

Bibl. Angaben am Ende des Dokuments; <http://orgprints.org/000001721/>.

**Claudia Empacher/Konrad Götz (1999)**

**Ansprüche an ökologische Innovationen im Lebensmittelbereich. Ergebnisse einer Verbraucherbefragung im BMBF-Projekt "Wissenstransfer"**

***Zusammenfassung***

Am Beispiel der Bedürfnisfelder Ernährung und Bekleidung wird untersucht, wie KonsumentInnen in Innovationsprozesse einbezogen werden können. Für das Bedürfnisfeld Ernährung werden Joghurt und Geflügel (Hühner- bzw. Putenfleisch) als exemplarische Produkte herausgegriffen.

Mit Hilfe einer qualitativen Konsumentenbefragung werden die Bedürfnisse und Wünsche der VerbraucherInnen im Hinblick auf diese Produkte untersucht und neue potenzielle Zielgruppen für umweltfreundliche Produktinnovationen erkundet. Ein weiterer Schwerpunkt der Befragung ist die besondere Rolle von Wissen während der Nutzungsphase von Produkten. Das Diskussionspapier fasst die Befunde der Interviews zusammen.

Für Joghurt werden nur wenig Möglichkeiten für ökologische Produktinnovationen gesehen, da Joghurt bereits als ein sehr natürliches und gesundes Produkt wahrgenommen wird. Jedoch gibt es ein breites Interesse an regional hergestellten Produkten.

Geflügel gilt in den Augen von KonsumentInnen ebenfalls als ein sehr gesundes Produkt. Jedoch geraten zunehmend die qualvollen Umstände der Aufzucht und des Transports der Tiere in den Blick. Eine relativ große Gruppe von qualitäts- und gesundheitsbewussten KäuferInnen ist daher bereit, einen höheren Preis für Puten aus Freilandhaltung zu akzeptieren. Dagegen findet eine an ökologischen Kriterien orientierte Aufzucht in dieser Zielgruppe nur eine geringere Zustimmung. Ein Grund dafür ist die mangelnde Glaubwürdigkeit von Öko-Produkten. Auch gilt der ökologische Landbau als ideologisch überfrachtet.

Die Hypothese, dass Wissen eine große Rolle für eine umweltfreundliche Produkt-Optimierung in der Nutzungsphase spielt, kann für das Bedürfnisfeld Ernährung bestätigt werden. Im Bereich der Ernährung kann eine kontinuierliche Abnahme des Wissens der VerbraucherInnen im Hinblick auf die Verarbeitung und Zubereitung von Lebensmitteln beobachtet werden, bedingt durch eine immer stärkere Verwendung von industriell hergestellten Fertigprodukten. Dafür nimmt eine andere Form von Wissen an Bedeutung zu, nämlich das Wissen über die Produkte, die gekauft werden sollen, und über die Kriterien für die Kaufentscheidung. Die wachsende Ausdifferenzierung des Angebots und die damit verbundene Produktvielfalt machen einfache Strategien für die Auswahl zwischen Produkten erforderlich, wenn die KäuferInnen von der Fülle der zu beachtenden Produktinformationen nicht hoffnungsvoll überfordert werden sollen.

Folglich überrascht es wenig, dass immer mehr KonsumentInnen ihre Kaufentscheidung in erster Linie an einem leicht erkennbaren Kriterium wie dem Preis ausrichten. Andere

wählen bestimmte Kauforte (z.B. Bio-Läden oder Reformhäuser) oder spezielle Marken als Kriterium.

Problematisch an diesen Strategien ist jedoch, dass sie eine größere Aufmerksamkeit der KonsumentInnen für Informationen etwa über die Umweltwirkungen von Produkten behindern.

Für eine ökologische Optimierung von Lebensmitteln durch umweltfreundlichere Innovationen sind daher zwei wichtige Aspekte zu beachten: Erstens müssen die unterschiedlichen Bedürfnisse und Einstellungen verschiedener Zielgruppen stärker berücksichtigt werden, da einige gegenüber dem spezifischen Nutzen von Öko-Produkten durchaus aufgeschlossen sind. Zweitens müssen beim Marketing ökologischer Produkte die unterschiedlichen Kauf- und Informationsstrategien beachtet und auf das wachsende Bedürfnis nach einfachen und leicht verständlichen Informationen über Umweltfragen eingegangen werden.

Der vollständige Text von Claudia Empacher und Konrad Götz ist unter dem Titel „Ansprüche an ökologische Innovationen im Lebensmittelbereich - Ergebnisse einer Verbraucherbefragung im BMBF-Projekt "Wissenstransfer" als ISOE DiskussionsPapiere 10, Frankfurt am Main, April 1999 erschienen. Er kann über das Institut für sozial-ökologische Forschung ([info@isoe.de](mailto:info@isoe.de)) zum Preis von 10 Euro bezogen werden.

### **Bibliographische Angaben zu diesem Dokument:**

Claudia Empacher/Konrad Götz (1999): Ansprüche an ökologische Innovationen im Lebensmittelbereich. Ergebnisse einer Verbraucherbefragung. Zwischenergebnisse des BMBF-Projektes "Wissenstransfer". ISOE-DP 10, April 1999.

Das Dokument ist in der Datenbank „Organic Eprints“ archiviert und kann im Internet unter <http://orgprints.org/000001721/> abgerufen werden.