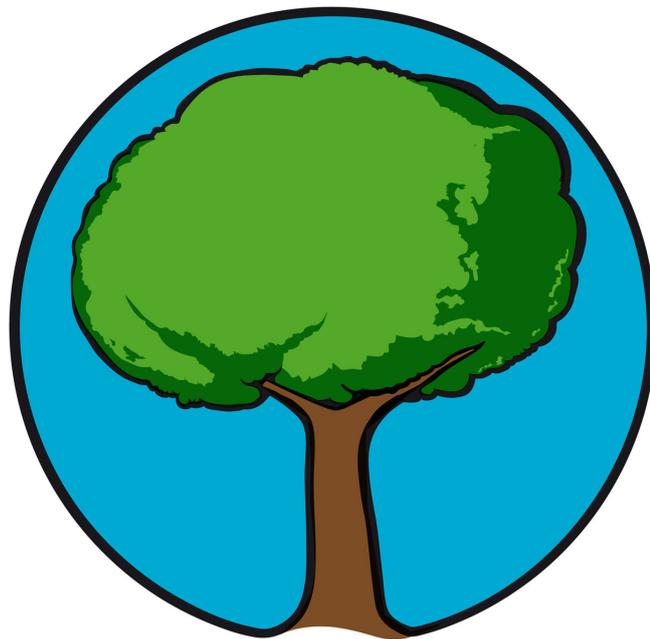


**Ein Klima-Siegel für die Außer-Haus-Verpflegung:
Befragung zur Bekanntheit des Klimabaums und seiner Kriterien
in den MenseN des studierendenWERKs BERLIN.**

Bericht der Deutschlandstipendium-Themenklasse
Nachhaltigkeit und Globale Gerechtigkeit 2017/18.

Noelle Cremer, Deborah Kallee, Juliane Lutze, Maximilian Rittner, Antonia Sladek.



Klimabaum Siegel

Ein Klima-Siegel für die Außer-Haus-Verpflegung:

Befragung zur Bekanntheit des Klimabaums und seiner Kriterien in den Mensen
des studierendenWERKs BERLIN.

Bericht der Deutschlandstipendium-Themenklasse Nachhaltigkeit und Globale Gerechtigkeit
2017/18.

Noelle Cremer, Deborah Kallee, Juliane Lutze, Maximilian Rittner, Antonia Sladek.

Inhalt

1. Einleitung	3
2. Nachhaltige Ernährungsstrukturen an deutschen Hochschulen	5
2.1 Das Klimaessen des studierendenWERKs BERLIN	5
2.2 Nachhaltigkeit in Universitäts-Mensen in Deutschland	6
3. Methodik	9
3.1 Pre-Test.....	9
3.2 Zusammenarbeit mit dem studierendenWERK BERLIN	10
3.3 Erstellung und Durchführung der Online-Umfrage	10
3.4 Inhalt der Umfrage	11
3.5 Methodik der Datenauswertung	12
3.5.1 Datenbereinigung	12
3.5.2 Methode der Datenerhebung bei den Fragenkombinationen	13
4. Ergebnisse	16
4.1. Selbsteinschätzung der Kenntnis und Nutzung des Klimabaums.....	16
4.1.1 Selbsteinschätzung der Kenntnis und Nutzung des Klimabaum-Logos.....	16
4.1.2 Selbsteinschätzung zur Häufigkeit der Wahl des Klimaessens	17
4.1.3 Zusammenhang der Klimabaumkenntnis/-nutzung und der Wichtigkeit von Umweltkriterien bei der Kaufentscheidung	19
4.1.4 Zwischenfazit.....	21
4.2 Wissen über bzw. Erwartungen an die Kriterien des Klimaessens.....	23
4.2.1 Erläuterungen zu den Kriterien des Klimaessens	23

4.2.2 Kenntnis der Kriterien insgesamt.....	24
4.2.3 Antwortverhalten der Klimabaum-Nutzer*innen.....	26
4.2.4 Zwischenfazit.....	29
5. Implikationen und mögliche Handlungsfelder	31
5.1 Information und Transparenz.....	31
5.2 Finanzieller Spielrahmen für die Weiterentwicklung.....	33
5.3 Bio vs. regional vs. saisonal vs. vegan: was ist am wichtigsten?	34
5.3.1 Bioprodukte, Saisonalität und Regionalität	35
5.3.2 Verzicht auf Tierprodukte	36
5.4 Schlussbemerkung.....	38
Abbildungs- und Literaturverzeichnis	39
Abbildungen	39
Literatur.....	40
Internetquellen	42
Anhang	
Anhang 1: Fragebogen	
Anhang 2: Antworten	
Anhang 3: Fragenkombinationen	
Anhang 4: Freitextantworten zu Wünschen und Feedback	

1. Einleitung

Die Stiftung Humboldt-Universität fördert im Rahmen des Deutschlandstipendiums jährlich eine ausgewählte Gruppe von Bachelor- und Masterstudierenden aus sozial- und naturwissenschaftlichen Disziplinen in der Themenklasse "Nachhaltigkeit und Globale Gerechtigkeit". Unter dem Motto „Humboldt’s footprint“ bearbeiten die Studierenden selbstgewählte Forschungsfragen zur Nachhaltigkeit und globalen Gerechtigkeit im Universitätsalltag und werden dabei durch das Integrative Research Institute on Transformations of Human-Environment Systems (IRI THESys) inhaltlich betreut.

Breits mehrmals haben sich die Themenklassen mit dem ökologischen Fußabdruck des Berliner Mensabetriebs auseinandergesetzt. Der Jahrgang 2016/17 beispielsweise untersuchte verschiedene Nachhaltigkeits- und Gerechtigkeitsaspekte des Quinoakonsums in den Mensen.¹ Der vorliegende Bericht stellt die Ergebnisse eines Projekts der Themenklasse 2017/18 vor, das sich mit einem vom *studierendenWERK BERLIN* selbst entwickelten Nachhaltigkeitssiegel befasste. Seit 2014 kennzeichnet das Klimabaum-Logo ein veganes, klimafreundliches Gericht, das in den Berliner Uni-Mensen als Klimaessen täglich zur Wahl steht.



Abb. 1: STW Berlin: Logo des Klimaessens.

Das Thema klimagerechtes Essen spielt eine große Rolle in den aktuellen Diskursen zum Thema Nachhaltigkeit und globale Gerechtigkeit. Unsere Ernährung hat einen wesentlichen Einfluss auf die Menge von Treibhausgasen, d.h. von CO₂ und CO₂-Äquivalenten, die für die Erwärmung des globalen Klimas verantwortlich sind. Der Anteil an den Emissionen in einzelnen Haushalten wird auf 14-22 % geschätzt (vgl. Taylor 2000; Fritsche 2007; von Koerber & Kretschmer 2009). Die meist langen und komplexen Wertschöpfungsketten von Nahrungsmitteln erschweren eine genaue Kalkulation des ökologischen Fußabdruckes einzelner Produkte. Bereits die landwirtschaftliche Produktion ist mit 11-15% der globalen und Treibhausgasemissionen einer der bedeutenden Einflussfaktoren (vgl. Byatt et al. 2006; Garnett 2011; Popp et al. 2010). Hinzu kommen Transport, Verarbeitung, Verpackung, Lagerung, Zubereitung und Entsorgung. Der anthropogen verursachte Klimawandel verändert die Umwelt maßgeblich und schadet insbesondere den sozial benachteiligten und ärmsten Menschen der Welt, die am wenigsten zu dessen Verursachung beitragen (Greenpeace 2007).

Daher ist es entscheidend, dass öffentliche Kantinen wie die vom Land Berlin geförderten Mensen Initiative zeigen. Das Klimaessen ist ein Beispiel dafür und stand im Zentrum unserer Forschung.

Mithilfe unserer Onlineumfrage für Mensagäste, welche vom 29.01. bis 28.02.2018 freigeschaltet war, untersuchten wir einerseits, wie häufig der Klimabaum auch im Vergleich zu anderen Nachhaltigkeitssiegeln gekannt und genutzt wurde. Zum anderen interessierte uns, wie gut die Befragten über die inhaltlichen Kriterien des Klimaessens informiert waren und wo

¹ Weitere Informationen zu den Themenklassen: <https://www.iri-thesys.org/education/deutschlandstipendium>

sie sich über das Angebot informieren. Angeregt von unserer Ansprechpartnerin beim StudierendenWERK haben wir zudem nach der Zahlungsbereitschaft für biologisch angebautes und klimafreundliches Essen gefragt. Unterstützend haben wir Eckdaten wie die Häufigkeit der Mensabesuche abgefragt und abschließend den Teilnehmer*innen Raum für Feedback und Verbesserungswünsche gegeben. Dank der Unterstützung des StudierendenWERKs BERLIN konnten wir eine Rücklaufquote von 1708 verwertbaren Antworten erreichen, die somit unsere Stichprobe und die Basis des vorliegenden Berichts darstellen.

Bevor wir unsere Ergebnisse präsentieren, möchten wir im zweiten Kapitel noch detaillierter in das Thema der nachhaltigen Mensaverpflegung einführen und anschließend unsere methodische Herangehensweise schildern. Das Kapitel 4.1. diskutiert, wie die Kenntnis und die Nutzung des Klimabaums bzw. Klimaessens einzuschätzen sind. Im Vergleich zu internationalen Siegeln wie Fairtrade und EU-Bio ist der mensaeigene Klimabaum erwartungsgemäß weniger bekannt. Im Kapitel 4.2 untersuchen wir, wie gut die Teilnehmenden die tatsächlichen Kriterien des Klimaessens aus einer Reihe von wahren und falschen Statements herauslösen konnten. Dabei gehen wir auch insbesondere auf die Befragten ein, die angaben, den Klimabaum bzw. das Klimaessen bewusst zu nutzen.

Wir stellen die These auf, dass es eine Diskrepanz zwischen den mehrheitlichen Erwartungen an das Klimaessen und seinen wirklichen Leistungen gibt. Im Kapitel 5 skizzieren wir einige Handlungsfelder, die sich aus unserer Sicht ergeben. Das betrifft erstens Maßnahmen zur Transparenz und Information; zweitens den finanziellen Spielraum, den das Klimaessen nutzen könnte, um attraktiver zu werden und/oder den Erwartungen eher zu entsprechen, und drittens Themen für weiterführende Debatten, in die verschiedene Beteiligte einbezogen werden können.

Unser Dank gilt allen Teilnehmenden der Umfrage und dem StudierendenWERK BERLIN für ihr Interesse und ihre vielfältige Unterstützung. Wir danken außerdem der Stiftung Humboldt Universität und dem Deutschlandstipendium-Team der HU Berlin sowie unseren Betreuer*innen Dr. Bettina König, Dr. Sebastian van der Linden, Rebecca Geyer und Nora Milena Vehling.

2. Nachhaltige Ernährungsstrukturen an deutschen Hochschulen

2.1 Das Klimaessen des studierendenWERKs BERLIN

Im Klimaessen werden “keine Rohstoffe verwendet, die durch den Anbau oder bei der Herstellung zu einem hohen ökologischen Fußabdruck führen” ([STW Berlin 2018](#)). Auf Plakaten, Bildschirmen, auf der Website und in der App des studierendenWERKs BERLIN wird es durch das Klimabaum-Symbol kenntlich gemacht.

Das Klimaessen wird seit 2014 in den Mensen des studierendenWERK BERLIN angeboten und basiert auf dem 2011 eingeführten veganen Gericht, das aufgrund der hohen Nachfrage bei den Mensabesuchenden in den Speiseplan integriert wurde.² Das vegane (d.h. rein pflanzliche) Gericht war zu diesem Zeitpunkt jedoch noch kein fester, täglicher Bestandteil der Speiseplanung. Vielmehr wurden bestehende Angebote wie das Bioessen, Tellergericht oder Auswahlen teilweise in veganer Form angeboten. Daher begann der “Arbeitskreis Speiseplan” eine Rezeptbasis für ein täglich verbindliches und abwechslungsreiches veganes Angebot zu erarbeiten. Das studierendenWERK befand sich parallel in einem größeren Umbauprozess, um sein Managementsystem insgesamt umweltfreundlicher zu gestalten und mit dem Label EMAS zertifizieren zu lassen.³ Diesen Prozess unterstützte die gemeinnützige GmbH “Klima ohne Grenzen”, indem sie u. a. die Klimabilanz der in den Mensen verkauften Nahrungs- und Genussmittel errechnete. Der Bericht betonte, dass pflanzliche Zutaten (abgesehen von dem Methan produzierenden Nassreis) grundsätzlich eine bessere Bilanz als tierische Produkte haben, v. a. wenn sie frisch verarbeitet statt tiefgekühlt, getrocknet, oder konserviert seien⁴ (siehe Abb. 2).

Vor diesem Hintergrund wurde entschieden, das vegane Angebot durch die Berücksichtigung weiterer emissionssparender Kriterien besonders klimafreundlich zu gestalten und als “Klimaessen” auszuweisen. Dies verzichtete nicht nur auf Tierprodukte, sondern auch auf industriell vorgefertigte, tiefgekühlte und konservierte Zutaten. Anstelle von klimaschädlicherem Reis werde auf alternative Getreideprodukte wie Dinkel, Buchweizen, Bulgur und Hirse zurückgegriffen (vgl. [STW Berlin 2018](#)).

Im Jahr 2017 wurde das tägliche Angebot um ein zweites veganes Gericht neben dem Klimaessen erweitert, das diese Klimakriterien nicht zwingend einhalten muss, also z. B. auch Tiefkühlgemüse enthalten darf. Der Anteil des Klimaessens am Umsatz des Mittagsangebots

² Wir beziehen uns im Folgenden auf ein internes Dokument der studierendenWERKs BERLIN und ein Interview mit unserer Ansprechpartnerin vom 10.11.2017.

³ Eco-Management and Audit Scheme, vgl. [STW Berlin 2018b](#).

⁴ Auf der Basis der Bestelldaten der Mensen von 2012 und der Datenbank GEMIS (Global Emissions-Modell Integrierter Systeme) ermittelte die Studie soweit möglich die Emissionswerte (CO₂-Äquivalente) bei der Herstellung Lagerung und Transport von mehr als 900 Artikeln. Vgl. Klima ohne Grenzen gemeinnützige GmbH 2013, S. 3 f.

der Mensen insgesamt nahm 2017 acht Prozent ein. In den vier Mensen an Standorten der Humboldt-Universität kam das Klimaessen auf neun Prozent des Gesamtumsatzes.

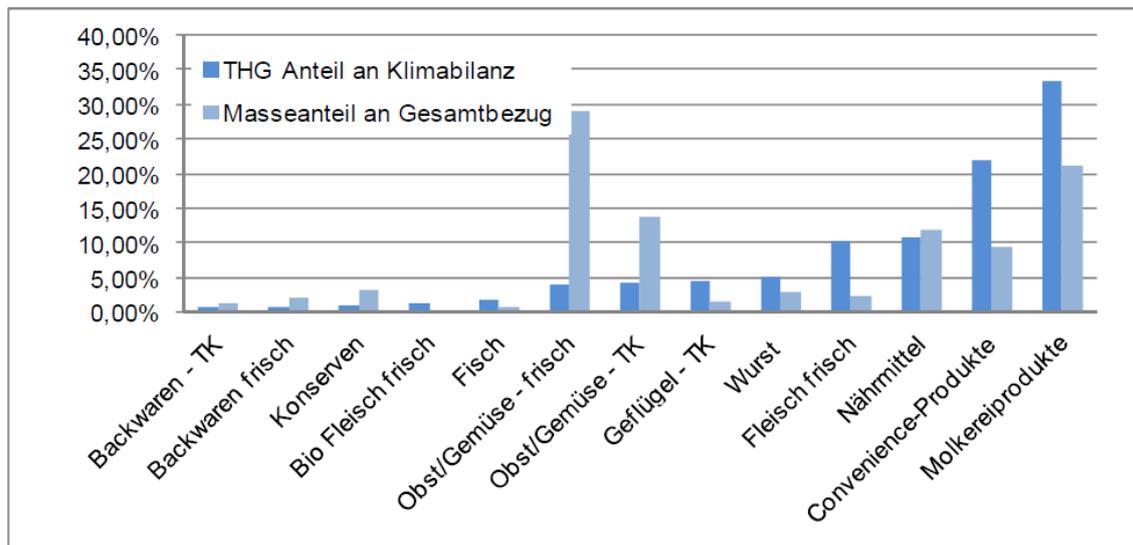


Abb. 2: Klima ohne Grenzen gemeinnützige GmbH (2013): S. 5. Die Abbildung vergleicht verschiedene Lebensmittelgruppen in Hinblick auf ihren Anteil am Gesamtbezug und ihren Anteil an der Treibhausgas-Bilanz (THG) der Mensen des studierendenWERKS BERLIN.

