

**Dokumentation der Tagung ‚Wertschätzung von Lebensmitteln‘
Ein Hebel für nachhaltigeres Ernährungshandeln?, Kassel 13.03.2025**

Regine Rehaag, Anne Krings

Inhaltsverzeichnis

Übersicht	2
1. These: Wertschätzung als multidimensionales und facettenreiches Konzept erschließen	3
1.1 Historische und aktuelle gesellschaftliche Diskurse	3
1.1.1 Soziale Konstruktion von Lebensmitteln und Wertschätzung	3
1.1.2 Aufladung von Lebensmitteln als Medium sozialer Zuschreibungen und Distinktion	3
1.1.3 Facetten aktueller Wertschätzungsdiskurse	3
1.2 Entwicklung von Werthaltungen	4
1.3 Indikatoren der Wertzuschreibung und Wertschätzung	4
1.3.1 Zahlungsbereitschaft und monetärer Wert (Preis)	4
1.3.2 Entgangener Nutzen (Opportunitätskosten)	5
1.3.3 Produkt- und Prozesseigenschaften	6
1.4 Wirkmächtigkeit verschiedener Wissensarten	6
1.4.1 Erfahrungsbasiertes Wissen	7
1.4.1.1 In Naturerfahrungsräumen erworbenes Wissen	7
1.4.1.2 In virtuellen Erfahrungsräumen erworbenes Wissen	7
1.4.2 System- und Handlungswissen	7
1.4.2.1 Wissensvermittlung durch Ernährungsbildung	7
1.4.2.2 Wertebasierte Wissensvermittlung	8
2. These: Herausforderungen der Gegenstandsbildung begegnen	9
2.1 Zugänge zum Gegenstand betreffende Herausforderungen	9
2.1.1 Problemdefinition, Fragestellungen und methodische Zugänge entwickeln	9
2.1.2 ‚Mythos der Dinglichkeit‘ dekonstruieren	10
2.1.3 Wertschätzung und Verschwendung entkoppeln	10
2.2 Verantwortungszuschreibungen betreffende Herausforderungen	11
2.2.1 Verantwortung als geteilte Aufgabe verstehen	11
2.2.2 Handlungsspielräume der Politik strategisch nutzen	11
2.2.3 Citizens als aktive Mitgestaltende der Transformation einbinden	12
3. These: Ankerpunkte zielgruppengerechter Kommunikation nutzen	13
3.1 Mit sprachlicher Rahmung diskursive Möglichkeitsräume eröffnen	13
3.2 Emotionale und erfahrungsbasierte Zugänge als Schlüssel der Wertebildung nutzen	14
4. Literaturverzeichnis	15

Übersicht

Im Folgenden wird die Diskussion zu den beiden Sessions der Tagung „‚Wertschätzung von Lebensmitteln‘ Ein Hebel für nachhaltigeres Ernährungshandeln?“ und die abschließende Diskussion zusammenfassend dargestellt. Im Zuge der Dokumentation wurden die drei zentralen Thesen der abschließenden Diskussion zugrunde gelegt wurden weitergeführt und Hinweise – soweit möglich – mit Literatur belegt.

These 1: Wertschätzung als multidimensionales und facettenreiches Konzept erschließen

Facetten des Gegenstands ‚Wertschätzung‘ erschließen sich durch Exploration von gesellschaftlichen Diskursen über ‚Wertschätzung von Lebensmitteln‘ in aktuellen und historischen Kontexten.

Im Einzelnen gilt es Erkenntnisse zu generieren zu den folgenden Fragen

- 1.1 Lassen sich durch Exploration von gesellschaftlichen Diskursen im historischen Vergleich relevante Narrative, Leitbilder und ein Bedeutungswandel erschließen?
- 1.2 Wie entwickeln sich Wertzuschreibungen, und unter welchen Bedingungen resultiert daraus Wertschätzung?
- 1.3 Welche Faktoren spielen bei Wertzuschreibung und Wertschätzung eine Rolle?
Sind der monetäre Wert (Preis) und die Zahlungsbereitschaft belastbare Indikatoren?
- 1.4 Welche Wissensarten können einen Beitrag zur Entstehung von Wertschätzung leisten?

These 2: Herausforderungen der Gegenstandsbildung begegnen

Herausforderungen in Bezug auf die Gegenstandsbildung von ‚Wertschätzung von Lebensmitteln‘ wurden in Bezug auf ‚Zugangswege‘ und ‚Verantwortungszuschreibung‘ identifiziert.

2.1 Zugangswege betreffende Herausforderungen

- 2.1.1 Problemdefinition, Fragestellungen und methodische Zugänge entwickeln
- 2.1.2 Mythos der Dinglichkeit dekonstruieren
- 2.1.3 Wertschätzung und Verschwendung entkoppeln

2.2 Verantwortungszuschreibung betreffende Herausforderungen

- 2.2.1 Verantwortung als geteilte Aufgabe verstehen
- 2.2.2 Handlungsspielräume der Politik strategisch nutzen
- 2.2.3 Citizens als Mitgestaltende der Transformation einbinden

These 3: Ankerpunkte zielgruppengerechter Kommunikation nutzen

In den Fokus zielgruppengerechter Kommunikation wurden die Ankerpunkte ‚Sprachliche Rahmung‘ und ‚Emotionale und erfahrungsbasierte Zugänge‘ gestellt, als Erfolgsfaktoren, die Transformationsansätze, die mit dem Konstrukt ‚Wertschätzung‘ arbeiten, berücksichtigen sollten

- 3.1 Sprachliche Rahmung wählen, die diskursive Möglichkeitsräume eröffnen
- 3.2 Emotionale und erfahrungsbasierte Zugänge als Schlüssel der Wertebildung nutzen

1 These: Wertschätzung als multidimensionales und facettenreiches Konzept erschließen

1.1 Historische und aktuelle gesellschaftliche Diskurse

Durch Exploration von gesellschaftlichen Diskursen in ihren historischen Kontexten lassen sich Narrative zu ‚Wertschätzung von Lebensmitteln‘ und ihre ‚Leitbilder‘ erschließen.

1. Soziale Konstruktion von Lebensmitteln und Wertschätzung

In der Diskussion wurde festgehalten, dass Lebensmittel wie auch ihre Wertzuschreibung und Wertschätzung in Anlehnung an kulturelle Deutungen und soziale Normen sozial konstruiert werden.

