

## **Einstellungen, Einflussfaktoren und Verhaltensmuster zu Bio-Konsum – Eine Fallstudie über Mehrpersonenhaushalte mit geringer Kaufkraft**

Lehner, N.<sup>1</sup>, Fiala, V.<sup>2</sup> & Freyer, B.<sup>3</sup>

*Keywords: Bio-Lebensmittel, Kaufkraft, Konsumverhalten, Mehrpersonenhaushalte*

*Abstract: In order to investigate the attitude of persons with lower average income towards organic products multi-person households with little spending capacity were interviewed. One focus group consisted of seven people from households with young couples, the other with six persons were households of families with children. In addition, information was gathered via a questionnaire from each participant. Participants expressed their interest in organic food and most of them showed a demand for organic products. The respondents also recognized positive aspects in an organic diet, but a lot of doubt concerning the unique selling points and advantages of biological nutrition remain. Both groups assessed the higher price of organic products and their lower income as personal and general consumption barriers. However, the interviewees show an understanding for the reasons why organic products are more expensive and tolerate higher prices because of perceived product benefits. Product benefits appear to be the key of their interest in organic food. Both focus groups identified a lower education level as a general consumption barrier, although not as explicit as price and income. With an increase of family size, the respondents perceive organic consumption as more difficult; though female partners and children can be very conducive for an organic consumption. As a tactic to be able to afford organic products, participants mentioned abandonment and prioritization in their consumption.*

### **Einleitung und Zielsetzung**

Bio-Konsum ist sozial selektiv und wird häufig als Elitenphänomen wahrgenommen. Da eine Steigerung des Bio-Konsums auch in den weniger wohlhabenden Bevölkerungsschichten aus ökologischer, sozialer und gesundheitlicher Sicht erstrebenswert ist (Brunner 2007), zielte die Studie auf ein besseres Verständnis des Biolebensmittelverhaltens von Mehrpersonenhaushalten mit geringer Kaufkraft ab. Diese werden als relevant angesehen, da Mehrpersonenhaushalte einen Großteil der Bevölkerung ausmachen und oft ein geringes Einkommen aufweisen.

---

<sup>1</sup> Universität für Bodenkultur Wien - Institut für Ökologischen Landbau, Gregor-Mendel-Strasse 33, 1180, Wien, Österreich, [natalie.lehner@students.boku.ac.at](mailto:natalie.lehner@students.boku.ac.at)

<sup>2</sup> Universität für Bodenkultur Wien - Institut für Ökologischen Landbau, Gregor-Mendel-Strasse 33, 1180, Wien, Österreich, [valentin.fiala@boku.ac.at](mailto:valentin.fiala@boku.ac.at)

<sup>3</sup> Universität für Bodenkultur Wien - Institut für Ökologischen Landbau, Gregor-Mendel-Strasse 33, 1180, Wien, Österreich, [bernhard.freyer@boku.ac.at](mailto:bernhard.freyer@boku.ac.at)

## **Methode**

Zwei Fokus-Gruppen, eine mit sieben Personen aus jungen Paarhaushalten und eine mit sechs Personen aus Familienhaushalten mit Kindern, wurden zur Studie herangezogen. Beide Fokus-Gruppen wiesen ein relativ hohes Bildungsniveau auf. Für die Datenanalyse wurde eine zusammenfassende Inhaltsanalyse nach Mayring (2010) mittels der QDA-Software Atlas.ti verwendet. Zusätzlich füllte jeder der Teilnehmenden einen ergänzenden Fragebogen über Personendaten und Konsumverhalten aus. Als Anforderungen für eine Teilnahme mussten die Personen in einem Mehrpersonenhaushalt in familiärem Verhältnis leben; der Haushalt musste unter die definierte Einkommensschwelle fallen (Netto-Haushaltseinkommen max. 350 Euro über der Armutsgefährdungsschwelle 2016) und die Teilnehmenden mussten selbst aktiv für den Haushalt Einkäufe erledigen.

