



Foto: AMA Marketing

Was Konsumenten von Bio-Eiern halten

Wie wichtig Konsumentinnen und Konsumenten ethische Argumente sind, die über die gesetzlichen Bio-Richtlinien hinausgehen, wurde im Rahmen eines europäischen Forschungsprojektes untersucht. Am Beispiel von Bio-Eiern wurde über Regionalität, Tierhaltungsstandards und faire Preise diskutiert.

Fiktive Etiketten für Eier-Packungen mit den Slogans „Regionalität“, „Höhere Tierhaltungsstandards“ und „Faire Preise für Bäuerinnen und Bauern“ bildeten die Diskussionsgrundlage. Zusammengefasst lässt sich feststellen: Regionalität ist den Konsumentinnen und Konsumenten bei Bio-Eiern besonders wichtig, gefolgt von höheren Tierhaltungsstandards und fairen Preisen.

Regionalität ist ein zentrales Thema

Kurze Transportwege, weniger Umweltverschmutzung und die Förderung der Region sind Argumente, die bei der Kaufentscheidung zählen. Intensiv wurde diskutiert, was denn eine „Region“ genau sei. Manche lehnten einen nationalen Bezug prinzipiell ab und betonten ausdrücklich räumliche Nähe anstatt nationaler Grenzen als Bezugspunkt vorzuziehen. Einige wünschten sich Name, Adresse und Telefonnummer der Bäuerin beziehungsweise des Bauern

auf oder in der Eier-Packung, andere empfanden dies als Marketingtrick. Fast allen Befragten war es jedenfalls ein Anliegen, eine klein strukturierte Landwirtschaft zu unterstützen.

Freiland Eier oft mit Bio-Eiern verwechselt

Eine Freilandhaltung, das Wohlbefinden der Hennen und eine gentechnikfreie Fütterung waren für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer essentiell. Dem Großteil der Konsumierenden war der Unterschied zwischen Eiern aus Freilandhaltung und Bio-Eiern nicht bekannt. Der Wissensstand über Gentechnik war ebenfalls sehr unterschiedlich.

Faire Preise für viele ein neues Konzept

Das Argument „Faire Preise für Bäuerinnen und Bauern“ in Zusammenhang mit Bio-Eiern war für die meisten neu und wurde mit „Fairtrade-Produkten“ aus Entwicklungsländern

assoziiert. Prinzipiell verstanden die Konsumentinnen und Konsumenten die Anliegen der österreichischen Biobäuerinnen und Biobauern und waren gewillt, sie zu unterstützen. Gleichzeitig fühlten sich jedoch einige unter emotionalen Druck gesetzt, bei ihrer Kaufentscheidung an das Überleben von Bäuerinnen und Bauern denken zu müssen. Beim Argument „faire Preise“ sollten daher bei der Formulierung Ähnlichkeiten mit Fairtrade und Spendenaufrufen von Hilfsorganisationen vermieden werden.

Aufklärung ist gefragt

Auf oder in den Eierschachteln sind genaue und gut sichtbare Informationen zu Bio, Freilandhaltung und der Herkunft der Eier erwünscht. Der Zusammenhang zwischen biologischer Landwirtschaft und ökologischen Themen wie dem Klimawandel ist vielen nicht bewusst. Somit wird wieder einmal deutlich, dass der ganzheitliche Ansatz beziehungsweise Kreislaufgedanke der biologischen Landwirtschaft noch lange nicht ausreichend kommuniziert wurde und weiterhin Aufklärungsbedarf besteht. Die Diskussionen zeigten, dass die Konsumentinnen und Konsumenten an diesen Themen großes Interesse haben. Dieses Potenzial könnte in der Vermarktung zukünftig noch stärker genutzt werden.

DI Monika Hametter und Mag. Katharina Gössinger, Universität für Bodenkultur, Institut für Ökologischen Landbau