



Konsumenten werden hervorgehoben und konsultiert, aber haben wenig Einfluss

Haben Konsumenten heute mehr Einfluss als je zuvor? Ihre Vorlieben für lokale und ökologische Produkte gewinnen in der Schweiz zunehmend an Bedeutung. Dasselbe gilt für Organisationen, welche die Interessen von Verbrauchern vertreten sowie für bestimmte Bewegungen für einen nachhaltigen Konsum. In der Praxis gibt es jedoch nach wie vor verschiedene Hürden, die eine stärkere politische Einflussnahme der Konsumierenden verhindern. Eine Forschungsgruppe des NFP 69 untersuchte dieses Paradox. Sie schlägt verschiedene Massnahmen vor, welche die Konsumentenmitsprache bei der Regulierung des Ernährungssystems verbessern könnten.

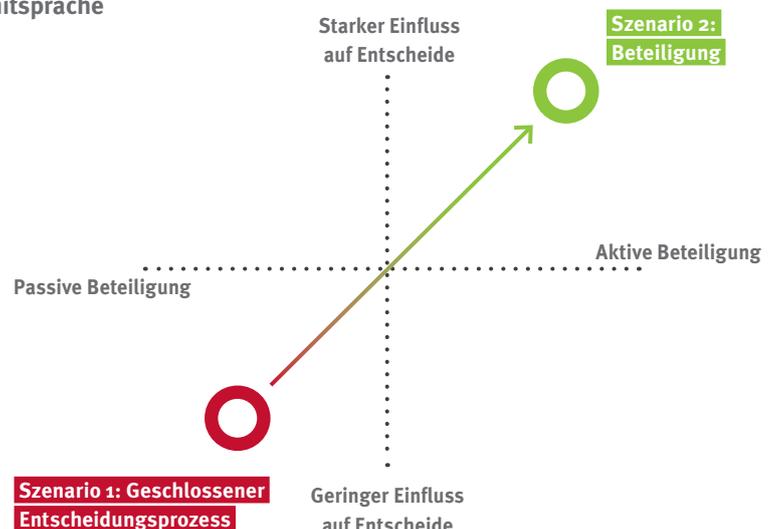
Verschiedene Medien und wissenschaftliche Erkenntnisse stützen die Ansicht, dass die Konsumentenmitsprache eine wichtige Rolle spielt, wenn es darum geht, die Ernährungssysteme in Zukunft nachhaltiger zu gestalten. Konsumenten sollen sich bei den Entscheidungsträgern direkt Gehör verschaffen, sei es über Kaufentscheide, über die direkte Beteiligung am demokratischen Prozess oder indem sie sich in Bewegungen engagieren, wie beispielsweise diejenige für Ernährungssouveränität. Das ermöglicht Konsumenten, ein neues Zentrum der Macht darzustellen und die Regulierung des Ernährungssystems zu beeinflussen. Aber entspricht diese Sichtweise auch wirklich der Realität in der Schweiz? Um diese Frage zu beantworten, untersuchte eine Forschungsgruppe der Universität Lausanne und

von Agridea die politischen Prozesse für eine nachhaltigere Gestaltung des Schweizer Ernährungssystems. Sie analysierte die Rahmenbedingungen, unter denen sich Verbraucher an den Entscheidungsprozessen im Bereich der nachhaltigen Ernährung beteiligen und welches Gewicht ihre Mitsprache hat.

Die Forschenden erkannten drei Wege für eine mehr oder weniger aktive Konsumentenmitsprache bei Entscheidungsprozessen. Die passivste Art der Beteiligung erfolgt über das Image – also wenn sich Entscheidungsträger auf Meinungsumfragen, Marketingstudien oder Verkaufsstatistiken abstützen, um die Präferenzen der Verbraucher zu kennen. Der zweite Weg führt über die Interessenvertretung, zum Beispiel im

Entwicklung der Konsumentenmitsprache

Es gibt zwei entgegengesetzte Szenarien für die Entwicklung der Konsumentenmitsprache. Im einen Fall bleiben die herrschenden Akteure bestimmend, der Entscheidungsprozess bleibt geschlossen. Die Konsumenten beteiligen sich passiv und haben wenig Einfluss. Im zweiten Szenario öffnet sich der Entscheidungsprozess in Richtung Pluralismus, so dass die Konsumierenden mehr Einfluss auf die Regulierung des Ernährungssystems haben.



Rahmen von Lobbying. Und schliesslich kann der Konsument versuchen, die Entscheidungsfindung mit seinem persönlichen Handeln direkt zu beeinflussen, zum Beispiel über seine Kaufentscheide (Boycott, Buykott), über aktivistische Bewegungen oder über partizipative Einrichtungen. Dieser dritte Weg erfordert das aktivste Engagement.

