

III Merkblatt

Vielfalt durch Nutzung erhalten: Entwicklung von Kommunikationsstrategien zur Agrobiodiversität in der Gastronomie (BÖLN-Projekt 2811NA041)

Informationen und Anregungen für Erzeuger, Gastronomen und weitere Kommunikatoren zum Thema Agrobiodiversität

Steckbrief

Im Rahmen des Projekts wurden Einstellungen von Verbrauchern zum Thema Agrobiodiversität ermittelt sowie geeignete Kommunikationsstrategien für die Gastronomie entwickelt und erprobt. Aus den Ergebnissen wurden Potenziale und Hemmnisse des Angebots von Agrobiodiversitäts-Produkten in Restaurants sowie konkrete Empfehlungen für eine verbrauchergerechte Kommunikation des Themas Agrobiodiversität abgeleitet. Die Kommunikationsempfehlungen sind dabei auch für andere Stakeholder zum Thema relevant. Im Rahmen des Projektes wurden qualitative und quantitative Verfahren angewendet.

Hintergrund

Die genetische Vielfalt von Nutzpflanzen und Nutztierassen, ein zentraler Bestandteil von Agrobiodiversität, ist bedroht. „On-farm“-Erhaltung – also der Anbau seltener Sorten und die Haltung seltener Rassen – soll dazu beitragen, diese Vielfalt durch aktive Nutzung zu erhalten. Zur Förderung der Nachfrage nach entsprechenden Produkten spielt die Kommunikation eine zentrale Rolle, denn einem großen Teil der Bevölkerung ist der Begriff und die Bedeutung von Agrobiodiversität für den eigenen Alltag gar nicht oder nur in geringem Umfang bewusst. Vor diesem Hin-

tergrund wurde untersucht, welchen Bezug Verbraucher zu Agrobiodiversität haben, wie eine stärkere Wahrnehmung des Themas erreicht werden kann und was geeignete Informations- und Handlungsoptionen für Verbraucher sein können, um zum Erhalt von Vielfalt beizutragen. Den zentralen Teil des Projekts stellten Erhebungen in acht Restaurants in ganz Deutschland dar, in denen vier Wochen lang Gerichte mit alten Sorten oder Fleisch alter Rassen angeboten wurden. Zwei Wochen lang wurden die Besonderheiten des Angebots zusätzlich über Einleger in der Speisekarte kommuniziert. Die Gäste der Restaurants wurden mittels Fragebogen befragt.

Ergebnisse

Der Begriff „Agrobiodiversität“ ist nicht für die Verbraucherkommunikation geeignet. Auch das Prinzip des „Erhaltens durch Nutzung“ ist für viele Verbraucher nicht unmittelbar verständlich. Inhaltliche Schwerpunkte, die sich dagegen für die Vermittlung des Themas an Konsumenten eignen, sind Regionalität, Geschmack und Verantwortung.

Das Angebot von Gerichten mit alten Sorten oder Fleisch alter Rassen in der Gastronomie wurde von den Gästen sehr positiv bewertet. Es zeigte sich, dass das Angebot Gastronomen ein Alleinstellungsmerkmal bieten und sich in den weitaus meisten Fällen auch finanziell lohnen kann. Durch die ergänzende Kommu-

nikation zum Angebot der Agrobiodiversitäts-Gerichte durch Einleger in der Speisekarte konnten sowohl die Wahrnehmung des Angebots als auch die Nachfrage danach signifikant erhöht werden.

Die befragten Restaurantgäste konnten entsprechend ihrer Einstellungen vier unterschiedlichen Gruppen zugeordnet werden: 30% der 722 Befragten gehörten zu den „problembewussten Biodiversitäts-Engagierten“, die u.a. das höchste Verantwortungsbewusstsein im Hinblick auf den Erhalt alter Sorten und Rassen besaßen. Für die „problembewussten Hedonisten“ (22% der Befragten) und die „gering informierten Hedonisten“ (33% der Befragten) stand der Genussaspekt im Vordergrund. Die „Gleichgültigen“, die 15% der Gäste ausmachten, standen dem Thema Agrobiodiversität eher indifferent gegenüber.

Empfehlungen für die Praxis

- Für die Verbraucherkommunikation zu Agrobiodiversität sollten wenn möglich die Begriffe „alte Sorten“ bzw. „alte Rassen“ oder die konkreten Namen verwendet werden.
- Soll „Agrobiodiversität“ als weiter gefasstes Konzept vermittelt werden, sollte dabei auf den Ausdruck „Biologische Vielfalt“ mit einem entsprechenden Zusatz (z.B. „in der Landwirtschaft“) zurückgegriffen werden.

- Das Prinzip des „Erhaltens durch Nutzung“ sollte möglichst konkret und anschaulich erläutert werden, da viele Verbraucher eher den Verzicht auf bestimmte Produkte als logische Handlung zum Erhalt von Pflanzen oder Tieren sehen.
- Restaurants, die ihren Gästen Agrobiodiversitäts-Gerichte anbieten, sollten den besonderen Wert der Produkte zusätzlich kommunizieren, da dies die Mehrzahlungsbereitschaft der Gäste erhöhen kann.
- Die inhaltliche Schwerpunktsetzung bei der Kommunikation des Themas Agrobiodiversität sollte den unterschiedlichen Verbrauchergruppen angepasst werden.
- Es sollten mehr praktische Erfahrungs- und Probiermöglichkeiten für Agrobiodiversitäts-Produkte geschaffen werden.
- Niedrigschwellige Informations- und Handlungsangebote sind notwendig, um Verbraucher in den Erhalt von Agrobiodiversität mit einzubinden.

