfach. Das lässt sich auch aus den folgenden Umfrageergebnissen erkennen: Knapp 80 % der Befragten gaben an, dass es ihnen schwer bis sehr schwer falle, die Einhaltung hoher Umweltschutzstandards bei der Produktion zu erkennen. Ähnlich verhält es sich mit den Tierschutzstandards (61 %), der fairen Bezahlung für ProduzentInnen (knapp 90%) oder einer Gentechnik-freien Produktion (68 %). Dies ist in Abbildung 5 zu erkennen.

? Frage: Wie leicht fällt es Ihnen zu erkennen, ob das Lebensmittel gewisse Standards aufweist?

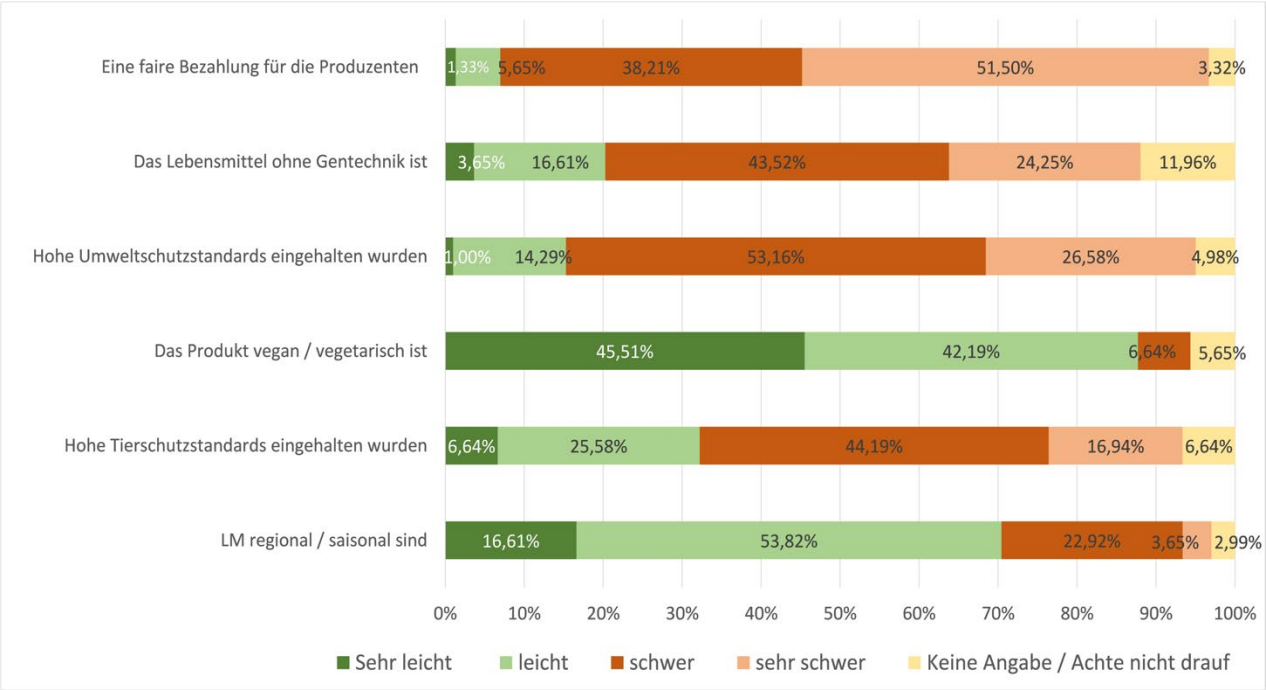

Abbildung 5: Wie leicht fällt es VerbraucherInnen, gewisse Standrads zu erkennen?

2.5. Erleichterung für einen nachhaltigen Konsum

Die Umfrage zeigt also, dass die VerbraucherInnen zwar gerne nachhaltig einkaufen gehen, sie aber auf einige Hürden beim Einkauf stoßen. Was müsste also passieren, damit diese minimiert werden und die VerbraucherInnen somit vermehrt nachhaltige Lebensmittel einkaufen?

Dies wurde in einer nächsten Frage untersucht. Die VerbraucherInnen wurden gefragt, was ihre Bereitschaft zu einem nachhaltigeren Konsum erhöhen würde. Sind es Informationskampagnen? Oder scheitert es doch am vergleichsweise „hohen Preis" der nachhaltig produzierten Lebensmittel? Aus den nachfolgenden Ergebnissen lässt sich erkennen, dass vor allem die momentane Kennzeichnung ein großes Problem darstellt. Immerhin 92 % der Befragten gaben an, dass ihnen eine klarere, eindeutigere Kennzeichnung helfen würde, nachhaltige Lebensmittel zu kaufen, wodurch sich ihr Konsum mehr in Richtung Nachhaltigkeit bewegen würde (Abb. 6).

? Frage: Was würde Sie dazu verleiten, mehr nachhaltige Lebensmittel zu konsumieren?

