

«Bioprodukte haben nicht immer die bessere Ökobilanz»

Laut ETH-Forscher Michael Siegrist wissen Konsumenten zu wenig über den Umwelteinfluss von Lebensmitteln.

Mit Michael Siegrist sprach Matthias Meili

Sie erforschen das Konsumverhalten. Was bestimmt den Kaufentscheid bei Lebensmitteln?

Für den Konsumenten ist sicher der Preis sehr wichtig, sonst hätten wir nicht so viele Einkäufe über die Grenze hinweg und Billiglinien in unseren Läden. Zum Zweiten der Geschmack des Produktes. Bleibt die Frage, ob die Leute auch umweltbewusst einkaufen.

Die grüne Welle lässt das glauben ... Dem ist nicht unbedingt so. Sehr häufig steht beim Kaufentscheid auch die Gesundheit im Vordergrund, etwa wenn man bewusst weniger rotes Fleisch isst. Das nützt dann allerdings auch der Umwelt.

Wieso ist das wichtig?

Weltweit macht die Lebensmittelproduktion etwa ein Viertel der Umweltbelastung aus. Hier liegt ein grosses Sparpotenzial verborgen. Wir wollten in einer Befragungsstudie deshalb wissen, was die Konsumenten tatsächlich über den Umwelteinfluss von Lebensmitteln wissen. Und zweitens wollten wir wissen, ob allenfalls ein neues Label dem Konsumenten helfen könnte, die Umweltbelastung von Lebensmitteln besser einzuschätzen.

Gab es überraschende Resultate?

Die Erkenntnis, dass Fleisch einen stärkeren Einfluss als pflanzliche Proteine hat, ist noch nicht vorhanden. Vor allem das Detailwissen ist noch wenig ausgeprägt, zum Beispiel dass es einen grossen Unterschied zwischen Rind- und Pouletfleisch gibt. Letzteres hat einen viel kleineren Einfluss auf die Umwelt.

Heute weiss doch jeder, dass man weniger Fleisch essen sollte?

Ich zweifle ein bisschen daran, dass viele Leute den Fleischkonsum wesentlich eingeschränkt haben, weil es Vorteile für die Umwelt hat. Dann müsste der durchschnittliche Rückgang im Fleischkonsum viel stärker sein.

Worauf müsste man denn achten, um umweltfreundlich zu essen?

Es gibt eine einfache Faustregel, die nicht neu ist, aber mithilfe derer ein Konsument einigermaßen gute Entscheide treffen kann: Erstens sollte man den Fleischkonsum reduzieren, und zweitens, wenn man Fleisch isst, dann sollte man eher Poulet- oder Schweinefleisch statt Rindfleisch konsumieren. Und drittens sollte man Produkte meiden, die per Flugzeug importiert werden.

Bei diesen Regeln vermisse ich, dass der Kauf von Bioprodukten gut ist ...

Weil das nicht immer der Fall ist. Schaut man die Gesamtökobilanz eines Lebensmittels an, sind manchmal Bioprodukte besser, ein andermal sind es aber auch konventionelle Produkte. Für Bio braucht man zum Beispiel mehr Fläche, was wieder nachteilig für die Umwelt ist. Oder Bioprodukte, die von weit her zu uns transportiert werden, haben manchmal auch einen grösseren Fussabdruck. Man müsste also von Fall zu Fall entscheiden.

Sie haben auch festgestellt, dass die Leute Bioprodukte manchmal falsch einschätzen.

Zum Beispiel haben die Konsumenten den Umwelteinfluss von Bio-Ghackets und normalem Tofu praktisch gleich eingestuft, obwohl diese weit auseinanderliegen. Die bisherige Fokussierung

auf die Produktionsweise der Lebensmittel ist deshalb in diesem Zusammenhang kontraproduktiv. Andere Kriterien, etwa, wie ein Lebensmittel transportiert wird oder dass weniger Fleisch besser wäre, sind dabei bei den Konsumenten untergegangen. Eigentlich wäre es für die Umwelt besser, Tofu-Produkte aus nicht-biologischem Anbau zu kaufen anstatt Biofleisch.