Ergänzend hingewiesen wurde auf ‚Konsumimperative‘, also die normative Kraft des Konsums, die sich in gesellschaftlichen Normen, medialen Repräsentationen und wirtschaftlichen Strukturen manifestiert, die dazu verpflichten, materielle Güter und Dienstleistungen zu konsumieren, um soziale Zugehörigkeit, Identität und Status zu sichern. Waren werden damit zu Zeichen, ihr Gebrauchswert durch symbolische Bedeutung innerhalb eines sozialen Kontextes ersetzt und die Wertschätzung für die tatsächliche Beschaffenheit und Qualität von Produkten geht verloren (Baudrillard 2007). „In der flüssigen Moderne halten wir nichts lange genug, um es wertzuschätzen – wir konsumieren Dinge, bevor wir sie kennen, und entsorgen sie, bevor wir sie verstehen“ (Bauman 2017). Inwieweit diese Perspektive sich auf Lebensmittel und deren Wertschätzung übertragen lässt, bleibt auszudeuten.

2. Aufladung von Lebensmitteln als Medium sozialer Zuschreibungen und Distinktion

Als Beispiel für die Aufladung von Lebensmitteln mit symbolischen Bedeutungen wurde das Nischensegment handwerklich orientierter Bäckereien angeführt, die ihrem Angebot Werthorizonte in Abgrenzung gegenüber industriellen Standards unterlegen und diese Werte offensiv kommunizieren. Brot kann und soll so Zugehörigkeit, Haltung und Distinktion ausdrücken (Campbell 2009, Ponte 2016). Dies erfolgt im Einzelnen durch Verweis auf handwerkliche Produktion nach vermeintlich althergebrachten Rezepten. Als Beleg für Nachhaltigkeit und Transparenz des Brotbackens werden die Verwendung qualitativ hochwertiger Rohstoffe und die lokale Herstellung angeführt, dem Diktat der Allzeitverfügbarkeit ein limitiertes Angebot entgegengesetzt. Bei der Kölner Bäckerei *prôt* (althochdeutsche Bezeichnung für Brot) heißt es: „Zurück zum Ursprung der Brotkultur, zurück zu wenigen Zutaten und zurück zu einer langen Reifungszeit“. Der Backraum ist durch eine Glasscheibe abgetrennt, so dass die Produktion von Straße und Verkaufsraum verfolgt werden kann.

Konstatiert wurde weiterhin, dass sich angesichts der moralischen Aufladung des Themas Lebensmittelverschwendung eine Tendenz zur Problemverlagerung beobachten lässt: Lebensmittelverschwendung wird häufig als ‚Problem der anderen‘ externalisiert und nicht im eigenen Verantwortungsbereich verortet.

3. Facetten aktueller Wertschätzungsdiskurse

Bezug genommen wurde auf die Diskursfacetten ‚Solidarische Landwirtschaft‘, ‚Planetary Health‘ und ‚Nachhaltige Gemeinschaftsverpflegung‘.

Als Möglichkeits- und Erfahrungsraum für Wertschätzung landwirtschaftlicher Produktion hat die solidarische Landwirtschaft (SoLaWi), mit ihren Prinzipien nachhaltige Erzeugung, gemeinschaftliche Verantwortung und direkte Erzeuger-Verbraucher-Beziehung, im ‚Wertschätzungsdiskurs‘ zunehmend an Bedeutung gewonnen. Dem kritischen Einwand, dass sie auch als ‚Heile-Welt-Modell‘ genutzt werde, um mit neuen Vertriebskanälen zur Gewinnmaximierung beizutragen, wird entgegengehalten, dass Gewinnsteigerung angesichts der Herausforderungen der Landwirtschaft ein mehr als legitimes Motiv sei, neben der nachgewiesenermaßen höheren Zufriedenheit der Landwirte*, die sich in der solidarischen Landwirtschaft engagieren, auch die monetär zum Ausdruck kommende Wertschätzung zu steigern. Zudem wurde vermutet, dass sich mit Hilfe entsprechender medialer Inszenierungen Bilder der ‚Wertschätzung von Lebensmitteln‘ verbreiten lassen, die auch Veränderungen im konventionellen

Handel nach sich ziehen können. Solidarische Landwirtschaft sei zwar nicht ‚die‘ Lösung für gesellschaftliche Probleme, könne aber kommunikativ strategisch genutzt werden.

* In explorativen Studien konnten höhere Planungssicherheit und Markunabhängigkeit als ökonomische Motive für eine Umstellung auf SoLaWi (Hübers und Zubeck 2025) identifiziert werden, als zentrale Hindernisse Ängste vor Umsatzverlusten und die mangelnde Unterstützung durch Systemdienstleister wie Landwirtschaftskammern/-behörden (Zech et al. 2025). Untersuchte SoLaWi-Betriebe bewegen sich auf einem ähnlichen Preisniveau wie reguläre Anbieter von Bio-Lebensmitteln und konnten durch die ‚ideelle Intervention, den Arbeitsaufwand reduzieren und die Arbeitszufriedenheit erhöhen (Hartmann 2024). Der solidarischen Landwirtschaft wird seitens der Transformationsforschung das Potenzial zugesprochen zur Widerstandsfähigkeit und Existenzsicherung kleinerer Betriebe, wie auch zur Resilienz der Landwirte und zur nachhaltigen Entwicklung beitragen und damit einen positiven Beitrag zur Transformation leisten zu können (Hartman 2024, Rosmann et al. 2024, Zech et al. 2025; UBA 2020).

Auch der transdisziplinäre Ansatz ‚Planetary Health‘, der die Gesundheit des Menschen untrennbar mit dem Zustand der ökologischen Systeme des Planeten verknüpft und ermöglicht mit einer gesünderen, die planetaren Grenzen berücksichtigenden nachhaltigeren Ernährung gleichzeitig Wertschätzung für sich selbst und den Planeten zum Ausdruck zu bringen, präge den aktuellen ‚Wertschätzungsdiskurs‘.

Als weiterer Möglichkeits- und Erfahrungsraum für Wertschätzung wurde die Umgestaltung der Gemeinschaftsverpflegung am Praxisbeispiel einer Klinik beschrieben. Durch Ausschluss von Convenience-Produkten konnten Einspareffekte erzielt und damit Investitionen für die Zubereitung von frischen Lebensmitteln ermöglicht werden. Das Küchenteam habe mehr Spaß und Freude an der Arbeit, weil frische Kartoffeln und Saucen wieder selbst zubereitet werden können und ihrer Arbeit sehr viel mehr Wertschätzung entgegengebracht werde. Die Erfahrungen mit der Umgestaltung der Gemeinschaftsverpflegung mache deutlich, dass Convenience-Produkte, angetreten mit dem Versprechen durch Zeitersparnis die Arbeit des Küchenpersonals zu vereinfachen, gleichzeitig die Entfaltungsmöglichkeiten handwerklicher Expertise und die Wertschätzung der produzierten Speisen minimieren.

