

Warum essen wir (nicht) nachhaltig?

Ulrike A. Gisch/Luisa L. Eckstein

Essen und Trinken sind alltägliche Praktiken, die jeder Mensch tun muss, um zu (über-)leben. Die Vereinten Nationen haben in ihrer Agenda 2030 17 Ziele für die nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) festgelegt, die eine soziale, wirtschaftliche und ökologische nachhaltige Entwicklung fördern sollen.¹ Was wir essen und trinken spielt dabei für verschiedene Ziele eine Rolle, z.B. für die Ziele *Kein Hunger* (SDG 2), *Gesundheit und Wohlergehen* (SDG 3) oder *Nachhaltige/r Konsum und Produktion* (SDG 12). Die Förderung einer nachhaltigen Ernährung ist somit ein wichtiger Baustein für ein nachhaltiges Leben auf diesem Planeten.

Der vorliegende Beitrag widmet sich der Frage, warum wir überhaupt das essen, was wir essen und wie groß der Zusammenhang zwischen dem Motiv, nachhaltig zu essen, und dem tatsächlich praktizierten nachhaltigen Essen ist. Der vorgestellte zielgerichtete Ansatz soll zeigen, welche Schritte wichtig sind, um nachhaltige Essensentscheidungen zu treffen. Außerdem versucht dieser Beitrag anhand von zwei exemplarisch aufgegriffenen psychologischen Phänomenen zu verstehen, warum wir uns – entgegen unseren Intentionen – manchmal eben nicht nachhaltig ernähren.

Was verstehen wir unter einer nachhaltigen Ernährung?

Nachhaltige Ernährung ist ein weiterer Begriff, der vielschichtige Prozesse umfasst. Die sog. »Farm to Fork«-Strategie (F2F) der Europäischen Kommission zielt in Übereinstimmung mit den SDGs darauf ab, nachhaltigere Ernährungssysteme zu fördern.² Dieser Systemansatz schließt daher alle Prozesse und Wechselwirkungen zwischen Umwelt, Landwirtschaft, Nahrungsmitteln, Wirtschaft, Konsumverhalten und Gesundheit mit ein.

Nachhaltige Ernährung ist ein multidimensionales Konstrukt, für das es bislang keine einheitliche Definition gibt. Die Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisati-

1 UN 2015.

2 European Commission o.].

on der Vereinten Nationen (FAO) definiert eine nachhaltige Ernährung als eine Ernährung, die umweltschonend ist und die zur Ernährungssicherheit und zur Gesundheit der aktuellen und zukünftigen Generationen beiträgt.³ Zudem wird der Schutz der Biodiversität und der Ökosysteme betont. Eine nachhaltige Ernährung ist ökonomisch gerecht, kulturell akzeptiert, leicht zugänglich, bezahlbar sowie ausgewogen, sicher und gesund. Dabei werden die natürlichen und menschlichen Ressourcen auf optimale Weise genutzt. Dies schließt auch Aspekte wie Wasserverbrauch, lokale und saisonale Produktion sowie ethische Produktionsbedingungen ein.⁴ Der Wissenschaftliche Beirat für Agrarpolitik, Ernährung und gesundheitlichen Verbraucherschutz (WBAE) hebt hervor, dass neben Gesundheit, Soziales und Umwelt auch das Tierwohl zu den zentralen Aspekten einer nachhaltigen Ernährung gehört.⁵ Diese vier Bereiche werden als die »Big Four« bezeichnet. Die Definition des WBAE ist daher auch im Einklang mit dem One-Health-Ansatz, der postuliert, dass die Gesundheit von Mensch, Tier und Umwelt eng miteinander zusammenhängen.

Für den vorliegenden Beitrag fokussieren wir uns auf das Essen und Trinken, also auf den konkreten Verzehr von Nahrungsmitteln als ein Teilprozess der nachhaltigen Ernährung. Was wir essen, ist von hoher Relevanz, da beispielsweise eine vegetarische Ernährungsweise geringere Treibhausgasemissionen und Landbedarfe aufweist als eine omnivore Ernährungsweise.⁶ Dies ergibt sich aus einem verringerten Verzehr von tierischen Nahrungsmitteln und einem erhöhten Verzehr von pflanzlichen Nahrungsmitteln. Um zu verstehen, welche Faktoren unser Ernährungsverhalten beeinflussen, wird im Folgenden das DONE-Modell (*Determinants of Nutrition and Eating*)⁷ dargestellt, das die vielfältigen Einflüsse systematisiert.