2.2 Nachhaltigkeit in Universitäts-Mensen in Deutschland

Ähnliche Ansätze zu mehr Nachhaltigkeit im Essensangebot sind in verschiedenen Studierendenwerken in ganz Deutschland zu finden. In keiner anderen gastronomischen Einrichtung kommen so viele junge Menschen zusammen wie an den 236.420 Tischplätzen in den 964 Mensen und Cafeterien der deutschen Hochschulen (vgl. [DSW 2017](#)). Der Anteil der Studierenden, die mindestens einmal pro Woche in einer Mensa essen, beträgt 73%, wobei knapp ein Drittel der Studierenden (32 %) als Stammgäste definiert werden können (mit mindestens drei Mittagsmahlzeiten pro Woche) (vgl. [Middendorff et al. 2017](#)). Zunehmend versuchen Studierendenwerke nicht mehr nur ausschließlich die studentische Selbsthilfe und Sozialversorgung zu sichern, sondern auch gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen, indem sie beispielsweise Wert auf eine Verarbeitung ressourcen- und umweltschonender Produkte legen. Bildungseinrichtungen, wie Universitäten und Hochschulen bieten die Möglichkeit, das Konsumverhalten junger Menschen auf verschiedene Weisen zu beeinflussen: Zum einen fördern sie durch konsumbezogene Bildungsangebote das Bewusstsein und eine Reflexion des eigenen Konsumverhaltens (vgl. Barth et al. 2011). Zum anderen werden Mensabesucher*innen an nachhaltigere Nahrungsalternativen herangeführt, etwa biologische, saisonale, regionale oder vegetarische/vegane Speisen (vgl. Wahlen et al. 2012).

Stetig steigende Ansprüche von Seiten der Konsument*innen und zunehmende Konkurrenz durch günstige Gastronomie und Imbissketten erzwingt in Unimensen eine Transformation

vom bloßen Bereitsteller einer warmen Mahlzeit zu einem modernen Dienstleistungsunternehmen mit innovativen und attraktiven Angeboten für die Mensabesuchenden. Vielerorts treiben die Studierenden selbst „bottom up“ den Strukturwandel in den Mensen voran, indem sie entweder wie in Berlin mehr vegetarische/vegane Gerichte fordern oder selbst aktiv werden und gemeinsam mit den lokalen Studierendenwerken alternative, umweltschonende Angebote erarbeiten.

THG-Emissionen in kg CO₂-Äquivalent pro kg Lebensmittel

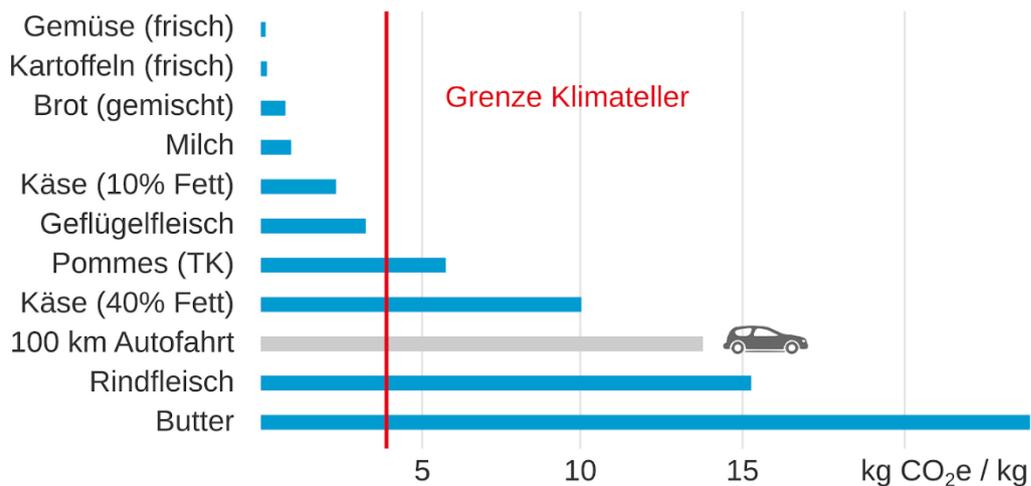


Abb. 3: Kompetenzzentrum Nachhaltige Universität 2017: Obergrenze für den Ausstoß von Treibhausgasen (THG) bei einem Klima-Teller.

In Hamburg beispielsweise initiierte das ansässige Studierendenwerk gemeinsam mit Studierenden, Doktorand*innen und Klimaforscher*innen das Projekt „KlimaTeller“. Mit dem KlimaTeller-Symbol werden Gerichte gekennzeichnet, die auf CO₂-intensive Produkte wie ‘rotes Fleisch’ und Milchprodukte mit einem Fettgehalt von mehr als 15 % verzichten (vgl. [STW Hamburg 2018](#)). Die Gerichte sind dabei nicht zwangsläufig vegetarisch, sondern verzichten auf Zutaten, die eine Obergrenze von 4 kg CO₂-Ausstoß pro kg Lebensmittel überschreiten (siehe Abb. 3).

Auch für das Studentenwerk Schleswig-Holstein ist Nachhaltigkeit bereits seit einigen Jahren ein zentrales Thema. Für die Zubereitung des Mensaessens werden bevorzugt frische, regionale und biologisch angebaute Produkte eingekauft. In der Mensa Flensburg wird ebenfalls ein Klimaessen angeboten, welches durch ein eigens kreierte Symbol gekennzeichnet ist. Auch dort zeichnet sich das Klimaessen durch die bevorzugte Nutzung pflanzlicher Produkte und den Verzicht auf rotes Fleisch und Milchprodukten mit einem Fettgehalt von mehr als 15 % aus (vgl. [STW SH 2018](#)).



Abb. 4: STW SH: Logo des Klimaessens.

Neben diesen explizit als Klimaessen definierten Speisen tragen auch regulär vegane und vegetarische Gerichte zum aktiven Klimaschutz bei. Seit 2014 befragt die Tierschutzorganisation PETA die 58 deutschen Studierendenwerke zu ihrem veganen Angebot. Dabei ist ein stetiger Anstieg sichtbar. 37 der 58 Studierendenwerke bieten täglich mindestens ein veganes Gericht an. Sechs der Studierendenwerke zeichnen sich als besonders vegan-freundlich aus, da sie regulär mehrere vegane Gerichte im täglichen Speiseplan und besondere Aktionen zum Thema vegane Ernährung bieten. Den Umfrageergebnissen zufolge investieren viele Studierendenwerke in interne Schulungen und verschiedene Fortbildungsmaßnahmen der Mitarbeiter auf diesem Gebiet. Zu den 2017 als überdurchschnittlichen vegan-freundlich ausgezeichneten Mensen gehören neben dem studierendenWERK BERLIN auch die Mensen in Augsburg, Essen-Duisburg, Erlangen-Nürnberg, Heidelberg und Koblenz. Diese als herausragend prämierten Mensen zeichnen sich durch ein überdurchschnittliches veganes Speisenangebot und dessen innovative Vermarktung sowie verschiedene Sonderaktionen wie Kochkurse, kostenfreie Ernährungsseminare, den Verleih von veganen Kochbüchern oder Aktionswochen zum Thema gesunde Ernährung und Umweltschutz aus. Eine interessante Aktion bietet auch das Studierendenwerk Trier mit der Möglichkeit, sich online einen veganen Burger zusammenstellen zu lassen und diesen wenig später persönlich abzuholen (vgl. [PETA 2017](#)).

Die deutschen Studierendenwerke sind sich ihrer zentralen Rolle innerhalb der Gesellschaft und der damit verbundenen Verantwortung zur Erreichung einer nachhaltigen Entwicklung bewusst. Ihr Ziel ist es deshalb, Wirtschaftlichkeit in Einklang mit ökologischer Verträglichkeit und sozialer Gerechtigkeit zu bringen. Ein Beispiel hierfür sind die als Grundsatz definierten verbindlichen Richtlinien für einen nachhaltigen Lebensmitteleinkauf. Zu diesen zählt es, je nach Finanzierbarkeit und Verfügbarkeit, bevorzugt ökologische, regionale und saisonale Produkte zu nutzen. Fleisch sollte aus artgerechter Haltung und Fisch aus bestandsschonender Fischerei stammen. Auf gentechnisch veränderte Produkte und deklarationspflichtige Zusatzstoffe sollte möglichst verzichtet werden. Bei der Vergabe von Aufträgen seien Lieferanten, die ressourcenschonende-, sortenreine- oder Mehrwegverpackungen nutzen, zu bevorzugen (vgl. [DSW 2018](#)).

3. Methodik

Ziel unserer Studie war es, die Kenntnis und das Wissen der Studierenden zum Klimabaum und den dahinterstehenden Kriterien einzuschätzen. Daraus sollten Schlussfolgerungen zu Ansatzpunkten für die Verbesserung der Kommunikation zum Klimabaum sowie des Angebots des Klimaessens formuliert werden. Dafür wollten wir folgende Forschungsfragen beantworten, die erstens in einem qualitativen Vorinterview und zweitens in einer schriftlichen Befragung beantwortet werden sollten: 1) Wie ist das Angebot des Klimaessens und das Siegel des Klimabaums beim StudierendenWERK entstanden? Wie wurden die Kriterien und das Angebot entwickelt? (2) Wie nehmen Mensagäste die Siegel-Kennzeichnung der Mensa-Produkte wahr? Nutzen sie sie bewusst zur Orientierung? Welche Aspekte spielen bei ihrer Kaufentscheidung darüber hinaus eine Rolle? Wo informieren sich Studierende über das Angebot und wie gut sind sie über die Kriterien des Klimabaums in Kenntnis gesetzt? Gibt es Widersprüche zwischen Annahmen und wirklichen Kriterien und wie ist damit umzugehen?

Zuerst wurde in einem semi-qualitativen Pre-Test durch Fragebogengestützte persönliche Interviews ein generelles Vorwissen und Verständnis zu den vom StudierendenWERK BERLIN genutzten Kennzeichnungen abgefragt. Diese dienten neben einem von der Themenklasse zum Thema Siegel organisierten Workshop und einer Analyse der vom StudierendenWERK genutzten Kriterien und Informationskanäle als Grundlage für den Entwurf eines Fragebogens. Diese Umfrage wurde in einem Testlauf an einen kleinen Personenkreis verschickt und daraufhin auf Eindeutigkeit und Aussagekraft hin überarbeitet. Die fertige Onlineumfrage war für drei Wochen geöffnet und wurde über verschiedene Kanäle beworben. Schließlich erfolgte eine Auswertung über Excel-Funktionen.

3.1 Pre-Test

Zur ersten Erfassung der Wahrnehmung der Siegel in der Mensa wurde im Pre-Test eine erste persönliche Befragung von 15 Mensagästen (Studierende, Doktorand*innen, wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Externe) an den Standorten Mensa Nord und Mensa Süd durchgeführt. Neben generischen Fragen zum Alter und Zugehörigkeit zur Universität wurde die Regelmäßigkeit der Mensabesuche abgefragt. Im Mittelpunkt stand das Wissen über die in der Mensa genutzten Label und ihre Kriterien. Das betraf die mensaeigenen Siegel (vegetarisch, vegan, den Klimabaum und die Gesundheitsampel) sowie die in der Mensa genutzten internationalen Label (EU-Bio, nachhaltiger Fischfang MSC und Fairtrade). Weiter wurde abgefragt, ob die Siegel bei der Auswahl des Essens für die befragte Person eine Rolle spielen und inwieweit andere Kriterien die Essensauswahl (in der Mensa, aber auch darüber hinaus) beeinflussen.

Auf Basis dieser ersten Umfrage wurde das Forschungsdesign noch einmal angepasst. Die mensaeigenen Kennzeichnungen für vegetarisch und vegan sowie die Gesundheitsampel wurden ausgeklammert, um sich im Folgenden auf die Siegel zu konzentrieren, die mit eigenen Standards und Gütekriterien arbeiten und nicht nur als eine Beschreibung der Inhaltsstoffe zu

verstehen sind. In unserem Verständnis bezieht sich ein Siegel (oder synonym: Label) nicht nur auf eine Kennzeichnung, auf der eine Zusatzinformation zu einem Produkt vermerkt ist (zum Beispiel der Preis, aber auch rein vegane oder vegetarische Inhaltsstoffe), sondern auch auf eine bestimmte Qualität eines Produkts oder einer Dienstleistung. Dementsprechend wurde mit dem mensaeigenen Klimabaum, dem EU-Bio-Siegel, dem Fairtrade-Siegel und dem MSC-Siegel für Meeresprodukte weitergearbeitet. Diese stellen bestimmte Anforderungen an Qualität, Herstellung und Verwendung. Außerdem stehen sie im Sinne von Nachhaltigkeitslabels für eine ökologisch, sozial und wirtschaftlich zukunftsfähige Produktion bzw. Distribution.

3.2 Zusammenarbeit mit dem studierendenWERK BERLIN

In einem qualitativen Interview mit einer Mitarbeiterin des studierendenWERKS BERLIN am 10.11.2017 informierten wir uns über den Entstehungshintergrund des Klimabaums und die Abläufe im Mensabetrieb. Bereits zuvor hatte uns das studierendenWERK Dokumente, wie den Abschlussbericht zur Berechnung der Klimabilanz der verwendeten Zutaten (Klima ohne Grenzen 2013), zur Verfügung gestellt. Durch das circa einstündige Interview wurde deutlich, wo das studierendenWERK BERLIN Grenzen der eigenen Handlungsmöglichkeiten wahrnimmt. Beispielsweise gestalte sich eine Zusammenarbeit mit regionalen Landwirt*innen schwierig, aufgrund der sehr großen Bestellmengen und der Organisationsabläufe. Wir sprachen zudem über Möglichkeiten der Zusammenarbeit. Das studierendenWERK zeigte großes Interesse an der Umfrage und schlug uns eine ergänzende Frage vor; nämlich die nach der Bereitschaft, einen Aufpreis für klimafreundliches oder biologisch erzeugtes Essen zu zahlen.

Am 8.12.2017 hatten wir die Gelegenheit, einen stellvertretenden Chef-Koch zu interviewen, der uns durch die Räumlichkeiten der Mensa Nord führte. Dadurch bekamen wir Einblicke in den Mensaaltag, die uns als Hintergrundwissen für die Erstellung und Interpretation der Umfrage diente.

Das studierendenWERK BERLIN unterstützte uns zudem bei der Bekanntmachung der Umfrage und durch die Bereitstellung mehrerer CampusCups und einer mit 10€ aufgeladenen MensaCard, die unter den Umfrageteilnehmer*innen verlost wurden.

3.3 Erstellung und Durchführung der Online-Umfrage

Die Umfrage wurde mit der Software LimeSurvey erstellt und abschließend online durchgeführt. Vor der eigentlichen Veröffentlichung der Umfrage wurde eine Testversion an befreundete Studierende verschickt. Kommentare und Verbesserungsvorschläge wurden eingearbeitet und mehrdeutige und unklare Formulierungen vermieden. Die fertige und überarbeitete Umfrage war drei Wochen lang freigeschaltet, vom 29.01.2018 bis zum 19.02.2018. Durch den HU-eigenen Verteiler „Studi-an-Studis“ und verschiedene Fachschaftsverteiler der HU-Berlin wurde die Umfrage online beworben. Zusätzlich wurde auf der Website des studierendenWERKS BERLIN und den Bildschirmen in den Mensen mit Hilfe eines QR-Codes zur Teilnahme an der Umfrage aufgerufen.