1.2 Entwicklung von Werthaltungen

Werte sind stark emotional besetzte Vorstellungen darüber, was eigentlich ‚des Wünschens wert‘ ist. Nach Hans Joas entstehen Werte nicht durch Wahlentscheidungen, sondern weil uns etwas in irgendeiner Weise packt oder ergreift. Die leiblich-sinnliche Erfahrung ist konstitutiv für die Entwicklung von Werthaltungen (Wilhelm Dilthey). Rationale Argumente schaffen keine Werte: „Wertbindungen sind nicht mit Absicht erzeugbar, zumindest nicht auf direktem Wege“ (Joas 2006). Als Vorstellungen des Guten und Erstrebenswerten liefern sie vielmehr handlungsleitende Maßstäbe (Joas 2017, 2022). Wertebindungen entstehen universell durch Erfahrungen des ‚Ergriffenwerdens‘, ihre Ausformung zu handlungsleitenden Maßstäben folgt jedoch stets den Deutungstraditionen der jeweiligen historischen, kulturellen, religiösen und milieuspezifischen Kontexte.

1.3 Indikatoren der Wertzuschreibung und Wertschätzung

Als Indikatoren, die bei Wertzuschreibung und Wertschätzung eine Rolle spielen, wurden folgende Aspekte diskutiert: ‚Zahlungsbereitschaft und monetärer Wert‘, ‚Entgangener Nutzen (Opportunitätskosten)‘ und wertgebende ‚Produkt- und Prozesseigenschaften‘.

4. Zahlungsbereitschaft und monetärer Wert (Preis)

Erhebungen bei Konsument:innen legen nahe, dass Zahlungsbereitschaft ein möglicher – wenngleich nicht eindeutiger – Indikator für Wertschätzung ist (Brombach & Bergmann 2020): Allokationskosten beeinflussen die Wertschätzung von Lebensmitteln allerdings auf verschiedene Weise: a) sie verzerren die Preise, die oft als Maßstab für Qualität oder Bedeutung herangezogen werden, b) sie machen den Aufwand und die Nachhaltigkeit unsichtbar und c) sie erhöhen die Verfügbarkeit, was häufig mit einem geringeren symbolischen oder emotionalen Wert einhergeht.

Konsument:innenbefragungen und Marktstatistiken (HDE 2024, Ipsos 2024) zeigen zudem, dass steigende bzw. hohe Lebensmittelpreise zu verstärkter Nutzung von Sonderangeboten bzw. Produkten aus dem Preiseinstiegsbereich, besserer Dimensionierung der Einkaufsmengen und vorsichtigerem Umgang mit Lebensmitteln führen. Ob dies als Ausdruck von gesteigerter Wertschätzung oder nicht eher als Ausdruck von Sparsamkeit zu werten ist bleibt offen. Ein wirkliches Umdenken und stärkeres Bemühen, Lebensmittelabfälle zu vermeiden ist, zumindest für das Gros der Bevölkerung nicht zu erwarten (Jahnke 2023, Porpino 2015). Auch die vielfach vertretene Einschätzung, niedrige Preise gingen mit geringer Wertschätzung einher, der monetäre Wert (Preis) sei also eine essenzielle, mit Wertschätzung korrelierende Qualität, kann nicht belegt werden. Der historische Rückblick zeigt, dass es Anfang des letzten Jahrhunderts, obwohl 50 Prozent des Einkommens für Lebensmittel aufgewendet werden mussten, einen vergleichbaren Anteil an Lebensmittelabfällen gegeben hat, auch wenn sicher andere modulierende Faktoren auf die Menge an Lebensmittelabfällen gewirkt haben dürften. Der Anteil, häuslicher Küchenabfälle war mengenmäßig zwar vergleichbar, resultierte jedoch aus einem anderen Alltagshandeln: In der Regel wurde gegessen, was auf den Tisch kam – Lebensmittel wegzuerwerfen war unüblich. Vorgeputzte und stark verarbeitete Produkte waren kaum verbreitet, Knochen machten einen deutlich größeren Anteil am Hausmüll aus, da Fleisch anders zubereitet und angeboten wurde. Verderb trat aufgrund fehlender Kühltechnik und Verpackungen häufiger auf. ‚Lebensmittelabfälle‘ sind somit keine vergleichbare Grundgesamtheit.

5. Entgangener Nutzen (Opportunitätskosten)

Mit Blick auf ökonomische Indikatoren für Wertschätzung von Lebensmitteln macht es zudem Sinn über Zahlungsbereitschaft hinaus auch den entgangenen Nutzen (Opportunitätskosten) in die Analyse einzubeziehen. Zu berücksichtigen sind demnach andere Formen von Rationalität, die sich nicht in Zahlen ausdrücken lassen und bei denen wirtschaftliche Konzepte an ihre Grenzen stoßen. So kann es aus alltagspraktischen Gründen sinnvoll erscheinen, Lebensmittelreste wegzuerwerfen, anstatt Resteküche zu betreiben und sie weiterzuverarbeiten, weil Opportunitätskosten anderer Lebensbereiche, wie verlorene Freizeit oder private oder berufliche Verpflichtungen höher gewertet werden als der ‚Wert‘ des Restes. Auch der Einkauf von kostengünstigeren Angeboten in Großgebinden zeigt, dass Wertschätzung lediglich eine intervenierende Variable ist und Wegwerfen angesichts von Opportunitätskosten wie Lagerhaltung, natürlichem Verderb und der Problematik gleichartige Lebensmittel und Speisen wiederholt essen zu müssen ebenfalls rational sein kann. So greifen Haushalte in begrenzterer wirtschaftlicher Lage vermehrt auf kostengünstigere Angebote in Großgebinden zurück, führen diese laut einer systematischen Erfassung des Lebensmittelabfalls von privaten Haushalte in Deutschland (GfK SE 2021), vermutlich in Folge von hohen Opportunitätskosten, zugleich häufiger als Wegwerfgrund an.