Von welchen Determinanten wird unser Ernährungsverhalten beeinflusst?

Unser Ernährungsverhalten ist äußerst komplex. Das DONE-Modell wurde 2017 entwickelt und ist eine wegweisende Arbeit. Das DONE-Modell hatte das Ziel, die Determinanten, also die Faktoren, die unser Ernährungsverhalten beeinflussen, zu systematisieren. Es wurde von einer interdisziplinären Expert:innengruppe entwickelt und bietet eine umfassende Kategorisierung der verschiedenen Determinanten, die unser Ernährungsverhalten prägen.

3 FAO 2010, 7.

4 Verain u.a. 2021, 2.

5 WBAE Kurzfassung, 2020, i–ii.

6 Hallström u.a. 2015, 2–5.

7 Stok u.a. 2017.

Das DONE-Modell ist in vier Hauptebenen unterteilt: die politische, die umwelt-bezogene, die interpersonelle und die individuelle Ebene. Jede Ebene umfasst weitere Kategorien und Unterkategorien. So umfasst beispielsweise die individuelle Ebene die psychologische Kategorie. Die psychologische Kategorie wiederum umfasst beispielsweise Unterkategorien wie Persönlichkeit, Stimmung und Emotionen, Selbstregulation oder Ernährungsgewohnheiten. Diese Unterkategorien wiederum umfassen die konkreten Determinanten. So umfasst beispielsweise die Unterkategorie Persönlichkeit Determinanten wie Selbstwert, Temperament oder Werte. Neben der Zusammenstellung und Kategorisierung der Determinanten wurde jede Determinante hinsichtlich ihrer Modifizierbarkeit, der Stärke ihres Zusammenhangs mit Ernährung und ihres Effekts auf Populationsebene bewertet. Interessierte Leser:innen können sich das Modell online interaktiv anschauen, um sich ein eigenes Bild von der Komplexität des Modells zu machen.⁸

Es ist nicht möglich, alle 305 Determinanten, die das Ernährungsverhalten nach dem DONE-Modell beeinflussen, hier zu listen. Wichtig ist jedoch festzuhalten, dass unser Ernährungsverhalten von einer Vielzahl von Determinanten beeinflusst wird, die unterschiedliche Effektstärken aufweisen. Im Kontext dieses Artikels geht es daher darum, herauszufinden, wie wir zu einem nachhaltigeren Ernährungsverhalten kommen – und was dem entgegensteht. Ein zentraler psychologischer Faktor, der unser Ernährungsverhalten beeinflusst, ist das Motiv: Warum essen wir, was wir essen?

Warum essen wir nachhaltig?

Motive

Wir möchten an dieser Stelle zu einem kleinen Gedankenexperiment einladen: Denken Sie an das letzte Nahrungsmittel, das Sie gegessen haben. Je nach Uhrzeit kann es sich um eine richtige Mahlzeit oder nur um einen kleinen Snack gehandelt haben. Vergewähren Sie sich die Situation, in der Sie gegessen haben und das, was Sie gegessen haben. Und nun versuchen Sie zu reflektieren, warum Sie das gegessen haben? Hatten Sie einfach Hunger darauf? Oder hatten Sie es eilig und es war das Nahrungsmittel, was sich am einfachsten unterwegs in der U-Bahn essen lässt? Oder hatten Sie einen stressigen Tag und brauchten etwas zu essen, um sich zu entspannen?

Obwohl das Motiv Hunger mit Sicherheit das am einfachsten zu erklärende Motiv ist, werden unsere Essensentscheidungen von vielen weiteren Motiven beeinflusst. In einer wichtigen Studie von Renner und Kolleg:innen aus dem Jahr 2012

8 Universität Konstanz, DONE.

wurde ein Fragebogen entwickelt, der die Motive der Lebensmittelauswahl systematisch erfasst.⁹ Der Fragebogen »The Eating Motivation Survey« (TEMS) ermittelte 15 Motive: Appetit, Gewohnheit, Hunger, Gesundheit, Einfachheit, Genuss, Traditionen, Natürlichkeit, Gemeinschaft, Preis, Präsentation, Gewichtskontrolle, Affektregulation, soziale Normen und soziales Image.