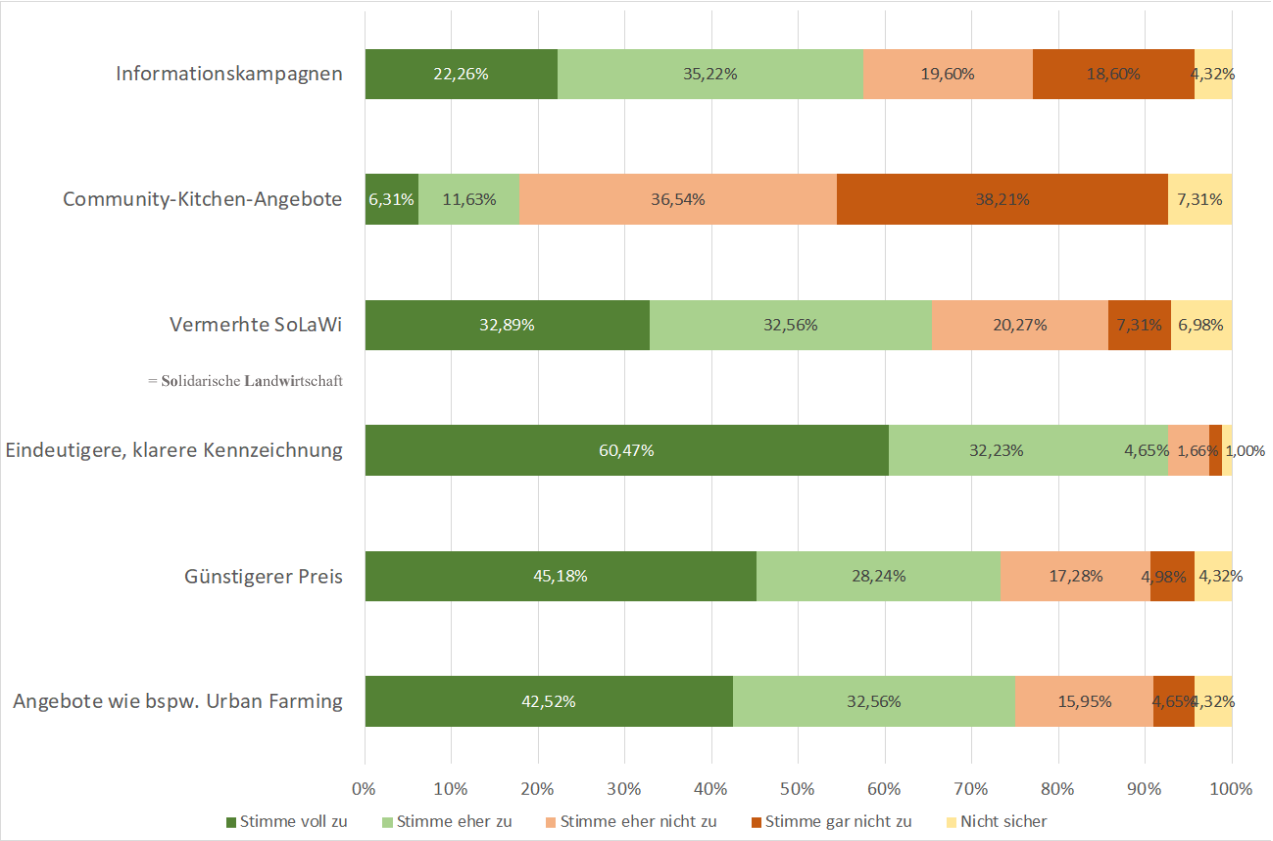

Abbildung 6: Was würde VerbraucherInnen dazu verleiten, mehr nachhaltige Lebensmittel zu konsumieren?

3. Tiefergehende Analyseergebnisse

Nachdem in den vorangegangenen Kapiteln die ersten Ergebnisse der durchgeführten Verbraucherumfrage vorgestellt wurden, werden nun die Ergebnisse einer tiefergehenden Analyse betrachtet, welche im Rahmen einer Bachelorarbeit vollzogen wurde. Ziel dieser Analyse war es, Zusammenhänge bezüglich des Einkaufs- und Ernährungsverhaltens der BürgerInnen zu identifizieren und dabei die demographischen Aspekte mit einzubeziehen. Damit sollte nicht nur beantwortet werden, was die BürgerInnen kaufen, in welcher Frequenz sie dies tun oder an welchen Orten, sondern vielmehr herauskristallisiert werden, warum sich die BürgerInnen für oder gegen ein bestimmtes Lebensmittel, einen Supermarkt o.Ä. entscheiden. Darüber hinaus war das Ziel, bestimmte Muster in der Entscheidungsfindung der BürgerInnen zu erkennen, sofern diese vorhanden waren. All dies konnte durch Kreuztabellen, welche mithilfe der Statistik-Software SPSS erstellt und mit Microsoft-Excel graphisch dargestellt wurden, sichtbar gemacht werden.

Um zu prüfen, inwiefern die Ergebnisse der in Osnabrück durchgeführten Umfrage in den deutschen Kontext einzuordnen sind und um sich ein besseres Bild über die Gesamtsituation der Auswirkungen des heutigen Ernährungssystem zu verschaffen, wurden die Ergebnisse nicht nur in Bezug zur Umwelt gesetzt, sondern außerdem gesundheitliche Aspekte, Aspekte des Tierwohls sowie soziale Aspekte näher betrachtet. Daraus ergab sich die Möglichkeit, Einflüsse auf das Ernährungsverhalten zu identifizieren, die über den Umfang der Umfrageergebnisse hinaus gehen.

Nachfolgend wird sich ein kurzer Überblick über das durchschnittliche Konsumverhalten in Deutschland sowie über die Auswirkungen des Ernährungssystems verschafft, um anschließend die Ergebnisse des nächsten Analyseschrittes vorzustellen und diese in den vorgestellten Kontext einzuordnen.

3.1. Konsumverhalten in Deutschland und Auswirkungen des Ernährungssystems

Der Einflussbereich des Ernährungssystems ist sehr breit. So wirkt sich die Art und Weise, wie wir uns ernähren nicht nur direkt auf uns und unsere Gesundheit aus, sondern hat auch einen Einfluss auf die Umwelt und das Klima, das Tierwohl und auf soziale Aspekte. Um den Ernährungsvorlieben der stetig wachsenden Weltbevölkerung gerecht zu werden, ist der Einsatz und Verbrauch von Ressourcen sehr hoch, wodurch sich diverse Nachhaltigkeitsprobleme ergeben.