6. Produkt- und Prozesseigenschaften

Die in der folgenden Tabelle differenziert nach Produkt- und Prozesseigenschaften nebeneinandergestellten wertgebenden Lebensmitteleigenschaften zeigen, dass die US-amerikanische- und deutschsprachige Literatur weitestgehend ähnlichen Einschätzungen kommt.

Tabelle 1: Wertgebende Lebensmitteleigenschaften

Produkteigenschaften	Prozesseigenschaften
Genusseigenschaften Erscheinungsbild / Appearance Frische Geschmack / Taste Gesundheitseigenschaften Nährwert / Nutrition Sicherheit / Safety Eignung Bequemlichkeit / Convenience Haltbarkeit, Lagerfähigkeit Ernährungskulturelle Werte Tradition / Tradition Weitergabe von Esskultur Erhalt handwerklicher Techniken	Nachhaltigkeitsbezogene Eigenschaften Herkunft / Origin, Regionalwert Artgerechte Erzeugung, Tierwohl Saisonalität Biologischer Anbau Umweltauswirkungen / Environmental Impact Naturbelassenheit / Naturalness Sozialverträglichkeit / Fairness

Quellen: Lusk & Briggeman 2009, Brombach & Bergmann 2020, Jakob 2024

Förderlich auf Zahlungsbereitschaft wirkende Eigenschaften: Frische, Geschmack, Regionalität und Tierwohl

1.4 Wirkmächtigkeit verschiedener Wissensarten

Vor der Reflexion über die Wirkmächtigkeit verschiedener Wissensarten ist zu klären, wie ‚Wissen‘ definiert werden soll und welche Arten von Wissen zu unterscheiden sind. Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass Wissen, verstanden als dynamisches Ordnungssystem, auf Erfahrung, Involviert sein, Resonanz und Selbstwirksamkeit angewiesen ist, um Orientierung zu bieten und Handlungspotenziale zu schaffen. Wertschätzung (ent)steht im Zusammenhang mit dem vorhandenen Wissen und im Zusammenspiel unterschiedlicher Wissensarten. Wissensvermittlung, die dieses Zusammenspiel nicht beachtet führt daher oftmals nicht zu verändertem Handeln.

Dem gängigen Ansatz mit expliziter Wissensvermittlung zu Wertschätzung beitragen zu wollen, wurde mit der landläufigen Erkenntnis ‚Wir handeln wider besseren Wissen‘, entgegengehalten dass der Alltag also wesentlich durch eine akkratische¹ Handlungspraxis (Piras et al. 2022) gekennzeichnet ist. Eine Einschätzung, die als Hierarchisierung unterschiedlicher Wissensarten gedeutet werden.

Reine Informationskampagnen entfalten bzgl. angestrebter Verhaltensänderungen (insbesondere im digitalen Raum) nur sehr geringe Wirkung wie beispielsweise Evaluationsstudien zur Prävention von Lebensmittelverschwendung auf Verbraucherebene am Beispiel des Umgangs mit Lebensmittelresten zeigen (Casonato et al. 2023, Swannell et al. 2023). In Kombination mit Ansätzen, die reale (vgl. Kapitel 7.1) oder virtuelle Erfahrungsräume (vgl. Kapitel 7.2) eröffnen, kann der Wirkungsgrad jedoch erhöht werden kann. Diese grundlegenden Erkenntnisse dürften auch für den Zusammenhang zwischen Wissensvermittlung und Wertschätzung gelten. Ergebnisse von Befragungen bei Schüler:innen die an der

¹ Als Akrasia wird das Paradox bezeichnet, dass Individuen Handlungen vollziehen, obwohl sie überzeugt sind, dass eine alternative Handlungsoption vernünftiger oder vorzugswürdiger wäre.

‚GemüseAckerdemie‘ des Acker e.V. teilgenommen haben und Beschreibungen ihrer Erfahrungen, lassen eine gesteigerte Wertschätzung gegenüber Lebensmitteln erkennen.

Abgesehen von der Frage, welche Wissensarten zur Entstehung von Wertschätzung beitragen, stellt sich auch die Frage, wie und wodurch sie in alltäglichen Handlungskontexten (re)aktiviert werden. Von besonderem Interesse ist dabei, welche situativen Faktoren in einer konkreten Situation darüber entscheiden, ob spontane Impulse – etwa der Gedanke: „Das kann ich jetzt wirklich nicht wegwerfen“ – tatsächlich in ein wertschätzendes Verhalten gegenüber Lebensmitteln münden.

Die Diskussion über die Wirkmächtigkeit von Wissensarten wird im Folgenden differenziert nach den Wissenstypen ‚Erfahrungsbasiertes Wissen‘ (7) und Systemwissen (8) zusammengefasst.

7. Erfahrungsbasiertes Wissen

Zu den wenigen Hinweisen zur Entstehung von Wertschätzung gehört der Schlüsselfaktor ‚Anbau von Lebensmitteln im eigenen Garten‘ (Tüfer 2023, Jakob 2024). Menschen, die mit dem Anbau von Lebensmitteln erfahrungsbasiertes, verkörpertes Wissen erworben haben, können die emotionale Beziehung zu den erzeugten Lebensmitteln plastisch und überzeugend beschreiben (vgl. Kapitel 1). Diskutiert wird aktuell auch der Wissenserwerb über digitale Erfahrungsräume (vgl. Kapitel 2).

1. In Naturerfahrungsräumen erworbenes Wissen

Um Naturerfahrungsräume an Schulen im Bildungssystem zu verankern, bietet Acker e.V. für Schulklassen die GemüseAckerdemie als Jahresprogramm an. Den Kindern wird die Möglichkeit geboten, einmal die Woche 60 Minuten grundlegende Fertigkeiten vom Ausbringen des Saatguts am Anfang der Saison bis zur Ernte zu entwickeln, ergänzt durch zusätzliche Unterrichtseinheiten im Winter. Wertschätzung und esskulturelle Kompetenzen sollen nicht anerzogen werden, sondern sich im Erfahrungs- und Teilhaberaum GemüseAckerdemie entwickeln.

