

Ist Maria Schuld?

Vom täglichen Kampf einer Verbraucherin

Vortrag von Theresa Hartmann, Science Slammerin, beim verbraucherpolitischen Forum des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv) am 27.1.2022.

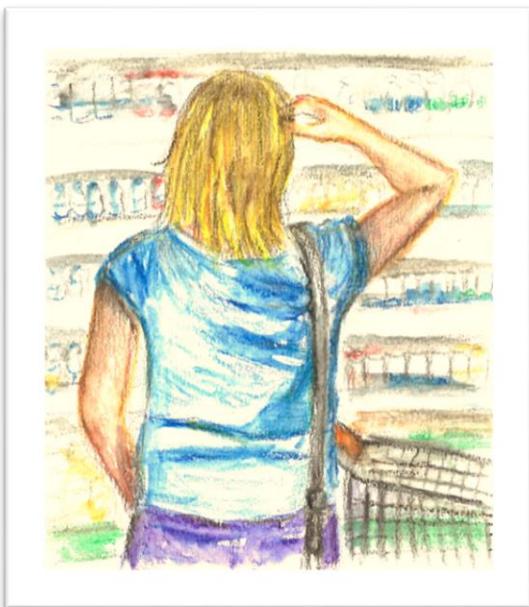
Hinweis: Dieser Beitrag gibt die Meinung der Autorin wieder und repräsentiert nicht notwendigerweise die Position des vzbv.

Maria Mustermann steht vor einem Supermarktregal und genießt die zehnte freie Entscheidung bei ihrem heutigen Einkauf. Sie will Milch kaufen. Eigentlich nicht so schwer. Wäre da nicht die Tatsache, dass Maria gestern eine Diskussion mit ihrer Tochter hatte. Marias Tochter ist 16 und möchte, dass ihre Mutter mehr für „Nachhaltigkeit“ tut.

*„Mann Mama, diese Ministerin, diese... Frau Klöckner, die hat das doch in so 'nem Video gesagt: Du entscheidest. **Du** verbesserst die Welt mit deinem Einkauf!“*

Puuuh, und wie half man jetzt den... Kühen?

Lieber die klassische konventionelle Milch, die konventionelle Milch mit gentechnikfreier Fütterung, die EU-Bio-Milch, die Bioland-Milch, die Naturland-Milch, die Heumilch, die Weidemilch, die angebliche Bergbauern-Milch... oder doch lieber die regionale und faire Milch? *„Was zum Henker war denn bitte der Unterschied zwischen Heu-, Weide- und Bio-Milch? Und wie war das noch mal mit der Verpackung: War jetzt Glas besser oder Tetrapak? Da hatte Sie doch irgendwann mal ´was gelesen....“*



*"Wie war das noch mal mit der Milch?.."
(gezeichnet von V. Seeger)*

In diesem Moment zupft ihr Sohn, Jonas, ihr zum wiederholten Mal am Ärmel: *„Ich möchte aber Schokolade, Mama! NIE DARF ICH WAS...!“* Maria seufzt und greift nach der billigen No-Name-Milch.

„Eine Weide mit glücklichen Kühen ist da auch drauf abgebildet. Und bei der ganzen teuren Milch weiß man ja auch nicht, ob die wirklich „besser“ ist.“

Einen Moment später hat Jonas sie auch schon vor eine monströse Regalreihe aus sämtlichen Fett- und Zucker-Produkten geschleift, die die Welt zu bieten hat. Erst seit den Kindern ist Maria aufgefallen, dass gefühlt die Hälfte der Discounter aus... Keksen besteht.

Wo war denn jetzt diese... Fairtrade-Schoko für ihre Tochter? Die war doch immer auf so 'nem Extra-Regal in der hintersten dunkelsten Ladenecke. Oh, eine neue Kreation von Milka...

Jonas nutzt die geistige Abwesenheit seiner Mutter, um **seinen** Beitrag für eine bessere Welt zu leisten. Er schaufelt. Was das Zeug hält: Ü-Eier in den Einkaufswagen. Nur nicht die rosanen Ü-Eier „für Mädchen“ nehmen. Dank Ferrero werden Kinder nun auch im Laden von der Illusion befreit, dass man als Junge im 21. Jahrhundert alles darf. Rosa zum Beispiel, oder Erzieher werden. Also lieber die, mit den Figuren aus Star-Wars!

„In Chile ist so ein Kinder-Marketing ja längst verboten“ meinte Marias Freundin Hülja kürzlich. *Schön, für die Chilenen*, denkt Maria und schaufelt den Eier-Haufen zurück. Ihr Sohn ist da schon bei seinem nächsten Höhepunkt angekommen: Schreien, was das Zeug hält...

Bei der Gemüsecke hat sich Jonas mittlerweile mit einem „plöhdn Kako-Riegel“ bestechen lassen. Das oder ein Apfel, da war die Entscheidung **einmal** leichtgefallen. Damit hat Maria ganze 2 Minuten gewonnen, um zumindest bei den Äpfeln alles richtig zu machen.