So betrug im Jahr 2019 der weltweite Beitrag an den Treibhausgasemissionen des Lebensmittelsektors knapp 30 % aller weltweit ausgestoßenen Treibhausgasemissionen.[2] Dabei ist es in erster Linie die Herstellung von tierischen Produkten, welche für diese hohe Emissionsrate verantwortlich ist. Immerhin 80 % der weltweit landwirtschaftlich nutzbaren Fläche werden für die Erzeugung tierischer Lebensmittel genutzt, wobei diese lediglich 13 % des Energiebedarfs der Weltbevölkerung decken.[3,4] Doch nicht nur die hohen Emissions- und Flächenverbrauchsraten sind problematisch. Auch der hohe Ressourcenverbrauch stellt ein Problem dar, welches es dringend zu lösen gilt. Weitere umweltbezogene negative Auswirkungen der momentan herrschenden intensiven Form der Landwirtschaft sind die daraus resultierenden Bodenerosion, Überdüngung sowie Verdichtung des Bodens. Außerdem geht die Biodiversität immer weiter zurück, was sich in dem andauernden Schwinden von Pflanzen- und Tierarten und in der Zerstörung bestehender Rückzugs- und Schutzmöglichkeiten zeigt, unter anderem verschuldet durch hohen Pestizideinsatz.[4,5]

Nicht nur die Umwelt leidet unter der heutigen Form der Landwirtschaft. Auch Nutztiere sind aufgrund der hohen Nachfrage nach tierischen Erzeugnissen häufig sehr schlechten Haltungsbedingungen ausgesetzt. Der Großteil der heute gehaltenen Tiere wird nach wie vor konventionell und somit nicht artgerecht gehalten. Demzufolge leiden diese Nutztiere stark unter extremem Platzmangel, fehlendem Zugang ins Freie und unhygienischen Zuständen innerhalb der Ställe. Nicht selten entwickeln sich aufgrund dieser Tatsachen Verhaltensprobleme, Krankheiten sowie emotionales Leid.[6]

Auf sozialer Ebene lassen sich ebenfalls negative Auswirkungen des heutigen Ernährungssystems erkennen. So sind weltweit ca. 10 % der Menschen unterernährt, obwohl auf der Welt eine ausreichende Menge an Kalorien produziert wird.[7] Demgegenüber steht die hohe Anzahl an Menschen, welche übergewichtig oder gar adipös sind. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes (2018) waren im Jahr 2017 gut 50 % der deutschen Bevölkerung übergewichtig, 16,3 % davon adipös. Diese Gegensätze zeigen deutlich die ungleiche Verteilung der Nahrungsmittel auf der Welt auf. Ein weiterer sozialer Aspekt, welcher sich aus dem heutigen Ernährungssystem ergibt, sind die schlechten Arbeitsbedingungen in vielen Betrieben. Dabei sind es in erster Linie ArbeiterInnen der Betriebe und Farmen in Entwicklungsländern, welche aufgrund fehlender Schutzbekleidung unter schweren gesundheitlichen Folgen leiden, stark unterbezahlt und menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen ausgesetzt sind.[6]

Auch die eigene Gesundheit sowie das Wohlbefinden hängen vom Ernährungsverhalten ab. Da eine nachhaltige Ernährung oftmals automatisch mit einer gesünderen Ernährungsweise einhergeht, passt auch dieser Aspekt in den Kontext dieser Analyse. Wie aus den vorangegangenen Erläuterungen

[2] (Vgl. The Food and Land Use Coalition, 2019, S. 12).
[3] (Vgl. Umweltbundesamt, 2014, S. 47)
[4] (Vgl. Koerber, Cartsburg, 2020, S. 2).
[5] (Vgl. WBAE, 2020, S. 176 ff.).
[6] (Vgl. Hoy, 2009)
[7] (Vgl. FAO et al., 2021, S.11)

ersichtlich wird, ist der Großteil der Weltbevölkerung übergewichtig. Auch der hohe Fleischkonsum gilt sowohl hinsichtlich gesundheitlicher Aspekte als auch mit Blick auf Umwelt und Klima als sehr bedenklich. Frische pflanzliche Lebensmittel wie Obst und Gemüse werden dagegen zu wenig verzehrt.[8,10] Diese Ernährungsgewohnheiten steigern das Risiko, an Bluthochdruck oder Diabetes zu erkranken oder gar einen Herzinfarkt zu erleiden, stark. Orientiert man sich hingegen an den Ernährungsempfehlungen der DGE (Deutschen Gesellschaft für Ernährung), so gilt eine ausgewogene, möglichst unverarbeitete und schonend zubereitete Ernährung mit viel Obst und Gemüse, gesundheitsfördernden Fetten und Vollkorn, welche arm an Salz, Zucker und tierischen Produkten ist, als gesundheitsfördernd.[9] Dieses Ernährungsverhalten ist gleichzeitig auch schonend für Umwelt, Klima und das Tierwohl.

Es ist somit deutlich zu erkennen, dass sich das heutige Ernährungsverhalten und das daraus resultierende Ernährungssystem auf sehr viele Bereiche auswirkt, sowohl direkt als auch indirekt. Obwohl dies nur eine verkürzte Auswahl an Auswirkungen war, wird die Dringlichkeit zur Lösung der daraus resultierenden globalen Herausforderungen bereits deutlich. Es besteht dringender Handlungsbedarf auf den verschiedenen Ebenen des Ernährungssystems – so auch auf Seiten der KonsumentInnen. Aus diesem Grund bildet die durchgeführte Verbraucherumfrage eine gute Grundlage, um herauszufinden, was genau die heutigen KonsumentInnen von einer nachhaltigeren Ernährungsweise abhält. Gleichzeitig stärkt sie das Bewusstsein dafür. Immerhin stellen KonsumentInnen durch ihre Nachfrage eine sehr gute Stellschraube des Ernährungssystems dar und können durch ihre Konsumentscheidungen das Ernährungssystem sowie dessen Auswirkungen beeinflussen und dabei helfen, es in die „richtige“ Richtung zu lenken.

Der genaue Aufbau der Umfrage sowie einzelne, ausgewählte Ergebnisse wurden bereits im Vorfeld näher erläutert. Nun soll es um die tiefergehenden Analyseergebnisse gehen, welche unter anderem auf Grundlage der hier vorgestellten theoretischen Fakten und vor dem Hintergrund der hier thematisierten Auswirkungen näher betrachtet werden. An manchen Stellen werden auch Auswirkungen der allgemeinen Einflussfaktoren auf das Ernährungsverhalten vieler KonsumentInnen vorgestellt, welche die Ergebnisse unterstreichen.