2. In virtuellen Erfahrungsräumen erworbenes Wissen

Das Beschäftigen mit Lebensmittelabfällen und ihre Visualisierung kann, wie im Bereich der Außer-Haus-Verpflegung mit dem Einsatz einer ‚gläserne Abfalltonne‘ nachgewiesen, mit zehn Prozent zu einer beachtlichen Reduzierung des Abfallaufkommens führen. Allein die Wahrnehmung der Konsequenzen des eigenen Handelns kann also eine Änderung im Handeln bewirken (von Borstel et al. 2021, Jäger Ramos et al. 2024). Einen ähnlichen Effekt soll eine für den privaten Gebrauch entwickelte App erzielen, die mit Messoptionen (z. B. Wiegen von Abfällen) und Feedbackmechanismen virtuelle Erfahrungen ermöglicht. In der App kann festgelegt werden, welche Abfallanteile erfasst werden (nur der essbare Teil, auch Schalen und Gräten oder die gesamten Abfälle) und Ziele für den essbaren Teil der individuellen Lebensmittelabfälle gesetzt werden. Die per App in privaten Haushalten erhobene essbare Abfallmenge lag mit ca. 42 kg essbaren Lebensmittelabfällen deutlich unter den in statistischen Modellierungen des BMEL ermittelten 76 kg pro Haushalt.

8. System- und Handlungswissen

1. Wissensvermittlung durch Ernährungsbildung

Aus Perspektive der Ernährungsbildung stellen praktische Erfahrungen mit der Verarbeitung und Konservierung von Lebensmitteln eine zentrale Voraussetzung für die Bewertung ihrer Beschaffenheit und Qualität dar. Sie werden zugleich als wesentliche Grundlage für die Entwicklung von Wertschätzung gegenüber Lebensmitteln und als eng verknüpft mit der Übernahme von Verantwortung für einen nachhaltigen Umgang mit ihnen eingeschätzt (Schlegel-Matthies, 2022).

Die Ernährungs- und Lebensgewohnheiten haben sich im Zuge der Industrialisierung und Urbanisierung tiefgreifend verändert. Die zunehmende Spezialisierung der Agrar- und Ernährungssysteme hat die Möglichkeiten weitgehend beschränkt, in der eigenen Lebenswelt Erfahrungen mit der Beschaffenheit von Lebensmitteln und der zu ihrer Erzeugung und Verarbeitung erforderlichen Arbeitsleistung zu machen.

Ernährungsbildung könne in diesem Kontext alltagsnahe Erfahrungsräume schaffen, indem sie systemisches Wissen mit handlungsorientierten Ansätzen verknüpft, den Erwerb von Handlungswissen² im Umgang mit Lebensmitteln fördert und für unterschiedliche Dimensionen von Wertzuschreibung sensibilisiert. Ziel ist es, ein Verständnis dafür zu entwickeln, dass der Wert von Lebensmitteln nicht allein über ihren monetären Preis zum Ausdruck kommt, sondern auch Aspekte umfasst wie die aufgewendete Arbeit, den sozialen und ökologischen Kontext ihrer Produktion sowie die persönliche Beziehung, die dazu aufgebaut wurde.

2. Wertebasierte Wissensvermittlung

Wenn Werte einen stärkeren Einfluss auf Entscheidungen haben als Informationen, dann kann diese Erkenntnis helfen, das häufig vorrangig auf Produktinformationen setzende Marketing zielgenauer zu gestalten. Eine mögliche Frage ist dann:

- Wie kann die Komplexität von nachhaltig produziertem Fleisch in ein übergreifendes Werteprofil integriert und dieses kommuniziert werden?

In regionalen Kontexten besteht zwischen Produzierenden und Konsumierenden oftmals Anschlussfähigkeit bezüglich einzelner Werte oder gar eines Werteprofiles. Auf Basis solcher Wertesynergien können auf die Zielgruppe zugeschnittene Produktinformationen zu Prozess- und Produktqualität ausgewählter Lebensmittelgruppen eine größere Wirksamkeit erzielen. In einem [Projekt zur Produktdifferenzierung am Rindfleischmarkt - Kommunikationsmöglichkeiten und Zahlungsbereitschaft für Rindfleisch aus extensiver artgerechter Mutterkuhhaltung auf Grünland](#), das den Ansatz der wertebasierten Wissensvermittlung zu regionalen Fleischprodukten genutzt hat, konnte beobachtet werden, dass

- je höher das Involvement von Verbraucher:innen – die tendenziell ein relativ geringes Wissen über die Prozessqualitäten und Akteure der Wertschöpfungsketten haben – desto komplexer können Prozess- und Produktqualität kommuniziert werden, u. a. mit Informationen zu Regionalität, Tierwohl und Haltungsformen oder Ressourcenintensität,
- Haushalte, die sich für Produkte aus extensiven Haltungsformen entschieden haben, insgesamt weniger Fleisch konsumieren, dieses aber stärker wertschätzten und
- Wertesynergien allerdings nur in einem realen lebensweltlichen und nicht im abstrakten digitalen Raum funktionieren.

Zu fragen bleibt allerdings, wer die Werte in der wertbasierten Wissensvermittlung bestimmt, welche normativen Vorstellungen dabei leitend sind, wie die Vision einer schönen heilen Ernährungswelt zu einem belastbaren gesellschaftlichen Leitbild werden kann und wie Transferpotenziale über Nischenmärkte und ihre staatlich-akademische Förderung hinaus gewährleistet werden können.

Ein weiteres Beispiel ist die Strategie, dem Produkt ‚Brot‘ Werthorizonte wie handwerkliche, nachhaltige Herstellung und Transparenz zu unterlegen und damit soziale Zuschreibungen zu vermitteln, die Zugehörigkeit, Haltung und Distinktion ausdrücken (vgl. Kapitel 1.1, S. 3).

² Handlungswissen bezieht sich auf konkretes Wissen darüber, wie eine Handlung ausgeführt wird (z. B. Schritte, Techniken, Verfahren). Es ist oft anwendungsorientiert, aber noch nicht automatisch mit der Fähigkeit verbunden, es erfolgreich umzusetzen. Informationskampagnen vermitteln meist nur *Handlungswissen*, aber keine *Kompetenzen*, also die Fähigkeit, Wissen in konkreten Situationen erfolgreich anzuwenden – inklusive Problemlösung, Adaption und Reflexion. Sie integriert Handlungswissen mit Erfahrung, Motivation und sozialen Faktoren.

2 These: Herausforderungen der Gegenstandsbildung begegnen

Die Gegenstandsbildung bezeichnet den Prozess, durch den ein bestimmter Gegenstand oder ein Untersuchungsobjekt theoretisch und methodisch bestimmt wird. Um einen Forschungsgegenstand zu konstituieren, wird festgelegt, welche Aspekte der Realität als relevant erachtet werden. Begegnet werden müsse dabei ‚Zugängen zum Gegenstand‘ und ‚Verantwortungszuschreibungen‘ betreffenden Herausforderungen.