Ausgewählte Ergebnisse der Studie zeigten, dass Frauen höhere Werte auf dem Motiv Gesundheit hatten als Männer. Geschlechtsspezifische Unterschiede zeigten sich ebenso beim Motiv Gewichtskontrolle: Frauen achteten stärker als Männer darauf, Lebensmittel mit niedrigem Fett- oder Kaloriengehalt zu wählen, um ihr Körpergewicht zu kontrollieren. Dieses Motiv war ebenfalls stärker ausgeprägt bei Personen mit einem Body Mass Index (BMI) ≥ 25 , welcher als Grenzwert für Übergewicht klassifiziert wird, im Vergleich zu Personen mit einem BMI < 25 .¹⁰ Außerdem zeigten Personen mit einem BMI ≥ 25 höhere Werte für das Motiv Affektregulation als Personen mit einem BMI < 25 . Das bedeutet, dass Personen mit einem höheren BMI eher dazu neigten zu essen, um negative Gefühlszustände zu bewältigen. Auch konnten Altersunterschiede gezeigt werden: So spielte bei Personen unter 30 Jahren der Preis eine wichtigere Rolle für die Nahrungsmittelwahl als bei Personen ab 30 Jahren.

In Bezug auf Nachhaltigkeit ist festzuhalten, dass es im TEMS kein explizites Nachhaltigkeitsmotiv gibt. Dies mag daran liegen, dass die Publikation 2012 erschienen ist und Nachhaltigkeit zu diesem Zeitpunkt eher eine untergeordnete Rolle in der psychologischen Forschung spielte. Das Motiv Natürlichkeit kommt dem Motiv der Nachhaltigkeit jedoch am nächsten und umfasst Fragen zur Umweltbelastung, Schadstoffbelastung und Naturbelassenheit sowie, ob die ausgewählten Nahrungsmittel aus biologischer Landwirtschaft stammen oder ein Fairtrade-Siegel besitzen. Das Motiv Natürlichkeit war bei Frauen und Personen ab 30 Jahren durchschnittlich stärker ausgeprägt als bei Männern und Personen unter 30 Jahren. Bezüglich des Gewichtsstatus konnten keine Unterschiede gefunden werden. Dies zeigt in Übereinstimmung mit anderen Befunden, dass das Motiv, möglichst natürlich zu essen, geschlechts- und altersspezifische Unterschiede aufweist. Im Vergleich zu anderen Motiven hatte Natürlichkeit jedoch nur eine mittlere Bedeutung, da beispielsweise die Motive Appetit, Gewohnheit und Hunger deutlich ausgeprägter waren. Wenn wir an die Gestaltung von Interventionen zur Förderung von nachhaltigem Essen denken, sind diese Befunde wichtig, um geeignete Zielgruppen zu identifizieren und im Blick zu behalten, dass das Essen von einer Reihe – und sogar oft unbewussten – Motiven beeinflusst wird.

9 Renner u.a. 2012

10 WHO 2000, 9.

Wie messen wir Essmotive?

Eigenschaft vs. Situation

Wenn wir das Ernährungsverhalten erforschen, unterscheiden wir in der Ernährungspsychologie zwischen Eigenschaft (*trait*) und Situation (*state*). Eigenschaften, wie sie im TEMS abgefragt werden, beziehen sich auf die typischen Essgewohnheiten einer Person, die über verschiedene Situationen hinweg als stabil betrachtet werden. Doch das Ernährungsverhalten einer Person kann stark variieren. Denken Sie hier an Ihren eigenen Alltag – mit Sicherheit essen Sie je nach Situation anders. So unterscheidet sich beispielsweise das Frühstück, welches unter der Woche in Eile allein eingenommen wird, deutlich von einem gemütlichen Wochenendfrühstück mit der ganzen Familie. Daher kann die Messung von typischen Essgewohnheiten zu Verzerrungen führen, da die Variabilität des Ernährungsverhaltens in Abhängigkeit von Zeit, Ort, Situation oder sozialem Umfeld nicht erfasst wird. Solche »Single-Shot«-Messungen sollten deswegen von situativen Messungen ergänzt werden.¹¹

