

Insekten kämen als Luxuslebensmittel besser an

Auch wenn Insekten als Lebensmittel seit über einem Jahr im Schweizer Handel sind, schrecken viele Konsumenten noch zurück. Eine Studie der Uni Bern zeigt nun, dass Insektenprodukte besser ankommen, wenn sie im Luxuspreissegment angeboten werden.



Insekten auf einem Markt in Myanmar (Burma).

Bild: Harish Shivaraman / Unsplash

Für die Umwelt und das Klima wäre es besser, wenn wir von Kuh und Schwein auf Heuschrecke und Mehlwurm umstiegen. Gesünder wäre es obendrein, aber Konsumentinnen und Konsumenten in westlichen Ländern finden die Idee meist nicht besonders attraktiv. Skepsis oder gar Ekel stehen dem Verzehr von Insekten im Weg.

«Da aber viele dieser Personen gerne Hummer oder Krebs essen – trotz des insektenartigen Aussehens –, ist es möglich, dass sich diese negative Einstellung gegenüber dem Verzehr von Insekten ändern könnte», sagt Sebastian Berger von der Universität Bern laut einer Mitteilung derselben vom Donnerstag. Gemeinsam mit Kollegen aus Köln und von der Hochschule St. Gallen untersuchte der Forscher deshalb, welche Rolle der Preis für die Vermarktung von Insekten spielt.

Wie sich herausstellte, könnten Mehlwurmburger und Co besser ankommen, wenn sie teurer verkauft werden. Denn von höherpreisigen Produkten erwarten die Kaufenden generell eine höhere Qualität. Ob das auch für Insektenprodukte gilt, war aber bisher unklar. «Unsere Untersuchungen zeigen, dass hochpreisige Insektenprodukte nicht nur besser bewertet werden, sondern diese Bewertungen auch auf weitere Insektenprodukte übertragen werden, für welche keinerlei Preisinformationen verfügbar sind», fasste Berger die Resultate laut Mitteilung zusammen.

Insektenbasierte Lebensmittel durch Subventionen billiger anzubieten und auf besseren Absatz zu hoffen, wäre demnach der falsche Ansatz. Wären die Produkte teurer, könnte die Nachfrage zwar kurzfristig zurückgehen, so Berger. Aber höhere Preise könnten helfen, die Einstellung der Konsumentinnen und Konsumenten zum Insektenverzehr zu ändern. Die Studie erschien kürzlich im «British Food Journal». (sda)

Publiziert am Freitag, 28. September 2018