2.1 Zugänge zum Gegenstand betreffende Herausforderungen

9. Problemdefinition, Fragestellungen und methodische Zugänge entwickeln

In der Transformationsforschung und transformativen Politikansätzen wird relationalen Werte (relational values) eine Schlüsselrolle bei der Transformation der Mensch-Natur-Beziehung und der Förderung nachhaltiger Praxen zugeschrieben (Bieling et al. 2020, Chan et al. 2018). Relationale Werte entstehen nicht primär durch Wissen oder Rationalität, sondern durch sinnlich-emotionale Erfahrungen und kulturelle Einbettung. Auf Basis von emotionaler Verbundenheit und in der Regel auch ethischer Verpflichtung gegenüber Natur oder natürlichen Ressourcen machen sie es möglich Haltungen zu entwickeln und Handlungsorientierung zu gewinnen.

Eine Ausdrucksform relationaler Werte ist die Wertschätzung, die im vorliegenden Fall in Haltungen wie Achtsamkeit, Fürsorge, Zugewandtheit, Verantwortung und ethischer Verpflichtung gegenüber der kulturell und sozial vermittelten natürlichen Ressource Lebensmittel zum Ausdruck kommt. Wertschätzung von Lebensmitteln wird als konstitutiv für Transformationsprozesse im Bereich nachhaltiger Ernährung eingeschätzt, davon ausgehend, dass tiefgreifende gesellschaftliche Veränderungen nur gelingen, wenn sie von geteilten Werten und emotionaler Verbundenheit getragen werden. Relationale Werte schaffen dabei die Grundlage; Wertschätzung macht sie im Alltag sichtbar und wirksam. Kritisch angemerkt wurde, dass zunächst zu fragen sei: *Welches Problem soll ‚Wertschätzung‘ eigentlich lösen und wie kann sie gefördert werden?* Im vorliegenden Kontext: *Welches Problem steht im Zentrum der Überlegungen zu ‚Wertschätzung von Lebensmitteln‘?* Ohne diese Klärung drohe der Begriff zur normativen Leerformel zu werden – anschlussfähig an viele Diskurse, aber analytisch unscharf und strategisch beliebig. Darauf aufbauend gelte es, relevante Fragestellungen zu entwickeln und geeignete methodische Zugänge zu identifizieren, mit denen diese beantwortet werden können, insbesondere zu klären, ob und in welcher Form ‚Wertschätzung für Lebensmittel‘ valide erhoben werden kann.

Erhebungen, die das Thema über Selbstauskünfte (z. B. Interviews oder Fragebögen) direkt adressieren, stehen vor dem methodischen Dilemma der Verzerrung durch soziale Erwünschtheit. Als geeigneter gelten indirekte Erhebungen bspw. über

- Tagebuch- oder Fototagebuchstudien, um so Handlungsweisen im Umgang mit Lebensmitteln zu dokumentieren, ohne explizit nach ‚Wertschätzung‘ zu fragen. Problematisch ist, dass diese Verfahren selektiv sind und Wertschätzung in der Regel über Wegwerfverhalten operationalisiert wird.
- Beobachtungsstudien, die darauf zielen, Handlungsweisen, Routinen oder soziale Interaktionen im Umgang mit Lebensmitteln möglichst realitätsnah und unverfälscht im Alltagskontext systematisch zu erfassen, ohne die Aufmerksamkeit der Beteiligten auf Wertmaßstäbe oder Wertschätzung zu lenken. Diese Verfahren sind jedoch methodisch sehr aufwendig und mit einem hohen personellen und finanziellen Aufwand verbunden.

10. ‚Mythos der Dinglichkeit‘ dekonstruieren

Bei der Beantwortung der Fragestellungen gilt es im Blick zu behalten, dass Wissenschaft ein stetiger Schattenwurf ist, zwar tiefer blickt, aber gleichzeitig auch verdeckt. So steht die soziale Konstruiertheit von Lebensmitteln im Schatten des ‚Mythos der Dinglichkeit³‘, dem in der Wirtschafts- und Naturwissenschaft vorherrschenden kollektiven Deutungsmuster, es handele sich bei Lebensmitteln um ‚gegebene‘ Objekte, die unabhängig von unserer Wahrnehmung und unseren Bearbeitungs- und Bewertungsprozessen oder dem jeweiligen Kontext in der ‚Außenwelt‘ existieren und objektivierbar, analysierbar und bewertbar sind. Der Prozess bleibt nicht bei der Verdinglichung stehen, sondern geht auch noch den nächsten Schritt der Vergegenständlichung der Lebensmittel zu mess- und kontrollierbaren Objekten macht, beispielsweise zu Nährstoffträgern mit standardisiertem Energiegehalt.

Im alltäglichen, lebensweltlichen Zugang erscheinen Lebensmittel ‚dinglich‘, da sie in Supermärkten standardisiert und losgelöst von Herkunft, Arbeit und Geschichte und durch wissenschaftliche und ökonomische Raster reduziert auf Eigenschaften wie Nährstoffgehalt, Qualitätsstandard, Preis, Effizienz oder Verfügbarkeit präsentiert werden. Mit der Formulierung von Standards werden Zuschreibungen gemacht, die nicht nur den Maßstab prägen, was wir als ‚gutes‘ Lebensmittel wahrnehmen, sondern durch unser Konsumverhalten auch globalen Märkten aufoktroieren.

Eine Dekonstruktion des ‚Mythos der Dinglichkeit‘ setzt voraus, dass es gelingt seinen Entstehungskontext zu analysieren und Lebensmittel als kulturell, sozial und symbolisch hoch aufgeladene und konflikträchtige Güter in ihrer Vielschichtigkeit und Verwobenheit sichtbar zu machen. Der ‚Mythos der Dinglichkeit‘ wird brüchig, sobald Lebensmittel in ihrer prozesshaften Entstehung und als gesellschaftlich konstruierte Repräsentanzen erfahrbar werden. Die Dinglichkeit von Lebensmitteln als kommodifizierten, zur Ware gemachten Gütern kann durchbrochen werden, wenn die Prozesse sichtbar gemacht werden, die sie im Zuge der Verdinglichung durchlaufen haben, um als Lebensmittel konsumiert werden zu können und die in ihm materialisiert sind.