Insgesamt gab es 1782 Teilnehmende, von denen 1369 die Umfrage vollständig ausfüllten. Aufgeschlüsselt nach Statusgruppe nahmen an der Umfrage 1550 Studierende, 35 Angestellte der Universität und 53 DoktorandInnen teil. Der Anteil der universitären Angestellten ist hierbei leicht überrepräsentiert, geht man von einer Gesamtzahl von derzeit circa 35 000 Studierenden und 2000 Beschäftigten aus. Die befragten Studierenden machen knapp 4,5 % der gesamten Studierendenschaft der Humboldt-Universität Berlin wie auch der täglichen Mensagäste des studierendenWERKs BERLIN aus (vgl. [HU Berlin 2016](#)).

3.4 Inhalt der Umfrage

Die Umfrage enthielt insgesamt 12 Abschnitte, wobei der 11. Wünsche und Feedback auch in Form einer Freitextantwort zuließ und der 12. Abschnitt auf das Gewinnspiel verwies.⁵ Als Einstieg diente eine Eisbrecherfrage mit Bildern zu den generellen Essgewohnheiten der Befragten, um zwischen veganen, vegetarischen und fleischhaltigen Ernährungsweisen unterscheiden zu können. Die drei darauffolgenden Abschnitte erfragten, wo die Teilnehmenden im letzten Jahr am häufigsten an einem Unitag gegessen hatten, wie oft sie während der Vorlesungszeit in die Mensa gingen und wo sie sich über das Angebot in der Mensa informierten. Bei diesen Fragen gab es 5 bzw. 6 vorgegebene Antwortmöglichkeiten.

Bei der fünften Frage sollten verschiedene potentielle Kriterien der persönlichen Essensauswahl in der Mensa den drei Optionen „unwichtig“, „geht so“ und „sehr wichtig“ zugeordnet werden. Die Kriterien waren auf Basis des Pre-Tests auf „Günstiger Preis“, „Aussehen und Geschmack“, „Umwelt“, „Tierwohl“, „Religion“ und „Gesundheit“, „Verträglichkeit“ und „Abwechslung“ festgelegt worden. Ab Frage 6 wurden dann die Mensasiegel fokussiert. Zu den vorher festgelegten Siegeln (Klimabaum, EU-Bio, MSC und Fairtrade) wurde durch die Einblendung des Bildes ohne namentliche Nennung abgefragt, ob das Siegel a) nicht bekannt, b) bekannt und ausschlaggebend für die Essensauswahl oder c) bekannt aber nicht ausschlaggebend seien.

Im siebten Teil der Umfrage sollten verschiedene Aussagen zum Klimaessen auf ihre Richtigkeit hin überprüft werden. Um alle Befragten auf den gleichen Stand zu bringen, wurde zunächst kurz erläutert, dass es sich beim Klimaessen um ein tägliches klimafreundliches Gericht der Mensa handelt, das durch den Klimabaum gekennzeichnet wird. Danach wurden insgesamt elf Aussagen vorgestellt, die mit „Ja“ oder „Nein“ beantwortet werden sollten. Dabei waren fünf Aussagen aus den offiziellen Kriterien des studierendenWERKs BERLIN übernommen, während sechs Aussagen nicht mit den Kriterien übereinstimmten. Diese nicht zutreffenden Aussagen wurden aufbauend auf den Pre-Tests und gängige mit klimafreundlichem Essen assoziierten Konzepten wie Regionalität, Saisonalität, verursachte CO2-

⁵ Für den vollständigen Fragebogen siehe Anhang 1.

Emissionen, Menge des Verpackungsmaterials, Transport und biologischer Anbau konstruiert. Mit dieser Frage sollte geprüft werden, inwieweit die Informationspolitik des StudierendenWERKS BERLIN den Befragten die zutreffenden Kriterien des Klimabaums vermittelt hat.

Die Fragen 8 und 9 waren durch das StudierendenWERK BERLIN inspiriert. Zunächst wurde gefragt, wie oft die Teilnehmenden bewusst das Klimaessen bzw. das Bioessen bei ihren Mensabesuchen auswählen: „jedes Mal“, „jedes zweite Mal“, „jedes dritte Mal“ und „weniger oder nie“. Frage 9 beschäftigte sich dann mit der Bereitschaft, für die Berücksichtigung ausgewählter Faktoren mehr zu bezahlen. Dabei wurde nach Sichtung der Mensapreise als Basis ein Hauptgericht von einem durchschnittlichen Preis von 1,50€ festgelegt und eine Abstufung von 0€ bis 2,50€ in 0,50€-Schritten zur Auswahl gestellt. Abgefragte Faktoren beinhalteten Regionalität, biologischen Anbau und klimafreundliche Verarbeitung im Sinne des Klimabaums. Jeder Faktor wurde hierbei einzeln und nicht akkumulativ abgefragt. Frage 10 fragte dann die Statusgruppe der Befragten ab, wobei zwischen Studierenden, Angestellten, Lehrenden und DoktorandInnen unterschieden werden konnte.

In der letzten Frage wurde nach Verbesserungs- bzw. Änderungswünschen für die Mensen gefragt. Es durften drei Antworten gegeben werden. Dafür schlugen wir zunächst acht Auswahlmöglichkeiten auf der Basis unserer Pre-Tests und eines Brainstormings innerhalb der Themenklasse vor. Zusätzlich gab es die Möglichkeit einer Freitextantwort, um weitere eigene Ideen zu präsentieren. Zu den auswählbaren Antwortmöglichkeiten zählten die Rückverfolgbarkeit der Lebensmittel, ein Veggieday, ein kostenfreier Nachschlag, erweiterte Öffnungszeiten am Samstag, Angebot belegter Brötchen am Nachmittag, das Angebot von Essen zum Mitnehmen in einem Pfandbehälter, ein Lieferservice und klimafreundliche Snacks.⁶

3.5 Methodik der Datenauswertung

3.5.1 Datenbereinigung

Für die Erstellung und Veröffentlichung der Umfrage wurde das Umfragenwerkzeug LimeSurvey verwendet, welches vom Computerservice der Humboldt-Universität zu Berlin empfohlen wird. Von den 1782 erhaltenen Antwortbögen waren 1369 vollständig und 413 unvollständig beantwortet. Als unvollständig bewertet das Auswertungstool von LimeSurvey alle Fragebögen, die vorzeitig beendet und manuell geschlossen wurden. Darunter fallen auch die Antwortbögen derjenigen Befragten, die zwar alle elf inhaltlichen Fragen beantwortet haben, aber nicht am Gewinnspiel teilnehmen wollten. Daher wurde entschieden, auch die unvollständig ausgefüllten Bögen in die Gesamtauswertung mit einzubeziehen. Bei der anschließenden Datenbereinigung wurde gezielt nach Einzelbögen gesucht, die offensichtlich nicht ordentlich ausgefüllt worden waren und somit das Resultat verfälschen könnten. Dies könnten Muster wie durchgehende Ja- bzw. Nein-Antworten oder immer die erste Option

⁶ Alle Freitextantworten werden in kategorisierter und geordneter Form im Anhang 4 aufgelistet.

oder ähnliche Auffälligkeiten sein. Bei der Bereinigung selbst wurden keine Auffälligkeiten in dieser Art entdeckt und somit mussten keine Antwortbögen gelöscht werden. Da die Fragen 1 bis 4 keine größere Bedeutung für die spätere Erhebung haben, wurden jedoch alle unvollständigen Bögen, die bereits vor Frage fünf abgebrochen wurden, entfernt. Es wurden insgesamt von den 1782 eingegangenen Bögen 1708 (96 %) als geeignet und 74 (4 %) als ungeeignet für die weitere Auswertung eingeschätzt.

Mit dem Auswertungstool des Programms LimeSurvey haben wir nach Beendigung der Umfrage alle überprüften Antwortbögen ausgewertet. Das Programm konnte die nachträgliche Datenbereinigung nicht berücksichtigen und N, die Ausgangsstichprobenmenge, nicht für jede Frage spezifisch anpassen. Dies musste manuell nachgebessert werden. Nach Abzug der zwischen Frage 1 und 4 abgebrochenen Antworten beläuft sich die Stichprobengröße bis Frage 5 konstant auf 1708 auswertbare Fragebögen. Ab den Fragen 6 bis 13 kommt es immer wieder zu Veränderungen der Stichprobengröße, da das Programm die frühzeitig beendeten Umfragebögen nicht mehr für Folgefragen berücksichtigt und somit die Stichprobengröße verändert. Die Veränderungen sind wie folgt:

Tab. 1: Stichprobengröße für die Auswertung der Fragen. Frage 12 betrifft lediglich die Teilnahme am Gewinnspiel.

Frage 1-5	Frage 6	Frage 7	Frage 8	Frage 9	Frage 10	Frage 11	Frage 12
N = 1708	N=1702	N=1666	N=1653	N=1645	N=1643	N=1641	N=1369

Für das Verständnis der Berechnungen und Tabellen in den Kapiteln 3 und 4 sollte zudem noch angemerkt werden, dass die Angabe „keine Antwort“ verschiedene Ursachen hat. Darunter fallen sowohl Teilnehmende, die dort gezielt die Option freigelassen haben, als auch jene, die den angefangenen Fragebogen frühzeitig abgebrochen haben.

3.5.2 Methode der Datenerhebung bei den Fragenkombinationen

Um spezielle Fragestellungen beantworten zu können und der Umfrage eine höhere Aussagekraft zu verleihen, wurden ausgewählte Fragen in Verbindung gesetzt. Im Folgenden wird die Methodik der Fragenkombination näher erläutert, die mithilfe der Filterfunktion von Excel vorgenommen wurde. Die sechs durgeführten Kombinationen sind im Anhang 3 einzusehen; die folgenden Erläuterungen dienen dem Verständnis der Ergebnistabellen in den Kapiteln 3 und 4.

Wie oben beschrieben, nahm die Stichprobenmenge ab der 6. Frage ab. Bei der Kombination zweier Fragen sind wir jedoch grundsätzlich von dem Gesamtwert der 1708 Antwortbögen ausgegangen. Beim Kreuzen von Frage 3 und 5 war dies ohne weiteres möglich, da bis einschließlich Frage 5 alle 1708 ausgewerteten Fragebögen komplett ausgefüllt waren. Bei Kombinationen wie z. B. Frage 5 und 6 unterschied sich jedoch die Menge der beantworteten

Bögen. Hatten in Frage 5 noch 1708 Personen Aussagen über ihre Auswahlkriterien getroffen, so gaben in Frage 6 nur 1702 Teilnehmende Auskunft zur Kenntnis der Nachhaltigkeits-Labels. Bei der Kombination wurden daher die faktischen Antwortmöglichkeiten der Fragen jeweils um das Feld „Keine Antwort“ erweitert, um die fehlenden Antwortbögen bis zur Gesamtmenge 1708 auszugleichen.

Die unterschiedlichen Größen der absoluten Zahlen bei Teilfragen könnten jedoch auch durch eine gezielt unbeantwortete Teilfrage oder einen technischen Fehler im verwendeten Umfrageprogramm bedingt sein. Der Anteil der fehlenden Antworten ist grundsätzlich im Bereich von weniger als 5 % der Gesamtmenge.

Tab.2 Fragekombinationen im Überblick.

Fragekombination	Kombinierte Teilfragen
Frage 3 mit Frage 5: Häufigkeit der Mensabesuche & Wichtigkeit der Kriterien	Komplett: Die Optionen „4-5 Mal pro Woche“, „2-3 Mal pro Woche“, „1 Mal pro Woche“, „1-3 pro Monat“ und „< 1 Mal im Monat“ wurden jeweils kombiniert mit den drei Optionen „sehr wichtig“, „geht so“ und „unwichtig“ für alle acht abgefragten Kriterien der Essensauswahl
Frage 3 mit Frage 6: Häufigkeit der Mensabesuche & Kenntnis der Label	Komplett: Alle vier Optionen zur Häufigkeit der Besuche (s.o.) wurden mit allen vier abgefragten Siegeln kombiniert, und zwar jeweils mit allen Antwortmöglichkeiten (Keine Kenntnis, Kenntnis und Einfluss, Kenntnis und kein Einfluss) und dem zusätzlichen Feld „keine Antwort“.
Frage 5. mit Frage 6: Wichtigkeit der Kriterien & Kenntnis der Label	Ausgewählte Teilfragen: Die Kombination wurde auf die Kriterien „Günstiger Preis“, „Aussehen und Geschmack“, „Umwelt“ und „Tierwohl“ beschränkt. Hier wurde jeweils die drei Optionen von „sehr wichtig“ bis „unwichtig“ gekreuzt mit den drei Optionen zur Kenntnis aller vier Siegel, ergänzt durch das Feld „keine Antwort“. (Zur Vereinfachung der Berechnung wurden die Kriterien „Religion“, „Gesundheit“, „Verträglichkeit“ und Abwechslung“ vernachlässigt.)
Frage 6.1 mit Frage 7: Kenntnis des Klimabaumlabels & Kenntnis seiner Kriterien	Beschränkung auf Frage 6.1: Hier wurde explizit nur die Kenntnis des Klimabaums mit den elf Abfragen zu den Klimabaumkriterien (Frage 7) gekreuzt. Letztere unterteilen sich jeweils in die Option „ja“, „nein“ und das zusätzliche Feld „keine Antwort“. (Zur Vereinfachung der Berechnung und Darstellbarkeit wurde auf die Kombination der Teilfragen zu den übrigen drei Siegeln verzichtet.)
Frage 6 mit Frage 8: Kenntnis der Label & Häufigkeit der Wahl des Bio- bzw. Klimagesens	Komplett: Je alle vier Optionen zur Häufigkeit der Wahl des Klimagesens und des Bioessens wurden kombiniert mit allen drei Antwortmöglichkeiten zu den vier abgefragten Siegeln. Bei beiden Fragen wurde immer auch das Feld „keine Antwort“ ergänzt.
Frage 8 mit 7: Häufigkeit der Wahl des Bio- bzw. Klimagesens & Kenntnis der Klimabaum-Kriterien	Komplett: Beide Antwortmöglichkeiten zu allen 11 Statements zu möglichen Klimabaumkriterien wurden gekreuzt mit allen vier Optionen der Häufigkeit der Auswahl von sowohl Bio- als auch Klimagesens. Bei jeder Kombination wurde das Feld „keine Antwort“ ergänzt.

Für gewöhnlich werden bei Kombinationen alle Teilfragen miteinander gekreuzt, um Auffälligkeiten und Unregelmäßigkeiten sichtbar zu machen. So wurde z.B. der Zusammenhang zwischen Häufigkeit der Mensabesuche und Kenntnis der Siegel (**Frage 3 und Frage 6**) nicht allein für den Klimabaum analysiert, sondern auch für die anderen drei Label (MSC-Siegel, EU-Bio-Siegel, Fairtrade-Siegel) mit jeweils allen drei Antwortoptionen. In den Auswertungskapiteln dieses Berichts werden aber nicht alle dieser kombinierten Möglichkeiten angesprochen, sondern nur die für die Fragestellung und Argumentation relevanten.

Bei der Kombination der **Frage 6 und 7** wurde nur die Kenntnis des Klimabaums (Frage 6.1) mit den elf Abfragen zu den Klimabaumkriterien (Frage 7) gekreuzt. D. h. es wurde nicht versucht, eine Verbindung zwischen der Kenntnis der Klimabaumkriterien und der Kenntnis des MSC-, Bio- oder Fairtrade-Siegels herzustellen. Daher ist hier nochmals zu unterstreichen, dass wir nicht systematisch alle mit allen Fragen kreuzten, sondern nur Kombinationen durchführten, die wir aufgrund unserer Forschungsfragen und Hypothesen für aufschlussreiche Verbindungen hielten.

4. Ergebnisse

Bei der Auswertung der Umfrage wird durch die Nutzung von Kreuztabellen und die Gegenüberstellung relevanter Aspekte tiefergehend vor allem auf die Selbsteinschätzung der Kenntnis und Nutzung des Klimabaums und auf das Wissen über bzw. die Erwartungen an die Kriterien des Klimaessens eingegangen.

4.1. Selbsteinschätzung der Kenntnis und Nutzung des Klimabaums

4.1.1 Selbsteinschätzung der Kenntnis und Nutzung des Klimabaum-Logos

In der Frage 6 („Kennst Du diese Siegel und richtest Du Dich danach?“) sollten die Teilnehmenden angeben, ob sie die Symbole von vier verschiedenen Umweltsiegeln kennen und sich daran orientieren. Die vier nachhaltigkeitsbezogenen Siegel, die in den Mensen des studierendenWERKs BERLIN genutzt werden, sind der Klimabaum, das EU-Bio-Siegel, das MSC-Siegel für nachhaltige Fischerei und das Fairtrade-Label (siehe Tab. 3).