Also wäre es doch wichtig, ein Umweltlabel zu schaffen, das über Bio hinausgeht.

Da bin ich skeptisch. Wir haben das auch getestet. Und zwar haben wir die Lebensmittel, die einen kleinen Umwelteinfluss haben, testweise mit einem Umweltlabel versehen und den Probanden zusammen mit anderen Produkten zur Auswahl vorgelegt. Im zweiten Teil beauftragten wir die Probanden, einfach die oben genannten Daumenregeln anzuwenden. Das Resultat überraschte. Das Umweltlabel führte nicht zu einer umweltfreundlicheren Auswahl von Lebensmitteln als die Daumenregeln. Das liegt daran, dass schon auf den Packun-

Treffpunkt Science City

Podium zum Hype ums Essen

Das Thema ist brandaktuell und heiss umstritten: Wie kann man heute noch richtig essen, und was ist gut für unsere Gesundheit? An einem Podium im Rahmen der Veranstaltungsreihe «Treffpunkt Science City» der ETH Zürich erörtern diese Frage unter anderem Michael Siegrist, Fernsehkoch René Schudel und Ex-Miss Schweiz Kerstin Cook.
Mittwoch, 21. März, 19.30–21 Uhr, ETH Zentrum, Audimax. Eintritt frei.

gen viele Informationen sind, welche die Leute mit ihrem Vorwissen einordnen können. Kommt hinzu, dass die Einfüh-



zung eines Labels sehr teuer ist und gar nicht viel bringt.

Haben die Leute genug Vorwissen?

In der Regel schon, es reicht ja oft zu wissen, dass man weniger Fleisch essen sollte. Beim Transport der Produkte jedoch reichen die Informationen manchmal nicht aus. Es gibt Läden, in denen vom selben Produkt - zum Beispiel einer exotischen Frucht - das eine per Flugzeug kommt und das andere per Schiff. Das müsste man kommunizieren, sonst kann der Konsument keine vernünftige Entscheidung treffen.

Ist der Kaufentscheid mehr ein Bauch- als ein Vernunftentscheid?

Das ist nicht so einfach zu sagen. Denn letztlich geht es darum, was der Konsument will. Geht es ihm um den Genuss, den Preis oder die Gesundheit? Wenn die Leute diese Abwägungen machen, kann man nicht sagen, dass sie unvernünftig entscheiden.

Also zählen Sie darauf, dass die Menschen schon vernünftig entscheiden, wenn sie die richtigen Informationen haben?

Beim Kaufentscheid spielen natürlich auch Gewohnheiten und kulturelle Faktoren eine wichtige Rolle, die dann eher unreflektiert sind. Das sieht man mit

«Es bringt mehr, wenn alle den Fleischkonsum etwas reduzieren.»

einem kurzen Blick ins Ausland. Schon in Deutschland ist es ganz anders, Italien ist sowieso ganz eigen, und auch in Frankreich wird ganz anders gegessen. Selbst zwischen der Deutsch- und Westschweiz gibt es grosse Unterschiede. Das zeigte neulich die Parlamentsdebatte um die Gänsestopfleber. Da haben die Westschweizer Parlamentarier unabhängig von der Partei dieses Lebensmittel als Kulturgut betrachtet, während die Deutschschweizer eher darauf verzichten konnten.

Denken wir übers Essen doch nicht so rational, wie wir gerne glauben?

In einer anderen Studie haben wir gesehen, dass die Konsumenten viel Wert auf die Natürlichkeit eines Produktes legen. Wenn Lebensmittel als natürlich wahrgenommen werden, haben die Leute automatisch das Gefühl, dass sie gesünder sind, besser schmecken und auch umweltfreundlicher hergestellt wurden.

