

Kritische Bewertung des Projekts

Operative Ziele

Das operative Ziel „Anzeigen von Herkunft auf Karte“ wurde durch Markierung des Landes und des Mittelpunktes erreicht. Hierbei wurde sich für den Verzicht auf genauere Angaben entschieden, da in Deutschland, wenn überhaupt, nur die Angabe des Herkunftslandes verpflichtend ist. Beispielsweise Kartoffeln und Bananen sind davon ausgenommen, weshalb die verfügbaren Informationen für diese Produkte auf freiwillige Angaben der Händler stützen.¹ Des Weiteren kaufen Händler das importierte Obst und Gemüse von Importeuren, also Zwischenhändlern, die die Früchte von verschiedenen Produzenten eines (oder mehreren) Ländern ankaufen, weshalb sich nicht gewährleisten lässt das eine bestimmte Obst oder Gemüse Sorte bei einem Einzelhändler immer vom selben Erzeuger stammt.² Es existieren zwar Projekte, welche es dem Konsumenten ermöglichen bei bestimmten Händlern den genauen Anbauort von bestimmten Sorten herauszufinden³, allerdings bis dies die Norm oder sogar Vorschrift ist, ist es nicht möglich genauere Angaben zu tätigen und einzuzeichnen.

Das operative Ziel „Aufklärung über Nachhaltigkeit“ wurde durch das Errechnen und Anzeigen der kürz möglichen Strecken, welche ein Produkt zurücklegen muss, auf einer Karte sowie für Deutschland die farbliche Bewertung der vermutlichen Anbaumethode erreicht. Die Routen werden zwischen dem Mittelpunkt des Herkunftslandes und dem Mittelpunkt von Deutschland errechnet. Diese Routen werden nicht feingranular errechnet und angezeigt, da auch diese stark variieren. Es ist zwar ersichtlich, welche Flug- und Schifffahrtshäfen für den generellen Warenimport/Export genutzt werden, aber nicht woher genau das Gemüse kommt, welches dort verkauft wird, wo der Nutzende einkauft. Außerdem werden auf der Transportroute Zwischenstopps, beispielsweise in Reifereien in welchen unreif geernteten Früchten nachgereift werden⁴, eingelegt. Aus diesen Gründen würde bei dem aktuellen Informationsstand eine feinere Granularität der Transportrouten Fehlinformationen verbreiten.

Die farbliche Bewertung der Anbaumethoden setzt sich aus der Klimabelastung der Anbaumethoden zusammen. Hierzu wird ein Ampelsystem verwendet. Da der Anbau unter freiem Himmel die niedrigste Belastung und den geringsten Ressourcenverbrauch mit sich zieht, wird dies grün markiert. Gelb wird alles markiert, welches aus geschütztem Anbau stammt, dies bedeutet das mit Folie oder Vlies bedeckt angebaut wird. Außerdem gelb markiert werden Produkte aus kaum- oder unbeheizten Gewächshäusern sowie Produkte, die gelagert werden. Die rot markierten Produkte stammen aus beheizten Gewächshäusern.

Das operative Ziel „Aufklärung über Saisonalität“ wurde voll erreicht. Dem Nutzenden wird deutsches Obst und Gemüse klar hervorgehoben gezeigt, sowie zu jedem Produkt angezeigt ob und wann es aus deutschem Anbau verfügbar ist.

Taktische Ziele

Durch das Erreichen der operativen Ziele wurde die taktischen Ziele zumindest zu einem gewissen Grad schon erreicht. Beispielsweise das taktische Ziel „Regionale Produkte in den Vordergrund rücken“ wurde durch die deutliche Markierung von Deutschland als Herkunftsland zum Teil erreicht. Zum vollen Erreichen dieses Ziels wäre nun noch eine innerdeutsche Einordnung der Herkunft nötig. Diese ist Teil der Zukunftsvision dieses Projektes.