3.2. Einkaufs- und Ernährungsverhalten – eine tiefergehende Analyse

In einem nächsten Schritt wurden mithilfe von Kreuztabellen Zusammenhänge zwischen verschiedenen demographischen Merkmalen der TeilnehmerInnen und deren angegebenen Einkaufs- und Ernährungsgewohnheiten identifiziert. Die relevantesten Ergebnisse dieser Kreuztabellierungen werden vorgestellt.

[8] Vgl. Statistisches Bundesamt 2019
[9] Vgl. DGE, 2017

3.2.1. Einkaufsgewohnheiten und Einkommen

Wo kaufen die TeilnehmerInnen für gewöhnlich ihre Lebensmittel ein und was beeinflusst dabei ihre Kaufentscheidung? Entscheiden sie lediglich ihren eigenen Vorlieben entsprechend, oder gibt es noch andere Gründe, weshalb sie sich für oder gegen bestimmte Quellen entscheiden?

Um dies zu beantworten wurden die Antworten auf die Frage, aus welchen Quellen die TeilnehmerInnen oder die in deren Haushalten für den Einkauf zuständigen Personen Lebensmittel beziehen mit anderen Ergebnissen verglichen. Zur Auswahl für die Einkäufe standen die Optionen Supermarkt, Discounter, Biomarkt, Feinkostgeschäft, Wochenmarkt, unverpackt-Laden, online-Shop sowie Direktkauf beim Bauern. Gekreuzt wurden diese Ergebnisse mit den finanziellen Verhältnissen der Befragten sowie dem Alter und dem Wohnort. Die Ergebnisse zeigen: Der finanzielle Status spielt eine große Rolle bei der Auswahl der Lebensmittelbezugsquellen. TeilnehmerInnen aus höheren Einkommensklassen gehen öfter im höherpreisigen Biomarkt einkaufen als TeilnehmerInnen der niedrigeren Einkommensklasse. Zur Vereinfachung wird nachfolgend lediglich die Einkommensklasse 0 – 1000 € mit der Klasse 3001 – 4000 € verglichen (Abb. 7 und 8). Dies bestätigt: vor allem VerbraucherInnen aus höheren Einkommensklassen kaufen häufiger im Biomarkt oder direkt beim Bauern ein. Dies könnte mit den höheren Preisen dieser Lebensmittelquelle zu tun haben.

? Einkaufsverhalten im Vergleich zu monatliches Nettoeinkommen (€)

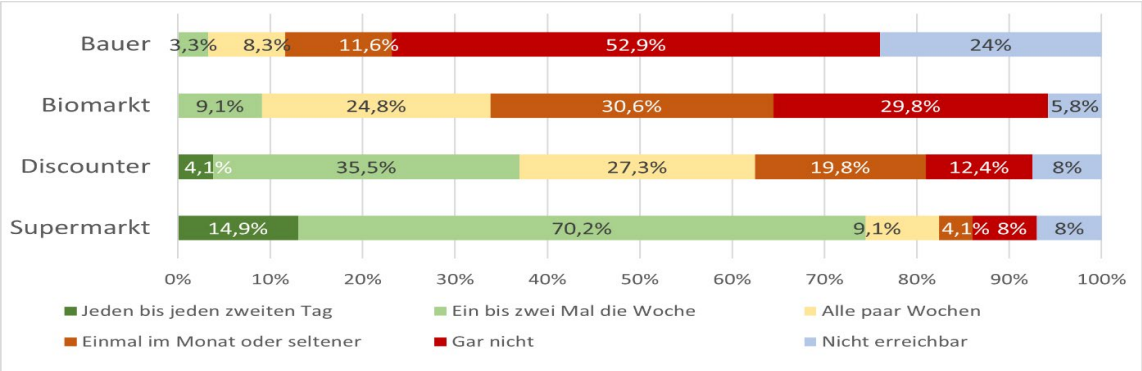

Abbildung 7: Einkommensklasse 0 - 1000 € (netto, mtl.)

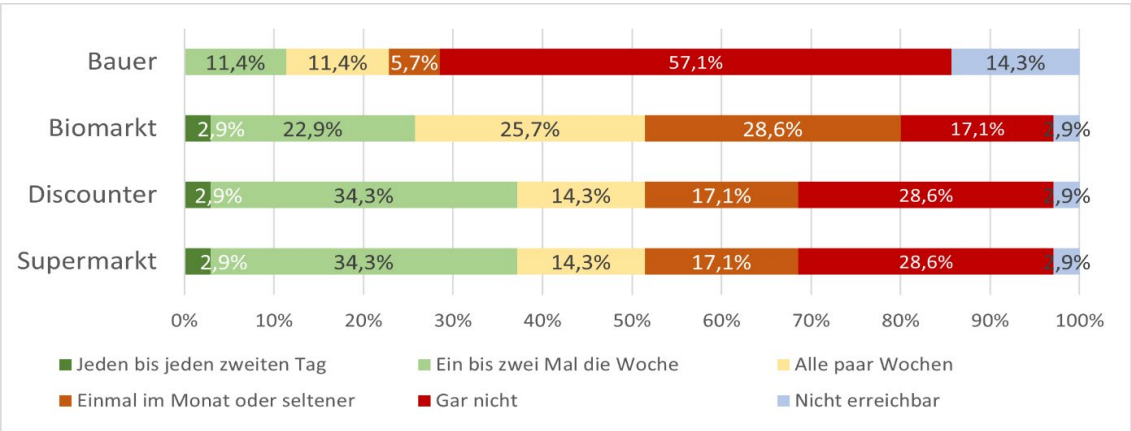

Abbildung 8: Einkommensklasse 3001 - 4000 € (netto, mtl.)

3.2.2. Erreichbarkeit der Lebensmittelbezugsquellen

Neben finanziellen Gründen spielt auch der Wohnort eine Rolle bei der Wahl der Lebensmittelbezugsquelle. So gaben einige der Befragten an, dass sie ihre Lebensmittel gerne beim Bauern oder auch dem Unverpackt-Laden kaufen würden, sie dies aber aufgrund ihres Wohnortes nicht können.