Die Studie von Wahl und Kolleg:innen aus dem Jahr 2020 untersuchte die Unterschiede in den Eigenschafts- vs. Situationsmotiven für das Ernährungsverhalten.¹² Die Teilnehmenden ($N = 35$) füllten zu Beginn der Studie einmal den TEMS aus, der nach den Eigenschaftsmotiven fragt. Dann wurden sie aufgefordert, über einen Zeitraum von acht Tagen ihre Mahlzeiten ($N = 888$) mithilfe einer App zu dokumentieren. Dabei sollten sie angeben, um welche Art der Mahlzeit es sich handelte (z.B. Frühstück) sowie ein Foto ihrer Mahlzeit aufnehmen und das Essen näher beschreiben. Zusätzlich wurden sie gebeten, alle 15 Essmotive auf einer Skala von 1 (stimme gar nicht zu) bis 4 (stimme voll zu) dahingehend zu bewerten, ob sie ein relevanter Grund für die aktuelle Mahlzeit waren. Diese methodische Herangehensweise ermöglichte eine direkte und zeitnahe Erfassung der Essmotive in jeder Esssituation.

Ausgewählte Studienergebnisse zeigten, dass das Motiv Natürlichkeit eine hohe Varianz sowohl in der Eigenschaftsmessung als auch in der Situationsmessung aufwies. Das heißt, dass relativ hohe Schwankungen zwischen den Personen (für manche Personen war das Motiv wichtig, für andere aber nicht), aber auch innerhalb einer Person (für eine Person war das Motiv in einer Esssituation wichtig, in einer anderen Esssituation aber nicht) gefunden wurden. Außerdem konnte gezeigt werden, dass das Motiv Natürlichkeit in der Eigenschaftsmessung deutlich überschätzt wurde. Im Mittel wurde von den Teilnehmenden in der Eigenschaftsmessung ein Wert von 2.35 ($SD = 1.10$) angegeben – tatsächlich wurde das Motiv in den konkreten Situationen jedoch weitaus seltener als relevanter Grund für das Essen erachtet

¹¹ Wahl u.a. 2020, 2.

¹² Wahl u.a. 2020.

(Mittelwert: 1.38, SD = 0.69). Dies bedeutet, dass Personen häufiger angaben, dass Natürlichkeit sie dazu motiviert, das zu essen, was sie essen – in der konkreten Ess-situation jedoch aßen sie deutlich seltener aus Natürlichkeitsgründen. Für einige Motive konnte in der Studie jedoch auch eine hohe Übereinstimmung zwischen Eigenschaft und Situation gefunden werden, z.B. für die Motive Einfachheit oder soziales Image. Dennoch lässt sich festhalten: Was ich angebe, warum ich typischerweise esse, ist nicht unbedingt übereinstimmend mit dem, warum ich tatsächlich esse.

Ein Grund für die Divergenz von Eigenschafts- und Situationsmessung beim Motiv Natürlichkeit könnte das Phänomen der sozialen Erwünschtheit sein.¹³ Soziale Erwünschtheit bedeutet, dass eine Person bei einer Befragung die Antwort gibt, die sozial erwünscht ist. Und natürlich kann es in vielen (nicht in allen) Milieus sozial erwünscht sein, Nahrungsmittel zu konsumieren, die Bio, Fairtrade und unbelastet sind. Wenn man den Fragebogen also nur einmal ausfüllt, könnte man unbewusst die eigenen Antworten so verzerren, dass sie stärker den sozialen Erwartungen entsprechen. Dieses Phänomen spielt jedoch vermutlich in den häufig wiederholten Situationsmessungen eher eine untergeordnete Rolle.

Sie fragen sich nun vielleicht, was diese detaillierte methodische Ausführung eigentlich mit dem Thema der nachhaltigen Ernährung zu tun hat. Wichtig ist uns, in diesem Beitrag auch aufzuzeigen, wie komplex die Erfassung der Gründe des Essens ist und wie die Methodik von Studien die Ergebnisse beeinflussen kann. Denn um wirksame Interventionen zur Förderung eines nachhaltigen Ernährungsverhaltens zu etablieren, müssen wir zuerst verlässliche Forschungsergebnisse generieren, auf die sich die Interventionen stützen können.