Tab. 3: Antwortenverteilung zu Frage 6 in Prozent; bei N = 1702. Die Tabelle lässt einen Vergleich der Kenntnis und Nutzung des Klimabaums mit anderen Siegeln zu. Die blau eingefärbte Zeile zeigt, dass alle drei internationalen Siegel für weniger als 1/6 der Befragten unbekannt waren, der Klimabaum aber für 43 %.

Frage 6: Kennst Du diese Siegel und richtest Du Dich danach?				
Ich kenne die Bedeutung nicht (A1)	42.60 %	9.22 %	16.10%	2.94 %
Ich kenne die Bedeutung, aber es beeinflusst meine Entscheidung nicht (A2)	25.38 %	35.37 %	34.31 %	32.78 %
Ich kenne die Bedeutung und es beeinflusst meine Entscheidung (A3)	28.91 %	53.35 %	43.36 %	62.40 %
keine Antwort	3.11 %	2.06 %	6.23 %	1.88 %

Einerseits gaben zwar 29 % an, sich am Klimabaum zu orientieren und insgesamt sogar 54 %, ihn zu kennen. Andererseits aber war das Wissen um die drei anderen Siegel, die nicht nur in den Mensen, sondern international gültig sind, erwartungsgemäß größer: Ca. 43 % gaben an, den Klimabaum nicht zu kennen, während z.B. das Fairtrade-Siegel nur für 3 % der Teilnehmenden unbekannt zu sein schien. Zu berücksichtigen ist dabei, dass der Bekanntheitsgrad des Klimabaumes bei denjenigen Teilnehmenden am höchsten ist, die sehr regelmäßig in der Mensa essen (4-5 Mal pro Woche in der Vorlesungszeit). Nur ein Drittel von diesen gab an, den Klimabaum nicht zu kennen (siehe Tab. 4).

Tab. 4: Kombination der Frage 3 und 6.1 in Prozenten; bei N = 1708. In der blau eingefärbten Zeile ist die Tendenz zu erkennen, dass mit abnehmender Regelmäßigkeit der Mensabesuche auch die Wahrscheinlichkeit sank, den Klimabaum gar nicht zu kennen. Für die vollständige Kombination der Fragen 3 und 6 siehe Anhang 3.

Häufigkeit der Mensabesuche (Frage3)	4-5x pro Woche	2-3x pro Woche	1x pro Woche	1-3x pro Monat	<1x pro Monat
Kenntnis des Klimabaums (Frage 6.1)					
Ich kenne die Bedeutung nicht (A1)	33.33%	39.68%	47.80%	45.39%	59.89%
Ich kenne die Bedeutung, aber es beeinflusst meine Entscheidung nicht (A2)	34.49%	28.92%	29.76%	28.67%	16.38%
Ich kenne die Bedeutung und es beeinflusst meine Entscheidung (A3)	28.70%	28.05%	20.00%	23.21%	17.51%
Keine Antwort	3.48%	3.34%	2.44%	2.73%	6.21%

Festzuhalten ist, dass der Klimabaum erwartungsgemäß sehr viel weniger bekannt ist als weit verbreitete Nachhaltigkeitssiegel. Allerdings gaben die regelmäßigen Mensa-Besucher*innen zu fast zwei Dritteln an, das Klimabaum-Symbol zu kennen. Doch wie hängen Kenntnis und Nutzung zusammen? Die Umfrage hat gezeigt, dass insgesamt ein Viertel aller Befragten das Symbol zwar kannte, sich gleichzeitig jedoch nicht (explizit) danach richtete. In den folgenden Unterkapiteln gehen wir daher noch einmal auf den Zusammenhang von Kenntnis des Klimabaum-Logos und Nutzung des Klimaessens ein (Kapitel 4.1.2) und fragen außerdem, ob Personen, denen die "Umwelt" wichtig ist, den Klimabaum häufiger kannten und nutzten als andere (Kapitel 4.1.3).

4.1.2 Selbsteinschätzung zur Häufigkeit der Wahl des Klimaessens

In Frage 6 war nur nach der Kenntnis und Nutzung des Klimabaum-Logos gefragt worden, ohne vorzugeben, dass sich dahinter das Klimaessen verbirgt. In Frage 8 wurde hingegen explizit abgefragt, wie oft die Teilnehmenden bewusst das Klimaessen wählen. Zuvor war in Frage 7 folgende Information über das Klimaessen bereitgestellt worden: „Bei dem Klimabaum handelt es sich um ein vom studierendenWERK BERLIN entwickeltes Siegel. Unter dieser Kennzeichnung bietet die Mensa täglich mindestens ein klimafreundliches Hauptgericht an.“ Die Tab. 5 zeigt, wie die Befragten auf dieser Grundlage ihre Nutzung des Klimaessens einschätzten. In Tab. 6 fragen wir, wie gut das Antwortverhalten aus Frage 8 mit dem aus Frage 6 übereinstimmt.

Tab. 5: Antwortenverteilung bei Frage 8 in absoluten Zahlen und Prozenten, bei N= 1653. Bei abnehmender Häufigkeit der Klimaessen-Wahl zeigte sich ein Anstieg der Prozentwerte. Für die vollständige Kombination der Fragen 3 und 6 siehe Anhang 3.

Frage 8: Wie häufig wählst Du bewusst das Klimaessen?	Anzahl	Prozent
Jedes Mal (A1)	106	6,41%
Jedes zweite Mal (A2)	388	23,47%
Jedes dritte Mal oder seltener (A3)	500	30,25%
Nie (A4)	659	39,87%

Insgesamt lässt sich sagen, dass ein knappes Drittel der Befragten angaben, das Klimaessen regelmäßig zu wählen (immer oder jedes zweite Mal). Auf der anderen Seite meinten 40 %, dass sie sich niemals bewusst für dieses Angebot entscheiden.

Tab 6: Kombination der Frage 8.1 und 6.1 in Prozenten; bei N = 1708. Die Zeilen zeigen, wie viel Prozent der jeweiligen Spalte wie häufig das Klimaessen wählen.

Die blau eingefärbten Kästchen entsprechen den Erwartungen, die grau hinterlegten widersprechen ihnen. Für die vollständige Kombination der Fragen 8 und 6 siehe Anhang 3.

Kenntnis des Klimabaums (Frage 6.1)	Ich kenne die Bedeutung nicht (A1):	Ich kenne die Bedeutung, aber es beeinflusst meine Entscheidung nicht (A2):	Ich kenne die Bedeutung und es beeinflusst meine Entscheidung (A3):	Keine Antwort (bei Frage 6.1):
Wahl des Klimaessens (Frage 8.1)	725 (= 43 %)	432 (= 25 %)	492 (= 29 %)	53 (= 3 %)
Jedes Mal	3,45 %	1,85 %	14,43 %	3,39 %
Jedes zweite Mal	11,86 %	13,43 %	48,17 %	11,86 %
Jedes dritte Mal oder seltener	25,93 %	32,18 %	30,49 %	38,98 %
Nie	56,00 %	50,46 %	3,86 %	27,12 %
Keine Antwort (bei Frage 8.1)	2,76 %	2,08 %	3,05 %	18,64 %

Nur 56 % der Proband*innen, die den Klimabaum laut Frage 6 nicht kennen, gaben später auch an, ihn nie zu wählen. Hier zeigt sich eine Diskrepanz im Antwortverhalten, da es logisch wäre, wenn der Anteil bei 100 % läge. Allerdings wurde erstens in Frage 8 nur eine Tendenz abgefragt und zweitens kann die Aussage "ich kenne die Bedeutung nicht" unterschiedlich interpretiert werden: Hier ordneten sich womöglich sowohl Befragte zu, die das Logo noch nie gesehen hatten als auch solche, die es zwar kannten, aber sich nicht über die Kriterien sicher waren.

Bei denjenigen, die angaben, den Klimabaum zu kennen, sich aber nicht danach zu richten, ist die Zahl mit 50 % ähnlich hoch. Hier kann es jedoch durchaus sein, dass die Befragten das Klimaessen aus anderen Gründen als der Klimafreundlichkeit wählen,⁷ sich also nicht bewusst für den Klimabaum entscheiden.

In der letzten Gruppe, die den Klimabaum kennt und sich danach richtet, wählten 14% das Klimaessen jedes Mal, 48 % jedes zweite Mal und 30 % jedes dritte Mal oder seltener. Nur 4 % dieser Gruppe widersprechen sich in ihrer Aussage von Frage 6, indem sie in Frage 8 behaupten, das Essen nie zu wählen. Diese Gruppe ist daher am wenigsten ambivalent und spielt auch bei unseren weiterführenden Untersuchungen eine wichtige Rolle (siehe Kapitel 4.1.3 und 4.2.3).

Nichtsdestotrotz führt die Tab. 6 auch noch einmal das Problem vor Augen, dass statistische Wahrheiten mit Vorsicht zu genießen sind. Mit unseren Daten wollen wir daher keine Tatsachen enthüllen, sondern vielmehr Thesen über Tendenzen aufstellen und damit eine Diskussionsgrundlage liefern (siehe dafür Kapitel 5). Wir verfolgen also eher einen explorativen quantitativen Ansatz.

4.1.3 Zusammenhang der Klimabaumkenntnis/-nutzung und der Wichtigkeit von Umweltkriterien bei der Kaufentscheidung

Es wäre zu erwarten, dass Nutzer*innen, für die Umweltaspekte eine wichtige Rolle spielen, den Klimabaum überdurchschnittlich gut kennen und nutzen. In der Frage 5 konnten die Teilnehmenden einschätzen, wie wichtig ihnen verschiedene Kriterien für ihre Essensauswahl sind. Natürlich dürfen auch solche Meinungsabfragen zur Wichtigkeit oder Befürwortung von Umweltschutz nicht überbewertet werden.⁸ Doch durch eine große Bandbreite an Auswahlmöglichkeiten können wir die Wichtigkeit der Umwelt zumindest ins Verhältnis mit anderen Faktoren setzen, um eine grobe Tendenz sichtbar zu machen (siehe Tab. 7).

⁷ Denkbar wären z.B. Faktoren wie Geschmack, Aussehen, kurze Wartezeit, Preis etc.

⁸ Problematisch ist z.B., dass unsere Fragestellung Kategorien wie „Preis“, „Umwelt“ und „Tierwohl“ vorgibt, die nicht nur ganz verschiedentlich definiert werden können, sondern womöglich in der Alltagsroutine der Kaufentscheidung zumindest nicht in dieser expliziten, kategorischen Form auftauchen. Hinzu kommt das Problem, das die Relevanz der einzelnen Auswahlkriterien anhängig von der Befragungssituation sowohl überbewertet werden kann (aufgrund der „sozialen Erwünschtheit“) als auch unterschätzt werden kann (aufgrund der „perzipierten Anonymität“ bei Onlineumfragen; vgl. Taddicken 2009).

Tab. 7 zeigt die Auswahlkriterien in der Reihenfolge der Antwortmöglichkeiten und die Ergebnisse in Prozenten, N = 1708.

Frage 5 Wie wichtig sind Dir die folgenden Kriterien bei Deiner Essensauswahl in der Mensa?	Unwichtig (A1)	Geht so (A2)	Sehr wichtig (A3)
Günstiger Preis (Frage 5.1)	3.86%	44.79%	51.35%
Aussehen & Geschmack (Frage 5.2)	0.64%	15.22%	84.13%
Umwelt (Frage 5.3)	13.17%	45.20%	41.63%
Tierwohl (Frage 5.4)	14.11%	34.07%	51.81%
Religion (Frage 5.5)	89.70%	6.91%	3.40%
Gesundheit (Frage 5.6)	6.97%	40.16%	52.87%
Verträglichkeit (Frage 5.7)	18.21%	38.70%	43.09%
Abwechslung (Frage 5.8)	7.49%	46.66%	45.84%

Die von uns abgefragten Auswahlkriterien wurden also unterschiedlich bewertet. Die "Umwelt" spielte dabei für die meisten Teilnehmenden keine *sehr wichtige* (42 %), sondern eine untergeordnete Rolle (45 %) für die Menüwahl in den Mensen. Für vollkommen unwichtig hielten sie jedoch nur 13 % der Befragten. Lässt sich zwischen den unterschiedlichen Bewertungen der Kriterien einerseits und der Kenntnis sowie Nutzung des Klimabaums andererseits ein Zusammenhang herstellen? Wir haben in Kapitel 4.1.1 bereits eine Diskrepanz beobachtet zwischen denen, die den Klimabaum sowohl kennen als auch nutzen (29 %) und denjenigen, die ihn zwar kennen, aber nicht nutzen (24 %). Verändert sich nun das Verhältnis zwischen der Nutzung und der bloßen Kenntnis (Frage 6) je nach der Wichtigkeit bestimmter Auswahlkriterien (Frage 5)?

Es sind v.a. zwei Kriterien, bei denen ein Zusammenhang mit der Kenntnis und Nutzung des Klimabaums erkennbar war: die Umwelt und das Tierwohl. Befragte, für die die Umwelt bzw. das Tierwohl *sehr wichtig* waren, hatten erstens eine höhere Wahrscheinlichkeit, den Klimabaum zu kennen. Zweitens lässt sich sagen: Je wichtiger die Kriterien Umwelt bzw. Tierwohl bewertet wurden, desto eher diente das Klimabaum-Logo auch zur Orientierung in der Mensa - oder mit anderen Worten: desto kleiner war der Anteil derer, die angaben, das Klimabaum-Logo zwar zu kennen, aber sich nicht danach zu richten (siehe Tab. 8 und Tab. 9).

Tab. 8: Beruht auf der Kombination von Frage 5 und 6 (siehe Anhang 3). Spalte 1 bildet drei Gruppen anhand der jeweiligen Wichtigkeit der Umwelt (Frage 5.1). Die zweite Spalte zeigt, wie viel Prozent der jeweiligen Gruppe in Frage 6.1 angaben, den Klimabaum zu kennen (d.h. entweder Kenntnis und Nutzung oder Kenntnis aber keine Nutzung). Die übrigen, hier nicht angezeigten Prozente entfallen auf die, die den Klimabaum nicht kennen und die, die in 6.1 keine Antwort gaben. Für die dritte Spalte wurde der prozentuale Anteil der Kenntnis *und* Nutzung gemessen an dem Gesamtwert der Kenntnis aus Spalte 2 ausgerechnet.

Wichtigkeit von Umwelt- aspekten bei der Essenswahl (Frage 5.3)	Kenntnis des Klimabaums insgesamt (Frage 6.1)	Anteil derer, die den Klimabaum sowohl kennen als auch nutzen, gemessen an der Kenntnis insgesamt
sehr wichtig (insg. 41,63%)	62,16%	78,51%
geht so (insg. 45,20%)	50,25%	36,34%
unwichtig (insg. 13,17%)	41,78%	4,26%

Tab. 9 verfährt parallel zu Tab. 8, nimmt jedoch die Frage 5.4 zum Ausgangspunkt.

Wichtigkeit von Tierwohl- aspekten bei der Essenswahl (Frage 5.4)	Kenntnis des Klimabaums insgesamt (Frage 6.1)	Anteil derer, die den Klimabaum sowohl kennen als auch nutzen, gemessen an der Kenntnis insgesamt
sehr wichtig (insg. 51.81%)	62,60%	71,49%
geht so (insg. 34.07%)	30,74%	30,51%
unwichtig (insg. 14.11%)	40,66%	13,26%

4.1.4 Zwischenfazit

In diesem Kapitel wurde besprochen, wie die Befragten ihre Kenntnis und Nutzung des Klimabaum-Logos und des Klimaessens einschätzten. Im Vergleich zu den internationalen Produktsiegeln EU-Bio, MSC und Fairtrade (die ebenfalls in den Mensen genutzt werden), war der Klimabaum mit Abstand am wenigsten bekannt und genutzt. Doch Befragte, die sehr regelmäßig in den Mensen speisen, kannten und nutzten den Klimabaum etwas häufiger als unregelmäßige Mensagäste: Nur ein Drittel von ihnen gab an, das Logo überhaupt nicht zu kennen.