Anhand der Umfrageergebnisse lässt sich erkennen, dass vor allem bei der Möglichkeit des Eigenanbaus von Obst und Gemüse, dem Direktkauf beim Bauern sowie Einkäufe beim Unverpackt-Laden ein erhöhter Wunsch nach Erreichbarkeit besteht. Gut 17 % der Befragten (52 Personen) gab an, dass es für sie nicht möglich sei, Lebensmittel direkt vom Bauern zu erwerben oder aus einem Unverpackt-Laden, sie dies jedoch gerne täten. Ähnliches gilt beim Eigenanbau von Obst und Gemüse, bei welchem knapp 12 % angaben, dass sie gerne Eigenanbau betreiben würden, ihnen jedoch aufgrund des Wohnortes (Stadtzentrum o.Ä.) keine Möglichkeit geboten wird. Dabei sind es in erster Linie diese Geschäfte oder Tätigkeiten, die einen Beitrag zu einem nachhaltigeren Konsum von Lebensmitteln leisten. Diese Frage zeigt somit, dass der Wille der Befragten nach einer entsprechend umweltfreundlicheren Konsumumstellung vorhanden ist, die Umsetzung jedoch an fehlender Erreichbarkeit scheitert. Abbildung 9 verdeutlicht diese Ergebnisse.

? Wo besteht erhöhter Wunsch nach Erreichbarkeit bestimmter Lebensmittel-bezugsquellen?

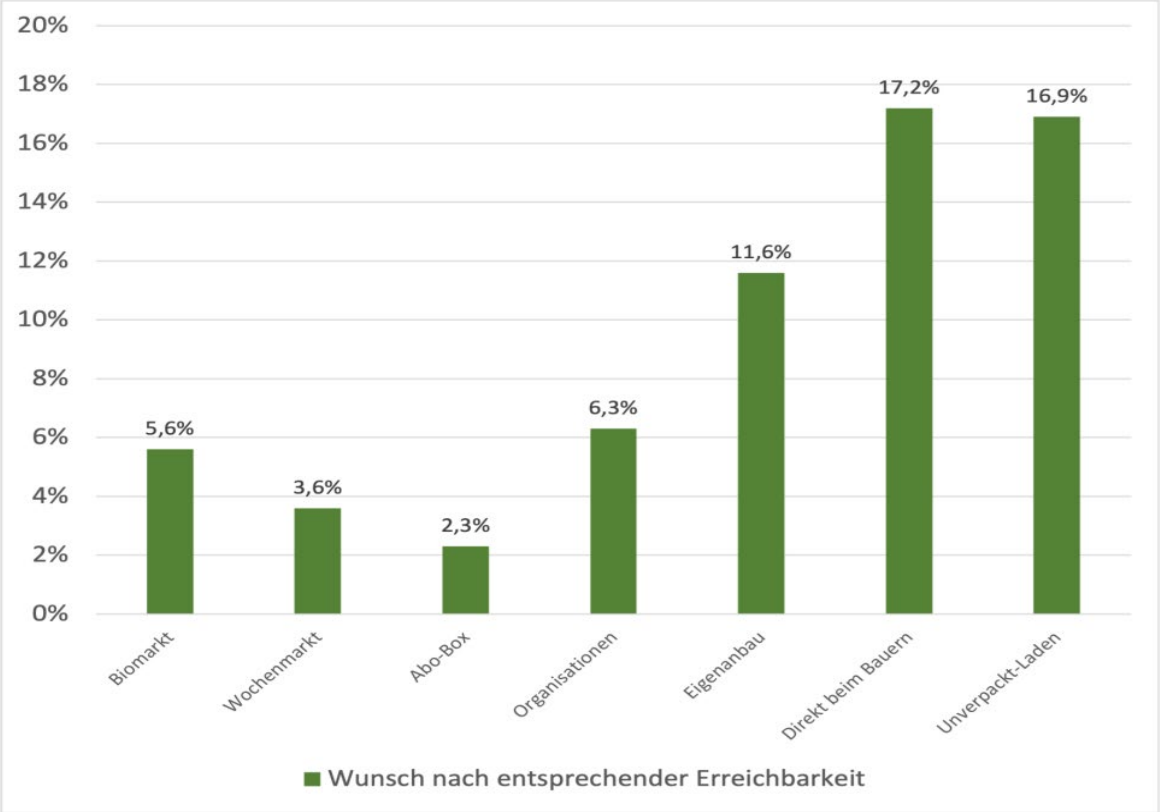

Abbildung 9: Wunsch nach Erreichbarkeit

3.2.3. Fehlende Bereitschaft einer Mehrausgabe

Hier ist es positiv zu erwähnen, dass bei der Mehrzahl der Befragten die Bereitschaft, nachhaltige Einkäufe zu tätigen und dafür mehr Geld auszugeben, vorhanden ist. Sie gaben sogar an, dass sie bereit wären, noch mehr für ihre Lebensmittel zu bezahlen, wenn diese garantiert nachhaltig produziert worden sind. Jedoch gaben ein paar der Befragten an, dass sie dazu nicht bereit wären. Was sind die Gründe, die diese BürgerInnen von einer Mehrausgabe für nachhaltige Lebensmittel abhalten?

Gut 89 % der Befragten gaben an, dass sie dazu bereit wären, mehr Geld für nachhaltige Lebensmittel auszugeben. Im Schnitt waren sie zu einer Mehrausgabe von ca. 25 % pro Produkt bereit. Die restlichen 11 %, welche dieser Bereitschaft nicht zustimmten, konnten sich in einer Folgefrage zu den Gründen der fehlenden Bereitschaft äußern. Dabei hatten sie die Möglichkeit, zwischen verschiedenen vorgegebenen Gründen zu wählen und selbst Gründe zu nennen. Die Ergebnisse zeigen, dass es in erster Linie der Preis an sich ist, welcher die Befragten von einer Mehrausgabe abhält. Sie gaben an, dass es ihnen schlichtweg zu teuer sei, noch mehr Geld für ihre Lebensmittel auszugeben, auch wenn diese nachhaltiger produziert würden. Genauso oft wurde die Angabe gemacht, dass die Befragten den Glauben daran verloren hätten, dass das mehr bezahlte Geld auch an der richtigen Stelle lande und deswegen nicht dazu bereit wären, mehr zu zahlen. Ungenaues Labeling, fehlende Verfügbarkeit entsprechender Produkte im Supermarkt sowie fehlendes Wissen, was genau unter „nachhaltig“ eigentlich zu verstehen ist waren weitere Gründe. Ebenso der generell fehlende Glaube an Veränderung und daran, dass nachhaltige Lebensmittel tatsächlich zu einer Verbesserung der Umwelt, des Klimas und des Tierwohls beitragen. Nachfolgend werden die genannten Gründe noch einmal grafisch zusammengefasst:

? Frage: Warum sind Sie nicht bereit, mehr Geld für nachhaltige Lebensmittel auszugeben?