Zusammenhang zwischen Nachhaltigkeitsmotiv und nachhaltigem Verhalten

Explizit wurde das Nachhaltigkeitsmotiv in einer Studie von Verain und Kolleg:innen aus dem Jahr 2021 in einer Befragung mit über 5.000 Teilnehmenden aus fünf europäischen Ländern (Niederlande, Dänemark, Tschechien, Frankreich und Italien) untersucht.¹⁴ In der Studie wurden diejenigen Lebensmittel als nachhaltig bezeichnet, die mit Respekt für Menschen, Tiere und Umwelt produziert, verarbeitet, verpackt, transportiert und gehandelt werden, ohne die zukünftigen Generationen zu gefährden. Um die verschiedenen Nachhaltigkeitsmotive bei der Nahrungsmittelwahl zu erforschen, wurde der »Sustainable Food Choice Questionnaire« (SUS-FCQ) entwickelt. Die Teilnehmenden wurden befragt, wie

13 Sproesser u.a. 2017, 3.

14 Verain u.a. 2021.

wichtig ihnen bestimmte Nachhaltigkeitsaspekte in Bezug auf ihre alltägliche Nahrungsmittelwahl waren und welche nachhaltigen Nahrungsmittel sie im Alltag essen. Im Rahmen der Studie wurden mittels datengestützten Verfahren zwei Nachhaltigkeitsmotive identifiziert: 1) *Allgemeines Nachhaltigkeitsmotiv*, das Aspekte wie Tierschutz, Umweltprobleme und ethische Bedenken umfasste, sowie 2) *Lokales/saisonales Motiv*, das Aspekte wie Regionalität und Saisonalität umfasste. Beide Motive waren positiv mit dem Konsum von Bio- und Fairtrade-Produkten (z.B. Bio-Gemüse), Fleischersatzprodukten (z.B. Tofu) sowie mit anderen nachhaltigen Produkten (z.B. Produkte mit einem Nachhaltigkeitssiegel) assoziiert. Zusätzlich war das lokale/saisonale Motiv mit einem erhöhten Konsum von saisonalen und lokalen Produkten assoziiert, aber nicht mit dem allgemeinen Nachhaltigkeitsmotiv.

Die Ergebnisse dieser Studie legen nahe, dass Personen mit nachhaltigen Ernährungsmotiven tendenziell eher nachhaltige Entscheidungen bei ihrer Nahrungsmittelwahl treffen. Wie jedoch weiter oben bereits ausgeführt wurde, wird die Bedeutung von Eigenschaftsmotiven bei der Nahrungsmittelwahl häufig überschätzt und das tatsächliche Verhalten in der Situation korrespondiert nicht immer mit der angegebenen Eigenschaft. Deshalb wäre es sinnvoll, die zwei Nachhaltigkeitsmotive und die tatsächliche Lebensmittelwahl ähnlich wie in der Studie von Wahl und Kolleg:innen (2020)¹⁵ mithilfe von wiederholten, situativen Messungen zu untersuchen, um ein genaueres Bild des Zusammenhangs zwischen Nachhaltigkeitsmotiv und tatsächlichem nachhaltigem Ernährungsverhalten zu erhalten.

Warum essen wir nachhaltig? Zielgerichteter Ansatz

Eine weitere Perspektive, warum wir nachhaltig essen, bietet neben der Erforschung von Motiven der zielgerichtete Ansatz von Vermeir und Kolleg:innen aus dem Jahr 2020.¹⁶ In ihrer Übersichtsarbeit zeigen sie auf, dass fünf Schritte notwendig sind, um zum Ziel einer nachhaltigeren Ernährung zu kommen. 1) Positive Werte: Nachhaltiges Essen muss als positiver Wert etabliert sein. 2) Diskrepanz: Es muss eine Diskrepanz zwischen dem aktuellen Zustand und dem Endzustand, der angestrebt wird, wahrgenommen werden. 3) Ziel: Verbraucher:innen sollten sich nach der Wahrnehmung dieser Diskrepanz im besten Fall dazu entscheiden, so zu handeln, dass die Diskrepanz verringert wird. 4) Handlungsplanung: Verbraucher:innen müssen sich dann eine Handlungsmöglichkeit überlegen, wie sie ihr Ziel er-

15 Wahl u.a. 2020.

16 Vermeir u.a. 2020, 5.

reichen können. 5) Handlung: Als letzter Schritt müssen die Verbraucher:innen die Handlung auch umsetzen.

In der Übersichtarbeit werden zu jedem dieser Schritte Interventionen zusammengetragen, die die Umsetzung der einzelnen Schritte mit dem Ziel eines nachhaltigeren Ernährungsverhaltens fördern können. Im Folgenden zeigen wir nun ausgewählte Hindernisse auf, die dazu führen können, dass Verbraucher:innen keine nachhaltigen Ernährungsentscheidungen treffen.