11. Wertschätzung und Verschwendung entkoppeln

Zur Dyade ‚Wertschätzung von Lebensmitteln‘ und ‚Lebensmittelverschwendung‘ wurde festgehalten, dass

- das vielschichtige Konstrukt ‚Wertschätzung von Lebensmitteln‘ nicht adäquat über das Phänomen der Lebensmittelverschwendung abgebildet werden kann,
- es Hinweise gibt, dass die Kopplung von Lebensmittelwertschätzung und Lebensmittelverschwendung ein spezifisches Phänomen des deutschen Wertschätzungsdiskurses⁴ ist und sich die Frage nach der sozialen Funktion der Debatte um Lebensmittelverschwendung stellt,
- Lebensmittelverschwendung nicht hinreichend durch einen Mangel an ‚Wertschätzung von Lebensmitteln‘ begründet werden kann,
- der Fokus nicht ausschließlich auf Verbraucher:innen liegen darf, sondern alle Akteure der Wertschöpfungskette und damit auch die wirtschaftlichen, infrastrukturellen und politischen Rahmenbedingungen des Ernährungssystems einbezogen werden sollten (vgl. Kapitel 2.2 Verantwortungszuschreibungen).

Ergänzt wurde, dass Ernährungsstile, die vornehmlich auf frische Produkte und einen hohen Gemüseanteil setzen, in der Regel mit einer höheren Abfallquote einhergehen, Lebensmittelabfälle somit nicht pauschal mit Verschwendung gleichgesetzt werden können.

³ Verstanden als ein gesellschaftlich wirkmächtiges Narrativ, das in einem bestimmten kulturellen Kontext als selbstverständlich oder selbstevident gilt, dabei jedoch verdeckt, dass es sich um ein historisch, kulturell oder ideologisch konstruiertes Deutungsmuster handelt.

⁴ So wurde bspw. in einer länderübergreifenden Studie zu Einflussfaktoren lokaler, nachhaltiger und ökologischer Ernährungssysteme in Deutschland, Großbritannien, Italien, Norwegen und Polen deutlich, dass der Zugang über Lebensmittelverschwendung ein deutsches Phänomen ist.

2.2 Verantwortungszuschreibungen betreffende Herausforderungen

12. Verantwortung als geteilte Aufgabe verstehen

Der häufige Appell an Verbraucher:innen, mehr Wertschätzung als Grundlage für einen nachhaltigeren Umgang mit Lebensmitteln zu entwickeln, zielt auf grundlegende Werte- und Prioritätensetzungen, die

- im Konflikt stehen mit gesellschaftlichen Entwicklungen wie zunehmender Beschleunigung, Flexibilisierung und steigendem Zeitdruck und
- einem gesellschaftlichen Kontext, in dem die von Privathaushalten geforderte ‚Wertschätzung von Lebensmitteln‘ bislang nicht zur gelebten Praxis geworden ist,
- in ihrer Fokussierung auf individuelle Verantwortung zu kurz greifen, da systemische Faktoren – von Produktion über Handel bis zur Entsorgung – die Wertschätzung und das Wegwerfverhalten entscheidend mitbestimmen.

Stattdessen gilt es vom Konzept der geteilten Verantwortung auszugehen, alle Akteure der Wertschöpfungskette und damit auch die politischen, wirtschaftlichen und infrastrukturellen Rahmenbedingungen des Ernährungssystems einzubeziehen und der Tendenz zur Verlagerung der Verantwortung auf Verbraucher:innen und der damit einhergehenden Moralisierung entgegenzuwirken.

Dazu kommt, dass auch Verbraucher:innen Erwartungen an die Wertschöpfungskette haben, etwa daran wie mit Ressourcen und Lebensmitteln umgegangen wird. Gleichzeitig erleben sie, dass Verbraucherpreise unter dem Einstandspreis liegen können und Berufe entlang der Kette – von Landwirt:innen über Metzger:innen und Bäcker:innen bis hin zu Köch:innen – gesellschaftlich wenig Anerkennung erhalten und schlecht bezahlt werden. Diese Diskrepanz offenbart eine geringe gesellschaftliche Wertschätzung von Arbeitsleistung und erzeugten Lebensmitteln.

13. Handlungsspielräume der Politik strategisch nutzen

Zunächst wurden allgemeine Fragen zu Handlungsspielräumen und Verantwortungsübernahme der Politik aufgeworfen: An wen wird Verantwortung delegiert, welche Instanzen, treiben Veränderung voran? Ist es der Staat, ist es der Handel, sind es Organisationen, Technologien oder Konsument:innen? Inwiefern stehen Ressourcen zur Verfügung, um Kontrolle auszuüben? Wann öffnen sich Gelegenheitsfenster? Sind disruptive Ereignisse Chancen, die zu grundlegenden Veränderungen führen können?

Archimedes sagte: „Gib mir einen Hebel, und ich hebe die Welt aus den Angeln.“ Das war seine Vorstellung von Machbarkeit. Doch wo liegt der Ansatzpunkt für einen solchen Hebel in einer ausdifferenzierten Gesellschaft, in der politische Entscheidungen Ergebnis komplexer Aushandlungsprozesse unterschiedlicher Interessen sind? Die Vorstellung, in einem funktional differenzierten politischen System über klare Hebel zu verfügen, erscheint illusionär. Politik agiert nicht frei, sondern innerhalb von sogenannten *Sachzwängen*, wie sie bereits in den 1960er- und 1970er-Jahren beschrieben wurden. Zudem ist die Handlungsmacht des Nationalstaats durch internationale Verflechtungen erheblich eingeschränkt. Entscheidungen über Landwirtschaft und Ernährung werden maßgeblich auf EU-Ebene getroffen – weit mehr, als es im öffentlichen Bewusstsein verankert ist. Auch wenn die Bundesländer in Deutschland noch gewisse Spielräume besitzen, steht fest: Die Hebel der Veränderung liegen heute nicht mehr allein in nationalstaatlicher Hand, sondern sind Teil eines vielschichtigen und oft schwer durchschaubaren politischen Gefüges. Der These, Politik könne Nachhaltigkeit nicht verordnen und in funktional differenzierten Gesellschaften – im Sinne der Systemtheorie – nicht unmittelbar auf andere Funktionssysteme durchgreifen, wurde dennoch entgegengehalten: Wenn sich gesellschaftliche Problemlagen wie Ernteeinbrüche und wachsende Ernährungsunsicherheit infolge überschrittener planetarer Grenzen krisenhaft zuspitzen, kann Politik sehr wohl radikale und tiefgreifende Maßnahmen ergreifen.