Hier: Auf diesem Apfel ist so ein „Regio-Herz“. Und da: „unsere Heimat“. Wunderbar! Aber lieber noch mal kurz gucken, bevor die Tochter am Ende schimpft. Was steht denn so im Internet...

- Regionalität ist „in“ ...

- Keine einheitlichen Regeln für Kennzeichnung!

- Jede Kette macht es anders!

- Regionale Produkte werde oft kilometerweit in Zentralen gekarrt, um danach wieder in der Regionalecke der Läden zu landen??!

Ja GEILL!!! Dann doch lieber die Äpfel aus Argentinien.

Da weiß man wenigstens, woran man ist! Oder hängt das auch vom Supermarkt ab, wo Argentinien jetzt genau liegt?

Auf dem Weg aus dem Laden guckt Maria noch kurz auf den Zeitungsständer. Dort prangt in großen Lettern:

„Die Schuldfrage im Kampf um nachhaltiges Essen!

Ist das Konsumverhalten der Verbraucher schuld?“

Ist das so?

Maria hält inne und guckt auf No-Name Milch, Milka und argentinische Äpfel. Besonders interessiert hat sie sich ja nie für das Thema. Und den neuen Dorfladen, von dem sie allen immer vorschwärmt, hat sie auch noch nie besucht.

Aber Ist Maria Schuld?

Ist Maria schuld, weil sie zu den etwa 40 Prozent der Deutschen gehört, die beim Einkauf auf Umwelt und Soziales achten wollen (statista.com¹), es an der Kasse aber häufig doch nicht tun?

Meine sehr verehrten Damen und Herren:

Ich heiße Sie herzlich willkommen zur Gerichtsverhandlung gegen Maria Mustermann!!!

Die entscheidende Frage kennen Sie bereits: Ist Maria schuld?

Doch was ist eigentlich Schuld?

Laut Meyers Taschenlexikon (Digel & Kwiatowski 1983, S.329) beschreibt Schuld unrechtmäßiges Handeln trotz:

- Alternativen
- Unrechtsbewusstsein
- Der inneren Freiheit anders zu handeln

Kommen wir zu Anklagepunkt Nummer eins: Hat Maria Alternativen?

Grundsätzlich: Ja, es gibt eine große Zahl an Lebensmitteln, die es zumindest versuchen mit der Nachhaltigkeit. Allerdings: Studien zeigen, dass nachhaltige Produkte wie *Bio* immer noch schwerer zu finden sind und der hohe Preis immens abschreckt (Terlau & Hirsch 2015, S.164; Janssen 2018, S.21). Für wirklich alternative Strukturen wie Solidarische Landwirtschaft oder Food Sharing fehlt es Maria mit ihrer 40- Stunden-Woche plus zwei Kindern schlichtweg an Zeit. Es zeigt sich: Wie so viele hat Maria hat theoretisch Alternativen. Die Alternativen sind jedoch oft schlechter verfügbar, teurer und zeitaufwändiger.

Hat Maria Alternativen?

Aus den genannten Gründen plädiere ich für ein klares... **Jein!**

Man könnte auch sagen:

Die Freiheit des Menschen ... ist mega anstrengend.

Kommen wir zum zweiten Anklagepunkt: Hat Maria ein Unrechtsbewusstsein?

Als durchschnittliche Deutsche hat Maria ein mittleres bis eher geringes Wissen, was Landwirtschaft angeht (Zander et al. 2013, S.57). Große Siegel wie *Bio* oder *Fair Trade* kennt und nutzt sie (statista.com²; BMUB 2008, S.44f). Neben ihrem Wissen spricht auch Marias Wunsch, Verantwortung zu übernehmen (Zander et al. 2013, S.24 & 38f), für ihr Unrechtsbewusstsein.

Auf der anderen Seite: Der globale Agrarmarkt ist wahrlich undurchschaubar geworden. Die Wissenschaftlerin Stefanie Böge berechnete, dass eine LKW-Ladung mit Erdbeer-Joghurt etwa 1000 Kilometer reist, bis diese im Laden ankommt (Ellger & Scheiner 1997, S.569). 1000 Kilometer für eine banale Ladung Joghurt aus deutscher Kuhmilch! Auch müsste Maria wissen, dass sie Aussagen wie „Jetzt neu! Noch nachhaltiger“ genauso viel trauen kann wie „mit Liebe nur für dich zubereitet“. Labels sollen vereinfachen. Doch wie viele Deutsche hat Maria längst die Übersicht im Siegeldschungel verloren (BMUB 2008, S.44).

Hat Maria ein Unrechtsbewusstsein? Ich plädiere für ein weiteres... **Jein!**

Man könnte auch sagen: **Die Freiheit des Menschen... braucht einen Einkaufs-Coach.**

Kommen wir zum letzten Punkt: Ist Maria innerlich frei?