Warum essen wir nicht nachhaltig?

Barrieren

Trotz des zunehmenden Bewusstseins für Umweltprobleme und der Bedeutung einer nachhaltigen Ernährung stoßen viele Verbraucher:innen auf Barrieren, die sie daran hindern, nachhaltig zu essen. Ein systematisches Review zum Konsum von Bio-Lebensmitteln hat 2019 verschiedene Barrieren für nachhaltige Konsumentscheidungen identifiziert, darunter Verfügbarkeit, fehlendes Wissen, höhere Preise und Zweifel an der Kennzeichnung und Zertifizierung.¹⁷ Die Verfügbarkeit kann eine Nutzungsbarriere für Verbraucher:innen darstellen, da es schwierig sein kann, eine ausreichende Vielfalt an Bio-Lebensmitteln zu finden, was wiederum die Kaufentscheidungen beeinflusst. Auch ein Mangel an Informationen und fehlendem Wissen der Verbraucher:innen über Vorteile und Eigenschaften von Bio-Lebensmitteln kann zu Unsicherheiten beim Kaufprozess führen. Zudem werden vergleichsweise hohe Kosten von Bio-Lebensmitteln als erhebliche Barriere von Verbraucher:innen wahrgenommen. Schließlich kann auch das mangelnde Vertrauen in Kennzeichnungs- und Zertifizierungssysteme den Konsum von Bio-Lebensmitteln einschränken. Ergänzend zu den allgemeinen Barrieren sollen nun zwei ausgewählte Phänomene vorgestellt werden, die aus einer psychologischen Sicht erklären, warum wir nicht immer so nachhaltig essen, wie wir es vorgeben oder uns wünschen würden.

Warum essen wir nicht nachhaltig?

Intentions-Verhaltens-Lücke

Die vorgestellten allgemeinen Barrieren tragen erheblich zur sog. »Intention-Behavior-Gap« (Intentions-Verhaltens-Lücke) bei. Die Intentions-Verhaltens-Lücke beschreibt die Diskrepanz zwischen der Intention einer Person und ihrem tatsächlichen Verhalten. Sie zeigt sich darin, dass das, was eine Person über ihre/seine wach-

17 Kushwah u.a. 2019, 9.

senden Bedenken hinsichtlich ökologischer Probleme sagt, nicht mit dem übereinstimmt, was er/sie tatsächlich tut, um die Konsequenzen ökologischer Probleme abzumildern. Im Kontext der Nachhaltigkeit wird das Phänomen daher auch als »The Green Gap« (Die grüne Lücke) benannt.¹⁸

In der Übersichtsarbeit von ElHaffar und Kolleg:innen aus dem Jahr 2020 werden Gründe sowie Lösungen als potenzielle Interventionsansätze für die Green Gap zusammengetragen.¹⁹ Für den vorliegenden Beitrag werden nun ausgewählte Faktoren kurz dargestellt: Intrapsychische Faktoren wie Abwehrmechanismen (z.B. Verdrängung) oder Gewohnheiten können die Umsetzung der Intention in ein Verhalten erschweren. Als Lösung schlagen die Autor:innen dafür beispielsweise die Stärkung der Selbstwirksamkeit oder das Etablieren sozialer Normen vor. Auch Kontextfaktoren wie hohe Preise, mangelnde Verfügbarkeit oder wahrgenommene Risiken können dazu beitragen, dass die Intention nicht in ein tatsächliches Verhalten umgesetzt wird. Maßnahmen wie Nudging oder das Bereitstellen von Informationen beim Einkaufen können helfen, diese Kontextfaktoren positiv zu beeinflussen. Aus wissenschaftlicher Perspektive erschweren auch methodische Faktoren die Untersuchung der Intentions-Verhaltens-Lücke. So wurde weiter oben bereits das Phänomen der sozialen Erwünschtheit vorgestellt, welches zu sozial erwünschteren Antworten in Befragungen führen könnte. Indirekte Messungen, die nicht explizit nach der konkreten Intention fragen, sondern die Intention indirekt messen, könnten daher die expliziten Messungen ergänzen und zu einer weniger verzerrten Messung der Intention beitragen.²⁰

