

25.01.2023 – 12:13 Uhr

CO₂-Angaben beeinflussen Essverhalten

München, Bayern (ots) -

- Ein Feldexperiment zeigt, dass die CO₂-Kennzeichnung von Lebensmitteln Menschen dazu bewegt, nachhaltiger zu essen.
- Werden CO₂-Angaben in Ampelfarben visualisiert oder als Umweltkosten präsentiert, ist der Effekt am größten.
- LMU-Forschende im TRR 266 Accounting for Transparency veröffentlichen Ergebnisse eines Feldexperiments in einer der größten Mensen des Münchner Studentenwerks.

Die CO₂-Kennzeichnung von Lebensmitteln bewegt Menschen dazu, nachhaltiger zu essen. Das haben Forschende des Sonderforschungsbereichs TRR 266 Accounting for Transparency der LMU, der HU Berlin und der Aalto Universität (Finnland) in einem Feldexperiment herausgefunden. Entscheidend dabei ist, wie die Informationen dargestellt werden. Wurden CO₂-Angaben in Ampelfarben visualisiert oder als Umweltkosten präsentiert, war der Effekt am größten.

Feldexperiment in der Mensa Leopoldstraße

Durchgeführt wurde das zehntägige Feldexperiment in einer der größten Mensen des Studentenwerks München, der Mensa Leopoldstraße. Im Versuchszeitraum wurden mehr als 8.000 Mensabesucherinnen und -besuchern über die Menüdisplays nicht nur die üblichen Informationen, wie die Preise der jeweiligen Gerichte oder ihre Hauptzutaten, angezeigt, sondern auch, wie hoch der CO₂-Fußabdruck ist.

Die Darstellung der CO₂-Angaben wurde während des Experiments einmal pro Tag geändert, um zu testen, welche Darstellungsweisen das Verbraucherverhalten am stärksten beeinflussen. So wurden manche Besucherinnen und Besucher darüber informiert, wie hoch die Umweltkosten in Euro sind, die ihr Mittagessen verursacht. Andere wiederum erfuhren über die Displays, wie viel ihres täglichen CO₂-Budgets durch das gewählte Gericht verbraucht wird. Wiederum andere wurden über die durch das Gericht verursachten CO₂-Emissionen in Gramm informiert.

Die Angaben wurden zusätzlich durch eine Kodierung in Ampelfarben (grün, gelb, rot) ergänzt. Den größten Effekt hatte es letztlich, wenn die Besucherinnen und Besucher erfuhren, wie viel Euro an Umweltschäden ihr Mittagessen verursacht. Auf diese Weise wurden bis zu knapp zehn Prozent weniger CO₂ durch die Mahlzeiten verursacht als ohne die Information über die CO₂-Emissionen.

Ansatzpunkte für Politik und Unternehmen, nachhaltigeres Verhalten zu unterstützen

"Unser Experiment macht deutlich, dass Informationen zum CO₂-Fußabdruck zu einer Verhaltensänderung bei Konsumenten führen können. Diese Erkenntnis kann Politik und Wirtschaft dabei helfen, geeignete Maßnahmen für eine nachhaltigere Zukunft zu ergreifen", sagt Thorsten Sellhorn, Professor für Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung an der LMU. "Unternehmen könnten sich beispielsweise freiwillig dazu entscheiden, CO₂-Angaben für Lebensmittel oder andere Produkte und Dienstleistungen auszuweisen."

Weitere Informationen zur Studie sowie Video- und Fotomaterial finden Sie zu Ihrer Verwendung auf der [Website des Sonderforschungsbereichs Accounting for Transparency](#)

Kontakt:

Prof Dr. Thorsten Sellhorn

Institut für Rechnungswesen und Wirtschaftsprüfung

Fakultät für Betriebswirtschaft

Tel.: +49 (0)89 2180 - 6264

E-Mail: sellhorn@lmu.de

<https://www.rwp.bwl.uni-muenchen.de/personen/professoren/sellhorn/index.html>

Pressekontakt:

Claudia Russo
Leitung Kommunikation & Presse
Ludwig-Maximilians-Universität München
Leopoldstr. 3
80802 München

Phone: +49 (0) 89 2180-3423

E-Mail: presse@lmu.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100057148/100901816> abgerufen werden.