Als Maria im Laden vor Milch oder Äpfeln steht, macht sie sich ernsthaft Gedanken. Als ihr Sohn sie am Ärmel zieht, macht ihr Gehirn jedoch das, was es am liebsten tut: Es vereinfacht, um mit all den unterschiedlich Reizen klar zu kommen (Hüther 2018, S.94ff). Das Resultat: Maria kauft das, was sie immer kauft. Das Billigste und Einfachste. Denn Lebensmittel-Käufe sind i.d.R. sogenannte Gewohnheits-Käufe (Felser 2015, S.159). Unser Gehirn hat leider kein Interesse, über moralischen Entscheidungen zu grübeln (Kujala & Johnson 1993, S.253). Es pennt lieber.

Hinzu kommt: Ein weiter Anteil beim Einkauf geschieht aus einem spontanen Impuls heraus – etwa in Reaktion auf Werbung oder Platzierung (Weinberg 1981, S.166ff). Wie kann da ein vorbildlich hergestelltes Produkt, das teurer ist und schwerer zu finden, mit fetten globalen Marken konkurrieren, die es sich leisten können, alle Bahnhöfe dieser Republik mit Werbung für ihre unfaire Schoko voll zu ballern.

Ist Maria innerlich frei?

Ich plädiere für ein klares... **Nein!**

Man könnte auch sagen:

Die Freiheit des Menschen... findet man nicht im Supermarkt

Meine sehr verehrten Damen und Herren! Angesichts der vorgebrachten Beweislage möchte ich stark dafür plädieren Maria Mustermann - von Schuld - freizusprechen!

Liebe Maria: Ja, du trägst Verantwortung. Nein, du trägst keine Schuld.

Aber jetzt mal ganz ehrlich:

Es kann doch nicht sein, dass Maria ein Landwirtschaftsstudium braucht, um sich beim Einkauf einigermaßen zurecht zu finden.

Und ich kann Maria versprechen: Mehr Wissen macht **nichts** einfacher!!!

In den Zeiten, in denen ich versucht habe Tier, Mensch und Umwelt beim Einkauf gerecht zu werden, war jeder Einkauf eine nie gewollte, nie endende Doktorarbeit.

Mittlerweile kann ich meine Zeit - dank Solidarischer Landwirtschaft und Wochen-Markt - anders verwenden. Aber ich fände es vermessen, von allen Menschen *meine* Leidenschaft für Landwirtschaft zu verlangen.

Aber was wäre...

... wenn Lebensmittel in Läden **grundsätzlich** aus fairer und ökologisch nachhaltiger Erzeugung stammen würden?

Was wäre, wenn sich der Handel als Dienstleister einer neuen Lebensmittel-Kultur sehen würde, in der Höfen **alles** abgenommen wird, um es in **wirklich** regionalen Kreisläufen zu verarbeiten und zu vermarkten.

Man könne auch sagen:

**Die Freiheit des Menschen
bräuchte einen Rahmen!**

Es läge an Politik und Handel, diesen Rahmen mutig zu gestalten.

Literatur

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (Hg.) (2008): Umweltbewusstsein in Deutschland 2008. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage, Heidelberg, Hannover.

Digel, W. & Kwiatowski, G. (Hg.) (1983): Meyers Großes Taschenlexikon in 24 Bänden. Bd. 19. B.I.-Taschenbuchverlag. Mannheim.

Ellger, C. & Scheiner, J. (1997). After Industrial Society: Service Society as Clean Society? Environmental Consequences of Increasing Service Interaction. *Service Industries Journal*, 17(4), 564-579.

Felser, G. (2015): Werbe- und Konsumentenpsychologie. Springer. Berlin, Heidelberg.

Hüther, G. (2018). Würde. Was uns stark macht - als Einzelne und als Gesellschaft. Albrecht Knaus. München.

Janssen, M. (2018). Determinants of organic food purchases: Evidence from household panel data. *Food Quality and Preference*, 68, 19–28.

Kujala, J. T. & Johnson, M. D. (1993). Price Knowledge and Search Behavior for Low Involvement Food Purchases. *Journal of Economic Psychology*, 14 (2), 249-66.

Statista.com¹:

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/182042/umfrage/kaufkriterium-soziale-verantwortung-oekologische-verantwortung/>, (zuletzt abgerufen am 10.01.2020).

Statista.com²:

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/273322/umfrage/gestuetzte-bekanntheit-von-guetesiegeln-in-deutschland/>, (zuletzt abgerufen am 10.01.2020).

Terlau, W. & Hirsch, D. (2015). Sustainable Consumption and the Attitude-Behaviour-Gap Phenomenon—Causes and Measurements towards a Sustainable Development. *International Journal on Food System Dynamics*, 6, 159–174.

Weinberg, P. (1981): Das Entscheidungsverhalten der Konsumenten. Schöningh. Paderborn (u. a.).

Zander, K.; Isermeyer, F.; Bürgelt, D.; Christoph-Schulz, I.; Salamon P.; Weible, D. (2013): Erwartungen der Gesellschaft an die Landwirtschaft. Gutachten im Auftrag der Stiftung Westfälische Landschaft. vTI. Braunschweig.