Warum essen wir nicht nachhaltig? Moralisches Lizenzieren

Neben der Intentions-Verhaltens-Lücke bietet auch das Konzept der moralischen Lizenzierung eine psychologische Erklärung dafür, wieso wir uns manchmal dazu entscheiden, nicht nachhaltig zu essen. Das Konzept beschreibt den Effekt, dass sich Personen, wenn sie sich anfangs moralisch (in unserem Kontext: nachhaltig) verhalten, danach mit größerer Wahrscheinlichkeit unmoralische (in unserem Kontext: nicht-nachhaltige) Verhaltensweisen zeigen. Durch das vorherige moralische Verhalten werden die Schuldgefühle für die späteren unmoralischen Handlungen verringert, sodass die Personen sich diese unmoralischen Handlungen eher »erlauben«.²¹ In Bezug auf nachhaltige Ernährung könnte es also sein, dass eine Person,

18 ElHaffar u.a. 2020, 2f.

19 ElHaffar u.a. 2020.

20 ElHaffar u.a. 2020, 11.

21 Merritt u.a. 2010, 344–357.

die es geschafft hat, sich für einen längeren Zeitraum vegetarisch zu ernähren und dann in einem Restaurant sitzt und am Nachbartisch ein leckeres Steak liegen sieht, sich selbst die Lizenzierung gibt, nun auch Fleisch zu essen, nach dem Motto: »Ach, nun habe ich doch so lange vegetarisch gelebt, nun kann ich mir doch auch wieder ein Steak gönnen!«

In einer Studie von Burger und Kolleg:innen aus dem Jahr 2022 zur moralischen Lizenzierung wurden Teilnehmende, die in den letzten zwei Jahren nicht privat geflogen waren und Fleisch aßen, per Zufall in zwei Gruppen eingeteilt.²² Der Gruppe 1 wurden zunächst Fragen zu ihrem vergangenen umweltbewussten Flugverhalten gestellt und anschließend zu ihrem aktuellen Fleischkonsum. Gruppe 2 wurde in umgekehrter Reihenfolge befragt, also zuerst zu ihrem Fleischkonsum und dann zu ihrem umweltbewussten Flugverhalten. Es stellte sich heraus, dass die Teilnehmenden in Gruppe 1 ein geringeres Schuldbewusstsein bezüglich ihres Fleischkonsums berichteten als die Teilnehmenden in Gruppe 2. Dies deutet darauf hin, dass die Erinnerung an vergangenes nachhaltiges Verhalten dazu beiträgt, das Schuldbewusstsein für fortlaufend nicht-nachhaltiges Verhalten zu reduzieren. Interessanterweise gab es jedoch keine Unterschiede zwischen den beiden Gruppen in Bezug auf die Motivation und die wahrgenommene Verantwortung, den Fleischkonsum zu reduzieren.

Diese Ergebnisse unterstützen die Theorie der moralischen Lizenzierung. Sie zeigen, dass nachhaltiges Verhalten in der Vergangenheit die kognitive Dissonanz verringern kann, die durch nicht-nachhaltiges Verhalten entsteht. Dies bedeutet, dass durch die moralische Lizenzierung Schuldgefühle für den weiteren Fleischkonsum reduziert werden können. Die Motivation oder die wahrgenommene Verantwortung, das Verhalten zu ändern, wird jedoch nicht beeinflusst.

Fazit

Der vorliegende Beitrag zeigt, dass das Motiv, sich nachhaltig zu ernähren, eine wichtige Rolle für nachhaltiges Essen spielt. Außerdem ist wichtig festzuhalten, wie komplex es ist, die Motive für (nachhaltiges) Essen methodisch gut zu erfassen. Der zielgerichtete Ansatz zeigt, dass verschiedene Schritte notwendig sind, um nachhaltigere Ernährungsentscheidungen zu treffen. So muss eine nachhaltige Ernährung beispielsweise überhaupt als positiver Wert angesehen werden. Häufig essen wir jedoch nicht so nachhaltig, wie wir es intendieren, da menschliches Verhalten paradox sein kann und von einer Vielzahl von intrapsychischen Prozessen geleitet wird. Exemplarisch wurden daher die Phänomene der Intentions-Verhaltens-Lücke

22 Burger u.a. 2022, 3–8.

und der moralischen Lizenzierung dargestellt. Abschließend kann resümiert werden, dass Interventionen zur Förderung von nachhaltigem Essen differenziert ausgearbeitet werden müssen, um nachhaltigere Ernährungsentscheidungen wirksam und langfristig zu fördern.

