

Zusammenfassung Diploma-Arbeit: “Genuss und Verantwortung”

Marlies Gruber, Kandidatennummer: 200057

Motivation

Wein ist ein Genussmittel, doch zunehmend wird es schwieriger, beim Genießen ein gutes Gewissen zu haben. Die Imperative unserer Gesellschaft ändern sich: Klimaschutz und Nachhaltigkeit sind Themen, die die Weinwirtschaft ebenso treffen wie andere Wirtschaftszweige. Hinzukommen gesundheitspolitische Diskussionen rund um Werbeverbote, Nährwert-Kennzeichnung, Health-Claims sowie Verkaufsrestriktionen im Sinne der Harm Reduction. Alkoholkonsum beginnt zunehmend kritisch gesehen zu werden. Weitere Trends wie individuelles Gesundheitsbestreben und ein neues Qualitätsparadigma seitens der Konsumenten erfordern eine Adaptierung des Angebots und des Angebotserlebnisses im Sinne der Entwicklung einer Kultur des bewussten Hedonismus. Dafür ist Genusskompetenz ein wesentliches Werkzeug für ein selbstbestimmtes und eigenverantwortliches Konsumverhalten, das sowohl ein Leben lang gesundheitszuträglich ist als auch den Zielen nachhaltiger Entwicklung entspricht.

Wirtschaftlich relevant ist das Thema, da bei generell sinkendem Alkoholkonsum Konsumentinnen und Konsumenten mit ausgeprägtem Genussverständnis vermehrt bereit sind, in höhere Qualitäten zu investieren und dafür auch vermehrt Informationen anfordern und Transparenzansprüche stellen. Ethische Relevanz weisen sowohl das Suchtpotenzial des Alkohols an sich und die Folgeerkrankungen eines übermäßigen Konsums als auch die Verantwortung im Sinne der Nachhaltigkeit auf – nicht nur in der ökologischen, sondern – und vor allem – auch in der sozialen und wirtschaftlichen Dimension.

Zielsetzung

Ziel der Arbeit ist es, Entwicklungen und Trends hinsichtlich des vielschichten Zusammenspiels von Genuss und Verantwortung auf gesellschaftlicher und politischer Ebene zu skizzieren und Empfehlungen für die Kommunikation abzuleiten.

Methodik

Anhand einer umfassenden Literaturrecherche sowie qualitativer Interviews mit Expertinnen und Experten der Philosophie, Wissenschaft und Kommunikationsbranche sowie Vertreterinnen und Vertretern der Wein- und Spirituosenwirtschaft und Interessensverbänden wurden die Hypothesen beleuchtet. Insgesamt wurden sechs Personen befragt, wodurch sich vielfältige Perspektiven einholen ließen.

Inhalt

Die Arbeit beschäftigt sich mit den grundlegenden Fragen des Zusammenhangs von Genuss und Verantwortung unter Gesundheits- und Nachhaltigkeitsaspekten.

Für die Diskussion rund um gesundheitsrelevante Themen bildet vor allem die Verortung von Alkohol als Genuss- und Suchtmittel den Ausgangspunkt, da sich alle Konsumierenden auf einem Kontinuum zwischen kompetentem Konsum und problematischem Verhalten bis hin zur Sucht befinden.

Zwar steigt der Anteil an Personen, die auf Alkohol gänzlich verzichten oder weniger trinken, vor allem in der jüngeren Generation. Gleichzeitig beginnen jedoch Menschen in immer jüngeren Jahren Alkohol zu trinken, wodurch von Expertenseite in den kommenden Dekaden ein Anstieg an problematischen Konsumationsmustern erwartet wird. Dabei ist zu berücksichtigen, dass nicht alle Teile der Gesellschaft im gleichen Ausmaß in der Lage sind, Verantwortung für ihr Verhalten zu übernehmen. Wesentlich für die individuelle Gesundheit und die volkswirtschaftliche Perspektive ist daher eine kollektive Genusskompetenz zu kommunizieren und auszubilden. Gesundheitspolitische Entwicklungen und Empfehlungen aus Fachkreisen deuten auf Zeiten mit einem künftig restriktiveren Umgang mit Alkohol hin.

Zudem werden Fragen der nachhaltigen Entwicklung im Rahmen von gesamtgesellschaftlicher Verantwortung und Kommunikation hin zu den Konsumentinnen und Konsumenten am Beispiel Wasserverbrauch, soziale Arbeitsbedingungen und Refundierung für Ökosystemleistungen beleuchtet.

Fazit

Der Alkoholkonsum befindet sich im Wandel, angetrieben von demographischen Veränderungen ebenso wie von einem im Jänner 2023 veröffentlichtem Statement der Weltgesundheitsorganisation. Diese Tendenzen werden sich à la longue auf die globale Alkoholpolitik sowie die sozialen Trinknormen auswirken, die beide auf eine deutliche Mengenreduktion und kritischere Haltung dem Alkoholkonsum gegenüber generell ausgerichtet sein werden. Der anhaltende Trend und die Notwendigkeit zur nachhaltigen Entwicklung erfordern zudem ein Bewusstsein auf mehreren Dimensionen und gesellschaftlichen Ebenen. In Summe bedeutet der Wandel für die Wein- und Spirituosenwirtschaft sowie die assoziierten Branchen von Handel, Tourismus bis hin zur Gastronomie: die Kommunikation muss sich noch deutlicher hin zu einem sehr bewussten und qualitäts- und anlassbezogenen Alkoholkonsum orientieren, bei dem Gesundheits- und Nachhaltigkeitsaspekten ebenso Rechnung getragen wird wie transparenten Einblicken in die Produktion.