¹ (Verbraucherzentrale, 2020)

² (NetinBag, 2018)

³ (REWE, 2020)

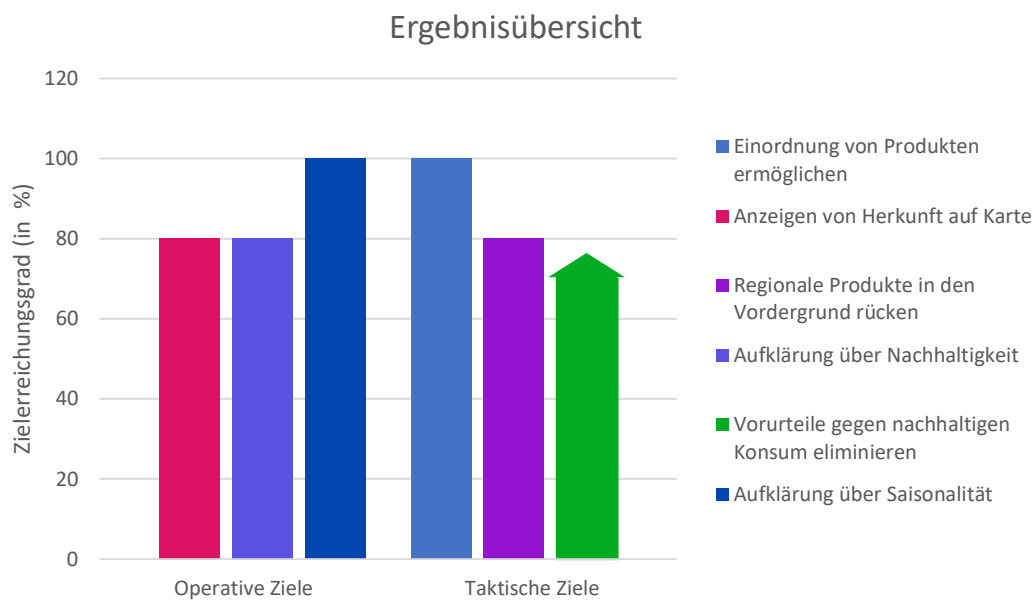
⁴ (Hütz-Adams & Ertener, 2012)

Das taktische Ziele „Einordnung von Produkten ermöglichen“ wurde voll erreicht. Der Nutzende bekommt Herkunftsinformation sowie Informationen und eine Bewertung bezüglich der Anbaumethode für heimische Produkte und kann so informiert eine Kaufentscheidung treffen. Durch die Darstellung auf einer Karte sowie das Anzeigen der Entfernungen bietet dem Nutzenden eine Vergleichsmöglichkeit und erinnert ihn an Distanzen. Des Weiteren wird durch das Aufzeigen eines Saisonkalenders der Nutzende darauf hingewiesen, dass dieses Produkt zu anderen Zeiten auch heimisch verfügbar ist, auch falls es nicht in Deutschland angebaut wird, wird der Nutzende darauf hingewiesen. Auch hier gibt es Ansatzpunkte in unserer Zukunftsvision für des Projekt, welche dem Nutzenden noch weitere Informationen bieten.

Der Erreichungsgrad des taktischen Ziels „Vorurteile gegen nachhaltigen Konsum eliminieren“ lässt sich schwer quantifizieren. Durch das Bereitstellen und kontextualisieren der Herkunftsinformationen durch das Anzeigen auf einer Karte sowie das Aufzeigen eines Saisonkalenders wird der Nutzenden auf nachhaltigere Entscheidungen hingewiesen.

Strategische Ziele

Der Erreichungsgrad der strategischen Ziele lässt sich momentan nur schwer Bewerten. Durch die hohen Erreichungsgrade der untergeordneten Ziele sowie der konkreten Ansatzpunkte für weitere Entwicklung lässt sich diese allerdings in Aussicht stellen.



Literaturverzeichnis

Hütz-Adams, F. & Ertener, L., 2012. *Von der Staupe bis zum Konsumenten-Die Wertschöpfungskette von Bananen*. [Online]

Available at: https://www.fairtrade.de/cms/media//pdf/von_der_staupe_bis_zum_konsumenten.pdf

NetinBag, 2018. *Was macht ein Obstimporteur?*. [Online]

Available at: <https://www.netinbag.com/de/education/what-does-a-fruit-importer-do.html>

REWE, 2020. <https://www.rewe.de/nachhaltigkeit/unsere-ziele/projekte/tropenprojekt/>. [Online]

Available at: <https://www.rewe.de/nachhaltigkeit/unsere-ziele/projekte/tropenprojekt/>

Verbraucherzentrale, 2020. *Herkunft von Lebensmitteln: Woher kommen Fleisch, Eier & Obst?*.

[Online]

Available at: <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/lebensmittel/kennzeichnung-und-inhaltsstoffe/herkunft-von-lebensmitteln-woher-kommen-fleisch-eier-obst-5431>