Literatur

- Axel Burger/Johannes Schuler/Elisabeth Eberling, Guilty pleasures. Moral licensing in climate-related behavior, in: *Global Environmental Change* 72 (2022), 3–8.
- Ghina ElHaffar/Fabien Durif/Laurette Dubé, Towards closing the attitude-intention-behavior gap in green consumption. A narrative review of the literature and an overview of future research directions, in: *Journal of cleaner production* 275 (2020), 4–9.
- European Commission, Farm to Fork Strategy, o. D., abgerufen von https://food.ec.europa.eu/horizontal-topics/farm-fork-strategy_en (Zugriff 29.08.2024).
- Food and Agricultural Organization of the United Nations, Sustainable diets and biodiversity (2010), abgerufen von <https://www.fao.org/4/i3004e/i3004e.pdf> (Zugriff 21.05.2024).
- Elinor Hallström/Annika Carlsson-Kanyama/Pål Börjesson, Environmental impact of dietary change: a systematic review, in: *Journal of cleaner production* 91 (2015), 1–11.
- Shiksha Kushwah/Amandeep/Dhir/Mahim Sagar/Bhumika Gupta, Determinants of organic food consumption. A systematic literature review on motives and barriers, in: *Appetite* 143 (2019), e104402.
- Anna Merritt/Daniel Effron/Benoît Monin, Moral self-licensing. When being good frees us to be bad, in: *Social and personality psychology compass* 4/5 (2010), 344–357.
- Britta Renner/Gudrun Sproesser/Stefanie Strohbach/Harald Schupp, Why we eat what we eat. The Eating Motivation Survey (TEMS), in: *Appetite* 59 (2012), 117–128.
- Gudrun Sproesser/Verena Klusmann/Harald Schupp/Britta Renner, Self-other differences in perceiving why people eat what they eat, in: *Frontiers in Psychology* (2017); 8:209.
- Marijn Stok/Stefan Hoffmann/Dorothee Volkert/Heiner Boeing/Regina Ensenaer/Marta Stelmach-Mardas/Eva Kiesswetter/Alisa Weber/Harald Rohm/Nanna Lien/Johannes Brug/Michelle Holdsworth/Britta Renner, The DONE framework. Creation, evaluation, and updating of an interdisciplinary, dynamic framework 2.0 of determinants of nutrition and eating, in: *PloS one* 12 (2017), e0171077.

- United Nations, Sustainable Development Goals (2015), abgerufen von <https://sdgs.un.org/goals> (Zugriff 21.05.2024).
- Universität Konstanz. Determinants of Nutrition and Eating (DONE), A DEDIPAC knowledge hub output, o. D., abgerufen von <https://www.uni-konstanz.de/DONE/> (Zugriff 29.08.2024).
- Muriel Verain/Hariette Snoek/Marleen Onwezen/Machiel Reinders/Emily Bouwman, Sustainable food choice motives. The development and cross-country validation of the Sustainable Food Choice Questionnaire (SUS-FCQ), in: *Food Quality and Preference* 93 (2021), e104267.
- Iris Vermeir/Bert Weijters/Jan De Houwer/Maggie Geuens/Hendrik Slabbinck/Adrian Spruyt/Anneleen Van Kerckhove/Wendy Van Lippevelde/Hans De Steur/Wim Verbeke, Environmentally sustainable food consumption. A review and research agenda from a goal-directed perspective, in: *Frontiers in Psychology* 11 (2020), e1603.
- Deborah Wahl/Karoline Villinger/Michael Blumenschein/Laura König/Katrin Ziesemer/Gudrun Sproesser/Harald Schupp/Britta Renner, Why we eat what we eat. Assessing dispositional and in-the-moment eating motives by using ecological momentary assessment, in: *JMIR mHealth and uHealth* 8 (2020), e13191.
- Wissenschaftlicher Beirat für Agrarpolitik, Ernährung und gesundheitlichen Verbraucherschutz beim BMEL, Politik für eine nachhaltigere Ernährung. Eine integrierte Ernährungspolitik entwickeln und faire Ernährungsumgebungen gestalten (2020), abgerufen von https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/_Ministerium/Beiraete/agrarpolitik/wbae-gutachten-nachhaltige-ernaehrung.pdf?__blob=publicationFile&v=3 (Zugriff 29.08.2024).
- World Health Organization, Obesity. Preventing and managing the global epidemic, in: WHO Technical Report Series 894 (2000).