Gefragt wurde zudem nach dem Beispielcharakter und der Verantwortung, die Politik in ihren eigenen Gestaltungsspielräumen übernimmt, bspw. der Gemeinschaftsverpflegung in Kantinen der politischen Verwaltung oder auch in Kitas und Schulen sowie bei der Gestaltung von Ernährungsumgebungen als

relevanten Rahmenbedingungen nachhaltigen Ernährungshandelns. Und weiterhin nach Partizipationsmöglichkeiten, die sie Bürger:innen einräumt, welche Aushandlungsräume (Reallabore) sie eröffnet, um über Transformation nachzudenken?

14. Citizens als aktive Mitgestaltende der Transformation einbinden

Wenn es um die individuelle Verantwortung für Transformation geht, sollten Menschen nicht auf ihre Rolle als Konsumierende reduziert, sondern vielmehr als ‚Citizen‘ angesprochen werden, um in Anlehnung an das Konzept der Ernährungsdemokratie (Food Democracy, Lang 2005) die aktive Rolle als politische Subjekte zu betonen, die nicht nur einen ökologischen Fußabdruck, sondern auch einen ‚Handabdruck‘ haben, indem sie ihre Stimme erheben, Verluste als systemisches Problem benennen und sich dafür einsetzen, gesellschaftliche Prozesse mitzugestalten.

3 These: Ankerpunkte zielgruppengerechter Kommunikation nutzen

3.1 Mit sprachlicher Rahmung diskursive Möglichkeitsräume eröffnen

In der Diskussion wurden unterschiedliche Ansätze deutlich, wie der Beziehungsbegriff ‚Wertschätzung‘ zu verstehen ist, als

... Kompositum aus zwei ökonomischen Begriffen *Wert* und *Bewertung*, also das Einschätzen von Wert (wenn auch nicht zwingend im Sinne monetärer Logiken der Kommodifizierung),

... unter jeweiligen sozialen, kulturellen und institutionellen Bedingungen *sozial konstruiertes Phänomen*, das zurück auf gesellschaftliche Prozesse wirkt,

... Fachbegriff in der Kommunikation mit Verbraucher:innen vorzugsweise nicht verwendet werde, weil er diese Zielgruppe überfordere⁵.

Ein Blick aus phänomenologischer Perspektive macht deutlich, dass Wertschätzung sich *alltagsnah und erfahrungsbasiert* in körperlich-sinnlichen Praktiken und im affektiven Raum vollzieht und es keinen ersichtlichen Grund gibt, anzunehmen dass Menschen sich unter Wertschätzung nichts vorstellen können. In der Transformationsforschung gilt Wertschätzung als Schlüsselkonzept, weil sie an alltagsweltlich verankerte, sich intuitiv erschließende und emotional erlebte Bedeutungen anknüpfen, gelebte Beziehung erfahrbar macht und Handlungsspielräume eröffnen kann.

Als problematisch eingeschätzt wurden im Umgang mit dem Wandel von Lebensmittelkultur und Wertschätzung üblicherweise verwendete Begriffe wie ‚Verlust‘, ‚Verschwendung‘ oder ‚Retten‘, da sie Transformationsprozesse in Agrar- und Ernährungssystemen als defizitär rahmen und zudem moralische Wertungen transportieren und damit Handlungsspielräume einengen, soziale Differenzierung überdecken und Klischees und Vorurteile reproduzieren.

Aus ernährungshistorischer Perspektive wurde die Vorstellung eines Verlusts tradierter Praktiken relativiert: Verlust ist ein Kernproblem, das man sich in seiner Dimension nicht klar macht. Wir haben alles verloren, was die Ernährung und Ernährungskultur im 19. Jahrhundert ausgemacht hat, Metzger, Bäcker und viele weitere Praxisexpert:innen des Ernährungshandwerks. Zudem war das, was wir heute als ‚Tradition‘ wahrnehmen, einst letztlich selbst eine Innovation. Der Ernährungsbereich ist von stetigem Wandel geprägt – Innovationen entstehen, während gleichzeitig Bekanntes verdrängt oder transformiert wird. In diesem Spannungsfeld von Bewahren und Erneuern stellt sich weniger die Frage, *ob* Verlust geschieht, sondern vielmehr, *wie* wir mit diesem kulturellen Wandel umgehen und welche Bedeutungen wir ihm zuschreiben.

Es wurde angeregt, die Kommunikationsstrategien im Kontext von Transformation kritisch zu reflektieren – insbesondere den Gebrauch normativ aufgeladener Begriffe wie ‚Verschwendung‘ – und weniger wertende Alternativen wie ‚Lebensmittelreste‘ oder ‚Lebensmittelabfälle‘ in Erwägung zu ziehen. Kritisch gesehen wurde allerdings der Vorschlag stattdessen von ‚Verlusten im Haushalt‘ zu sprechen, also einen Begriff, der definitionsgemäß Abfälle aus der landwirtschaftlichen Produktion bezeichnet zu dekontextualisieren.

Mit Begriffen wie ‚Retten‘ werden Zumutungen freundlich überdeckt. Die Figur des ‚Retters‘ steht zudem für eine Verlagerung der Verantwortung für Schutzaufgaben, die durch klassische, auf kollektive Gefahrenabwehr abzielende Konzepte wie *Verbraucherschutz* strukturell nicht mehr zu bewältigen zu sein scheinen, auf das Individuum.

Um Diskurse über nachhaltigeres Ernährungshandeln anzustoßen, bei denen Wertschätzung als wirkungsvoller Hebel dient, wurde angeregt sich nicht auf bestehende Strukturen zu konzentrieren, sondern, den Blick zu weiten und die Dynamiken sozialen Wandels sowie neue Praktiken, Bedeutungen und Handlungsmöglichkeiten in den Mittelpunkt zu rücken, die im Zuge dieses Wandels entstehen.

⁵ Im Diskussionsverlauf wurde mehrfach kritisch angemerkt, dass es nicht angeht, pauschalisierend über ‚die Verbraucher‘ zu sprechen. Es wurde daran erinnert, dass es kein homogenes Kollektiv von Verbraucher:innen gibt und es dringlich angesagt ist, wenn Menschen überhaupt in dieser Rolle angesprochen werden sollen, zu differenzieren.