## **Ergebnisse**

Der Bio-Lebensmittelkauf richtet sich an erster Stelle nach dem Preis. Jedoch wird auch umwelt- und nachhaltigkeitsrelevanten Aspekten Bedeutung zugemessen. Alle Teilnehmenden, deren Haushaltseinkommen geringfügig über der Armutsgefährdungsschwelle (max 350 Euro) lag, gaben im Fragebogen an, dass sie mehr Bio-Lebensmittel konsumieren würden, wenn sie mehr Einkommen zur Verfügung hätten. Von den Personen mit einem Haushaltseinkommen unter der Armutsgefährdungsschwelle gaben dies nur drei Personen an – die Mehrheit (5 Pers.) gab an, bei höherem Einkommen „vielleicht“ mehr Bio zu konsumieren. Bei niedrigeren Bio-Preisen würde sowohl die Mehrheit der Personen über (4 Pers.) als auch unter (5 Pers.) der Armutsgefährdungsschwelle mehr Bio konsumieren. Um hier einen einkommensbezogenen Zusammenhang innerhalb der Zielgruppe zu ziehen, reichen die Daten jedoch nicht. Laut Fragebogen schätzen die meisten der Teilnehmenden ihren Bio-Konsum als „regelmäßig“ ein, Äußerungen in den Fokus-Gruppen wiesen jedoch bei manchen Personen auf einen geringeren Bio-Konsum hin. Beide Fokus-Gruppen nehmen einen höheren Bio-Preis und ein eingeschränktes Einkommen als persönliche und gesellschaftliche Konsumbarriere wahr. Es wurden jedoch auch Erklärungs- und Verständnis-Ansätze hervorgebracht, warum Bio mehr kostet sowie eine Mehrpreistoleranz aufgrund wahrgenommenem Produktnutzen. In beiden Fokus-Gruppen wurden Taktiken des bewussten Konsums und Verzichts geäußert, mittels denen sich die Befragten trotz geringem Einkommen Bio-Produkte leisten können. Der Produktnutzen erschien als Schlüssel für eine höhere Bioprodukt-Aufgeschlossenheit. In beiden Fokus-Gruppen bestand die Auffassung, dass Bio-Produkte gesünder seien als konventionelle. Trotz stärkerem Zweifel über die gesundheitliche Wirkung in der Fokus-Gruppe mit Familienhaushalten mit Kindern, äußerten deren Teilnehmende, Bio dennoch als Absicherung für die Gesundheit ihrer Kinder zu kaufen. In beiden Fokus-Gruppen wurde ein positiver geschmacklicher Unterschied von Bio-Lebensmitteln geäußert. Die Befragten aus jungen Paarhaushalten äußerten ein stärkeres Vertrauen in umweltrelevante Eigenschaften von Bio als jene aus Familienhaushalten mit

Kindern. In beiden Fokus-Gruppen herrschten diesbezüglich jedoch auch erhebliche Unsicherheiten und Zweifel. Konsumspezifische Umweltauswirkungen schienen die Teilnehmenden mehrheitlich emotional zu beschäftigen. In beiden Fokus-Gruppen zeichnete sich ein eher diffuses Verständnis von Bio ab, z.B. bestanden nur wenige konkrete Vorstellungen und Kenntnisse über Bio-Regelungen. In der Fokus-Gruppe mit jungen Paarhaushalten wurde Bio als nicht nachvollziehbar und für Einzelpersonen nicht kontrollierbar kritisiert, zudem wurden die Bio-Regelungen als wenig weitreichend bewertet, obgleich Kenntnisse darüber eher beschränkt waren. In der Fokus-Gruppe mit Familienhaushalten mit Kindern wurde Zweifel an Qualitätsunterschieden zwischen biologischen und konventionellen Produkten geäußert. Ob das gehobene Bildungsniveau der Befragten förderlich auf deren Bio-Konsum wirke, konnte durch die erhobenen Daten nicht repräsentativ gestützt werden. Ein niedriges Bildungsniveau wurde bezogen auf die Gesellschaft in beiden Fokus-Gruppen jedoch als Konsumbarriere für Bio verstanden – diese Beurteilung wurde jedoch weniger klar und einheitlich wie Preis und Einkommen abgegeben. Die Befragten empfanden einen Bio-Konsum mit steigender Familiengröße als schwierig. Dies wurde als persönliche und gesellschaftliche Konsumbarriere empfunden. Dennoch wurde die Fürsorge um das Kind in der Fokus-Gruppe mit Familienhaushalten als Antrieb für Bio-Konsum genannt. Seitens der Männer wurden deren weibliche Partner als Antriebskräfte für den Bio-Konsum genannt.

