



CONSUMER-CITIZEN-GAP

Die Consumer-Citizen-Gap wird Deutsch als Bürger*in-Konsument*in-Lücke bezeichnet und kommt im Zusammenhang mit Konsum und Einkauf vor allem in den vergangenen Jahren vermehrt vor. Die Attitude-Behaviour-Gap ist ganz eng damit verwandt. Hast du diese Begriffe auf Englisch oder Deutsch schon einmal gehört? Wenn nicht, dann wird es Zeit:



PODCAST-TIME

Hör dir den Ausschnitt des Podcasts #18 mit Christian Dürnberger an und beantworte die folgenden Fragen.

Snippet https://youtu.be/w_wFeK4f-_w?t=3109
von Minute 51:49 bis Minute 53:51

Erkläre den Begriff „Consumer-Citizen-Gap“ in eigenen Worten.

Definition: Konsumenten-Bürger-Lücke, die den Unterschied zwischen der Einstellung einer Person als Bürgerin oder Bürger und ihrem oder seinem Verhalten als Konsumentin oder Konsument bezeichnet.

Inwiefern spielen persönliche Werte dabei eine Rolle?

Laut einer Umfrage, die sich mit der Frage „Welcher Faktor ist für Sie bei der Kaufentscheidung von Fleisch entscheidend?“ beschäftigte, antworteten die Befragten folgendermaßen:

- Qualität (56 %)
- geografische Herkunft (20 %)
- Preis (18 %)

Die Antworten und das Verhalten der Verbraucher*innen sind aber nicht ident. Dieses als „Consumer-Citizen-Gap (Bürger*in-Konsument*in-Lücke)“ bezeichnete Phänomen beschreibt Christian Dürnberger, Philosoph und Landwirtschafts-Ethiker an der Veterinärmedizinischen Universität Wien, so: „Befragte geben eher Antworten, von denen sie glauben, sie trafen auf soziale Zustimmung als eine Antwort, bei der sie soziale Ablehnung befürchten. Als Resultat kaufen wir alle manchmal anders ein, als wir in Umfragen oftmals angeben. Als Bürger ist mir Tierwohl eventuell sehr wichtig – als Konsument achte ich dann aber doch vor allem auf den Preis.“

Die durchschnittliche Bürgerin respektive der durchschnittliche Bürger benötige seiner Meinung nach, zugespitzt formuliert, zwei Formen der Landwirtschaft: „Eine für's Gemüt und eine für die Geldbörse.“

Nenne Personen, die zu einer größtmöglichen Veränderung des Lebensmittelkonsums beitragen können. Christian Dürnberger sagt im Podcast, dass die Veränderung einerseits von Seiten der Politik kommen sollte, andererseits auch von Seiten der Bürger*innen. So wird es nicht nur einseitig, sondern tatsächlich gesamtgesellschaftlich „von unten und von oben“ gefordert.

Fasse Möglichkeiten zusammen, um am Lebensmittelkonsum nachhaltig etwas zu verändern. Ich sollte meinen Werten entsprechend handeln, aber auch einkaufen, selbst wenn ich unter Stress oder Zeitdruck stehe. Nicht das eine sagen und dann das andere tun.

Du kannst dir bewusst machen, dass du mit jedem Griff ins Regal einen Produktionsauftrag erteilst. Sind dir etwa faire Arbeitsbedingungen, Regionalität oder Tierwohl wichtig, kannst du zu genau diesen Lebensmitteln greifen, die dies unterstützen. Erst dann werden unter diesen Bedingungen produzierte Produkte auch weiterhin produziert und wieder ins Regal gelegt. So gestaltest du mit deiner täglichen Einkaufsentscheidung aktiv mit, zu welchen Produktionsbedingungen Lebensmittel hergestellt werden und ob wir uns auch in Zukunft mit regionalen Lebensmitteln versorgen können. Darüber hinaus haben unser aller – und damit auch deine – Einkaufs- und Ernährungsentscheidungen weitreichenden Einfluss auf das Klima, die heimische Wertschöpfung und die Erhaltung unseres Lebensraums.

Attitude-Behaviour-Gap

Intentions-Verhaltens-Lücke beschreibt im nachhaltigen Konsum den Widerspruch zwischen den positiven Einstellungen der Verbraucher*innen gegenüber nachhaltigen Produkten und ihrem tatsächlichen Kaufverhalten. Obwohl viele Menschen Nachhaltigkeit/Regionalität/etc. als wichtig erachten, führen praktische Hindernisse wie Kosten, Bequemlichkeit und fehlende Verfügbarkeit oft dazu, dass sie weniger nachhaltig konsumieren.

Consumer-Citizen-Gap

Konsument*innen-Bürger*innen-Lücke, die den Unterschied zwischen der Einstellung einer Person als Bürger*in und ihrem oder seinem Verhalten als Konsument*in bezeichnet.