Den Klimabaum zu kennen, heißt nicht automatisch, sich danach zu richten: Von den insgesamt 54 % der Teilnehmenden, die angaben, das Logo zu kennen, sagten 25 %, dass der Klimabaum ihre Entscheidung nicht beeinflusse. Wir haben versucht, Erklärungsansätze für diese Diskrepanz anzubieten, indem wir die Befragten in verschiedene Gruppen einteilten, je

nachdem welche Kriterien sie für ihre Essensauswahl in den Mensen als „sehr wichtig“ empfanden. Die Umwelt war für 42 % sehr zentral; das Tierwohl sogar für 52 %. Für diese beiden Gruppen zeigte sich ein Zusammenhang mit der Kenntnis und Nutzung des Klimabaums: mit knapp 79 % (Umwelt = „sehr wichtig“) bzw. 71 % (Tierwohl = „sehr wichtig“) orientierten sie sich am meisten an dem Klima-Logo wenn sie es kannten. Mit anderen Worten: der Anteil derer, die das Logo kannten, sich aber nicht daran orientierten, war hier am kleinsten. Auf der anderen Seite bleibt zu berücksichtigen, dass auch bei denen, denen die Umwelt sehr wichtig war, nur 62 % vom Klimabaum-Logo wussten.

Im Kapitel 4.1.2 haben wir jedoch darauf hingewiesen, dass solche Aussagen sehr zugespitzt und ambivalent sind. Was lassen wir außer Acht, wenn wir behaupten, dass nur 62% der sehr umweltbewussten Mensagäste von dem Logo wussten? Wir fassen eine Gruppe von Menschen zusammen, die sich bei der schwierigen Aufgabe, ihre Prioritäten beim Mensakonsum zu reflektieren, für die gleiche Antwortoption entschieden haben. Dahinter mögen sich sehr verschiedene Ideen von Umweltschutz und auch unterschiedlichste praktische Herangehensweisen verbergen. Manche von diesen Befragten besuchen die Mensa vielleicht häufiger als andere umweltbewusste Befragte und haben daher eine größere Wahrscheinlichkeit, das Logo zu kennen und zu nutzen. Andere kennen und nutzen es womöglich, verstanden aber vielleicht unsere Formulierung „ich kenne die Bedeutung“ anspruchsvoller als sie gemeint war. Die Liste der Probleme, die mit Selbsteinschätzungen in Umfragen und ihrer statistischen Analyse einhergehen, ließe sich noch fortführen. Im Kapitel 4.2 wollen wir versuchen, von der Selbsteinschätzung nun zu einer Art Wissensabfrage überzugehen: Wie gut waren die Teilnehmenden über die Kriterien des Klimaessens informiert (Frage 7)? Dass auch in diesen Fragenkomplex vielseitige Interpretationsleistungen hineinfließen, soll im nun folgenden Unterkapitel transparent gemacht werden.

4.2 Wissen über bzw. Erwartungen an die Kriterien des Klimaessens

4.2.1 Erläuterungen zu den Kriterien des Klimaessens

Bei der Frage 7 (“Welche der folgenden Kriterien spielen Deiner Meinung nach beim Klima- baum eine Rolle?”) sollten die Teilnehmenden elf verschiedene Aussagen über das Klimaessen als wahr oder falsch bewerten. Fünf der Statements bilden dabei tatsächliche Merkmale des Klimaessens ab:

1. es ist vegan.
2. greift auf pflanzliche Eiweißquellen wie Nüsse oder Getreideprodukte zurück.
3. berücksichtigt die Anbauweise der Nahrungsmittel (Bsp. Nassreis).
4. verzichtet auf Convenience-Produkte wie Konserven oder Tiefkühlprodukte.
5. vermeidet industriell vorgefertigte Produkte wie Pommes oder Gemüsecken.

Die anderen sechs Aussagen wurden von uns aufbauend auf unseren eigenen Vorkenntnissen zu nachhaltiger Ernährung erstellt. In den Interviews mit unserer Ansprechpartnerin beim studierendenWERK BERLIN und mit einem stellvertretenden Koch einer der großen Mensen zeigte sich, dass viele dieser Kriterien nicht umsetzbar scheinen - zumindest unter den jetzigen logistischen und ökonomischen Rahmenbedingungen für Mensen in dieser Größenordnung. Die sechs von uns entworfenen Falschaussagen sollten an dieser Stelle kurz erläutert werden:

1. verwendet ausschließlich Zutaten aus der Region.
2. berücksichtigt das Transportmittel bei Importprodukten.
3. berücksichtigt die Menge und Art des Verpackungsmaterials der angelieferten Zutaten.

Durch kurze Transportwege und Güterzug- statt LKW-Transporte lässt sich die CO²-Bilanz der Zutaten erheblich reduzieren. Hiermit schließen wir an das Projekt der Themenklasse 2016/17 an, die den Quinoa-Konsum der Mensen des studierendenWERKs Berlin untersuchte (vgl. [Abbis et al. 2017](#)). Obwohl Regionalität wünschenswert sei und es schon Ansätze dazu gebe, so erfuhren wir von unseren Ansprechpartner*innen beim studierendenWERK, werden die Aufträge Monate im Voraus geplant und können aus organisatorischen Gründen nur an Großlieferanten vergeben werden, die zuverlässig ausliefern. Weil die Mensen keine Lagerwirtschaft betreiben und täglich beliefert werden, seien Trockenprodukte wie Quinoa eine verbindliche Alternativlösung zu frischen Produkten, die öfter mit Lieferproblemen verbunden seien (Interview vom 10.11.2017). Neben dem eiweißreichen Quinoa aus Lateinamerika wird im Klimaessen zum Beispiel auch Kokosmilch als vegane Sahne-Alternative verwendet.

4. verwendet nur saisonale Produkte

Die Saisonalität der Gemüsesorten stellt tatsächlich einen wichtigen Richtwert für die Rezepturen des Klimaessens dar. Jedoch wird auf der Infoseite zum Klimabaum Saisonalität nicht als dezidiertes Kriterium des Klimaessens ausgewiesen (sondern gemeinsam mit Regionalität als Richtwert für das gesamte Gemüseangebot angeführt) (vgl. [STW Berlin 2018](#)). Die von uns zugespitzte Formulierung „ausschließlich saisonal“ verstehen wir daher als nicht ganz zutreffend. Ein Beispiel dafür sind Kartoffeln, die auch im Juni/Juli für das Klimaessen verwendet werden. Die Themenklasse 2016/17 hatte auf Anfrage bei dem norddeutschen Lieferanten „ibuss Kartoffelcenter GmbH“ erfahren, dass in diesen beiden Monaten Kartoffeln aus Israel importiert werden müssen (vgl. [Abbis et al. 2017](#)).

5. verursacht maximal 0,3 kg CO₂-Emissionen pro Gericht.

Das StudierendenWERK hat zwar 2013 die Klimabilanz verschiedener Lebensmittelgruppen berechnen lassen, für die einzelnen Gerichte werden aber keine Grenzwerte garantiert. Eine genaue Berechnung sei schwierig, u.a. weil sich die Transportrouten schwer zurückverfolgen lassen und wechseln (vgl. Klima ohne Grenzen 2013).

6. bevorzugt die Verwendung von biologisch angebauten Produkten.

In den Mensen steht neben dem Klimaessen täglich ein Bioessen zur Wahl, das oft auch tierische Produkte enthält. Das Klimaessen enthält üblicherweise keine biologisch angebauten Zutaten. Schon allein durch die Nutzung frischen Gemüses, das z.T. per Hand geschnitten werden müsse, entstehen Mehrkosten (Interview vom 08.12.2017); Bio-Produkte würden den Preis zusätzlich steigern.

4.2.2 Kenntnis der Kriterien insgesamt

Wie gut waren die Teilnehmenden insgesamt über die Kriterien des Klimaessens informiert? Nur vier der elf Aussagen wurden von mehr als 50 % der Teilnehmenden korrekt eingeschätzt. Insgesamt wurde viel öfter mit „ja“ als mit „nein“ geantwortet. Bemerkenswert ist jedoch, dass fast alle 'erfundenen' Kriterien häufiger mit „ja“ beurteilt wurden als die *tatsächlichen* Kriterien (in Abb. 13 blau markiert): Im Durchschnitt wurden die korrekten Statements von ca. 57 % für zutreffend gehalten, die erfundenen Merkmale hingegen durchschnittlich von ca. 80 %. Überraschenderweise ist das Kriterium, das von den meisten korrekt beantwortet wurde (knapp 75 %) die Berücksichtigung der Anbauweise (Nassreis). Demgegenüber ist der Verzicht auf tierische Produkte, der für das Klimaessen seit seiner Entwicklung ein maßgebliches Kriterium darstellt (siehe Kapitel 2.1), mit Abstand am seltensten als zutreffend empfunden worden: nur von knapp einem Drittel.

(Siehe Tab. 10 und Abb. 5)

Tab.10: Antwortenverteilung Frage 7 in absoluten Zahlen und Prozentwerten bei N = 1666. Die Statements sind sortiert nach der Häufigkeit der Zustimmung; die tatsächlich zutreffenden Kriterien sind blau eingefärbt.

Kriterium (Frage 7)	als zutreffend bewertet („ja“)	
“verwendet nur saisonale Produkte” (Frage 7.4)	1398	83.91%
“verursacht maximal 0,3 kg CO ₂ -Emissionen pro Gericht” (Frage 7.5)	1374	82.47%
“berücksichtigt die Menge und Art des Verpackungsmaterials der angelieferten Zutaten” (Frage 7.6)	1346	80.79%
“verwendet ausschließlich Zutaten aus der Region” (Frage 7.2)	1345	80.73%
“berücksichtigt das Transportmittel bei Importprodukten” (Frage 7.8)	1283	77.01%
“berücksichtigt die Anbauweise der Nahrungsmittel (Bsp. Nassreis)” (Frage 7.7)	1248	74.91%
“bevorzugt die Verwendung von biologisch angebauten Produkten” (Frage 7.9)	1231	73.89%
“vermeidet industriell vorgefertigte Produkte wie Pommes oder Gemüseecken” (Frage 7.10)	1087	65.25%
“greift auf pflanzliche Eiweißquellen wie Nüsse oder Getreideprodukte” (Frage 7.11)	947	56.84%
“verzichtet auf Convenience Produkte (wie z.B. Konserven oder Tiefkühlprodukte)” (Frage 7.3)	919	55.16%
“ist vegan” (Frage 7.1)	515	30.91%

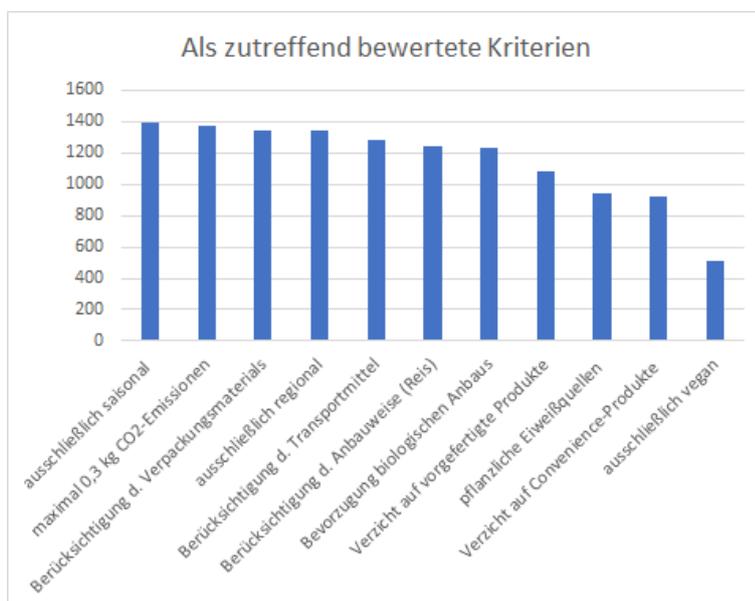


Abb. 5 zeigt in absteigender Reihenfolge, wie viele Personen das jeweilige Statement für korrekt hielten, N = 1666.

4.2.3 Antwortverhalten der Klimabaum-Nutzer*innen

Nun ist davon auszugehen, dass die meisten der Teilnehmenden, die in Frage 6.1 angegeben hatten, den Klimabaum nicht zu kennen oder nicht zu nutzen, die Statements eher mithilfe ihrer allgemeinen Erwartungen an ein solches Angebot bewertet haben als aufgrund persönlicher Erfahrungen oder Kenntnissen zum Klimaessen. Inwiefern unterscheiden sich davon die Antworten derer, die sich laut Frage 6.1 am Klimabaum zu orientierten?

Wir teilen die Befragten hierfür in zwei Gruppen ein: 1. die, die in Frage 6.1 angaben, sich am Klimabaumlogo zu orientieren und 2. jene, die dort entweder ankreuzten, das Logo nicht zu kennen oder sich nicht danach zu richten. Konnte die erste Gruppe die Kriterien des Klimaessens besser einschätzen als die zweite?

Die Tab. 10 zeigt, dass sich das Antwortverhalten beider Gruppen in den meisten Punkten kaum voneinander unterschied. Lediglich bei zwei der Statements zeigt sich ein nennenswerter Unterschied: Die Befragten, die angaben, sich am Klimabaum zu orientieren, hielten es eher für zutreffend, dass das Klimaessen stets auf tierische Produkte verzichtet und auch dass es (stattdessen) auf pflanzliche Eiweißquellen wie Nüsse zurückgreift. Das heißt, dass diese Gruppe zwei der fünf wahrheitsgemäßen Statements (in Tab.7 blau markiert) wirklich besser einschätzen konnte als die anderen Befragten.

Auch bei zwei der sechs fiktiven Statements schneidet Gruppe 1 besser ab: Dass das Klimaessen ausschließlich regional sei und zudem das Verpackungsmaterial der Zutaten berücksichtige, glaubten Befragte der Gruppe 1 ein wenig seltener als jene, die den Klimabaum nicht kannten oder nutzten.

Dennoch bleibt auch für die Gruppe 1 das große Muster identisch (wie bei Tab.9): Erstens wurden die falschen Statements häufiger für korrekt gehalten als die tatsächlichen Kriterien des Klimaessens - einzige Ausnahme ist auch hier die Berücksichtigung der Anbauweise (Bsp. Reis) mit rund 73 %. Zweitens dachte auch hier nur eine Minderheit (46 %), dass das Klimaessen vegan ist - wenn auch deutlich mehr als in der Gruppe 2 (24 %) (siehe Tab. 10).

Doch müssten Nutzer*innen des Klimabaums nicht eigentlich mehrheitlich wissen, dass das Klimaessen vegan ist? Die Frage 8.1 („Wie häufig wählst Du bewusst das Klimaessen?“) gibt uns die Gelegenheit, hier noch einmal genauer hinzuschauen. Die Tab. 11-12 c zeigen die drei Statements, bei denen das Antwortverhalten derer, die laut Frage 8.1 sehr regelmäßig das Klimaessen konsumieren, nennenswert von den übrigen Befragten abwich. Zu betonen sind hierbei v.a. zwei Aspekte: Einerseits wusste eine große Mehrheit (73 %) derer, die angaben, bei jedem Mensabesuch das Klimaessen zu wählen, dass es vegan ist. Auf der anderen Seite vermutete aber ein noch größerer Anteil dieser Gruppe, dass im Klimaessen bio-zertifizierte Lebensmittel verwendet werden. Nur 13 % beantworteten diese Aussage korrekterweise mit „nein“ (siehe Tab. 11 und 12 c).

Tab. 11: Beruht auf der Kombination von Frage 7 und 6.1 bei N = 1708 (siehe Anhang 3). Spalte A zeigt das Antwortverhalten von Klimabaum-Nutzer*innen (Frage 6.1) in der Frage 7. Spalte B zeigt gleiches für die laut Frage 6.1 Nicht-Nutzer*innen des Klimabaums. Die letzte Spalte berechnet die Differenz im Antwortverhalten beider Gruppen. Zutreffende Statements sind blau eingefärbt. Bei ihnen entspricht eine positive Differenz einer besseren Kenntnis; während dies bei den unzutreffenden Aussagen für eine negative Differenz gilt.

