



## PRESSEINFORMATION

25. Januar 2023

### Kontakte für fachliche Fragen:

Prof. Dr. Joachim Gassen  
Humboldt-Universität zu  
Berlin

Prof. Dr. Thorsten Sellhorn  
LMU München

### Mail:

[gassen@wiwi.hu-berlin.de](mailto:gassen@wiwi.hu-berlin.de)

[sellhorn@lmu.de](mailto:sellhorn@lmu.de)

### Sprecherin des TRR 266

Prof. Dr. Caren Sureth-Sloane  
Universität Paderborn

Tel.: 05251 60 1782

Mail: [caren.sureth@upb.de](mailto:caren.sureth@upb.de)

## CO<sub>2</sub>-Angaben beeinflussen Essverhalten

*Forschende veröffentlichen Daten eines Feldexperiments in einer der größten Mensen des Münchner Studentenwerks*

*Nachhaltiger essen – ein Neujahrsvorsatz für viele Menschen, die mit dem Veganuary ins neue Jahr gestartet sind. Doch das eigene Konsumverhalten zu ändern, ist nicht immer leicht. Helfen könnten dabei CO<sub>2</sub>-Label. Forschende des TRR 266 Accounting for Transparency von der HU Berlin, der LMU München und der Aalto Universität (Finnland) haben in einem Feldexperiment herausgefunden, dass die CO<sub>2</sub>-Kennzeichnung von Lebensmitteln Menschen dazu bewegt, nachhaltiger zu essen. Entscheidend dabei ist, wie die Informationen dargestellt werden. Wurden CO<sub>2</sub>-Angaben in Ampelfarben visualisiert oder als Umweltkosten präsentiert, war der Effekt am größten.*

Nachhaltiger Lebensmittelkonsum ist nicht nur ein Neujahrsvorsatz der aktuell trendet, sondern auch Teil der politischen Agenda der Bundesregierung. Im Dezember hatte sich Bundeslandwirtschaftsminister Cem Özdemir für gesünderes und nachhaltigeres Essen in Kantinen und Mensen ausgesprochen. Dies wäre ein erster Schritt hin zu einem nachhaltigeren Lebensmittelkonsum. Immerhin essen sechs Millionen Menschen in Deutschland mittags auswärts – in Kantinen und Mensen oder vergleichbaren Einrichtungen. Die neue Ernährungsstrategie soll Ende 2023 beschlossen werden.

Doch was ist notwendig, damit Verbraucher ihr Essverhalten tatsächlich ändern? Hier setzt die Studie des TRR 266 an. Die Erkenntnisse der Feldstudie können dabei helfen, CO<sub>2</sub>-Label zu entwickeln, die Verbraucher zu einem nachhaltigeren Konsum bewegen: „In unserer Studie zeigen wir, dass die Angabe von Emissionsdaten die Nachfrage nach CO<sub>2</sub>-intensiven Gerichten wie Fleisch und Fisch reduziert und damit den gesamten CO<sub>2</sub>-Fußabdruck des gewählten Essens verringert“, erläutert Prof. Dr. Joachim Gassen, Professor für Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung an der Humboldt-Universität zu Berlin. „Dieser Effekt ist besonders ausgeprägt, wenn die CO<sub>2</sub>-Angaben in Ampelfarben visualisiert oder als Umweltkosten in Euro je 100 g präsentiert werden“, so Gassen weiter.

Durchgeführt wurde das 10-tägige Feldexperiment in einer der größten Mensen des Studentenwerks München, der Mensa Leopoldstraße. Im Versuchszeitraum wurde über 8.000 Mensabesuchern über die Menüdisplays nicht nur die üblichen Informationen, wie die Preise der Gerichte oder ihre Hauptzutaten, angezeigt, sondern auch, wie hoch der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck des jeweiligen Gerichts ist. Die Darstellung der CO<sub>2</sub>-Angaben wurde während des Experiments einmal pro Tag geändert, um zu testen, welche Darstellungsweisen das Verbraucherverhalten am stärksten beeinflusst.