## **Diskussion**

Hinsichtlich ihrer Einstellungen und Verhaltensweisen boten die Teilnehmenden einige Ansatzpunkte, die man unter Berücksichtigung des Preisbewusstseins für eine Förderung des Bio-Konsums nutzen kann. Es bestanden jedoch auch viele Unsicherheiten und Zweifel an den Alleinstellungsmerkmalen und Vorteilen einer Bio-Ernährung. Der wahrgenommene Produktnutzen erwies sich als Schlüssel für einen Bio-Konsum und eine Mehrpreistoleranz. Der allgemeine gesellschaftliche Trend zum Bio-Konsum hat laut Brunner (2007) zur Folge, dass Bio-Lebensmittel häufiger mit individuellen Werten wie Gesundheit oder Naturbelassenheit in Verbindung gebracht werden und weniger mit den ökologischen Vorteilen der Produktion. Dies kann auch aus den Fokus-Gruppen abgeleitet werden. Positionierungen, die Bio mit zusätzlichem, individuellem Produktnutzen attraktiver machen, könnten daher größere Bevölkerungsteile ansprechen. Werden dagegen Bio-Produkte hauptsächlich aufgrund von Produktnutzen wie Gesundheit oder Naturbelassenheit beworben, geraten sie in Konkurrenz mit anderen vermeintlich naturnahen Produkten (Brunner 2007). Umweltmotive als Kaufargument haben an Bedeutung verloren (Spiller 2006). Da in den Fokus-Gruppen zudem Zweifel an einer umweltrelevanten Wirkung geäußert wurden, könnte eine aufklärende und transparentere Vermarktung dieses Bio-Produktnutzens Unsicherheiten entgegenwirken. Außerdem könnten eine transparente Preisgestaltung und Kommunikation der Alleinstellungsmerkmale Misstrauen gegenüber höheren Bio-Preisen entgegenwirken. Umbruchsituationen können Ernährungsroutinen aufbrechen

(Koschel 2008). Kinder leiten eine Umbruchsituation ein, die sehr förderlich auf den Bio-Konsum eines Haushaltes wirken kann. Der Bio-Konsum des Kindes und/oder des Haushalts ist jedoch mit Älterwerden des Kindes gefährdet wieder abzusinken. Spiller (2006) erwähnt die Gefahr eines kompletten Abbruchs des Bio-Konsums des Haushalts bei Älterwerden des Kindes, insbesondere wenn auf Bio-Qualität nur in der Ernährung des Kindes Wert gelegt wurde. Auch in der Fokus-Gruppe mit Familienhaushalten mit Kindern wurde geäußert, dass insbesondere Wert auf Bio-Babynahrung gelegt und weniger auf Bio geachtet wurde, sobald das Kind bei den Erwachsenen mitaß. Ein Bio-Konsum mit steigender Haushaltsgröße wurde als finanziell schwieriger empfunden. Auch das Zusammenziehen von Paaren kann als Umbruchsituation Ernährungsroutinen aufbrechen (Kroeber-Riel et al. 2009). In den Fokus-Gruppen schien eine Förderung des Bio-Konsums im Paarhaushalt meist von den weiblichen Partnern auszugehen. Dies deckt sich mit Erkenntnissen von Brunner (2007), laut welchem weibliche Partner eine positive Wirkung auf den nachhaltigen/Bio-Konsum von den männlichen Partnern haben können. Einige Teilnehmende sahen als Erklärungsansatz, dass die Ernährungsrolle meist durch Frauen besetzt ist und sich diese daher mehr mit Ernährungsthemen und somit mit Bio auseinandersetzen. Bei der Zusammenstellung der Fokus-Gruppen war die Rückmeldung seitens männlicher Teilnehmer auffallend gering.

### **Schlussfolgerungen**

Die hier untersuchte Gesellschaftsgruppe (einkommensschwach, aber gehobenes Bildungsniveau) zeigte trotz ihrem grundsätzlichen Interesse an einer biologischen Ernährung auch viele Unsicherheiten und Zweifel in Bezug auf Alleinstellungsmerkmale und Vorteile eines biologischen Konsums. Ein geringes Einkommen und höhere Bio-Preise werden als Konsumbarrieren wahrgenommen. Als Schlüssel für einen Bio-Konsum und eine etwaige Mehrpreistoleranz zeigte sich der wahrgenommene Produktnutzen. Weibliche Beziehungspartner und Kinder im Haushalt können förderlich auf einen Bio-Konsum wirken.

### **Literatur**

- Brunner K-M (2007) Der Konsum von Bio-Lebensmitteln. In: Brunner K-M, Geyer S, Jenlenko M, Weiss W & Astleithner F Ernährungsalldtag im Wandel. Chancen für Nachhaltigkeit. Springer Wien New York, Österreich: 173-185.
- Koschel S (2008) Her mit dem nachhaltigen Konsumenten. Zeitschrift der Unternehmensberatung (3/08): 107-112.
- Kroeber-Riel W, Weinberg P & Gröppel-Klein A (2009) Konsumentenverhalten. Verlag Franz Vahlen GmbH, München.
- Mayring P (2010) Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 12. Aufl. Beltz Verlag, Weinheim und Basel.
- Spiller A (2006) Zielgruppen im Markt für Bio-Lebensmittel. Ein Forschungsüberblick. Diskussionsbeitrag 0608. Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung, Georg-August-Universität Göttingen, Göttingen.