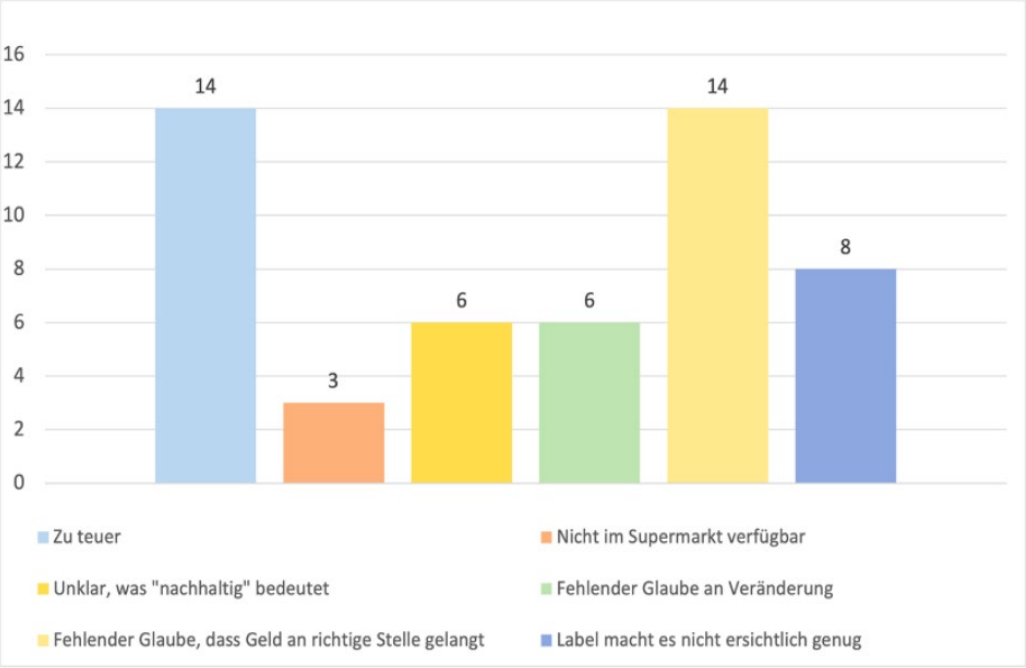

Abbildung 10: Warum sind Sie nicht bereit, mehr Geld auszugeben?

4. Einflüsse auf das Ernährungsverhalten

All die hier beschriebenen Gründe für das Einkaufs- und Ernährungsverhalten der BürgerInnen werden stark von äußeren Faktoren beeinflusst. Diese Einflüsse stellen die BürgerInnen bei der Umsetzung einer nachhaltigeren Ernährungsweise vor eine Vielzahl von Hürden. Viele der Befragten gaben an, dass sie sich gerne nachhaltiger ernähren würden, dies jedoch aufgrund diverser Faktoren nicht umsetzen können. Nachfolgend wird eine Auswahl an generellen Hürden und Faktoren aufgezählt, die im Rahmen der Nachforschung zu diesem Thema aufkamen und bestimmte Verhaltensweisen der BürgerInnen begründen könnten.

Ein großer Faktor, welcher einen Einfluss auf die Kaufentscheidungen der BürgerInnen hat, ist die Umgebung, welche es den VerbraucherInnen unnötig erschwert, im Alltag nachhaltigere Entscheidungen zu treffen. Seien es soziale Medien, Vorbildfunktionen, Werbemaßnahmen oder auch der Aufbau des Supermarktes. All diese Faktoren beeinflussen das Kaufverhalten der VerbraucherInnen, oftmals unbemerkt. Immerhin geraten sie während ihres Kaufprozesses oft in Situationen, in denen sie sich für oder gegen ein Produkt entscheiden müssen, wodurch sie anfälliger für Reize von außen werden. Dies führt dazu, dass die VerbraucherInnen an und für sich zwar nicht in ihrer Wahlfreiheit eingeschränkt werden, ihre Entscheidung jedoch in eine bestimmte, meist nicht nachhaltige, Richtung gelenkt wird. Das kann zu dem Paradoxon führen, dassden VerbraucherInnen die Umwelt und Gesundheit zwar wichtig sind, sie allerdings häufig nicht danach handeln, weil ihnen die Umsetzung dafür erschwert wird.

Im Folgenden wird eine Auswahl an Faktoren, welche die Kaufentscheidungen der VerbraucherInnen beeinflussen, grob vorgestellt:

Das große Lebensmittelangebot in den Supermärkten

Die vielfältige Auswahl an Lebensmitteln in den Supermärkten bringt seine Vorteile mit sich und bietet genug Möglichkeiten, sich nachhaltig zu ernähren. Gleichzeitig sorgt ein (über)großes Angebot für Überforderung in der Lebensmittelauswahl und kann dazu führen, dass zu viel oder das nach dem Aspekt der Klimawirkung Falsche gekauft wird, einfach, weil die VerbraucherInnen den Überblick verlieren.[10] Dies erhöht darüber hinaus die Mengen an Lebensmitteln, die entsorgt werden.

