

RWI-Studie: Ernährungstipps und Informationen über Klimawirkungen beeinflussen Fleischkonsum kaum

Ernährungstipps oder Informationen über die Klimawirkungen des Fleischkonsums ändern die Essgewohnheiten von Konsumentinnen und Konsumenten nicht. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Studie des RWI - Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung. Demnach führen die Informationen zum Fleischkonsum weder kurzfristig zu weniger Fleischkonsum, noch stärken sie die Absicht, den Fleischverzehr zu verringern. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass Verhaltensänderungen schwerfallen - zumindest bei Essgewohnheiten und wenn diese auch noch innerhalb kurzer Zeit geändert werden sollen.

Das Wichtigste in Kürze:

- Ein reduzierter Fleischkonsum schont die eigene Gesundheit und das Klima. Rund ein Siebtel des weltweiten Treibhausgasausstoßes wird durch die Haltung und Verarbeitung von Tieren produziert – das ist mehr als der Beitrag des Verkehrs. Der Verzehr von Fleischprodukten gehört damit neben dem Energieverbrauch zu den wesentlichen Quellen von Treibhausgasen. Um den Fleischkonsum zu reduzieren, helfen Ernährungstipps oder Informationskampagnen zu den Klimawirkungen jedoch kaum, wie eine aktuelle RWI-Studie zeigt.
- In der Studie veranlassen Informationen zum Fleischkonsum Konsumentinnen und Konsumenten nicht dazu, unmittelbar weniger Fleisch zu essen. Noch überraschender ist: Die Aufklärungskampagne stärkt nicht einmal die Absicht, den Fleischverzehr zu verringern. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass Verhaltensänderungen schwerfallen – zumindest bei Essgewohnheiten und wenn diese auch noch innerhalb kurzer Zeit geändert werden sollen.
- Im Durchschnitt verzehrten die Probanden der Stichprobe rund 4,3 Kilogramm Fleisch im Monat, was in etwa dem Bundesdurchschnitt entspricht. Dieser liegt ungefähr bei 55 Kilogramm Fleisch pro Jahr bzw. bei etwa 4,6 Kilogramm pro Monat. Im Verlauf des Experiments schienen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer durchschnittlich ca. 0,1 kg weniger Fleisch gegessen zu haben als im Monat vor der ersten Befragung. Die Schlussfolgerung, dass der Fleischverzehr statistisch signifikant geringer ist, lässt sich allerdings nicht durch die Analyse bestätigen.
- Für die Studie wurde die Wirkung zufällig zugesandter Informationen auf die Reduktion des Fleischkonsums untersucht. Diese waren in eine Panel-Erhebung unter rund 3.000 Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus dem Jahr 2022 eingebettet, die im Rahmen des von der E.ON Stiftung geförderten Projektes „Sozialökologisches Panel – Fortführung und Weiterentwicklung“ durchgeführt wurde. Die Informationsinterventionen bestanden aus drei Newslettern, die Kontrollgruppe erhielt hingegen keine Newsletter. Die drei Newsletter für die erste Interventionsgruppe enthielten Informationen zu den Umweltauswirkungen von Fleisch, die drei Newsletter für die zweite Interventionsgruppe Ernährungstipps und Rezepte zur Reduktion des Fleischkonsums. Die drei Newsletter für die dritte Interventionsgruppe bestanden aus einer Kombination aus beidem. Vor und nach den Interventionen wurden die Probanden zu ihrem Fleischkonsum befragt sowie zur Absicht, diesen zu reduzieren.
- Das Autorenteam weist darauf hin, dass die Stichprobe der Studie nicht repräsentativ ist, da

tendenziell eher an Ernährung interessierte Personen an der Studie teilgenommen haben. Umso überraschender ist die offenbar zumindest kurzfristig mangelnde Effektivität der Informationsinterventionen. Womöglich könnten Änderungen im Essverhalten aber zukünftig auftreten, da die Umstellung von Essgewohnheiten gewöhnlich einige Zeit beansprucht.

„Unsere empirischen Ergebnisse deuten darauf hin, dass Informationskampagnen zu klimarelevanten Essgewohnheiten oder Ernährungstipps Konsumentinnen und Konsumenten kaum zu Verhaltensänderungen bewegen“, sagt RWI-Umweltökonom Manuel Frondel. „Trotz der relativ starken Auswirkungen des Fleischkonsums auf das Klima reduzieren sie ihren Konsum kaum. Sie verringern nicht einmal die Absicht, den Fleischkonsum einzuschränken. Damit gibt die Studie Hinweise auf potenzielle Grenzen verhaltensökonomischer Maßnahmen in Lebensbereichen, die durch starke Gewohnheiten geprägt sind“, so Frondel. Bessere Chancen, einen Anreiz zu messbaren Verhaltensänderungen oder klimaschonenden Innovationen zu geben, haben seiner Einschätzung nach Preissignale, wie beispielsweise durch die CO₂-Bepreisung als Leitinstrument der Klimapolitik.