Das entspricht dem Trend zu mehr Bioprodukten.

Das Problem ist, dass die Leute damit auf ein oft unrealistisches Bild der Lebensmittelproduktion hereinfallen, das die Werbung der Lebensmittelindustrie clever ausnützt. Egal ob es um Schokolade oder landwirtschaftliche Produkte geht, es wird immer gezeigt, wie die Lebensmittel in kleinen Massstäben hergestellt werden, quasi wie bei Grossmutter. Im Fernsehen stellt der Chocolatier jedes einzelne Praliné von Hand her, die Bauern auf dem Feld putzen jedes Rüebli einzeln. So wird versucht, ein positives Image der Produkte herzustellen, das überhaupt nicht den realen Produktionsprozessen entspricht.

Was sind die Gründe für dieses Zerrbild?

Das Problem ist, dass sich für die Konsumenten zwischen dem, was sie im Laden kaufen, und der Herstellung dieser Produkte eine immer grössere Blackbox aufbaut. Dieses Unwissen nimmt tendenziell zu, weil das Leben immer weiter weg von den Produktionsbetrieben abläuft. Immer weniger Leute wissen noch, wie es auf einem Bauernhof aussieht. Und wer war schon einmal in einem Schlachthof?

Müsste man diesen Graben nicht überwinden, damit die Leute wieder bewusste Kaufentscheidungen fällen können?

Wahrscheinlich wäre das einer der besten Wege zu relevantem Wissen.

Welche Massnahmen müsste man nun ergreifen, um die Konsumenten im Laden dazu zu bringen,

umweltfreundlicher einzukaufen?

Zuerst einmal müsste man den Menschen die simplen Daumenregeln vermitteln. Dann gibt es ein grosses Sparpotenzial in der Gemeinschaftsgastronomie - also bei Mensen und Kantinen. Wenn diese bessere vegetarische Menüs anbieten und darauf achten, dass die Produkte nicht eingeflogen werden und wenn möglich saisongerecht sind, lässt sich viel erreichen. Dies hat den Vorteil, dass sich nicht der Konsument selber entscheiden muss, sondern eine umweltgerechte Steuerung des Angebots reicht.

Merkt das der Konsument nicht?

Wir haben in der Kantine der ETH untersucht, wie umweltfreundlichere Menüs bei den Kunden ankommen. Dazu haben wir die Umweltbelastung der jeweiligen Menüs ausgerechnet. Wir konnten keinen Zusammenhang zwischen der Umweltbelastung und der Beliebtheit eines Menüs feststellen. Das heisst, dass diejenigen Menüs mit dem kleinsten Umwelteinfluss nicht automatisch die unbeliebtesten waren.