Der leichte Zugang zu Lebensmitteln

VerbraucherInnen werden heutzutage an nahezu jeder Ecke mit Lebensmitteln, Nahrung oder generell Essen konfrontiert und der Kauf von Lebensmitteln war noch nie so einfach. Auch Convenience-Produkte (Fertiggerichte) werden immer beliebter. Immerhin sind diese einfach und schnell zubereitet. Der gesundheitliche sowie umweltrelevante Aspekt solcher Gerichte bleibt dabei häufig zweitrangig. Zudem verringert sich durch das vermehrte Zubereiten von Fertiggerichten die Wertschätzung und auch das Wissen über frische Lebensmittel. Es wird den VerbraucherInnen dadurch eine Hürde aufgebaut, frisch zu kochen und sich Wissen über nachhaltige und gesunde Lebensmittel anzueignen.[10]

[10] Vgl. WBAE, 2020

Irreführendes Marketing und Preisanreize

Das attraktive Gestalten von Verpackungen darf hier natürlich auch nicht fehlen. Marketingstrategien, gezielte Produktplatzierungen sowie möglichst schöne und ansprechende Verpackungen haben einen sehr großen Einfluss darauf, was gekauft wird. So werden als ungesund geltende Lebensmittel lediglich durch die Aufmachung ihrer Verpackung als vermeintlich gesund dargestellt und verleiten dadurch zum Kauf.[11]

Daneben gibt es noch die Preisanreize, bei welchen häufig die besonders fett-, zucker- oder energiereichen Produkte preisgünstiger sind als ihre gesunden Alternativen, wodurch der Kauf dieser ungesünderen und meist auch nicht nachhaltigen Produkte ebenfalls zunimmt.[11] Hinzu kommt die Tatsache, dass nachhaltige Lebensmittel aufgrund des Mehraufwands bei der Produktion meistens teurer sind als konventionell erzeugte Lebensmittel. Werden die konventionell erzeugten Lebensmittel nun noch günstiger vermarktet, fällt es den VerbraucherInnen häufig noch schwerer, sich für die nachhaltigere Variante zu entscheiden.

Fehlende Transparenz

Der Wunsch nach mehr Transparenz war ein großer Punkt, der bei der Verbraucherumfrage häufig genannt wurde. Die VerbraucherInnen wünschen sich einheitlichere, verständlichere und übersichtlichere Informationen – auf allen Ebenen. Sei es bei der Preissetzung, der Label-Politik oder der Lebensmittelproduktion. In viele dieser Themen haben die VerbraucherInnen nur geringe bis gar keine Einsicht und es fehlt ihnen an Wissen. Eine nachhaltigere Konsumeinstellung würde erleichtert, wenn die VerbraucherInnen einfacher an Informationen kämen und über mehr Wissen verfügten. Dies ermöglicht es ihnen, sich eine eigene Meinung zu bilden.

Vielfältige Faktoren bei Kaufentscheidungen

Diese Auswahl verdeutlicht, wie viele Faktoren die Entscheidungen der KonsumentInnen beim Kauf ihrer Lebensmittel beeinflussen. So werden sie nicht nur beim Akt des Einkaufens selbst mit Einflüssen konfrontiert, vielmehr geschieht eine Einflussnahme den ganzen Tag über und an den verschiedensten Orten. All diese Einflüsse stellen die VerbraucherInnen bei der Umsetzung einer nachhaltigeren Ernährungsweise vor eine Vielzahl von Hürden. Die hohe Intransparenz des heutigen Ernährungssystems mit der Vielfalt an Labeln und Zertifikaten, die immer größer werdende Auswahl in den Supermärkten sowie irreführende Preisanreize erschweren eine nachhaltige Ernährung zusätzlich. Es kommt zu Überforderungen seitens der VerbraucherInnen, was auch die Ergebnisse der Umfrage bestätigen.

[11] Vgl. WBAE, 2020

5. Grundsätze für eine nachhaltige Ernährung

Nachdem nun die wichtigsten Ergebnisse der Verbraucherumfrage sowie allgemein wichtige Einflüsse auf das Kauf- und Ernährungsverhalten der BürgerInnen vorgestellt wurden, stellt sich die Frage, wie genau es gelingen kann, sich nachhaltig zu ernähren. Immerhin stoßen die VerbraucherInnen beim Versuch dabei auf eine Vielzahl von Hürden: Zu viele Label und zu wenige Informationen. Zu viel Auswahl und zu wenig Transparenz. Marketingmaßnahmen und Preisanreize verführen zu unüberlegten Käufen. Werbekampagnen für unethische Produkte sorgen für Widersprüchlichkeiten. Lebensmittel sollen nachhaltiger, regionaler, saisonaler und gleichzeitig billiger und verfügbarer werden. Wie soll man es als KonsumentIn bei all diesen Einflüssen schaffen, sich nachhaltiger zu ernähren?

Orientiert man sich an Karl von Koerbers Ausarbeitungen zum Thema nachhaltige Ernährung, so lässt sich eine nachhaltige Ernährungsweise ganz einfach durch das Befolgen der folgenden sieben Grundsätzen erreichen:

Sieben Grundsätze für eine nachhaltige Ernährung nach Koerber (2014)
1. Bevorzugung pflanzlicher Lebensmittel (überwiegend lakto-vegetabile Kost)
2. Ökologisch erzeugte Lebensmittel
3. Regionale und saisonale Erzeugnisse
4. Bevorzugung gering verarbeiteter Lebensmittel
5. Fair gehandelte Lebensmittel
6. Ressourcenschonendes Haushalten
7. Genussvolle und bekömmliche Speisen

Abbildung 11: Grundsätze für eine nachhaltige Ernährung (nach Koerber et. al. 2014)

Demnach besteht eine nachhaltige Ernährungsweise aus einer in erster Linie **pflanzlichen Ernährung,** welche **regionale**, **saisonale** sowie **ökologisch erzeugte** Lebensmittel bevorzugt. Ein Großteil der konsumierten Lebensmittel sollte **gering verarbeitet** sein und zudem **fair gehandelt**. Wenn man dann noch im Haushalt selbst **ressourcenschonend** arbeitet, sprich, energiesparend kocht, wenig bis bestenfalls gar keine Lebensmittel wegwirft, so kann man auf jeden Fall von einer nachhaltigen Ernährungsweise sprechen. Damit diese Ernährungsweise langfristig umsetzbar ist, sollten die Speisen dazu noch genussvoll und bekömmlich gestaltet werden.[12]

Diese Grundsätze können als Handlungsorientierung bei der Umsetzung eines nachhaltigen Ernährungsverhaltens dienen. Es benötigt dabei nicht direkt die Umsetzung aller sieben Grundsätze auf einmal. Bereits die Änderung einer Gewohnheit, wie beispielsweise eine bewusste Reduktion des Fleischkonsums oder das Bevorzugen regionalen Obsts und Gemüses trägt zu einer nachhaltigen Ernährung bei. Es ist hierbei in erster Linie wichtig, dass sich die VerbraucherInnen nicht überfordern oder unter Druck gesetzt fühlen, sondern vielmehr Spaß an ihrer Ernährung haben.