Statements (Frage 7), sortiert nach der Differenz im Antwortverhalten	A) Kenntnis & Nutzung des Klimabaums (Frage 6.1): Ja- Antworten bei Frage 7		B) Keine Kenntnis und / oder keine Nutzung des Klimabaums (Frage 6.1): Ja- Antworten bei Frage 7		Differenz zwischen den anteiligen Ja- Antworten von A) und B)
	von 492	anteilig	von 1157	anteilig	
Ausschließlich vegan	224	45,53%	277	23,94%	21,59%
pflanzliche Eiweißquellen	331	67,28%	585	50,56%	16,71%
Verzicht auf industriell vorgefertigte Produkte	328	66,67%	726	62,75%	3,92%
Bevorzugung biologischen Anbaus	366	74,39%	826	71,39%	3,00%
maximal 0,3 kg CO2- Emissionen	402	81,71%	931	80,47%	1,24%
Verzicht auf Convenience Produkte	264	53,66%	623	53,85%	-0,19%
Berücksichtigung der Anbauweise (Reis)	359	72,97%	853	73,73%	-0,76%
Ausschließlich saisonal	402	81,71%	955	82,54%	-0,83%
Berücksichtigung der Transportmittel	366	74,39%	879	75,97%	-1,58%
Ausschließlich regional	367	74,59%	940	81,24%	-6,65%
Berücksichtigung des Verpackungsmaterials	367	74,59%	940	81,24%	-6,65%

Tab. 12 a-c beruhen auf der Kombination von Frage 7 und 8 bei N = 1708 (siehe Anhang 3). Untersucht wurde der Zusammenhang der Häufigkeit der Wahl des Klimaessens (Frage 8.1) und dem Antwortverhalten in Frage 7. Tab. 12 a-c bilden die drei Fälle ab, in denen die Antworten derer, die jedes Mal (z.T. auch jedes zweite Mal) dieses Angebot wählen, Auffälligkeiten gegenüber den anderen zeigten. Während sie in Tab. a und b positiv hervorstechen, so zeigt sich bei Tab. c, dass sie Frage 7.9 seltener zutreffend beantworteten als der Durchschnitt. (Der Durchschnittswert ist in der untersten Zeile einsehbar.)

Tab.12 a

Bewusste Wahl des Klimaessens (Frage 8.1)		Kriterium: vegan (Frage 7.1)	
		Korrekte Antworten („ja“) absolut	Prozentteil der korrekten Antworten
Jedes Mal	106	77	72,64%
Jedes zweite Mal	388	162	41,75%
Jedes dritte o. weniger	500	134	26,80%
Nie	659	139	21,09%
keine Antwort	55	3	5,45%
<i>Gesamtwert</i>	<i>1708</i>	<i>515</i>	<i>30,15%</i>

Tab.12b

Bewusste Wahl des Klimaessens (Frage 8.1)		Kriterium: pflanzliche Proteinquellen (Nüsse) (Frage 7.11)	
		Korrekte Antworten („ja“) absolut	Prozentteil der korrekten Antworten
Jedes Mal	106	86	81,13%
Jedes zweite Mal	388	269	69,33%
Jedes dritte o. weniger	500	279	55,80%
Nie	659	307	46,59%
keine Antwort	55	6	10,91%
<i>Gesamtwert</i>	<i>1708</i>	<i>947</i>	<i>55,44%</i>

Tab. 12 c

Bewusste Wahl des Klimaessens (Frage 8.1)		Kriterium: bevorzugt Bio-Produkte (Frage 7.9)	
		Korrekte Antworten („nein“) absolut	Prozentteil der korrekten Antworten
Jedes Mal	106	14	13,21%
Jedes zweite Mal	388	86	22,16%
Jedes dritte o. weniger	500	130	26,00%
Nie	659	197	29,89%
keine Antwort	55	3	5,45%
<i>Gesamtwert</i>	<i>1708</i>	<i>430</i>	<i>25,18%</i>

4.2.4 Zwischenfazit

Wie stellt sich die Mehrheit der Befragten das Klimaessen vor?

Sieben der elf Faktoren wurden jeweils mindestens mit einer Zwei-Drittel-Mehrheit für zutreffend gehalten: Demnach sei das Klimaessen 1. ausschließlich saisonal, verursache 2. maximal 0,3 kg CO₂, berücksichtige 3. die Verpackung der angelieferten Zutaten; diese seien zudem 4. ausschließlich regional bezogen. Sollten dann doch Produkte importiert werden, dann werde dabei 5. auf das Transportmittel geachtet. 6. (und das ist in dieser Liste das einzige tatsächlich garantierte Klimabaum-Kriterium) spiele die Anbauweise der Zutaten eine Rolle, sodass beispielsweise auf Reis verzichtet wird. 7. schließlich würden biologisch angebaute Produkte gegenüber den konventionellen bevorzugt.

Wo liegen die übrigen vier zutreffenden Aussagen im Vergleich dazu?

Auf über 50 % kamen immerhin die Vermeidung industriell vorgefertigter Produkte wie Pommes, die Verwendung pflanzlicher Eiweißquellen und der Verzicht auf Convenience-Produkte wie Konserven und Tiefgekühltes.

Hingegen war nur ein knappes Drittel der Befragten der Meinung, das Klimaessen sei vegan. Überraschend ist dies insofern, als der Verzicht auf tierische Nahrungsmittel ein sehr zentrales Merkmal des Klimabaums darstellt.

Es ist hierbei wichtig daran zu erinnern, dass in Frage 6 nur 29 % (knapp 500 Personen) angaben, sich am Klimabaumlogo zu orientieren. In Frage 8 schätzten dann 106 Befragte (6 %), dass sie das Klimaessen bei jedem Mensabesuch wählen und 388 Personen (23 %) bei jedem zweiten Mal. In Kapitel 4.2.3 haben wir daher untersucht, ob diese Gruppen die elf Statements anders einschätzen als die anderen Befragten. Grundsätzlich zeigte sich kein großer

Unterschied: auch die Nutzer*innen des Klimabaums hielten z.B. die konsequente Saisonalität und Regionalität, das CO₂-Maximum und auch die bevorzugte Bioqualität mit großer Mehrheit fälschlicherweise für Merkmale des Klimaessens.

Es zeigte sich jedoch deutlich, dass diese Nutzer*innen des Klimabaums im Vergleich zu anderen Befragten viel häufiger wussten, dass das Klimaessen vegan ist. Ganz besonders ragen dabei mit 73 % Zustimmung diejenigen heraus, die das Klimaessen tendenziell immer wählen – gegenüber denen, die es nie wählen und diese Aussage nur zu 21 % bejahten.

Insgesamt werfen diese Ergebnisse Fragen auf: Wie kann das Klimaessen transparenter gestaltet werden, um solche Fehlinformationen bzw. falsche Erwartungen zu vermeiden? Könnten sich öffentliche Speisebetriebe wie die Mensen des studierendenWERKs BERLIN zudem in der Verantwortung sehen, Bildungsarbeit zu betreiben – zum Beispiel, um den Zusammenhang von tierischen Nahrungsmitteln und dem CO₂-Abdruck stärker ins Bewusstsein der Mensagäste rücken zu lassen? Umgedreht ließe sich aber auch fragen, inwiefern sich das studierendenWERK von dem mehrheitlichen Bild über Klimakriterien anregen lassen könnte: Sollten einige der Punkte, die in der Umfrage besonders häufig für Kriterien des klimafreundlichen Angebots gehalten wurden, noch einmal auf ihre Machbarkeit geprüft werden? Wie kann das studierendenWERK sein Umwelt-Engagement noch weiter voranzutreiben? Unser Bericht kann darauf keine Antworten geben. Wir möchten jedoch im letzten Kapitel eine mögliche Diskussionsgrundlage für solche Debatten anbieten.

5. Implikationen und mögliche Handlungsfelder

5.1 Information und Transparenz

Im Kapitel 4.2 haben wir argumentiert, dass es Diskrepanzen gibt zwischen den Kriterien des Klimabaums einerseits und der Einschätzung dieser Kriterien durch befragte Mensagäste andererseits. In einigen Punkten wurde das Klimaessen mehrheitlich überschätzt – beispielsweise bezüglich einer CO₂-Grenze oder der Regionalität – d. h. dass der Klimabaum den Erwartungen hier nicht gerecht wird. In anderen Fällen wiederum wurde das Angebot unterschätzt, v.a. beim Verzicht auf Tierprodukte, d. h. hier könnte von einem Wissensdefizit der Mensagäste gesprochen werden. Zwar wussten die Befragten, die angegeben hatten, den Klimabaum zu kennen und (regelmäßig) zu nutzen, weitaus häufiger, dass sich dahinter ein veganes Gericht verbirgt. Doch auch ihnen fiel es insgesamt schwer, die zutreffenden von den ungültigen Kriterien zu unterscheiden.

Die Umfrage kann daher einen Ansatzpunkt bilden, um Informationsstrategien und Transparenzkriterien zu überdenken. Dazu stellt sich zunächst die Frage, wie sich Mensagäste über das Tagesangebot informieren, um ihre Auswahl zu treffen. Dies wären mögliche Ansatzpunkte, um über das Klimaessen aufzuklären.

In Frage 4 sollte angegeben werden, welche Plattformen die Teilnehmenden selbst nutzen, um sich zu informieren, hierbei waren mehrfach Antworten möglich und somit wurden insgesamt 2897 Antworten abgegeben (siehe Abb. 6):

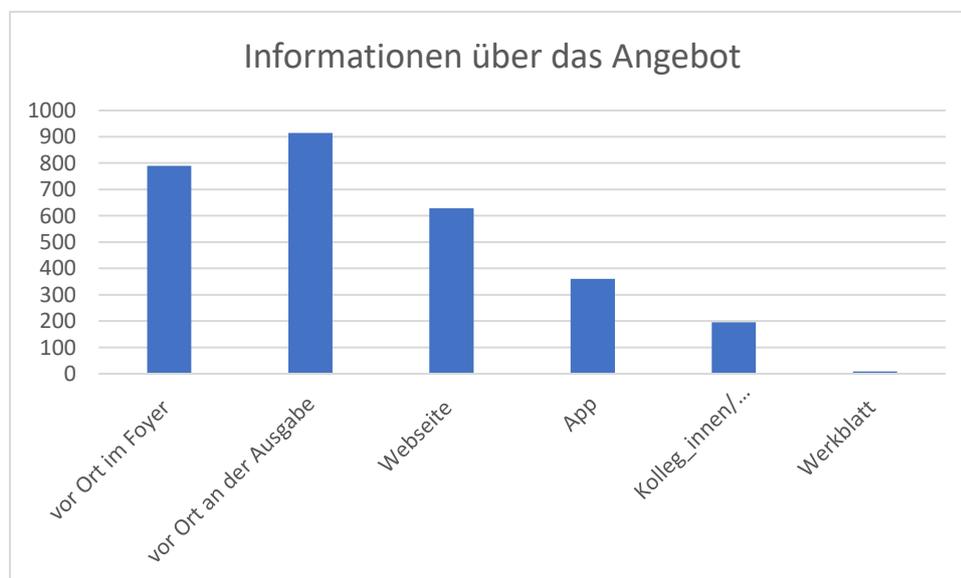


Abb. 6: Antwortenverteilung zu Frage 4 in der Reihenfolge der Abfrage, bei N = 1708.

Auffällig ist, dass sich sehr viele Gäste bevorzugt direkt in der Mensa – entweder an den Bildschirmen im Foyer (46 %) oder direkt an den Ausgabeständen (53 %) – über die verschiedenen Essensangebote informieren. Von den vier Möglichkeiten der analogen

Informationsbeschaffung werden demnach diese zwei deutlich bevorzugt gegenüber den anderen beiden Optionen des direkten Austauschs mit Kommiliton*innen/Kolleg*innen (11 %) und die ausliegende Zeitschrift „Werkblatt“ (~1 %). Angesichts der mangelnden Kenntnis der Kriterien des Klimaessens besteht hier also die Möglichkeit, direkt vor Ort zu informieren und einen bewussteren Umgang mit diesem Label zu forcieren. Zwar wird vor Ort über Bildschirme und z.T. Aufsteller auf das Siegel verwiesen, doch die genauen Details zu den Hintergründen des Klimaessens werden nicht näher beleuchtet. Ähnlich verhält es sich auch auf den Bildschirmen bei der Essensausgabe. Das Klimabaum-Symbol wird in der Legende nicht weiter inhaltlich erläutert (siehe auch Abb. 7).

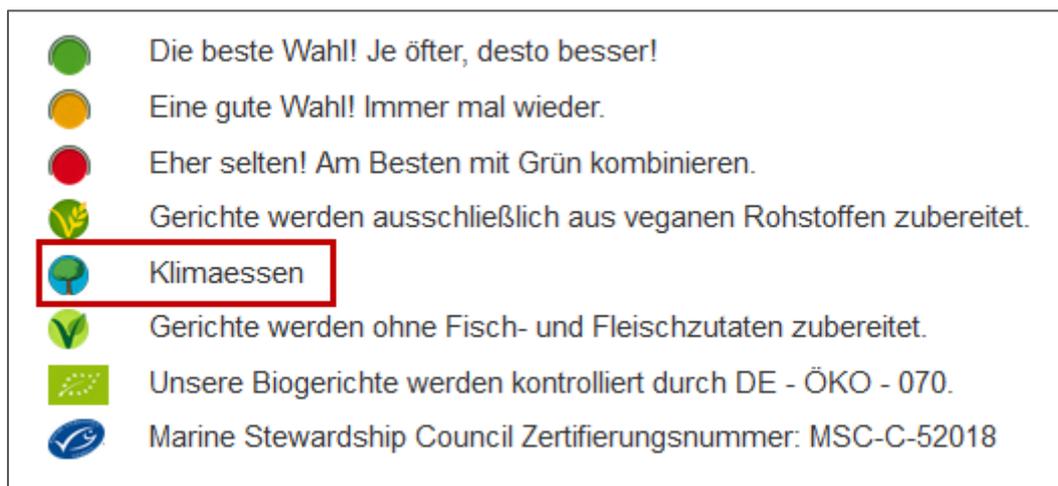


Abb. 7: [STW Berlin 2018b](#): Legende der Speisekarte auf der Website. [Markierung: Themenklasse 17/18]
Die ersten drei Symbole machen Angaben zur Gesundheit. Das Fairtrade-Siegel ist nicht enthalten, weil es in den Mensen v.a. den Kaffee und nicht die Gerichte betrifft.

Insgesamt 58 % der Befragten informieren sich auch online über das Angebot. Die App wurde von 21 % angekreuzt. Diese bietet zwar eine detaillierte Beschreibung von Zusatzstoffen, aber ähnlich wie bei den Bildschirmen in den Mensen wird der Klimabaum aber hauptsächlich mit dem Begriff „Klimaessen“ beschrieben. Trotz der Übersichtlichkeit der App gibt es keine Möglichkeit, nähere Informationen zu den Kriterien des Klimabaums zu bekommen.

Ähnlich sieht es beim Speiseplan auf der Website des studierendenWERKs aus, wo sich 36 % der Befragten informieren. Im Speiseplan ist das Klimabaum-Logo bei den entsprechenden Gerichten zu erkennen und wird auch hier wieder in der Legende als „Klimaessen“ definiert, sofern die Legende der Piktogramme durch die User*in aufgeklappt wird (siehe Abb. 7).

Es ist möglich eine kurze nähere Erläuterung zum Klimabaum zu finden, jedoch ist diese Seite nicht direkt beim Klimabaumlogo oder in der Legende verlinkt, sondern der Link ist erst nach einem Herunterscrollen zu finden unter dem Titel „Vegetarisches und veganes Angebot“ (siehe Abb. 8). Hier gibt es Infos über die wichtigsten Kriterien, jedoch nicht zur Entstehung bzw. zum Forschungsbericht, auf dem diese Kriterien beruhen (siehe Klima ohne Grenzen 2013).

Insgesamt fällt es schwer – online sowie analog – genauere Details zu den Kriterien zu finden. Die Merkmale des selbst erstellten Labels könnten daher auf verschiedenen Ebenen besser präsentiert und beworben werden. Eine Möglichkeit wäre es, bei der Piktogramm-Legende einen direkten Link zu den Kriterien einzufügen oder beim Darüberfahren mit dem Cursor bzw. Anklicken des Labels im Speiseplan eine kleine Box mit den nötigsten Informationen aufspringen zu lassen. Diese Veränderungen wäre für die Onlinepräsenz sowie für die App denkbar. Laut der Umfrage ließen sich noch mehr Gäste direkt vor Ort erreichen. Genauere Informationen zu Kriterien des Klimaessens könnten über die Bildschirme in den Mensen oder durch Informationsaufsteller/Plakate im Eingangs- und Ausgabebereich bereitgestellt werden.



