

Akzeptanz von Nachhaltigkeitsinnovationen im Lebensmittelbereich – das Untersuchungsdesign

Busse, M.¹ und Siebert, R.¹

Keywords: Akzeptanzfaktoren, nachhaltiges Landmanagement, In-Wertsetzung.

Abstract

The acceptance study is part of ginkoo, an innovation group project for sustainable land use (FONA, BMBF). A central concern is the externalisation of environmental and social costs in food production systems due to increased efficiency and intensive agriculture. The ginkoo case study "Naturland" deals with ethic aspects in animal production, the valorisation of agrobiodiversity and new financial models. By using a mix of qualitative and quantitative methods, the study will develop strategies and measures that should improve the acceptance of sustainability innovations by consumers. They will be tested, evaluated and validated directly by applying them to concrete innovation processes. The aggregate level addresses the conversion to transferable strategies and measures for similar innovation processes in the agri-food sector.

Einleitung und Zielsetzung

Die Akzeptanzstudie ist Teil von ginkoo, einem Projekt der transdisziplinären Innovationsgruppen für ein nachhaltiges Landmanagement (FONA, BMBF). Ein zentraler Ansatzpunkt von ginkoo ist, dass marktorientierte Ausdifferenzierung und Arbeitsteilung in Lebensmittelsystemen zu enormen Effizienzsteigerungen geführt haben - oft mit unerwünschten ökologischen und sozialen Nebenwirkungen (Morgan *et al.* 2006). Im Rahmen des Projektes wird die Fallstudie „Naturland“ untersucht, die sich mit der In-Wertsetzung von Agrobiodiversität, ethischen Aspekten in der Tierproduktion und neuen Finanzierungsmodellen auseinandersetzt.

Im Lebensmittel- und Agrarsektor stellt die Akzeptanz von Innovationen durch KonsumentInnen und andere Akteure eines der entscheidenden Kriterien für ihren Erfolg oder Misserfolg am Markt dar (Linnemann *et al.* 2006). Bei systemischen Nachhaltigkeitsinnovationen, wie in der Fallstudie „Naturland“, handelt es sich meistens um Nischeninnovationen, die einer strategischen Überwindung von Akzeptanzbarrieren bedürfen, um sie in einen breiteren Markt zu überführen. Die Studie untersucht, wie eine breitere Akzeptanz von Nachhaltigkeitsinnovationen v.a. bei KonsumentInnen gefördert werden kann.

Daraus leiten sich folgende übergeordnete Forschungsfragen ab:

- Welche Akzeptanzfaktoren spielen in der Fallstudie „Naturland“ eine Rolle und inwiefern sind diese Faktoren auf andere Nachhaltigkeitsinnovationen übertragbar?
- Welche Akzeptanzbarrieren bestehen auf der Konsumentenseite und wie können diese überwunden werden, ohne die Akteure zu überlasten?

¹ Leibniz-Zentrum für Agrarlandschaftsforschung (ZALF) e.V., Eberswalder Str. 84, 15374 Münchenberg, Deutschland, maria.busse@zalf.de, www.zalf.de.

- Welche Interdependenzen bestehen zwischen der Akzeptanz von Nachhaltigkeitsinnovationen und der Vermittlung ihres ökologischen und sozialen Mehrwerts?

Methoden

Im Rahmen der Studie wird ein Mix aus qualitativen und quantitativen Methoden angewandt. Dazu werden a) explorative Interviews mit verschiedenen Akteursgruppen, b) eine repräsentative Befragung der KonsumentInnen und c) Workshops durchgeführt. Die empirischen Arbeitsschritte werden durch eine Sekundäranalyse (Literaturstudie) zu den Akzeptanzfaktoren und zu Strategien der Einbindung von Akteuren ergänzt.

Erwartete Ergebnisse und Lösungsansätze

Der konzeptionelle Rahmen für die Untersuchung setzt an der Schnittstelle zwischen Soziologie (Lucke 1995) und Technikfolgenabschätzung (Kollmann 1998) an. Dementsprechend gilt es, den gesellschaftlichen Kontext mitzudenken, in welchen Akzeptanzentscheidungen getroffen werden, aber auch dem prozessorientierten und interaktiven Charakter von Akzeptanz Rechnung zu tragen. Denn: KonsumentInnen müssen sich aktiv auf der Einstellungs-, Handlungs- und Nutzungsebene mit Innovationen auseinandersetzen und ihren systemischen Nachhaltigkeitswert kennen, verstehen und bewerten, bevor sie handeln (z.B. eine Kaufentscheidung fällen) können. Genau dort sollen die akzeptanzfördernden Maßnahmen ansetzen: z.B. frühzeitige Berücksichtigung der innovationsspezifischen Akzeptanzfaktoren, Kommunikation zur In-Wertsetzung von Nachhaltigkeitsinnovationen, Einbindung von Akteuren (inkl. KonsumentInnen) und von gesellschaftlichen Forderungen in Innovationsprozessen (vgl. u. a. Belz *et al.* 2011).

Die für die Fallstudie „Naturland“ (Beispiel: Etablierung von Zweinutzungshühnern und deren Produkten) entwickelten akzeptanzfördernden Strategien und Maßnahmen werden von den Praxisakteuren der Fallstudie in konkreten Innovationsprozessen erprobt. Die Implementierung wird wissenschaftlich begleitet, evaluiert und Strategien ggf. angepasst. Darüber hinaus werden auch Möglichkeiten einer breiteren Übertragbarkeit auf weitere Innovationsprozesse im Lebensmittel- und Agrarsektor (insb. bzgl. Nachhaltigkeitsinnovationen), z.B. in Form von konzeptionellen und methodischen Leitlinien, aufgezeigt.

Literatur

- Belz, F.-M., Schrader, U., Arnold, M. (Hrsg.) (2011): Nachhaltigkeitsinnovationen durch Nutzerintegration, Metropolis, Marburg.
- Kollmann, T. (1998): Akzeptanz innovativer Nutzungsgüter und -systeme: Konsequenzen für die Einführung von Telekommunikations- und Multimediasystemen. Wiesbaden: Gabler.
- Linnemann, A.R., Benner, M., Verkerk, R., Boekel, M.A.J.S. van (2006): Consumer-driven food product development. *Trends in Food Science & Technology* 17:184-190.
- Lucke, D. (1995): Akzeptanz. Legitimation in der Abstimmungsgesellschaft. 2. Aufl. Opladen: Leske + Budrich
- Morgan, K., Marsden, T., Murdoch, J. (2006): *Worlds of Food: Place, Power, and Provenance in the Food Chain*. Oxford: Oxford University Press.