Als praktisches Beispiel für die Kommunikation zu Agrobiodiversität ist diesem Merkblatt einer der Speisekarten-Einleger beigelegt, die im Rahmen des Projekts in der Gastronomie eingesetzt wurden.

Projektleitung

Prof. Dr. Ulrich Hamm

Christina Bantle

Universität Kassel

Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing

Kontakt

Für weitere Informationen zum Projekt wenden Sie sich bitte an

Christina Bantle oder Ulrich Hamm

Mail: c.bantle@uni-kassel.de

oder hamm@uni-kassel.de

Eine ausführliche Darstellung der Projektergebnisse finden Sie unter:

www.bundesprogramm.de/forschungs-management/projektliste und

www.orgprints.org Projektnummer 2811NA041 (bitte im Suchfeld eingeben)

Impressum

Universität Kassel

Prof. Dr. Ulrich Hamm

Christina Bantle

Steinstraße 19

37213 Witzenhausen



Bild: © Bertold Werkmann - Fotolia

Sie lieben Vielfalt?

Unsere Bauern haben im Lauf von Jahrhunderten durch ihre Arbeit viele Obst-, Gemüse- und Getreidesorten sowie zahlreiche Tierrassen hervorgebracht. Diese waren optimal an die regionalen Gegebenheiten angepasst. So entstanden in Deutschland weit über 1.000 Apfelsorten sowie hunderte Kartoffel- und Getreidesorten. Unter den Nutztieren gab es zahlreiche Rinder-, Schaf- und Schweinerassen, die im Gegensatz zu den heutigen „Spezialisten“ meist echte Multitalente waren: Die Rinderrassen lieferten sowohl Milch als auch Fleisch, die Schafassen zusätzlich noch Wolle. Alte Schweinerassen nahmen durch ihr Wühlen den Bauern das Pflügen ab.

Die Vielfalt der alten Sorten und Rassen geht jedoch seit Mitte des letzten Jahrhunderts zurück. Weil mit der Industrialisierung der Landwirtschaft hohe Erträge wichtiger als Robustheit und Vielseitigkeit wurden, stehen heute beispielsweise 19 der noch existierenden 24 heimischen Rinderrassen auf der Roten Liste. Und wie viele der über 1.000 Apfelsorten finden Sie noch im Supermarkt?

Wir finden, es lohnt sich, alte Pflanzensorten und Tierrassen zu erhalten:

Alte Apfelsorten schmecken oft besonders aromatisch, gelbe oder gestreifte Tomaten sind auch fürs Auge ein Genuss – und eine Abwechslung dazu. Das Fleisch alter Rinder-, Schaf- oder Schweinerassen ist äußerst geschmackvoll, weil die robusten Tiere ganzjährig draußen leben, sich viel bewegen können und natürliches Futter fressen. Mit regional angepassten Pflanzensorten können die Bauern wieder auf Pestizide verzichten. Der Blick auf Streuobstwiesen, weidende Schafe oder ein ausgiebig im Dreck wühlendes Schwein bereichert außerdem so manchen Sonntags-Spaziergang.

Sie können mit uns gemeinsam zum Erhalt von alten Sorten und Rassen beitragen – auf der Rückseite erfahren Sie, wie!

U N I K A S S E L
V E R S I T Ä T

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Bild: Rauhwollige Pommersche Landschaft auf der Weide
Quelle: Schaf- und Ziegenzuchtverband Mecklenburg-Vorpommern

Liebe Gäste, wir bieten Ihnen zurzeit als regionale Spezialität Dreierlei vom Rauhwolligen Pommerschen Land-Lamm mit grünen Bohnen, Äpfeln und Kartoffel-Selleriepüree an.

„Unübertrefflich“ ist das Fleisch dieses Landschafts, schwärmt Angelika Oehlert vom Bauernhof Oehlert in Zarnewanz. Der wildartige Geschmack kommt daher, dass die Tiere ihr Leben auf der Weide verbringen, wo sie sich ausschließlich von Gräsern und Kräutern ernähren. Auf dem ca. 20 km östlich von Rostock gelegenen Hof der Oehlerts wachsen die Tiere in bäuerlicher Freilandhaltung auf. „Menschen und Tieren soll es gut gehen“ - das ist die Überzeugung der Betreiber.

Hier in Mecklenburg-Vorpommern wurde die Rasse jahrhundertlang genutzt, um Fleisch, Wolle und Milch zu erzeugen. Die widerstandsfähigen Tiere sind optimal an die kargen Weiden und das Seeklima angepasst, dennoch gab es vor einigen Jahren nur noch wenige Exemplare: Die Nachfrage nach feinerer Wolle und die Umstellung auf intensive Landwirtschaft führten zur Verdrängung der Rasse. Heute ist es nur Idealisten wie der Familie Oehlert zu verdanken, dass weiter kleine Herden der Rasse existieren – und Sie heute das besondere Lammfleisch probieren können.

Sie als unser Gast können ganz einfach dazu beitragen, diese alte, regionale Rasse und damit auch unsere mecklenburgische Landschaft zu erhalten:

Indem Sie Lammfleisch vom Rauhwolligen Pommerschen Landschaft genießen. Durch Ihre Nachfrage lohnt es sich für Bauern wieder, alte Rassen zu halten – und unsere weiten Wiesen zu bewahren. Probieren Sie einfach mal!

Die Kontaktdaten des Bauernhofs Oehlert für das Lammfleisch können Sie bei uns erhalten. Fragen Sie unser Personal danach.

Genießen Sie die Vielfalt unserer Region!