So wurden manche Besucher darüber informiert, wie hoch die Umweltkosten in Euro sind, die ihr Mittagessen verursacht. Andere wiederum erfuhren über die Displays, wie viel ihres täglichen CO<sub>2</sub>-Budgets durch das gewählte Gericht

verbraucht wird. Wiederum andere wurden über die durch das Gericht verursachten CO<sub>2</sub>-Emissionen in Gramm informiert. Die Angaben wurden zusätzlich durch eine Kodierung in Ampelfarben (grün, gelb, rot) ergänzt. Den größten Effekt hatte es letztlich, wenn die Besucher erfuhren, wie viel Euro an Umweltschäden ihr Mittagessen verursacht. Auf diese Weise wurden bis zu knapp zehn Prozent weniger CO<sub>2</sub> durch die Mahlzeiten verursacht als ohne die Information über die CO<sub>2</sub>-Emissionen.

Für das TRR 266-Forscherteam zeigt die Studie konkrete Ansatzpunkte für Politik und Unternehmen, nachhaltigeres Verhalten zu unterstützen: „Unser Experiment macht deutlich, dass Informationen zum CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu einer Verhaltensänderung bei Konsumenten führen können. Diese Erkenntnis kann Politik und Wirtschaft dabei helfen, geeignete Maßnahmen für eine nachhaltigere Zukunft zu ergreifen“, erklärt Prof. Dr. Thorsten Sellhorn, Professor für Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung an der LMU München. „Unternehmen könnten sich beispielsweise freiwillig dazu entscheiden, CO<sub>2</sub>-Angaben für Lebensmittel oder andere Produkte und Dienstleistungen auszuweisen.“

Nicht nur für das Forscherteam auch für die Verantwortlichen der Mensa war das Experiment eine Herzensangelegenheit: „Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein sind für uns wichtige Werte, auf die wir beim Betrieb unserer Mensen großen Wert legen. Daher haben wir dieses Projekt sehr gerne unterstützt“, so Ralf Daumann, Abteilungsleiter Hochschulgastronomie beim Studentenwerk München.

***Weitere Informationen zur Studie*** sowie Video- und Fotomaterial finden Sie auf unserer Website: [„Können CO<sub>2</sub>-Angaben auf Lebensmitteln das Essverhalten beeinflussen?“](#)

*An dem Projekt waren Dr. Ann-Kristin Großkopf und Prof. Dr. Thorsten Sellhorn von der LMU München, Dr. Rico Chaskel, Simone Euler und Prof Dr. Joachim Gassen von der HU Berlin sowie Dr. Bianca Beyer, Assistant Professor von der Aalto Universität in Finnland beteiligt.*

## **Hintergrundinformationen**

*Der Sonderforschungsbereich (SFB) „TRR 266 Accounting for Transparency“ startete im Juli 2019 und wird von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) für zunächst vier Jahre gefördert. Er ist der erste SFB mit betriebswirtschaftlichem Schwerpunkt. Am SFB sind über 100 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler von acht Universitäten beteiligt: Universität Paderborn (Sprecherhochschule), Humboldt-Universität zu Berlin und Universität Mannheim, zudem Forscherinnen und Forscher von der Ludwig-Maximilians-Universität München sowie der ESMT Berlin, Frankfurt School of Finance & Management, Goethe-Universität Frankfurt am Main und der WHU - Otto Beisheim School of Management. Die Forscherinnen und Forscher untersuchen, wie Rechnungswesen und Besteuerung die Transparenz von Unternehmen beeinflussen und wie sich Regulierungen und Unternehmenstransparenz auf Wirtschaft und Gesellschaft auswirken. Das Fördervolumen des SFBs beträgt rund 12 Millionen Euro.*