Abb. 8: [STW Berlin 2018b](#): Verlinkung der Infoseite zum Klimabaum und anderen vegetarischen/veganen Angeboten.

5.2 Finanzieller Spielrahmen für die Weiterentwicklung

Wie unsere Interviewpartner*innen beim studierendenWERK BERLIN betonten, sei ihr Umweltengagement durch den engen preislichen Rahmen, der für die Verpflegung von Studierenden angemessen sei, kaum mehr zu steigern. Ein besonderes Interesse hatten sie daher an der Zahlungsbereitschaft für zusätzliche Qualitätsmerkmale.

Daher fragten wir in Frage 9 ab, inwiefern die Proband*innen für Regionalität, biologischen Anbau und Klimaschutz einen Aufpreis zahlen würden. Die Bereitschaft sieht für alle drei Aspekte ähnlich aus. Überraschenderweise sind in jedem Falle über 80 % bereit, mehr Geld auszugeben. Etwa die Hälfte davon ist allerdings nur bereit 0,50 Euro extra zu bezahlen, knapp ein Drittel würde 1,00 Euro zusätzlich ausgeben. Ungefähr 10 % könnten sich vorstellen 1,50 Euro mehr zu bezahlen, also den von uns gewählten Ausgangspreis zu verdoppeln. Nur etwa fünf Prozent sind bereit 2,00 Euro oder mehr hinzuzuzahlen. Insgesamt ist die Zahlungsbereitschaft für biologischen Anbau am Höchsten, dicht gefolgt von der Klimafreundlichkeit und das Schlusslicht bildet die Regionalität (siehe Tab.12).

Tab. 13: Frage 9 (N = 1645) erfasst die Zahlungsbereitschaft bei einem Ausgangspunkt von 1,50 Euro für ein Gericht in der Mensa für drei verschiedene Kriterien; mit dem Hinweis, dass die drei Antworten nicht untereinander aufzuaddieren sind. Zu Frage 9.3 wurde folgendes erläutert: „Verarbeitung frischer Produkte (keine Konserven- und Tiefkühlprodukte)“. Die blau gefärbten Spalten zeigen die häufigsten Antworten.

Zahlungsbereitschaft (Frage 9)	0,00 €	0,50 €	1,00 €	1,50 €	2,00 €	2,50 €
Regionalität (Frage 9.1)	18.05%	41.76%	26.26%	9.18%	2.98%	1.76%
Biologischer Anbau (Frage 9.2)	13.92%	36.66%	30.46%	12.52%	4.38%	2.07%
Klimafreundlich (Frage 9.3)	13.74%	40.43%	27.66%	12.40%	3.34%	2.43%

Darüber hinaus ist daran zu erinnern, dass die Befragten laut Frage 5 das Aussehen und den Geschmack mit Abstand für das am meisten ausschlaggebende Kriterium für ihre Menüauswahl in den Mensen gehalten haben. Für 84 % war dieser Faktor sehr wichtig. Demgegenüber war der günstige Preis nur für 51 % sehr bedeutend. Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich die Preise für Mensagerichte insgesamt in einem sehr günstigen Spektrum bewegen und daher vielleicht für die Wahl innerhalb des Mensaangebots weniger wichtig erschienen als die Unterschiede in der Appetitlichkeit. Daraus ließe sich die Vermutung ableiten, dass ein Aufpreis (etwa für Klimafreundlichkeit) mehr Akzeptanz finden würde, wenn das Gericht zugleich appetitlicher werden würde. Anregungen dazu, was von Gästen als ansprechend empfunden werden könnte, finden sich in der Übersicht über die Wünsche und das Feedback, die im Freitextfeld der Frage 11 geäußert wurden (siehe Anhang 4).

5.3 Bio vs. regional vs. saisonal vs. vegan: was ist am wichtigsten?

Doch wie könnte eine Weiterentwicklung des Klimaessens aussehen? Welche Faktoren sind gegeneinander abzuwägen, damit dieses Angebot noch klimagerechter und damit noch beispielgebender werden kann? In diesem abschließenden Kapitel wollen wir uns kurz zu einigen der (zutreffenden und nichtzutreffenden) Klima-Kriterien positionieren, die im Kapitel 3.1.1 skizziert wurden.

Wie kann eine „Außer-Haus-Verpflegung“ im großen Maßstab möglichst nachhaltig erfolgen? Ist der Verzicht auf Fleisch wichtiger als „Regionalität“? Und welche Rolle spielen die Faktoren „Bio“ und „Saisonalität“? Diese Fragen kommen bei der Suche nach einem überzeugenden Klimaessen auf und sollten diskutiert werden. Tatsächlich bestehen im Lebensmittelsektor große ökologische Optimierungsmöglichkeiten (siehe Kapitel 2). Um diese auszuschöpfen, ist jedoch eine umfassende Transformation des Ernährungssektors nötig. Hier besteht Handlungsbedarf von Seiten der Politik und den verschiedenen wirtschaftlichen Akteuren der Nahrungsmittelwertschöpfungskette, von denen die Studierendenwerke nur ein Teil sind.

5.3.1 Bioprodukte, Saisonalität und Regionalität

Bei der Beurteilung der verschiedenen Kriterien für einen möglichst nachhaltigen Lebensmitteleinkauf stellt sich immer auch das Problem einer genauen Definition der Begriffe. Der Biobegriff ist verhältnismäßig leichter einzugrenzen als Begriffe wie „saisonal“ und „regional“. Was „Bio“ (mindestens) ist, bestimmen die Richtlinien der EU (vgl. [EC 2007](#)).

Tatsächlich birgt die ökologische Landwirtschaft als ressourcenschonende, umwelt- und tiergerechtere Agrarform ein großes Einsparpotential für Treibhausgasemissionen. Nach den Grundsätzen des ökologischen Landbaus verzichten biologisch bewirtschaftete Betriebe auf chemische Düngemittel und Pestizide, achten auf möglichst geschlossene Nährstoffkreisläufe, eine diverse Fruchtfolge und tiergerechte Haltung (vgl. Mayer et al. 2015).

Studien zeigen, dass die Treibhausgas-Ausstöße beim Getreideanbau in biologisch bewirtschafteten Betrieben 36-65 % geringer sind als in konventioneller Landwirtschaft. Lediglich die Produktion von Reis ist aufgrund des hohen Methanausstoßes im biologischen Anbau emissionsintensiver. Die CO₂-Einsparung im Ökolandbau basiert hauptsächlich auf der geringeren Verwendung fossiler Brennstoffe. Jedoch sind auch die produktbezogenen Emissionen im biologischen Anbau um 30 % niedriger als in herkömmlicher Bewirtschaftung (vgl. Aguilera et al. 2015). Auch bei der Milchproduktion ist der Energieverbrauch pro Einheit Milch ungefähr 25 % niedriger als in konventionellen Milchbetrieben und die Treibhausgasemissionen dadurch um 5-10 % geringer (vgl. Bos et al. 2014).

Schwieriger ist die Definition und daher auch die Beurteilung der Faktoren Regionalität und Saisonalität. Als saisonal werden pflanzliche Produkte bezeichnet, die im Erntezeitraum eines bestimmten Standortes verfügbar sind (GuteGüte, 2017). Doch lässt sich dies auf unterschiedliche Weise künstlich manipulieren, etwa mit beheizten Gewächshäusern oder künstlicher Belichtung. Weitaus schwerer zu definieren ist der Begriff Regionalität. Wie weit reicht eine Region? Und welche Transportdistanz kann noch mit dem Regionalitätskonzept vereinbart werden? Schwierigkeiten ergeben sich dabei vor allem aus der vielfältigen, sowohl umgangssprachlichen als auch wissenschaftlichen Verwendung des Begriffs. Tatsächlich existiert keine rechtlich anerkannte Definition für die Begriffe „Region“ oder „regionale Lebensmittelerzeugung“ und damit einhergehend keinerlei verbindliche Kriterien für eine derartige Kennzeichnung (vgl. Wiesmann et al. 2015). Die Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) kritisiert zusätzlich, dass sich oft nicht erkennen lässt, ob sich die Begriffsbezeichnung „regional“ auf den Ursprungsort der Rohstoffe, den Verarbeitungsort oder beides beziehe (vgl. [Deutscher Bundestag 2016](#)). Im Hinblick auf die Ökobilanzierung von Produkten kommt erschwerend hinzu, dass eine geringe geografische Distanz zum Produktionsort nicht zwingend mit einer geringeren CO₂ Bilanz einher geht. Für die Berechnung einer Klimabilanz von Produkten werden oftmals Lager- und Importerzeugnisse verglichen. Verschiedene Studien zeigen, dass importierte Produkte meist schlechter abschneiden als gelagerte Produkte aus der Region (vgl. Stoessel et al. 2012; Reinhardt et al. 2009). Mit einer längeren Lagerungsdauer nimmt der Emissionswert allerdings stetig zu und ist kurz vor der neuen Ernte am größten, sodass in einem begrenzten Zeitfenster Importwaren im Emissionsvergleich besser

abschneiden als entsprechende gelagerte regionale Produkte. Grundsätzlich geht der Trend zu zunehmend effizienteren und emissionsärmeren Technologien für das Betreiben von Kühlhäusern. So wird der Strom beispielsweise aus erneuerbaren Energiequellen bezogen und effizientere Isolierungen werden verbaut. Im Gegensatz dazu sind die Möglichkeiten zur Emissionsreduktion beim Transport mit Flugzeug oder Frachtschiffen sehr limitiert (vgl. Zhiyenbek et al. 2016). Zwar stammen nur 3,5 % der in Deutschland konsumierten Nahrungs- und Futtermittel aus dem nicht europäischen Ausland, jedoch machen sie bei dem durch Transport verursachten Emissionen einen Anteil von bis zu 39 % aus (vgl. Mayer et al. 2015). Im Rahmen des Klimaessens ließe sich daher prüfen, inwiefern Importprodukte wie Quinoa häufiger durch regionale Alternativen ersetzt werden könnte. Ein Beispiel dafür ist Hirse, die dank eines Forschungsprojekts der Humboldt-Universität seit einigen Jahren wieder im Land Brandenburg kultiviert werden kann (siehe [Hirse 2006](#)).

Durch die globale Produktion von Nahrungsmitteln haben sich immer längere und komplexere Wertschöpfungsketten mit zahlreichen Zwischenschritten und großen Transportdistanzen etabliert. Reduzierte Nahrungsmittellieferketten lassen sich auf zwei verschiedene Arten interpretieren: auf einer räumlichen Ebene, in der sich Produktions-, Verarbeitungs- und Verkaufsprozesse in einer geografisch definierten Region abspielen, oder anhand einer sozialen Dimension, wobei durch gezielte Organisation die Anzahl an Zwischenhändlern vom Produzenten bis zum Konsumenten reduziert wird. Verkürzte Lieferketten begünstigen nicht nur die lokale Wirtschaft und den Wettbewerb innerhalb einer Region, sondern tragen auch zu mehr Transparenz und Informationen über die Herkunft eines Produktes bei. Durch kurze Transportwege, den Gebrauch von größtenteils lokal erzeugter, saisonaler Produkte und reduziertem Verpackungsaufwand können verkürzte Lieferketten signifikant dazu beitragen, Treibhausgasemissionen in der Nahrungsmittelindustrie zu senken (vgl. Doernberg et al. 2016). Viele verschiedene, räumlich getrennte Arbeitsschritte bei der Produktion von Lebensmitteln führen zu vermehrter Abfallproduktion, die durch Umstrukturierung vermeidbar wäre. Die Forderungen der Händler nach möglichst genormten Produkten hat die Entsorgung vieler genießbarer, jedoch nicht dem Standard entsprechender Lebensmittel zur Folge. Politik und Wirtschaft müssen an dieser Stelle zusammenarbeiten, um derartige Strukturen aufzubrechen und Nahrungsmittelwertschöpfungsketten nachhaltiger zu gestalten.

5.3.2 Verzicht auf Tierprodukte

Während beim Berliner Klimaessen gänzlich auf die Verwendung von Fleisch verzichtet wird, begnügen sich andere deutsche Studentenwerke damit, rotes Fleisch und tierische Produkte mit einem Fettanteil von über 15 % auszuschließen. Der deutsche Klimaschutzplan hält die Landwirtschaft für 8 % der gesamten deutschen Treibhausgasemissionen verantwortlich, wovon wiederum die Hälfte direkt auf die Tierhaltung zurückzuführen sei (vgl. [BMUB 2016](#)). Der CO₂-Fußabdruck von Nahrungsmitteln besteht aus zwei Bestandteilen: einerseits den direkten Emissionen durch Erzeugung, Verarbeitung, Transport, Lagerung und Zubereitung von Lebensmitteln, andererseits den indirekten Emissionen, freigesetzt durch Landnutzungsänderungen

wie die Umwandlung von Wäldern in Agrarflächen. Innerhalb der Ernährung eines durchschnittlichen fleisshessenden Deutschen macht Fleischkonsum mehr als 40 Prozent der direkt verursachten Treibhausgasemissionen aus. Betrachtet man den Gesamtkonsum tierischer Produkte, handelt es sich sogar um einen Anteil von 70 Prozent an den jährlichen Gesamtemissionen. Rindfleisch hat unter den Fleischerzeugnissen die schlechteste Klimabilanz, nämlich 20,65 kg CO₂-Äquivalent je kg Nahrungsmittel. Geflügelfleisch hingegen verursacht nur 4,22 kg CO₂-Äquivalent je kg Nahrungsmittel und ist insofern tatsächlich deutlich emissionsärmer (vgl. Noleppa & von Witzke 2012). Die indirekten Treibhausgasemissionen eines Produktes können nicht von Verbrauchszahlen abgelesen werden, sondern leiten sich von Veränderungen im Ernährungsverhalten über einen bestimmten Zeitraum ab. Der Mehrverzehr eines bestimmten Erzeugnisses steigert dessen Produktion und verursacht in Folge dessen Landnutzungsveränderungen durch das Ausweiten landwirtschaftlicher Flächen. Betrachtet man die zusätzliche Flächeninanspruchnahme für die Erzeugung verschiedener Fleischerzeugnisse, so lag Geflügelfleisch im Jahr 2010 bei den indirekten Treibhausgasemissionen sogar vor Schweine- bzw. Rindfleisch (vgl. ebd.).

Im Gegensatz zu Fleischprodukten befinden sich die direkten Treibhausgasemissionen von pflanzlichen Produkten wie Obst, Gemüse oder Getreideerzeugnissen auf einem sehr viel niedrigeren Niveau von 0,9 bis 1,7 kg CO₂-Äquivalent pro kg Nahrungsmittel. Ein authentisches Klimaessen sollte demnach also – so wie es beim Berliner Klimaessen der Fall ist – nicht nur auf rotes Fleisch, sondern möglichst gänzlich auf Fleischprodukte verzichten. Laut WWF reduziert sich der Klimafußabdruck der Ernährung mit einer Umstellung von omnivorer auf vegetarische Ernährung um 24 % und bei einem Wechsel zu veganer Ernährung sogar um 40 %. Im Vergleich dazu vermindert die Verwendung ausschließlich regionaler Produkte den Fußabdruck lediglich um 4 %. Demnach lassen sich ernährungsbedingte Emissionen durch einen Verzicht auf tierische Produkte zehnmal wirksamer senken als durch den Gebrauch regionaler und damit häufig verbunden saisonaler Produkte (vgl. WWF 2018). Angesichts dieses enormen Einsparpotentials und des nicht minder großen Einsparbedarfs, den die Klimaziele 2020 und 2050 implizieren (vgl. [Umweltbundesamt 2018](#)), lässt sich fragen, wie sich das Klimaessen und das gesamte Mensaangebot zueinander verhalten sollten. Kann das Klimaessen, ergänzt durch die weiteren veganen Angebote, die gewünschten Erfolge garantieren oder sollte insgesamt noch stärker auf Tierprodukte verzichtet werden? Schritte wie das Verbannen von z.B. Rindfleisch oder die Umstrukturierung der Subventionspolitik sollten in einer öffentlichen Mensa angesichts der spürbaren Klimafolgen diskutiert werden – so auch der „VeggieDay“, den sich in Frage 11 immerhin 36 % der Befragten wünschten.

