

Kommentar zum EU-Projekt „BioBio“

Transfer der Resultate der Berggebietenforschung

Kommentar aus Konsumentensicht

Konsumentenvertretung in BioBio

- Schon bei der Projekteingabe
Konsumentenvertretung dabei
- Teilnahme an Kick-off-Meeting März 2009
- Teilnahme an Meeting in Brüssel Okt. 2009
- Teilnahme in der Fallstudienregion Schweiz,
Stalden OW

Konsumentenvertretung in BioBio

Fragen:

- Die Interessen welcher Konsument/innen sind nun im Projekt deponiert?
- Wie fließen die Resultate des Projektes zurück an welche Konsument/innen??
- Wer ist für die Transfers verantwortlich?

Klassifizierung der Konsument/innen

1. Spassliebende Abenteurer (13.7%)
2. Bodenständige Pragmatiker (14.2%)
3. Kreative Aktivisten (11.3%)
4. Werteorientierte Idealisten (11%)

Klassifizierung der Konsument/innen

5. Gesetzestreue Konservative (12,7%)
6. Materialistische Erfolgssucher (12.2%)
7. Tolerante Fürsorgliche (11.1%)
8. Vielseitige Entdecker (13.7%)

Interesse an Umweltfragen haben:

Kreative Aktivisten

Werteorientierte Idealisten

zusammen: 22%

Tendenz auch bei anderen Gruppen steigend !!

Diese könnten auch Interesse an
Berggebietsforschung und Biodiversität haben

Konsumentenvertretung

SKS und kf stellen Konsumentenvertretung in verschiedensten Organisationen sicher: kf hat Vertreter(innen) in 46 eidgenössischen und regionalen Kommissionen und Arbeitsgruppen von „Unabhängige Rekursinstanz Hotellerie“ über „Energiestrategie 2035“ bis „Swiss Food Research“

12 Personen nehmen diese Aufgaben wahr



Das Engagement der Migros für die Natur spiegelt sich auch im Sortiment wider: Die natürlichen Labels zeigen auf einen Blick, welche Produkte besonders ökologisch oder biologisch hergestellt sind.

Konsument /innen + Biodiversität

Für die meisten Konsumentinnen und Konsumenten

- schwer fassbar (noch?)
- Nicht von brennendem Interesse
- Altbekannte Begriffe: z.B. „Bio“ oder „ohne Zusatzstoffe“ sind positiv besetzt (hat jahrzehntelange Informationsarbeit gebraucht)

Potentielle Interesse der Konsument/innen an Resultaten aus

Berggebietsforschung / Biodiversitätsforschung am ehesten in folgenden Bereichen:

- Umwelt schützen + „natürlich“ produzieren
- tiergerecht produzieren
- Nachhaltigkeit

UND

Last but not least:

- Effizienter Einsatz von Steuergeldern
(mehr als 22% der Konsumenten!)

Resultate des Projektes BioBio sind
Biodiversitätsparameter

Frage:

Was kann eine Konsumentin / ein Konsument
mit Biodiversitätsparametern anfangen?

Es wird Übersetzungsarbeit nötig sein:

>>> Frage: Wer leistet diese?

Es interessieren sich für die Resultate des BioBio-Projektes:

- Politik und Behörden
- Betroffene Landbesitzer (Landnutzer)
- Konsument/innen nur INDIREKT
- Produzenten, Handel, Tourismus

Es interessieren sich für die Resultate des BioBio-Projektes

- Konsument/innen nur INDIREKT:
 - Vorschriften verbieten z.B. den Zutritt zu bestimmten Gebieten (Hängegleitersperrzonen etc.)
 - Neue Kennzeichnungen tauchen im Handel auf (neue Labels)
 - Neue Angebote für Freizeitaktivitäten tauchen auf (wandern in Biosphärenreservaten... etc.)

Es interessieren sich für die Resultate des BioBio-Projektes

- Produzenten, Handel, Tourismus
 - Neue Möglichkeiten für Labels, spezielle Produktionsweisen, Chancen oder Risiken für die Vermarktung von Produkten, Landschaften, Dienstleistungen.....



Das Engagement der Migros für die Natur spiegelt sich auch im Sortiment wider: Die natürlichen Labels zeigen auf einen Blick, welche Produkte besonders ökologisch oder biologisch hergestellt sind.

Konsument/innen konsumieren:
Lebensmittel, Landschaft, Freizeitangebote
(all das auch vom und im Berggebiet)

- Sollen Resultate aus BioBio zur Lenkung von Kaufentscheidungen genutzt werden? Wer übersetzt?
- Labels sind heute eine Marketingstrategie! Nicht etwas, das die Konsumenten verlangen!

Konsument/innen sind Steuerzahler

Sollen die Resultate aus BioBio dazu benutzt werden, Staatsausgaben zu rechtfertigen/ anzupassen?

- Frage:
>>> Wer übersetzt die Resultate für die Entscheidungsträger?

Konsument/innen sind Menschen

Sollen die Resultate aus BioBio dazu dienen, die Menschen in Umwelt- und Biodiversitätsfragen zu sensibilisieren?

Wer soll das tun?

Wer leistet die Übersetzungsarbeit?

Welche Resultate erwartet das kf von BioBio?

Das kf als Organisation erwartet

- nachvollziehbare Parameter (selbstverständlich wissenschaftlich gesichert,)
- einfach zu kommunizierende Parameter
- Beitrag zum effizienten Umgang mit Steuergeldern (Beiträge an Ökologie in der Landwirtschaft und im Naturschutz sollen auch die gewünschten Resultate bringen)

Welche Resultate erwarten die Konsument/innen von BioBio

- Keine Erwartungen, da sie davon nichts wissen
- Keine Erwartungen, da fehlende Biodiversitätsparameter nicht das dringendste Problem für die meisten sind

>> >> also muss die Informations-, Transfer-, Übersetzungsarbeit von irgendjemandem geleistet werden, falls man eine breitere Öffentlichkeit erreichen will.

BioBio ist ein Beispiel für Biodiversitätsforschung, der Standort in der Schweiz ist im Berggebiet

Als Resultat werden Biodiversitätsparameter erwartet

Darauf haben die Konsumenten nicht gewartet, das unmittelbare Interesse dürfte gering sein

Kf als Organisation ist interessiert, hat aber die Kapazität nicht, die für das Leisten der Übersetzungsarbeit nötig wäre.

Zentrale Frage: Wer leistet die Transferarbeit?

Empfehlung: Budgetposten in Forschungsprojekten für den transfer

BioBio ist ein Beispiel für Biodiversitätsforschung,
der Standort in der Schweiz ist im Berggebiet

Als Resultat werden Biodiversitätsparameter
erwartet

Zentrale Frage: Wer leistet die Transferarbeit?

Empfehlung:

Budgetposten in Forschungsprojekten für den
Transfer zu vorsehen.

Ich hoffe, einen Gesprächsbeitrag
geleistet zu haben
und danke Ihnen für die
Aufmerksamkeit!