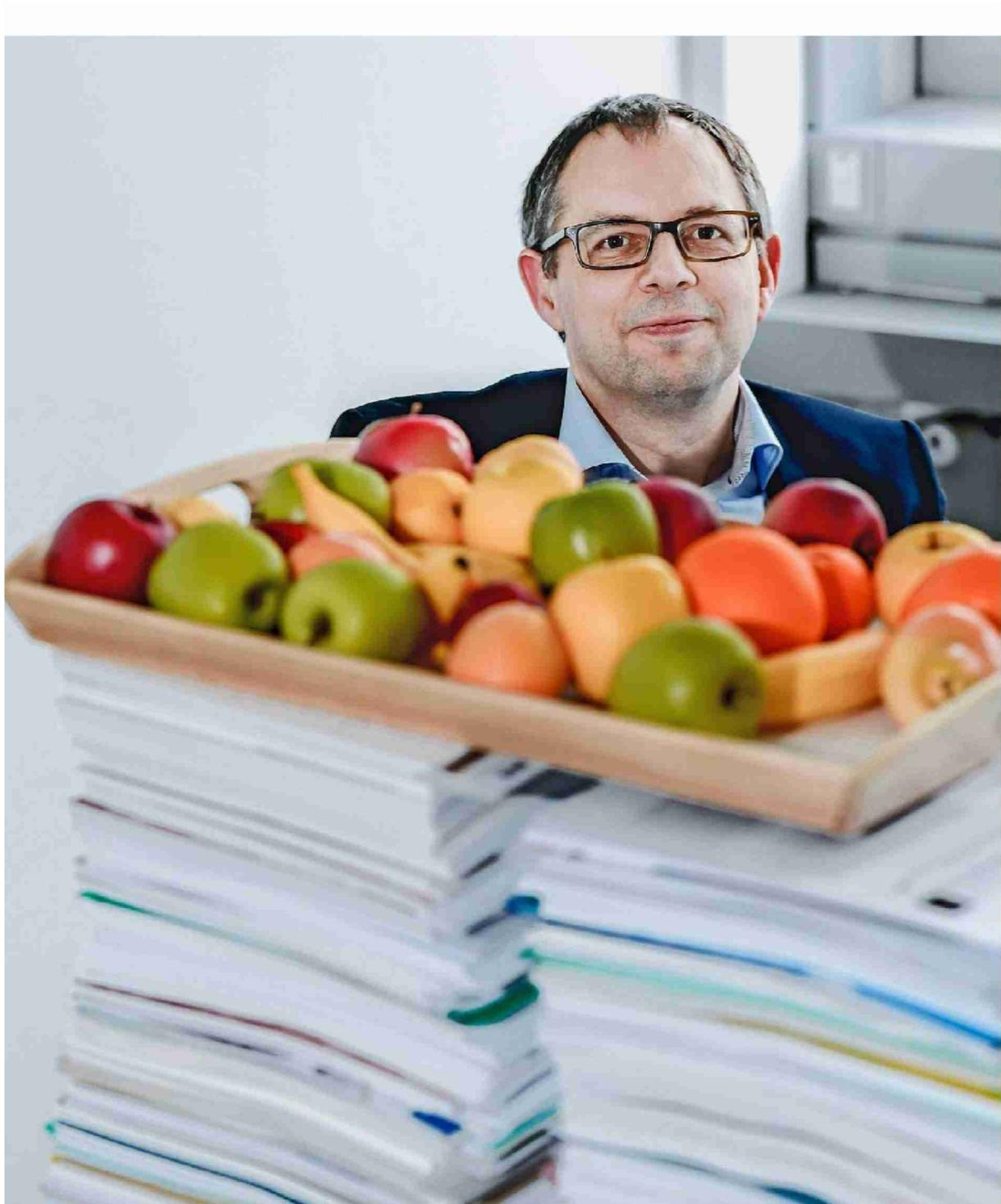
Es gibt lokale Initiativen, die Kantinen nur vegan führen möchten.

Ich glaube, dass es nicht zielführend ist, aus der gesamten Schweizer Bevölkerung Veganer und Vegetarier machen zu wollen, das wäre zum Scheitern verurteilt. Realistischer ist eine massvolle Reduktion des Fleischkonsums. Es bringt auch mehr, wenn alle Menschen etwas weniger Fleisch essen, als wenn nur ein kleiner Prozentsatz vollständig auf Fleisch verzichtet.

Michael Siegrist

Psychologe und Konsumforscher

Der studierte Psychologe ist seit 2007 Professor für Consumer Behavior am Institut für Umweltdentscheidungen der ETH Zürich. In seiner Forschung interessiert er sich für die Akzeptanz von neuen Technologien bei der Bevölkerung sowie für Fragen der Risikowahrnehmung und einer entsprechenden Kommunikation. Einer seiner Schwerpunkte ist dabei die Frage des Konsumverhaltens bei Nahrungsmitteln.



«Die Leute fallen auf ein unrealistisches Bild der Lebensmittelproduktion herein», sagt Michael Siegrist. Foto: Doris Fanconi