Auch in einer insgesamt emissionsärmeren Mensa könnte das Klimaessen dann noch immer durch seinen Verzicht auf Tiefgekühltes und möglichst auch weitere Bemühungen in Hinblick auf Saisonalität, Regionalität und kurze Lieferketten hervorstechen.

5.4 Schlussbemerkung

In diesem Bericht haben wir die Online-Umfrage zum Klimaessen des studierendenWERKS BERLIN ausgewertet, die zwischen dem 29.01. und 28.02.2018 von mehr als 1700 Mensagästen beantwortet wurde, was einem Anteil von über 4 % der täglichen Mensagäste entspricht. Im Kapitel 2 wurde deutlich, dass einige Studierendenwerke mit solchen klimafreundlichen Angeboten auf die Erkenntnis reagieren, dass bestimmte Ernährungsweisen, Verarbeitungs- und Transportformen durch einen hohen Treibhausgasausstoß unverhältnismäßig stark zum Klimawandel beitragen.

Die Befragung zum Klimabaum und deren Analyse gingen vereinfachend vor und erheben nicht den Anspruch, die komplexen Vorgänge widerspiegeln zu können, innerhalb derer unterschiedlichste Kund*innen an den Theken der Berliner Uni-Mensen tagtäglich ihr Essen auswählen. Im Kapitel 3 wurde unser methodisches Vorgehen erläutert und im Kapitel 4.1.2 z.B. verwiesen wir auf einige Problematiken der Interpretationsleistungen, die sowohl mit der Erstellung als auch der Beantwortung und der Analyse der Fragebögen verknüpft waren.

Auch wenn der Bericht somit viele Fragen offenlässt, soll er doch dazu einladen, eine Debatte zu führen – in zweierlei Hinsicht. Einerseits lädt er dazu ein, zu diskutieren, wie das Klimaessen bekannter und stärker nachgefragt werden könnte. Andererseits bietet er eine Grundlage, um sich noch einmal mit der Transparenz der Klimabaum-Kriterien auseinanderzusetzen.

Dazu haben wir im Kapitel 4 dargelegt, wie sich die Kenntnis und Nutzung des Klimaessens und auch das Wissen um seine Kriterien in Bezug auf unsere Datengrundlage einschätzen lässt. Das Klimaessen wurde von knapp einem Drittel der Befragten regelmäßig bewusst gewählt. Da für die meisten Befragten das Aussehen und der Geschmack bezüglich ihrer Menüwahl als weitaus wichtiger eingeschätzt wurde als die Umwelt und sogar als der Preis, tut sich hier ein Spielraum auf, um das klimafreundliche Gericht beliebter zu machen (siehe Kapitel 5.2).

Während das Klimabaum-Logo unter den Stammgästen der Mensa mehrheitlich bekannt war, zeigten sich in unserer Wissensabfrage große Diskrepanzen zwischen den Erwartungen an das Siegel und seinen eigentlichen Merkmalen. In Kapitel 5.1 haben wir einige Anregungen zusammengetragen, wie die Informationspolitik zum Klimabaum transparenter und wirkungsvoller gestaltet werden könnte; etwa eine aussagekräftige Legende oder Informationstafeln im Ausgabebereich.

Mehr als 80 % der Befragten nahmen fälschlicherweise an, dass das Klimaessen ausschließlich saisonale, regionale Produkte verarbeite, die zudem klimafreundlich verpackt werden und pro Gericht eine gewisse CO₂-Grenze einhalten (siehe Kapitel 4.2). Verschiedene Studien zeigen jedoch, dass das Einsparpotential einer vegetarischen und v.a. einer veganen Ernährung höher zu bemessen sei (Kapitel 5.3). Obwohl der Verzicht auf Tierprodukte ein zentrales Klimabaum-Merkmal ist, glaubte nur ein knappes Drittel der Befragten, dass das Klimaessen vegan ist. Im Idealfall sollten beide Positionen aufeinander zu gehen: Das studierendenWERK könnte die Mensagäste besser über die Effekte von Tierprodukten informieren. Im Gegenzug könnten – auch unter Einbezug der Politik – Wege gesucht werden, um Themen wie Regionalität stärker im Profil des Klimabaums zu verankern.

Abbildungs- und Literaturverzeichnis

Abbildungen

Abb. 1: STW Berlin 2018: Vegetarisches und veganes Angebot. <https://www.stw.berlin/mens/themen/vegetarisches-und-veganes-angebot.html> [letzter Aufruf: 02.06.2018]

Abb. 2: Klima ohne Grenzen gemeinnützige GmbH (2013): Abschlussbericht. Ermittlung der Klimabilanz für die in Mensen und Cafeterien des Studentenwerkes Berlin verwendeten Nahrungs- und Genussmittel, S. 5.

Abb. 3: Kompetenzzentrum Nachhaltige Universität 2017: <https://www.nachhaltige.uni-hamburg.de/kompetenzzentrum/veranstaltungen/aktionstage-nachhaltigkeit/programm-2017/5-klimateller.html> [Letzter Aufruf: 27.05.2018]

Abb. 4: STW SH: <https://www.studentenwerk.sh/de/essen/nachhaltigkeit-und-ernaehrung/index.html#1108> [letzter Aufruf: 02.06.2018]

Tab. 1: Themenklasse 17/18, Stichprobengröße für die Auswertung der Fragen.

Tab 2: Themenklasse 17/18, Fragekombinationen im Überblick.

Tab. 3: Themenklasse 17/18, Frage 6 (siehe Anhang 2)

Tab. 4: Themenklasse 17/18, Kombination Frage 3 und 6.1 (siehe Anhang 3)

Tab. 5: Themenklasse 17/18, Frage 8 (siehe Anhang 2)

Tab. 6: Themenklasse 17/18, Kombination Frage 8.1 und 6.1 (siehe Anhang 3)

Tab. 7: Themenklasse 17/18, Frage 5 (siehe Anhang 2)

Tab. 8: Themenklasse 17/18, Kombination Frage 5.3 und 6.1 (siehe Anhang 3)

Tab. 9: Themenklasse 17/18, Kombination Frage 5.4 und 6.1 (siehe Anhang 3)

Tab. 10 und Abb. 5: Themenklasse 17/18, Frage 7 (siehe Anhang 2)

Tab. 11: Themenklasse 17/18, Kombination Frage 7 und 6.1 (siehe Anhang 3)

Tab. 12a-c: Themenklasse 17/18, Kombination Frage 7 und 8 (siehe Anhang 3)

Abb. 6: Themenklasse 17/18, Frage 4 (siehe Anhang 2)

Abb. 7 und 8: STW Berlin 2018c: Speiseplan. <https://www.stw.berlin/mensen/mensa-hu-s%C3%BCd.html> [letzter Aufruf: 03.06.2018]

Tab. 13: Themenklasse 17/18, Frage 9 (siehe Anhang 2)

Literatur

- Abbis et al. (2017): An Analysis of the Sustainability of the Increasing Consumption of Bolivian and Peruvian Quinoa at University Canteens in Berlin. In: *THESys Discussion Paper* 2017-2. [Onlinefassung: <https://edoc.hu-berlin.de/handle/18452/19176>]
- Aguilera, E. et al. (2015): Greenhouse gas emissions from conventional and organic cropping systems in Spain. I. Herbaceous crops. In: *Agronomy for Sustainable Development* 35(2), S. 713–724.
- Barth, M. et al. (2011): Nachhaltigen Konsum fördern durch partizipative Interventionsentwicklung in Bildungseinrichtungen. In: *Zeitschrift für internationale Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik* 34(September), S. 20–26.
- Bos, J. F. F. P. et al. (2014): Energy use and greenhouse gas emissions in organic and conventional farming systems in the Netherlands. In: *NJAS - Wageningen Journal of Life Sciences* 68, S. 61–70.
- BMUB (2016): Klimaschutzplan 2050 - Klimaschutzpolitische Grundsätze und Ziele der Bundesregierung, S. 1–96. [Onlinefassung: http://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Download_PDF/Klimaschutz/klimaschutzplan_2050_bf.pdf]
- Byatt, S. I. et al. (2006): The Stern Review: A Dual Critique. In: *World economics* 7(4), S. 165–232.
- Deutscher Bundestag (2016): Dokumentation zum Begriff der Regionalität bei der Lebensmittelerzeugung. [Onlinefassung: <https://www.bundestag.de/blob/421390/fbe9c9758380c056946fbc59edb3d77b/wd-5-022-16-pdf-data.pdf>]
- Doernberg, A. et al. (2016): Potentials and Limitations of Regional Organic Food Supply: A Qualitative Analysis of Two Food Chain Types in the Berlin Metropolitan Region. In: *Sustainability* 8(11), S. 1125.
- Fritsche, U. R. & Eberle, U. (2007): Treibhausgasemissionen durch Erzeugung und Verarbeitung von Lebensmitteln. [Onlinefassung: <https://www.oeko.de/oekodoc/328/2007-011-de.pdf>]
- Garnett, T. (2011): Where are the best opportunities for reducing greenhouse gas emissions in the food system (including the food chain)? In: *Food Policy* 36, S. S23–S32.

- Greenpeace (Hrsg.) (2007): Klimaflüchtlinge - Die verleugnete Katastrophe. [Onlineausgabe: https://www.greenpeace.de/files/klimafluechtlinge_endv_0.PDF]
- Klima ohne Grenzen gemeinnützige GmbH (2013): Abschlussbericht. Ermittlung der Klimabilanz für die in Mensen und Cafeterien des Studentenwerkes Berlin verwendeten Nahrungs- und Genussmittel.
- Mayer, H. et al. (2015): Daten zur Umwelt. Umwelt, Haushalte und Konsum. | Ausgabe 2015. [Onlinefassung: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/daten_zur_umwelt_umwelt_haushalte_und_konsum_2.pdf]
- Middendorff, E. et al. 2017: Die wirtschaftliche und soziale Lage der Studierenden in Deutschland 2016. [Onlinefassung: http://www.sozialerhebung.de/download/21/Soz21_hauptbericht.pdf]
- Noleppa, S., & von Witzke, H. (2012): 'Klimawandel auf dem Teller', Ernährung–Nahrungsmittelverluste–Klimawirksamkeit. Hrsg. von WWF-Deutschland. [Onlinefassung: https://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/Klimawandel_auf_dem_Teller.pdf]
- Popp, A. et al. (2010): Food consumption, diet shifts and associated non-CO₂ greenhouse gases from agricultural production. In: *Global Environmental Change* 20(3), S. 451–462.
- Reinhardt, G. et al. (2009): Ökologische Optimierung regional erzeugter Lebensmittel: Energie und Klimagasbilanzen. S. 60. [Onlinefassung: https://www.ifeu.de/wp-content/uploads/Langfassung_Lebensmittel_IFEU_2009.pdf]
- Stoessel, F. et al. (2012): Life cycle inventory and carbon and water footprint of fruits and vegetables: Application to a swiss retailer. In: *Environmental Science and Technology* 46(6), S. 3253–3262.
- Taddicken, M. (2009): Methodeneffekte von Web-Befragungen: Soziale Erwünschtheit vs. Soziale Entkontextualisierung. In: *Umfrageforschung*. Hrsg. von Weichbold M. u.a. Wiesbaden.
- Taylor, C. (2000): Dissertation Ökologische Bewertung von Ernährungsweisen anhand ausgewählter Indikatoren. [Onlinefassung: geb.uni-giessen.de/geb/volltexte/2000/273/pdf/d000074.pdf?origin=publication]
- von Koerber, K. and Kretschmer, J. (2009): Ernährung und Klima: Nachhaltiger Konsum ist ein Beitrag zum Klimaschutz. In: *Der kritische Agrarbericht 2009*. S. 280-285.
- Wahlen, S. et al. (2012): Endorsing Sustainable Food Consumption: Prospects from Public Catering. In: *Journal of Consumer Policy* 35(1), S. 7–21.
- Wiesmann, J et al. (2015): Erfolgsfaktoren und Schwachstellen der Vermarktung regionaler Erzeugnisse. [Onlinefassung: https://www4.fh-swf.de/media/downloads/igreen/projektberichte/2015_Forschungsbericht_Regionalvermarktung_FH_SWF_download.pdf]

Zhiyenbek, A. et al. (2016): Ökobilanzierung Früchte- und Gemüseproduktion eine Entscheidungsunterstützung für ökologisches Einkaufen. S. 1–33. [Onlinefassung: https://www.wwf.ch/.../2017-02-Studie-Fruerche-und-Gemuese-Oekobilanz_0.pdf]

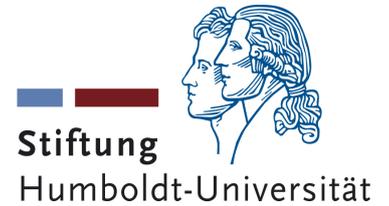
Internetquellen

- DSW (2017): Studentenwerke im Zahlenspiegel. https://www.studentenwerke.de/sites/default/files/dsw_zahlenspiegel_2016_2017_internet.pdf
- DSW (2018): Nachhaltige Einkaufsrichtlinien. <https://www.studentenwerke.de/de/node/956> [letzter Aufruf 02.06.2018]
- EC (2007): Council Regulation (EC) No 834/2007 of 28 June 2007 on organic production and labelling of organic products and repealing Regulation (EEC) No 2092/91. <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2007:189:0001:0023:EN:PDF> [letzter Aufruf 02.06.2018]
- GuteGüte (2017): Bio vs. regional vs. saisonal: die Schlacht der großen Drei und: Aus Bauernhand mit Ja! Natürlich. <https://www.guteguete.at/2017/07/bio-vs-regional-vs-saisonal-die-schlacht-der-grossen-drei-und-aus-bauernhand-mit-ja-natuerlich.html> [letzter Aufruf 01.06. 2018]
- Hirseühle (2006): Der Weg zur Wiederinkultur der Rispenhirse. http://www.hirseuehle.de/hirse_htmls/hirse_wiedereinfuehrung.htm [letzter Aufruf 03.06.2018]
- HU Berlin (2016): Daten und Zahlen zur Humboldt-Universität. <https://www.hu-berlin.de/de/ueberblick/humboldt-universitaet-zu-berlin/daten-und-zahlen/standardseite> [letzter Aufruf 02.06.2018]
- PETA (2017): PETA zeichnet die vegan-freundlichste Mensa 2017 aus. <https://www.peta.de/mensa-2017> [letzter Aufruf 02.06.2018]
- STW Berlin (2018): Vegetarisches und veganes Angebot. <https://www.stw.berlin/mens/themen/vegetarisches-und-veganes-angebot.html> [letzter Aufruf: 02.06.2018]
- STW Berlin (2018b): Eco-Management and Audit Scheme. <https://www.stw.berlin/mens/themen/emas.html> [letzter Aufruf: 24.07.2018]
- STW Berlin (2018c): Speiseplan. <https://www.stw.berlin/mensen/mensa-hu-s%C3%BCd.html> [letzter Aufruf: 03.06.2018]
- STW Hamburg (2018): KlimaTeller. <https://www.studierendenwerk-hamburg.de/studierendenwerk/de/essen/lebensmittelinformationen/Umwelt-und-Gesundheit/Umwelt-und-Gesundheit.php#Umwelt%20und%20Gesundheit> [letzter Aufruf 02.06.2018]
- STW SH (2018): Klima-Essen. <https://www.studentenwerk.sh/de/essen/nachhaltigkeit-und-ernaehrung/index.html#1108> [letzter Aufruf 02.06.2018]

WWF (2017): Fleisch und Milchprodukte. <https://www.wwf.ch/de/unsere-ziele/fleisch-und-milchprodukte> [letzter Aufruf 02.06.2018]



Die Themenklasse Nachhaltigkeit
& Globale Gerechtigkeit wird
unterstützt durch die



Humboldt-Universität zu Berlin
IRI THESys
Unter den Linden 6
10099 Berlin

Offices: Friedrichstr. 191, 10117 Berlin

Joining sustainable pathways

At IRI THESys, the Integrative Research Institute on Transformations of Human-Environment Systems, scientists from humanities, social and natural sciences collaborate to solve interdisciplinary research questions related to the societal challenges of transforming human-environment systems.

www.iri-thesys.org