[12] Vgl. von Koerber (2014)

6. Zusammenfassung der Ergebnisse

Foto: © Pexels

Auf Basis der vorangegangenen Auswertung der Umfrageergebnisse lässt sich erkennen, dass das Thema Nachhaltigkeit beim Konsum und Einkauf von Lebensmitteln in der Stadt und dem Landkreis Osnabrück eine Rolle spielt. Es wird darauf geachtet, welche Lebensmittel im Einkaufskorb landen und somit später konsumiert werden. Dennoch mangelt es den VerbraucherInnen an genügend Informationen und sie stoßen im Alltag auf eine Vielzahl von Einflussfaktoren, welche ihnen die Umsetzung einer nachhaltigen Ernährung unnötig erschweren. Die hohe Intransparenz des heutigen Ernährungssystems, die vielfältige Auswahl an Lebensmitteln in den Supermärkten, die vielen verschiedenen Label sowie widersprüchliche Preisanreize und Werbekampagnen hindern die VerbraucherInnen daran, sich nachhaltiger zu ernähren. Dabei hätten die VerbraucherInnen mit ihrer Kaufentscheidungen die Möglichkeit, Einfluss auf das Ernährungssystem zu nehmen und es so in eine nachhaltigere Richtung zu lenken. Es sollte sich somit zur Aufgabe gemacht werden, durch gezielte Maßnahmen und Änderungen die VerbraucherInnen bei der Umsetzung einer nachhaltigen Ernährung zu unterstützen. Immerhin besteht auf den verschiedenen Ebenen des Ernährungssystems dringender Handlungsbedarf. Um die damit verbundenen Herausforderungen anzugehen, wird eine Änderung der heutigen Ernährungseinstellung notwendig sein. Es sollte das Ziel sein, eine transparentere Ernährungspolitik zu schaffen, für eine eindeutigere Kennzeichnungen zu sorgen sowie Labels zu vereinheitlichen. Darüber hinaus sollten BürgerInnen durch einfache und zugängliche Informationsbereitstellung, Aufklärung in der Schule, auffälligere Platzierung regionaler und saisonaler Lebensmittel in den Supermärkten und entsprechende Preiskorrekturen der Lebensmittel für Themen der nachhaltigen Ernährung sensibilisiert werden. Einflussmöglichkeiten sollten so genutzt werden, dass sich die gesellschaftliche Ernährungsweise hin zu einer bewussten und nachhaltigen Ernährung ändert, die zum Wohl aller beiträgt.

Vielen Dank für Ihr Interesse!

Danksagungen - Wir möchten uns bei den folgenden Personen für die Unterstützung durch Ratschläge und Feedback zur Umfrage oder deren Durchführung bedanken: Jutta Essl, Fabian Thomas, Felix Thiel, Mike Voss und Johanna Heimrich. Ein besonderer Dank geht an Raissa Ulbrich für ihren bedeutenden Beitrag zur Konzeption dieser Studie.

Institut für Umweltsystemforschung
Universität Osnabrück

Bei weiteren Fragen wenden Sie sich bitte an: cvanbers@uni-osnabrueck.de

Für weitere Informationen bzgl. des Projektes folgen Sie bitte diesem Link.[3]

3 https://www.usf.uni-osnabrueck.de/forschung/ressourcenmanagement/nachhaltige_ernaehrung_in_osnabrueck.html

Quellenverzeichnis

DGE (Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V.) (Hrsg.) (2017). Vollwertig essen und trinken nach den 10 Regeln der DGE. 10. Auflage. Bonn.

FAO, IFAD, UNICEF, WFP, WHO (Food and Agriculture Organization of the United Nations, International Fund for Agricultural Development, United Nations International Children's Emergency Fund, World Food Programme, World Health Organization) (2021). The state of food security and nutrition in the world – Transforming food systems for food security, improved nutrition and affordable healthy diets for all. FAO (Hrsg.) Rome.

Food and Agriculture Organization of the United Nations (2012): *Final Document. In: Burlingame B, Dernini S (Hrsg.): Sustainable diets and biodiversity - Directions and solutions for policy research and action. FAO)*

Hoy, S. (2009). Nutztierethologie. Eugen Ulmer Verlag. Stuttgart.

Statistisches Bundesamt (2018). Mikrozensus 2017 – Fragen zur Gesundheit, Körpermaße der Bevölkerung. Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2019). Einkommen, Konsum, Lebensbedingungen. Statistisches Jahrbuch 2019. Kapitel 6, S. 175 – 202.

The Food and Land Use Coalition (2019). Growing Better: Ten Critical Transitions to Transform

Umweltbundesamt (2014). Schwerpunkte 2014. Dessau-Roßlau.

von Koerber, K. (2014). Fünf Dimensionen der Nachhaltigen Ernährung und weiterentwickelte Grundsätze – Ein Update. Ernährung im Fokus (9-10), S. 260 – 266.

von Koerber, K., Cartsburg, M. (2020). UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung – Der Beitrag der Ernährung. Ernährung im Fokus, Heft 1, 34-41.

WBAE (Wissenschaftlicher Beirat für Agrarpolitik, Ernährung und gesundheitlichen Verbraucherschutz beim BMEL) (2020). Politik für eine nachhaltigere Ernährung: Eine integrierte Ernährungspolitik entwickeln und faire Ernährungsumgebungen gestalten. Gutachten, Berlin.