Anschliessend untersuchte die Forschungsgruppe, inwiefern diese Wege der Mitsprache die Entscheide beeinflussen, die der Staat und die Unternehmen im Ernährungssektor treffen. Dazu machten die Forschenden eine umfassende Analyse von vier Entscheidungsprozessen im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit und der Entwicklung von Nahrungsmittellabels. Die ausgewählten Fallbeispiele betreffen übergeordnete Themen, die in den letzten 25 Jahren in der Schweiz behandelt wurden: Swissness, biologische Landwirtschaft, Klimalabels sowie eine Regionalmarke («Genève Région – Terre Avenir»). Mit Hilfe einer Dokumentenanalyse, Interviews mit Vertretenden von Schlüsselakteuren sowie in Sitzungen mit der Begleitgruppe des Projekts identifizierten und verglichen die Forschenden Impulse, verschiedene Phasen und Wendepunkte der einzelnen Entscheidungsprozesse.

In den Diskussionen nimmt der Einfluss ab

Die Ergebnisse verdeutlichen ein Paradox. Einerseits gibt es verschiedene Hinweise, dass Konsumierende in den Entscheidungsprozessen beteiligt sind. Ihre Verbrauchsgewohnheiten und ihre Zahlungsbereitschaft (erster Weg) stellen in allen untersuchten Fallbeispielen starke Impulse dar und motivieren und legitimieren die politischen und wirtschaftlichen Akteure in ihrem Handeln. Die Interessenvertretung (zweiter Weg)

spielte ebenfalls eine aktive Rolle, insbesondere in den Diskussionen des Parlaments über Swissness. Und auch die Bewegungen für eine nachhaltige Ernährung (dritter Weg) gaben starke Impulse für die biologische Landwirtschaft sowie für die Marke «Genève Région – Terre Avenir».

Andererseits zeigten die Fallbeispiele, dass die Konsumentenmitsprache bei den Inhalten der Entscheidungen schlussendlich begrenzt ist. Sie erfolgt eher passiv oder wird an Personen übertragen, die die Interessen der Verbraucher vertreten. Deren Einstellungen und Ansprüche erhalten im Zuge der Diskussionen eine tendenziell untergeordnete Bedeutung. Die politischen und wirtschaftlichen Akteure greifen eher auf Umfragen und Statistiken zurück, um ihr Handeln zu bestätigen, ohne aber dabei die Konsumentierenden aktiv miteinzubeziehen. Die Konsumentenorganisationen hatten Mühe, ihrer Stimme auf politischer Ebene Gehör zu verschaffen, selbst wenn Sie oft konsultiert wurden. Gründe sind die starken bestehenden Berufsverbände, ungleiche Mittel sowie Schwierigkeiten, auf dem politischen Parkett eine wichtige Rolle zu spielen. Ebenso wie der Einfluss von Bürgerinitiativen verringerte sich auch der Einflussnahme der Konsumentenverbände, sobald sich die Diskussionen um technische Aspekte oder wirtschaftliche Fragen drehten.

Diese Schlussfolgerungen relativieren die allgemeine Sicht auf die Konsumentenmitsprache bei der Regulierung des Ernährungssystems. Die Forschenden sehen verschiedene Massnahmen, mit denen der Einfluss der Konsumierenden und der Verbraucherorganisationen vergrössert werden könnte (siehe Kasten).

Weitere Informationen:
www.nfp69.ch

Empfehlungen

Mehr Möglichkeiten für Konsumentenmitsprache

Das Projekt verdeutlicht, dass Konsumierende heute einen begrenzten Einfluss auf Entscheide über nachhaltige Ernährung haben. Um Abhilfe zu schaffen, empfehlen die Forschenden verschiedene Lösungswege:

- Beschwerderecht auf Organisationen des Konsumentenschutzes ausdehnen, ähnlich dem bestehenden Modell für Umweltverbände;
- Recht auf Sammelklagen auch für Konsumierende;
- Konsumentenschutzorganisationen bei der Erfüllung öffentlicher Aufgaben einbeziehen (beispielsweise bei der Lebensmittelkontrolle);

- Umweltinformationen für Lebensmittel verbessern und vereinheitlichen;
- Organe der Zusammenarbeit entwickeln, in denen Verbraucher verstärkt beteiligt sind.

Diese Massnahmen können das Gewicht entlang der ganzen Entscheidungsprozesse vergrössern. Letztendlich könnten diese zur Erarbeitung von Regulierungen beitragen, die auf die verschiedenen Akteure der Lebensmittelkette zugeschnitten sind und zu Lösungen für die drei grossen Herausforderungen beitragen können – öffentliche Gesundheit, Umwelt und Landwirtschaft.