

Wissen schützt - über einen vernünftigen Umgang mit Lebensmittelskandalen

22.08.2017 Dioxin im Huhn, Insektengift in Eiern, Mäusekot im Käse - Lebensmittelskandale gehören zum deutschen Verbraucheralltag. Doch wie hilflos sind Konsument_innen dem angesichts komplexer Lieferketten und verwirrenden Kennzeichnungen ausgeliefert? „Verbraucher_innen benötigen Bildung für nachhaltigen Konsum“, sagt Prof. Dr. Daniel Fischer vom Institut für Umweltkommunikation im Interview und ergänzt: „Wir dürfen uns an die eigene Nase packen.“



Herr Fischer, so regelmäßig Lebensmittelskandale in den Schlagzeilen auftauchen, so regelmäßig werden immer wieder die gleichen Forderungen gestellt: Mehr Kontrollen, mehr Transparenz. Sind diese beiden Punkte Ihrer Meinung nach tatsächlich der richtige Ansatz?

Transparenz über Herstellungsbedingungen und Qualitätsstandards sowie regelmäßige Kontrollen stellen wichtige Hebel dar, um eine hohe Lebensmittelsicherheit zu erzielen. Sie allein werden das Auftreten von Lebensmittelskandalen aber nicht gewährleisten können. Es gibt eine Reihe weiterer Faktoren, die ein Unterhöhlen von Standards begünstigen. So ist der Lebensmittelmarkt in Deutschland seit geraumer Zeit in besonderem Maße von Preisdruck und Konzentrationstendenzen insbesondere im Handel gekennzeichnet. Preise für Lebensmittel sind in Deutschland im europäischen Vergleich auf niedrigem Niveau. Vergangene Lebensmittelskandale wie der BSE-Skandal Anfang der 2000er

Jahre haben nur kurzzeitig dazu geführt, dass Verbraucher_innen ihre Einkaufsgewohnheiten verändern - so stellten sich bereits wenige Monate nach Abflauen der medialen Thematisierung der Krise wieder alte Gewohnheiten ein. Erschwerend hinzu kommt, dass das Kompetenzgeflecht zwischen den verschiedenen Institutionen der Politikgestaltung und der Überwachung die Fehleranfälligkeit erhöht.

Sie beschäftigen sich in Ihrer Forschung mit dem Thema „Nachhaltiger Konsum“ und somit mit der Frage, wie die Kompetenz des Verbrauchers gestärkt wird. Kann er also lernen, Lebensmittelskandalen aus dem Weg zu gehen?

In der Tat verfolgen Verbraucherbildung und Bildung für nachhaltigen Konsum u.a. das Ziel, Menschen den Erwerb von Kompetenzen zu ermöglichen, mit denen sie ihr Konsumverhalten reflektiert, selbstbestimmt und verantwortungsvoll gestalten. Darin spielt die Fähigkeit, Informationen in Kaufentscheidungen heranzuziehen und bewerten zu können, eine große Rolle. Zugleich sind wir als Konsumierende in diesen Prozessen systematisch eingeschränkt: So liegen uns bisweilen zu viele Informationen und wichtige Informationen gar nicht vor. Und auch unsere Ressourcen, uns intensiv mit diesen Fragen zu befassen, sind begrenzt - unser Konsum ist zu einem guten Stück immer auch Gewohnheitshandeln. Die Verantwortung für einen nachhaltigen Konsum kann daher nicht an Verbraucher delegiert werden: Es spielen mit Produzenten, dem Handel oder dem Gesetzgeber weitere Marktakteure eine wichtige Rolle. Bildung für nachhaltigen Konsum leistet Hilfestellung dabei, dieses differenzierte Geflecht zu durchschauen. Und gleichzeitig will sie Menschen befähigen, einen Beitrag dazu zu leisten, unsere Art zu konsumieren und zu produzieren, die heute mit erheblichen Problemen für Mensch und Umwelt verbunden ist, im Sinne der Nachhaltigkeit zu verändern.

Bin ich als Verbraucher besser geschützt, wenn ich auf Bioprodukte zurückgreife?

Mit den verschiedenen Zertifizierungen im Bereich ökologischer Landwirtschaft sind Standards verbunden, die häufig über die gesetzlichen Mindestanforderungen hinausgehen. Nichtsdestotrotz können Bioprodukte genauso von Lebensmittelskandalen betroffen sein wie konventionelle Produkte, auch wenn sie z.T. strenger und engmaschiger kontrolliert werden. Ein wichtiger Hebel ist meines Erachtens eine proaktive Risikokommunikation, die kontinuierlich angelegt ist.

Was bedeutet das konkret?

Nehmen wir als Beispiel den soeben angesprochenen BSE-Skandal. Damals wurden die Verbraucher in erster Linie über die Medien, weniger aber über die Behörden auf dem Laufenden gehalten. Informationen flossen reaktiv statt proaktiv. Statt zu sagen, was man weiß und was man nicht weiß, versuchten die Verantwortlichen die Menschen einfach nur in Sicherheit zu wiegen. Diese Tendenzen finden wir auch beim aktuellen Fipronil-Skandal durchaus wieder. Eine Aufgabe wird es sein, aus den Fehlern vergangener Skandale zu lernen und die Kommunikation entsprechend zu verbessern.

Wenn ich mich vor Lebensmittelskandalen nicht nur schützen will, sondern bewirken möchte, dass sie in Zukunft vermieden werden, welchen Einfluss habe ich als Verbraucher_in?

Ein wichtiger Schlüssel zur Veränderung von nicht-nachhaltigen Konsum- und Produktionssystemen ist, sich nicht nur als privater Konsument zu verstehen, sondern als Konsumbürger. Als Konsumbürger nutzen wir auch politische Einflussmöglichkeiten, um nachhaltigen Konsum zu fördern - etwa dadurch, dass wir regulatorische Maßnahmen wie Steuern, Abgaben, Subventionen, Standards akzeptieren oder sogar aktiv in Form von Petitionen oder Demonstration einfordern. Auch das Schaffen von Öffentlichkeit - sei es der klassische Leserbrief, das Nutzen von Bewertungsportalen, oder auch schon die Diskussion im Bekanntenkreis - ist ein Weg, um problematische Praktiken in der Lebensmittelproduktion zu thematisieren und Veränderungen zu unterstützen. Niklas Luhmann, einer der großen deutschen Soziologen des 20. Jahrhunderts und gebürtiger Lüneburger, macht in seinen Arbeiten zu ökologischer Kommunikation deutlich: Die größten ökologischen Probleme kümmern niemanden, solange darüber nicht kommuniziert wird.

Vielen Dank Daniel Fischer, Juniorprofessor für Nachhaltigkeitswissenschaft.

Mehr Informationen

- Institut für Umweltkommunikation
- Projekt BINKA - Bildung für nachhaltigen Konsum

Kontakt



Prof. Dr. Daniel Fischer

Universitätsallee 1, C40.216

21335 Lüneburg

Fon +49.4131.677-2927

Fax +49.4131.677-2819

daniel.fischer@leuphana.de

Das Interview führte Urte Modlich, Universitätskommunikation. Neuigkeiten aus der Universität und rund um Forschung, Lehre und Studium können an news@leuphana.de geschickt werden.

Datum: 22.08.2017

Kategorien: 1_Meldungen_Forschung, INFU_Meldungen, Fak_Nachhaltig_Meldungen, Nachhaltig_Meldungen

Autor: Urte Modlich

E-Mail: urte.modlich@leuphana.de